

บทที่ 4

ประเด็นปัญหาในการวิจัย และการวิจัยตลาด

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากส่วนข้างต้นที่ผ่านมา ทำให้เห็นได้ว่ามีโอกาสและช่องว่างที่จะสามารถดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กได้ อย่างไรก็ตามข้อมูลข้างต้นนั้นสามารถทำให้มองเห็นได้แต่เพียงภาพรวมกว้างๆ ของรูปแบบการทำธุรกิจนี้เท่านั้น ยังไม่สามารถกำหนดรายละเอียดรูปแบบธุรกิจที่แน่ชัดและกลยุทธ์การบริหารที่เฉพาะเจาะจงในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบชั้นเรียน สื่อเป้าหมายในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องทำการเก็บข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค (Consumer Insight) เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจต่อไป

ดังนั้นในส่วนนี้จึงจะได้ระบุวัตถุประสงค์ รายละเอียด ขอบเขต รวมถึงวิธีการของการดำเนินการวิจัยตลาดสำหรับใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินงานในช่วงต่อไป ดังต่อไปนี้

4.1 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัยทางการตลาด

ในการวิจัยตลาดสำหรับแผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก "Kids Cooking Academy" ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

- เพื่อให้เข้าใจถึงทัศนคติและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างถูกต้อง ชัดเจน ได้ข้อมูลที่สามารถใช้ในการกำหนดวิธีการสร้าง Awareness และ Knowledge รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เร็วและดีที่สุด เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตลาดจนสามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้ในอนาคต
- เพื่อให้เกิดความเข้าใจเชิงลึกต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม รวมถึงโรงเรียนเสริมทักษะด้านอื่นๆ และได้ข้อมูลปัจจัยแห่งความสำเร็จ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะใช้กำหนดเป็นแนวทางและวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

- เพื่อให้ทราบข้อมูลและประเมินแนวทางการดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้สามารถวางแผนทางการเงินได้

4.2 ประเด็นปัญหาสำหรับการทำแผนธุรกิจ Kids Cooking Academy

1. ความรู้ความเข้าใจรวมถึงทัศนคติของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

เนื่องจากธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กเป็นธุรกิจที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในสังคมไทยปัจจุบัน ทำให้ความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคต่อธุรกิจนี้ยังเป็นสิ่งที่ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ดังนั้นในการทำตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และก่อให้เกิดความต้องการนั้นจึงต้องทำการวิจัยตลาดซึ่งจำเป็นต้องศึกษาถึงขอบเขตความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก เพื่อให้รับรู้ถึงระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมทั้งช่วยให้รับรู้ถึงทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กเนื่องจากทัศนคติของผู้บริโภคเป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานในอนาคตเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ประเด็นย่อยๆ ที่ควรเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ความรู้ที่ผู้บริโภคมีต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจและการให้บริการของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก ความเข้าใจต่อวิธีการและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการ ทัศนคติต่อการให้ความรู้เสริมที่นอกเหนือจากบทเรียนภาคบังคับต่อบุตรหลานของผู้บริโภค ทัศนคติต่อการเรียนการสอนวิธีการทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก การให้ความสำคัญต่อโภชนาการและสุขอนามัยของบุตรหลาน เป็นต้น

2. ปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจใช้บริการของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

สำหรับการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคนั้นมักจะมีปัจจัยหลายๆ ด้านที่เข้ามาเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้น ยกตัวอย่างเช่น สถานที่ตั้ง ค่าใช้จ่าย คุณภาพของสินค้าและบริการ ความปลอดภัย ความสะดวก ประโยชน์ที่จะได้รับ ความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและกระตุ้นให้บริโภคเลือกใช้บริการของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ที่มีอิทธิพลสำคัญทำ

ให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการ ทั้งปัจจัยที่จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการครั้งแรกและปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการครั้งต่อไปของผู้บริโภค ทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มเป้าหมายประเภทผู้ประกอบการหรือองค์กรต่างๆ

3. รูปแบบของบริการที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการและคาดหวังที่จะได้รับจากโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กนั้นเป็นธุรกิจที่แยกย่อยออกมาจากโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมปกติที่มีอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน โดยจะมุ่งเน้นการทำตลาดเฉพาะกลุ่มเด็กและกลุ่มผู้ปกครองที่ต้องการเสริมทักษะพิเศษให้กับบุตรหลานเพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ทั้งนี้ธุรกิจโรงเรียนสอนเสริมทักษะสำหรับเด็กในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งทักษะทางด้านดนตรี ศิลปะ กีฬา ฯลฯ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการศึกษาถึงรูปแบบของบริการที่ผู้บริโภคต้องการและคาดหวังจะได้รับจากโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก เนื่องจากการทำอาหารและขนม รวมถึงการส่งเสริมด้านโภชนาการยังเป็นศาสตร์ที่ไม่ได้รับความนิยมมากนักในปัจจุบัน การศึกษาถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังจะได้รับจากการใช้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดรูปแบบในการดำเนินงาน การวางตำแหน่งทางการตลาด และยังช่วยให้ทราบถึงสิ่งที่ธุรกิจจะสามารถใช้เป็นจุดเด่นเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจกับคู่แข่งอื่นๆ อีกด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้เชี่ยวชาญในด้านการทำอาหาร นักโภชนาการที่ผู้บริโภคต้องการให้มาสอนตนเอง และบุตรหลาน เป็นต้น

4. พฤติกรรมในการใช้บริการของโรงเรียนสอนเสริมทักษะสำหรับเด็กและการรับสื่อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับหลายๆ ปัจจัยประกอบกัน ดังนั้นเพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กจึงควรศึกษาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการของโรงเรียนสอนเสริมทักษะสำหรับเด็กประเภทอื่นๆ ที่ผู้บริโภคเลือกใช้อยู่ในปัจจุบันเพื่อนำมาใช้ในการศึกษา เปรียบเทียบ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของโรงเรียนเสริมทักษะสำหรับเด็ก

นอกจากนั้นยังต้องศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากโลกในปัจจุบันเป็นโลกแห่งข่าวสารข้อมูล ผู้บริโภคมีวิธีการในการรับสื่อต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น

จะเป็นสื่อด้านสิ่งพิมพ์ สื่อทางมัลติมีเดียต่างๆ ฯลฯ เนื่องจากธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่สำหรับสังคมไทยจำเป็นต้องสร้าง Awareness และ Knowledge ให้เกิดขึ้นในสังคม และยังเป็นธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าเฉพาะ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาว่าสื่อประเภทใดที่จะสามารถเข้าถึงและสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้สามารถวางแผนการใช้สื่อที่จะสร้าง Awareness และ Knowledge ให้เกิดขึ้นได้เร็วและมากที่สุด รวมถึงเป็นสื่อที่จะคุ้มค่าแก่การลงทุนของธุรกิจในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงาน

5. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Successes Factor) ของธุรกิจ

จากข้อมูลที่ศึกษามา ยังไม่มีข้อมูลเชิงลึกใดที่จะระบุในรายละเอียดของการประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจนี้ ดังนั้นเพื่อให้สามารถวางแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลและรายละเอียดดังกล่าวเพิ่มเติมจากกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารเนื่องจากเป็นผู้เกี่ยวข้องในการเรียนการสอนด้านการทำอาหาร ตลอดจนผู้ประกอบการโรงเรียนอนุบาลและผู้ดำเนินธุรกิจด้านสื่อสำหรับเด็กเนื่องจากถือได้ว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็ก

4.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยตลาดเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ระบุไว้แล้วข้างต้นนั้น ทางกลุ่มจึงได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาถึงทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริโภคทั่วไปที่เป็นผู้บริโภครายย่อย ทั้งที่มีสถานะของการเป็น “ผู้ปกครอง” ในปัจจุบันซึ่งหมายถึงผู้บริโภที่เป็นชายหรือหญิงซึ่งมีบุตรหลานอยู่ในวัย 4-15 ปี เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน โอกาส และแนวทางการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก โดยกลุ่มผู้บริโภคทั้งหมดเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครหรือในเขตปริมณฑล

2. ศึกษาถึงทัศนคติและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านโภชนาการ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็ก ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม

ปกติทั่วไป โดยกลุ่มผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นผู้ที่อาศัยหรือประกอบการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

4.4 กระบวนการวิจัย

4.4.1 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิด รวมถึงปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อกำหนดรูปแบบในการดำเนินธุรกิจของแผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จะเป็นการใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยการลงเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็กและผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมปกติทั่วไป
2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการและเด็ก
3. กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปที่มีสถานะเป็นผู้ปกครองของบุตรหลานในปัจจุบัน

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จะเป็นการศึกษาวิจัยในส่วนของเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กในต่างประเทศ และการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมทั่วไปรวมถึงธุรกิจโรงเรียนสอนเสริมทักษะแก่เด็กในด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ ข้อมูลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการเด็ก รวมถึงการค้นคว้าจากรายงานการวิจัย หนังสือ บทความ วารสาร ที่ได้มีการจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล และเอกชน เพื่อให้ได้ข้อมูลขั้นต้น ที่จะสามารถนำมาประมวลผล และใช้ประกอบเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบของแบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลปฐมภูมิให้ถูกต้อง ชัดเจน เพื่อที่จะได้ตอบประเด็นปัญหาได้ตามความต้องการ รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดกลยุทธ์และรูปแบบการดำเนินงานของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กได้

4.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับแผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก ประกอบด้วยเครื่องมือหลักๆ 2 ส่วนคือ การศึกษาในเชิงปริมาณ และการศึกษาในเชิงคุณภาพ ดังนี้

การศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative study)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยในส่วนที่สองนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นการให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self Administration) โดยเนื้อหาของแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 6 ส่วน จำนวน 32 ข้อ (ดูแบบสอบถามใน ภาคผนวก) โดยในแต่ละส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลความรู้ความเข้าใจรวมถึงทัศนคติของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก ประกอบด้วยคำถาม 11 ข้อ เก็บข้อมูลต่างๆ เช่น ระดับการให้ความสำคัญต่อการเรียนเสริมทักษะสำหรับเด็ก ความรู้เกี่ยวกับโรงเรียนสอนเสริมทักษะสำหรับเด็ก ความรู้ความเข้าใจด้านโภชนาการเด็ก และทัศนคติต่อโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก เป็นต้น

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการและคาดหวังที่จะได้รับจากโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก ประกอบด้วยคำถาม 1 ข้อ เพื่อเก็บข้อมูลความคาดหวังและประโยชน์ที่ผู้บริโภคราคาว่าจะได้รับจากการนำบุตรหลานเข้าเรียนกับโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก สำหรับในส่วนนี้จะใช้คำถามในลักษณะการวัดผลจากการจัดลำดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามจัดลำดับประโยชน์ต่างๆ ที่คาดว่าจะได้รับจากการให้บุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็ก 5 ลำดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังมากที่สุดจากทั้งหมด 10 หัวข้อความคาดหวัง

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจใช้บริการของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก ประกอบด้วยคำถาม 1 ข้อใหญ่ ซึ่งมี 12 ข้อย่อย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สำหรับในส่วนนี้จะใช้คำถามในลักษณะการวัดผลแบบ Likert's Scale โดยมีการให้คะแนนเรียงลำดับมากที่สุดถึงน้อยที่สุด เป็น 5 ระดับ มีการกำหนดการให้คะแนนตั้งแต่มากที่สุดเป็น 5 คะแนน และลดลงเรื่อยๆ ตามระดับของความคิดเห็นที่มีต่อคำถามจนถึงระดับคะแนนที่น้อยที่สุด ให้เป็น 1 คะแนน ดังนี้

มากที่สุด

5

4

3

2

น้อยที่สุด

1

ส่วนที่ 4 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคปัจจุบันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ เพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของโรงเรียนสอนเสริมทักษะสำหรับเด็กในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ส่วนที่ 5 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้ายกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็ก ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ เพื่อเก็บข้อมูลรูปแบบของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุดสำหรับนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานต่อไป

ส่วนที่ 6 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา สถานที่นิยมบริโภค เป็นต้น รวมเป็นคำถามทั้งสิ้น 9 ข้อ

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดแล้วก็จะนำข้อมูลมาประมวลผลเพื่อหาความคาดหวังและปัจจัยที่จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค สำหรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และกำหนดรูปแบบการดำเนินงานที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

การศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative study)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลส่วนนี้จะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายตัวอย่างที่เลือกเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามนั้นอาจยังมีรายละเอียดที่ยังไม่สามารถหาคำตอบครอบคลุมได้ และการกรอกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างอาจมีข้อมูลที่เกิดการผิดพลาดจากการตีความหรือปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ได้ สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะทำการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้าอย่างคร่าวๆ เน้นการสนทนาระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ ลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ เป้าหมายการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่ได้จากแบบสอบถามและได้รับข้อมูลเพิ่มเติมในมุมมองที่แตกต่างออกไปจากการใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว

นอกจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายแล้ว ยังจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เช่น โรงเรียนประถมศึกษา เพื่อที่จะทำให้สามารถทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการบริหาร การดำเนินธุรกิจ ทราบทิศทางและแนวโน้มการดำเนินงาน ตลอดจนปัญหาและมุมมองต่างๆ ที่จะเป็น

ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก นอกจากนี้ยังสามารถนำผลมาตรวจสอบซึ่งกันและกันได้ ว่าผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือแตกต่างกันอย่างไร เป็นเพราะสาเหตุอะไร ควรเลือกใช้ข้อมูลใดและจะแก้ปัญหาคความแตกต่างนั้นอย่างไร ซึ่งจะทำให้ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลมีประโยชน์และสร้างความน่าเชื่อถือได้มากยิ่งขึ้น

4.4.3 กลุ่มตัวอย่าง

ในการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการและเด็ก

สำหรับกลุ่มผู้เชียวชาญนั้น จะเน้นในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- หน่วยงานราชการที่ดูแลและสนับสนุนงานด้านโภชนาการและเด็ก ได้แก่ กรมอนามัย กองโภชนาการ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจที่อาจต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐที่ดูแลเรื่องโภชนาการ
- ผู้ประกอบอาชีพครูและพี่เลี้ยงโรงเรียนประถมศึกษา โดยมุ่งเน้นที่โรงเรียนประถมศึกษาซึ่งมีมาตรฐานระดับสูงในเรื่องของคุณภาพหลักสูตร และค่าใช้จ่าย ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ปกครองที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูงซึ่งมุ่งเน้นการเสริมสร้างทักษะ และศักยภาพให้แก่บุตรหลาน และมีรายได้เพียงพอที่จะใช้จ่ายเพิ่มเติมให้แก่บุตรหลานได้

2) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็กและผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเด็กและผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม นั้น จะเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูล และ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างเช่นเดียวกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ คือเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกทำการสัมภาษณ์ ดังนี้

- ผู้ประกอบธุรกิจสำหรับเด็กที่จะมีความเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนอนุบาล/ประถมที่ปัจจุบันมีการกำหนดให้มีการเรียนการสอนทำอาหารและขนมเป็นการเสริมทักษะให้แก่เด็ก และผู้ประกอบธุรกิจสื่อที่เกี่ยวข้องกับเด็กซึ่งมีการใช้สื่อที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนทำอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ
- ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมที่มีกลุ่มเป้าหมายใกล้เคียงกับโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก (Kids Cooking Academy) ได้แก่ ABC Cooking Studio

3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ปกครองปัจจุบันซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญมากสำหรับการประมวลผล จะใช้เครื่องมือทางการวิจัยทั้ง 2 อย่างคือ การใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และละเอียดชัดเจนเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ และประมวลผลสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ต่อไป โดยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองในโรงเรียนอนุบาลถึงประถมศึกษาที่ศึกษาอยู่ในบริเวณใกล้เคียง The Crystal และกลุ่มผู้ปกครองที่เข้าร่วมในงานหรือกิจกรรมสำหรับเด็กต่างๆ เช่น งาน Kids of the World ที่จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 29 ก.ย. - 7 ต.ค. 50 ตลอดจนกลุ่มผู้ปกครองที่นำบุตรหลานมาใช้บริการต่างๆ ของ The Crystal เป็นต้น

นอกจากนี้เพื่อเป็นการทดสอบรูปแบบของการดำเนินงานของสถาบันฯ ที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยวิธีแบบสอบถามและนำมาประมวลผลเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบันฯ แล้วจึงได้กำหนดให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ปกครองและเด็กที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 4-15 ปี เพื่อทดสอบรูปแบบการดำเนินงานที่ได้กำหนดขึ้น (Product Test) เช่น หลักสูตรที่สอน ระยะเวลา ฯลฯ อีกครั้ง และนำมาปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานอีกครั้งหนึ่งหากข้อมูลที่ได้มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ากลุ่มเป้าหมายจะสนใจและเกิดการตัดสินใจนำบุตรหลานมาเรียนเสริมทักษะทำอาหารและขนมกับสถาบันฯ โดยจะสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มารับบริการของ The Crystal จริง เพื่อให้ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงและนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

4.4.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น ทางกลุ่มใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อ้างอิงความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามการตัดสินใจ (Judgmental Sampling) เพื่อความสะดวกในการดำเนินการวิจัย โดยมุ่งเน้นให้ได้กลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตของการวิจัยและให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรให้มากที่สุด ดังนั้นในการเลือกกลุ่มตัวอย่างจะเป็นการใช้ดุลยพินิจของผู้วิจัยเอง โดยในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามนั้นจะได้เลือกกลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานและมีระดับรายได้ในระดับที่เพียงพอแก่การสนับสนุนให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะเพิ่มเติมจากการเรียนภาคปกติ ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีของ Yamane มาประกอบในการกำหนดโดยพิจารณาจากจำนวนประชากรที่มีอายุอยู่ระหว่าง 4-15 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตลาดพร้าว เนื่องจากเป็นที่ตั้งของ The Crystal สถานที่ซึ่ง Kids Cooking Academy จะใช้เป็นสถานที่ในการเรียนการสอน และเขตต่างๆ ที่ล้อมรอบเขตลาดพร้าวซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะนำบุตรหลานมาใช้บริการที่ The Crystal เนื่องจากใกล้และสะดวกในการเดินทาง

รูปที่ 4.1 แผนที่เขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร¹

¹ <http://www.thaitambon.com/whatsnew/BangkokPage2.htm>, access 30 Jan 2008

ซึ่งประกอบไปด้วยเขตบางกะปิ เขตบึงกุ่ม เขตบางเขน เขตหลักสี่ เขตจตุจักร และเขตวังทองหลาง รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 7 เขต

เนื่องจากประชากรเด็กที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 4-15 ปีนั้น ไม่สามารถตอบแบบสอบถามที่มีความละเอียดมากได้ (แบบสอบถาม 5 หน้า 32 ข้อ) ประกอบกับผู้ปกครองเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพิจารณาให้บุตรหลานของตนเรียนเสริมทักษะ อีกทั้งยังมีวุฒิภาวะที่มากกว่าในการใช้เหตุผลต่างๆ พิจารณา ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จึงได้กำหนดการเก็บข้อมูลด้วยการสอบถามจากผู้ปกครองแทนโดยใช้จำนวนประชากรเด็กในช่วงอายุ 4-15 ปีเป็นตัวเลขในการอ้างอิงเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ (ปี)	รวม	ลาดพร้าว	บางกะปิ	บึงกุ่ม	บางเขน	หลักสี่	จตุจักร	วังทองหลาง
4	10528	1,192	1,756	1,546	2,069	1,157	1,564	1,244
5	11241	1,271	1,871	1,655	2,174	1,324	1,655	1,291
6	12319	1,452	1,971	1,849	2,323	1,334	1,876	1,514
7	11976	1,409	1,977	1,723	2,227	1,378	1,840	1,422
8	12665	1,483	2,087	1,938	2,298	1,465	1,864	1,530
9	14478	1,763	2,237	2,190	2,621	1,622	2,165	1,880
10	14899	1,844	2,209	2,326	2,570	1,620	2,362	1,968
11	15019	1,875	2,327	2,226	2,594	1,565	2,288	2,144
12	14233	1,726	2,124	2,132	2,388	1,578	2,307	1,978
13	14008	1,705	2,085	2,061	2,434	1,533	2,191	1,999
14	14029	1,726	2,100	2,117	2,411	1,539	2,218	1,918
15	13783	1,749	2,037	2,066	2,412	1,478	2,278	1,763
รวม	159,178	19,195	24,781	23,829	28,521	17,593	24,608	20,651

ตารางที่ 4.1 จำนวนประชากรในช่วงอายุ 4-15 ปี ในเขตลาดพร้าวและเขตล้อมรอบ ปี 2549

ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย²

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นจำนวนประชากรในช่วงอายุระหว่าง 4-15 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดพร้าวและเขตล้อมรอบโดยรวมทั้งเพศชายและเพศหญิง จากตารางเห็นได้ว่าประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น 159,178 คน ซึ่งจะนำจำนวนประชากรดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane ดังนี้

² http://www.dopa.go.th/upstat_m.htm, access 30 Jan 2008

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

จะพบว่าหากประชากรมีจำนวนมากกว่า 100,000 คน ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และกำหนดค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ที่ 5% แล้วจะต้องกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และหากกำหนดค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ที่ 7% จะต้องกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 204 ตัวอย่าง

อย่างไรก็ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยทางสถิติอยู่ที่ 200-500 ตัวอย่าง³ ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากระยะเวลา งบประมาณ และปัจจัยต่างๆ นำมาประกอบกับวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามการตัดสินใจ (Judgmental Sampling) ที่อาศัยดุลยพินิจของผู้วิจัยในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จึงจะทำการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลวิจัยทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันการผิดพลาดของการตอบแบบสอบถามจึงได้ทำการแจกแบบสอบถามเพิ่มอีก 10% เป็นแบบสอบถามจำนวน 220 ชุด

4.4.5 ระยะเวลา

การสัมภาษณ์จะทำภายในเดือน ต.ค.- ธ.ค. 50 และการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจะอยู่ในช่วง ต.ค.- พ.ย. โดยรวมช่วงที่มีการจัดงานสำหรับเด็กต่างๆ เช่น งาน Kids of the World ที่จะจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 29 ก.ย. - 7 ต.ค. 50 ด้วย

4.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ระยะเวลาในการทำวิจัยที่มีอยู่จำกัด
2. ความรู้ความชำนาญของผู้ดำเนินการวิจัยที่ไม่เชี่ยวชาญ ทำให้อาจไม่สามารถศึกษารายละเอียดและข้อมูลต่างๆ ได้ครอบคลุมและถูกต้องตามต้องการได้เท่าที่ควร ทั้งในส่วนของการค้นคว้าเอกสารที่จะใช้ในการอ้างอิงต่างๆ ส่วนของการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นในการวิจัยรวมถึงการแปลความทางสถิติของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้

³ “Determining Sample Size”, Fact Sheet PEOD-6 Nov.1992 ,University of Florida ,อ้างอิงจากเอกสารประกอบการบรรยายวิชา บธ.603 วิธีวิจัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วันที่ 2 มิ.ย. 49

3. งบประมาณที่มีอยู่จำกัด ทำให้ไม่สามารถค้นคว้าข้อมูลอ้างอิงเชิงลึกต่างๆ ทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิได้เท่าที่ควร

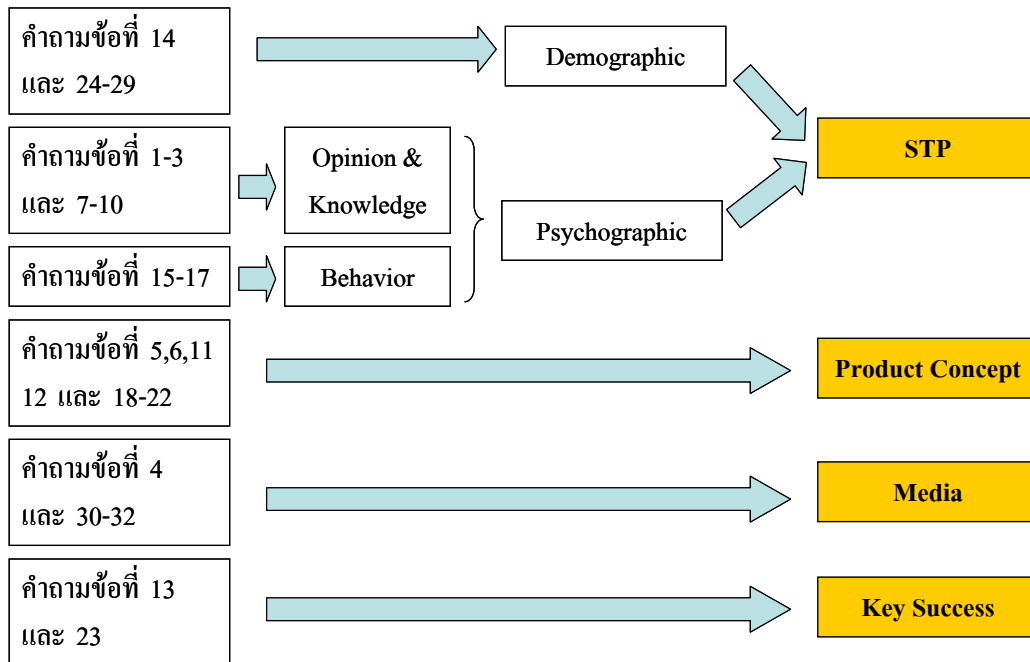
4.6 การวิเคราะห์และการประมวลผล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยนำข้อมูลไปตรวจสอบความถูกต้อง (Editing) ก่อนทำการลงรหัส (Coding) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ไปทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) for Windows เพื่อคำนวณและวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่างๆ ด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงร้อยละ (Percentage) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากร ความคิดเห็น ทักษะและความรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก พฤติกรรมการบริโภคปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงช่องทางการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

4.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิจัยตลาด

- ข้อมูลที่สามารถนำมาทำการวางแผนสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Segment) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบริการ (Positioning)
- ข้อมูลที่สามารถใช้กำหนดรายละเอียดการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจได้ (Product Concept)
- ข้อมูลที่สามารถใช้ในการเลือกสื่อในการนำเสนอข้อมูลเพื่อสร้าง Brand Awareness และ Brand Knowledge ให้เกิดขึ้นแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ (Media)
- ข้อมูลปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จำเป็นต้องพิจารณาในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันและกำหนดแผนการดำเนินงานของธุรกิจ (Key Success)

ทั้งนี้สามารถแสดงความสัมพันธ์ของคำถามในแบบสอบถาม (แสดงในภาคผนวก) และผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย ดังแสดงในรูปที่ 4.1 ดังนี้



รูปที่ 4.2 แสดงความสัมพันธ์ของคำถามในแบบสอบถามและผลที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

4.8 ผลการวิจัยตลาด

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง เพื่อใช้ประกอบในการศึกษาแผนธุรกิจสำหรับโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ส่วนตามภาพที่ 4.1 ดังนี้

ส่วนที่ 1 : วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากร (Demographic) ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 : วิเคราะห์ความรู้และความคิดเห็น (Opinion & Knowledge) ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

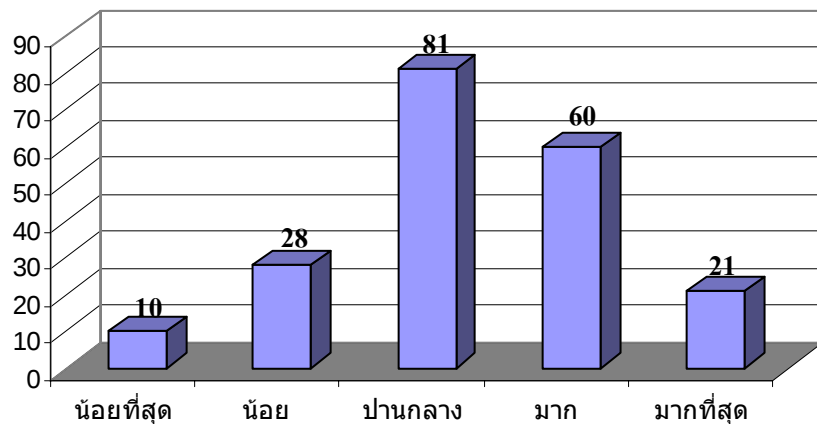
ส่วนที่ 3 : วิเคราะห์พฤติกรรม (Behavior) ของกลุ่มตัวอย่างในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะ ซึ่งเมื่อรวมกับส่วนที่ 2 แล้วจะทำให้วิเคราะห์ถึงข้อมูลทางจิตวิทยาที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

ส่วนที่ 4 : วิเคราะห์รูปแบบความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่คาดหวังต่อบริการ (Product Concept) ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

ส่วนที่ 5 : วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการรับสื่อ (Media) ของกลุ่มตัวอย่าง

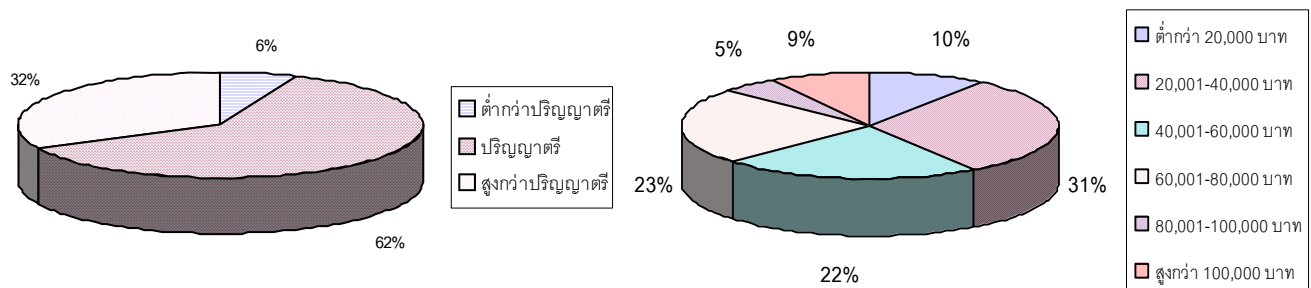
ส่วนที่ 6 : วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จ (Key success factor) ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

อย่างไรก็ตามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่างนั้นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นและความสนใจที่หลากหลายต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร ดังนั้นเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เหมาะสมแก่การนำไปพิจารณาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ในการวิเคราะห์ผลจึงได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่างออกเป็นกลุ่มที่มีระดับความสนใจในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะกับโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็กในระดับมากและระดับมากที่สุดจำนวน 81 ตัวอย่าง ซึ่งจากนี้ไปจะเรียกกลุ่มนี้ว่า “กลุ่มผู้สนใจ” โดยจะนำผลการวิเคราะห์ของกลุ่มผู้สนใจเป็นหลักในการพิจารณาประกอบการดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็ก



รูปที่ 4.3 แสดงระดับความสนใจในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะด้านการทำอาหารและขนมของกลุ่มตัวอย่าง

ทั้งนี้สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้สนใจทั้ง 81 คน โดยแยกตามปัจจัยสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ว่า “มีกำลังซื้ออยู่ในระดับที่สามารถใช้จ่ายในการพัฒนาทักษะเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนปกติให้แก่บุตรหลานได้ และมีความสนใจในการพัฒนาทักษะเพิ่มเติมให้กับบุตรหลาน” ได้แก่ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ แสดงได้ดังนี้



รูปที่ 4.4 แสดงสัดส่วนระดับการศึกษาและระดับรายได้ของกลุ่มผู้สนใจ

เมื่อศึกษาระดับรายได้ของกลุ่มผู้สนใจกับการให้ความสำคัญในการเรียนเสริมทักษะของบุตรหลานแล้ว พบว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 100,000 บาท เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการเรียนเสริมทักษะของบุตรหลานมากที่สุด รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-40,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 60,001-80,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 80,001-100,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ตามลำดับ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวมากกว่าเช่นกัน

ในส่วนของการศึกษาความรู้ที่กลุ่มผู้สนใจมีต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็กนั้น พบว่ามีจำนวน 15 ตัวอย่างที่รู้จักโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็ก โดยจะเป็นโรงเรียนที่เปิดสอนคอร์สสำหรับเด็กหรือเป็น Summer camp ที่เปิดเป็นพิเศษในช่วงปิดเทอม ทั้งนี้ไม่มีโรงเรียนที่เปิดสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็กโดยเฉพาะแต่อย่างใด และเมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็กกับระดับการให้ความสำคัญในการเรียนเสริมทักษะแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่รู้จักโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็กนั้นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับระดับการเรียนเสริมทักษะในระดับมาก ระดับมากที่สุด ระดับปานกลาง ระดับน้อยที่สุด และระดับน้อย ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่รู้จักโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็กนั้น จะเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการเรียนเสริมทักษะค่อนข้างมาก

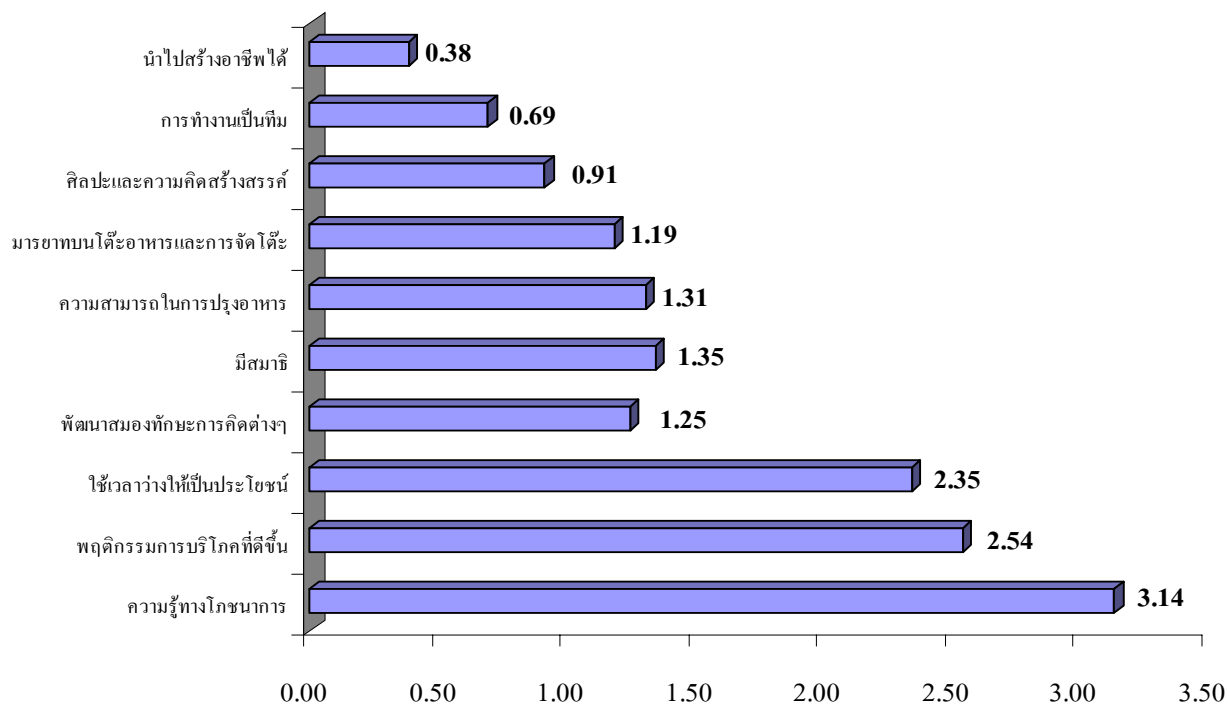
ระดับความสำคัญ การเรียนเสริมทักษะ	รู้จักโรงเรียนสอนทำอาหารเด็กหรือไม่					
	กลุ่มตัวอย่าง			กลุ่มผู้สนใจ		
	ไม่รู้จัก	รู้จัก	รวม	ไม่รู้จัก	รู้จัก	รวม
น้อยที่สุด	7	2	9	4	1	5
น้อย	5	0	5	0	0	0
ปานกลาง	49	5	54	13	1	14
มาก	90	10	100	36	8	44
มากที่สุด	24	8	32	13	5	18
Total	175	25	200	66	15	81

ตารางที่ 4.2 แสดงระดับความสนใจในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะเทียบกับ

การรู้จักโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็ก

สำหรับการศึกษาในเรื่องของการตระหนักถึงปัญหาทางโภชนาการของบุตรหลานในปัจจุบันของกลุ่มผู้สนใจนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบุตรหลานมีปัญหาทางด้านโภชนาการในระดับที่มาก โดยปัญหาด้านโภชนาการที่มีมากที่สุดได้แก่ ปัญหาด้านโภชนาการในเรื่องการเลือกทาน รองลงมา เป็นปัญหาด้านอาหารไม่มีประโยชน์ ทานอาหารในปริมาณที่ไม่เหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาสิ่งที่กลุ่มผู้สนใจคาดหวังจากการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะทำขนมและอาหารนั้น อันดับแรก ได้แก่ เพื่อให้มีความรู้ทางโภชนาการ รองลงมาได้แก่ มีพฤติกรรมบริโภคที่ดีขึ้น ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีความสามารถในการปรุงอาหาร พัฒนาสมองและทักษะการคิดต่างๆ มีสมาธิ รู้จักมารยาทบนโต๊ะอาหารและการจัดโต๊ะ ศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ รู้จักการทำงานเป็นทีม และนำไปสร้างอาชีพได้ ตามลำดับ

การศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเน้นจุดเด่นของสถาบันที่มุ่งประโยชน์ที่เด็กจะได้รับในด้านโภชนาการจากการเรียนทำอาหารและขนมเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาศักยภาพของเด็กมากกว่าที่จะเน้นการพัฒนาความสามารถในการประกอบอาหารเพื่อใช้เป็นอาชีพในอนาคต ซึ่งการศึกษาดังกล่าวสามารถใช้เป็นประเด็นหลักในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดใจผู้ปกครองในนำบุตรหลานเข้ามาเรียนกับสถาบันฯ ต่อไปได้



รูปที่ 4.5 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่กลุ่มผู้สนใจคาดหวังจากการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะทำอาหารและขนม

ในด้านค่าใช้จ่ายที่กลุ่มผู้สนใจใช้ในการเรียนเสริมทักษะของบุตรหลานในปัจจุบันนั้น อยู่ที่ 2,000-3,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ 4,000-5,000 บาทต่อเดือน 3,000-4,000 บาทต่อเดือน มากกว่า 5,000 บาทต่อเดือน และน้อยกว่า 2,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ ซึ่งช่วงราคา 2,000-3,000 บาทต่อเดือนจะใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคาของสถาบันฯ ต่อไป

สำหรับความคาดหวังในรูปแบบของการให้บริการของสถาบันฯ นั้น จากการศึกษาในเรื่องของอายุเด็กที่เหมาะสมในการเรียน ช่วงเวลาที่ต้องการ รูปแบบการเรียนที่ต้องการ พบว่าช่วงอายุที่เหมาะสมสำหรับเด็กในการเรียนทำขนมและอาหารมากที่สุดคืออายุระหว่าง 7-12 ปี รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 13-15 ปี ช่วงอายุ 15 ปีขึ้นไป และช่วงอายุระหว่าง 4-6 ปี ตามลำดับ โดยช่วงเวลาที่กลุ่มผู้สนใจเห็นว่าเหมาะสมแก่การเรียนการสอนทำขนมและอาหารเด็กมากที่สุด ได้แก่ ช่วงเช้าวันเสาร์ รองลงมาได้แก่ ช่วงบ่ายวันเสาร์ ช่วงเช้าวันอาทิตย์ ช่วงบ่ายวันอาทิตย์ ช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 16.00-17.00 น. ช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์เวลา 17.00-18.00 น. และช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์หลังเวลา 18.00 น. ตามลำดับ ขณะที่รูปแบบที่ต้องการมากที่สุดคือรูปแบบชั้นเรียนที่สอนทั้งผู้ปกครองและเด็ก รองลงมาคือสอนเฉพาะเด็ก และสอนเฉพาะผู้ปกครองเป็นรูปแบบที่ต้องการน้อยที่สุด

ดังนั้นสรุปได้ว่าช่วงอายุของเด็กที่เหมาะสมที่สุดที่สถาบันฯ จะเปิดสอนคือช่วงอายุ 7-12 ปี หรือช่วงประถม ช่วงเวลาที่เหมาะสมคือช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยช่วงเช้าเป็นช่วงเวลาที่มีความต้องการมากกว่า ขณะที่ช่วงวันธรรมดามีความต้องการน้อย โดยช่วงเวลาบ่ายจะเป็นที่ต้องการมากกว่าช่วงเย็น ทั้งนี้เนื่องจากช่วงเย็นเป็นช่วงที่เด็กควรได้รับการพักผ่อนและทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวแล้ว

ขณะที่รูปแบบชั้นเรียนที่สอนทั้งผู้ปกครองและเด็กนั้นเป็นที่ต้องการมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความไม่มั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย ดังที่ศึกษาพบในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กที่ระบุว่าความปลอดภัยของหลักสูตรเป็นสิ่งที่คุณพ่อคุณแม่ให้ความสนใจมากที่สุดในการใช้พิจารณาให้บุตรหลานเรียนทำขนมและอาหาร รองลงมาได้แก่ ความน่าเชื่อถือของหลักสูตร ความหลากหลายของหลักสูตร ความสนุกสนานของหลักสูตร และที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานเป็นสิ่งที่ใส่ใจพิจารณาน้อยที่สุด

กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่าง			กลุ่มผู้สนใจ		
	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน
ระดับความสนใจให้บุตรหลานเรียนทำอาหาร		3.2700	.99602		4.2593	.44096
ความปลอดภัยของหลักสูตร	1	4.4000	.63404	1	4.4444	.59161
ความน่าเชื่อถือของหลักสูตร	2	4.1850	.65030	2	4.2716	.54800
ความหลากหลายของหลักสูตร	3	4.0450	.74549	3	4.1975	.67860
ความสนุกสนานของหลักสูตร	4	4.0250	.73284	4	4.1358	.64717
ใกล้บ้าน	5	3.9850	.85347	5	3.9877	.87312
เวลาการเรียนการสอน	7	3.8850	.72415	9	3.8642	.72030
อัตราค่าเรียน	8	3.8400	.85912	6	3.9630	.84327
ความมีชื่อเสียงของครูผู้สอน	9	3.7600	.74510	7	3.9506	.66898
ความมีชื่อเสียงของโรงเรียน	6	3.9000	2.26399	8	3.9259	.68516
กิจกรรมส่งเสริมการขายน่าสนใจ	10	3.5300	.85013	10	3.7778	.80623
อยู่ในห้างสรรพสินค้า	11	3.2250	.94809	11	3.4691	.96289
ใกล้ที่ทำงาน	12	3.1500	.97584	12	3.3580	1.00385

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้สนใจ

ใช้ในการพิจารณาให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะทำอาหารและขนม

ด้วยเหตุนี้การออกแบบหลักสูตรจึงถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งจากการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องเมนูที่สนใจให้เปิดสอนนั้นพบว่าเมนูเพื่อสุขภาพและเมนูอาหารไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุด รองลงมาได้แก่เมนูแปลกใหม่ เมนูเบเกอรี่ และเมนูอาหารต่างชาติ ตามลำดับ

ในด้านการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตลอดจนการใช้สื่อต่างๆ จากการศึกษพบว่ารูปแบบการส่งเสริมการขายที่กลุ่มผู้สนใจให้ความสนใจมากที่สุด คือ การได้รับส่วนลดในการสมัครหลักสูตรต่อไป รองลงมาได้แก่ ราคาพิเศษเมื่อสมัครเรียนพร้อมกันหลายคน การมีของแถม (Premium) การได้สิทธิร่วมลุ้นรางวัล และอื่นๆ เช่น การทดลองเรียน เป็นต้น

สำหรับสื่อที่กลุ่มผู้สนใจนิยมที่สุดนั้น ได้แก่ สื่อประเภทโทรทัศน์ รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วิทยุ บุคคลรอบ และอื่นๆ เช่น แผ่นป้ายโฆษณา โดยสื่อประเภทรายการ

โทรทัศน์ที่กลุ่มผู้สนใจนิยมรับชมมากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว เกร็ดความรู้ สารคดี ละคร/ภาพยนตร์ กีฬาและท่องเที่ยว วาไรตี้ และอื่นๆ เช่น รายการเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามในการเรื่องใช้สื่อเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดนั้นจำเป็นต้องพิจารณาค่าใช้จ่ายประกอบด้วย ด้วยเหตุนี้ การใช้สื่อที่มีราคาถูกลงและถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงนั้นน่าจะเป็นสิ่งที่เหมาะสมกว่า ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าประเภทนิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างนิยมอ่านมากที่สุด ได้แก่ หนังสือประเภท สุขภาพ ครอบครัว เทคโนโลยี บ้านเท่ง ตกแต่ง แฟชั่น และอื่นๆ เช่น หนังสือรถ ตามลำดับ

ทั้งนี้ผู้สนใจสามารถดูผลการศึกษาโดยละเอียดได้ในภาคผนวก

4.9 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จัดทำการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- การสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหาร ผู้ประกอบธุรกิจด้านสื่อสำหรับเด็ก และคุณครูโรงเรียนอนุบาล/ประถม เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินงานต่างๆ เช่น การออกแบบหลักสูตร เป็นต้น
- การสัมภาษณ์ความต้องการที่แท้จริง ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเด็กที่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 4-15 ปี เพื่อทดสอบผลิตภัณฑ์ (Product Test) ซึ่งในผลิตภัณฑ์ของ Kids Cooking Academy ได้แก่ แผนการดำเนินงานต่างๆ เช่น การออกแบบหลักสูตร ฯลฯ ที่ได้จัดทำขึ้นหลังจากการเก็บรวบรวมและประมวลผลแบบสอบถาม รวมถึงการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการที่แท้จริงในด้านของผู้บริโภค (Consumer Insight) จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ Kids Cooking Academy

4.9.1 ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักโภชนาการ กงโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหาร ABC Cooking Studio, นักการตลาดบริษัท Rose Media ผู้ผลิตและจำหน่ายสื่อสำหรับเด็ก รวมถึงคุณครูคหกรรมโรงเรียนโสมาพัฒนา 4 ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

การสัมภาษณ์นักโภชนาการ พบว่าในส่วนของผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับเรื่องโภชนาการเด็กมากและรัฐเองก็พยายามส่งเสริมอยู่แต่ยังคงไม่เพียงพอเนื่องจากงบประมาณที่มีจำกัด สังคมยังไม่ให้ความสนใจในเรื่องโภชนาการมากเท่าที่ควรแม้ปัจจุบันเด็กไทยจะมีปัญหาดังกล่าวค่อนข้างมาก

ในมุมมองเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมและอาหารสำหรับเด็กนั้น นักโภชนาการมองว่ามีความน่าสนใจมาก แต่ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์อย่างมาก โดยรูปแบบการสอนที่แนะนำคือ การสอนเมนูอาหารสุขภาพ เมนูแบบอาหารชุดที่ให้สารอาหารครบถ้วน สอดแทรกความรู้โดยยังคงมีความสนุกสนาน สำหรับปัจจัยที่เห็นว่ามีผลสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจนั้นคือ การมีหลักสูตรที่หลากหลายปลอดภัยตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ สถานที่ตั้งที่สามารถเดินทางไปมาสะดวก นอกจากนั้นกระทรวงสาธารณสุขยังยินดีช่วยเหลือในเรื่องหลักสูตรการเรียนการสอนหากมีการทำเรื่องขอความช่วยเหลืออย่างเป็นทางการ

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหาร ABC Cooking Studio กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการใช้คือ เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นเมนูที่สอน เวลาที่ให้เด็กเรียนได้ จำนวนผู้เรียนต่อห้องทุกอย่างจะขึ้นอยู่กับลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเมนูที่วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมมักจะเป็นการทำขนมเค้ก ผู้ประกอบการไม่เน้นการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดใดๆ และปัจจุบันเข้ามาทำธุรกิจด้านการจัด Event ต่างๆ ด้วย โดยสิ่งที่ผู้ประกอบการเห็นว่าสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจคือ พนักงาน สถานะทางการเงินและพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ

สำหรับมุมมองเกี่ยวกับอนาคตของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารนั้น ผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจจำเป็นต้องสร้างความหลากหลาย และดำเนินธุรกิจให้ครบวงจรมากขึ้น การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจและหาพันธมิตรที่มีเป้าหมายเดียวกันสามารถร่วมงานและช่วยเหลือกันได้อย่างดี

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจด้านสื่อสำหรับเด็ก บริษัท Rose Media จำกัด จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทพบว่า ทางบริษัทเองเห็นว่าธุรกิจเกี่ยวกับเด็กกำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากผู้ปกครองหันมาให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และสุขภาพอนามัยของบุตรหลานมากขึ้น โดยมองว่าเป็นกลุ่มตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี บริษัทได้มีการนำการ์ตูนวีซีดีเรื่อง “เทลไม แอนด์ พูล่า” ซึ่งเป็นการ์ตูนเกี่ยวกับการทำอาหารเข้ามาจำหน่ายเนื่องจากการ์ตูนที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศอังกฤษ การ์ตูนดังกล่าวจะช่วยให้เด็กได้ความรู้เกี่ยวกับการทำอาหาร การใช้อุปกรณ์การทำอาหารให้ปลอดภัย ตลอดจนความรู้ทางโภชนาการ อย่างไรก็ตามเห็นว่าสื่อต่างๆ ไม่สามารถทดแทนการเรียนในชั้นเรียนได้ทั้งหมด เนื่องจากการเรียนในชั้นเรียนเด็กจะได้ทักษะในเรื่องของการเข้าสังคมและประโยชน์อื่นๆ มากกว่าการศึกษาด้วยตนเองที่บ้าน

ในมุมมองเกี่ยวกับโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กเห็นว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจอย่างมาก แต่จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์อย่างมาก โดยมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยและการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน สำหรับสื่อและพันธมิตรต่างๆ ที่น่าจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทนี้นั้นมองว่าสินค้าและสื่อสำหรับเด็กทุกชนิด

การสัมภาษณ์คุณครูคหกรรม จากมุมมองของคุณครูพบว่าเด็กในปัจจุบันมีปัญหาโภชนาการมากโดยเฉพาะเรื่องการทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์ อย่างไรก็ตามผู้ปกครองเองก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้นเช่นกัน ในโรงเรียนเองก็มีการให้ความรู้ด้านโภชนาการตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษา แต่ไม่มากนัก และเห็นว่าการให้ความรู้ที่ถูกต้องด้านโภชนาการควรเริ่มตั้งแต่ตอนที่ยังเล็กเพราะหากรอจนโตขึ้นการเปลี่ยนนิสัยในการรับประทานอาหารจะทำได้ยากขึ้นด้วยเช่นกัน

สำหรับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมสำหรับเด็กนั้น คุณครูคหกรรมมองว่ามีความน่าสนใจโดยจะต้องเน้นการให้ความรู้ควบคู่ไปกับความสนุกและยังต้องเน้นความปลอดภัยอย่างมาก ด้วย การสอนให้สนุกต้องมีการทำกิจกรรมเป็นกลุ่ม เช่น แข่งขันกันทำอาหาร เล่นเกมส์กัน เนื่องจากเด็กจะมีสมาธิสั้นกว่าผู้ใหญ่ สำหรับที่โรงเรียนแล้วปัจจุบันมีการสอนทำอาหารและขนมอย่างง่าย ๆ เช่น แซนวิช อาหารไข่ เป็นต้น โดยให้เด็กนำวัตถุดิบมากเองจากบ้าน

4.9.2 ผลการสัมภาษณ์ความต้องการที่แท้จริงเพื่อทดสอบผลิตภัณฑ์ (Product Test)

ในการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้ปกครองและเด็กที่มีอายุระหว่าง 4-15 ปีเพื่อทดสอบผลิตภัณฑ์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่ได้ออกแบบไว้จากการประมวลผลด้วยแบบสอบถามนี้ ได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 13 ราย เป็นผู้ปกครองจำนวน 6 ราย และเด็กจำนวน 7 ราย ประกอบด้วย

ผู้ปกครอง

1. คุณวชิราภรณ์	สงวนตระกูล	อายุ 40 ปี	อาชีพ แม่บ้าน
2. คุณมณีนารถ	สีบพิมพวงศ์	อายุ 38 ปี	อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว
3. คุณชนะชน	ศรีเพ็ญ	อายุ 38 ปี	อาชีพ บริษัทเอกชน
4. คุณชนัญญา	ศรีเพ็ญ	อายุ 35 ปี	อาชีพ บริษัทเอกชน
5. คุณนันทยา	ปกครอง	อายุ 30 ปี	อาชีพ พยาบาล
6. คุณนันทิ์หทัย	ชีวะเกรียงไกร	อายุ 35 ปี	อาชีพ บริษัทเอกชน

เด็ก

1. ด.ญ.ฐิตาภา	สงวนตระกูล (มินท์)	อายุ 8 ปี
2. ด.ญ.เบญญาภา	สงวนตระกูล (มายด์)	อายุ 10 ปี
3. ด.ญ.พลอยพญา	สีบพิมพวงส์ (พลอย)	อายุ 10 ปี
4. ด.ญ.ณัฐนิชาร	ศรีเพ็ญ (อุ้ม)	อายุ 13 ปี
5. ด.ช.ณัฐธัญณ์	ศรีเพ็ญ (เอิร์ก)	อายุ 6 ปี
6. ด.ญ.วีรยา	ปกครอง (ออม)	อายุ 4 ปี
7. ด.ช.วิทธิพล	ชีวะเกรียงไกร (อ้ม)	อายุ 10 ปี

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ปกครองเห็นว่าเวลาที่กำหนดไว้สามารถยอมรับได้สำหรับเด็กเล็กใช้เวลา 1 ชั่วโมงและเด็กโต 2 ชั่วโมง โดยเวลาที่สะดวกที่สุดคือวันเสาร์-อาทิตย์ อย่างไรก็ตามเห็นว่าเวลาเรียนในวันธรรมดาของเด็กเล็กควรเริ่มที่ 15.00 น. หรือ 15.30 น. เนื่องจากเด็กเล็กเลิกเรียนเวลาประมาณ 14.00-14.30 น. ขณะที่เด็กโตมักมีเรียนเสริมทักษะที่โรงเรียนอยู่แล้ว ทำให้เลิกเรียนเย็นไม่เหมาะที่จะเรียนเสริมทักษะเพิ่มเติมอีกในวันธรรมดา

ราคาและจำนวนชั่วโมงที่สอนคือ 3,000.-บาทต่อเดือนและใช้เวลาเรียน 8 ชั่วโมงต่อเดือน 16 ชั่วโมงต่อหลักสูตร เป็นเวลาที่สามารถจ่ายได้แต่หากลดราคาได้มากกว่านี้ก็จะช่วยให้ตัดสินใจทดลองเรียนได้มากขึ้น โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าการลดราคาเป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจมากที่สุดเนื่องจากมีภาระค่าใช้จ่ายในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น

ในด้านหลักสูตรที่สอนเน้นในเรื่องความปลอดภัยเป็นสิ่งที่เหมาะสมแล้ว ในด้านการส่งเสริมความรู้ด้านโภชนาการเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีแต่ยังไม่ใช่ว่าสิ่งที่สำคัญนัก หากประชาสัมพันธ์การส่งเสริมพัฒนาการด้านอื่นๆ เพิ่มเติมให้มากขึ้นน่าจะเป็นประโยชน์มากกว่า

สำหรับความสนใจนั้นผู้ปกครอง 3 ใน 6 คนมีความสนใจและเห็นว่าหากมีเปิดจริงมีโอกาสมากที่จะให้บุตรหลานทดลองเรียน เหตุผลเนื่องจากปัจจุบันบุตรมีเรียนทำอาหารเสริมที่โรงเรียนอยู่แล้วซึ่งเป็นที่ยอมรับของบุตรและเห็นว่าบุตรเองมีความสนใจ ประกอบกับไม่ต้องการให้เรียนเสริมทักษะด้านวิชาการเพิ่มเติมมากนัก การเสริมทักษะที่ใช้ในชีวิตประจำวันมีความสำคัญเช่นกัน ส่วนผู้ปกครองที่ไม่สนใจนั้น เนื่องจากเห็นว่าบุตรของตนเป็นเพศชายและไม่มีความสนใจในเรื่องการทำอาหาร แม้จะมีการให้ความรู้ด้านโภชนาการแต่เห็นว่าความชอบของเด็กเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดบางส่วนเห็นว่าการเรียนเสริมทักษะด้านอื่นสำคัญกว่าและบางส่วนเห็นว่าคุ้มสมรสคงไม่เห็นด้วยในการให้บุตรเรียนทำอาหารมากกว่าเรียนเสริมทักษะด้านวิชาการ

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเด็ก สำหรับเด็กหญิงนั้นมีความสนใจ 3 ใน 5 คน และอยากเรียนเสริมทักษะทำอาหารหากมีการเปิดสอนจริง เนื่องจากปัจจุบันมีเรียนที่โรงเรียนอยู่แล้วและเป็นที่ชื่นชอบ โดยให้ความสนใจหลักสูตรต่อเนื่องมากกว่าเพราะพอมีความรู้เบื้องต้นอยู่บ้างแล้ว และอยากให้มีการเล่นเกมที่สนุกและให้ความรู้มากๆ ขณะที่เด็กชายนั้นไม่มีความสนใจแต่อย่างใด

ปัจจุบันเด็กๆ ที่ให้สัมภาษณ์เรียนเสริมทักษะดนตรี, ศิลปะและคณิตศาสตร์ โดยทุกคนบอกว่าชอบ อย่างไรก็ตามสำหรับเด็กหญิงที่ให้ความสนใจเรียนทำอาหารเห็นว่าหากมีเรียนทำอาหารก็อยากเรียนมากกว่า ในเรื่องของวันและเวลาเรียนที่เป็นวันเสาร์-อาทิตย์ครั้งละ 2 ชั่วโมงนั้น เด็กๆ ยอมรับได้หากเรียนแล้วสนุกจริง อย่างไรก็ตามในช่วงปิดเทอมเด็กๆ เห็นว่าอยากไปเที่ยวพักผ่อนมากกว่าเรียนเสริมทักษะ

สรุปภาพรวมจากการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารและขนม ผู้ประกอบธุรกิจสำหรับเด็ก คุณครูโรงเรียนอนุบาล/ประถม และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ปกครองจำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวน 81 ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามระดับความสนใจในการให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะทำอาหารและขนมในระดับมากและมากที่สุดรวมจำนวน 81 ตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้เรียกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 81 ตัวอย่างนี้ว่า “กลุ่มผู้สนใจ” และนำข้อมูลของกลุ่มผู้สนใจนี้เป็นหลักในการวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อใช้ในการศึกษาและกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของ Kids Cooking Academy นั้น พบว่าช่วงอายุสำหรับเด็กที่เหมาะสมที่สุดในการเรียนเสริมทักษะทำอาหารและขนมสำหรับเด็กคือ ช่วงอายุ 7-12 ปี ช่วงเวลานิยามคือวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเช้าได้รับความสนใจมากกว่าช่วงบ่าย และในวันธรรมดาเวลาเย็นยิ่งได้รับความนิยมน้อย ค่าใช้จ่ายที่ยอมรับได้มากที่สุดคือ ไม่เกิน 3,000.-บาทต่อเดือน กิจกรรมส่งเสริมการขายที่สนใจที่สุดคือการได้ส่วนลดพิเศษ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในการพิจารณาให้บุตรหลานเรียนเสริมทักษะทำอาหารและขนม ได้แก่ ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือของหลักสูตร และความหลากหลายของหลักสูตร สิ่งที่คาดหวังมากที่สุดจากการให้บุตรหลานเรียนทำอาหารและขนมคือ ความรู้ทางโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภคที่ดีขึ้น การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยที่คาดหวังการนำไปเป็นอาชีพในอนาคตน้อยที่สุด สำหรับสื่อประเภทนิตยสารนั้นนิตยสารประเภท สุขภาพ ครัว และเทคโนโลยี

จากนั้นได้กำหนดรูปแบบการดำเนินงานต่างๆ ในเรื่องของหลักสูตร กิจกรรมส่งเสริมการตลาด ฯลฯ ทำเป็นตัวอย่างหลักสูตรแล้วใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ ผู้ปกครองและเด็กจำนวน 13 ราย ที่มาใช้บริการต่างๆ ที่ The Crystal ซึ่งกำหนดเป็นที่ตั้งของ Kids Cooking Academy เพื่อปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากที่สุด ดังที่จะได้แสดงรายละเอียดในบทต่อไป