

บทที่ 5

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

5.1 ชื่อบริษัท

ชื่อสถาบันส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชน

: บริษัท การละเล่นไทย จำกัด

Thai Playing Co.,Ltd

ชื่อทางการค้า : Bright Baby Avenue

สโลแกน : Play and Learn in Thai Style
เล่นพาเพลิน Learn แบบไทย

5.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

5.2.1 วิสัยทัศน์ (vision)

เป็นสถาบันที่มีความเป็นเลิศในการให้บริการแบบครบวงจรของธุรกิจการศึกษาด้านการส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กโดย “สถาบันจะปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญที่สุดเปรียบเสมือนญาติสนิทในครอบครัว”

5.2.2 พันธกิจ (mission)

1. เป็นธุรกิจไทยมืออาชีพด้านส่งเสริมพัฒนาการเด็กเทียบเท่าสากล การพัฒนาธุรกิจครอบคลุมทุกด้านของการเข้าใจเด็กและพ่อแม่ผู้ปกครองอย่างแท้จริง ในการส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กและสร้างองค์ความรู้ให้แก่พ่อแม่ผู้ปกครองในการเลี้ยงดูบุตร “สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้-เล่นแบบไทย”

2. การสร้างชื่อตราสินค้าไทย ให้มีชื่อเสียง แข็งแกร่ง เชี่ยวชาญและเป็นผู้นำด้านธุรกิจการศึกษาเด็กก่อนวัยเรียนที่ครบวงจร

แนวความคิด

สถาบันฯ ไบรท์ เบบี้ นำการละเล่นไทยมาเป็นสื่อกลางเพื่อถ่ายทอดกิจกรรมที่จะทำ ให้เด็กได้เรียนรู้จากการได้เล่น เพราะเด็กจะเกิดความเพลิดเพลินและมีความสุขกับการได้ “เล่น” การเปิดโอกาสให้เด็กได้เล่นอย่างเต็มที่ และแทรกการเรียนรู้ไว้ จึงเป็นวิธีที่ดีที่สุดที่จะให้เด็กได้สนุก และได้เรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ความสนุกสนาน เสียงหัวเราะ และการเรียนรู้จะเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการ ที่เด็กๆ ได้ค้นคว้า แก้ปัญหา ผูกฝนทักษะต่างๆ ทั้งทางร่างกาย สังคม อารมณ์ ภาษา สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้การเรียนรู้ด้วยโปรแกรมของ ไบรท์ เบบี้ เด็กจะได้สัมผัสกับ การละเล่นไทย ของเล่นไทย ที่ยังคงไว้ด้วยความสนุกและคุณประโยชน์อันควรค่าแก่การอนุรักษ์ สืบทอดให้คงอยู่

โปรแกรมของ ไบรท์ เบบี้ เป็นหลักสูตรพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้จากการ ค้นคว้าและวิจัยของสถาบันฯ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กและการละเล่นของไทย เด็ก จะได้เรียนรู้อย่างสนุกสนานผ่านโปรแกรมเหล่านี้ ซึ่งทุกโปรแกรมออกแบบเพื่อกระตุ้นพัฒนาการ ของเด็กๆ อย่างเหมาะสมต่อช่วงวัยของเขา มีจุดประสงค์ที่ชัดเจน และจะเปลี่ยนเนื้อหาหลักของ การเรียนรู้ในทุกสัปดาห์ ซึ่งไม่เพียงแต่เด็กๆ เท่านั้นที่จะเกิดความสุขแม้กระทั่งพ่อแม่ผู้ปกครองก็ จะได้กลับมาสนุกอีกครั้งจากการได้เล่นการละเล่นที่ยังอยู่ในความทรงจำเมื่อวัยเยาว์ อันส่งผลให้ ทั้งเด็กและพ่อแม่ได้เกิดการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน

Bright Baby เป็นที่ออกกำลังกายสำหรับเด็ก

ห้องกิจกรรม Thai Playing & Toy ของ ไบรท์ เบบี้ ปลอดภัยด้วยอุปกรณ์มาตรฐาน และออกแบบมาเพื่อรองรับการฝึกฝน พัฒนาทักษะทางด้านร่างกายของเด็กเล็ก โดยเฉพาะเด็กๆ จะได้ออกกำลังกายท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมความคิดในเชิงบวก

Bright Baby เป็นโลกแห่งการเรียนรู้

กิจกรรมในโปรแกรมของ ไบรท์ เบบี้ ช่วยให้เด็กๆ เรียนรู้อย่างสนุกสนานไปกับ วัฒนธรรมการละเล่นไทย ไบรท์ เบบี้ จะสอดแทรกจุดมุ่งหมายของการเรียนรู้เรื่องการละเล่นไทย เรื่องรอบตัว และแนวความคิดเรื่อง การนับ ตัวอักษร ตัวเลข สี รูปร่าง อวัยวะต่างๆ ในร่างกาย เพลง จังหวะ การเคลื่อนไหว รวมถึงการพัฒนาทักษะการฟัง และการพูด

Bright Baby เป็นที่ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์

ที่ ไบรท์ เบบี้เปิดกว้างในการให้เด็กๆ ได้ใช้จินตนาการ จะได้เรียนรู้เพลงและดนตรีไทยทั้งในอดีตและปัจจุบัน ค้นพบจังหวะและท่วงทำนองอันไพเราะในชั้นเรียน Thai Music และจะได้แสดงฝีมืออย่างเต็มที่กับงานทุกชิ้น ในชั้นเรียน Thai Art เขาจะเป็นศิลปินตัวน้อย และเปี่ยมไปด้วยพลังความคิดสร้างสรรค์ ไม่เพียงเท่านั้นกับการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในการทำอาหารและขนมไทยในชั้นเรียน Thai Cooking ที่ล้วนเต็มเปี่ยมไปด้วยสาระและการเรียนรู้อันไร้ขีดจำกัด เด็กจะได้สนุกกับได้ทดลองทำขนมไทย ที่มีคุณค่า อร่อยและปลอดภัยจากสารพิษ

Bright Baby เป็นที่ซึ่งเต็มไปด้วยความอบอุ่น

คุณครูและเจ้าหน้าที่ของ ไบรท์ เบบี้ทุกคนมีความเข้าใจในพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็กแต่ละช่วงวัย รวมทั้งพร้อมที่จะทำความเข้าใจในความต่างของเด็กแต่ละคนที่อยู่ในวัยเดียวกัน และปฏิบัติต่อเด็กๆ แต่ละคนในลักษณะที่เหมาะสมสำหรับเขา ดังนั้นในระหว่างการสอน และดูแลเด็กๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมใดๆ หรือเป็นเด็กวัยใด คุณแน่ใจได้ว่าเจ้าตัวเล็กของคุณจะอยู่ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่อบอุ่น เต็มไปด้วยความเข้าใจ และการให้กำลังใจ

Bright Baby เป็นจุดเริ่มต้นของสังคมเล็กๆ ของลูก

การพาเด็กๆ มาเข้าชั้นเรียนที่ ไบรท์ เบบี้เป็นสิ่งที่ดีสำหรับเด็กและพ่อแม่ เมื่อได้พบปะและสนุกสนานกับเพื่อนในวัยเดียวกัน รวมทั้งเพื่อนต่างวัยในทุกสัปดาห์ เด็กๆ จะเริ่มต้นการเรียนรู้ทักษะทางสังคม การรอคอย การแบ่งปัน และการทำงานร่วมกับเพื่อนๆ

ยุทธศาสตร์

1. ด้านเนื้อหาองค์ความรู้ (Context) ใช้งานวิจัยและการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านการละเล่นไทย ของเล่นไทย เพลงดนตรีไทย การทำขนมไทย การนวดเด็ก และการบริหารจัดการสถาบันฯ เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ โดยใช้ทักษะการนำเสนอแบบสื่อผสมเพื่อให้เด็กมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ (Interactive) ก่อให้เกิดการเรียนรู้การละเล่นไทยจากการปฏิบัติด้วยตนเอง (Play & Learn) ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินและได้รับประโยชน์จากการเล่น
2. ด้านการประสานพลัง (Support) ทำงานร่วมระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งขอความร่วมมือกับพันธมิตร เครือข่ายจากภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์และพันธกิจของสถาบันฯ เป็นสำคัญ

3. ด้านการสนับสนุน (Sponsor) ขอความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์การภาครัฐ และเอกชนที่มีนโยบายค้ำจุนส่งเสริมสังคม ในการช่วยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและมีการสร้างเครือข่ายพันธมิตร (Barter) ในการจัดกิจกรรมต่างๆโดยคำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะรับเป็นสำคัญ

4. ด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เลือกสรรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทางด้านพัฒนาการเด็ก การละเล่นไทยผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่างๆ รวมทั้ง ที่ปรึกษาทางด้านการบริหาร การเงิน การตลาด เข้าร่วมร่วมมือและบูรณาการองค์ความรู้ร่วมกันเพื่อวางแผนทางอันเหมาะสมของสถาบันฯต่อไป

5.2.3 เป้าหมาย (goal)

ระยะสั้น พ.ศ.2552-2553

1. สร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคสนใจเข้ามาทดลองเรียนและกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเรียน โดยเน้นย้ำถึงการสร้างองค์ความรู้เพื่อให้เด็กได้รับประโยชน์และพัฒนาการที่ดีขึ้นจากการเล่นและเรียนรู้ผ่านการละเล่นไทย

2. กระตุ้นผู้บริโภคให้ทราบถึงความสำคัญของการส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กและคุณค่าของวัฒนธรรมการละเล่นไทย

3. ชิงส่วนแบ่งตลาดของศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนให้ได้ 15 %

4. บริหารธุรกิจให้มีกำไรขั้นต้น (Gross Margin) 25%

ระยะกลาง พ.ศ.2554-2556

1. ขยายสาขาให้ได้ 8 สาขาในบริเวณที่มีศักยภาพในเขตกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคทั้งในศูนย์การค้า, อาคารเดี่ยว (Stand Alone)

2. เปิดแฟรนไชส์ในประเทศไทย

3. จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด

4. ชิงส่วนแบ่งตลาดของศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนให้ได้ 30 %

5. บริหารธุรกิจให้มีกำไรขั้นต้น (Gross Margin) 30%

6. ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม

ระยะยาว พ.ศ.2557-2564

1. ขยายสาขาเพิ่มเติมให้ครอบคลุมกรุงเทพมหานครและตามเมืองขนาดใหญ่ให้ได้

12 สาขา

2. ขยายแฟรนไชส์ไทยสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

3. สร้างการรับรู้ผ่านสื่อโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค

4. พัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมอย่างต่อเนื่องให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าและจงรักภักดีต่อ

ตราสินค้า

5. ขยายส่วนแบ่งตลาดอย่างต่อเนื่อง

6. ส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสังคม

5.3 ลักษณะทั่วไปและขอบเขตของธุรกิจ (Product Concept)

5.3.1 รูปแบบการบริการ

จากการศึกษาและผลของข้อมูลวิจัยพบว่าปัจจุบันพ่อแม่ผู้ปกครองมีความสนใจในการส่งเสริมพัฒนาการให้กับลูกมากขึ้น โดยมีความสนใจต่อการส่งเสริมพัฒนาการเด็กด้วยกิจกรรมของไทย ในขณะที่ไม่มีรูปแบบของศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กด้วยกิจกรรมและการละเล่นของไทย ตลอดจนรูปแบบความต้องการการสถาบันส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการให้สถาบันมีบริการที่หลากหลาย สถาบันจึงมุ่งเน้นรูปแบบของการส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กด้วยการจัดโปรแกรมหลักสูตรและบริการให้ครบวงจรด้วยการส่งเสริมพัฒนาการด้วยกิจกรรมการละเล่นไทย ของเล่นไทย ศิลปะไทย เพลงและดนตรีไทย การทำอาหารไทย การนวดเด็กแผนไทย การจัดอบรมสัมมนา ให้แก่พ่อแม่ผู้ปกครองอย่างต่อเนื่องตลอดจนการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับพ่อแม่ยุคใหม่ที่มีความสนใจในเรื่องของพัฒนาการลูกอย่างสม่ำเสมอ คือการเน้นให้บริการแบบครบวงจรรอบรู้เรื่องพัฒนาการเด็กเล็กในด้านต่างๆ เพื่อเสริมทักษะให้เด็กได้เรียนรู้จากการทำกิจกรรมต่างๆ และพ่อแม่สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาใช้กับเด็กอย่างเป็นรูปธรรม

ภาพที่ 5.1
รูปแบบธุรกิจ (Business Model)

กิจกรรม	ส่วนประกอบโครงการ
โปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการ	Thai Playing & Toy
	Thai Music
	Thai Art
	Thai Cooking
	Baby Massage
การจัดอบรมสัมมนา	สัมมนา
	Work Shop
การสร้างรายได้อื่นๆ	การจัดกิจกรรมพิเศษ
	การผลิตของเล่นไทย, สื่อมัลติมีเดีย
	พื้นที่เช่า

5.3.2 ธุรกิจหลัก (Core Business)

ธุรกิจการให้บริการโปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กด้วยการนำการละเล่นไทยมาประยุกต์เป็นโปรแกรมหลักของสถาบันฯ และโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมด้านต่างๆของไทย ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ออกแบบมาให้สามารถพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ให้กับเด็กเพื่อให้เด็กได้เรียนรู้ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในตนเองอย่างเต็มที่ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆโดยประยุกต์มาจากวัฒนธรรมไทย ทั้งนี้การจัดหลักสูตรจะมีความสอดคล้องตามช่วงอายุและพัฒนาการที่เหมาะสมของเด็กแต่ละวัยดังนี้

ตารางที่ 5.1
ตารางแสดงหลักสูตรของ ไบรท์ เบบี้

โปรแกรม	เด็กอายุ
Bright Baby : Thai playing &Toy	6 เดือน-1 ปี
	1-2 ปี
	2-3 ปี
	3-4 ปี
	4-5 ปี
	5-6 ปี
Bright Baby : Thai Music	1-2 ปี
	2-3 ปี
	3-4 ปี
	4-5 ปี
	5-6 ปี
Bright Baby : Thai Art	1-2 ปี
	2-3 ปี
	3-4 ปี
	4-5 ปี
	5-6 ปี
Bright Baby : Thai Cooking	3-6 ปี
Bright Baby : Baby Massage	0-6 ปี

5.3.3 ธุรกิจเสริม (Support Business)

1. การจัดอบรมสัมมนาเพื่อส่งเสริมความรู้แก่พ่อแม่ผู้ปกครองในการส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิสาขาต่างๆ
2. การจัดกิจกรรม Work shop สำหรับเด็กและพ่อแม่
3. การจัดกิจกรรมในงานพิเศษต่างๆ เพื่อหารายได้จากการสนับสนุนของพันธมิตร
4. การผลิตของเล่นไทยโดยการประยุกต์ใช้วัสดุที่มีความเหมาะสมเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้วยกิจกรรมของไทยและสื่อมัลติมีเดีย ภายใต้แบรนด์ ไบร่ เบบี้
5. ธุรกิจให้บริการเช่าพื้นที่ร้านค้า เพื่อจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของพ่อแม่ยุคใหม่

5.3.4 การขยายตัวธุรกิจในอนาคต (Future Business)

1. การขยายธุรกิจในรูปแบบสาขาและแฟรนไชส์ เพื่อให้กระจายการบริการสู่กลุ่มผู้บริโภคให้มากที่สุด สะดวกในการเข้าใช้บริการ มีมาตรฐานต่างๆ เหมือนกันทุกสาขา
2. ธุรกิจสถานรับเลี้ยงเด็ก (Nursery)
3. การทำรายการเผยแพร่ความรู้เรื่องการละเล่นไทยทางโทรทัศน์
4. บริการห้องสมุด
5. Hot Line สายด่วนให้บริการปรึกษาเรื่องการส่งเสริมพัฒนาการของลูก

5.3.5 ลักษณะการทำธุรกิจ

5.3.5.1 ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success Factors) องค์ประกอบที่ทำให้สถาบันฯ มั่นใจในความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นโดยใช้หลักการวิเคราะห์ 4P มีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product)

องค์ประกอบของสถาบันฯ ไบร่ เบบี้ อเนก มีองค์ประกอบและการบริการที่หลากหลายครบวงจร สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยสาระและบันเทิงในคราวเดียวกัน

เนื้อหาการนำเสนอ โปรแกรมของสถาบันฯ มีความหลากหลายเพียงพอต่อการเรียนรู้ของเด็ก ซึ่งจะมีการประยุกต์ให้เข้ากับสภาพสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสนใจอยากเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา

เทคนิคและวิธีการนำเสนอ ใช้สื่อผสมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มานำเสนอ เพื่อดึงดูดและกระตุ้นความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมการละเล่นไทย โดยให้เด็กมีปฏิสัมพันธ์ได้ตอบ และได้เรียนรู้จากการปฏิบัติด้วยตนเอง

รูปแบบการตกแต่ง ตกแต่งสถาบันฯ ให้มีความสวยงาม โดดเด่น ในเรื่องของสีสันทันเหมาะสำหรับเด็ก เพื่อดึงดูดให้เด็กเกิดการเรียนรู้ ซึ่งรูปแบบการตกแต่งจะเป็นเอกลักษณ์ของสถาบันฯ และสามารถสร้างความประทับใจกับผู้พบเห็น

การบริการ เจ้าหน้าที่และคุณครูให้ความดูแลอย่างใกล้ชิด เป็นกันเอง สามารถอธิบายลักษณะการละเล่นต่างๆ ให้เป็นที่เข้าใจได้ง่ายทั้งกับตัวเด็กและผู้ปกครอง มีความสามารถในการสอนภาษาแบบ Bilingual ซึ่งเด็กและผู้ปกครองไม่ว่าเชื้อชาติใด สัญชาติใด เมื่อมีความสนใจในวัฒนธรรมไทยแล้ว ก็จะได้เรียนรู้และเข้าใจกิจกรรมต่างๆ ของสถาบันฯ ได้ ซึ่งคุณครูมีความสามารถในการผสมผสานการเล่นกับการเรียนรู้ให้เด็กได้เพลิดเพลินจากบทเรียนในแต่ละครั้ง ทำให้เด็กได้รับประโยชน์จากการเล่นและเรียนรู้ต่างๆ ได้จริง

2. ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กิจกรรมพิเศษ การจัดกิจกรรมภายในและภายนอกสถาบันฯ รวมทั้งการจัดตั้งร้านค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและส่งเสริมการดำเนินงานของสถาบันฯ ได้

ภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การโฆษณาและการวางแผนการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ และจดจำ ตอกย้ำในตราสินค้ากับผู้บริโภค อย่างต่อเนื่อง มีความสำคัญต่อการเผยแพร่กิจกรรมของสถาบันฯ

ระบบสมาชิก สร้างระบบสมาชิก เพื่อดึงดูดการมีส่วนร่วม สร้างเครือข่ายและความภักดีในตราสินค้า เพื่อเป็นปัจจัยในการสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันฯ ในระยะยาว

3. ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคาของค่าใช้จ่ายบริการและผลิตภัณฑ์ของสถาบันฯ ราคาของโปรแกรมต่างๆ ของสถาบันฯ จะมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคของสถาบันฯ และมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมสินค้าของสถาบันฯ อย่างต่อเนื่อง

4. ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)

ทำเลที่ตั้ง พื้นที่ที่มีความเพียงพอต่อองค์ประกอบของโครงการ เป็นพื้นที่ที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอาศัยอยู่ การเดินทางสะดวก

ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคสามารถเดินทางหรือโทร.ติดต่อสอบถามและนัดหมายเวลาในการทดลองเรียนและเข้าใช้บริการได้ที่ โบรท์ เบบี อเวนิว ได้โดยตรง

5. ปัจจัยด้านบริหารจัดการ (Management)

การบริหารจัดการ วางแผนธุรกิจ การดำเนินงาน การจัดทรัพยากรภายในสถาบันฯ อย่างเป็นระบบ รวมทั้งสร้างวัฒนธรรม องค์การให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ เล่นผ่านความเป็นไทยอย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยและการพัฒนา สถาบันฯ มีการวิจัยพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมให้มีความเหมาะสมกับเด็กแต่ละช่วงวัยและพัฒนาการอย่างเป็นรูปธรรม จากการรวบรวมการละเล่นไทยและกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆมากมาย ที่เป็นการส่งเสริมพัฒนาการเด็กในทุกๆส่วน ได้แก่ พัฒนาการทางร่างกายและการเคลื่อนไหว พัฒนาการทางอารมณ์ พัฒนาการทางสังคม และ พัฒนาการทางสติปัญญา ก่อให้เกิด ภาวะความฉลาดทางปัญญา (IQ) ภาวะความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) และความฉลาดทางการเล่น (PQ) รวมไปถึงการปลูกฝังความคิดด้านศีลธรรมหรือระดับของศีลธรรม (MQ) และ ความฉลาดในการแก้ไขปัญหา (AQ) ภายใต้บริบทเหล่านี้จะเป็นตัวส่งเสริมให้เด็กได้เติบโตอย่างมีศักยภาพและคุณภาพ เป็นบุคคลที่มีความพร้อมและความสามารถต่อไปในอนาคตและนำมาปฏิบัติได้จริง สามารถประเมินและติดตามผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 5.2
ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของ โปรแกรม

ปัจจัย	ลักษณะ	น้ำหนัก
1.ผลิตภัณฑ์/บริการ	องค์ประกอบของสถาบันฯ	0.1
	เนื้อหาการนำเสนอ	0.18
	เทคนิคและวิธีการนำเสนอ	0.12
	รูปแบบการตกแต่ง	0.05
	การบริการ	0.05
2.กิจกรรมส่งเสริมการตลาด	กิจกรรมพิเศษ	0.1
	ภาพลักษณ์	0.1
	ระบบสมาชิก	0.04
3.ราคา	ราคาของค่าใช้จ่ายบริการและผลิตภัณฑ์ของสถาบัน	0.02
4.สถานที่	ทำเลที่ตั้ง	0.02
	ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.02
5.การบริหารจัดการ	การบริหารและการวางแผน	0.1
	การวิจัยและพัฒนา	0.1
รวม		1.00

5.3.5.2 บุคลากรที่สำคัญ (Key personnel)

1. คุณครูผู้นำกิจกรรม คือผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินกิจกรรมและสร้างสรรค์บทเรียนให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในแต่ละโปรแกรม ครูต้องมีความแม่นยำในการถ่ายทอดเนื้อหาที่สอนให้เด็กได้เรียนรู้จากการเล่น และทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการเรียนรู้ของลูกอย่างถูกวิธี ครูผู้นำยังต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมการเรียนรู้และบุคลิกภาพของเด็ก ตลอดจนมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีมเพื่อออกแบบแผนงานกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพัฒนาการเด็กด้วยการละเล่นไทยให้เกิดขึ้นได้จริง

2. ทีมผู้บริหารและที่ปรึกษาด้านต่างๆของสถาบันฯ ที่เป็นผู้กำหนดโปรแกรมและแผนการดำเนินงานเพื่อให้สถาบันฯ ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ ตลอดจนบุคลากรผู้ดำเนินงานและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อาทิ แพทย์ นักจิตวิทยาเด็ก ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการแขนงต่างๆ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มิวิจัยและพัฒนาโปรแกรมหลักสูตรของสถาบันฯ และพรีเซนเตอร์ที่มีชื่อเสียง ก็เป็นองค์ประกอบที่มีส่วนสำคัญที่จะช่วยให้โครงการประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ โดยมีรายนามดังนี้

ตารางที่ 5.3
รายนามที่ปรึกษาของ ไบรท์ เบบี้

รายชื่อ	ตำแหน่ง	ประสบการณ์/เชี่ยวชาญ
1. คุณธณินท์ สมะลาภา	ที่ปรึกษาหลัก	ประธานสมาคมส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดระยอง
2. พญ.ชนิกา ตูจินดา	ที่ปรึกษาหลักสูตร	ด้านพัฒนาการเด็ก
3. ดร.จิตตินันท์ เดชะคุปต์	ที่ปรึกษาหลักสูตร	ด้านการละเล่นไทย
4. คุณอุ๋นเรื่อน ศิริมุขาคม	ที่ปรึกษาการตลาด	ผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการตลาด
5. คุณกำพล ศรณะรัตน์	ที่ปรึกษาการเงินและบัญชี	ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ กสท.
6.คุณสรวงมณท์ สิทธิสมาน	ที่ปรึกษาการจัดกิจกรรมพิเศษ	บก.นิตยสาร Mother & Care นิตยสารสำหรับแม่และเด็ก
7. คุณแอนดรูส์ บิกส์	ที่ปรึกษาภาษาต่างประเทศ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาอังกฤษ

5.3.5.3 มาตรฐานในการประกอบอุตสาหกรรม มาตรฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินสถาบันฯ คือ

1. มาตรฐานด้านการศึกษา การจัดกิจกรรมและหลักสูตรการเรียนสำหรับเด็กเล็กเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและทักษะการเรียนรู้จากการเล่นในด้านต่างๆ จำเป็นต้องได้รับการรับรองหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้มีแนวทางในการประเมินผลที่ชัดเจนและเป็นหลักสูตรที่ถูกต้องได้รับการยอมรับ

2. มาตรฐานของห้องเรียนและอุปกรณ์เครื่องเล่นภายในห้องเรียน ควรเป็นอุปกรณ์ที่มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและผ่านการทดสอบโดยได้รับเครื่องหมายรับรอง เช่น สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) ตลอดจนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีวางจำหน่ายเช่น ของเล่นเด็ก ต้องผ่านการตรวจสอบและมีเครื่องหมายว่าเหมาะสมกับเด็กวัยใด

ภาพที่ 5.2

แสดงเครื่องหมายมาตรฐาน มอก.



5.3.6 ขั้นตอนและวิธีการให้บริการ (Process of Services)

การเข้าใช้บริการของสถาบันฯ ในส่วนของการส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กตามโปรแกรมที่วางไว้ ผู้ปกครองทำการเลือกโปรแกรมที่มีความเหมาะสมกับพัฒนาการและอายุของลูกและชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้า ดังนี้

ตารางที่ 5.4

ตารางแสดงโปรแกรมและอัตราค่าใช้จ่าย

โปรแกรม	เด็กอายุ	เวลาเรียน ต่อ 1 สัปดาห์	จำนวนครั้ง ต่อ โปรแกรม	ราคา/ครั้ง	รวมเป็นเงิน
Bright Baby: Thai Playing &Toy	6 เดือน-1 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	1-2 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	2-3 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	3-4 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
	4-5 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
	5-6 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
Bright Baby: Thai Music	1-2 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	2-3 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	3-4 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
	4-5 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
	5-6 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
Bright Baby: Thai Art	1-2 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	2-3 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	3-4 ปี	45 นาที	10	400	4,000
	4-5 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
	5-6 ปี	1 ชม.	10	400	4,000
Bright Baby: Thai Cooking	3-6 ปี	1 ชม.	10	450	4,500
Baby Massage	0-6 ปี	45 นาที	10	350	3,500
ค่าธรรมเนียม แรกเข้า	สมาชิกรายปี		2,000		
	สมาชิกปัจจุบัน-6 ปี		4,500		
ลงทะเบียนเรียนมากกว่า 1 โปรแกรม ส่วนลด			10 %		
ทดลองเรียน 1 ครั้ง			ฟรี		

สมาชิกของทางสถาบันฯ สามารถเลือกช่วงเวลาที่มีการจัดการเรียนตามตารางที่ทางสถาบันฯ จัดสอน โดยจะต้องกำหนดวันที่จะมาเรียนประจำแต่หากสมาชิกมีความจำเป็นต้องลาหรือไม่สามารถมาเรียนในวันที่กำหนดได้ จะต้องแจ้งล่วงหน้าเพื่อทำการขดเซย์ชั่วโมงที่ขาดไป สถาบันฯ เปิดทำการตั้งแต่ วันอังคาร-อาทิตย์ เวลา 08.00 น.-18.00 น. ปิดทำการวันจันทร์ ซึ่งทางสถาบันฯ ทำการจัดตารางกิจกรรมช่วงเวลาที่เด็กมีความพร้อมในการเรียนรู้ และความสะดวกของพ่อแม่ผู้ปกครองในการเลือกเวลาที่จะเข้าเรียน ดังนี้

ตารางที่ 5.5

ตารางการจัดโปรแกรม

เวลา	อ		พ		พฤ		ศ		ส		อา	
08.00-09.00	นวดเด็ก		นวดเด็ก		นวดเด็ก		นวดเด็ก		นวดเด็ก		นวดเด็ก	
09.00-10.00	1-2 ปี	2-3 ปี	2-3 ปี	3-4 ปี	3-4 ปี	4-5 ปี	5-6 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	4-5 ปี	5-6 ปี	5-6 ปี
10.00-11.00	2-3 ปี	3-6 ปี	3-4 ปี	3-6 ปี	4-5 ปี	3-6 ปี	1-2 ปี	3-6 ปี	3-4 ปี	3-6 ปี	4-5 ปี	3-6 ปี
11.00-12.00	6 ด-1 ปี	1-2 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	2-3 ปี	3-4 ปี	6 ด-1 ปี	5-6 ปี	4-5 ปี	3-4 ปี	3-4 ปี	4-5 ปี
12.00-13.00	1-2 ปี	3-6 ปี	2-3 ปี	3-6 ปี	3-4 ปี	3-6 ปี	4-5 ปี	3-6 ปี	5-6 ปี	3-6 ปี	3-4 ปี	3-6 ปี
13.00-14.00												
14.00-15.00	3-4 ปี	5-6 ปี	6 ด-1 ปี	1-2 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	2-3 ปี	3-4 ปี	5-6 ปี	4-5 ปี	4-5 ปี	5-6 ปี
15.00-16.00	5-6 ปี	3-6 ปี	1-2 ปี	3-6 ปี	2-3 ปี	3-6 ปี	5-6 ปี	3-6 ปี	4-5 ปี	3-6 ปี	5-6 ปี	3-6 ปี
16.00-17.00	4-5 ปี	4-5 ปี	5-6 ปี	5-6 ปี	6 ด-1 ปี	1-2 ปี	1-2 ปี	2-3 ปี	4-5 ปี	5-6 ปี	5-6 ปี	3-4 ปี
17.00-18.00	3-4 ปี	3-6 ปี	5-6 ปี	3-6 ปี	1-2 ปี	3-6 ปี	2-3 ปี	3-6 ปี	5-6 ปี	3-6 ปี	4-5 ปี	3-6 ปี



โปรแกรม Thai Playing & Toy



โปรแกรม Thai Art



โปรแกรม Baby Massage



โปรแกรม Thai Music



โปรแกรม Thai Cooking

จากตารางการจัดโปรแกรมจะเห็นว่าทางสถาบันฯ จะจัดให้วันเสาร์และอาทิตย์เป็นโปรแกรมของเด็กที่มีอายุตั้งแต่ 3 ปี- 6 ปี เพราะว่าจะเป็นวันหยุดของเด็กที่จะต้องไปโรงเรียนทำให้ผู้ปกครองสามารถพาเด็กมาเข้าชั้นเรียนในวันหยุดได้ และในช่วงวันธรรมดาเป็นช่วงที่เด็กอายุ 6 เดือนจนถึง 3 ปี ผู้ปกครองส่วนใหญ่ยังไม่ได้ให้เด็กไปเนอสเซอรี่หรือเข้าเรียนอนุบาล จึงสามารถพาเด็กมาเข้าชั้นเรียนในวันดังกล่าวได้

การปิดทำการของสถาบันฯ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนจะทำการปิดวันจันทร์ เนื่องจากในวันเสาร์และอาทิตย์จะมีเด็กมาเข้าชั้นเรียนมากเป็นพิเศษทำให้คุณครูและเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายต้องทำงานหนัก วันจันทร์จึงเป็นวันปิดทำการของสถาบันฯ เพื่อให้บุคลากรได้พักผ่อนและมาเริ่มต้นการทำงานในวันอังคารอีกครั้ง

5.4 แผนโครงสร้างการบริหารจัดการ

5.4.1 รูปแบบการดำเนินงาน

5.4.1.1 การก่อตั้งกิจการ

บริษัท การละเล่นไทย จำกัด เป็นองค์กรที่สร้างจากแนวความคิดที่ว่า การละเล่นไทยสามารถสร้างเสริมพัฒนาการทั้งร่างกายและจิตใจให้กับเด็กเล็กในด้านต่างๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเวลาที่สำคัญแห่งการพัฒนาเด็กคือช่วง 0-6 ปี จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นสำหรับพ่อแม่และผู้ดูแลเด็กที่จะต้องเลี้ยงดูและส่งเสริมพัฒนาการของเด็กในช่วงเวลาสำคัญนี้

ประกอบด้วยการร่วมทุนจากผู้บริหารที่มีประสบการณ์และที่ปรึกษาที่มีความสามารถและมีความสนใจเชี่ยวชาญพัฒนาการเด็กในด้านต่างๆ เพื่อสร้างศักยภาพและชื่อเสียงของสถาบันฯ ให้เกิดขึ้นและลดความเสี่ยงภายใต้ภาวะการแข่งขันในธุรกิจการศึกษาเด็กเล็กที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

5.4.1.2 โครงสร้างของบริษัท (Company Structure)

บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นที่ 70,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นจำนวน 3,000,000 หุ้น โดยมีผู้ถือหุ้นทั้งหมด 7 คน กรรมการผู้จัดการถือหุ้น 2,800,000 หุ้น กรรมการ 6 คน ถือหุ้นคนละ 700,000 หุ้น

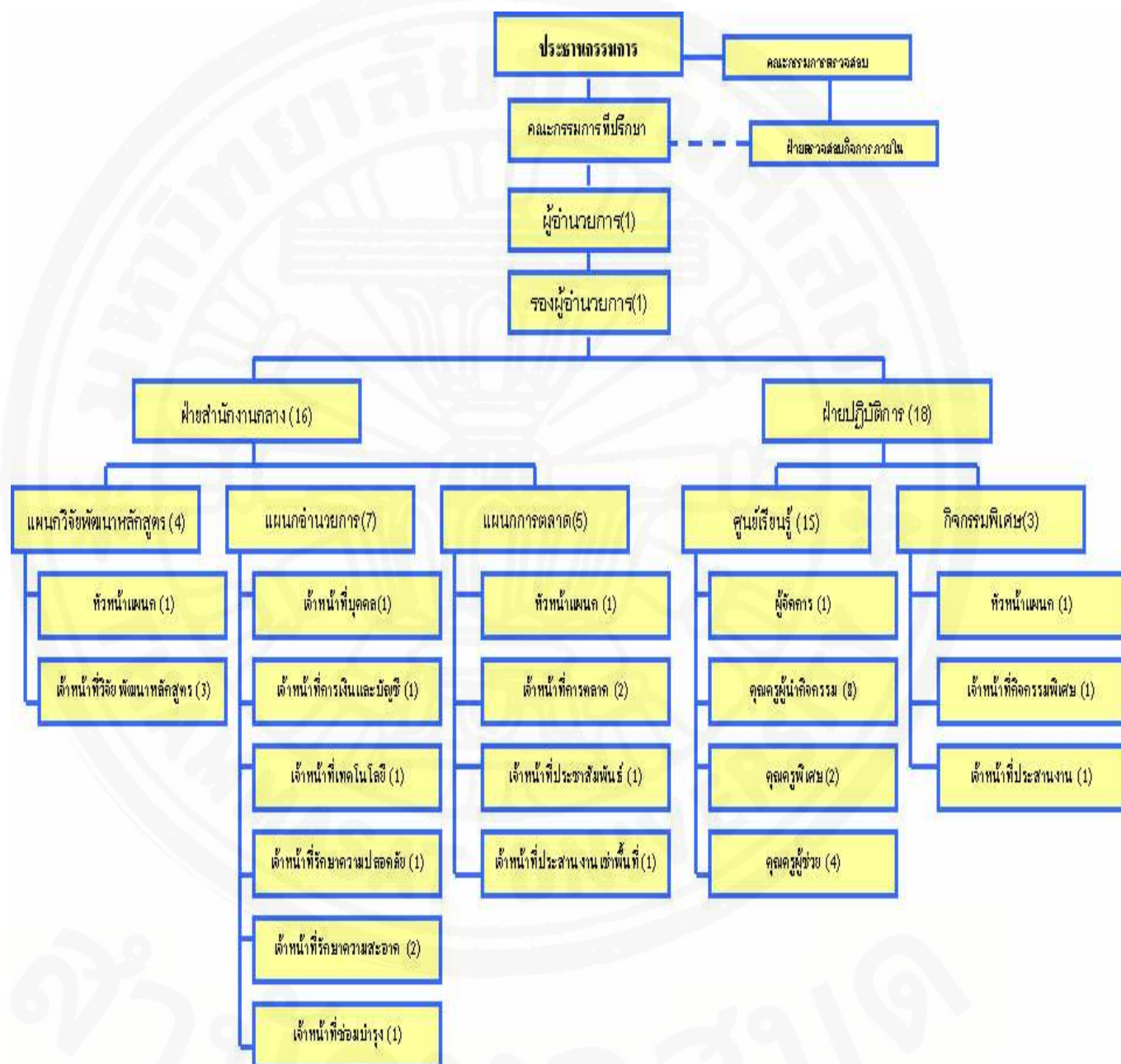
โครงสร้างการถือหุ้น

ชื่อ		จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น(บาท)	สัดส่วน(%)
1. คุณปัทมิกา	อนุรักษ	2,800,000	28,000,000	40%
2. คุณธานินทร์	สมะลาภา	700,000	7,000,000	10%
3. ทพ.ภาณุวัฒน์	ลังกาพินธุ์	700,000	7,000,000	10%
4. ทพ.บรรชา	ทีชะสุข	700,000	7,000,000	10%
5. คุณสรวิมล	สิทธิสมาน	700,000	7,000,000	10%
6. คุณพรนิภา	ทาคะโน	700,000	7,000,000	10%
7. คุณไข่มุก	ปวงแก้ว	700,000	7,000,000	10%
รวม		7,000,000	70,000,000	100%

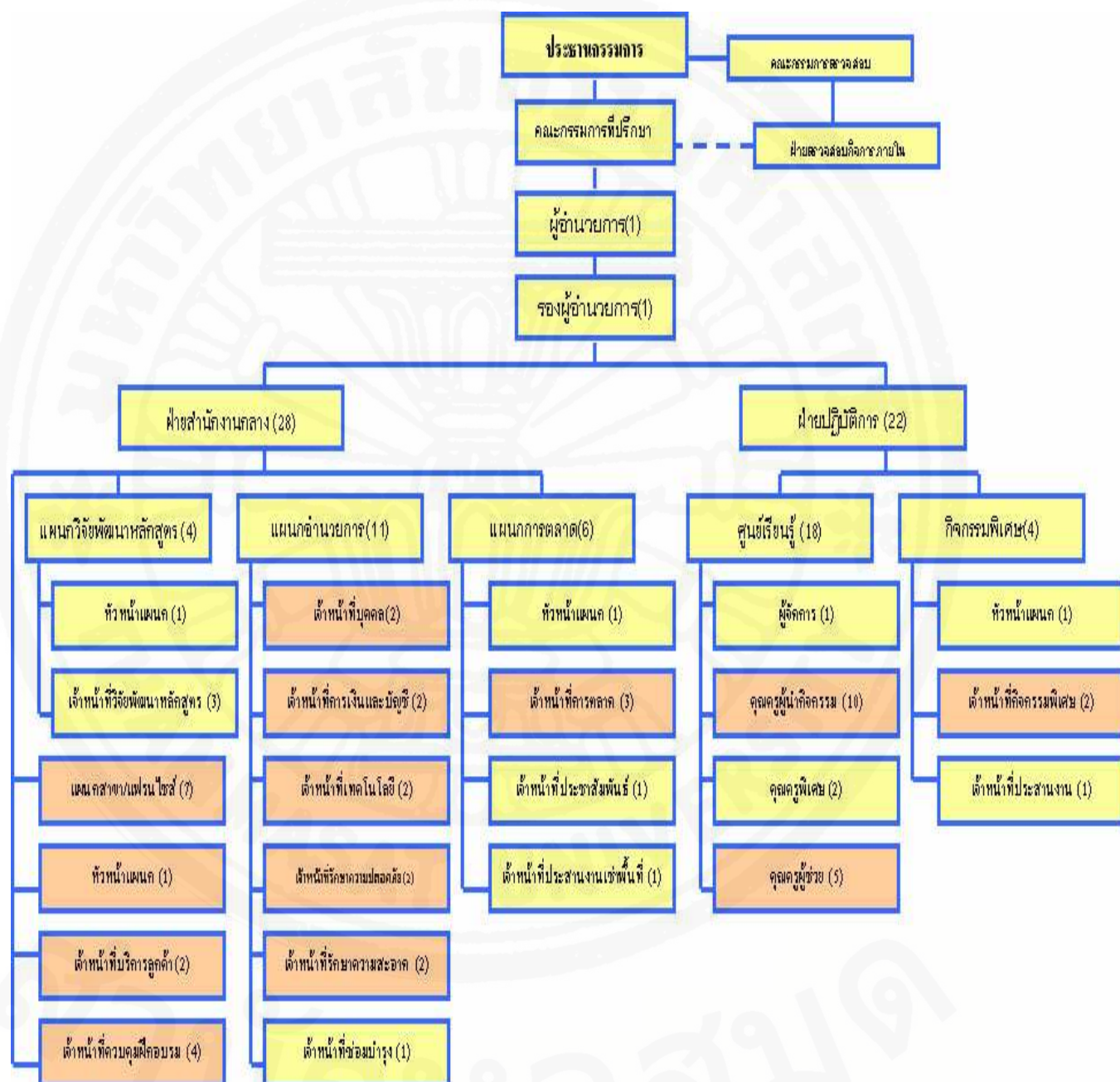
ผังโครงสร้างการบริหารงาน

ในการดำเนินกิจการให้สถาบันฯ บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ในการเป็นผู้นำด้านธุรกิจ การศึกษาเด็กเล็กที่ครบวงจร สถาบันฯ ต้องมีการขยายตัวและปรับโครงสร้างให้เหมาะสมในแต่ละ ช่วง ดังนั้นในการจัดทำแผนธุรกิจของ สถาบันฯ “ไบรท์ เบบี้” จึงได้มีการกำหนดโครงสร้างในช่วง ต่างๆ และจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นดังนี้

ภาพที่ 5.3
โครงสร้างองค์กร ช่วงปีที่ 1-2



ภาพที่ 5.4
โครงสร้างองค์กร ช่วงปีที่ 3 ขึ้นไป



สถาบันไบรท์ เบปี้มีพนักงานประจำสถาบันฯ ในช่วงปีที่ 1-2 ทั้งสิ้น 36 คนแบ่งเป็น ฝ่ายสำนักงานกลาง 18 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการ 1 คน รองผู้อำนวยการ 1 คน แผนกวิจัยพัฒนาหลักสูตร 4 คน แผนกผู้อำนวยการ 7 คน แผนกการตลาด 5 คน และ ฝ่ายปฏิบัติการ 18 คน ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้ 15 คน แผนกกิจกรรมพิเศษ 3 คน ซึ่งสามารถสรุปจำนวนและค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือนของพนักงานสถาบันไบรท์ เบปี้ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.6

สรุปค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ช่วงปีที่ 1-2

ตำแหน่งหน้าที่	จำนวน(คน)	เงินเดือน(บาท)
1. ผู้อำนวยการ	1	80,000
2.รองผู้อำนวยการ	1	55,000
ฝ่ายสำนักงานกลาง		
3. หัวหน้าแผนกวิจัยพัฒนาหลักสูตร	1	40,000
4. เจ้าหน้าที่วิจัยพัฒนาหลักสูตร	3	20,000*3 60,000
5. เจ้าหน้าที่บุคคล	1	18,000
6.เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี	1	18,000
7. เจ้าหน้าที่เทคโนโลยี	1	12,000
8. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	1	7,000
9.เจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด	2	7,000*2 14,000
10.เจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุง	1	7,000
11. หัวหน้าแผนกการตลาด	1	40,000
12.เจ้าหน้าที่การตลาด	2	20,000*2 40,000
13. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	1	20,000
14.เจ้าหน้าที่ประสานงานเช่าพื้นที่	1	12,000
ฝ่ายปฏิบัติการ		
15.ผู้จัดการศูนย์เรียนรู้	1	40,000
16.คุณครูผู้นำกิจกรรม	8	20,000*8 160,000

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)
สรุปค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ช่วงปีที่ 1-2

ตำแหน่งหน้าที่	จำนวน(คน)	เงินเดือน(บาท)
17.คุณครูพิเศษ	2	ชั่วโมงละ 3,000*10 ครั้ง (คน) 60,000
18.คุณครูผู้ช่วย	4	9,000*4 36,000
19.หัวหน้าแผนกกิจกรรมพิเศษ	1	40,000
20.เจ้าหน้าที่กิจกรรมพิเศษ	1	20,000
21.เจ้าหน้าที่ประสานงาน	1	12,000
*** ทีมคณะที่ปรึกษา	7	30,000*7 210,000
รวม	36	1,001,000

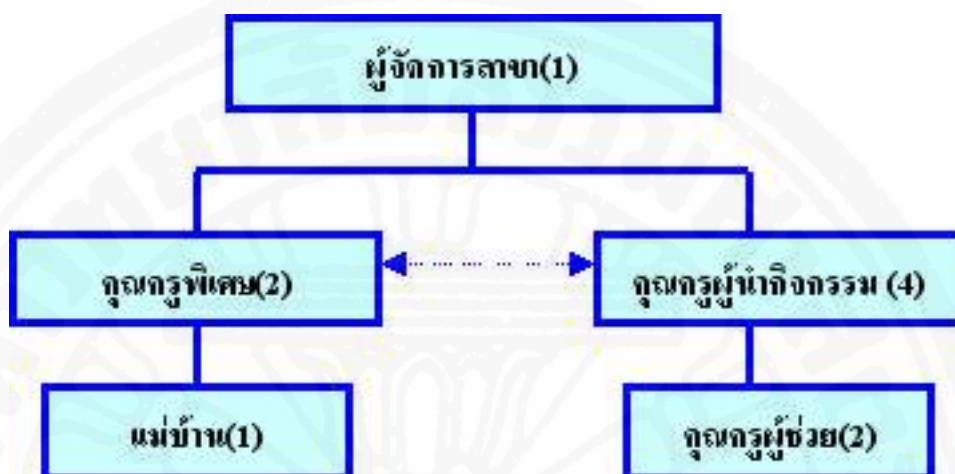
และในช่วงปีที่ 3 เป็นต้นไป สถาบันไบรท์ เบบี ได้เพิ่มแผนกสาขาและแฟรนไชส์ และจำนวนบุคลากรเพิ่มขึ้น เนื่องจากการขยายบริการเพื่อให้ครอบคลุมเขตพื้นที่เป้าหมายให้มากขึ้นในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งสามารถสรุปจำนวนและค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือนของพนักงานสถาบันไบรท์ เบบี ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.7
สรุปค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรที่เพิ่มขึ้นช่วงปีที่ 3 เป็นต้นไป

ตำแหน่งหน้าที่	จำนวน(คน)	เงินเดือน(บาท)
เพิ่มแผนกดังนี้		
1. หัวหน้าแผนกสาขา/แฟรนไชส์	1	40,000
2. เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า	2	20,000*2 40,000
3. เจ้าหน้าที่ควบคุมฝึกอบรม	4	18,000*4 72,000
เพิ่มจำนวนพนักงานดังนี้		
4. เจ้าหน้าที่บุคคล	1	18,000
5. เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี	1	18,000
6. เจ้าหน้าที่เทคโนโลยี	1	12,000
7. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	1	7,000
8. เจ้าหน้าที่การตลาด	2	20,000*2 40,000
9. คุณครูผู้นำกิจกรรม	2	20,000*2 40,000
10. คุณครูผู้ช่วย	1	9,000
11. เจ้าหน้าที่กิจกรรมพิเศษ	1	12,000
รวม	17	308,000

เมื่อสถาบันโบรท์ เบปี้ ได้ขยายธุรกิจในรูปแบบของสาขาและแฟรนไชส์แล้วจะมี
รูปแบบโครงสร้างของแต่ละสาขาดังนี้

ภาพที่ 5.5
โครงสร้าง สถาบันฯ สาขา/แฟรนไชส์



ซึ่งสามารถสรุปจำนวนและค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือนของพนักงานโบรท์ เบปี้ รูปแบบ สาขาและแฟรนไชส์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.8
สรุปค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรแต่ละสาขา

ตำแหน่งหน้าที่	จำนวน(คน)	เงินเดือน(บาท)
1. ผู้จัดการสาขา	1	40,000
2.คุณครูผู้นำกิจกรรม	4	20,000*4 80,000
3.คุณครูพิเศษ	2	ชั่วโมงละ 3,000*10 ครั้ง (คน) 60,000
4.คุณครูผู้ช่วย	2	9,000*2 18,000
5.แม่บ้าน	1	7,000
รวม	10	245,000

5.4.2 สถานที่ตั้ง

การเลือกสถานที่ตั้งมีผลอย่างมากต่อการดำเนินการของสถาบันฯ เพราะธุรกิจมีลักษณะเป็นเชิงการให้บริการและธุรกิจการศึกษาเด็กเล็กลูกค้าจะต้องเข้ามาติดต่อเอง ซึ่งต้องเลือกทำเลที่เดินทางสะดวกและมีที่จอดรถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ปกครอง มีแหล่งผ่อนคลายเป็นสามารถทำกิจกรรมอื่นๆขณะที่รอลูกเรียนอยู่ในชั้นเรียนได้

การให้บริการของสถาบันฯจึงได้เลือกเปิดสำนักงานใหญ่ เป็นอาคารเดี่ยว (Stand alone) โดยการซื้อที่ดินและทำการปลูกสร้างอาคารบนพื้นที่ 375 ตารางวา (พื้นที่ 37.5*40 ตารางเมตร = 1,500 ตารางเมตร) และทำการก่อสร้างอาคารใช้งานจำนวน 3 ชั้น ที่จอดรถ จำนวน 1 ชั้น รวมเป็น 4 ชั้นรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.9
พื้นที่ใช้สอยของอาคารแต่ละชั้น

อาคาร	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)	พื้นที่โดยรอบ(ตร.ม.)
ชั้นที่ 1	1,280	220
ชั้นที่ 2	1,070	400
ชั้นที่ 3	1,070	400
ชั้นจอดรถ G1	1,300	300
รวม	4,720	1,320

ชั้นจอดรถสามารถจอดรถได้ประมาณ 200 คัน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สถาบันฯสามารถใช้ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆได้รวมทั้งสิ้น 4,720 ตารางเมตร และสถาบันฯ ไบรท์ เบบี้ จะมีต้นแบบในย่าน สุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ซึ่งตรงกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ได้เลือกไว้ โดยสถิติของประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้เป็นกลุ่มที่มีความสนใจด้านพัฒนาการเด็กและกลุ่มชาวต่างชาติที่สนใจวัฒนธรรมไทย มีกำลังจ่าย การเดินทางไปมาสะดวก ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า ทองหล่อ และมีสถานที่สำคัญในบริเวณใกล้เคียง อาทิ Market Place สุขุมวิท 55, ห้างสรรพสินค้าเอมโพเรียม, อุทยานเบญจศิริ เป็นต้น

ตารางที่ 5.10
สถิติจำนวนผู้พักอาศัยในพื้นที่และใกล้เคียง

เขต	ชาย	หญิง	รวม	จำนวนบ้าน
วัฒนา	38,124	42,472	80,596	46,430
แขวงคลองเตยเหนือ	4,044	4,470	8,514	9,614
แขวงคลองตันเหนือ	22,678	24,882	47,560	26,349
แขวงพระโขนงเหนือ	11,402	13,120	24,522	10,467

รายงานสถิติจำนวนประชากร และบ้าน ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2549

ที่มา : http://www.dopa.go.th/xstat/p4910_07.html, กรมการปกครอง

ประกอบกับ สถาบันได้เลือกสถานที่ตั้ง โดยพิจารณาถึงกำไร ค่าใช้จ่ายความสัมพันธ์
กับลูกค้า ความสัมพันธ์กับพนักงาน และปัจจัยที่สำคัญอื่นๆ ตลอดจนระยะเวลาที่สถาบันจะ
ประกอบกิจการจึงถือเป็นทำเลที่เหมาะสมสำหรับการเปิดสถาบันฯ

ภาพที่ 5.6
แสดงแผนที่ตั้ง



5.4.3 แนวคิดการออกแบบ

5.4.3.1 การออกแบบพื้นที่และอุปกรณ์เพื่อการเรียนการสอน

ในการออกแบบพื้นที่ของห้องกิจกรรมและอุปกรณ์เพื่อการเรียนการสอนมีแนวคิดสำคัญเพื่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เด็กอย่างมีความเหมาะสมและจะต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ห้องเรียน

เป็นห้องที่มีการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยอย่างลงตัว สามารถปรับเปลี่ยนและตกแต่งได้ใหม่ตลอดเวลา มีความสะอาด กว้างขวาง เหมาะสมเป็นพื้นที่ให้เด็กได้ทำกิจกรรม

2. อุปกรณ์เครื่องเล่นและของเล่น

ลักษณะของเครื่องเล่นเป็นแบบประยุกต์ที่ผสมผสานเครื่องเล่นสมัยใหม่ร่วมกับสถาปัตยกรรมไทยและลักษณะที่สำคัญของการละเล่นไทย เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดหลักในการออกแบบ ตกแต่งทั้งนี้ต้องมีสีสันสดใสสวยงาม เพื่อดึงดูดให้เด็กสนใจและสนุกในการเล่น ทั้งนี้

ต้องง่ายในการผลิตและติดตั้ง สามารถดัดแปลงการใช้งานได้หลายแบบเพื่อให้เหมาะกับสถานที่
ผู้ใช้และกิจกรรมที่ต่างกันได้ลักษณะของของเล่น วัตถุประสงค์หลักในการผลิตต้องเป็นวัสดุจาก
ธรรมชาติ มีความคงทน ปลอดภัย บำรุงรักษาได้ง่าย และของเล่นบางชนิดต้องมีการประยุกต์ใช้
โดยอาจทำขึ้นจากวัสดุที่มีความคงทนแทนวัสดุจากธรรมชาติ ให้มีสีสันสดใส ชวนให้เด็กสนใจ
ต้องปลอดภัยไม่เป็นอันตรายต่อผู้เล่นและสิ่งแวดล้อม เช่น พลาสติกปลอดสารพิษ เป็นต้น

3. กิจกรรมและสื่อในการเรียนการสอน

ต้องเป็นอุปกรณ์ที่เด็กสามารถใช้จินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ของตนเองอย่าง
เต็มที่ เพื่อให้เด็กได้เกิดทักษะจากการเรียนรู้ และรวมหลักการเล่นหลายประเภทเข้าด้วยกันเป็น
การเล่นที่ต่อเนื่อง เพื่อให้ผลในการพัฒนาด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคม

5.4.3.2 ตราสัญลักษณ์ (LOGO)

ภาพที่ 5.7

ตราสัญลักษณ์ (Logo)



5.5 องค์ประกอบของสถาบันไบรท์ เบบี้

จากรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ของสถาบันฯ ที่ต้องการให้เป็นแหล่งส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กโดยมีการละเล่นไทยเป็นสื่อกลาง และเป็นศูนย์รวมที่สามารถตอบสนองความต้องการในชีวิตของพ่อแม่ยุคใหม่ แบบครบวงจร ซึ่งต้องประกอบไปด้วย โปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กผ่านการละเล่นไทย การอบรมสัมมนา และการสร้างรายได้อื่นๆ จึงสามารถจัดองค์ประกอบของสถาบันฯ ได้ดังนี้

- 1) โปรแกรม Bright Baby: Thai Playing & Toy
- 2) โปรแกรม Bright Baby: Thai Music
- 3) โปรแกรม Bright Baby: Thai Art
- 4) โปรแกรม Bright Baby: Thai Cooking
- 5) โปรแกรม Baby Massage
- 6) การจัดสัมมนา
- 7) การจัดอบรมเชิง
- 8) ปฏิบัติการ Workshop
- 9) การจัดกิจกรรมพิเศษ
- 10) การผลิต
- 11) ของเล่นไทย, สื่อมัลติมีเดีย
- 12) พื้นที่เช่า

โดยจะมีรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบของสถาบันฯ ดังต่อไปนี้

5.5.1 โปรแกรม Bright Baby: Thai Playing & Toy

วัตถุประสงค์ เป็นกิจกรรมที่让孩子ได้ฝึกทักษะในการใช้กล้ามเนื้อทุกส่วนในร่างกายร่วมทำกิจกรรมการละเล่นไทย ของเล่นไทย โดยมีพื้นที่กว้างขวางในการวิ่งเล่น เด็กจะสนุกและได้เรียนรู้การละเล่นไทยอย่างเป็นรูปธรรม กิจกรรม Play Group แส่นสนุก เน้นการออกกำลังกาย กล้ามเนื้อมัดใหญ่ และการพัฒนาทักษะทางด้านร่างกายของเด็กๆ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมในทางบวก การให้กำลังใจ ปราศจากการแข่งขัน และเป็นสถานที่ซึ่งคุณกับเด็กๆ จะได้เริ่มต้นเรียนรู้

ทักษะทางสังคม ผ่านการแบ่งปันและการเล่นกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับเพื่อนๆ ในชั้น โดยมีรูปแบบและเนื้อหาของการเรียนดังนี้

1) รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

โปรแกรมการสอนของ ไบรท์ เบบี้ จะทำการสอนเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Bilingual) โปรแกรม 1 ครั้ง ใช้เวลา 45 นาที - 1 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับความจำกัดของสมาธิเด็กและสมรรถนะทางร่างกายโดยระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการทำกิจกรรมคือ 45 นาที ในเด็กเล็กอายุ 6 เดือนถึง 3 ปี และ 1 ชั่วโมงสำหรับเด็กอายุ 3 -6 ปี เด็กจะมีสมาธิในการเรียนรู้ได้ดีและทำกิจกรรมโดยไม่เหนื่อยเกินไป

ตารางที่ 5.11

เนื้อหาโปรแกรม Bright Baby: Thai Music ต่อ 1 ครั้ง

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	รายละเอียด
1. กิจกรรม ร้องเพลง ทักทาย (Hello Song) และแนะนำตัวประมาณ 5 นาที	คุณครูผู้นำแนะนำตนเองและสร้างความคุ้นเคยระหว่างเด็กและพ่อแม่ เพื่อสร้างความสนิทสนมและทำให้พ่อแม่กล้าแสดงออกในการชักนำลูกๆ เข้าร่วมกิจกรรม โดยใช้บทร้อง ลิเก/แหล่/ลำตัด/หมอลำ เป็นต้น เช่น บทแนะนำตัวลิเก สวัสดีพ่อแม่ผู้ปกครองทั้งหลาย เด็กหญิงชาย ตัวน้อยๆที่น่ารัก เจอกันทุกวันเราต้องทักด้วยคำว่า “สวัสดี” คุณครู(ชื่อเล่นครู) อยากทำความรู้จักและนี้รักเด็กทุกคนในห้องนี้ ขอคุณหนูหน่อยให้ซัดๆซักที แล้วบอกครูได้มั้ย หนูชื่ออะไรคะ.....และสร้างความคึกคักด้วยเครื่องดนตรีไทยเช่น กลอง ฉิ่ง	เริ่มจากกิจกรรมกลุ่มเป็นวงกลมตอนเริ่มขึ้น เป็นการแนะนำตัวแบบง่ายๆ ด้วยเสียงเพลง เพื่อกระตุ้นให้เด็กตื่นตัว และมีความพร้อม

ตารางที่ 5.11 (ต่อ)

เนื้อหาโปรแกรม Bright Baby: Thai Music ต่อ 1 ครั้ง

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	รายละเอียด
2. กิจกรรมเสริมทักษะ (Motor Perceptual Skill) ประมาณ 10 นาที	ปล่อยให้เด็กได้เล่นตามอัธยาศัย (Free Play)	เสริมสร้างทักษะทางภาษา ตัวเลข การรู้จักส่วนต่างๆ ของร่างกาย
3.การเตรียมความพร้อมของร่างกาย (Warm Up) ประมาณ 10 นาที	แนะนำกิจกรรมการเล่นไทย พร้อมประโยชน์ที่เด็กจะได้รับ พ่อแม่ผู้ปกครองสามารถนำกลับไปเล่นกับลูกที่บ้านได้	
4.กิจกรรมกลุ่ม (Group Activity) ตามด้วยกิจกรรมเสริมทักษะทางร่างกาย (Exploration) ประมาณ 15 นาที	การร่วมสนุกเข้ากลุ่มเพื่อเล่นกิจกรรมที่เป็นเกม ของการเล่นไทย พ่อแม่มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและเล่นร่วมกับลูก ต่อด้วยการปล่อยให้เด็กได้เล่นและเรียนรู้ของเล่นไทยตามมุมต่างๆของห้อง	
5.จบด้วย การร้องเพลงปิด ประมาณ 5 นาที	เด็กๆจะได้สนุกกับการเล่นฟองสบู่ เปิดโอกาสให้พ่อแม่ได้ซักถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตรและสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวไบร์ เบบี้	เป็นเพลงประจำของไบร์ เบบี้ เนื้อหาเกี่ยวกับการเล่นไทย ที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการต่างๆ สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมการเล่นไทย

2) การนำการเล่นไทยมาจัดกิจกรรม

การจัดกิจกรรมการเล่นไทยแต่ละชนิดของสถาบันฯ ได้ผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องพัฒนาการเด็กว่าสามารถช่วยส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของเด็กได้โดยทางสถาบันจะจัดเป็นหลักสูตรเพื่อให้เด็กและผู้ปกครองได้ร่วมสนุกและเรียนรู้ผ่านการเล่น โดยสามารถแบ่งการเล่นไทยโดยใช้ทักษะในการเล่นไว้ดังนี้

ตารางที่ 5.12

การจำแนกประเภทของการเล่นไทยตามทักษะในการเล่น

ทักษะในการเล่น	การเล่น
กลุ่มที่ 1 การพูดและฟัง	ขี้ตู่กลางนา ซ่อนหา โพงพาง รีรีข้าวสาร หมากรุกเก็บ อ้ายโมง ภูกินหาง มอญซ่อนผ้า เสือไล่หมู อ้ายเข้าอ้ายโขง
กลุ่มที่ 2 การนับและคาดคะเน	กำทาย อีตัก ตีวงล้อ ลิงชิงหลัก ลูกหิน จู๋นางเข้าห้อง เสือกินวัว หมากรุกเก็บ ดมดอกไม้ ปิดตาตีหม้อ เสือข้ามห้วย
กลุ่มที่ 3 การใช้ไหวพริบ การตัดสินใจ ความคล่องแคล่วว่องไว	กาปักไข่ แก้อีตดนตรี ขี้ม้าส่งเมือง ดมดอกไม้ น้ำขึ้นน้ำลง ลิงชิงหลัก กะโดเชือก เสือตกถัง
กลุ่มที่ 4 การใช้กล้ามเนื้อ	เขย่งแก๊งกอย เล่นว่าว ขี้ม้าส่งเมือง วิ่งเปี้ยว จู๋นางเข้าห้อง ตีจับเสือตกถัง เดินกะลา กระต่ายขาเดียว เสือข้ามห้วย หมากรุกเก็บ อีตัก ตีลูกล้อ ลิงชิงหลัก
กลุ่มที่ 5 การปลูกฝังค่านิยม ทักษะ เช่น ความซื่อสัตย์ อดทน	ซ่อนหา ขี้ม้าส่งเมือง โพงพาง ชักคะเย่อ กาปักไข่

จากผลการสำรวจข้อมูลพบว่าการละเล่นไทยที่ผู้ปกครองเห็นว่าควรส่งเสริมให้แก่บุตรหลาน 10 อันดับแรก ซึ่งจะนำการละเล่นเหล่านี้มาสร้างเป็นจุดเด่นให้กับทางสถาบันฯ โดยสามารถแสดงวิธีการเล่นและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งสามารถแบ่งช่วงอายุของการละเล่นไทยในการเสริมพัฒนาการในด้านต่างๆดังนี้



ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์

การเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
แม่งูหรืองูกินหาง (MAE – NGOO OR NGOO GIN HANG)	อุปกรณ์การเล่น หางงูที่ทำจากผ้าหรือกระดาษขมวดเป็นเกลียวยาวเท่าๆ กัน 2 หาง สถานที่ที่เป็นพื้นที่โล่งราบเรียบ ขนาดประมาณ 15 * 15 เมตร สนามเล่นทำเส้นเป็นวงกลมรัศมี 6 เมตร วิธีเล่น - กำหนดผู้เล่นเป็น 2 ทีมๆละ 6 คน แต่ละฝ่ายยืนเป็นแถวตอนใช้มือจับเอวต่อกันไว้ ทั้งสองทีมยืนหันหน้าเข้าหากันอยู่คนละด้านของนอกวงกลม คนสุดท้ายของแต่ละทีมให้หันหลังไว้ด้านหลัง โดยให้หางโผล่ออกมาข้างนอกอย่างน้อย 30 ซม. - เมื่อได้สัญญาณเริ่มเล่น ให้หัวแถว (หัวงู) แต่ละฝ่ายนำขบวนเดินเคลื่อนเข้าหากัน คนที่อยู่หัวแถวจะต้องพยายามหาทางเข้าแย่งหางของฝ่ายตรงข้าม ส่วนคนที่อยู่หางแถวต้องพยายามหลบหลีกไม่ให้ถูกแย่งหางออกจากตัวไปได้ - ทีมใดสามารถคว้าหางของฝ่ายตรงข้ามมาถือไว้ในมือได้ จะเป็นฝ่ายชนะ กติกา 1. ขณะเคลื่อนที่ไล่คว้าหางกันนั้น แต่ละทีมต้องระวังไม่ให้มือที่จับกันหลุดจากขบวน 2. อนุญาตให้คนหัวแถวของแต่ละฝ่าย ใช้การเบมือเพื่อผลักดัน บัด ป้องการแย่งของฝ่ายตรงข้ามได้ แต่จะต้องไม่กำมือ หรือชก ต่อย ทุบ ตี ทีม แทะ ต้องไม่ใช้ความรุนแรงใดๆ ส่วนผู้เล่นคนอื่นๆ ในขบวนจะใช้มือผลักดัน บัดป้องไม่ได้โดยเด็ดขาด ห้ามไม่ให้ผู้เล่นของแต่ละทีมใช้มือจับหางไว้ หรือใช้ขยี้เสื้อหรือสิ่งอื่นมาปกคลุมหางของทีมตนไว้ ทีมใดมือที่จับต่อกันเป็นขบวนนั้นหลุดออกจากขบวนทั้งสอง มือ หรือหางของทีมตนหลุดลงสู่พื้น หรือฝ่าฝืนกติกา จะถูกปรับเป็นฝ่ายแพ้	เป็นการเล่นสมมุติโดยสวมบทบาทเป็นพ่องู แม่งู และลูกงู ของ เด็กในวัยเดียวกับการเล่นวิธีข้าวสาร เล่นรวมกันได้ทั้งเด็กหญิงและเด็กชาย เด็กจะได้รับประโยชน์จากการเล่น เช่น - ได้ออกกำลังกาย พัฒนากล้ามเนื้อ โดยเฉพาะกล้ามเนื้อแขน ขา และมือให้แข็งแรง - มีไหวพริบปฏิภาณ และใช้กลยุทธ์หลบหลีกให้พ้นจากการถูกจับ - มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันเป็นทีม - พัฒนาจิตใจให้แจ่มใส เบิกบาน ยอมรับในกฎเกณฑ์กติกาของการเล่น

ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ (ต่อ)

การเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
รีรีข้าวสาร (REE - REE KHAO SARN)	จำนวนผู้เล่น ไม่จำกัดจำนวนผู้เล่น วิธีเล่น จับไม้สั้นไม้ยาว ให้ผู้เล่น 2 คน ยืนเอามือประสานกันเหนือศีรษะเป็นประตูโค้ง คนอื่นๆ เกาะไหล่กันลอดใต้โค้งไปเรื่อยๆ สองคนที่เป็นประตูจะร้องเพลงประกอบเวลา แกว่ลอดใต้โค้งหัวแถวจะต้องเดินอ้อมหลังคนที่เป็นประตูครั้งละหนึ่ง เมื่อจบเพลงสอง คนที่เป็นประตูจะกระดุกแขนลงกันคนสุดท้ายให้อยู่ระหว่างกลาง คัดออกไป คนข้างหลังต้องระวังตัวให้ดี มิฉะนั้นตนเองต้องออกจากการเล่นต้องผ่านให้ได้หมดทุกคนจึงจะจบเกม บทร้องประกอบ "รีรีข้าวสาร สองทะนนานข้าวเปลือก เลือกทองใบลาน เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน คดข้าวใส่จาน พานเอาคนข้างหลังไว้ให้ดี"	เป็นการเล่นของเด็กอายุระหว่าง 4 – 6 ปี เล่นรวมกันทั้งเด็กหญิงและเด็กชาย เด็กจะได้รับประโยชน์ การเล่น เช่น 1. เพลิดเพลิน จิตใจร่าเริง แจ่มใส ยอมรับในกฎเกณฑ์กติกาในการเล่น 2. ออกกำลังกายพัฒนากล้ามเนื้อส่วนต่าง ๆ ของร่างกายให้แข็งแรง 3. หัดให้เด็กมีไหวพริบ ปฏิภาณ และรู้จักใช้กลยุทธ์ที่จะให้ตนรอดจากการถูกคล้องตัวไว้ 4. หัดให้เด็กรู้จักทำงานเป็นกลุ่มโดยหัวแถวต้องพยายามพาแถว โดยเฉพาะคนสุดท้ายให้รอดพ้นจากการถูกกักตัวให้ได้

ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ (ต่อ)

การเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
มอญซ่อนผ้า (MON SON PA)	<u>จำนวนผู้เล่น</u> ไม่จำกัดจำนวนผู้เล่น <u>วิธีเล่น</u> มีผ้า 1 ผืน เป็นอุปกรณ์การเล่น จับไม้สั้นไม้ยาว เลือกคนที่เป็นมอญ คนอื่นๆ นั่งล้อมวง คนที่เป็นมอญถือผ้าไว้ในมือ เดินวนอยู่นอกวง คนที่นั่งล้อมวงอยู่จะร้องเพลง ระหว่างนั้นคนที่เป็นมอญจะทิ้งผ้าไว้หลังใครก็ได้ แต่ต้องพรางไว้เป็นว่ายังถือผ้าอยู่ เมื่อเดินกลับมา ผ้ายังที่อยู่มาก่อน ก็หยิบผ้าไล่ตีผู้อื่น ผู้เล่นนั้นต้องวิ่งหนีไปรอบๆ วง แล้วจึงนั่งได้ ผู้เป็นมอญจะเดินวนต่อไปหาทางวางผ้าให้ผู้อื่นใหม่ ถ้าใครรู้สึกตัวคล้ายพบผ้าจะวิ่งไล่ตีมอญไปรอบวง 1 รอบ มอญต้องรีบวิ่งหนีมานั่งแทนที่ คนไล่ก็ต้องเป็นมอญแทน <u>บทร้องประกอบ</u> "มอญซ่อนผ้า ตุ๊กตาอยู่ข้างหลัง ไว้ในนี้ไว้ฉันจะตีกันเธอ"	มอญซ่อนผ้าเป็นการเล่นทั้งเด็กเล็กและหนุ่มสาว สามารถเล่นรวมกันได้ทั้ง หญิงและชาย แต่หนุ่มสาวจะเล่นในช่วงเทศกาลสงกรานต์เท่านั้น ส่วนเด็กเล็กจะเล่นได้ตลอดเวลา เด็กจะได้รับผลจากการเล่นมอญซ่อนผ้า เช่น 1. เป็นการออกกำลังกายและพัฒนากล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ของร่างกาย 2. ฝึกให้เด็กเป็นคนช่างสังเกต ว่องไวไม่เฉลอเรอ 3. ฝึกให้เด็กเป็นคนมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง 4. ฝึกให้เด็กมีไหวพริบ มีกลยุทธ์ที่จะวางผ้าโดยไม่ให้ผู้นั่งล้อมวงรู้ตัว ยิ่งมีประสบการณ์ในการเล่นมากยิ่งมีกลยุทธ์ที่หลากหลาย 5. พัฒนาจิตในแง่ใจ เบิกบาน ยอมรับในกฎเกณฑ์ กติกาในการเล่น

ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการละเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ (ต่อ)

การละเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
กระต่ายขาเดียว (KRA-TAI-KA-DEAW)	จำนวนผู้เล่น ไม่จำกัดจำนวน วิธีเล่น ชีตเส้นแบ่งเขตบนพื้น และมีเขตจำกัดเส้นออกไว้ด้วย แบ่งผู้เล่นออกเป็น 2 ฝ่ายเท่าๆ กัน ตกลงกันว่าใครจะเป็นกระต่ายก่อน กลุ่มที่เป็นกระต่ายจะคิดคำขึ้นหนึ่งคำ ให้มีพยางค์เท่ากับจำนวนคนในหมู่และจำต้องกำหนดพยางค์ให้แต่ละคนด้วย เมื่อคิดคำได้แล้วหมู่ที่เป็นฝ่ายเล่นทั้งหมดก็จะเป็นผู้เลือกว่า จะเอาพยางค์ใด ฝ่ายกระต่ายคนที่มีพยางค์ตรงกับที่โดนเลือกก็จะวิ่งกระโดดขาเดียวให้เร็วที่สุด และไล่จับแตะคนในฝ่ายเล่น ถ้าคนใดโดนจับหรือถูกตัวกระต่ายก็ต้องออกจากการเล่น แต่ถ้ากระต่ายเปลี่ยนขาหรือขาแตะพื้นจะต้องเปลี่ยนเป็นกระต่ายตัวใหม่ที่ฝ่ายเล่นจะเลือก เมื่อฝ่ายเล่นถูกไล่ตีจนหมดแล้วก็ถือว่าแพ้ ต้องมาเป็นฝ่ายกระต่ายบ้าง	
ขี่ม้าส่งเมือง (KHEE MA SONG MUANG OR DHEWADA NUNG MUANG)	จำนวนผู้เล่น ไม่จำกัดจำนวนผู้เล่น วิธีเล่น แบ่งผู้เล่นเป็น 2 ฝ่าย เท่าๆ กัน เลือกผู้เล่นคนหนึ่งเป็นเจ้าเมือง ซึ่งจะตั้งไม่เข้ากับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่ละฝ่ายจับไม้สั้นไม้ยาว เพื่อเลือกว่าใครจะเริ่มเล่นก่อน ฝ่ายชนะจะเริ่มเล่นก่อนโดยการเดินมากระซิบชื่อใครคนหนึ่งของฝ่ายตรงกันข้ามกับผู้ที่เจ้าเมืองก่อน แล้วกลับไป ฝ่ายตรงกันข้ามจะเดินมากระซิบบ้าง ถ้ากระซิบชื่อได้ตรงกับที่ฝ่ายแรกกระซิบไว้ เจ้าเมืองจะกล่าวคำว่า"โป้ง" คนกระซิบคนแรกต้องเป็นเชลย และฝ่ายที่ทายถูกทายได้อีกครั้งจนกว่าข้างใดข้างหนึ่งจะหมด ฝ่ายใดหมดก่อน ฝ่ายนั้นแพ้และให้ฝ่ายชนะขี่หลังไปส่งเมือง	

ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ (ต่อ)

การเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
แมงมุม (MANG-MUM)	ไม่มีอุปกรณ์การเล่น วิธีเล่น เล่นกี่คนก็ได้ ผู้เล่นคนแรกจะใช้นิ้วหัวแม่มือและนิ้วชี้จับหลังมืออีกข้างหนึ่ง คนต่อ ๆ ไปจะจับวิธีเดียวกันโดยจับข้อนิ้ว ๆ กันไปจนครบคน เมื่อเริ่มเล่นผู้เล่นทั้งหมดยกมือลงตามจังหวะการร้องบทร้อง พอจบบทร้องทุกคนจะปล่อยมือจากกันอย่างรวดเร็ว แล้วเริ่มเล่นใหม่ บทร้องประกอบ "แมงมุมขยุ้มหลังคาแมวกินปลาหมากันกระพ๊องกัน"	เป็นการเล่นของเด็กอายุประมาณ 2-8 ปี เล่นได้ทั้งเด็กหญิงและเด็กชาย เด็กจะได้รับประโยชน์จากการเล่นเช่น 1. เป็นการฝึกหัดการใช้นิ้วมือ 2. เป็นการออกกำลังกายแขน 3. เป็นการฝึกความว่องไว 4. เป็นการพัฒนาจิตใจให้แจ่มใส
หมากเก็บ (MARK-GEB)	วิธีเล่น แบ่งลำดับการเล่นโดยวิธี "ขึ้นปี" ผู้ใดได้คะแนนมากที่สุดเป็นผู้เริ่มเล่นก่อน โดยโปรยเม็ดหมากเก็บให้กระจายออกไป ถ้าเป็นหมากเก็บ 5 เม็ด ก็หยิบเม็ดหนึ่งขึ้นมาแล้วโยนขึ้นไป ขณะเดียวกันก็หยิบเม็ดหมากเก็บที่อยู่กับพื้นขึ้นมาพร้อมกับจังหวะเม็ดที่โยนตกลงมาและต้องรับให้ได้ ในตาแรกนี้เก็บที่ละเม็ดจนครบเรียกว่า "หมากหนึ่ง" เมื่อเก็บหมดแล้วเริ่มตาที่ 2 โดยโปรยเม็ดหมากเก็บแล้วเก็บทีละ 2 เม็ด เรียกว่า "หมากสอง" "หมากสาม" เหมือนหมากสองแต่เก็บ 3 เม็ดครั้งหนึ่ง และ 1 เม็ดครั้งหนึ่ง "หมากสี่" เก็บหมดทั้ง 4 เม็ดในครั้งเดียวกัน ถ้าหากขณะเล่นมือไปถูกเม็ดหมากเก็บเม็ดใดเม็ดหนึ่งเขี่ยออกหรือรับเม็ดที่โยนขึ้นไปไม่ได้ถือว่าตายต้องให้คนอื่นเล่นต่อไป และเมื่อถึงรอบของตนเล่นจะต้องเล่นซ้ำในหมากที่ตนตายก่อนแล้วจึงเล่นต่อไปจนครบเมื่อเล่นครบหมดทั้ง 4 หมากแล้วจึง "ขึ้นปี"	การเล่นของเด็กในวัยประมาณ 6-13 ปี เด็กจะได้รับประโยชน์จากการเล่น เช่น 1. เป็นการออกกำลังกายแขน และการบังคับกล้ามเนื้อมือ 2. ฝึกทักษะในการใช้มือ นิ้ว และสายตาให้สัมพันธ์กัน 3. ฝึกให้เป็นคนช่างสังเกต 4. พัฒนาจิตใจให้แจ่มใส ยอมรับในกฎระเบียบกติกา

ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการละเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ (ต่อ)

การละเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
	เหลือเม็ดหมากเก็บบนฝ่ามือจำนวนเท่าใดก็ถือว่าเป็นจำนวนปี หรือคะแนนที่ต้องสะสมไว้ แล้วเริ่มเล่นหมาก 1 ใหม่ เล่นจนครบจำนวนปีที่กำหนดไว้จึงถือว่าจบตา ผู้ที่เล่นไม่ครบจำนวนปีเป็นผู้แพ้ ส่วนการเล่นหมากเก็บ 11 เม็ด ก็คล้ายกับวิธีเล่นหมากเก็บ 5 เม็ด แต่แทนที่จะไปรยหมากหนึ่งครั้งหนึ่ง หมากสองครั้งหนึ่ง ฯลฯ ก็ไปรยครั้งเดียวแล้วแบ่งเป็นหมากหนึ่ง หมากสอง หมากสามและหมากสี่เลย และมีกติกาในการเล่นเหมือนหมากเก็บ 5 เม็ดทุกประการ เมื่อเล่นครบปีตามที่กำหนดไว้แล้ว ผู้ชนะมีสิทธิทำโทษผู้ที่แพ้โดยเอาเม็ดหมากเก็บทำให้ผู้แพ้ยาย ถ้าทายผิดก็จะเขกเข้าผู้ทายตามจำนวนที่ผู้ทายบอก ถ้าทายถูกก็เอาเม็ดหมากเก็บนั้นให้ผู้ทายถูกไป จนกระทั่งเหลือเม็ดสุดท้าย ผู้ชนะจะกำมือทั้ง 2 ข้าง ข้างหนึ่งกำเม็ดหมากเก็บไว้ต่อนั้นก็ทำมือวน ๆ พร้อมกับร้องว่า “ตะลึง ตึงตึงข้างล่างห้า ข้างบนสิบ” แล้วเอาข้อศอกข้างหนึ่งวางซ้อนไว้กับกำมืออีกข้างหนึ่ง ถ้าผู้ทายทายถูกก็จะได้เม็ดหมากเก็บนั้นไป ถ้าทายผิดจะถูกเขกเข้าตามที่ทาย คือหากทายว่าเม็ดหมากเก็บในมือล่างแต่เม็ดหมากเก็บอยู่ในมือบนจะถูกเขกเข้า 5 ที่ เป็นต้น	

ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ (ต่อ)

การเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
วิ่งเปี้ยว (VING-PEAW)	แบ่งผู้เล่นออกเป็น 2 กลุ่มตามวิธีการแบ่งกลุ่มและจัดลำดับการเล่นแล้วให้คน 2 คนยืน หรือปักหลัก 2 หลักห่างกันพอประมาณตามแต่ตกลงกัน (ประมาณ 10 -15 เมตร) ผู้เล่นทั้ง 2 ฝ่ายต้องเข้าแถวเรียง 1 หลังหลัก ผู้เล่นคนใดคนหนึ่งนำผ้า 2 ผืนหรือไม้ 2 อันต่างสีกันไปยืนตรงกลางระหว่างหลักทั้ง 2 แล้วให้สัญญาณโดยการนับหรือเป่านกหวีด ผู้วิ่งคนแรกของทั้ง 2 ฝ่ายจะวิ่งออกมาจับผ้าหรือไม้ของฝ่ายตน วิ่งไปล้อมหลักของอีกฝ่ายหนึ่งแล้วจึงวิ่งกลับไปถึงหลักของฝ่ายตน ส่งผ้าหรือไม้ให้ผู้วิ่งคนต่อไปจนหมดผู้วิ่ง ถ้ายังไม่มีผู้เล่นฝ่ายหนึ่งจับผ้าหรือไม้หรือผ้าวิ่งรอบใหม่หากผู้วิ่งฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งวิ่งทันและใช้ผ้าหรือไม้แตะตัวผู้วิ่งอีกฝ่ายหนึ่งได้ ถือว่าฝ่ายที่ถูกระบายแพ้	วิ่งเปี้ยวเป็นการเล่นของเด็กที่มีอายุระหว่าง 7 - 13 ปี ทั้งเด็กหญิงและเด็กชาย การวิ่งเปี้ยวนี้เปรียบได้กับการวิ่งผลัดในสมัยปัจจุบัน เด็กจะได้รับประโยชน์จากการเล่นนี้ เช่น 1. เป็นการพัฒนากล้ามเนื้อแขน ขา สายตา 2. พัฒนาทักษะการวิ่ง 3. มีไหวพริบปฏิภาณในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า รู้จักการทำงานเป็นกลุ่มมีการวางแผนการวิ่งเพื่อให้ได้ชัยชนะ

ตารางที่ 5.13 ตัวอย่างกิจกรรมการละเล่นไทยและพฤติกรรมเชิงวิเคราะห์ (ต่อ)

การละเล่นไทย	วิธีเล่น	พฤติกรรมเชิงวิเคราะห์
ม้าก้านกล้วย (MAR-KAN-KLAW)	มีอุปกรณ์คือก้านกล้วย 1 ก้าน เชือกยาวประมาณ 2 ฟุต 1 เส้น มีกติกาและวิธีเล่นดังนี้ กติกา ผู้ที่วิ่งถึงเส้นชัยก่อนเป็นผู้ชนะ วิธีเล่น นำก้านกล้วยที่เลาะใบตองออกแล้วเหลือใบตองติดปลายไว้เล็กน้อย เชือนด้านข้างของโคนทั้ง ๒ ข้างกะระยะให้ห่างจากโคนประมาณ ๒ นิ้ว ไม่ให้ขาดจากกัน ส่วนกลางหักลงมาเป็นหน้าม้่า ส่วนที่ถูกเชือนจะเป็นหูม้่า นำไม้แหลมแทงยึดหัวม้่ากับไว้ ใช้เชือกผูกคคล้องคอม้่าสำหรับดึงเวลาวิ่ง เด็กจะขี้ม้่าก้านกล้วยเล่นและจินตนาการว่าได้ขี้ม้่าจริง ๆ โดยทำท่าวิ่งเลียนแบบม้่าวิ่งไปมาหรือขี้ม้่าแข่งกัน	ม้่าก้านกล้วยเป็นการเล่นที่เกิดจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผู้ใหญ่เป็นผู้ประติษฐิให้เด็กชายอายุประมาณ 2-8 ขวบ เด็กจะได้ประโยชน์ เช่น 1. เป็นการออกกำลังกาย 2. มีจินตนาการเปรียบเทียบกับของจริง 3. พัฒนาอารมณ์ให้แจ่มใส รื่นเริง 4. เรียนรู้การประติษฐิของเล่นจากวัสดุที่อยู่ใกล้ตัว

5.5.2 โปรแกรม Bright Baby: Thai Music

วัตถุประสงค์ กิจกรรมการเรียนรู้ดนตรีไทยและเพลงไทยให้เข้ากับยุคสมัย เด็กๆจะได้รู้จักและสนุกกับเครื่องเล่นดนตรีไทยชนิดต่างๆที่ออกแบบมาเพื่อเด็กๆโดยเฉพาะ การฝึกร้องเพลงไทยที่เด็กสามารถจดจำได้ เพื่อสร้างสุนทรีศาสตร์ทางด้านดนตรีไทย จะเป็นชั้นเรียนที่มีแต่รอยยิ้มและเสียงหัวเราะ ท่ามกลางบรรยากาศที่เต็มไปด้วยความสนุกสนานของเพลงและดนตรีไทย

1) รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

โปรแกรมโปรท์ เบบี้ Thai Music เป็นการเรียนรู้ดนตรีใน 1 ครั้ง ใช้เวลา 45 นาที - 1 ชั่วโมง แต่ละสัปดาห์จะมีหัวข้อแตกต่างกันไป เด็กจะได้เรียนรู้ภาษาไทย ทำนองเสนาะ ร้อยแก้ว ร้อยกรอง การเคลื่อนไหวในการขับร้องเพลงไทย การพ้องรำ ระบายรวมทั้งได้ใช้จินตนาการกับการเล่นหุ่นเชิดมือ เล่นฟองสบู่ และทำกิจกรรมเข้าจังหวะต่างๆ ขณะที่เพลิดเพลินไปกับจังหวะสนุกๆของดนตรีไทย เด็กๆ จะได้ฝึกทักษะการเคลื่อนไหว การประสานสัมพันธ์ และสมาธิ จากการฟังและเล่นสนุกตามเนื้อหาของเพลงหรือการสอนของคุณครู รวมทั้งได้เรียนรู้เรื่องของรูปร่าง สี ตัวอักษร ตัวเลข อวัยวะต่างๆ ในร่างกาย

2) การนำดนตรีมาจัดกิจกรรม

ดนตรีมีส่วนช่วยเพิ่มการตอบสนองทางอารมณ์ ช่วยปลูกฝังให้เด็กมีความคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความเป็นกวี ความคิดช่างฝัน ความสวย ความงาม ความไพเราะ และความคิดสร้างสรรค์ ดนตรียังมีอิทธิพลในการสร้างจินตนาการ

ดนตรีเป็นชุมทรัพย์ทางความคิดที่ยิ่งใหญ่ เด็กจะพัฒนาความคิดไปได้อย่างรวดเร็ว เมื่อเด็กได้ศึกษาและได้รับรู้และซาบซึ้งในดนตรี เพราะเหตุว่าดนตรีมาจากโลกที่อยู่รอบตัว ดนตรีมาจากจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ ความสวยงาม ดนตรีมาจากความจริง ดนตรีมาจากความคิดและมาจากความรู้สึกซึ่งหมายรวมถึงประสบการณ์ของคนด้วย

ดนตรีเป็นเรื่องที่อยู่เหนือปรัชญาและปัญญา ดนตรีอยู่เหนือคำอธิบาย หากพิจารณา กันให้ถี่ถ้วน ปรัชญาและปัญญาเป็นเรื่องของ "ความจำและความคิด" แต่ดนตรีมีความรู้สึกเพิ่มเข้าไปด้วย ดนตรีจึงท่องจำและคิดหาเหตุผลเอาไม่ได้ แต่จะต้องรู้สึกสัมผัสด้วย ต้องมีประสบการณ์ตรงด้วยตัวเอง ผู้อื่นจะมาเล่าสู่กันฟังหรืออธิบายก็ไม่สามารถสื่อกันได้สมบูรณ์มีคนเปรียบเปรยไว้มากมายที่เกี่ยวกับธรรมชาติของเด็กว่า เด็กเปรียบเสมือนผ้าขาวคือเด็กมีความสะอาด เด็กมีความ

บริสุทธิ์ เด็กมีความไร้เดียงสา เมื่อผู้ใหญ่ให้อะไรกับเด็กไป เด็กก็สามารถรับไว้ได้ทุกอย่างโดยที่ผู้ใหญ่คิดไม่ถึง แต่คนส่วนใหญ่จะคิดเอาเองว่า เด็กไม่รู้อะไรเพราะความไร้เดียงสา

ดนตรีเป็นบรรยากาศของชีวิต เด็กสามารถจดจำบรรยากาศได้อย่างแม่นยำ ผู้ใหญ่ต้องการให้เด็กฟังอะไร ดนตรีคลาสสิก ดนตรีแจ๊ส ดนตรีลูกทุ่ง ดนตรีไทย ดนตรีสมัยนิยม จะเป็นดนตรีอะไรก็แล้วแต่ ขอให้เป็นดนตรีที่มีคุณภาพ เด็กสามารถรับฟังได้ทั้งนั้น จนกว่าจะถึงระยะเวลาหนึ่งเมื่อเด็กสามารถที่จะแยกแยะได้ว่าตัวเองชอบอะไร

5.5.3 โปรแกรม Bright Baby: Thai Art

วัตถุประสงค์ เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ผลงานศิลปะโดยประยุกต์ใช้ศิลปะไทยให้เด็กสร้างสรรค์ผลงานจาก วัสดุธรรมชาติ ความรู้เรื่องลายไทย ตัวการ์ตูนไทยในอดีตกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เด็กๆ ได้พัฒนากล้ามเนื้อมือสร้างเสริมจินตนาการ และเรียนรู้เรื่องราวรอบๆ ตัวที่แฝงความเป็นไทยผ่านการสร้างงานศิลปะ ซึ่งเป็นสื่อที่สนุก และดึงดูดใจเด็กๆ ได้มากที่สุดสื่อหนึ่ง เด็กๆ จะสนุกกับการสร้างงานด้วยฝีมือตนเองท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการให้กำลังใจ และมีโอกาสได้เป็นศิลปินตัวน้อยที่ใช้จินตนาการสร้างสรรค์งานอย่างเป็นอิสระ ด้วยอุปกรณ์ที่ปลอดภัย และไม่มีสารพิษ

1) รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

โปรแกรมโปรย เบบี้ Thai Art เป็นการเรียนศิลปะ 1 ครั้ง ใช้เวลา 45 นาที - 1 ชั่วโมง แต่ละสัปดาห์จะได้เรียนรู้เรื่องราวที่ต่างกัน อาจเป็นเรื่องสัตว์ เรื่องราวบนท้องฟ้า เรื่องสี เรื่องในสวน เรื่องวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของไทย และแต่ละสัปดาห์ก็จะใช้อุปกรณ์และสื่อในการสร้างสรรค์ชิ้นงานที่แตกต่างกัน ทั้งจากสีน้ำ ดินน้ำมัน แป้งโดว์ งานปะติดกระดาษ การเขียน หรือวัสดุที่เด็กๆ นึกไม่ถึง เช่นดินเหนียว ก้านกล้วย ใบไม้ ทราย อุปกรณ์ใกล้ตัวที่สามารถนำมาสร้างเป็นผลงานศิลปะได้

2) การนำศิลปะไทยมาจัดกิจกรรม

การให้เด็กได้เรียนรู้ความเป็นไทยผ่านศิลปะเป็นการฝึกกล้ามเนื้อมือเด็กและพัฒนากระบวนการต่างๆ ให้สัมพันธ์กัน ความอ่อนช้อยของเส้นสายและลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ของลายไทย ทำให้เด็กมีอารมณ์เย็นเป็นการฝึกให้เด็กได้ใช้ความคิดที่สร้างสรรค์ มองโลกในแง่ดี พัฒนาสมองฝั่งซ้ายและฝึกความตั้งใจทำให้สมาธิเด็กยาวขึ้นว่าเรื่องอารมณ์ดีใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ พร้อมๆ กับการพัฒนาการฟัง/การมองเรื่องราวหรือที่เป็นหัวข้อในแต่ละครั้งทำให้เด็ก

มีพัฒนาการในด้านต่างๆควบคู่กันไปพร้อมๆกับข้อคิดและคำสอนเพื่อให้เด็กได้คิด และจินตนาการ และที่สำคัญเด็กจะได้เรียนรู้เทคนิค / คอนเซ็ปของศิลปะแบบไทยๆตั้งแต่ยังเล็กอันเป็นพื้นฐานที่มีความสำคัญ พร้อมๆไปกับการเข้าสังคม เรียนการวาดและการประดิษฐ์ควบคู่กันไป โดยให้เด็กมีคอนเซ็ปเกี่ยวกับศิลปะ เช่นความเล็กใหญ่ สีเส้นต่างๆ ความอ่อนและเข้ม และประวัติศิลปินของไทยและของโลกเป็นต้น

5.5.4 โปรแกรม Bright Baby: Thai Cooking

วัตถุประสงค์ กิจกรรมการเรียนรู้ทำขนมไทย ทำให้เด็กได้รู้จักขนมไทยในอดีต รสชาติ และวิธีการทำที่ไม่ซับซ้อน เด็กจะรู้สึกว่าการทำอาหารเป็นงานของผู้ใหญ่ และยากเกินไปสำหรับเขา แต่ใน Thai Cooking Room จะทำให้การทำอาหารเป็นเรื่องสนุกและจะต้องได้ การได้เข้าครัวเป็นเรื่องน่าตื่นเต้นสำหรับเด็กๆ ทุกคน และที่สำคัญขนมที่ทำออกมามันสวยงาม และกินได้จริงๆ โปรแกรมนี้จะเปิดโอกาสให้เด็กๆ ได้สนุกกับขั้นตอนต่างๆ เช่นเดียวกับในครัวของผู้ใหญ่ ผ่านทางขั้นตอนและอุปกรณ์ที่ออกแบบมาสำหรับเด็กๆ

1) รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

โปรแกรมโปรย เบบี Thai Cooking จะมีการเตรียมขนมที่จะให้เด็กทำมาเป็นบางส่วนแล้ว เด็กๆจะได้เรียนรู้การคิดเลข จากการวัด ชั่ง ตวง และสร้างสรรค์จินตนาการของหน้าตาขนมได้ และสามารถหยิบ จับ หั่น ปั่น แต่ง ตัก ผสม ปู่ง ด้วยขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนด้วยอุปกรณ์ที่ไม่อันตราย

2) การนำเอาการทำขนมไทยมาจัดกิจกรรม

ของหวานไทยหรือขนมไทย กล่าวได้ว่ามีอยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน เพราะเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่บ่งบอกว่า คนไทยเป็นคนมีลักษณะนิสัยอย่างไร เนื่องด้วยขนมไทยแต่ละชนิด ล้วนมีเสน่ห์ มี รสชาติ ที่แตกต่างกันออกไป แต่แฝงไปด้วยความละเมียดละไม ความวิจิตรบรรจง อยู่ในรูปลักษณ์ กลิ่น รสของขนม ที่สำคัญ ขนมไทย แสดงให้เห็นว่า เป็นคนใจเย็น รักสงบ มีฝีมือเชิงศิลปะ ขนบธรรมดๆ ทำด้วยแบ่ง น้ำตาล มะพร้าว เป็นส่วนประกอบ สำคัญ สามารถดัดแปลงเป็นขนมหลายชนิด หน้าตา แตกต่างกัน

ในสมัยโบราณคนไทยจะทำขนมก็เฉพาะในวาระสำคัญเท่านั้น เป็นต้นงานทำบุญ เทศกาลสำคัญ หรือต้อนรับแขกสำคัญ เพราะขนมบางชนิด จำเป็นต้องใช้กำลังคนอาศัยเวลาในการทำอยู่พอสมควร ส่วนใหญ่เป็น ขนมประเพณี เป็นต้นขนมงาน เนื่องในงานแต่งงาน ขนมพื้นบ้าน เช่น ขนม ครก ขนมถั่ว ฯลฯ พวกนี้มีเห็นออกตาชนิดนั้นขนมในวังก็จะมีหน้าตา จุ่มจิ้มประณีตวิจิตรบรรจงในการจัดวางรูปทรงขนมสวยงาม

5.5.5 โปรแกรม Baby Massage

วัตถุประสงค์ เรื่องของความรัก ความอบอุ่นที่พ่อแม่สามารถถ่ายทอดสู่ลูก ผ่านการนวด เด็กทุกคนต้องการความรักความอบอุ่นจากมือของพ่อแม่ ผู้นวดจะเป็นพ่อหรือแม่ก็ได้ ผลที่ตามมาเป็นเรื่องของสัมพันธภาพระหว่างกัน ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับลูก ช่วยให้ลูกหลับสนิท กระตุ้นการเจริญเติบโตของร่างกายและอารมณ์ ช่วยเรื่องระบบขับถ่าย และระบายลมในท้อง

1) รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

โปรแกรม Baby Massage จะเป็นการเรียนวิธีนวดที่พ่อแม่จะเป็นผู้ทำการนวดให้กับเด็กเอง โดยมีคุณครูผู้เชี่ยวชาญเรื่องการนวดเป็นผู้นำและคอยดูแลอย่างใกล้ชิด การนวดใช้เวลาประมาณ 45 นาที-1 ชั่วโมง หลักสูตรที่นำมาใช้นวด จะเป็นหลักสูตรสวิตซ์ ผสมผสานกับหลักสูตรการนวดของอินเดีย ซึ่งการนวดจะต้องใช้น้ำมันในการนวด และเนื่องจากเด็กยังเล็กมากซึ่งการเลือกใช้น้ำมันควรเป็นน้ำมันจากธรรมชาติ และต้องได้ทดสอบกับเด็กก่อนว่าจะมีการแพ้หรือไม่ และน้ำมันก็ไม่ควรมีส่วนผสมอย่างอื่นปนไม่มีผลต่อการระคายเคืองของผิวเด็ก ซึ่งการนวดเด็กสามารถนวดได้ตั้งแต่เด็กหลังคลอดเพียง 10 วันไปจนถึงอายุ 17 -18 ปีก็สามารถนวดได้

2) การนำเอาการนวดเด็กมาจัดกิจกรรม

การนวดเด็ก มีส่วนสำคัญในการช่วยให้เด็ก มีการเจริญเติบโต และมีพัฒนาการที่ดีทั้งทางกายและ อารมณ์ เด็กจะรู้สึกสบาย อารมณ์แจ่มใส มีความตื่นตัวในการเรียนรู้ ถือเป็นการออกกำลังกายที่ดี สำหรับสมองของหนูน้อยทั้งหลาย คือมีการกระตุ้นการใช้ นิ้ว มือ แขน ขา และร่างกายท่อนล่างการนวดเด็ก คือการนวดสัมผัสเด็กทารก ถ้าพูดถึงทางกายภาพ การนวดจะเป็นการกระตุ้นพัฒนาการทางสมองของเด็กและกระตุ้นกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ให้มีพัฒนาการ การนวดเด็กถือเป็นเรื่องรักที่สัมผัสได้จากสองมืออันอบอุ่นโดยไม่ต้องพึ่งพาเครื่องมือเครื่องไม้ หรือ

เทคโนโลยีอันทันสมัยและราคาแพงแต่อย่างใด เพราะรักจากพ่อแม่เป็นทั้งยาวิเศษ และอาหารใจที่จำเป็นที่สุดสำหรับลูก และเป็นองค์ประกอบหลักที่จะช่วยให้การνωดเกิดประโยชน์สูงสุดทั้งแก่ลูก และพ่อแม่ไปพร้อมๆ กัน

5.5.6 การจัดอบรมสัมมนา

วัตถุประสงค์ สถาบันฯไปรท์ เบบี อเวนิวต้องการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมพัฒนาการเด็กด้วยกิจกรรมการเล่นไทยหรือการส่งเสริมพัฒนาการเด็กอย่างถูกวิธี การอบรมเลี้ยงดูบุตร การดูแลสุขภาพเด็ก ตลอดจนสร้างความเข้าใจและดูแลครรภ์อย่างมีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมคุณภาพแม่และเด็กและความสัมพันธ์ในครอบครัว

รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

สถาบันฯ จัดการสัมมนาโดยเชิญวิทยากรผู้มีชื่อเสียงและผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องมาบรรยายและตอบข้อสงสัยให้กับพ่อแม่ผู้ปกครอง อาทิ พญ.ชนิกา ตู้จินดา, ดร.จิตตินันท์ เดชะคุปต์, คุณสรวงมณฑ์ สิทธิสมาน, คุณแอนดริว บิ๊กส์ เป็นต้น เมื่อจบสัมมนาจะมีการถาม-ตอบเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้เข้าสัมมนาแบบเป็นกันเอง โดยใช้เวลาประมาณ 30 นาทีการจัดสัมมนาจะจัดขึ้นเป็นประจำโดยจัดขึ้นทุกวันเสาร์ เวลา 09.00-12.00 น. โดยผู้สนใจจะต้องสำรองที่นั่งก่อนทุกครั้ง และรับผู้เข้าร่วมสัมมนารอบละ 50 ท่าน หรือถ้าเป็นคุณพ่อคุณแม่มาด้วยกันต้องแจ้งทางสถาบันเพื่อจัดที่นั่งสำรองเพิ่มเติม

ตารางที่ 5.14

ตัวอย่างหัวข้อการจัดสัมมนาประจำเดือนเมษายน-กรกฎาคม 2551

ลำดับ	หัวข้อ	วันที่จัด
1.	เล่นพาเพลิน Learn แบบไทย	ส.19 เม.ย.51
2.	ส่งเสริมพัฒนาการลูกด้วยการละเล่นไทย	ส.26 เม.ย.51
3.	ของเล่นไทยมากคุณค่า 108 ประการ	ส.3 พ.ค.51
4.	เริ่มอย่างไร.... สอนลูกเล่นแบบไทย	ส.10 พ.ค.51
5.	เทคนิคสอนลูกให้ฉลาดอย่างไทย	ส.17 พ.ค.51
6.	เรื่องจำเป็นที่พ่อแม่ต้องรู้เมื่อลูกเกิดเป็นคนไทย	ส.24 พ.ค.51
7.	พื้นฐานสำคัญของการเริ่มต้นแบบไบรท์ เบบี้ อเวนิว	ส.31 พ.ค.51
8.	ดนตรีไทยสร้างสรรค์สังคมไทย ...แล้วยังทำให้ลูกฉลาด	ส.7 มิ.ย.51
9.	เอาชนะลูกดื้อด้วยวิธีแบบไทย	ส.14 มิ.ย.51
10.	ของไทยๆก็มีดีและมากประโยชน์	ส.21 มิ.ย.51
11.	ศิลปะสอนเด็กแบบฉบับไบรท์ เบบี้ อเวนิว	ส.28 มิ.ย.51
12.	ดูแลครรภ์ตามภูมิปัญญาไทย	ส.5 ก.ค.51
13.	อยู่ไฟ เรื่องจำเป็นหลังคลอดจริงหรือ	ส.12 ก.ค.51
14.	ไบรท์ เบบี้ Bilingual	ส.19 ก.ค.51
15.	พื้นฐานภาษาอังกฤษสำหรับลูก	ส.26 ก.ค.51

5.5.7 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

วัตถุประสงค์ สถาบันฯ ไบรท์ เบบี อเวนิว จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้สร้างความเข้าใจในการได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมในหัวข้อที่หลากหลาย และสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตและครอบครัวได้

รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

สถาบันฯ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยเชิญวิทยากรผู้มีชื่อเสียงและผู้ทรงคุณวุฒิรวมทั้งผู้มีความสามารถทางศาสตร์แขนงต่างๆที่สามารถนำองค์ความรู้ต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมพัฒนาการเด็กที่หลากหลายได้ มาร่วมทำกิจกรรมและเผยแพร่ข้อมูลให้กับพ่อแม่ผู้ปกครองและผู้สนใจโดยทั่วไป เป็นประจำทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์และอาทิตย์ โดยจัดขึ้นตามกรอบแนวคิดที่จัดไว้ซึ่งจะมีการเปลี่ยนหัวข้อใหม่ในแต่ละครั้งแต่ละกิจกรรม โดยกิจกรรมแบ่งออกเป็น 3 รอบ คือรอบเช้า เวลา 09.00-12.00 น. และรอบบ่าย 14.00-16.00 น. และรอบเย็น 18.00-20.00 น. โดยผู้สนใจจะต้องสำรองที่นั่งก่อนทุกครั้ง และรับผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) รอบละ 30 ท่าน

ตารางที่ 5.15

รูปแบบการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

เวลา สัปดาห์	09.00-12.00 น.	14.00-16.00 น.	18.00-20.00 น.
วันจันทร์	กิจกรรมประดิษฐ์ของ เล่นไทย	กิจกรรมศิลปะไทยสอน ลูกเองได้ง่ายๆ	กิจกรรมปั้นตุ๊กตาชุด การละเล่นไทย
วันพุธ	กิจกรรมสร้างสรรค์ ทำนองเพลงกล่อมลูก	กิจกรรมประดิษฐ์ของ เล่นไทย	กิจกรรมศิลปะไทยสอน ลูกเองได้ง่ายๆ
วันศุกร์	กิจกรรมเมนูหน้าหม้อ อร่อยแบบไทยๆ	กิจกรรมสร้างสรรค์ ทำนองเพลงกล่อมลูก	กิจกรรมประดิษฐ์ของ เล่นไทย
วันอาทิตย์	กิจกรรมปั้นตุ๊กตาชุด การละเล่นไทย	กิจกรรมเมนูหน้าหม้อ อร่อยแบบไทยๆ	กิจกรรมสร้างสรรค์ ทำนองเพลงกล่อมลูก

การจัดอบรมสัมมนาและ Work Shop สำหรับพ่อแม่ผู้ปกครองและผู้สนใจทั่วไปโดย
คิดอัตราค่าบริการดังนี้

ตารางที่ 5.16

อัตราค่าบริการการจัดอบรมสัมมนาและ Work Shop

กิจกรรม	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง (บาท)	จำนวนที่จัด (ครั้ง/ปี)
คอร์สสัมมนา 1 ชั่วโมง	300	52
Work Shop 1 ชั่วโมง	100	624

5.5.8 การจัดกิจกรรมพิเศษ

วัตถุประสงค์ กิจกรรมพิเศษที่จะจัดขึ้นทั้งในและภายนอกสถาบันฯจะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการขับเคลื่อน สร้างเครือข่ายของสถาบันฯในการส่งเสริมการเล่นไทยและศิลปวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและกระตุ้นความสนใจให้เกิดการมาใช้บริการของสถาบันฯ

โดยทางสถาบันฯ จะจัดกิจกรรมพิเศษร่วมกับพันธมิตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการประสานความร่วมมือในการส่งเสริมวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักในรูปแบบของการจัดกิจกรรมที่มีการผสมผสานเอาวัฒนธรรมการเล่นไทยเข้ามาร่วมด้วย

รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม

สถาบันฯ จัดกิจกรรมพิเศษร่วมกับพันธมิตรที่ต้องการใช้พื้นที่ในการจัดแสดงนิทรรศการ การแสดงสินค้า หรือการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับแม่และเด็กเป็นต้น โดยระยะเวลาในการจัดงานขึ้นอยู่กับจำนวนวันและเวลาที่พันธมิตรกำหนด ซึ่งจะต้องมีการติดต่อจองพื้นที่ล่วงหน้า โดยใช้พื้นที่บริเวณลานกิจกรรมเป็นที่จัดแสดง

ตารางที่ 5.17

ตัวอย่างการจัดกิจกรรมพิเศษ

ลำดับ	สถาบันไพบรท์ เบบี ร่วมกับ	จัดงาน
1.	กระทรวงวัฒนธรรมไทย	นิทรรศการสืบสานการเล่นไทย
2.	โครงการสายใยรักจากแม่สู่ลูก	นมแม่...วัฒนธรรมไทยที่ไม่ควรสูญหาย
3.	นิตยสาร Mother & Care	กิจกรรมครอบครัวสุขสันต์แห่งเพลินแลนด์
4.	สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม	งานมหัศจรรย์ของเล่นไทย
5.	ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสำเร็จรูป	เปิดตัวผลิตภัณฑ์

5.5.9 การผลิต ของเล่นไทย และสื่อวีซีดีเสริมทักษะ

วัตถุประสงค์ เพื่อผลิตของเล่นไทยแบบประยุกต์โดยใช้วัสดุที่มีความคงทน สวยงาม และปราศจากสารพิษ เน้นวัสดุที่มาจากธรรมชาติและสื่อมัลติมีเดียประเภทเพลงเสริมสร้างทักษะ ซึ่งผู้ปกครองสามารถนำกลับไปฝึกและหัดร้องเพลงให้กับลูกที่บ้านได้ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เสริมสร้างปัญญา พัฒนาเด็กไทย ให้ก้าวไกลสู่สากล” ในราคาที่เหมาะสมโดยรูปแบบของของเล่นจะมีลักษณะที่หลากหลาย เช่น ตุ๊กต้าม้าก้านกล้วย, เคนกะลาทำจากกะลาที่มีการตกแต่งทาสีสวยงาม ปลอดภัย คงทน หรือของเล่นที่สามารถนำไปประกอบได้เอง เพื่อสร้างกิจกรรมในครอบครัว เป็นต้นทั้งนี้ในปีเริ่มดำเนินการสถาบันฯจะผลิตและจัดจำหน่ายของเล่นและดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 5.18

ตัวอย่างของเล่นไทยและสื่อวีซีดีเสริมทักษะ

ตัวอย่าง	ต้นทุน	ราคาจำหน่าย(บาท)
ตุ๊กตาม้าก้านกล้วย, เดินกะลา	70	199
ปลาตะเพียน, พวงกระจับผ้า, กำไลข้อมือลูกกระดิ่ง, โพลี	50	139
กลองกิ่ง, กลองหน้ากบ, กะลา เคาะจังหวะ, ป้องแป้ง, กังหัน จระเข้ไม้, ลูกข่าง, ว้าว, ชุดหมาก เก็บ, ชุดอีตัก	30	99
ชุดเพลงวีซีดีเสริมทักษะ ชุดที่ 1-2	50	199

โดยสถาบันมุ่งผลิตของเล่นให้ได้มาตรฐานโดยปฏิบัติดังนี้

1. ของเล่นทุกชิ้นได้รับตรารับรองแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)
2. ของเล่นที่มีความเหมาะสมกับวัยของเด็ก เช่น เด็กแรกเกิด- 1 ปี เหมาะสมกับของเล่นที่มีเสียงดนตรี ของเล่นสำหรับเด็กปีบ กัดเล่น หรือลากเช่น โมบายล์ ปลาตะเพียน ตุ๊กตา หนังสือภาพ เป็นต้น เด็กอายุ 1-3 ปี ควรเลือกของเล่นที่เคลื่อนไหวได้เช่น ลูกบอล ลูกข่าง แท่งไม้รูปต่างๆ ดินปั้น เป็นต้น
3. คุณภาพด้านความปลอดภัยของของเล่น จะต้องไม่มีพื้นผิวเรียบ สามารถจับหรือสัมผัสได้ง่าย ไม่มีคม ไม่มีปลายแหลม โดยเฉพาะอย่างยิ่งของเล่นสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี ต้องมีขนาดใหญ่เกินกว่าที่เด็กจะกลืนลงคอได้ หรือนำเข้าปากหรือใส่หูจุกได้
4. การบรรจุหีบห่อ สามารถเปิดออกได้ง่าย ทำจากวัสดุที่ไม่ก่อให้เกิดอันตราย

5. ฉลากที่ติดของเล่นจะมีการแจกแจงรายละเอียดดังต่อไปนี้ รูปเครื่องหมายมาตรฐานและเลขมาตรฐาน ชื่อผู้ผลิตและโรงงานที่ผลิต สถานที่ตั้ง อายุผู้เล่น หรืออายุจำกัดของผู้เล่น ค่าเตือน วิธีเล่น และประเทศที่ผลิต

5.5.12 พื้นที่เช่าสำหรับจำหน่ายสินค้า

- 1) นโยบายในการบริหารพื้นที่เช่าสำหรับจำหน่ายสินค้าโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ
 1. สถาบันฯ จะให้สิทธิในการบริหารจัดการพื้นที่เช่าร้านค้าด้วยการทำสัญญาระยะยาวตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป และมีการตั้งราคาเช่าในปีแรกให้ถูกกว่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียง
 2. กระตุ้นให้กลุ่มผู้เช่าสามารถเช่าพื้นที่สถาบันฯ โดยใช้นโยบาย Win Win Solution ในการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกันและส่งผลในแง่บวกกับสถาบันฯ โดยสิทธิพิเศษที่ร้านค้าจะได้รับคืออัตราส่วนลดค่าเช่ามีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.19

อัตราส่วนลดค่าเช่าพื้นที่

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ต่อสัญญาใหม่
ลดค่าเช่า	50 %	20%	10%	10%

สถาบันฯ ไบรท์ เบบี้ บริการพื้นที่ให้เช่าคิดค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือนตามขนาดของพื้นที่เช่า โดยเปิดพื้นที่เช่าออกเป็น 3 ชั้น ทั้งนี้ร้านค้าจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข ดังนี้

1. เข้าร่วมโครงการ ไบรท์ เบบี้ ออเนียว Member Club ให้สิทธิพิเศษกับสมาชิกของไบรท์ เบบี้ ในการมอบส่วนลด จำนวน 15%-20% เมื่อสมาชิกมาใช้บริการซื้อผลิตภัณฑ์, สินค้าและบริการต่างๆ

2. รายละเอียดสัญญาเช่า

อายุสัญญา: สัญญาเช่า 3 ปี ชำระค่ามัดจำล่วงหน้า 2 เดือน และค่าส่วนกลางล่วงหน้า 1 ปี

ลักษณะสัญญา: สถาบันฯจะให้สิทธิในการต่อสัญญากับคู่สัญญาก่อนหากสัญญาหมดอายุ โดยจะมีการแจ้งก่อนล่วงหน้า 3 เดือน มีรายละเอียดค่าเช่า ดังนี้

ตารางที่ 5.20
รายละเอียดค่าเช่าพื้นที่

ห้องที่	พื้นที่(ตารางเมตร)	ค่าเช่า ต่อเดือน (บาท)
โซนร้านค้าชั้น 1	465	ตารางเมตรละ 1,500 บาท
R 01-R 06	77.5 ตร.ม.*6 ห้อง = 465ตร.ม.	20,000
โซนร้านค้าชั้น 2	900	ตารางเมตรละ 1,300 บาท
RR 7	120 ตร.ม.*1ห้อง = 120 ตร.ม	120,000
RR8-RR13	100 ตร.ม.*6ห้อง = 600ตร.ม	100,000
RR14-RR16	60 ตร.ม.*3 ห้อง = 180 ตร.ม	60,000
โซนร้านค้าชั้น 3	1,020	ตารางเมตรละ 1,200 บาท
RRR17 -RRR18	120 ตร.ม.*2ห้อง = 240 ตร.ม	120,000
RRR19- RRR24	100 ตร.ม.*6ห้อง = 600 ตร.ม	100,000
RRR25- RRR27	60 ตร.ม.*3 ห้อง = 180 ตร.ม	60,000

ทั้งนี้ในสัญญาของการเช่า ผู้เช่าจะต้องชำระค่ามัดจำล่วงหน้าและค่าส่วนกลางและบำรุงสถานที่ (ค่าทำความสะอาด+รปภ.) ล่วงหน้า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.21
รายละเอียดค่ามัดจำและค่าส่วนกลาง

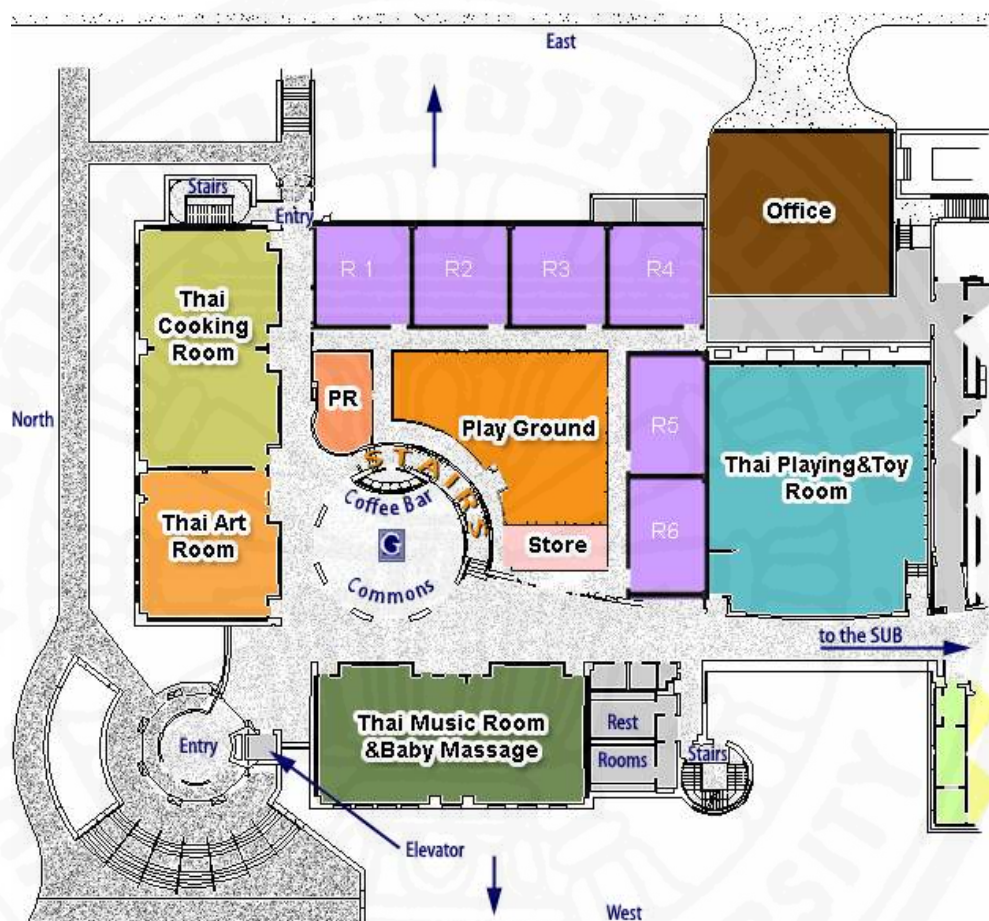
ค่ามัดจำ	ค่าส่วนกลางและบำรุงสถานที่
2 เดือน	ล่วงหน้า 1 ปี ตร.ม.ละ 100

2) ความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง บริษัทรักษาพื้นที่เช่า (Space Management)

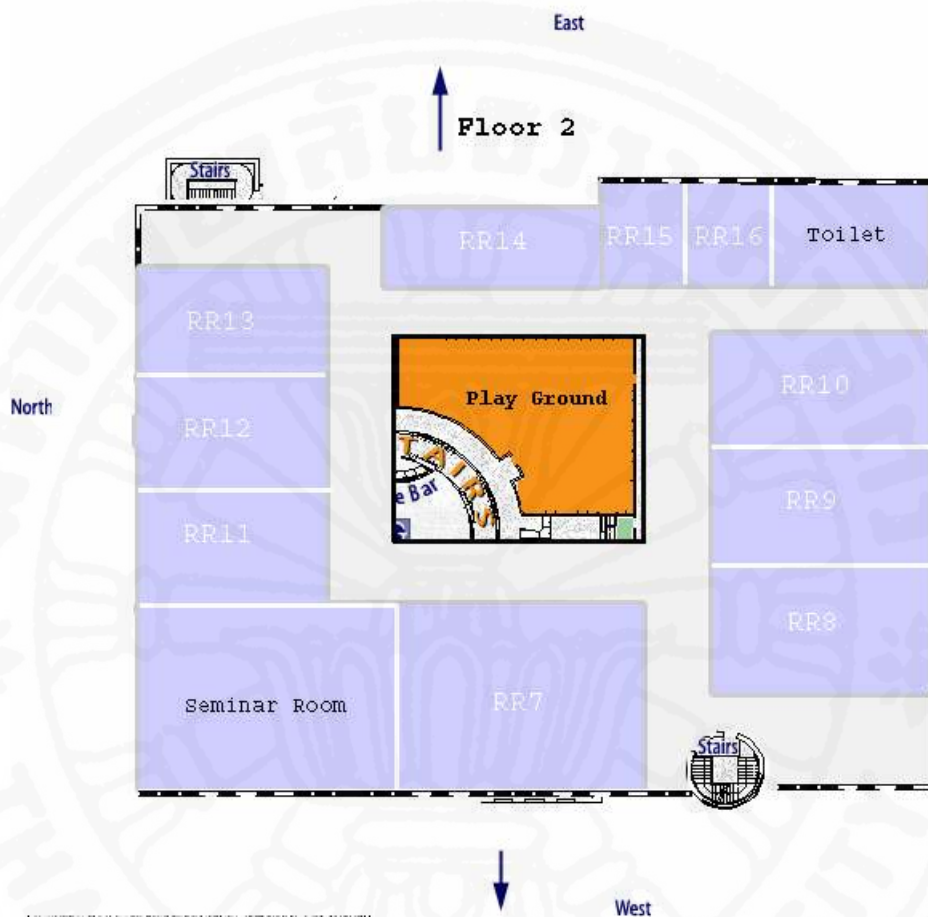
จากผลการศึกษาพบว่าในเขตพื้นที่ที่ทางสถาบันฯใช้เป็นต้นแบบก่อสร้างสถาบันฯ นั้น เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ต้นทุนและราคาที่ดินสูงจึงต้องมีการวางแผนเพื่อบริหารพื้นที่ให้เต็มศักยภาพ ดังนั้นจึงควรมีบริษัทรักษาพื้นที่เช่า(Space Management) มารับผิดชอบเรื่องการบริหารจัดการพื้นที่เช่า เพื่อให้การดำเนินงานมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยมีนโยบายสำคัญในการคัดเลือกผู้เช่าและร้านค้า จะต้องเป็นร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและเด็ก ด้วยรูปแบบของธุรกิจที่มีลักษณะเป็นศูนย์การค้าจึงมุ่งเน้นให้สถาบันฯเป็นศูนย์รวมของครอบครัวที่มีเด็กเล็กมาใช้บริการในการตอบสนองการดำเนินชีวิตของกลุ่มครอบครัวในปัจจุบันได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยมีการบริหารร้านค้าดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. บริเวณชั้น 1 จำนวน 6 ร้านค้า จะเปิดให้ร้านค้าภายนอกเข้ามาเช่าพื้นที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแม่และเด็ก อาทิ ร้านหนังสือ,ร้านไอศกรีม,ร้านกาแฟ,ร้านอาหารสุขภาพ,ร้านเสริมสวย&สปา,สตูดิโอถ่ายภาพเด็ก เป็นต้น
2. บริเวณ ชั้น 2-3 จำนวน 10 และ 11 ร้านค้าตามลำดับ โดยสถาบันฯจะพิจารณาร้านค้าที่มีความเหมาะสมและส่งเสริมกิจกรรมของทางสถาบันฯ อาทิ ร้านขายของเด็กเล่น Toy R Us,ร้านเฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็ก,ร้านเสื้อผ้าสำหรับเด็ก,ร้านเสื้อผ้าชุดคลุมท้อง,ธนาคาร, Superstores, คลินิกทันตกรรมสำหรับเด็ก,คลินิกรักษาโรคเด็ก,ร้านตัดผมสำหรับเด็ก,ร้านขายยา งานประดิษฐ์ สินค้า Gift Shop สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น

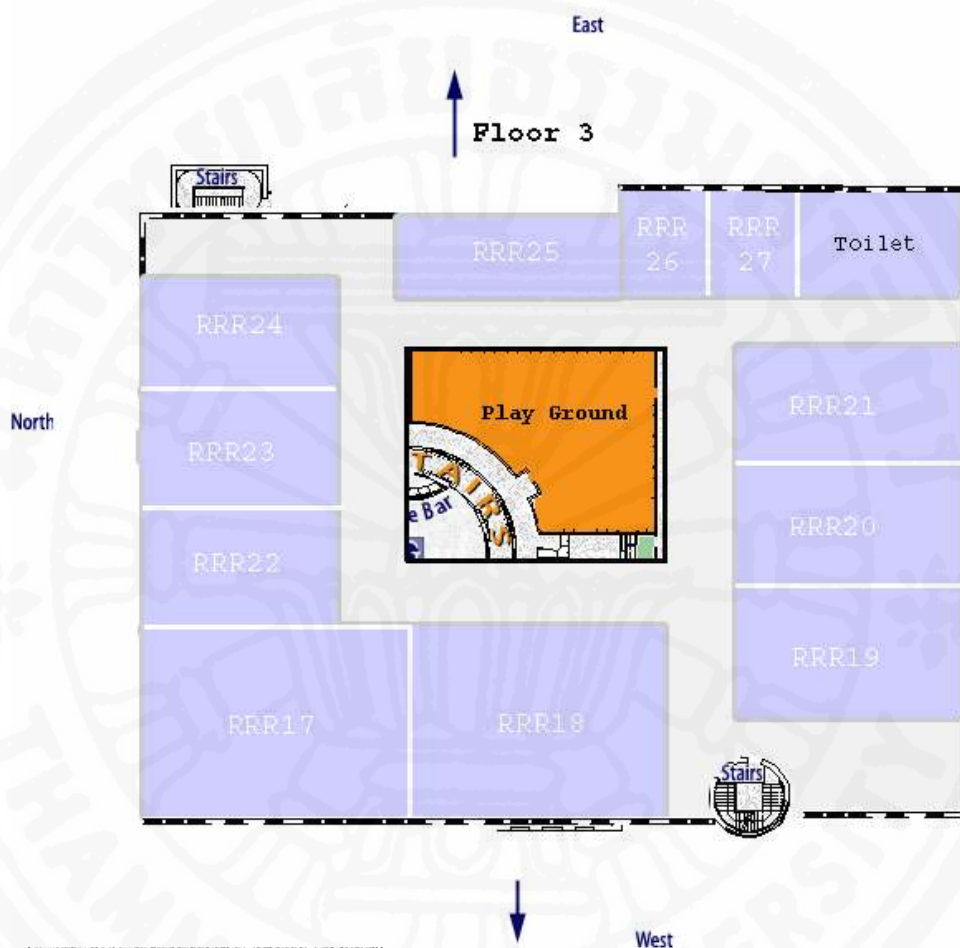
ภาพที่ 5.8
แผนผังภายใน โบรท์ เบปี่ อเนกวิ ชั้น 1



ภาพที่ 5.9
แผนผังภายใน โบรท์ เบปี่ อเนกวิถ์ ชั้น 2



ภาพที่ 5.10
แผนผังภายใน โบรท์ เบปี่ อเนกวิถ์ ชั้น 3



ตารางที่ 5.22
พื้นที่ใช้สอยของสถาบันไบรท์ เบบี อเวนิว

องค์ประกอบ	พื้นที่ (ตารางเมตร)
ชั้นที่ 1	
1. Thai Playing & Toy Room	120
2. Thai Music Room & Baby Massage	100
3. Thai Art Room	50
4. Thai Cooking Room	100
5. Play Ground	100
6 PR	40
7. Office	80
8. Store	45
9.Coffee Bar	30
10. ลานจัดกิจกรรมพิเศษ	100
11. พื้นที่เช่าร้านค้า	465
12. Toilet	50
พื้นที่รวมชั้นที่ 1	1,280
ชั้นที่ 2	
11.Seminar Room	120
12.พื้นที่เช่าร้านค้าถาวร	900

ตารางที่ 5.22 (ต่อ)
พื้นที่ใช้สอยของสถาบันไบรท์ เบบี อเวนิว

องค์ประกอบ	พื้นที่ (ตารางเมตร)
13.Toilet	50
พื้นที่รวมชั้นที่ 2	1,070
ชั้นที่ 3	
14.พื้นที่เช่าร้านค้าถาวร	1,020
15.Toilet	50
พื้นที่รวมชั้นที่ 3	1,070
16.ลานจอดรถ	1,300
รวมพื้นที่ทั้งหมด	4,720

โดยโบรท์ เบปี้ ในรูปแบบของสาขาและแฟรนไชส์จะกำหนดดังนี้

ภาพที่ 5.11

ภาพแสดงแผนผังโบรท์ เบปี้ สาขา/แฟรนไชส์



ตารางที่ 5.23

พื้นที่ใช้สอยของ โบรท์ เบปี้ อเวนิว รูปแบบของสาขาและแฟรนไชส์

พื้นที่สำหรับ	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
1.Thai Playing & Toy Room	75
2. Thai Art Room	30
3. Thai Music Room	30
4. Thai Cooking Room	50
5.Lobby+Ground	50

ตารางที่ 5.23 (ต่อ)

พื้นที่ใช้สอยของ ไบรท์ เบบี อเนกนิเวศของสาขาและแฟรนไชส์

พื้นที่สำหรับ	ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)
6.Office	50
7. Store	10
8.Toilet	10
9.Maid	10
พื้นที่รวม	315

5.6 แผนการจัดกิจกรรมหลักสูตร

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินงาน การสร้างสรรค์กิจกรรมจึงมุ่งเน้นที่จะส่งเสริมพัฒนาการทางด้านต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อบูรณาการรูปแบบการเล่นไทยมาพัฒนาเป็นกิจกรรมโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาเด็กให้เกิดความสามารถ 6Q ดังต่อไปนี้

1. Intelligence Quotient (IQ) หมายถึง ความฉลาดทางสติปัญญา
2. Emotional Quotient (EQ) หมายถึง ความฉลาดทางอารมณ์
3. Creativity Quotient (CQ) หมายถึง ความฉลาดในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์
4. Moral Quotient (MQ) หมายถึง ความฉลาดทางศีลธรรม จริยธรรม
5. Play Quotient (PQ) หมายถึง ความฉลาดที่เกิดจากการเล่น
6. Adversity Quotient (AQ) หมายถึง ความฉลาดในการแก้ไขปัญหา

โดยยึดแนวการจัดการศึกษา ว่าผู้เรียนทุกคนสามารถเรียนรู้ พัฒนาตนเองได้ และมีความสำคัญที่สุดเพราะฉะนั้นต้องส่งเสริมให้เด็กได้พัฒนาเต็มตามศักยภาพ

การจัดกิจกรรมจึงต้องเน้นทั้งความรู้ คุณธรรม กระบวนการเรียนรู้ และบูรณาการเนื้อหาต่อไปยังตามความเหมาะสมของแต่ละระดับการศึกษา

1) ความรู้เรื่องเกี่ยวกับตนเอง และความสัมพันธ์ของตนเองกับสังคม ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน ชาติ และสังคมโลก รวมถึงความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสังคมไทย การเมือง การปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

2) ความรู้และทักษะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การบำรุงรักษาการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3) ความรู้เกี่ยวกับศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม การกีฬา ภูมิปัญญาไทย และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา

4) ความรู้และทักษะด้านคณิตศาสตร์ และด้านภาษา เน้นการใช้ ภาษาไทยอย่างถูกต้อง

การจัดกระบวนการเรียนรู้ ทางสถาบันฯ จะดำเนินการดังต่อไปนี้

1) จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล

2) ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา

3) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติ ให้คิดเป็น ทำ เป็นรักการอ่านและเกิดความใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง

4) จัดการเรียนการสอน โดยผสมผสานความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างได้ สัดส่วนสมดุลกัน รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรมค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ในทุกวิชา

5) ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอนจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม สื่อการเรียน และอำนวยความสะดวกเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้ รวมทั้งสามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ ทั้งนี้ ผู้สอนและผู้เรียนอาจเรียนรู้ไปพร้อมกันจากสื่อและแหล่งวิทยาการประเภทต่างๆ

6) จัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ทุกเวลาทุกสถานที่ มีการประสานความร่วมมือกับบิดามารดา ผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ

การประเมินผล สถาบันฯ จัดการประเมินผู้เรียนโดยพิจารณาจากพัฒนาการของผู้เรียน ความประพฤติ การสังเกตพฤติกรรมการเรียน การร่วมกิจกรรมและการทดสอบควบคู่ไปในกระบวนการเรียนการสอนตามความเหมาะสมของแต่ละระดับพัฒนาการ และรูปแบบแต่ละโปรแกรม

5.7 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

จาก SWOT Analysis และ Five Force Models ในบทที่ 4 เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวมแล้ว ความสามารถในการแข่งขันหลัก (Core Competency) ของสถาบันฯ มีดังนี้

1. เป็นแหล่งรวมความต้องการของพ่อแม่ยุคใหม่อย่างครบวงจรครอบคลุมการให้บริการได้หลากหลายรูปแบบ
2. ความเอาใจใส่ต่อลูกค้าเหมือนบุคคลในครอบครัว
3. การสื่อสารด้วยเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยที่กำลังได้รับการตอบรับจากสังคม
4. การเรียนการสอนของสถาบันฯ เป็น Bilingual และมีคุณครูพิเศษที่มีชื่อเสียงและสนใจการละเล่นไทยมาเป็นผู้นำกิจกรรม
5. ภาพลักษณ์ของโครงการที่มีที่ปรึกษาที่มีชื่อเสียงในการให้คำปรึกษาและมีกระทรวงวัฒนธรรมให้การสนับสนุน
6. ความยืดหยุ่นสูง ในการบริหารจัดการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งซึ่งเป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ

5.7.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

ภาพที่ 5.12

แผนภาพแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์



เป็นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามลักษณะเฉพาะของกิจการ เพราะ สถาบันฯ วาง Positioning ในฐานะเป็นผู้นำด้านกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการที่มีรูปแบบนำการเล่นไทยมาประยุกต์เพื่อส่งเสริมพัฒนาการให้แก่เด็ก และบริการที่หลากหลายครบถ้วนในแห่งเดียว เนื่องจากสถาบันฯ เข้าใจความต้องการของพ่อแม่ผู้ปกครองครบทุกด้านของความเข้าใจเด็ก พร้อมทั้งมีอาหารว่างและเครื่องดื่มบริการสำหรับลูกค้าทุกท่าน จัดอบรมและสัมมนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสังคมไบรท์ เบบี้ ในการร่วมเป็นครอบครัวเดียวกัน สร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เหตุที่เลือก Positioning แบบนี้เพราะยังไม่มีใครทำในลักษณะนี้มาก่อน เป็นการเข้ามาในฐานะที่นำเสนอบริการที่ดีกว่า ครบถ้วนกว่า (Superior and Distinctive) ซึ่งประเมินได้ว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะทำกำไรได้ บริษัทจะเป็นผู้เข้าทำตลาดส่วนนี้เป็นรายแรกเพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำตลาด และนำเสนอในราคาที่ผู้บริโภคสามารถจ่ายได้ (Affordable) และทำให้บริษัทมีกำไรได้ (Profitable)

5.7.2 การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ภาพที่ 5.13
แสดงกลุ่มเป้าหมาย



กลุ่มเป้าหมาย (Target Market)

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือกลุ่มลูกค้า ผู้เป็นพ่อแม่ มีบุตรอายุระหว่าง 0-6 ปี โดยมีอายุระหว่าง 26 ถึง 35 ปี และสูงกว่ำนั้น มีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวสูง มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความสนใจในการส่งเสริมพัฒนาการเด็ก ลูกคำมีอำนาจการซื้อสูง สามารถตั้งราคาสินค้าได้สูงและมีความสามารถทำกำไรได้สูง

2. กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) คือกลุ่มชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้ชีวิตในประเทศไทย สมรสกับคนไทย มีบุตรอายุระหว่าง 0-6 ปี ได้แก่ นักธุรกิจ นักลงทุนที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย และพำนัักอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ให้บริการ มีความสนใจด้านวัฒนธรรมไทยเพื่อให้ลูกได้เรียนรู้วัฒนธรรมการเล่นไทยและกิจกรรมอื่นๆของสถาบัน

5.7.3 กลยุทธ์สร้างความแตกต่างเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

สร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น (Differentiation) ทำให้สถาบันฯ มีบุคลิก ลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) มีลักษณะ รูปแบบการให้บริการที่พิเศษแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อลดความสำคัญและการเปรียบเทียบทางด้านราคา แต่ทั้งนี้เพื่อให้สถาบันฯ มีความโดดเด่นแตกต่างทั้งด้านสินค้าและบริการจากศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กในปัจจุบัน จึงเลือกกลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่จะสามารถจัดการกับแรงกดดันซึ่งเป็นปัจจัยกำหนดการแข่งขันตามแนวคิดของไมเคิล อี. พอร์เตอร์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.24

กลยุทธ์การแข่งขัน ไบรท์ เบบี้ อเวนิว

	Differentiate	Cost
Niche	ไบรท์ เบบี้ อเวนิว	
Mass		

เนื่องจากวัฒนธรรมการละเล่นไทยเป็นเรื่องความสนใจเฉพาะกลุ่ม (Niche) มิได้เป็นที่สนใจในสังคมกว้าง (Mass) จำกัดอยู่ในกลุ่มลูกค้าที่มีลูกวัย 0-6 ปี ประกอบกับศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนในปัจจุบันต่างสร้างจุดเด่นและเอกลักษณ์ของตนขึ้นมาเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภค ดังนั้นจึงวางตำแหน่งกลยุทธ์การแข่งขันของสถาบันฯ ด้วยกลยุทธ์สร้างความแตกต่างและกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเป้าหมายเฉพาะ โดยการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในเรื่องต่างๆ ดังนี้

5.7.3.1 กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

1. รูปแบบของการบริการที่นำเสนออย่างครบถ้วนในแห่งเดียว (All-in-one)

นำเสนอบริการที่หลากหลายกว่ามีบริการให้เลือกมากกว่าสำหรับบริการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาการเด็ก ตลอดจนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับเด็ก และของเล่นไทยสร้างสรรค์ ที่ผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษเพื่อให้มีความเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย การเผยแพร่ความรู้เรื่องการละเล่นไทยเป็นวัตถุประสงค์หลักของสถาบัน แต่การจะทำให้การละเล่นไทยกลับมาฟื้นฟูอีกครั้ง หัวใจสำคัญคือการที่พ่อแม่ผู้ปกครองส่งเสริมให้เด็กได้เล่น ได้สนุกและเข้าใจถึงที่มาที่ไปของการละเล่นไทยต่างๆ ประโยชน์ที่เด็กจะได้รับ นั่นคือลูกมีพัฒนาการที่ดีนั่นเอง

เพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์จากการเข้ามาใช้บริการของสถาบันมากที่สุด สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจะเป็นความพึงพอใจสูงสุดในบริการของสถาบันเพื่อนำไปปรับใช้กับลูก เนื่องจากพ่อแม่ย่อมคาดหวังสิ่งที่ดีที่สุดในกับบุตร เช่น หากพ่อแม่พาลูกเข้ามาใช้บริการของสถาบันฯ เริ่มต้นจากการให้ลูกได้เรียนใน โปรแกรมต่างๆตามช่วงอายุของลูก สิ่งที่ลูกจะได้รับคือการได้ฝึกทักษะต่างๆเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านต่างๆอย่างครบถ้วน นอกจากนั้นยังได้เล่นและเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการละเล่นไทย ของเล่นไทย เพลงและดนตรีไทย การทำอาหารไทย การนวดเด็กแผนไทย พ่อแม่จะได้เห็นลูกมีความสุขจากการได้เล่น อีกทั้งตนเองยังได้รับความสนุกสนานจากการได้เล่น การละเล่นเหล่านั้นอีกและเรียนรู้ที่จะนำกลับไปเล่นที่บ้านได้ หรือแม้แต่พบเจอเด็กที่ไหนก็สามารถสอนการละเล่นไทยให้เด็กไทยคนอื่นๆได้รู้จักอีกด้วย

2. โปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็ก ด้วยการประยุกต์นำการละเล่นไทย ของเล่นไทย ศิลปะไทย เพลงและดนตรีไทย การทำอาหารไทย จากการค้นคว้าวิจัยของทีมงานและผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับพัฒนาการเด็ก และการละเล่นไทยที่มีชื่อเสียงของสถาบันฯ ที่มีการคัดค้นกิจกรรมที่มีความหลากหลายและส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของเด็กได้จริง สามารถสร้างองค์ความรู้ให้เด็กได้เรียนรู้ผ่านการเล่นทำให้เด็กเกิดทักษะในการใช้อวัยวะส่วนต่างๆในร่างกาย เพื่อเป็นการสร้างสรรค์จินตนาการ เด็กจะได้มีโอกาสมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นมากขึ้น ฝึกการเข้าสังคม ฝึกการปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมและบุคคลใหม่ๆได้คล่องขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้แน่นแฟ้นอันเป็นพื้นฐานของสังคมไทย ทำให้เด็กได้เรียนรู้ผ่านการเล่นแบบไทยที่มีการสอดแทรกเนื้อหาสาระผสมเข้ากับการเรียนรู้วัฒนธรรม สังคมทำให้ได้เข้าใจวิถีชีวิตบรรพบุรุษ วิถีคิด แนวคิด ที่มีการถ่ายทอด สัมผัสและสืบต่อกันมา ซึ่งในปัจจุบันนั้นการละเล่นไทยเหล่านี้

ไม่ได้รับความนิยม เพราะสังคมมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมมากขึ้น และครอบครัวไม่ได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของการละเล่นไทย

3. เอกลักษณะของสถาบันฯ จะมีความโดดเด่นและชวนให้น่าหลงใหลไปกับวัฒนธรรมไทย การสร้างสรรค์จินตนาการ การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ การเข้าสังคม เด็กจะได้เรียนรู้อย่างมากมาย อันเป็นผลจากการได้เล่นและสัมผัสกับกิจกรรมการละเล่นไทย ของเล่นไทย ที่มากด้วยคุณค่าและคุณประโยชน์นานับประการ และไม่เพียงเป็นสถาบันส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้เด็กเล็ก ยังมีการจัดสัมมนา อบรม Work Shop ต่างๆ ให้ความรู้แก่พ่อแม่ผู้ปกครองจากแพทย์และผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กเล็กอย่างต่อเนื่อง และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงดูบุตรให้มีความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาการ อาทิ ของเล่น เพลง หนังสือ นิทาน ฯลฯ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับครอบครัว ภายใต้ตราสินค้า“โบรท์ เบบี้” ตลอดจนการขยายอุตสาหกรรมธุรกิจการศึกษา รูปแบบสาขาและแฟรนไชส์ด้วยการสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่ง พร้อมที่จะเข้าสู่ตลาดธุรกิจการศึกษา ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจประเภทนี้สูงให้มีคุณภาพ ทัดเทียมกับต่างชาติ ซึ่งการแข่งขันในตลาดสถาบันเด็กเล็กถือว่ามีแข่งขันที่สูง เนื่องจากพ่อแม่มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการเด็กและเอาใจใส่ลูกมากขึ้นและยอมจ่ายเงินเพื่อสร้างรากฐานทางการศึกษาให้กับลูก

4. ประสิทธิภาพ ความทันสมัยของห้องเรียน/อุปกรณ์และเครื่องเล่นที่ผลิตขึ้นเป็นพิเศษเน้นความเป็นผู้นำในการนำวัสดุอุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นได้เองในประเทศไทยและวัสดุจากธรรมชาติกลับมาใช้งานอีกครั้ง สร้างให้เกิดความแตกต่างด้วยการเป็นผู้เชี่ยวชาญในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว วัสดุอุปกรณ์เครื่องเล่นจากต่างประเทศมีราคาลดลงและคุณภาพก็ต่ำลงด้วย การพิถีพิถันในเรื่องประสิทธิภาพของอุปกรณ์นอกจากจะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อเด็กแล้วเด็กก็จะไม่ได้รับสารพิษจากคุณภาพอุปกรณ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน การรับบริการจากโบรท์ เบบี้ จึงมั่นใจในความปลอดภัยของวัสดุอุปกรณ์ทุกชนิดได้ ว่ามีความปลอดภัยและเหมาะสมกับเด็ก ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนี้โดยเฉพาะจึงเป็นทางเลือกที่ดีกว่า

5. ภาพลักษณ์ (Image) สร้างเสริมภาพลักษณ์และความเป็นสถาบันของคนไทย ให้โดดเด่นในเรื่องคุณภาพและการบริการ แนวความคิดของสถาบัน คือ เรียนรู้-เล่น ผ่านความเป็นไทย โดยมีการบริการที่สะดวกสบาย ความทันสมัยเรียบง่ายในแบบไทย เป็นกันเอง เหมือนมาบ้าน

อีกหลัง ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความสนใจในพัฒนาการของลูก และต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย

ใช้ร้านเป็นการสื่อสารตราสินค้าอย่างหนึ่ง มีการตั้งชื่อร้านที่เป็นคำไทยออกเสียงง่าย และสั้นเพื่อให้จดจำได้ มีการติดป้ายชื่อสถาบันและโลโก้ที่เห็นเด่นชัด ภายในมีการตกแต่งของสถาบันที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สวยงาม ทันสมัย บ่งบอกถึงสถาบันตยกรรมไทย แต่มีความโดดเด่นเรื่องของสีส้มที่จะดึงดูดใจเด็กและสร้างให้เด็กเกิดการเรียนรู้

การมีที่ปรึกษาสถาบันฯเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก และพรีเซนเตอร์ คุณครูพิเศษ ที่มีชื่อเสียงจะสามารถสร้างการจดจำให้กับลูกค้าและอยากเข้ามาทดลองใช้บริการของสถาบัน อาทิเช่น

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก

ภาพที่ 5.14

พญ. ชนิกา ตู้จินดา



ศาสตราจารย์เกียรติคุณ พญ. ชนิกา ตู้จินดา (25 เมษายน 2483) เป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านกุมารเวชศาสตร์ท่านหนึ่งของประเทศไทย ศึกษาจบปริญญาแพทยศาสตรบัณฑิต (พบ.) เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง จาก คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล อดีตคณบดีคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ผลงานทางวิชาการ อาทิ คู่มือเลี้ยงลูก เรื่องสั้นของหมอชนิกา หมอชนิกาตอบปัญหาเด็กวัย 1-4 ปี เคล็ดลับแม่มือใหม่

2) ฟรีเซนเตอร์

ภาพที่ 5.15

คุณนิโคล (เทรีโอ) ปานพุ่ม



คุณนิโคล (เทรีโอ) ปานพุ่ม ชื่อเล่นคุณนิกกี้ ปรินญาตรีทางด้านศิลปศาสตร์ และ
ทางด้านธุรกิจ จาก วิทยาลัยโคลัมเบีย ชิคาโก สหรัฐอเมริกา สมรสกับ คุณจิรศักดิ์ ปานพุ่ม อาชีพ
นักร้องสังกัดค่ายแกรมมี่ บุตรชายชื่อ ด.ช.อชิระ ปานพุ่ม

3) คุณครูพิเศษ

ภาพที่ 5.16

คุณ แอนดรูว์ บิ๊ก



คุณ แอนดรูว์ บิ๊ก แห่งสถาบัน Anrew Biggs Academy และรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาอังกฤษ อดีตพิธีกรรายการข่าว “เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และรายการอื่นๆ อีกมากมาย เช่นรายการ “ภาษาอังกฤษง่ายนิดเดียว”

ภาพที่ 5.17

คุณกุลนัดดา ปัจฉิมสวัสดิ์



คุณกุลนัดดา ปัจฉิมสวัสดิ์ ชื่อเล่น คุณนีน่า จบ การศึกษาจากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ เอกวาทวิทยา และปริญญาโท ด้านการละคร ที่อเมริกา

ผลงาน

- แดนเซอร์
- นักเต้นและนักแสดงละครเวที
- ผู้กำกับเวที “ภัทราวดี เธียเตอร์”
- ผู้ประกาศข่าว จากเนชั่น ซาแนล
- พิธีกรรายการ ผู้หญิงถึงผู้หญิง

5) แพทย์ผู้เชี่ยวชาญประจำสถาบัน

สถาบันจะมีการจัดบริการให้คำปรึกษาโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กในการไขปัญหาข้อข้องใจโดยตรงแก่พ่อ แม่ผู้ปกครอง โดยสถาบันจะจัดสรรช่วงเวลาที่มีความเหมาะสมอาทิตย์ละ 1 ครั้ง หรือพ่อแม่ผู้ปกครองจะฝากคำถามข้อสงสัยเอาไว้ ก็จะได้รับคำตอบเช่นกัน

6. บุคลากรประจำสถาบันฯ

ครูผู้นำกิจกรรมและครูผู้ช่วย (Personnel Differentiation) จะต้องรักที่จะอยู่กับเด็กเล็ก ๆ สามารถร้องเพลงไทยได้ไพเราะและถูกจังหวะทำนองมีคุณลักษณะความเป็นผู้นำ รักการบริการ ชอบการทำงานเป็นกลุ่ม มีความคิดสร้างสรรค์ ครูผู้นำกิจกรรมจะได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ความชำนาญในการเล่นไทยเพื่อนำมาใช้กับเด็กได้ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจให้ตัวเองกับลูกค้า เต็มใจให้คำปรึกษาอธิบายอย่างละเอียดสำเนียงไพเราะ เป็นต้น

ขอบเขตการทำงาน

- เป็นผู้นำและช่วยเหลือ คุณพ่อคุณแม่และเด็ก ๆ ตลอดเวลาที่ทำกิจกรรมต่างไม่ว่าจะเป็น
 - Bright Baby: Thai Playing & Toy (กิจกรรมกลุ่ม)
 - Bright Baby: Thai Music (การเรียนรู้เสียงเพลงผ่านกิจกรรมดนตรี)
 - Bright Baby: Thai Art (กิจกรรมฝึกฝนความคิดสร้างสรรค์และการทำงานของมือ)
 - Bright Baby: Thai Cooking (ชั้นเรียนการประกอบอาหารที่รับประทานได้และปลอดภัย)
- เป็นผู้นำ จัดการ และช่วยเหลือให้การดูแลเอาใจใส่เด็ก ๆ ในเวลานอกเหนือจากการเรียนการสอน
- งานขาย โดยต้องสามารถอธิบายเนื้อหา จุดประสงค์ของโปรแกรมต่างๆ ให้แก่ผู้ปกครองของเด็กๆ ได้
- งานธุรการ และทำเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน

ความต้องการทางด้านทักษะและการศึกษา

- จบการศึกษาระดับปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา และพัฒนาการเด็ก และ / หรือโปรแกรมภาษาอังกฤษ
- มีทักษะทางการสื่อสารภาษาอังกฤษ
- อายุ ไม่เกิน 28 ปี

7. เพิ่มคุณค่าในการบริการ (Value Added Service)

สร้างความพิเศษในการบริการโดยการพัฒนาบริการผ่านพนักงานในร้านเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ ให้ความสำคัญในรายละเอียดและความสะอาดเรียบร้อยเล็กๆน้อยๆของลูกค้า เช่น บริการมุมอ่านหนังสือ บริการเครื่องดื่มและของว่าง เป็นต้น

5.7.3.2 กลยุทธ์เน้นตลาดเฉพาะ (Niche) ในการเลือกกลุ่มผู้ใช้บริการอย่างเจาะจงที่มีต้องการเลือกสรรสิ่งที่ดีให้กับลูก มีรสนิยม มีความชอบสนใจวัฒนธรรมการละเล่นไทยและต้องการส่งเสริมพัฒนาการให้กับลูก ทั้งนี้เพื่อให้สถาบันฯเกิดความใกล้ชิดกับผู้บริโภค และสามารถปรับตัวต่อการตอบสนองความต้องการสถาบันฯส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนในปัจจุบัน จะต้องมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์สร้างความแตกต่างเพื่อที่จะทำให้สถาบันฯมีจุดเด่นที่แตกต่างเหนือคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ทั้งนี้สถาบันฯยังได้นำเสนอกลยุทธ์ที่มีความสำคัญและจะทำให้สถาบันฯประสบความสำเร็จเป็นผู้นำตลาดอีกในหัวข้อต่อไป ดังนี้

5.8 การบริหารแผนการตลาด

ผู้วิจัยได้พิจารณาวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการทางการตลาดของสถาบันฯ โดยใช้แนวความคิดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ในการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ทั้ง 4 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ ราคา สถานที่ ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นจึงสามารถวางแผนกลยุทธ์การบริหารแผนการตลาดได้ดังนี้

5.8.1 กลยุทธ์การตั้งราคาและการสื่อสารการตลาด (Pricing Strategy and Marketing Communication)

5.8.1.1 กลยุทธ์ในการตั้งราคา (Pricing Strategy)

เนื่องจากในตลาดยังไม่มีที่ใดนำเสนอบริการที่ครบถ้วนทันสมัยอย่าง ไบรท์ เบบี้ ในการเข้าทำตลาดในระยะแรกในช่วง Introduction Stage ผู้บริโภคยังไม่ทราบว่ามีบริการในลักษณะดังกล่าว ยังไม่รู้จัก ไบรท์ เบบี้ และยังไม่เห็นความสำคัญ คุณค่าจากบริการนี้ กลยุทธ์ที่เหมาะสม คือการตั้งราคาในระดับสูง เพื่อสอดคล้องกับ Positioning ที่เป็นผู้นำด้านกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการที่มีรูปแบบนำการเล่นไทยมาประยุกต์เพื่อส่งเสริมพัฒนาการให้แก่เด็ก และบริการที่หลากหลายครบถ้วนในแห่งเดียว และใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์สูงเนื่องจากทางร้านเข้ามาในตลาดในลักษณะผู้นำมี Positioning ที่เหนือกว่าคู่แข่ง จำเป็นต้องมีการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายทราบเพื่อให้ Perceived Value ตรงอย่างที่ต้องการเพื่อให้ลูกค้าเต็มใจจ่ายในราคาที่กำหนด โดยพิจารณาการตั้งราคาจากการเปรียบเทียบอัตราค่าสมาชิกและค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ผนวกกับต้นทุนการบริหารจัดการซึ่งมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายของสถาบันฯ เปรียบเทียบกับศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนอื่นๆ ดังนี้

ตารางที่ 5.25
เปรียบเทียบอัตราค่าสมาชิก

ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชน	ต่อปี	ตลอดชีพ
1. ไบรท์ เบบี้ อเวนิว	2,000	3,500
2. จิมโบรี	-	3,500
3. เบบี้จีเนียส	2,200	4,500
4. เดอะลิตเติ้ลยิม	เด็ก 2000 / ครอบครัว 3,500	-
5. ทัมเบิลท็อทส์	2,000	3,500
6. คิโด	2,500	3,900

จากตารางเนื่องจากในระยะแรกลูกค้ายังไม่เข้าใจในความแตกต่างของบริการของสถาบัน และกลุ่มเป้าหมายยังมีค่านิยมแบนด์จากต่างชาติ จึงแก้ปัญหาด้วยการตั้งราคาตามต้นทุนบริการซึ่งจะมีราคาหลายระดับขึ้นอยู่กับแต่ละโปรแกรมและให้จะมีการให้ส่วนลดในระยะแรก ปรับคอร์สให้สั้นลง ทำให้ดูเหมือนว่าความแตกต่างเรื่องราคากับคู่แข่งไม่ต่างกันมากนัก ไม่ใช้การเข้าตลาดด้วยการตั้งราคาที่ต่ำกว่า เพราะเป็นการใช้สงครามราคาโดยตรงซึ่งไม่เหมาะสมและไม่ทำกำไรในระยะยาว นอกจากนี้ยังเสนอการดึงดูดให้ผู้มาในตลาดเดิมลดราคาแข่งกันทำสงครามราคา การใช้วิธีให้ส่วนลดและการจัดกิจกรรมกระตุ้นยอดใช้บริการในระยะแรกคาดว่าจะสามารถดึงดูดลูกค้าหันมาทดลองใช้บริการที่ดีคุ้มค่า ส่งเสริมวัฒนธรรมการละเล่นไทย นำไปสู่ความพึงพอใจและลดความสำคัญของราคาลง

ทั้งนี้สถาบันจึงได้กำหนดการเรียนการสอนของแต่ละโปรแกรมมีจำนวนผู้เรียนได้เต็มที่ 20 คน ต่อชั้นเรียน สามารถเรียนได้คอร์สละ 10 ครั้ง ครั้งละ 45- 1 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับอายุและพัฒนาการของเด็ก โดยที่ผู้บริโภคมักจะเสียค่าใช้จ่ายในราคากลางของค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.26
เปรียบเทียบอัตราค่าโปรแกรมต่อครั้ง

ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชน	ค่าเรียนต่อ 1 ครั้ง(ขึ้นอยู่กับโปรแกรมที่เลือก)
1. ไบรท์ เบบี้ อเวนิว	350-450
2. จิมโบรี	330-415
3. เบบี้จีเนียส	400
4. เดอะลิตเติ้ลยิม	500-550
5. ทัมเบิลท้อทส์	425
6. คิโดดี้	450-650

หมายเหตุ : การคำนวณค่าเรียนของแต่ละศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนจะขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการเรียนและอัตราส่วนลดที่แต่ละศูนย์ฯ กำหนด

โดยค่าใช้จ่ายในการเรียนจะครอบคลุมถึงอุปกรณ์การเรียน รวมทั้งเครื่องดื่มและอาหารว่างไว้รองรับผู้ให้บริการอีกด้วย เมื่อจบหลักสูตรจะมีการประเมินผลพัฒนาการของเด็ก และมอบเกียรติบัตร ตลอดจนมีการคัดเลือกเด็กเพื่อร่วมในงานแสดงทางโทรทัศน์ งานแสดงกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างประสบการณ์และคุณค่าให้กับเด็กในการเรียนรู้ประสบการณ์ในโลกกว้าง

ตารางที่ 5.27

การประมาณการณ์จำนวนผู้เข้าใช้บริการใน 1 วัน

โปรแกรม	จำนวนผู้เรียนรับได้ เต็มที่ (คน/ห้อง)	จำนวนที่เปิดสอน (ครั้ง)	จำนวนผู้เรียน
Thai Playing & Toy	20	4	80
Thai Music	20	4	80
Thai Art	20	4	80
Thai Cooking	15	4	60
นวดเด็ก	20	4	20
รวม		20	320

ตารางที่ 5.28

ตารางแสดงการคาดการณ์ปริมาณจำนวนผู้เรียนสูงสุดที่รับได้

โปรแกรม	ครั้งละ (บาท)	จำนวนคนต่อ วัน	เปิดทำการ 6 วัน/สัปดาห์	จำนวนคน/ 1 เดือน	จำนวนคน/ 1 ปี
Thai playing&Toy (20)	400	80	480	1,920	23,040
Thai Music (20)	400	80	480	1,920	23,040
Thai Art (20)	400	80	480	1,920	23,040
รวมจำนวนคน		240	1,440	5,760	69,120
Thai Cooking (15)	450	60	360	1,440	17,280
Thai Massage (20)	350	20	120	480	5,760
รวมจำนวนคน		320	1,920	7,680	92,160
รวมจำนวนคนทั้งสิ้นใน 1 ปี					92,160

5.8.1.2 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (Marketing Communication)

1. ให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้ทราบใน และความแตกต่างของสถาบันกับคู่แข่ง และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนโครงสร้างความคิดให้ยอมรับความสำคัญคุณค่าในบริการที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกสบายครบถ้วนในสถาบันครอบคลุมเรื่องการส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กทุกด้านผ่านการละเล่นไทยและกิจกรรมต่างๆ ในราคาที่เหมาะสมและยอมรับได้
2. สารที่ต้องการสื่อกับกลุ่มเป้าหมายคือ โบรท์ เบบี้เป็นผู้เข้าใจและรอบรู้เรื่องพัฒนาการเด็กโดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการผ่านการละเล่นไทย นำเสนอคุณค่าของการละเล่นไทยว่ามีประโยชน์ในการเสริมสร้างพัฒนาการให้กับเด็กได้จริงและร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมการละเล่นไทย มีประสิทธิภาพทัดเทียมกับศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนจากต่างชาติ
3. การสื่อสารใช้ตัวสถาบันฯ โบรท์ เบบี้ พนักงาน เว็บไซต์ของสถาบัน เป็น Brand Contact Point ที่มีการควบคุมให้สารที่ต้องการสื่ออยู่ในแนวเดียวกัน และใช้ประโยชน์ในการเป็นสื่อในการส่งข่าวกิจกรรมการตลาดหรือโปรแกรมการส่งเสริมยอดขายและบริการต่างๆ ได้
4. จัดให้ร้านมีการออกแบบ ตกแต่งในการประยุกต์เอาสถาปัตยกรรมไทยมาออกแบบให้มีความเรียบง่าย ทันสมัย แต่โดดเด่นด้วยสีสันที่ชวนมอง กระตุ้นอารมณ์และจิตใจของเด็กให้ร่าเริงได้ ให้ทุกสาขาอยู่ในรูปแบบเดียวกัน มีบอร์ดติดประกาศเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจ งานวิจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับพัฒนาการเด็ก และบทความต่างๆ ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ จัดให้มีการเขียนบทความโดยที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ ฟรีเซนเตอร์ และคุณครูพิเศษ คุณครูผู้นำกิจกรรมสลับกันมาติดบอร์ดหมุนเวียนกันไป ติดรูปประกอบบทสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ โปรแกรมการให้บริการของสถาบัน ให้ผู้สนใจหยิบได้ฟรี
5. พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแบบเฉพาะของสถาบันและผ่านการฝึกอบรมให้มีความรู้ความชำนาญในการจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการเด็ก คุณครูผู้นำกิจกรรมสามารถออกแบบกิจกรรมที่มีความเหมาะสมเสนอแก่สถาบันได้โดยสถาบันจะมีคำตอบแทนพิเศษให้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรมีความรักในสถาบันและลดอัตราการว่างงานลง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์กับลูกค้าหรือคนทั่วไปให้รู้จักสถาบันและทราบถึงกิจกรรมการตลาดต่างๆ ที่จัดขึ้น และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากลูกค้าที่มาใช้บริการ

6. เว็บไซต์ของสถาบัน [www.Bright Baby.com](http://www.BrightBaby.com) จัดให้มีรูปแบบที่ น่ารัก ทันสมัย ประกอบด้วยรายละเอียดของสถาบัน ปรัชญาและแนวคิด โปรแกรมต่างๆของโบรท์ เบบี้ที่ทำการ สาขาต่างๆ บริการต่างๆ และการจัดอบรม กิจกรรมต่างๆที่ทางสถาบันจัดขึ้น รายชื่อผู้จัดการสาขา และหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ ด้านต่างๆให้กับลูกค้า จัดให้มีเว็บลิงก์ที่น่าสนใจและรับเป็นสปอนเซอร์ ให้กับสถาบันฯ พันธมิตรต่างๆ มีการปรับปรุงเนื้อหา บทความ ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการละเล่นไทยในการเสริมพัฒนาการ ให้เข้ากับกิจกรรมการตลาดที่จัดขึ้นในช่วงนั้น ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ตลอดจนการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบัน และทำหน้าที่ในการ รับฟังความคิดเห็น หรือตอบข้อซักถามต่างๆจากผู้เยี่ยมชมโฮมเพจ และจัดให้มีการสมัครสมาชิก เพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่างๆจากทางสถาบันอีกด้วย

5.8.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

สถาบันฯ โบรท์ เบบี้ อเนกวิ ใช้ต้นแบบในการจัดตั้งโครงการ ณ ซอยทองหล่อ สุขุมวิท 55 เป็นสถานที่ตั้ง เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและเป็นที่ตั้งของโรงเรียน อนุบาลทั้งของไทยและของต่างชาติจำนวนมาก รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายพำนักอาศัยอยู่ใน บริเวณนี้ ครอบคลุมพื้นที่ในย่านสุขุมวิทและบางนา

ในด้านเส้นทางการเดินทาง กลุ่มเป้าหมายสามารถเดินทางมายังโบรท์ เบบี้ อเนกวิ ได้ หลายช่องทางทั้งทางรถยนต์ รถประจำทาง รถไฟฟ้า BTS ทั้งนี้สถาบันฯจะมีบริการรับส่งในจุดที่สำคัญ เช่น จากสถาบันฯไปรถไฟฟ้า เป็นต้น

นอกจากนั้น สมาชิกตลอดชีพของสถาบันฯจะมีการจัดให้มีบริการรถรับส่งในเส้นทาง ที่ทางสถาบันฯกำหนดเดินทางมายังสถาบันฯโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น

5.8.2 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

สถาบันฯต้องการให้ผู้พบเห็นและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเกิดการจดจำในลักษณะที่ ผู้ใช้บริการสามารถนึกถึง (Brand Recognition) และสื่อให้ผู้ให้บริการรับรู้บุคลิกภาพของตรา ผลิตภัณฑ์ (Brand Personality) ได้ทันที ดังนั้นสถาบันฯจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างเอกลักษณ์และจุดที่แตกต่างของสถาบันฯโดยพิจารณาจาก

1.องค์ประกอบของสถาบันฯ มีความหลากหลายและครบวงจรแตกต่างจากศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชนอื่นๆ เนื่องจากสถาบันฯมีอาคารเพาะของสถาบันด้วยการ เบบี๋ อเวนิว แห่งแรกและแห่งเดียวในเมืองไทย ที่รวมเอาทุกคำตอบของเรื่องพัฒนาการเด็กเอาไว้ที่สถาบันฯ โดยสถาบันฯได้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือสถาบันฯ และพื้นที่เช่าสำหรับร้านค้าในการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแม่และเด็ก ซึ่งผู้ที่มายังไบรท์ เบบี๋ อเวนิว สามารถใช้บริการในส่วนของการขอคำปรึกษาเรื่องพัฒนาการเด็กและการละเล่นไทยได้ตลอดเวลา ผู้ใช้บริการจะได้รับทั้งสาระและความบันเทิง (Edutainment) ความประทับใจจากศูนย์ข้อมูลและบริการต่างๆ จากทางสถาบันฯ อีกทั้งยังรู้สึกถึงคุณค่า (Customer Value) ของวัฒนธรรมการละเล่นไทยและเข้าใจว่าทำไมจึงมีความจำเป็นในการจัดตั้งสถาบันฯแห่งนี้ขึ้น

2. กิจกรรมพิเศษที่จะจัดขึ้นเป็นประจำทุกอาทิตย์ และการจัดกิจกรรมใหญ่ต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยจะมีการหมุนเวียนประเด็นหลัก ในการจัดงานตามแผนงานที่ได้วางไว้ล่วงหน้า ซึ่งการจัดกิจกรรมจะเป็นแรงขับเคลื่อนทำให้ผู้ใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้น

5.8.4 กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion Strategy)

5.8.4.1 การประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงโดยการจัดงานสัมมนาและการตั้งบูธในการแนะนำให้ความรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์โทรทัศน์และวิทยุ การเน้นบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านพัฒนาการเด็กเช่น พญ.ชนิกา ตู้จินดา หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็กมาเป็นวิทยากร เพื่อเป็นการสร้างภาพตัวแทน สถาบันส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้เด็กเล็ก ไบรท์ เบบี๋ อเวนิว โดยผ่านทางสื่อในลักษณะข่าวและข้อมูลรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.29

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ

สื่อ	วัตถุประสงค์	รายละเอียด
โทรทัศน์	1. ฝากข่าวประชาสัมพันธ์ไปยัง สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ โดยพิจารณา รายการที่ให้สาระและบันเทิง ทั้งมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเด็กและผู้ปกครองเป็นสำคัญ นอกจากนั้นสนับสนุนให้รายการโทรทัศน์เข้ามาใช้สถานที่ถ่ายทำ รายการ ละคร และสารคดีต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถาบันฯได้อีกทางหนึ่ง	-รายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ (ช่อง 3) -รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง(ช่อง 3) -รายการ 30 ยังแจ๋ว(ช่อง 3) -รายการบ้านเลขที่ 5 (ช่อง 5) -รายการสู้เพื่อแม่(ช่อง 5) -รายการคุณพระช่วย(ช่อง 9) -รายการเกมทศกัณฐ์เด็ก(ช่อง 9) -รายการเปิดโลกวัยชน(ช่อง 11) -รายการวันนี้ที่เมืองไทย (ช่อง 11)
	2. Try in เสนอช่วง เล่นพาเพลิน Learn แบบไทย ความยาว 1 นาที	รายการ คุณพระช่วย ทางช่อง 9 ราคา 100,000 บาท ต่อนาที จำนวน 6 เดือน 24 Week เดือนละ 400,000 บาท รวมค่าใช้จ่าย 2,400,000 บาท
นิตยสาร	สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (Niche Market) ได้มาก ซึ่งคือกลุ่มพ่อแม่ผู้ปกครองที่มีความสนใจหาความรู้เรื่องพัฒนาการเด็กอยู่เป็นประจำ โดยสถาบันฯ ลงรายละเอียดและภาพข่าวกิจกรรม 4 สี ในหน้าที่ 3 ซึ่งเป็นหน้าที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ	1.นิตยสาร Mother & Care 2.นิตยสาร Real Parenting 3.นิตยสาร รักลูก 4.นิตยสาร ดวงใจพ่อแม่ 5.นิตยสาร Modern Mom 6.นิตยสาร แม่และเด็ก เล่มละ 70,000 *6 เล่ม=420,000 ค่าออกแบบทั้ง 12 เดือน 50,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายนิตยสาร 470,000 บาท

ตารางที่ 5.29 (ต่อ)

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ

สื่อ	วัตถุประสงค์	รายละเอียด
หนังสือพิมพ์	สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและทั่วประเทศ ซึ่งสถาบันฯ จะใช้สื่อหนังสือพิมพ์เฉพาะในช่วงพิธีเปิดสถาบันฯ และการจัดกิจกรรมประจำปีเท่านั้น โดยเลือกลงโฆษณา ¼ หน้า ก่อนวันงาน 1 วัน ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับได้แก่	หนังสือพิมพ์คมชัดลึก ราคา 7,200 บาท หนังสือพิมพ์มติชน ราคา 64,000 บาท ค่าออกแบบ Display ราคา 4,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายสื่อหนังสือพิมพ์ 140,000 บาท
โปสเตอร์	สถาบันฯ จะใช้สื่อโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า บริเวณใกล้เคียงกับสถาบันฯ	ค่าออกแบบโปสเตอร์ ราคา 5,000 บาท ค่าพิมพ์โปสเตอร์ขนาด A2 จำนวน 5,000 ใน ราคา 40,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายสื่อโปสเตอร์ 45,000 บาท
แผ่นพับ	เอกสารสำหรับแจกลูกค้า โดยมีรายละเอียดต่างๆของสถาบันฯ ปรัชญาแนวคิด ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการเรียน รูปแบบการจัดกิจกรรม การจัดอบรม การสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ โดยที่จะมีการปรับข้อมูล เนื้อหาในแผ่นพับทุกๆ 3 เดือน	ค่าออกแบบแผ่นพับทุก 3 เดือน ราคา 10,000 บาท แผ่นพับจำนวน 200,000 ใบ ละ 1.50 บาท ราคา 300,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายแผ่นพับ 310,000 บาท

ตารางที่ 5.29 (ต่อ)

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ

สื่อ	วัตถุประสงค์	รายละเอียด
เว็บไซต์	เพื่อให้ข้อมูลประกอบด้วยรายละเอียดของสถาบัน ปรัชญาและแนวคิด โปรแกรมต่างๆของโบรท์ เบี้ยที่ทำการ สาขาต่างๆ บริการต่างๆ และการจัดอบรม กิจกรรมต่างๆที่ทางสถาบันจัดขึ้น รายชื่อผู้จัดการสาขาและหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ ด้านต่างๆให้กับลูกค้า จัดให้มีเว็บลิงที่น่าสนใจและรับเป็นสปอนเซอร์ให้กับสถาบันฯ พันธมิตรต่างๆ มีการปรับปรุงเนื้อหา บทความ ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการละเล่นไทยในการเสริมพัฒนาการให้เข้ากับกิจกรรมการตลาดที่จัดขึ้นในช่วงนั้น ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ตลอดจนการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถาบัน และทำหน้าที่ในการรับฟังความคิดเห็น หรือตอบข้อซักถามต่างๆจากผู้เยี่ยมชมโฮมเพจ และจัดให้มีการสมัครสมาชิกเพื่อรับข้อมูลข่าวสารต่างๆจากทางสถาบันอีกด้วย	ค่าจัดทำเว็บไซต์ ราคา 40,000 บาท ค่าปรับข้อมูลเดือนละ 1,000 บาท *12 เดือน ราคา 12,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายเว็บไซต์ 52,000 บาท

ตารางที่ 5.29 (ต่อ)

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ

สื่อ	วัตถุประสงค์	รายละเอียด
Direct-Mail	สถาบันต้องการให้ผู้บริโภคได้รับข่าวสารจากสถาบันโดยตรงจึงทำการซื้อข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อจัดทำจดหมายและรายละเอียดเกี่ยวกับสถาบันฯ เพื่อเผยแพร่โดยตรงให้กับกลุ่มเป้าหมายในลักษณะการให้ข้อมูลและประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมาใช้บริการของสถาบันฯ	ค่าซื้อข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค 1 ปี 40,000 บาท งบประมาณในการทำจดหมาย เดือนละ 3,000 บาท*12 76,000 บาท
รวมค่าใช้จ่าย		3,493,000 บาท

5.8.4.2 การจัดโปรโมชั่นพิเศษ

ตารางที่ 5.30

ตารางแสดงการจัดโปรโมชั่นพิเศษของสถาบันฯ

ระยะเวลาเวลาที่จัด	รายละเอียด
ตั้งแต่เปิดตัวงานแถลงข่าว (เม.ย.51-มิ.ย.51)	แจกบัตรเชิญร่วมงานแถลงข่าวและทดลองเรียนฟรีโดยต้องพาลูกมาทำกิจกรรมจะแทรกไปในนิทรรศการที่ลงโฆษณา (เฉพาะผู้ที่โทรเข้ามาลงทะเบียนสำรองที่นั่ง จำนวน 100 ท่าน ได้เลือกโปรแกรมที่สนใจตามการสำรองที่นั่ง ก่อน-หลัง) ในบัตรเชิญจะแจ้งรายละเอียดกำหนดการเปิดแถลงข่าว และงาน Grand Opening กิจกรรมต่างๆ ที่มีในวันแถลงข่าวและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมงาน Promotion Package 3 แบบ ดังนี้

ตารางที่ 5.30 (ต่อ)

ตารางแสดงการจัดโปรโมชั่นพิเศษของสถาบันฯ

ระยะเวลาเวลาที่จัด	รายละเอียด
	1. Package 1 สมัครเรียนในวันเปิดงานแบบอายุสมาชิก ปัจจุบันถึง 6 ปี 3,500 บาท ได้รับส่วนลดค่าสมัครเหลือ 3,000 บาท และรับตุ๊กตาชุดสะสมการละเล่นไทย ชุดที่ 1 และส่วนลดการใช้บริการของสถาบันในครั้งต่อไป 20 % และได้ Package ถ่ายรูปฟรี 2. Package 2 สมัครเรียนในวันเปิดงานแบบรายปี 1,500 บาท ได้รับส่วนลดค่าสมัครเหลือ 1,000 บาท และรับตุ๊กตาชุดสะสมการละเล่นไทย ชุดที่ 1 และรับส่วนลดการใช้บริการของสถาบันในครั้งต่อไป 10 % 3. Package 3 แนะนำเพื่อนมาสมัครใช้บริการ รับส่วนลดการใช้บริการของสถาบันทันที 5 %
มี.ย.51 -ส.ค. 51	Promotion Package สำหรับ Campaign Welcome Member เพื่อเปิดตัวคอร์สอบรมและ workshop ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมพัฒนาการเด็กและการละเล่นไทย โดยในวันเปิดตัวโครงการจะได้รับส่วนลด ในการเข้าสัมมนา 20 % จากราคาปกติ
มี.ย.51 -ธ.ค. 51	จัด Promotion Package กระตุ้นยอดโปรแกรมนอื่นๆ เพื่อให้เกิดเป็นผลกระทบต้อ (Snow Ball Effect) นำไปสู่การลงเรียนเพิ่มโปรแกรมอื่นๆ ด้วยการมอบสิทธิพิเศษให้กับผู้สมัครเรียนในโปรแกรมแรก เมื่อสมัครเรียนโปรแกรมที่ 2 จะได้รับส่วนลด 20% และรับสิทธิทดลองเรียนฟรีแต่ละโปรแกรมได้อย่างละ 1 ครั้ง (มูลค่าประมาณ 1,100-1,150 บาท)

ตารางที่ 5.30 (ต่อ)

ตารางแสดงการจัดโปรแกรมพิเศษของสถาบันฯ

ระยะเวลาเวลาที่จัด	รายละเอียด
ม.ค.52-มี.ค.52	กิจกรรม บอกต่อ... "เล่นพาเพลิน Learn แบบไทย" เพื่อนแนะนำเพื่อน แนะนำสมาชิกใหม่ 1 ท่านรับแต้มสะสม 2 คะแนน - สะสมครบ 20 คะแนนได้รับแพคเกจถ่ายภาพครอบครัว ฟรี มูลค่า 5,000 บาท - สะสมครบ 40 คะแนนได้รับ แพคเกจท่องเที่ยวดิสนีย์แลนด์ ฮองกงพร้อมที่พัก ทั้งครอบครัว มูลค่า 40,000 บาท
มี.ค.52-เม.ย. 52	กิจกรรมบอกต่อ... "เล่นพาเพลิน Learn แบบไทย" ในระยะ 5 เดือนสุดท้าย หากไม่มีผู้ใดสะสมแต้มครบ ผู้ที่ได้รับแต้มสูงสุดจะได้รับมอบรางวัลให้ไปท่องเที่ยว แพคเกจที่ใดก็ได้ในประเทศไทย ทั้งครอบครัว มูลค่า 20,000 บาท ในงานฉลองครบรอบ 1 ปี แทน

5.8.7 แผนการตลาด (Marketing Plan)

ตารางที่ 5.31

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 1

แผนการตลาด ช่วง 0-3 เดือน	ระยะเวลา เม.ย.2551- มิ.ย.2551
วัตถุประสงค์	1. ทำให้สถาบันส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กเอกชน ไบรท์ เบบี้เป็นที่รู้จัก ให้เกิดการยอมรับเห็นประโยชน์คุณค่าของการละเล่นไทย มีบริการที่ครบวงจร มีประสิทธิภาพ ทัดเทียมต่างชาติคุณภาพดี และลดความสำคัญของราคาลง 2. ทำให้ไบรท์ เบบี้ อเวนิว เป็นที่รู้จักในฐานะผู้นำรอบรู้เรื่องพัฒนาการเด็กและเข้าใจความต้องการของพ่อแม่ ไบรท์เบบี้เป็นสถาบันรายแรกที่ให้บริการแบบครบวงจร แตกต่างจากศูนย์ส่งเสริมพัฒนาการในปัจจุบัน 3. เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายทดลองเรียนกิจกรรมของไบรท์ เบบี้ และเกิดความพึงพอใจ สมัครสมาชิกและเข้าใช้บริการต่อไปและบอกต่อให้คนใกล้ชิดหรือคนรู้จักเข้าใช้บริการด้วย
แผนการตลาด	1. ปลุกกระแสให้สถาบันฯ ไบรท์ เบบี้เป็นที่รู้จัก ให้เกิดการยอมรับเห็นประโยชน์คุณค่าของการละเล่นไทย 2. เปิดรับสมัครพนักงานในส่วนต่างๆ โดยการทำจดหมายประชาสัมพันธ์ไปยังกรมการจัดหางาน และสถาบันการศึกษาต่างๆ และใส่ภาพบางส่วนของสถาบันฯ ลงไปเป็นการประชาสัมพันธ์ในตัว 3. การเปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการด้วยการเปิดรับจดหมาย ,อีเมลล์ ,แนะนำ, ดิชมสถาบันและเพื่อเป็นแรงจูงใจให้มีคนส่งความคิดเห็นมามากๆ โดยทางสถาบันจะมีของที่ระลึกมอบให้พิเศษ

ตารางที่ 5.31 (ต่อ)

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 1

แผนการตลาด ช่วง 0-3 เดือน	ระยะเวลา เม.ย.2552- มิ.ย.2552
สื่อ	1.การลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารแม่และเด็ก เพราะเป็นตลาดที่เป็น Niche Market อยู่แล้ว เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้โดยตรงคุ้มค่าและค่าใช้จ่ายในการโฆษณาไม่สูงมาก ตลอดจน โบรชัวร์และแผ่นพับ สติกเกอร์ติดรถยนต์ และ ตัว Mascot ที่มีความโดดเด่นทำให้เด็กอยากใกล้ชิด และ อยากเข้ามาเล่นด้วย ในการเดินไปตามห้างสรรพสินค้าที่มี กลุ่มเป้าหมายอยู่เพื่อแจกโบรชัวร์รายละเอียดของสถาบันฯ 2.สื่อหนังสือพิมพ์ในการลงประกาศก่อนพิธีเปิดของสถาบันฯ 1 วัน 3.คน กลยุทธ์ปากต่อปาก 4.ป้ายสถานที่ เช่นทำป้ายปิดว่ากำลังสร้างล้อมรอบสถานที่ก่อสร้างไว้ 5.การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ทางคอลัมน์หนังสือและสื่อโทรทัศน์ 6.การประชาสัมพันธ์ในช่วงต้นนี้จะใช้การสร้าง ภาพลักษณ์ ด้วยตัวของบุคลากรที่มีชื่อเสียงซึ่งทางสถาบันฯให้หลักการ สร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้บริโภคเกิดความคล้อยตาม สนใจ อยากใช้บริการ เมื่อเห็นว่า ดารา นักแสดงก็มาใช้บริการของ สถาบัน
การจัดกิจกรรม	1.แถลงข่าวเปิดตัว ไบรท์ เบบี้ อเวนิว 2. การจัดพิธีเปิด ไบรท์ เบบี้ อเวนิว

ตารางที่ 5.31 (ต่อ)

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 1

แผนการตลาด ช่วง 4-6 เดือน	ระยะเวลา ก.ค.2552- ก.ย.2552
วัตถุประสงค์	1.ประเมินผลกิจกรรมการตลาดในช่วง0-3 เดือน เพื่อปรับกิจกรรมให้มีความเหมาะสม 2.กิจกรรมในช่วงนี้จะเน้นการตอกย้ำในตราผลิตภัณฑ์ ให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เพราะจะเป็นช่วงที่จะต้อง มีการละเรียนในคอร์สต่อไป 3.ทำการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความแตกต่างของร้านกับบริการทั่วไปของตลาดอย่างต่อเนื่อง
แผนการตลาด	1.กิจกรรมการรับสมาชิก ไบรท์ เบบีมีการเปลี่ยนของที่ระลึกในการสมัครครั้งต่อไปให้เด็กได้สะสม คือ ตุ๊กตาชุดการละเล่นไทยชุดที่โดยจะออกมาใหม่ทุกๆเดือน และสมาชิกใหม่ที่สมัครก็ยังเลือกสะสมตุ๊กตาชุดที่ 1 ได้อีก 2.พัฒนาเว็บไซต์ของสถาบันฯให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น การฝากคำถามทางหัวข้อ “ทุกคำถามมีคำตอบ” ซึ่งทางสถาบันจะ 3.จัดหาผู้เชี่ยวชาญสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในตัวสถาบันในการเป็นผู้รอบรู้เรื่องพัฒนาการเด็ก และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ของพ่อแม่ผู้ปกครองในการเลี้ยงดูบุตรและสร้างโอกาสในการหาโฆษณาเข้ามาในเว็บเพื่อเชื่อมโยงเว็บไซต์อื่น เป็นการเสริมรายได้อีกทางหนึ่งด้วย และยังคงใช้เป็นที่รับความคิดเห็นหรือการติดต่อสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต 4.จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การจัดอบรมของสถาบันอย่างต่อเนื่องและโฆษณาผ่านสื่อวิทยุสารประเภทแม่และเด็กทุกเดือน ทุกฉบับ 5. เปลี่ยนฟรีเซนเดอร์ ทุก 6 เดือนและส่งบทสัมภาษณ์ลงใน

ตารางที่ 5.31 (ต่อ)

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 1

แผนการตลาด ช่วง 4-6 เดือน	ระยะเวลา ก.ค.2552- ก.ย.2552
	นิตยสารนิตยสารประเภทแม่และเด็ก 6.จัดโปรโมชั่น บอกต่อ... "เล่นพาเพลิน learn แบบไทย" เพื่อนแนะนำเพื่อน แนะนำสมาชิกใหม่ 1 ท่านรับแต้มสะสม 2 คะแนน - สะสมครบ 20 คะแนนได้รับแพคเกจถ่ายภาพครอบครัว ฟรี มูลค่า 5,000 บาท - สะสมครบ 40 คะแนนได้รับ แพคเกจท่องเที่ยวดิสนีย์แลนด์ ย่องกองพร้อมที่พัก ทั้งครอบครัว มูลค่า 40,000 บาท
สื่อ	1.การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารแม่และเด็กอย่างต่อเนื่อง 2.Website 3.โปสเตอร์ 4.แผ่นพับ 5.การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ทางคอลัมน์หนังสือและสื่อโทรทัศน์
การจัดกิจกรรมพิเศษ	การรับสมัครสมาชิกโดยการออกบูธในห้างสรรพสินค้า
แผนการตลาด ช่วง 7-12 เดือน	ระยะเวลา ต.ค.2553- เม.ย.2553
วัตถุประสงค์	1.ประเมินผลกิจกรรมการตลาดในช่วง0-6 เดือนที่ผ่านมาเพื่อปรับกิจกรรมให้เหมาะสมต่อไป 2.เน้นความต่อเนื่องในการต่อยอดในตราผลิตภัณฑ์ ให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบัน 3.ทำการสื่อสารถึงความแตกต่างของสถาบันอย่างต่อเนื่องมุ่งสร้างให้เกิดความแตกต่างในตราสถาบันฯให้ได้

ตารางที่ 5.31 (ต่อ)

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 1

แผนการตลาด ช่วง 7-12 เดือน	ระยะเวลา ต.ค.2553- เม.ย.2553
แผนการตลาด	1. กิจกรรมที่ดำเนินงานต่อเนื่องคือ กิจกรรมการรับสมัครและลงทะเบียนเรียนโปรแกรมใหม่ มีการเปลี่ยนชุดสะสมตุ๊กตาการละเล่นไทยชุดที่ 3 2. เว็บไซต์ยังคงใช้เป็นเครื่องมือในลักษณะเดิม และมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ 3. กระตุ้นยอดการใช้บริการในโปรแกรมที่ไม่เป็นที่นิยมหรือมียอดการใช้บริการต่ำ ด้วยการให้สมาชิกและบุคคลทั่วไปเข้ามาทดลองเรียนฟรี แต่จะไม่มีการลดราคาเพราะจะเสีย Positioning และกลับไปขึ้นราคาอีกครั้งจะลำบาก 4. ยังคงจัดกิจกรรมบอกต่อ... "เล่นพาเพลิน learn แบบไทย" ในระยะ 5 เดือนสุดท้าย หากไม่มีผู้ใดสะสมเต็มครบ ผู้ที่ได้รับแต้มสูงสุดจะได้รับมอบรางวัลให้ไปท่องเที่ยว แพคเกจที่ใดก็ได้ในประเทศไทย ทั้งครอบครัว มูลค่า 20,000 บาท ในงานฉลองครบรอบ 1 ปี แทน 5. การจัดกิจกรรมรณรงค์โดยเข้าไปในสถานศึกษาระดับเด็กเล็กต่างๆ เพื่อเก็บภาพกิจกรรมมาประชาสัมพันธ์มุ่งให้เห็นว่าสถาบันไม่มุ่งเน้นแต่การสร้างกำไร เพื่อสร้างการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและตอกย้ำถึงประโยชน์ของการละเล่นไทยอย่างต่อเนื่อง 6. นำข้อมูลจากฐานข้อมูล โดยใช้ประวัติสมาชิกทั้งในอดีตและปัจจุบัน ส่งจดหมายหรืออีเมลล์ ติดต่อให้ทราบว่าทางร้านจะมีการจัดงานฉลองครบรอบ 1 ปี และชักชวนให้มาร่วมงาน ส่งรูปลูกเข้ามาประกวดหนูน้อยไมรท์ เบบี เพื่อชิงเงินรางวัล และร่วมกระหน่ำให้ลดราคา ครบครันดารา อย่างคึกคักภายในงาน

ตารางที่ 5.31 (ต่อ)

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 1

แผนการตลาด ช่วง 7-12 เดือน	ระยะเวลา ต.ค.2553- เม.ย.2553
สื่อ	1. การลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารแม่และเด็กอย่างต่อเนื่อง 2. Website 3. पोสเตอร์ 4. แผ่นพับ 5. การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ทางคอลัมน์หนังสือและสื่อโทรทัศน์ในช่วงครบรอบ 1 ปีของสถาบันฯ
การจัดกิจกรรมพิเศษ	1. การจัดกิจกรรมรณรงค์ในสถานศึกษาเด็กเล็ก 2. กิจกรรมฉลองครบรอบ 1 ปี

ตารางที่ 5.32

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 2-3

แผนการตลาด ช่วง ปีที่ 2-3	พ.ศ.2553-2554
วัตถุประสงค์	1. มียอดสมาชิกเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 20 % 2. กระตุ้นการเลือกลงโปรแกรมวันธรรมดา อ.-ศ
แผนการตลาด	1. ส่วนร่วมในวัฒนธรรมไทยในอดีต ให้ลูกค้าทุกคนได้มีส่วนร่วมในโปรท์ เบบี้ สร้าง Bright Baby Club 2. บริการประทับใจ 3. จัดกิจกรรมมากมาย 4. ร่วมกับพันธมิตรจัดให้เด็กได้ออกรายการโทรทัศน์ลงหน้าปกนิตยสารแม่และเด็ก 5. จัดกิจกรรมประกวดหนูน้อย Bright Baby

ตารางที่ 5.32 (ต่อ)

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 2-3

แผนการตลาด ช่วง ปีที่ 2-3	พ.ศ.2553-2554
	6. จัดกิจกรรมเคลื่อนที่ร่วมกับพันธมิตร 7. จัดให้ฟรีเซนเตอร์พาลูกมาเรียนฟรีและสัมภาษณ์ลงนิตยสาร 8. ร่วมกิจกรรมกับ ไฟร์แองจี้ 9. นำการละเล่นไทยสัญจรไปกับช่อง 3
สื่อ	1. ฝากข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ 2. Website 3. นิตยสารประเภทแม่และเด็ก 4. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ตารางที่ 5.33

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 3-7

แผนการตลาด ช่วง ปีที่ 3-7	พ.ศ. 2555-2557
วัตถุประสงค์	1. รักษาฐานลูกค้าเดิม 2. เพิ่มฐานลูกค้าใหม่ 3. ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจตั้งแต่แรกพบ
แผนการตลาด	1. Reality Show 2. เราคือคนไทย 4. ติดต่อฐานลูกค้าเดิมด้วยอีเมลรายงานความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาของโบรท์ เบบี้ อเวนิวทุกระยะ 5. จัดกิจกรรมเคลื่อนที่ร่วมกับพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง
สื่อ	1. ฝากข่าวประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ 2. Website

ตารางที่ 5.33 (ต่อ)

แผนการตลาดในช่วงปีที่ 3-7

แผนการตลาด ช่วง ปีที่ 3-7	พ.ศ. 2555-2557
	3. นิตยสารประเภทแม่และเด็ก 4. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

5.8.6 งบประมาณในการทำการตลาด

การจัดกิจกรรมพิเศษได้วางแผนไว้สำหรับการเปิดให้บริการในปีเดือนแรกคือ วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กิจกรรมที่ 1

เดือน เม.ย. 2552

วันที่ 1 เม.ย. 2552

กิจกรรม Plashes Conference

รายละเอียด งานแถลงข่าวเปิดตัว ไบรท์ เบบี้ อเวนิว

แนวคิด เมษายน เป็นเดือนที่บ่งบอกถึงความเป็นไทย มีการจัดเทศกาล สงกรานต์ วันผู้สูงอายุ วันครอบครัว อันเป็นการสร้างความทรงจำที่ดีในการระลึกถึงสถาบันฯ

กิจกรรม จัดงานแถลงข่าว ณ ไบรท์ เบบี้ อเวนิว การประกาศตัวเข้าสู่อุตสาหกรรมธุรกิจ การศึกษาเด็กเล็ก แสดงรายนามที่ปรึกษาด้านต่างๆของสถาบันฯ ตลอดจนนำเสนอโปรแกรมของ สถาบันในรูปแบบของ สื่อผสม มีการจัดแสดงโปรแกรมการเรียนการสอน ให้ทุกคนได้เห็นถึง คุณค่าและประโยชน์ของการละเล่นไทย ทั้งนี้ยังเป็นการรายงานผลความคืบหน้าของสถาบันให้ สื่อมวลชนได้รับรู้และเตรียมตัวพบกับพิธีเปิดอันยิ่งใหญ่ของไบรท์ เบบี้ อเวนิว

Promotion - สื่อมวลชนผู้มาร่วมงานได้รับของที่ระลึกเป็นตุ๊กตาชุดการละเล่นไทย ชุดที่ 1

- สื่อมวลชนท่านใดมีลูกได้รับสิทธิทดลองเรียนฟรีในวันเปิดตัวสถาบัน

งบประมาณ

ค่าอาหารและเครื่องดื่มรับรอง 250 คน * 30 บาท	7,500 บาท
ค่าของที่ระลึก 300 ชิ้น*30 บาท	900 บาท
ค่าพิธีกร 2 คน *5,000 บาท	10,000 บาท
ค่าฟรีเซ็นเตอร์ครอบครัวดารา 5 ครอบครัว*20,000 บาท	100,000 บาท
ค่าจัดแสดงความสามารถของเด็กจำนวน 3 ชุด *15,000 บาท	45,000 บาท
ค่าตกแต่งอาคารสถานที่	50,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายพิธีเปิด ไบรท์ เบบี้ อเวนิว	213,400 บาท

กิจกรรมที่ 2

เดือน เม.ย. 2552

วันที่ 14 เม.ย. 2552

กิจกรรม Grand Opening

รายละเอียด พิธีเปิดไบรท์ เบบี้ อเวนิว

แนวคิด เล่นพาเพลิน learn แบบไทย

กิจกรรม ทำพิธีเปิดในวันที่ 14 เม.ย. 2551 ซึ่งเป็นวันที่สถาบันฯได้เชิญ พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าศรีรัศมิ์ พระวรชายาฯ และ พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าทีปังกรรัศมีโชติ เป็นประธานในพิธี โดยพระองค์เจ้าศรีรัศมิ์และ พระเจ้าหลานเธอจะทรงเข้าร่วมการทดลองเรียนโปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กของสถาบันฯ ร่วมกับฟรีเซ็นเตอร์ของสถาบันฯ คุณนิโคลและน้องทิกเกอร์ และครอบครัวดารา ที่มีบุตรอายุ ตั้งแต่ 0-6 ปี มาร่วมงาน และยังมีพ่อแม่ผู้ปกครองที่ตอบรับในการเข้ามาทดลองเรียนกับสถาบันฯ ทั้งนี้ทางสถาบันฯได้เชิญแขกผู้มีเกียรติแขนงต่างๆมาร่วมงานอย่างคับคั่ง

ผู้สนใจที่ร่วมลงทะเบียนเพื่อทดลองเรียนจะได้พาลูกมาทดลองใช้บริการของสถาบัน โดยต้องกรอกใบสมัครพร้อมประวัติส่วนตัวของตนเองและลูก ซึ่งสถาบันฯจะได้ใช้เป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลและการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป ในวันเปิดสถาบันฯหลังจากทดลองเรียนแล้วจะมีการร่วมบันทึกภาพกับทีมผู้บริหาร ที่ปรึกษาโครงการ ฟรีเซ็นเตอร์และคุณครูพิเศษ ตลอดจนบุคคลากรที่เป็นหัวใจในการดำเนินกิจกรรมของสถาบัน

- Promotion - สื่อมวลชนผู้มาร่วมงานได้รับของที่ระลึกเป็นตุ๊กตาชุดการละเล่นไทย ชุดที่ 1
- สื่อมวลชนท่านใดมีลูกได้รับสิทธิทดลองเรียนฟรีในวันเปิดตัวสถาบัน

งบประมาณ

ค่าโดยเสด็จพระราชกุศล	500,000 บาท
ค่าเหรียญที่ระลึกล้อมกรอบเพชร 1 ชั้น*20,000บาท	20,000 บาท
ค่าเหรียญที่ระลึกล้อมกรอบเพชร 5 ชั้น*10,000บาท	50,000 บาท
ค่าพิธีสงฆ์	50,000 บาท
ค่าอาหารและเครื่องดื่มรับรอง 300 คน * 30 บาท	9,000 บาท
ค่าของที่ระลึก 300 ชิ้น*50 บาท	1,500 บาท
ค่าพิธีกร 2 คน *5,000 บาท	10,000 บาท
ค่าพิธีเชนเตอร์ครอบครวัดารวา 10 ครอบครั้ว*20,000 บาท	200,000 บาท
ค่าจัดแสดงความสามารถของเด็กจำนวน 5 ชุด *15,000 บาท	75,000 บาท
ค่าตกแต่งอาคารสถานที่	100,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายพิธีเปิด ไบรท์ เบบี อเวนิว	1,015,500 บาท

กิจกรรมที่ 3

เดือน มิ.ย. 2552-ส.ค. 2552

กิจกรรม ห้องเล่นลูก ห้องเรียนพ่อแม่

ตารางที่ 5.34

แสดงรายชื่อห้างสรรพสินค้าในการจัดบูธ

ลำดับ	สถานที่	วันที่
1.	ไบรท์ เบบี อเวนิว	7-8 มิ.ย. 51
2.	เอมโพเรียม โซนการศึกษา	14-15 มิ.ย. 51
3.	ศูนย์การค้าพารากอน ชั้น 4 โซนการศึกษา	21-22 มิ.ย. 51
4.	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลชิดลม	28-29 มิ.ย. 51
5.	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม 2	5-6 ก.ค. 51
6.	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม3	12-13 ก.ค. 51

ตารางที่ 5.34 (ต่อ)

แสดงรายชื่อห้างสรรพสินค้าในการจัดบูธ

ลำดับ	สถานที่	วันที่
7.	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว	19-20 ก.ค. 51
8.	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลบางนา	26-27 ก.ค. 51
9.	ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า	2-3 ส.ค. 51
10.	ซีคอนสแควร์	9-10 ส.ค. 51

รายละเอียด

โบรท์ เบบี้ อเวนิว ร่วมกับนิตยสาร Mother&Care จัดกิจกรรมห้องเล่นลูก ห้องเรียนพ่อแม่ เพื่อเป็นการเปิดตัวโครงการคอร์สอบรมต่างๆสำหรับพ่อแม่ผู้ปกครองตลอดจนประชาสัมพันธ์และรับสมัครสมาชิกโดยการออกบูธในห้างสรรพสินค้า 10 แห่งทั่วกรุงเทพมหานคร แนวคิด

ภายในงานจะได้ชมการแสดงของเด็กที่มาเรียนที่สถาบันฯ และการโชว์ความสามารถของเด็ก ดดยจะมีการออกบูธจำหน่ายสินค้าคุณภาพดีสำหรับแม่และเด็กในราคาต่ำกว่าทุนจากพันธมิตรต่างๆ อาทิ นมผงเด็ก ผ้าอ้อมสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแม่และเด็กต่างๆมาจัดจำหน่ายอย่างคับคั่งและรับบริการถ่ายรูปสตูดิโอที่ระลึกด้วยเฟรม Baby In Car ที่เป็นรูปลูกน้อยและโลโก้โบรท์ เบบี้ อเวนิว เพื่อนำไปติดรถยนต์ เป็นการประชาสัมพันธ์สถาบันฯ ไปในตัว

กิจกรรม จัดแข่งคลาน

ตรวจสุขภาพคุณแม่ตั้งครรภ์และหลังคลอด

การจัดเสวนาโดยวิทยากรผู้มีชื่อเสียงด้านพัฒนาการและการละเล่นไทย

ตลอดจนให้คำปรึกษากับพ่อแม่ที่มีปัญหาเกี่ยวกับพัฒนาการเด็ก

มุมกิจกรรมการละเล่น ของเล่นและศิลปะสำหรับเด็ก

สถานที่ ลานกิจกรรมพิเศษภายในห้าง

Promotion - Promotion Package 3 แบบ ดังนี้

1. Package 1 สมัครเรียนในวันจัดงานแบบอายุสมาชิกปัจจุบันถึง 6 ปี 3,500 บาท ได้รับส่วนลดค่าสมัครเหลือ 3,000 บาท และรับตุ๊กตาชุดสะสมการละเล่นไทย ชุดที่ 1 และส่วนลดการใช้บริการของสถาบันในครั้งต่อไป 20 % และได้ Package ถ่ายรูปฟรี

2. Package 2 สมาชิกเรียนในวันจัดงานแบบรายปี 1,500 บาท ได้รับส่วนลดค่าสมัครเหลือ 1,000 บาท และรับตุ๊กตาชุดสะสมการละเล่นไทย ชุดที่ 1 และรับส่วนลดการใช้บริการของสถาบันในครั้งต่อไป 10 %

3. Package 3 แนะนำเพื่อนมาสมัครใช้บริการ รับส่วนลดการใช้บริการของสถาบันทันที 5 %

4. สำหรับสมาชิก 50 ท่านแรก ได้สิทธิเข้าร่วมการจัดสัมมนาฟรี โดยที่ปรึกษาโครงการและผู้เชี่ยวชาญประจำของสถาบันฯ เรื่อง “การละเล่นไทยมีประโยชน์อย่างไรต่อการส่งเสริมพัฒนาการลูกน้อย” เปิดตัวคอร์สสัมมนาที่จัดอบรม ตลอดปี รวม 52 ครั้ง โดยจะจัดขึ้นทุกๆ สัปดาห์ หัวข้อที่ได้รับความสนใจและลงทะเบียนก่อนภายในงานจะได้รับส่วนลด ในการเข้าสัมมนา 20 %

งบประมาณ

ค่าเช่าพื้นที่ 15,000 บาท *2 วัน	10 แห่ง	300,000 บาท
ค่าเบี้ยเลี้ยงวิทยากร 2 ท่าน ท่านละ 5,000*10 วัน		100,000 บาท
ค่าพิธีกร 2 คน เหม่าจ่าย 20 วัน		50,000 บาท
ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ 3 คน คนละ 200*10 วัน		6,000 บาท
ค่าอาหารและเครื่องดื่มรับรองภายในงาน 100 คน * 30 บาท		1,000 บาท
ค่าของที่ระลึก 300 ชิ้น*20 บาท		600 บาท
ค่าอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรมและตั้งบูธเหม่าจ่าย 20 วัน		120,000 บาท
ค่าตกแต่งอาคารสถานที่		50,000 บาท
<u>รวมค่าใช้จ่ายกิจกรรมออกบูธ ไบรท์ เบบี อเวนิว</u>		<u>627,600 บาท</u>

กิจกรรมที่ 4

เดือน ต.ค. – ธ.ค. 52

กิจกรรม เรียนรู้เล่น ผ่านความเป็นไทย

ตารางที่ 5.35

แสดงรายชื่อโรงเรียนในการจัดบูรณรงค์

ลำดับ	โรงเรียน	วันที่
1.	โรงเรียนรุ่งอรุณ	6-7 ต.ค. 51
2.	โรงเรียนทอสี	13-14 ต.ค. 51
3.	โรงเรียนประสานมิตรวิทยา	20-21 ต.ค. 51
4.	โรงเรียนบางกอกพัฒนา	27-28 ต.ค. 51
5.	โรงเรียนรัศมีนานาชาติ	3-4 พ.ย. 51
6.	โรงเรียนแย้มสะอาด	10-11 พ.ย. 51
7.	โรงเรียนบ้านภาษาอังกฤษ	17-18 พ.ย. 51
8.	โรงเรียนเซนต์คาเบียล	24-25 พ.ย. 51
9.	โรงเรียนเกษมพิทยา	1-2 ธ.ค. 51
10.	โรงเรียนเซนต์ดอมินิก	8-9 ธ.ค. 51

รายละเอียด ขอความร่วมมือสถานศึกษาเด็กเล็กเข้าไปทำกิจกรรมร่วมกับเด็ก

แนวคิด

การจัดกิจกรรมมรรณงค์โดยเข้าไปในสถานศึกษาระดับเด็กเล็กต่างๆ เพื่อเก็บภาพกิจกรรมมาประชาสัมพันธ์มุ่งให้เห็นว่าสถาบันไม่มุ่งเน้นแต่การสร้างกำไร เพื่อสร้างการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและตอกย้ำถึงไบรท์ เบบี อเวนิว

เสนอขายโปรแกรมแก่สถานศึกษาโดยสถาบันจะจัดส่งคู่มือกิจกรรมและเจ้าหน้าที่มาทำการสอนในสถานศึกษาโดยในการดำเนินการนี้จะเป็นการทำวิจัยทางการตลาดของสถาบันฯ เพื่อจัดทำเป็นรูปแบบที่เหมาะสมต่อไป

กิจกรรม

จัดโปรแกรมการสอน Thai Playing&Toy และถ่ายรูปเป็นที่ระลึกพร้อมทั้งรายละเอียดของสถาบันฯ เพื่อให้เด็กนำกลับไปให้ผู้ปกครองที่บ้าน

Promotion - Promotion Package 3 แบบ ดังนี้

1. Package 1 สมัครเรียนในวันจัดงานแบบอายุสมาชิกปัจจุบันถึง 6 ปี 3,500 บาท ได้รับส่วนลดค่าสมัครเหลือ 3,000 บาท และรับตุ๊กตาชุดสะสมการละเล่นไทย ชุดที่ 1 และส่วนลดการใช้บริการของสถาบันในครั้งต่อไป 20 % และได้ Package ถ่ายรูปฟรี

2. Package 2 สมัครเรียนในวันจัดงานแบบรายปี 1,500 บาท ได้รับส่วนลดค่าสมัครเหลือ 1,000 บาท และรับตุ๊กตาชุดสะสมการละเล่นไทย ชุดที่ 1 และรับส่วนลดการใช้บริการของสถาบันในครั้งต่อไป 10 %

3. Package 3 แนะนำเพื่อนมาสมัครใช้บริการ รับส่วนลดการใช้บริการของสถาบันทันที 5 %

งบประมาณ

ค่าแรงขนส่งและจัดตั้งอุปกรณ์เหมาจ่าย	20 วัน	10,000 บาท
ค่าเบี้ยเลี้ยงเจ้าหน้าที่ 5 คน คนละ 150*20 วัน		15,000 บาท
ค่าของที่ระลึก 300 ชิ้น*30 บาท		900 บาท
ค่าตกแต่งอาคารสถานที่		10,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายกิจกรรมรณรงค์ในสถานศึกษาเด็กเล็ก ไบรท์ เบบี อเวนิว		35,900 บาท

กิจกรรมที่ 5

เดือน พ.ค. 53

วันที่ 1 พ.ค.53

กิจกรรม เล่นพาเพลิน Learn แบบไทย ตลอดครบ 1 ปี

รายละเอียด จัดงานฉลองครบรอบ 1 ปี Birth Day Party

แนวคิด กระตุ้นการรับรู้ให้แก่ผู้ใช้บริการในการคืนกำไรสู่สังคม

กิจกรรม

จัดเสวนา พิเศษโดยที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญของสถาบันฯ ในการให้ความรู้และมอบ
ของสมนาคุณแก่ผู้ได้รับรางวัลจากการจัด Package สะสมแต้มเพื่อนำเพื่อนมาสมัครใช้
บริการ รับของที่ระลึกภายในงานมากมาย

Promotion

สมาชิกใหม่และสมาชิกเก่าสมัครโปรแกรมล่วงหน้าภายในงานลุ้นรับของรางวัล
มากมาย

งบประมาณ

ค่าวิทยากรจำนวน 3 ท่าน ท่านละ 15,000 บาท	45,000 บาท
ค่าของรางวัลจำนวน 116 ชิ้น มูลค่ารวม	98,400 บาท
- คาร์ซีท 3 รางวัล*7,500 บาท	22,500
- เพลย์เพน 5 รางวัล*4,800 บาท	24,000
- ที่นั่งขวดนมระบบสุญญากาศ 8 รางวัล *3000 บาท	24,000
- รถเข็นเด็ก 10 รางวัล*1,800 บาท	18,000
- ของเล่นไทย 20 รางวัล*250 บาท	5,000
- หนังสือ นิทาน คู่มือ 30 รางวัล*150 บาท	4,500
- วีซีดีเอนเตอร์เทนเมนต์ 40 รางวัล*100 บาท	400
ค่าอาหารและเครื่องดื่มรับรอง 250 คน * 30 บาท	7,500 บาท
ค่าเค้ก 9 ชิ้น	10,000 บาท
ค่าของที่ระลึก 300 ชิ้น*30 บาท	900 บาท
ค่าพิธีกร 2 คน *5,000 บาท	10,000 บาท
ค่าฟรีเซนต์เตอร์ครอบครัวดารา 5 ครอบครัว*20,000 บาท	100,000 บาท
ค่าจัดแสดงความสามารถของเด็กจำนวน 3 ชุด *15,000 บาท	45,000 บาท
ค่าตกแต่งอาคารสถานที่	50,000 บาท
รวมค่าใช้จ่าย ไบรท์ เบบี อเวนิวฉลองครบ 1 ปี	366,800 บาท

5.9 แผนบริหารความเสี่ยง

สถาบันฯได้กำหนดแผนบริหารความเสี่ยง (Risk Management) สำหรับสถานการณ์ด้านต่างๆ ดังกรณีต่อไปนี้

1) ด้านการพัฒนาธุรกิจ

กรณีการคัดเลือกแฟรนไชส์และหาผู้ร่วมทุน: ด้วยความมุ่งมั่นที่ต้องการจะทำให้ Bright Baby เป็นโปรแกรมกิจกรรมสำหรับเด็กเล็กที่ดีที่สุด สถาบันฯ จึงมีนโยบายในการคัดเลือกแฟรนไชส์ที่มีความมุ่งมั่นเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจการศึกษาเด็กก่อนวัยเรียนเป็นธุรกิจที่มีความละเอียดอ่อน ผู้ที่ประสงค์จะทำธุรกิจเด็กจะต้องมีความเข้าใจในธรรมชาติของธุรกิจเป็นอย่างดี และมีความประสงค์ที่จะทำธุรกิจในระยะยาว โดยเบื้องต้น สถาบันฯมีหลักการในการคัดเลือกแฟรนไชส์ โดยพิจารณาจาก

1. ประวัติของผู้ยื่นคำขอแฟรนไชส์
2. ความมุ่งมั่นของผู้ยื่นคำขอแฟรนไชส์
3. ความเข้าใจในธุรกิจ
4. ความมั่นคงทางการเงิน
5. ประสบการณ์และความสามารถในการบริหารจัดการ
6. ปัจจัยอื่นๆ เช่น มีความพร้อมตั้งแต่ข้อ 1-5 และมีบุตรใช้บริการของสถาบันฯอยู่เป็นต้น

กรณีไม่ได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย: หากในระยะ 6 เดือนแรกของการดำเนินการ มีจำนวนผู้เรียนโปรแกรม Bright Baby ,คอร์สอบรมสัมมนา,คอร์สอบรมเชิงปฏิบัติการน้อยกว่า 30% จากที่ได้ประมาณการไว้ สถาบันฯมีนโยบายเพิ่มจำนวนชั่วโมงการเปิดสอนจากโปรแกรมวันละ 4 ครั้ง เป็น 8 ครั้งต่อวัน ผู้บริโภคสามารถเลือกเรียนได้ทุกช่วงเวลา และเรียนไม่จำกัดจำนวนครั้งในช่วง 1 เดือนแรกของการสมัคร โดยมีนโยบายในการลดกิจกรรมส่งเสริมการขายลง แต่ฝากข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อโทรทัศน์เพิ่มขึ้น

กรณีโปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย: หากในปีที่ 2 ของการดำเนินงาน มีจำนวนผู้เรียนมากกว่า 40% จากที่ได้ประมาณการไว้ สถาบันฯมีนโยบายในการขยายสาขาเพิ่มเติมให้เต็มพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นจำนวน 5 สาขา (จากเดิม 2 สาขา)

กรณีพื้นที่เช่าร้านค้ามีผู้เช่าไม่เต็มพื้นที่: หากในระยะ 2 ปี ของการดำเนินงานมีผู้เช่าพื้นที่น้อยกว่า 30% จากที่ได้ประมาณการไว้สถาบันฯ จะทำการเปิดพื้นที่ให้ผู้สนใจเข้ามาเปิดท้ายขายของสินค้ามือสองที่เกี่ยวกับแม่และเด็กโดยคิดอัตราค่าเช่าพื้นที่ตารางเมตรละ 100 บาท

2) ด้านการตลาด

กรณีมีคู่แข่งรายใหม่ในตลาด: สถาบันฯ จะติดตามสถานการณ์ทางด้านการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยหากมีสถานการณ์ที่คู่แข่งรายใหม่หรือผู้ที่ต้องการลงทุนแฟรนไชส์สนใจธุรกิจประเภทนี้ สถาบันฯ จะใช้กลยุทธ์ให้บริการคำปรึกษาเรื่องการลงทุนธุรกิจการศึกษาเด็กเล็กก่อนวัยเรียน โดยการสร้างความประทับใจและให้เห็นถึงคุณค่าของการเป็นแฟรนไชส์ซีของสถาบันฯ ดีกว่าแบรนด์จากต่างชาติโดยให้ผลตอบแทนที่มากกว่าและความเสี่ยงน้อยกว่าเพื่อลดโอกาสการเข้ามาดำเนินและเปิดธุรกิจของคู่แข่ง และเป็นการเพิ่มการขยายสาขาของสถาบันฯ

3) ด้านการปฏิบัติการ

กรณีวัสดุอุปกรณ์เกิดความเสียหาย: หากอุปกรณ์การเรียนการสอนเกิดความเสียหาย หรือแตกหัก จะต้องรีบเคลื่อนย้ายออกจากห้องให้พ้นจากเด็กเล็ก เพราะเด็กอาจได้รับอันตรายได้ และต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงทำการแก้ไขและซ่อมแซมโดยด่วน

กรณีเกิดโรคระบาดในเด็กเล็ก: เมื่อมีเด็กที่มาเรียนไม่สบายจะต้องแจ้งให้ผู้ปกครองทราบถึงกฎและระเบียบเพื่อป้องกันไม่ให้เด็กอื่นติดอาการ โดยผู้ปกครองสามารถพาบุตรมาเรียนชดเชยได้ในครั้งต่อไปเมื่อเด็กมีอาการทุเลาลง

กรณีเด็กปัสสาวะหรือขับถ่ายในห้องเรียน: สถาบันฯ มีนโยบายเรื่องความสะอาดภายในห้องเรียนเพื่อป้องกันการติดเชื้อในเด็กเล็ก ผู้ปกครองจะต้องรีบแจ้งให้แม่บ้านเข้ามาทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโดยนำยาฆ่าเชื้อโรคทุกครั้ง

4) ด้านทรัพยากรบุคคล

คุณครูผู้นำกิจกรรม-คุณครูผู้ช่วย ขาดหรือลา โดยไม่แจ้งล่วงหน้า: ในช่วงเวลาปกติสถาบันฯ จะสำรองคุณครูพิเศษและคุณครูผู้ช่วยหมุนเวียนทำงานในส่วนต่างๆ จำนวน 1 คน แต่หากมีคุณครูขาดเกิน สถาบันฯ จะให้เจ้าหน้าที่ส่วนฝึกอบรมไปปฏิบัติงานแทน

คุณครูพิเศษ ขาดหรือลา โดยไม่แจ้งล่วงหน้า: เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคลจะต้องแจ้งผู้จัดการสาขาโดยด่วนเพื่อทำการแจ้งให้พ่อแม่ผู้ปกครองทราบ และทำความเข้าใจเพื่อลดทัศนคติด้านลบ โดยการเรียนจะให้คุณครูผู้นำกิจกรรมสอนตามปกติและให้มาเรียนชดเชยชั้นเรียนที่มีคุณครูพิเศษมาสอนได้ใหม่

5) ด้านการเงิน

กรณีที่มีการลงทุนเพิ่ม: หากสถาบันฯจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่ม อาทิ การขยายสาขา หรือการจัดซื้ออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ซึ่งส่งผลต่อสภาพคล่องทางการเงิน สถาบันฯจะกู้เงินระยะสั้นเพิ่ม หรือขอเบิกวงเงินเกินบัญชีจากธนาคาร

5.10 แผนฉุกเฉิน (Contingence Plan)

ในกรณีที่สถาบันฯประสบปัญหาและไม่สามารถดำเนินธุรกิจการศึกษาได้ก่อนวัยเรียน สถาบันฯก็ยังมีทางออกในการดำเนินธุรกิจอื่นที่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้ต่อไป

ธุรกิจอื่นที่สถาบันฯสามารถดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้แก่

1. ธุรกิจเปิดบริการให้เช่าพื้นที่เป็นศูนย์การค้าเต็มรูปแบบ
2. ธุรกิจโรงเรียนอนุบาลและเนอสเซอรี่
3. ธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เปิดบริการให้เช่าพื้นที่สำหรับทำโรงเรียนกวดวิชา เพื่อให้เป็นศูนย์รวมโรงเรียนกวดวิชา

5.11 แผนงบประมาณทางการเงิน

5.11.1 ข้อมูลทางการเงิน (Financial data)

บริษัทฯ มีการร่วมทุนจากการขายหุ้นสามัญ เป็นจำนวนเงิน 70,000,000 บาท ซึ่งเงินทุนส่วนนี้ใช้ในการลงทุนในด้านอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ส่วนที่ดินและการก่อสร้างอาคารนั้นบริษัทกู้ยืมจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย จำนวน 112,500,000 บาท จะนำมาใช้ในการซื้อที่ดิน อาคารสิ่งปลูกสร้าง อุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านอื่นๆ รวมเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 95,000,000 บาท โดยบริษัทได้ไปรับรองผ่านการอบรมจากหน่วยงานพันธมิตรของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย คิดอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี

ตารางที่ 5.36

แผนการเงิน

รายละเอียด	จำนวนเงิน(บาท)
การร่วมทุนจากการขายหุ้นสามัญ	70,000,000
เงินกู้ยืม	200,320,100
รวมเงินลงทุน	270,320,100

เงื่อนไขการกู้

- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปัจจุบัน MLR = 7.5%
- ธนาคารได้ให้ระยะเวลาปลอดหนี้ ในช่วงระหว่างการก่อสร้างอาคารเป็นระยะเวลา 6 เดือนในปี 2551 โดยปลอดดอกเบี้ย โดยไม่ต้องจ่ายคืนเงินต้น
- การชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยให้ชำระทุกปี เป็นระยะเวลา 7 ปี โดยเริ่มชำระดอกเบี้ยเมื่อสิ้นปี 2552 และเริ่มชำระคืนเงินต้นเมื่อสิ้นปี 2553 และเงินต้นจะผ่อนชำระปีละ 38,617,157 บาท

ตารางที่ 5.37
การชำระเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยแก่นาคาร

ปี	เงินกู้ค้างชำระ	ชำระคืนเงินต้น	ดอกเบี้ย	รวมชำระ
2551	270,320,100		0	0
2552	270,320,100	0	20,274,008	20,274,008
2553	270,320,100	38,617,157	20,274,008	329,211,265
2554	133,957,800	38,617,157	10,046,835	182,621,792
2555	111,631,500	38,617,157	8,372,363	158,621,020
2556	89,305,200	38,617,157	6,697,890	134,620,247
2557	66,978,900	38,617,157	5,023,418	110,619,475
2558	44,652,600	38,617,157	3,348,945	86,618,702
2559	22,326,300	38,617,157	1,674,473	62,617,930
2560	0	0	0	0

5.11.2 สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากแผนดำเนินงานในประเด็นต่างๆ ผู้ศึกษาได้คาดการณ์สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านงบประมาณก่อนการดำเนินงาน ขนาดของตลาด งบประมาณรายรับ และรายจ่ายของสถาบันส่งเสริมพัฒนาการเด็กเล็กผ่านการละเล่นแบบไทย ซึ่งมีรายละเอียดและเหตุผลประกอบดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.38
สมมุติฐานเงินลงทุนเบื้องต้น

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)	หมายเหตุ
1.เงินลงทุนสินทรัพย์ถาวร		
ที่ดิน 375 ตารางวา (1,500 ตร.ม.)	150,000,000	ค่าประเมินที่ดินตารางวาละ 400,000 บาท
ค่าก่อสร้างและตกแต่ง ตรม.ละ 18,000 บาท.	84,240,000	4,680 ตารางเมตร
ค่าใช้จ่ายในการออกแบบและขออนุญาต	12,636,000	15% ของค่าก่อสร้างและตกแต่ง
ค่างานก่อสร้างและติดตั้งอุปกรณ์	500,000	
ค่าออกแบบและผลิตเครื่องเล่น, ของเล่น, ของที่ระลึก	2,000,000	
ระบบปรับอากาศ	5,000,000	
รวมสินทรัพย์ถาวร	254,376,000	
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		
ค่างานวิจัยตลาด	50,000	
ค่าที่ปรึกษาโครงการ(วางแผนกิจกรรมตลอดปี)	155,000	
ค่าเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร (เบื้องต้น) บุคลากรมีจำนวน 36 คน	1,010,000	เตรียมงานล่วงหน้า 1 เดือน
จดทะเบียนบริษัท	10,000	
ค่าธรรมเนียมในการขอก่อสร้าง	30,000	
ค่าการตลาด	2,369,100	
ค่าสาธารณูปโภค	200,000	
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	80,000	
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	3,904,100	

ตารางที่ 5.38 (ต่อ)
สมมุติฐานเงินลงทุนเบื้องต้น

รายการ	ค่าใช้จ่าย(บาท)	หมายเหตุ
2. เงินทุนหมุนเวียน		
สินทรัพย์หมุนเวียน		
สินค้าคงเหลือเตรียมไว้ขาย	-	
ลูกหนี้การค้า (30วัน)	-	
สินค้าคงคลัง	4,020,000	
เงินสดสำรองไว้ใช้ดำเนินงาน	1,000,000	
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,020,000	
(หัก)หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้การค้า (30วัน)	2,000,000	
รวมเงินทุนหมุนเวียน	12,040,000	
รวมเงินลงทุนเบื้องต้น	270,320,100	

5.11.3 การคำนวณหาต้นทุนของกิจการ

อัตราส่วนลด (Discount Rate)

อัตราส่วนลดที่ใช้ในการวิเคราะห์โครงการลงทุน คือต้นทุนของกิจการเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

(Weighted Average Cost of Capital) คำนวณจาก

$$WD = \text{อัตราส่วนหนี้สิน} = 26/100 = 0.26$$

$$KD = \text{ต้นทุนเงินกู้ (หักภาษี)} = MLR = 7.5\% \times (1 - 0.30) = 5.25$$

$$WC = \text{อัตราส่วนของเจ้าของ} = 74/100 = 0.74$$

$$KS = \text{อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ} = 15\%$$

$$\text{เพราะฉะนั้น WACC} = [0.26 \times 5.25] + [0.74 \times 15] = 12.46\%$$

ตารางที่ 5.39

สมมติฐานการอัตราขยายตัวของตลาด

ปีดำเนินการ	จำนวนผู้ใช้บริการสถาบันฯ	
	การขยายตัว	ส่วนแบ่งตลาด
2552	15%	25%
2553	30%	30%
2554	50%	60%
2555	30%	60%
2556	30%	60%
2557	28%	60%
2558	20%	60%
2559	20%	60%
2660	20%	60%

ตารางที่ 5.40

สมมติฐานการประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ของขนาดตลาด

ขนาดตลาด (Market Size)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
จำนวนผู้เข้าใช้บริการ ไบรท์ เบบี อเวนิว	684,000 คน/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	พื้นที่ใช้สอย 2,380ตรม. 1 คน ใช้พื้นที่ 3 ตรม. ดังนั้นมีพื้นที่ รองรับเต็มที่ (100%) 793 คน/ ผลัด ผลัดหนึ่งใช้ระยะเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที ไบรท์ เบบี อเวนิว เปิดบริการส่วนของ สถาบันฯ 8.00- 18.00 น. 9 ชั่วโมง/จำนวนผู้เข้าใช้บริการ ไบรท์ เบบี อเวนิว วัน (พัก กลางวัน 1ชม.) ดังนั้น 1 วัน จะ มีผู้ให้บริการ (100%) 4,750 คน ในความเป็นจริงน่าจะมี ผู้ให้บริการ (20%) 950 คน/วัน 28,500คน /เดื อ น แล ะ 342,000 คน/ปี
จำนวนผู้สมัครเรียนของ สถาบันฯ โปรแกรมส่งเสริม พัฒนาการ	5,529คน/ปี (เพิ่มขึ้น 3% ทุกปี)	จากความสามารถในการ รองรับจำนวนผู้เรียนต่อ โปรแกรม/ต่อห้อง/ต่อวัน จำนวน 5,529 คน/ปี

ตารางที่ 5.40 (ต่อ)

สมมติฐานการประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ของขนาดตลาด

ขนาดตลาด (Market Size)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
จำนวนสมาชิกรายปี	3,317คน/ปี (เพิ่มขึ้น 3% ทุกปี)	ผู้จำนวนผู้ใช้บริการ (30%) 5,529 คน/ปี ในความเป็นจริงน่าจะมี ผู้สมัครรายปี ราคา 2,000 บาท/ต่อปี 3,317คน/ ปี คิด เป็น 60% ของผู้สมัคร
ค่าสมาชิกตลอดชีพ	2,211 คน/ปี (เพิ่มขึ้น 3% ทุกปี)	ผู้จำนวนผู้ใช้บริการ (30%) 5,529 คน/ปี ในความเป็นจริงน่าจะมี ผู้สมัครรายปี ราคา 3500 บาท/ต่อปี 2,211 คน/ ปี คิด เป็น 40% ของผู้สมัคร
จำนวนผู้สมัครคอร์สอบรม สัมมนา	780 คน/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	เปิดคอร์สอบรมสัมมนา สัปดาห์ละ 1 ครั้ง รับจำนวน 50 คน 1 ปี คาดว่าจะมี ผู้สมัครเรียน 2,600 คน ใน ความเป็นจริงน่าจะมี ผู้ใช้บริการ (30%) 780 คน/ปี

ตารางที่ 5.40 (ต่อ)

สมมติฐานการประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ของขนาดตลาด

ขนาดตลาด (Market Size)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
จำนวนผู้สมัครอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop)	18,720คน/ ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	เปิดคอร์สอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop) สัปดาห์ละ 4 วัน (จ., พ., ศ., อา.) รับวันละ 3 รอบ รอบละ 30 คน 1 ปี 624 ครั้ง คาดว่าจะมีผู้สมัครเรียน 62,400 คน ในความเป็นจริง น่าจะมีผู้ให้บริการ (30%) 18,720 คน/ ปี
จำนวนวันที่จัดกิจกรรมพิเศษ	104 วัน/ปี (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 3 ปี)	จำนวนผู้เช่าพื้นที่ในส่วน ลานกิจกรรม ใน 1 สัปดาห์ เปิดให้เช่าพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้ง 365 วัน แต่ น่าจะมีผู้เช่าประมาณสัปดาห์ละ 2 วัน ดังนั้นใน 1 ปี จะเปิดให้เช่าพื้นที่ 104วัน
จำนวนผู้ซื้อของเล่นไทย, ของที่ระลึก	68,400 คน/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	10%ของผู้เช่าใช้บริการโบรท์ เบบี้ อเวนิว
จำนวนผู้เช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้า	27 ราย (เพิ่มขึ้น 30 รายปีที่ 2 เพิ่มขึ้น 34 รายปีที่ 3)	จำนวนร้านค้าเปิด 2 โซน รวมจำนวน 34 ห้องในความเป็นจริงน่าจะมีผู้เช่าพื้นที่ (80%) 27 ราย

ตารางที่ 5.40 (ต่อ)

สมมติฐานการประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ของขนาดตลาด

ขนาดตลาด (Market Size)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
จำนวนสาขาที่เปิดเพิ่มโดย ลงทุนเอง	2 สาขา	ปีที่ 3 ของกิจการขยายสาขาใช้ เงินลงทุนสาขาละ 3,000,000 บาท
จำนวนผู้ลงทุนเป็นแฟรนไชส์	ปีที่ 3 จำนวน 2 สาขา ปีที่ 4 จำนวน 2 สาขา ปีที่ 6 จำนวน 1 สาขา ปีที่ 7 จำนวน 1 สาขา ปีที่ 8 จำนวน 1 สาขา ปีที่ 9 จำนวน 1 สาขา (ค่าสิทธิเพิ่มขึ้น 10% ทุก 5 ปี)	ปีที่ 3 ของกิจการเปิดแฟรนไชส์ ในประเทศไทย ค่าแฟรนไชส์ - สิทธิ 9 ปี 1,000,000 บาท - สิทธิ 6 ปี 700,000 บาท ประมาณการค่าอุปกรณ์และ ตกแต่งประมาณ 2,000,000 บาท

ตารางที่ 5.41

สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านรายได้

รายได้ (Revenue)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
ค่าสมาชิกรายปี	12,200,000บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุก 3 ปี)	ผู้สมัครเรียนของสถาบันฯ โปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการ จำนวน 10,184 คน สมัคร สมาชิกรายปี จำนวน 60% =6,110 คน ราคา 2,000 บาท/ ต่อปี
ค่าสมาชิกตลอดชีพ	14,255,500บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 5 % ทุก 3 ปี)	ผู้สมัครเรียนของสถาบันฯ โปรแกรมส่งเสริมพัฒนาการ จำนวน 10,184 คน สมัคร สมาชิกรายปี จำนวน 40% =4,073 คน ราคา 3,500 บาท/ ต่อปี
ค่าโปรแกรมส่งเสริม พัฒนาการ	146,649,600บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 5 % ทุก 3 ปี)	คาดการณ์จากจำนวนผู้สมัคร เรียนของสถาบันฯ โปรแกรม ส่งเสริมพัฒนาการจำนวน 10,184 คน/ ปี เฉลี่ยค่าเรียน ต่อเด็ก 1 คน ราคา 14,400 บาท
ค่าคอร์สอบรมสัมมนา	300 บาท/คน (เพิ่มขึ้น 50 บาท ทุก 5 ปี)	ตามราคาตลาดและแนวโน้ม อัตราเงินเฟ้อ
ค่าอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop)	100 บาท/คน (เพิ่มขึ้น 50 บาท ทุก 5 ปี)	ตามราคาตลาดและแนวโน้ม อัตราเงินเฟ้อ
ค่าผู้จัดกิจกรรมพิเศษ	5,000 บาท/วัน (เพิ่มขึ้น 500 บาท ทุก 3 ปี)	ตามแนวโน้มอัตราเงินเฟ้อ

ตารางที่ 5.41 (ต่อ)

สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านรายได้

รายได้ (Revenue)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
ค่าของเล่นไทย, ของที่ระลึก	200 บาท/คน (เพิ่มขึ้น 50 บาท ทุก 3 ปี)	ตามราคาตลาดและแนวโน้มอัตราเงินเฟ้อ
ค่าพื้นที่เช่าจำหน่ายสินค้า	1,000 บาท/ตร.ม. (ปีที่ 1 ลด 50 %, ปีที่ 2 ลด 20% ปีที่ 3 ลด 10 %, ปีที่ 4 ขึ้นไป เพิ่มค่าเช่า 5%)	เพิ่มขึ้นตามสัญญาที่ตกลงและ แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อ

ตารางที่ 5.42

สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านรายจ่าย

รายจ่าย (Expense)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
ค่าจัดอบรมสัมมนา	25,000 บาท (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ผันแปรตามจำนวนผู้อบรม
ค่าจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop)	3,000 บาท (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ผันแปรตามจำนวนผู้อบรม
ค่าใช้จ่ายการจัดกิจกรรม พิเศษ	360,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	จัดสรรงบประมาณร่วมกับผู้จัด เดือนละ 30,000 บาท
ค่าน้ำดื่มและอาหารว่าง ในช่วงการเรียนการสอน	50,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ตามราคาตลาดและแนวโน้ม อัตราเงินเฟ้อ

ตารางที่ 5.42 (ต่อ)

สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านรายจ่าย

รายจ่าย (Expense)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
ค่าเครื่องแบบพนักงาน (สวัสดิการ)	250 บาท/ ชุด คนละ 2 ชุด 7,500 บาท	เฉพาะฝ่ายปฏิบัติการ คุณครู ผู้นำกิจกรรมและคุณครูผู้ช่วย จำนวน 15 คน
ค่าจ้างเงินเดือนบุคลากรและสวัสดิการ		
ค่าจ้าง เงินเดือน พนักงาน	12,012,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 6% ทุกปี)	1,001,000 บาท/เดือนรวม 36 คน
ค่าฝึกอบรมและการดูงานของ บุคลากร	200,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	ค่าการฝึกอบรมและการดูงาน เหมาจ่าย 100,000 บาท/ปี/ผัน แปรตามจำนวนพนักงาน
ค่าจ้างทีมงานทำความสะอาด ดูแลอาคาร	840,000 บาท/ปี	70,000 บาท/เดือน
ค่าใช้จ่ายส่วนร้านขายของเล่นของที่ระลึก		
ค่าใช้จ่ายการจัดสรรสินค้าใน ร้านขายของเล่น	300,000 บาท (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	ตามราคาตลาดและแนวโน้ม อัตราเงินเฟ้อ
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด		
ค่าใช้จ่ายงานแถลงข่าว	213,400 บาท	ตามแผนงานและราคาตลาด
ค่าใช้จ่ายพิธีเปิดสถาบันฯ	1,015,500 บาท	ตามแผนงานและราคาตลาด
ค่าใช้จ่ายกิจกรรม ห้องเล่นลูก ห้องเรียนพ่อแม่ (Road Show)	627,600 บาท (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ตามแผนงานและราคาตลาด
ค่าใช้จ่ายกิจกรรม เรียนรู้เล่น ผ่านความเป็นไทย (รณรงค์)	35,900 บาท (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ตามแผนงานและราคาตลาด

ตารางที่ 5.42 (ต่อ)

สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านรายจ่าย

รายจ่าย (Expense)	สมมติฐาน	เหตุผลประกอบ
ค่าใช้จ่ายกิจกรรมกิจกรรม เล่นพาเพลิน Learn แบบไทย ฉลองครบ 1 ปี	366,800 บาท (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ตามแผนงานและราคาตลาด
ค่าจัดทำบัตรสมาชิก	60,000บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ปีแรกจัดทำ 6,000 ใบ เฉลี่ย ต้นทุนใบละ 10 บาท
ค่าใช้จ่ายสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์	3,417,000บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	ตามราคาตลาดและแนวโน้ม อัตราเงินเฟ้อ
ค่าซ่อมบำรุง เครื่องใช้ สำนักงาน และอุปกรณ์ตกแต่ง	50,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	เปรียบเทียบจากกรณีศึกษา และแนวโน้มอัตราเงินเฟ้อ
ค่าสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ไปรษณีย์)	1,200,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี)	เปรียบเทียบจากกรณีศึกษา และแนวโน้มอัตราเงินเฟ้อ
ค่าเสื่อมราคา	อาคาร 20 ปี เครื่องใช้สำนักงาน 5 ปี เครื่องคอมพิวเตอร์ 5 ปี ระบบปรับอากาศ 5 ปี	ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยวิธี เส้นตรงตามอายุการใช้งาน โดยประมาณ 5-20 ปี
ค่าวิจัยตลาด	300,000 บาท/ปี (เพิ่มขึ้น 10% ทุกปี)	
ค่าลงทุนขยายสาขาเพิ่มเติม	5,000,000 บาท/สาขา (เพิ่มขึ้น 10 % ทุก 3 ปี)	

5.11.4 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน

สถาบันฯได้ทำการลงทุนโดยการซื้อพื้นที่เพื่อสร้าง 'โบรท์ เบบี้ อเวนิว' เพื่อให้เป็น ศูนย์รวมของสังคมพ่อแม่ยุคใหม่ที่ต้องการให้ลูกได้เรียนรู้วัฒนธรรมการละเล่นไทย และเป็นแหล่งรวมสถานที่ให้บริการที่ครบวงจรของชีวิตครอบครัวที่ทันสมัย จึงเป็นโครงการที่ใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อให้ผู้ลงทุนแน่ใจว่าควรมีการลงทุนหรือไม่ จึงต้องมีการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน โดยนำเอาความสำคัญของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยในที่นี้จะเลือกเอาเกณฑ์การตัดสินใจ ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value :NPV)
3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return :IRR)

ตารางที่ 5.43

สรุปผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุน

เครื่องมือการเงิน	ผลตอบแทนทางธุรกิจ
Payback Period	3 ปี 6 เดือน
NPV	115,629,197
IRR	27%

5.11.5 การวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ (Scenario Analysis)

การวิเคราะห์เชิงสถานการณ์เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาหาโอกาสและความเสี่ยงที่อาจจะทำให้ปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของสถาบันฯ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ โดยสร้าง สถานการณ์ที่น่าจะมีความเป็นไปได้ เพื่อประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ กรณีสถานการณ์ดีที่สุด (Best Case Scenario) และกรณีสถานการณ์ แย่ที่สุด (Worth Case Scenario) โดยแบ่งออกเป็น 2 กรณี ดังนี้

1) กรณีที่แย่ที่สุด (Worth Case Scenario) คือกรณีที่เศรษฐกิจของประเทศไทยในภาพรวมตกต่ำและกลุ่มเป้าหมายใหม่ไม่เกิดการตอบรับบริการ ทำให้จำนวนผู้เรียนลดน้อยลง 10% ราคาค่าเช่าพื้นที่ลดลง 10% รวมถึงมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น 10%

2) กรณีที่ดีที่สุด (Best Case Scenario) คือกรณีที่เศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นไปในทิศทางที่ดีและพื้นที่บริเวณทองหล่อและพื้นที่ที่ขยายการลงทุนเป็นไปตามแผน ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตอบรับต่อการบริการและผลิตภัณฑ์ของสถาบันกระทั่งเกิดเป็นกระแสสังคม ทำให้ตลาดเติบโตมากกว่าประมาณการณ์ ปีละ 10% และราคาค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าเพิ่มขึ้น 10%

ตารางที่ 5.44

สรุปผลตอบแทนทางการเงิน 3 กรณี

	Best Case	Most Likely	Worst Case
Payback Period	1 ปี 4 เดือน	3 ปี 6 เดือน	5 ปี 5 เดือน
NPV	506,132,471	115,629,197	14,294,932
IRR	72%	27%	14%