

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง.....	(11)
------------------	------

สารบัญภาพประกอบ	(15)
-----------------------	------

บทที่

1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	4
1.4 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัย.....	8
2.1.1 ทฤษฎีพัฒนาการทางด้านร่างกาย.....	8
2.1.2 ทฤษฎีพัฒนาการทางด้านอารมณ์.....	11
2.1.3 ทฤษฎีพัฒนาการทางสังคม	14
2.1.4 ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญา	18
2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้.....	24
2.2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม	24
2.2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้แบบวางเงื่อนไข.....	26
2.2.3 ทฤษฎีความใกล้ชิดระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองกักรี.....	26
2.2.4 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเชิงพุทธิปัญญา.....	27

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเด็กปฐมวัยและพัฒนาการของเด็กปฐมวัย	28
2.3.1 ความหมายของเด็กปฐมวัย.....	28
2.3.2 ความหมายของพัฒนาการสำหรับเด็กปฐมวัย	29
2.3.2.1 พัฒนาการด้านร่างกาย.....	30
2.3.2.2 พัฒนาการทางอารมณ์จิตใจ	33
2.3.2.3 พัฒนาการด้านสังคม	36
2.3.2.4 พัฒนาการทางสติปัญญา	38
2.4 แนวทางจัดกิจกรรมสำหรับเด็กปฐมวัย.....	42
2.4.1 แนวทางการจัดกิจกรรมการเล่น	43
2.4.2 แนวทางการจัดกิจกรรมนิทานสำหรับเด็กปฐมวัย	48
2.4.3 แนวทางการจัดกิจกรรมเพลงสำหรับเด็ก	51
2.5 การละเล่นเด็กไทย.....	53
2.5.1 ประเภทของการละเล่น	55
2.5.2 การเล่นของเด็กแต่ละภาค	56
2.5.3 ประโยชน์ของการละเล่นของไทย.....	58
2.6 การบริหารจัดการ	69
2.6.1 ความหมายของการบริหารจัดการ	69
2.6.2 กระบวนการของการบริหารจัดการ	70
2.6.2.1 การวางแผน	70
2.6.2.2 การจัดองค์กร.....	72
2.6.2.3 ภาวะผู้นำ	73
2.6.2.4 การควบคุม.....	74
2.7 แนวคิดธุรกิจแฟรนไชส์	76
2.7.1 ความเป็นมาของธุรกิจแฟรนไชส์.....	76
2.7.2 ศัพท์ที่สำคัญของธุรกิจแฟรนไชส์.....	76
2.7.3 เงื่อนไข 9 ประการของธุรกิจแฟรนไชส์	77
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	79

3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	84
3.1 แหล่งข้อมูล	84
3.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	85
3.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	85
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	86
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	86
4. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
4.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	87
4.2 การวิเคราะห์ทางการตลาด (Market Analysis)	107
4.2.1 ภาพรวมของตลาด	107
4.2.2 อุปสงค์และอุปทานทางการตลาด	109
4.2.2.1 อุปสงค์ทางการตลาด	109
4.2.2.2 อุปทานทางการตลาด.....	115
4.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)	116
4.3.1 Environmental Analysis: SPELT.....	117
4.3.2 The Five Force Model	118
4.3.3 SWOT Analysis	122
4.4 การวิเคราะห์ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนกรณีศึกษา	124
4.4.1 GYMBOREE -ผสมผสานการเล่นกับดนตรี	124
4.4.2 Babies Genius -ความฉลาดสอนได้	129
4.4.3 Tumble Tots -เสริมสร้างเชื่อมั่นใจวางพื้นฐานภาษาอังกฤษ	132
4.4.4 The Little Gym-ใช้ยิมนาสตึกเป็นสื่อในการสอน	135
4.4.5 Kidos –Play&Learn Together.....	140

5. การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	143
5.1 ชื่อบริษัท	143
5.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	143
5.2.1 วิสัยทัศน์ (vision)	143
5.2.2 พันธกิจ (mission)	143
5.2.3 เป้าหมาย (goal)	146
5.3 ลักษณะทั่วไปและขอบเขตของธุรกิจ (Product Concept)	147
5.3.1 รูปแบบการบริการ	147
5.3.2 ธุรกิจหลัก (Core Business)	148
5.3.3 ธุรกิจเสริม (Support Business)	150
5.3.4 การขยายตัวธุรกิจในอนาคต (Future Business)	150
5.3.5 ลักษณะการทำธุรกิจ	150
5.3.5.1 ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success Factors)	150
5.3.5.2 บุคคลากรที่สำคัญ (Key personnel)	153
5.3.5.3 มาตรฐานในการประกอบอุตสาหกรรม	155
5.3.6 ขั้นตอนและวิธีการให้บริการ (Process of Services)	155
5.4 แผนโครงสร้างการบริหารจัดการ	158
5.4.1 รูปแบบการบริการ	158
5.4.1.1 การก่อตั้งกิจการ	158
5.4.1.2 โครงสร้างของบริษัท (Company Structure)	159
5.4.2 สถานที่ตั้ง	166
5.4.3 แนวคิดการออกแบบ	168
5.4.3.1 การออกแบบพื้นที่และอุปกรณ์เพื่อการเรียนการสอน	168
5.4.3.2 ตราสัญลักษณ์ (LOGO)	169
5.5 องค์ประกอบของสถาบันไบรท์ เบบี้	170
5.5.1 โปรแกรม Bright Baby: Thai Playing & Toy	170
5.5.2 โปรแกรม Bright Baby: Thai Music	183
5.5.3 โปรแกรม Bright Baby: Thai Art	184

5.5.4	โปรแกรม Bright Baby: Thai Cooking.....	185
5.5.5	โปรแกรม Baby Massage.....	186
5.5.6	การจัดอบรมสัมมนา.....	187
5.5.7	การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop).....	189
5.5.8	การจัดกิจกรรมพิเศษ.....	190
5.5.9	การผลิต ของเล่นไทย และสื่อวีซีดีเสริมทักษะ.....	191
5.5.10	พื้นที่เช่าสำหรับจำหน่ายสินค้า.....	193
5.6	แผนการจัดกิจกรรมหลักสูตร.....	202
5.7	กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies).....	204
5.7.1	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning).....	205
5.7.2	การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	206
5.7.3	กลยุทธ์สร้างความแตกต่างเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage).....	207
5.7.3.1	กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง.....	208
5.7.3.2	กลยุทธ์เน้นตลาดเฉพาะ (Niche).....	214
5.8	การบริหารแผนการตลาด.....	215
5.8.1	กลยุทธ์การตั้งราคาและการสื่อสารการตลาด.....	215
5.8.1.1	กลยุทธ์ในการตั้งราคา (Pricing Strategy).....	215
5.8.1.2	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด.....	219
5.8.2	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy).....	220
5.8.3	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy).....	220
5.8.4	กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion Strategy).....	221
5.8.4.1	การประชาสัมพันธ์.....	221
5.8.4.2	การจัดโปรโมชั่นพิเศษ.....	225
5.8.5	แผนการตลาด (Marketing Plan).....	228
5.8.6	งบประมาณในการทำการตลาด.....	235
5.9	แผนบริหารความเสี่ยง.....	243
5.10	แผนฉุกเฉิน (Contingence Plan).....	245

5.11 แผนงบประมาณทางการเงิน	246
5.11.1 ข้อมูลทางการเงิน (Financial data).....	246
5.11.2 สมมุติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	247
5.11.3 การคำนวณหาค่าต้นทุนของกิจการ	249
5.11.4 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน.....	259
5.11.5 การวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ (Scenario Analysis).....	259
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	261
6.1 การประเมินและสรุปผลโครงการ	261
6.1.1 การประเมินผลจากปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ	261
6.1.2 ผลประโยชน์ทางด้านวัฒนธรรม	262
6.2 ข้อเสนอแนะ.....	263
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภครวม	265
ข. แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม	268
ค. แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชน.....	270
ง. แบบสัมภาษณ์.....	27
บรรณานุกรม	279
ประวัติการศึกษา.....	285