

โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์

Creativity Thaidessert School



โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์

Creativity Thaidessert School



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบ้านเชิงและการผลิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



© 2558

ระวีวรรณ วงศ์อภัย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์

ผู้วิจัย ระวีวรรณ วงศ์อภัย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.วันชัย มงคลประดิษฐ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ปีเตอร์ กัน)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 27 สิงหาคม 2558

ระวีวรรณ วงศ์อภัย. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต,
สิงหาคม 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ (153 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วันชัย มงคลประเสริฐ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง โครงการโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษา
แนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจในการเปิดโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทยเด็กวัยเรียน 6 - 12 ปีในเขต
กรุงเทพมหานคร ศึกษาจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทยเด็ก
วัยเรียน 6 -12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดโรงเรียนสอนเด็กทำ
ขนมไทยเด็กวัยเรียน 6 - 12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาและวิเคราะห์ความเสี่ยงทางธุรกิจ
โรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทยเด็กวัยเรียน 6 - 12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะนำผลที่ได้จากการ
วิจัยนำมาเป็นข้อมูลและแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เกิดประโยชน์

การศึกษาในครั้งนี้ ต้องมีการนำข้อมูลจากการวิจัยที่นำมาใช้ประกอบในการตัดสินใจเพื่อเป็น
แนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจ โดยการเก็บข้อมูลขั้นปฐมภูมิเป็นการศึกษาเชิงปริมาณและการเก็บ
ข้อมูลขั้นทุติยภูมิเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เพื่อ
ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมส่งเสริมทักษะพิเศษต่อบุตร
หลาน เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก โดยการศึกษา
จะมีการใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มกลุ่มประชากรการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยจะใช้แบบสอบถาม
เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้ปกครองเป็นเพศ
หญิงมากกว่าเพศชาย และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี
มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 30,000 ถึง 50,000 บาทต่อเดือน ด้านพฤติกรรมและทัศนคติ
ของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมส่งเสริมทักษะ พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ
มากกับการส่งบุตรหลานเรียนเสริมทักษะ โดยส่วนใหญ่มีการส่งบุตรหลานเรียนดนตรีและภาษา และ
มีความถี่ในการทำกิจกรรม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งจะมีการใช้เวลาในการเรียน 1 ชั่วโมงต่อครั้ง และ
ส่วนใหญ่มีการใช้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรม คือ สามารถนำกิจกรรมไปต่อยอดได้ใน
อนาคต ซึ่งผู้ปกครองเห็นว่าค่าใช้จ่ายควรอยู่ระหว่าง 1,000-5,000 บาท ทั้งนี้ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกสถาบันคือตัวเด็กเอง โดยผู้ปกครองส่วนใหญ่เคยทำกิจกรรมร่วมกับเด็ก และหากมีการ
แทรกภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนผู้ปกครองจะสนใจมากยิ่งขึ้น ด้านความพึงพอใจ
ของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก

ทุกด้านโดยเรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านสถานที่ (Place) ภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านราคา (Price) ภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ในการศึกษาการวิจัยทำให้ทราบถึงแนวทางในการทำธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทย ซึ่งจะเป็นธุรกิจที่มีความนิยมในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริงโดยมีการใช้กำหนดแผนธุรกิจรวมถึงการวางแผนกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างโดยเป็นการสร้างความได้เปรียบและสร้างความโดดเด่น เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเดิมและการสร้างลูกค้าใหม่อยู่เสมอ ตามที่ได้ศึกษาโครงการโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์

คำสำคัญ: โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์, ขนมไทย, หลักสูตรสอนขนมไทย



Wongapai, R. M. Com. Arts (Entertainment Management and Production), August 2015, Graduated School, Bangkok University.

Creativity Thaidessert School. (153 pp.)

Advisor: Wanchai Mongkonpasert, Ph.D.

ABSTRACT

This research about Creativity Thaidessert school. The objective of this study trends and business opportunities in the schools, teaching children to bake Thailand-age children 6-12 years old in Bangkok. There are study strengths and weaknesses of the business involving school children Thailand dessert children 6 -12 years in Bangkok and study barriers to open a school to teach children to bake Thailand children 6-12 years old in Bangkok. Studies and analysis of business risk school-age children, teaching children to bake Thailand 6-12 years in Bangkok. The results of the research will be applied to information and guidance to business benefits.

In this study to integrate data from the study were used to guide decisions in the business plan. The data layer is the primary quantitative data and qualitative class secondary education. The purpose was to study demographic factors to study the behaviour and attitudes of parents to encourage their children to have special skills to the satisfaction of parents to teach school children to bake Thailand. The study will use data collected by the random collection of quantitative data by population group to query. Data from the target total of 200 people showed that most parents are more female than male. The majority of respondents have a level of education in the undergraduate level. There are employed earn between 30,000 to 50,000 baht per month on the behaviour and attitudes of parents to encourage the promotion of skills that most parents give more importance to their children learning skills. Most send their children to study music and language and frequency of activity 1-2 times a week. Which will have to take the time to learn one hour per session and most of the activity is a major factor in deciding to bring the activity to continue in the future. Which ruled that the charges should be between 1,000-5,000 baht Those influencing decisions institution is the children themselves. The most

parents do activities with children. If you have inserted language into the curriculum, teaching parents to do even more. The satisfaction of parents on school cooking classes Thailand for children that parents are satisfied in all aspects, sorted by average include the place overall parent satisfaction levels more (average 4.03 percent), price overall parent satisfaction level (average 4.01 percent) Promotion Marketing Promotion overall parent satisfaction levels (averaging. 4.00 percent), Products overall parent satisfaction level (average 3.96 percent).

In the study, the researchers made aware approach to business school cooking classes Thailand. This is a business that is popular today and are likely to grow steadily. This can lead to real working with the business plan, including the planned marketing activities to make a difference by creating competitive advantage and distinguished to maintain existing customers and generate new. According to a study of Creativity Thaidessert school.

Keywords: Creativity Thaidessert School, Thai Dessert, Thai Dessert Course

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าเฉพาะบุคคลฉบับนี้ เรื่อง โครงการโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ โดยมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับธุรกิจด้านบริการการเรียนการสอนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนทำขนมไทย โดยมีการพัฒนาทักษะด้านความรู้ความสามารถในการทำขนมที่จะมีการผสมผสานการเรียนรู้ด้านภาษาอังกฤษเข้ากับหลักสูตรการสอนทำขนมและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในห้องเรียนกับบุตรหลาน สำเร็จขึ้นได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก ดร.วันชัย มงคลประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้ความกรุณารับเป็นที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้ และได้ติดตามความก้าวหน้าของการศึกษาเฉพาะบุคคลนี้มาโดยตลอด พร้อมทั้งได้มีการชี้แนะแนวทางด้านความคิดในการบริหารธุรกิจบ้านเทিংให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณ ดร.ปีเตอร์ กัน ผู้ที่เปิดโครงการนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบ้านเทিংและการผลิตให้แก่นักศึกษาได้เข้ามาศึกษาหาความรู้ และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาการบริหารธุรกิจบ้านเทিংและการผลิตที่ได้ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์จนผู้ศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้นำไปปฏิบัติใช้ได้จริงในการทำงานด้านธุรกิจบ้านเทিং

ขอกราบระลึกถึงพระคุณอันยิ่งใหญ่ของ บิดา มารดา ครอบครัววงศ์อภัย ที่ให้กำลังใจ พร้อมทั้งสนับสนุนในเรื่องการเรียนและการทำงาน และอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน รวมทั้งกำลังใจจากเพื่อนนักศึกษาร่วมรุ่น MACA EM4 ที่ทำให้การศึกษาค้นคว้าเฉพาะบุคคลครั้งนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

ระวีวรรณ วงศ์อภัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.3 สมมติฐานการวิจัย	8
1.4 ขอบเขตของโครงการ	8
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับขนมไทย	10
2.2 ทฤษฎีการพัฒนาการของเด็ก	34
2.3 ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค	49
2.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค	52
2.5 ทฤษฎีส่วนประสมในการตลาด	54
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	57
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	60
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	61
3.3 การหาคุณภาพของเครื่องมือ	62
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	63
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 สรุปข้อมูลเชิงคุณภาพ	65
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	69

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.3 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	80
บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	
5.1 ภาพลักษณ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจ	85
5.2 เป้าหมาย	86
5.3 วัตถุประสงค์	86
5.4 กลยุทธ์องค์กร	86
5.5 กลุ่มเป้าหมาย	86
5.6 ลักษณะธุรกิจ	86
5.7 สถานที่ตั้ง	93
5.8 การกำหนดกลยุทธ์องค์กร	96
5.9 การจัดโครงสร้างองค์กร	102
5.10 แผนการตลาด	105
บทที่ 6 งบบัญชีและการเงิน	
6.1 สมมติฐานวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน	112
6.2 สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น	113
6.3 ประมาณการต้นทุนด้านบริการ	115
6.4 วิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและกระบวนการใช้คืน	116
6.5 ประมาณการรายได้	117
6.6 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	119
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
7.1 บทสรุปทางการวิจัย	125
7.2 บทสรุปโครงการ	128
7.3 การบริหารความเสี่ยง	129
7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการ	145
บรรณานุกรม	147
ภาคผนวก	150
ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร	151

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

153

ประวัติผู้เขียน

เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ	69
ตารางที่ 4.2: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	70
ตารางที่ 4.3: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ	70
ตารางที่ 4.4: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
ตารางที่ 4.5: จำนวน และร้อยละของความสำคัญของกิจกรรมเสริมทักษะ	71
ตารางที่ 4.6: จำนวน และร้อยละของประเภทของกิจกรรมเสริมทักษะและพัฒนาการ	72
ตารางที่ 4.7: จำนวน และร้อยละของความรู้ในการทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ	72
ตารางที่ 4.8: จำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ	73
ตารางที่ 4.9: จำนวน และร้อยละของปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ	73
ตารางที่ 4.10: จำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเสริมทักษะ	74
ตารางที่ 4.11: จำนวน และร้อยละของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ	74
ตารางที่ 4.12: จำนวน และร้อยละของการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ	75
ตารางที่ 4.13: จำนวน และร้อยละของความสนใจในการแทรกทักษะด้านภาษา	75
ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย	76
ตารางที่ 4.15: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ	78
ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา	78
ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามอาชีพ	79
ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	79
ตารางที่ 5.1: ตารางเรียนสอนทำขนมไทยพื้นฐาน	90
ตารางที่ 5.2: ตารางเรียนสอนทำขนมไทยขั้นสูง	90
ตารางที่ 5.3: ตารางเรียนสอนทำอาหารไทยขั้นพื้นฐาน	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.4: อัตราค่าเรียนทำขนมและอาหาร วันธรรมดา	91
ตารางที่ 5.5: อัตราค่าเรียนทำขนมและอาหาร วันเสาร์-อาทิตย์	92
ตารางที่ 5.6: ราคา VDO สาธิตการทำขนมไทย	92
ตารางที่ 5.7: ราคาสำหรับสปอนเซอร์สนับสนุนรายการแข่งขันทำขนมไทย	93
ตารางที่ 5.8: อัตราเงินเดือนขององค์กร	104
ตารางที่ 5.9: ส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์	107
ตารางที่ 5.10: แผนการพัฒนารัฐกิจ	111
ตารางที่ 6.1: อุปกรณ์สำนักงาน	114
ตารางที่ 6.2: อุปกรณ์ประกอบการเรียน	114
ตารางที่ 6.3: ประเมินเงินลงทุนเบื้องต้น	115
ตารางที่ 6.4: ประมาณการต้นทุนการบริการ	115
ตารางที่ 6.5: สมมติฐานความเป็นไปได้รายได้ธุรกิจโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ปีที่ 1-5	117
ตารางที่ 6.6: สรุปผลตอบแทนทางการเงิน	119
ตารางที่ 6.7: กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)	120
ตารางที่ 7.1: กรณีได้กำไรมากที่สุด (Best Case)	130
ตารางที่ 7.2: ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)	135
ตารางที่ 7.3: ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรน้อยที่สุด (Worst Case)	140

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: ก. แท่งไม้ขนานกัน ข. เลื่อนแท่งไม้ ข. ไปทางขวา	39
ภาพที่ 2.2: รูปแบบกระบวนการตัดสินใจข้อ 5 ขั้นตอน	51
ภาพที่ 2.3: แสดงแบบจำลองส่วนประสมทางการตลาด	55
ภาพที่ 5.1: เครื่องหมายการค้า	88
ภาพที่ 5.2: หลักสูตรสอนทำขนมไทยขั้นพื้นฐาน	89
ภาพที่ 5.3: หลักสูตรสอนทำขนมไทยขั้นสูง	89
ภาพที่ 5.4: หลักสูตรอาหารไทยพื้นฐาน	90
ภาพที่ 5.5: แผนที่ตั้งโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์	94
ภาพที่ 5.6: ตัวอย่างหน้าร้าน	94
ภาพที่ 5.7: ตัวอย่างครัว ภาพที่ 1	95
ภาพที่ 5.8: ตัวอย่างห้องเรียนทฤษฎี	95
ภาพที่ 5.9: ตัวอย่างห้องรับรองของเด็กๆ	96
ภาพที่ 5.10: โครงสร้างองค์กรโรงเรียนสอนทำขนมไทย Bankanom School	102
ภาพที่ 5.11: โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์	106

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ขนมไทย เป็นของหวานที่ทำและรับประทานกันในอาณาจักรไทยมีเอกลักษณ์ตามวัฒนธรรมประจำชาติไทยคือ มีความละเอียดอ่อนประณีต ในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำที่พิถีพิถันรสชาติ อร่อยหอมหวานสีกลิ่นสวยงามรูปลักษณ์ชวนรับประทานตลอดจนกรรมวิธีการรับประทานปราณีต บรรจงของขนมแต่ละชนิด ซึ่งยังแตกต่างกันไปตามลักษณะของขนมชนิดนั้นๆ ประวัติความเป็นมาของขนมไทยในสมัยโบราณคนไทยจะทำขนมเฉพาะวาระสำคัญเท่านั้น เช่น งานทำบุญเทศกาลสำคัญ หรือต้อนรับแขกสำคัญ เพราะขนมบางชนิดจำเป็นต้องใช้กำลังคน และเวลาในการทำพอสมควรสวนใหญ่เป็น ขนมประเพณี อาทิ ขนมงานเนื่องในงานแต่งงานขนมพื้นบ้าน เช่น ขนมครก ขนมถวายเป็นต้น ส่วนขนมในรั้วในวังจะมีหน้าตาจุ่มจิม ประณีตวิจิตรบรรจงในการจัดวางรูปทรงขนมสวยงามขนมไทยที่นิยมทำกันทุกๆ ภาคของประเทศไทยในพิธีการต่างๆ เนื่องในการทำบุญเลี้ยงพระก็คือขนมจากไข่และมักถือเคล็ดจากชื่อและลักษณะของขนมนั้นๆ งานศรัทธาต่างๆ เช่น งานมงคลสมรสทำบุญวันเกิดหรือทำบุญขึ้นบ้านใหม่สวนใหญ่ก็จะมีกรเลี้ยงพระกับแขกที่มาในงานเพื่อเป็นศิริมงคลของงานขนมก็จะมีฝอยทองเพื่อหวังให้อยู่ด้วยกันยืนยาวมีอายุยืน ขนมชั้นก็ให้ไต่เลื่อนขึ้นเงินเดือนขนมถวยพูกก็ขอให้เฟื่องฟูขนมทองเอกก็ขอให้ไต่เป็นเอก เป็นต้น

สมัยรัตนโกสินทร์จดหมายเหตุความทรงจำของกรมหลวงนรินทรเทวี กล่าวไว้ในงานสมโภชพระแก้วมรกตและฉลองวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้มีเครื่องตั้งสำหรับหวานสำหรับพระสงฆ์ 2,000รูป ประกอบด้วย ขนมใส่ไข่ขนมฝอยขาวเหนียวแก้ว ขนมผิงกล้วยฉาบลาเต้ง หอม สังขยา ฝอยทอง และขนมตะไล

ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการพิมพ์ตำราอาหารออกเผยแพร่รวมถึงตำราขนมไทยด้วย จึงนับได้ว่าวัฒนธรรมขนมไทยมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรครั้งแรกตำราอาหารไทยเล่มแรกคือแม่ครัวหัวปากเขียนโดยท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ ในหนังสือเล่มนี้มีรายการสำหรับของหวานเลี้ยงพระ ได้แก่ ทองหยิบฝอยทองขนมหม้อแกงขนมหั่นตราขนมถวยพูกขนมลื้มกลืนขาวเหนียวแก้ว วุ้นผลมะปรางในสมัยต่อมาเมื่อการค้าเจริญขึ้นในตลาดมีขนมนานาชนิดมาขาย ทั้งขายอยู่กับที่ แบก กระบุงหาบเร่และมีการปรับปรุงการบรรจุหีบห่อไปตามยุคสมัยเช่นในปัจจุบันมีการบรรจุในกล่องโฟมแทนการห่อด้วยใบตองในอดีต

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับขนมไทย

ขนมไทยสามารถจัดแบ่งเป็นชนิดต่างๆ ได้ตามลักษณะของเครื่องปรุงรสและกรรมวิธีในการทำและลักษณะการหุงต้ม โดยในที่นี้ใช้เกณฑ์ในการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดลูกค้า และมีระยะเวลาในการเก็บนาน โดยแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. ขนมประเภทไข่ เช่น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด สังขยา ฯลฯ
2. ขนมประเภทหนึ่ง เช่น ขนมชั้น ขนมสาเล่ ขนม น้ำดอกไม้ม ขนมหอย ฯลฯ
3. ขนมประเภทกวน เช่น ขนมน้ำดอกไม้ ขำหริ่ม ขนมน้ำดอกไม้ ฯลฯ
4. ขนมประเภทอบและผิง เช่น ขนมน้ำดอกไม้ ขนมน้ำดอกไม้ ขนมน้ำดอกไม้ ฯลฯ
5. ขนมประเภทฉาบ เช่น ฝอยฉาบ กลวยฉาบ มั่นฉาบ ฯลฯ
6. ขนมประเภทเชื่อมและดอง เช่น มะม่วง ขนมน้ำดอกไม้ มะม่วง ขนมน้ำดอกไม้ ฯลฯ

(ขวัญใจ เอ็มใจ, 2540)

ขนมไทยถือว่าเป็นมรดกที่มีคุณค่าอันยั่งยืนของชาติอย่างหนึ่ง ที่อยู่คู่เมืองไทยมาตั้งแต่ครั้งโบราณกาล เป็นขนมที่มีลักษณะสวยงาม มีกลิ่นหอม น่ารักรับประทาน มีอยู่มากมายหลายชนิดทั้งที่เป็นขนมไทยดั้งเดิมและขนมที่รับมาจากต่างชาติมาเป็นเวลาช้านาน จนกลืนกลายเป็นขนมไทยด้วยวิธีการช่างประดิษฐ์ที่ประณีตงดงามของคนไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการทำจนเทคโนโลยีสมัยใหม่ไม่อาจเข้ามาทดแทนได้ ทำให้ขนมไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อันแสดงถึงความเป็นไทยและคุณค่าอันงดงามในตัวเอง ในปัจจุบันขนมไทยได้กลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาและเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของสังคม (มณฑิรา ศุภลักษณ์, 2541)

เอกลักษณ์ของขนมไทยขนมไทยมีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทยคือ มีความละเอียดอ่อนประณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำ ที่พิถีพิถัน รสชาติอร่อยหอมหวาน สีสันสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน ตลอดจนกรรมวิธีการรับประทานที่ประณีตบรรจงของขนมแต่ละชนิด ซึ่งยังแตกต่างกันไปตามลักษณะของขนมชนิดนั้นๆ

ประโยชน์ของขนมไทย โยอาหาร" หรือ "Fiber" เป็นอาหารอีกหมู่หนึ่งที่ร่างกายมีความต้องการไม่น้อยไปกว่าอาหารหลักหมู่อื่น โยอาหารนี้แท้ที่จริงแล้วคือ คาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อนที่ไม่ใช่แป้ง ซึ่งเป็นส่วนประกอบของ พืช ผัก และผลไม้ที่รับประทานได้ แต่ไม่ถูกย่อยโดยน้ำย่อยในระบบย่อยอาหาร เมื่อผ่านลำไส้ใหญ่บางส่วนจะถูกย่อยโดยจุลินทรีย์ ทำให้กลายเป็นก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ มีเทน ไฮโดรเจน น้ำ และกรดไขมันสายสั้นๆ ซึ่งจะถูกดูดซึมเข้าสู่ร่างกาย ด้วยเหตุนี้ โยอาหารจึงมีผลช่วยกระตุ้นการทำงานของลำไส้ ทำให้ระบบขับถ่ายเป็นปกติช่วยดูดซับสารก่อมะเร็งที่อาจปะปนมากับอาหาร ซึ่งร่างกายสามารถขับถ่ายมาพร้อมกับอุจจาระ ช่วยลดการดูดซึมไขมันและคอเลสเตอรอลในเส้นเลือดได้และเพื่อสุขภาพที่ดีเราควรบริโภคอาหารที่มีเส้นใยอาหารในปริมาณ 25-30 กรัมต่อวัน ซึ่งในขนมไทยต่างมีโยอาหารประกอบอยู่ด้วยทั้งสิ้น

กากใยอาหารในผักและผลไม้ที่นำมาใช้ทำขนม อย่างเช่น กัลยบัวตชี บวดเผือก บวด ฟักทอง ยังคงสภาพอยู่กากใยเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการขับถ่ายของร่างกายทีเดียว ในขณะที่ ขนม พันธุ์ใหม่ทีในยุคนี้จะเป็นขนมที่ต้องผ่านกระบวนการย่อยสลายหลายขั้นตอนมาก แป้งที่ใช้ทำขนมก็ จะถูกฟอกขาว มีสารเคมีสังเคราะห์มากมายเข้าไปเป็นส่วนผสมทั้งในแป้งและน้ำตาล ซึ่งจะย่อยสลาย ทันทีในปาก เกิดกรดทำให้ฟันผุได้ทันที และความที่อาหารมีกากใยน้อยลง โรคที่ตามมาอีก คือ อาการท้องผูก ปัจจุบันกลายเป็นปัญหาของเด็กอย่างยิ่ง บางบ้านถึงกับทะเลาะกันระหว่างแม่กับพ่อ เรื่องการถ่ายของลูก

เบต้าแคโรทีน วิตามินเอ

เบต้าแคโรทีน (Beta-Carotene) เป็นองค์ประกอบของสารสีส้มแดง สีเหลืองในพืช ผัก ผลไม้ เป็นแหล่งของวิตามินเอ เพราะร่างกายสามารถเปลี่ยนเบต้าแคโรทีนไปเป็นวิตามินเอได้ ซึ่ง วิตามินเอนี้เป็นวิตามินชนิดไม่ละลายน้ำ มีหน้าที่เกี่ยวกับการมองเห็น การเจริญเติบโต เป็นสารต้าน อนุมูลอิสระของไขมันบนผนังเซลล์ ทำให้ระบบต่างๆ ของร่างกายทำงานได้ดี

แคลเซียม เป็นธาตุอาหารที่เป็นโครงสร้างของกระดูกและฟัน ช่วยการหดตัวของกล้ามเนื้อ และการเต้นของหัวใจ ช่วยกระตุ้นการทำงานของเอ็นไซม์

ขนมไทยเป็นมิตรต่อสุขภาพ

ขนมไทย มีรากเหง้ามาจากสังคมเกษตรผูกพันกับธรรมชาติ วัตถุดิบที่นำมาทำเป็นขนมก็ล้วน มาจากธรรมชาติ ดังนั้นคุณสมบัติหลายประการของผลผลิตตามธรรมชาติก็ยังคงมีอยู่มาก จากการ สืบค้นคุณค่าทางโภชนาการขนมไทย ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขพบว่าขนมไทยส่วนใหญ่ นอกจากจะมีคุณค่าในสารอาหารหลักๆ อย่างคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมันแล้วยังมีแร่ธาตุและวิตามิน ที่สำคัญต่อร่างกายรวมอีกด้วย อาทิเช่น แคลเซียม ฟอสฟอรัส เหล็ก วิตามินเอ เรตินอล แคโรทีน เป็นต้น ซึ่งคุณค่าอาหารรวมหมู่แบบนี้จะหาไม่ได้ในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จะเป็นการสกัดสารอย่าง ใดอย่างหนึ่งมาบรรจุในแคปซูลเพื่อขายในราคาแพงๆ เท่านั้น และในขนมถุงสารอาหารที่มีประโยชน์ เหล่านี้ก็ยังหาทำยากได้ยากเช่นกัน

นอกจากนี้ด้วยความที่ขนมไทยยังไม่ได้ถูกครอบงำจากระบบอุตสาหกรรมข้ามชาติ ทำให้ขนม ไทยมีความปลอดภัย ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ความปลอดภัยจากการใช้วัตถุดิบทางการเกษตรที่ ผ่านการดัดแปรพันธุกรรม หน้าแรก ขนมไทยเป็นมิตรต่อสุขภาพ ประโยชน์จากขนมไทยการเลือก รับประทานขนมไทย การกินแบบไทยๆ ขนมไทยในเทศกาลงานบุญ ขนมไทยในงานมงคล ขนมไทย แต่ผู้ยากไร้ ขนมไทยที่ใช้เป็นของขวัญ หรือ จีเอ็มโอ เพราะจากการตรวจสอบของกลุ่มอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมกรีนพีซ พบว่า มีขนมกรุบกรอบหรือขนมถุงที่จำหน่ายในท้องตลาดบางยี่ห้อมีการใช้ วัตถุดิบที่ปนเปื้อนจีเอ็มโอ แม้จะยังเป็นข้อถกเถียงที่ยังไม่มีบทสรุปมาจนถึงทุกวันนี้ว่า คนที่กินอาหาร

จีเอ็มโอหรือมีส่วนผสมของอาหารจีเอ็มโอเข้าไปจะมีผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายหรือไม่อย่างไร แต่เพื่อความปลอดภัยผู้บริโภคก็ไมควรที่จะเสี่ยง

ประโยชน์ของการกินแบบไทยๆ การกินน้อย กินพอประมาณ การรู้จักคำว่า กินน้อย กินพอประมาณ จะช่วยให้ร่างกายสามารถจัดสิ่งทีล้นเกินความต้องการได้อย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพ หวานพอดี เค็มพอดี มันพอดี ร่างกายรับรู้ได้จัดการได้ก็ไม่มีปัญหา แต่ถ้ารับหวาน มัน เค็ม เข้าสู่ร่างกายไม่มีหยุด ไม่มีพอ อย่างที่เด็กหรือวัยรุ่นหลายรายกำลังดำเนินชีวิตอย่างนี้ก็เป็นการทำร้ายระบบอวัยวะซับซ้อนของร่างกายของเราให้เสื่อมทรุดไปอย่างรวดเร็วนั่นเอง

โดยพื้นฐานแล้วคนไทยเป็นของกินตามวาระสำคัญๆ มากกว่าจะเป็นของว่างที่ให้กินหลังอาหารมื้อหลักเสียด้วยซ้ำ (การกินเป็นของว่างเป็นวัฒนธรรมตะวันตก) และวาระที่ว่าก็มักจะเป็นวาระที่เกี่ยวข้องกับงานบุญแทบทั้งสิ้น คนไทยได้เข้ามามีบทบาทในงานบุญตั้งแต่อดีตมาแล้วที่คนไทยทำขนมพิเศษๆ เฉพาะงานบุญขึ้น นั่นหมายถึงในปีหนึ่งๆ จะมีการทำขนมชนิดนั้นเพียง 1 ครั้งเท่านั้น เนื่องจากทำยากและต้องใช้แรงใจแรงกายของคนหลายๆ คนร่วมกัน ชาวบ้านจะทำขนมนั้นๆ ในปริมาณมาก ซึ่งถ้าเหลือจากงานบุญก็จะนำไปแจกจ่ายเพื่อนบ้านและเก็บไว้กินเอง

จะเห็นว่า การกินขนมของคนไทยสมัยก่อนนั้นเป็นของคู่งานบุญ ไม่ได้กินกันพร่ำเพรื่อเหมือนการกินขนมของคนสมัยนี้ ช้าขนมไทยก็ได้อยู่ในสถานะของการเป็นอาหารว่างที่จะมานั่งละเลียดกินหลังอาหารมื้อหลักเหมือนอย่างที่เรากำลังทำอยู่ อาหารว่างเป็นการกินตามวัฒนธรรมของตะวันตกที่เพิ่งเข้ามาในภายหลัง

การสอนให้เด็กมีวินัยในการกินขนมนั้น ควรแนะนำให้เขาได้รู้จักขนมไทยให้มากขึ้นเพื่อเป็นอีกทางเลือกที่จะเข้าไปทดแทนขนมถุงในเวลาต่อไป สอนให้รู้จักความหมายและที่มาที่ไปของขนมไทยที่สำคัญพ่อแม่ผู้ปกครองควรเริ่มทำขนมไทยให้เด็กได้กินเอง โดยเริ่มจากขนมที่ทำได้ง่ายๆ อย่างเช่นขนมประเภทผลไม้เชื่อมใส่น้ำเชื่อม หรือน้ำกะทิใส่น้ำแข็ง ซึ่งขนมประเภทนี้สามารถพัฒนาหาผลไม้ที่มีประโยชน์มาใส่ได้สารพัด ที่สำคัญอย่าลืมเปิดโอกาสให้เด็กได้ร่วมกิจกรรมในการทำขนมด้วย เอาขั้นตอนง่ายๆ อย่างการช่วยปอกกล้วย ปอกผลไม้ ก็ได้ โดยตกลงกันในครอบครัวว่าจะทำขนมกินกันเองอาทิตย์ละครั้งพร้อมๆ กับลดค่าขนมถุงของเด็กลงเป็นลำดับ ลูกหลานของเราจะห่างไกลภัยจากขนมถุงได้แค่ไหนก็ขึ้นอยู่กับว่าครอบครัวแต่ละครอบครัวจะใส่ใจให้ความสำคัญสร้างสรรค์กิจกรรมดังกล่าวให้เกิดขึ้นเป็นจริงได้มากน้อยแค่ไหนนั่นเอง

เคล็ดลับการกินขนมไทยสำหรับคนกลัวอ้วน ห่วงหวานด้วยวัตถุดิบที่หลากหลายทำให้ขนมไทยแตกหน่อออกมามากมายหลายชนิด ในขณะที่รสชาติหอมหวานมันก็พัฒนามากลายเป็นศิลปะชั้นเลิศทางด้านอาหาร ทำให้ขนมไทยมีความพอดีอยู่ในตัว คือ ไม่หวาน ไม่มันจนเกินไป แต่อย่างไรก็ดีขนมไทยก็ยังเป็นของหวานที่คนบางคนอาจจะต้องระมัดระวังอยู่บ้าง โดยเฉพาะสำหรับคนที่กลัวอ้วนห่วงหวานแต่ไม่อยากจะพลาดขนมไทย

ข้อเสนอแนะการกินขนมไทยแบบระวังหวาน

ให้เลือกกินขนมไทยประเภทที่มีส่วนประกอบของน้ำหรือเป็นขนมที่น้ำดีกว่าขนมประเภทเชื่อมหรือขนมแห้ง เพราะการที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบในขนมมากๆ จะทำให้มีสัดส่วนของแป้งและน้ำตาลน้อย ขนมที่แนะนำ อาทิ ตะโก้แห้ว กล้วยบัวตชี แกงบวดเผือก เผือกน้ำกะทิ ลอดช่องน้ำกะทิ ผลไม้ลอยแก้ว วุ้นน้ำเชื่อม ซึ่งขนมไทยประเภทที่ไม่ใช่แกงบวด ถ้ารู้สึกหวานมากเราสามารถเติมน้ำแข็งใสเพิ่มเข้าไปได้ ขนมประเภทนี้จะให้พลังงานน้อยกว่าขนมประเภทเชื่อมหรือขนมแห้งอย่างพวกทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง หรือเม็ดขนุนค่อนข้างมาก

ปัจจุบันขนมไทยก้าวไกลสู่ตลาดนานาชาติประเทศทั่วโลกสามารถทำชื่อเสียงให้กับประเทศไทยของเราอีกทางหนึ่ง เช่น ขนมไทย จาก บ้านขนมไทยนพวรรณ ของอาจารย์นพวรรณ จงสุขสันต์กุล เมื่อพูดถึงขนมไทย หลายคนอาจนึกถึงความหวานมันของกะทิ และความหวานของน้ำตาล ซึ่งมีผลต่อสุขภาพมากมาย แต่ถ้าพูดถึง ขนมไทยเพื่อสุขภาพ หลายคนอาจสงสัยว่า ความหวานกับความมัน จะดีต่อสุขภาพได้อย่างไร? แต่อาจารย์นพวรรณทำได้ โดยพัฒนา รูปแบบ และตัดแปลงความหวาน ด้วยการ ใช้ ความหวานจากผลไม้ ส่วน ความมันกะทิ ก็ลดปริมาณลงแล้วใส่ข้าวบาร์เลย์แทนหรือนำพืชผัก และสมุนไพร มาเป็นส่วนผสมด้วย เช่น ดอกอัญชันแทน สีน้ำเงิน ดอกคำฝอยแทน สีแดง ใบเตยแทน สีเขียว หรือ ใส่বাদัม เพิ่มคุณค่าอาหาร ทำให้เกิด ขนมไทย รูปแบบใหม่ ที่มีความอร่อยลงตัว และ ส่งผลดีต่อสุขภาพได้ด้วย บ้านขนมไทยนพวรรณ มีขนมให้เลือกมากมายกว่า ๑๐๐ ชนิด ด้วยการผลิตที่สดใหม่ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้ชื่อเสียงให้กับบ้านขนมไทย เน้นการจัดตกแต่งและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทำให้ขนมไทยนพวรรณ มีชื่อเสียงและขยายธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศในรูปแบบแฟรนไชส์ ที่มีมาตรฐานและคุณภาพ ช่วยให้ท่านสามารถเลือกใช้ขนมไทยในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยงต่างๆ หรือการประชุม หรือเป็นของขวัญของฝากผู้ใหญ่ ญาติสนิทมิตรสหายได้ทุกเทศกาล หรือจะทำเป็นธุรกิจ SME ส่วนตัว ก็สามารถทำได้

โรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทยเป็นการส่งเสริมปลูกฝังค่านิยมของไทย เอกลักษณ์ที่สื่อถึงความ เป็นไทย และเผยแพร่การทำขนมไทยให้เด็กๆ ได้รู้จักมากขึ้น ตลอดจนในสภาพปัจจุบัน ค่านิยมของเด็กที่นำเป็นห่วง คือการบริโภคขนมกรุบกรอบ ซึ่งไม่มีประโยชน์และคุณค่าอาหารที่เหมาะสมกับเด็ก แต่ถ้ากล่าวถึงขนมไทย เมื่อพิจารณาในเรื่องของส่วนผสม ซึ่งจะประกอบไปด้วย แป้ง ไข่ น้ำตาล และมะพร้าวเป็นหลัก ก็จะพบว่าเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้ขนมไทยยังแสดงถึงวัฒนธรรมและวิถีของคนไทยในการกินอยู่ที่สืบทอดกันต่อมา จึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรงเรียนสอนทำขนมไทยเกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการทำกิจกรรมยามว่างของเด็กให้เกิดประโยชน์ โดยการ เรียนรู้จากประสบการณ์ตรง การจัดเตรียมอุปกรณ์ การชั่ง ตวง วัด ส่วนผสมกระบวนการในการทำขนมไทยเด็กจะได้ลงมือปฏิบัติจริง ตั้งแต่การเลือกอุปกรณ์ และส่วนผสมในการทำขนมประเภทต่างๆ ขนมไทยนอกจากจะสวยงามและมีรสชาติอร่อยแล้ว ยังถือเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของคนไทยในการ

ประติมากรรมทำขนม มีความละเอียดอ่อนประณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำที่พิถีพิถัน รสชาติอร่อยหอมหวาน สีสันสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน ทั้งหมดนี้เพื่อพัฒนาการได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพกับวัยเด็กมากยิ่งขึ้น

โรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย เป็นธุรกิจที่ดำเนินการผลิตขนมไทย โดยพัฒนาให้เหมาะกับยุคสมัย แต่ยังคงรูปแบบ รสชาติ ตลอดจนขั้นตอนวิธีการทำแบบเดิมๆไว้เพื่อช่วยให้ขนมไทยเข้ามามีบทบาทเด่นชัดในประเพณี วัฒนธรรม เทศกาล และกิจกรรมต่างๆในสังคม อันจะเป็นการส่งเสริมค่านิยมในการบริโภคขนมไทย โดยถึงแม้ภายหลังจะมีขนมของชาติตะวันตกเข้ามามีอิทธิพลอย่างมากก็ตาม และแม้ขนมไทยส่วนหนึ่งจะสูญหายไปจากความนิยมในวัฒนธรรมในสังคมไทย แต่ก็ยังมีขนมไทยอีกจำนวนมากที่ยังสร้างสีสันด้วยรสชาติหอมหวานอยู่ในวัฒนธรรมไทย

สำหรับวัยเด็ก เป็นวัยเริ่มต้นของการพัฒนาการในทุก ๆ ด้านของชีวิตมนุษย์ การส่งเสริมพัฒนาการและการสร้างประสบการณ์ให้กับเด็กโดยวิธีการที่ถูกต้องจะเป็นการส่งเสริมให้เด็กได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว และพัฒนาความสามารถในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เป็นสมาชิกที่ดีของครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ การพัฒนาการศึกษาสำหรับเด็ก นับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะจะเป็นการส่งเสริมให้เด็กได้พัฒนาทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์จิตใจ - สังคม และสติปัญญาอย่างแท้จริง ไม่ใช่การให้เด็กได้เรียนรู้เฉพาะวิชาการเท่านั้น แต่ควรจะให้เด็กได้มีโอกาสพัฒนาตามความเป็น “เอกัตบุคคล” พัฒนาการรับรู้ ความสนใจ ความมีเหตุผล ความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการ

การจัดหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาศักยภาพทางสมองจำเป็นต้องคำนึงถึงกระบวนการทำงานของสมองและการทำงานให้ประสานสัมพันธ์ของสมองซีกซ้ายและสมองซีกขวา สมองซีกซ้ายควบคุมความมีเหตุผลเป็นการเรียนด้านภาษา จำนวนตัวเลข วิทยาศาสตร์ ตรรกศาสตร์ การคิดวิเคราะห์ ในขณะที่สมองซีกขวาเป็นด้านศิลปะจินตนาการดนตรี ระเบียบ/มิติ หากสามารถจัดหลักสูตรการเรียนการสอนให้เด็กได้ใช้ความคิดโดยผสมผสานความสามารถของการใช้สมองทั้งสองซีกเข้าด้วยกันให้สมองทั้งสองซีกเสริมส่งซึ่งกันและกันผู้เรียนจะสามารถสร้างผลงานได้ดีเยี่ยม เป็นผลงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถแสดงความสามารถผสมผสานในผลงานชิ้นเดียวกัน

เด็กๆ จะได้รับประสบการณ์การทำขนมไทย เพื่อพัฒนาทักษะ และกระบวนการในการคิด รู้จักการวางแผน รู้จักวัตถุดิบ และเครื่องส่วนผสมต่างๆ และยังมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำขนมไทย มาเรียนรู้และช่วยกันอนุรักษ์ขนมไทยไปพร้อมๆ กันอีกด้วยประโยชน์การเรียนรู้โดยการทำขนมไทย

1. ด้านความคิดสร้างสรรค์ เมนูจัดขึ้นมาเพื่อให้เด็กได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการต่างๆ อย่างเต็มที่ เช่น การปั้น การปรุงรส ผสมสี
2. ทักษะด้านบุคลิกภาพ คลาสของเราให้เด็กๆลงมือทำจริง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพัฒนาความแข็งแรงและการควบคุมกล้ามเนื้อ ทั้งยังรวมไปถึงการพัฒนาประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยเฉพาะการชิม

3. ทักษะการทำขนมไทย การให้เด็กๆ ได้มีส่วนร่วมในเกือบทุกขั้นตอน ซึ่งจะทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในครัว รวมถึงคำศัพท์ต่างๆ และความปลอดภัย

4. ภาษา และวัฒนธรรม การใช้ทั้งภาษาอังกฤษและไทยในคลาส เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กได้อยู่ร่วมกับเด็กนานาชาติ และได้ฝึกภาษาทั้งสองภาษา

5. ด้านการเข้าใจตนเอง การให้เด็กๆ ร่วมมือกันทำขนมไทย มากกว่าที่จะต่างคนต่างทำ ซึ่งจะทำให้รู้จักการอยู่ร่วมกันในสังคม แบ่งปัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีความรับผิดชอบต่อส่วนร่วม

6. ด้านคณิตศาสตร์ และด้านวิทยาศาสตร์ ถูกเรียนรู้ไปโดยอัตโนมัติในการทำอาหาร เช่น การชั่งตวงวัด การผสมสี และการเปลี่ยนสถานะ

7. ด้านสังคม การให้เด็กๆ ร่วมมือช่วยกันทำขนมไทย มากกว่าที่จะต่างคนต่างทำ ซึ่งจะทำให้รู้จักการอยู่ร่วมกันในสังคม แบ่งปัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีความรับผิดชอบต่อส่วนร่วม

8. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว เราให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ในครอบครัว และการทำอาหารยังเป็นกิจกรรมที่ทุกคนในครอบครัวสามารถร่วมกันทำได้

9. ด้านสุขภาพ การให้เด็กๆ ได้ทดลองชิมในทุกๆ ขั้นตอนของการทำแม้แต่บางอย่างที่เด็กอาจไม่ชอบ โดยเฉพาะผัก ซึ่งจะช่วยให้เด็กรู้จักทานอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมเด็กนั้น นอกจากจะมีประโยชน์ในเชิงธุรกิจแล้วยังส่งเสริมประโยชน์ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม อันได้แก่ เด็ก พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูผู้สอนและโรงเรียนอีกด้วย ทั้งนี้มูลเหตุความสนใจหลักในธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กของผู้วิจัยนั้นก็เพื่อเป็นการส่งเสริม และปลูกฝังค่านิยมให้กับเด็กยุคใหม่ ไม่มองขนมไทยเป็นเพียงเรื่องราวในอดีตล้าสมัย เกิดความภาคภูมิใจและสร้างแรงบันดาลใจต่อการประกอบอาชีพให้กับเด็กๆได้ในอนาคตอีกด้วย และที่สำคัญคือความคิดสร้างสรรค์ของเด็กๆ อาจเป็นการต่อยอดให้เกิดการพัฒนาขนมไทยในรูปแบบที่น่าสนใจและเกิดการจำหน่ายในตลาดโลกต่อไป สำหรับช่องทางธุรกิจนั้นผู้วิจัยจะทำการกล่าวในบทที่ 4 และ 5 โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็น เด็กนักเรียน ผู้ปกครอง และครูผู้สอนในโรงเรียนสอนทำขนมไทย จำนวน 3 แห่ง ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาแนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจในการเปิดโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย เด็กวัยเรียน 6 - 12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 ศึกษาจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย เด็กวัยเรียน 6-12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย เด็กวัยเรียน 6-12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.4 ศึกษาและวิเคราะห์ความเสี่ยงทางธุรกิจโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย เด็กวัยเรียน 6-12 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานการวิจัย

ผู้ประกอบการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนศิลปะสำหรับเด็กแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของโครงการ

เนื้อหาการศึกษาโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย มุ่งเน้นส่งเสริม ปลุกค่านิยม อนุรักษ์ และ ปฏิบัติจริง ขอบเขตการศึกษาเป็นกรณีศึกษาสำหรับเยาวชนระหว่างการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-ประถมศึกษาปีที่ 6 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้ประกอบการ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมายรองโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

วัฒนธรรมไทย หมายถึง สิ่งดีงามที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของคนไทย ถือเป็นมรดกอย่างหนึ่งที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษมายังอนุชนรุ่นหลัง

ขนมไทย หมายถึง ของรับประทานที่มีรสหวานที่ผ่านการผลิตด้วยฝีมือ และใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ส่วนใหญ่มีส่วนประกอบของน้ำตาล มะพร้าว แป้ง และข้าว ซึ่งสามารถแบ่งตามลักษณะได้ ดังนี้ ประเภทเหลว ประเภทแห้ง ประเภทเปียก ประเภทแข็ง

โรงเรียนสอนทำขนมไทย หมายถึง โรงเรียนที่เปิดหลักสูตรและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเกี่ยวกับการทำขนม สำหรับเด็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร

นักเรียน หมายถึง เด็กที่มี อายุระหว่าง 6 - 12 ปี ศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึง ประถมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังเรียนในโรงเรียนสอนทำขนมไทย ในปีการศึกษา 2557

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ปกครองของนักเรียนที่กำลังเรียนอยู่ในโรงเรียนสอนทำขนมไทย สำหรับเด็กในปีการศึกษา 2557

ครู หมายถึง ครู อาจารย์ หรือผู้สาคิการทำขนมไทยในโรงเรียนสอนทำขนมสำหรับเด็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปีการศึกษา 2557

หลักสูตร หมายถึง แบบแผนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนต่างๆ สำหรับการเรียนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ในปีการศึกษา 2557

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาโครงการนี้ มีดังต่อไปนี้

1.6.1 เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจของการลงทุนที่สนใจในธุรกิจโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6.2 เพื่อทราบกลยุทธ์การตลาด และการดำเนินงานตลอดจนผลตอบแทนและความเสี่ยงของธุรกิจโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6.3 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการลงทุนของผู้ศึกษาและผู้สนใจทั่วไปในการเปิดโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง โรงเรียนสอนเด็กทำอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการรอบแนวคิดและทฤษฎีเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมด ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับขนมไทย
- 2.2 ทฤษฎีการพัฒนากาของเค็ก
- 2.3 ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค
- 2.4 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 2.5 ทฤษฎีส่วนประสมในการตลาด
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับขนมไทย

2.1.1 ประวัติขนมไทย

ขนมไทยเริ่มแพร่หลายมากขึ้นในสมัยอยุธยา ดังปรากฏข้อความในจดหมายเหตุหลายฉบับ บางฉบับกล่าวถึง “ย่านป่าขนม” หรือตลาดขนม บางฉบับกล่าวถึง “บ้านหม้อ” ที่มีการปั้นหม้อ และรวมไปถึงกระทะ ขนมเป็๋ง เต่าและรังขนมครก แสดงให้เห็นว่าขนมครกและขนมเป็๋งนั้น คงจะแพร่หลายมากจนถึงขนาดมีการปั้นเต่าและกระทะขาย บางฉบับกล่าวถึงขนมขมวด ขนมกงเกวียน หรือขนมกง ขนมครก ขนมเป็๋ง ขนมลอดช่อง

จนถึงสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช อันถือได้ว่าเป็นยุคทองของการทำขนมไทย ดังที่จดหมายเหตุฝรั่งเศสโบราณได้มีการบันทึกไว้ว่า การทำขนมในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชนั้น เจริญรุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อชาวโปรตุเกสอย่างท่านผู้หญิงวิชาเอนทร์หรือบรรดาศักดิ์ว่า ท้าวทองกีบม้า ผู้เป็นต้นเครื่องขนมหรือของหวานในวัง ได้สอนให้สาวชาววังทำของหวานต่าง ๆ โดยเฉพาะได้นำไข่ขาวและไข่แดงมาเป็นส่วนผสมสำคัญอย่างที่ทำโปรตุเกสทำกัน ขนมที่ท่านท้าวทองกีบม้าทำขึ้นและยังเป็นที่นิยมจนถึงปัจจุบันก็ได้แก่ ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมหม้อแกง และรวมไปถึง ขนมทองโปร่ง ขนมทองพลุ ขนมสำปันนี ขนมไข่เต่า ฯลฯ

สมัยรัตนโกสินทร์ จดหมายเหตุความทรงจำของกรมหลวงนรินทรเทวี ทรงเป็นพระเจ้าน้องยาเธอในสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช กล่าวไว้ในงานสมโภชพระแก้วมรกตและฉลองวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้มีเครื่องตั้งสำหรับหวานสำหรับพระสงฆ์ 2,00 รูป ประกอบด้วย ขนมไส้ไก่ ขนมฝอย ข้าวเหนียวแก้ว ขนมผิง กล้วยฉาบ ลำเต็ย หุ้ม สังขยา ฝอยทอง และขนมตะไล

ในกาพย์ห่อโคลงเห่เรือชมเครื่องคาวหวาน บทพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้กล่าวชมเครื่องหวานหรือขนมไทยหลายชนิดด้วยกัน อาทิ ข้าวเหนียวสังขยา ขนมลำเจียก ขนมทองหยิบ ขนมทองหยอด ขนมผิง ขนมรังไร ขนมขอม่วง ขนมบัวลอย ฯลฯ

สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการพิมพ์ตำราอาหารออกเผยแพร่ การทำขนมไทยก็เป็นหนึ่งในตำราอาหารไทยนั้น จึงนับได้ว่าการทำขนมไทยและวัฒนธรรมขนมไทย เริ่มมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างมีระบบระเบียบในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้เอง แม่ครัวหัวป่าก์เป็นตำราอาหารไทยเล่มแรก ประพันธ์โดยท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ ในตำราอาหารไทยเล่มนี้ปรากฏรายการสำหรับของหวานเลี้ยงพระอันประกอบด้วย ขนมทองหยิบ ขนมฝอยทอง ขนมหม้อแกง ขนมหันตรา ขนมถั่วพู ข้าวเหนียวแก้ว ขนมลิ่มกลืน วนผลมะปราง ฯลฯ แสดงให้เห็นว่าคนไทยนิยมทำขนมใช้ในงานบุญ ซึ่งก็เป็นแบบแผนต่อเนื่องกันมาตั้งแต่สมัยอยุธยา

ความหมายขนมไทย

คำว่า “ขนม” เข้าใจว่ามาจากคำสองคำที่มาผสมกันคือ “ข้าวหนม” และ “ข้าวหนม” เข้าใจว่าเป็นข้าวผสมน้ำอ้อย น้ำตาล โดยอนุโลมคำว่าหนม แปลว่า หวาน ข้าวหนม ก็แปลว่า ข้าวหวาน เรียกสั้นๆ เร็วๆ ก็กลายเป็น ขนม ไปส่วนที่ว่ามีมาจากข้าวหนม (ข้าวเคล้านม) นั้นดูจะเป็นตำนานแขกโบราณ อย่างข้าวมธุปายาส (ที่นางสุชาดาทำถวายพระพุทธเจ้าเมื่อตอนตรัสรู้ก็ว่าเป็นข้าวหุงกับนม)

คำว่า ขนม มีใช้มาหลายร้อยปียากจะสันนิษฐานแน่นอนได้ เช่นเดียวกับไม่มีหลักฐานยืนยันแน่นอนว่า “ขนมไทย” เกิดขึ้นมาตั้งแต่สมัยใดเป็นครั้งแรก แต่ตามประวัติศาสตร์ไทยมีหลักฐานตอนหนึ่งว่า มีการจารึกชื่อขนมในแท่งศิลาจารึก เป็นการจารึกแบบลายแทงสมัยโบราณ ขนมที่ปรากฏคือ “ไขกบ นกปล่อย บัวลอย อ้ายต้อ” ถ้ามองผู้ใหญ่อายุถึงได้รู้ว่า ไขกบ หมายถึง เม็ดแมงลัก นกปล่อย หมายถึง ลอดช่อง บัวลอย หมายถึง ข้าวตอก อ้ายต้อ หมายถึง ข้าวเหนียว ขนมทั้งสี่ใช้น้ำกระสายอย่างเดียวกันคือ “น้ำกะทิ” โดยใช้ถ้วยใส่ขนม ซึ่งเราเรียกการเลี้ยงขนม 4 อย่างนี้ว่า “ประเพณี 4 ถ้วย”ขนมประเภทที่ใช้ข้าว (แป้ง) น้ำตาล มะพร้าว คงจะมีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา ตอนต้น เพราะมีการติดต่อกับต่างประเทศ กล่าวว่าในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีท่านผู้หญิงของเจ้าพระยาวิชาเยนทร์บรรดาศักดิ์ “ท้าวทองกิมม่า” ทำหน้าที่เป็นผู้กำกับชาวพนักงานของหวานได้ประดิษฐ์คิดค้นขนมตระกูลทองเพราะมีไขผสมคือ ทองหยิบ ทองหยอด ทองพลุ ฝอยทอง ทองโปรง เป็นต้น

ขนมไทยที่ได้รับอิทธิพลจากขนมของชาติอื่น

ประเทศไทยได้รับเอาวัฒนธรรมด้านอาหารของชาติต่างๆ มาดัดแปลงให้เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น วัตถุดิบที่หาได้ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนการบริโภคนิสัยแบบไทยๆ จนทำให้คนรุ่นหลังๆ แยกไม่ออกว่าอะไรคือขนมที่เป็นไทยแท้ๆ และอะไรดัดแปลงมาจากวัฒนธรรมของชาติอื่น

ประเทศอินเดีย: ขนมหอยตุงเดิมที่ใช้ข้าว แป้ง น้ำตาลและมะพร้าว เป็นองค์ประกอบหลัก โดย เฉพาะวิธีปรุงอย่างโบราณ คือการกวนและต้มจนจะรับประทานได้จากอินเดีย กะละแมไทยได้แบบมาจากขนมตุงค้ำบรรพ์ของอินเดีย ชื่อ ฮูละวะ ทำมาจากแป้ง นม น้ำตาล ขนมหอยตุงได้รับอิทธิพลมาจากอินเดีย เป็นขนมโมกข์ ที่ชาวอินเดียนิยมใช้บูชาพระพิฆเนศ

ประเทศโปรตุเกส: ทองหยอดและฝอยทอง มีต้นกำเนิดจาก โดย “มารี กีมาไร” หรือ “ท้าวทองกีบม้า” ภรรยาเชื้อชาติญี่ปุ่น สัญชาติโปรตุเกสของเจ้าพระยาวิชเยนทร์ ผู้เป็นกงสุลประจำประเทศไทยในสมัยนั้น ไทย

2.1.2 ขนมหอยตุงไทย

ขนมไทย หัตถกรรมความอร่อยที่แสดงออกถึงความอ่อนช้อยของความเป็นไทย ตั้งแต่ครั้งอดีตกาลที่ก่อกำเนิดภูมิปัญญาไทยหลากหลายอย่างให้สืบสานต่อทั้งวิถีชีวิตประเพณีวัฒนธรรมที่สามารถนำวัสดุอยู่ในท้องถิ่นมาปรุงแต่งเป็นของหวานได้หลากหลายรูปแบบ จัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่บ่งบอกว่าคนไทยมีลักษณะนิสัยอย่างไร เพราะขนมแต่ละชนิดล้วน มีเสน่ห์แสดงให้เห็นถึงความละเอียดอ่อน ประณีต วิจิตรบรรจงในรูปลักษณ์ ตั้งแต่วัตถุดิบที่ใช้ วิธีการทำที่กลมกลืน ความพิถีพิถัน สีที่ให้ความสวยงาม มีกลิ่นหอม รสชาติของขนมที่ละเมียดละไมชวนให้รับประทาน แสดงให้เห็นว่าคนไทยเป็นคนใจเย็น รักสงบ มีฝีมือเชิงศิลปะ

วิถีชีวิตของคนไทยนั้นเป็นสังคมเกษตรที่มีผลผลิตทางธรรมชาติอยู่มากมาย เช่น กล้วย อ้อย มะม่วง รวมไปถึงข้าวเจ้า ข้าวเหนียวที่สามารถปรุงเป็นขนมได้หลายชนิด เช่น ยายากได้ กะทิก็เก็บมะพร้าวมาขูดคั้นน้ำกะทิ ยายากได้ แป้งก็นำข้าวมาโม่เป็นแป้งทำขนมอร่อยๆ เช่น บัวลอย กินกันเองในครอบครัว

ขนมไทยถูกนำไปใช้ในงานบุญตามประเพณีและงานพิธีกรรม ที่เกี่ยวข้องในวิถีชีวิตชาวไทย โดยนิยมทำขนมชื่อมีมงคล ได้แก่ ขนมตระกูลทองทั้งหลาย เพราะคนไทยถือว่า “ทอง” เป็น ของดีมีมงคลทำแล้วได้มีบุญกุศล มีเงินมีทอง มีลาภยศ สรรเสริญ สมชื่อขนม

2.1.3 ประเภทขนมไทย

ประเภทขนมไทยแบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.1.3.1 วัตถุดิบ ได้แก่

- ข้าวและแป้ง การนำข้าวมาทำขนมของคนไทยเริ่มตั้งแต่ข้าวไม่แก่จัด ข้าวอ่อนที่เป็นน้ำนม นำมาทำข้าวยาคุุ พอแก่ขึ้นอีกแต่เปลือกยังเป็นสีเขียวนำมาทำข้าวเม่าข้าวเม่าที่ได้นำไปทำขนมได้อีกหลายชนิด เช่น ข้าวเม่าคลุก ข้าวเม่าบด ข้าวเม่าหมี กระจ่างสารท ข้าวเจ้าที่เหลือจากการรับประทาน นำไปทำขนมไข่มด ขนมหอยตุง ข้าวตอกได้อีกส่วนแบ่งที่ใช้ทำขนมไทยส่วนใหญ่ได้มาจากข้าวคือแป้งข้าวเจ้าและแป้งข้าวเหนียว ในสมัยก่อนใช้แป้งสาคูคือแป้งที่ได้จากการนำเม็ดข้าวแช่น้ำแล้ว

ไม่ให้ละเอียด ในปัจจุบันใช้แป้งแห้งที่ผลิตจากโรงงาน นอกจากนี้ แป้งที่ใช้ได้แก่ แป้งถั่ว แป้งท้าวยายม่อม แป้งมันสำปะหลังส่วนแป้งสาลีมีใช้น้อย มักใช้ในขนมที่ได้รับอิทธิพลจากต่างชาติ มะพร้าวและกะทิ

- มะพร้าว นำมาใช้เป็นส่วนประกอบของขนมไทยได้ตั้งแต่มะพร้าวอ่อน

จนถึงมะพร้าวแก่ ซึ่งมะพร้าวอ่อน ใช้เนื้อผสมในขนม เช่น เปียกสาคุ วุ้นมะพร้าว สังขยามะพร้าวอ่อน มะพร้าวทึนทึก ใช้ชูดฝอยทำเป็นไส้กระฉีก ใช้คลุกกับข้าวต้มมัดเป็นข้าวต้มหัวหงอก และใช้เป็นมะพร้าวชุบโรยหน้าขนมหลายชนิด เช่น ขนมเปียกปูน ขนมขี้หนู ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของขนมไทย ส่วนมะพร้าวแก่ นำมาคั้นเป็นกะทิก่อนใส่ในขนม นำไปทำขนมได้หลายแบบ เช่น ต้มผสมกับส่วนผสม เช่นกล้วยบวชชี แกงบวดต่างๆ หรือตัดหัวกะทิตราบนขนม เช่น สาคุเปียก ข้าวหิรัญ บัวลอย

- น้ำตาล แต่เดิมนั้นน้ำตาลที่นำมาใช้ทำขนมคือน้ำตาลจากตาลหรือมะพร้าว ในบางท้องถิ่นใช้น้ำตาลอ้อย น้ำตาลทรายถูกนำมาใช้ภายหลัง

- ไข่ เริ่มเป็นส่วนผสมของขนมไทยตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชซึ่งได้รับอิทธิพลจากขนมของโปรตุเกส ไข่ที่ใช้ทำขนมนี้จะตีให้ขึ้นฟู ก่อนนำไปผสม ขนมบางชนิดเช่น ต้องแยกไข่ขาวและไข่แดงออกจากกัน แล้วใช้แต่ไข่แดงไปทำขนม

- ถั่วและงา จัดเป็นส่วนผสมที่สำคัญในขนมไทย การใช้ถั่วเขี้ยวหนึ่งละเอียดมาทำขนมพบได้ตั้งแต่สมัยอยุธยา เช่น ขนมฟิงถั่วทำด้วยถั่วเหลืองหรือถั่วเขียวกวนมาอัดใส่พิมพ์ ถั่วและงาที่นิยมใช้ในขนมไทยมี ดังนี้

- ถั่วเขียวเราะเปลือก มีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น ถั่วทอง ถั่วซีก ถั่วเขียวที่ใช้ต้องล้างและแช่น้ำค้ำคืนก่อนเอาไปนึ่ง

- ถั่วดำ ใช้ใส่ในขนมไทยไม่กี่ชนิด และใส่ทั้งเม็ด เช่น ข้าวต้มมัด ข้าวหลาม ถั่วดำต้มน้ำตาล ขนมถั่วดำ

- ถั่วลิสง ใช้น้อย ส่วนใหญ่ใช้โรยหน้าขนมผักกาดกวน ใส่ในขนมจ่ามงกุฎ ใส่ในรูปที่คว่ำสุกแล้ว

- งาขาวและงาดำ ใส่เป็นส่วนผสมสำคัญในขนมบางชนิดเช่น ขนมเทียนสลัดงา ขนมแดกงา

- กล้วย มีส่วนเกี่ยวข้องกับขนมไทยหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็น ขนมกล้วย กล้วยกวน กล้วยเชื่อม กล้วยแขกทอด หรือใช้กล้วยเป็นไส้ เช่น ข้าวต้มมัด ข้าวเหนียวปิ้งไส้กล้วย ข้าวเม่า กล้วยที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นกล้วยน้ำว้า กล้วยแต่ละชนิดเมื่อนำมาทำขนมบางครั้งจะให้สีต่างกัน เช่น กล้วยน้ำว้าเมื่อนำไปเชื่อมให้สีแดง กล้วยไข่ให้สีเหลือง เป็นต้น

2.1.3.2 กรรมวิธีในการทำ

ขนมที่ทำให้สุกด้วยการกวน ส่วนมากใช้กระทะทอง กวนตั้งแต่เป็นน้ำเหลวใสจนงวด แล้วเทใส่พิมพ์หรือถาดเมื่อเย็นจึงตัดเป็นชิ้น เช่น ตะโก้ ขนมลิ่มกลิ้ง ขนมเปียกปูน ขนมศิลาอ่อน และผลไม้กวนต่างๆ รวมถึง ข้าวเหนียวแดง ข้าวเหนียวแก้ว และกะละแม

ข้อควรคำนึงในการกวนมี ดังนี้

1. การเตรียมแป้ง ก่อนการกวนทุกครั้งต้องมีการเตรียมแป้งซึ่งมีส่วนผสมที่เป็นของเหลว นวดแป้งให้เหนียวประมาณ 10 นาที
2. อุณหภูมิ ควรใช้ไฟกลางหรือไฟอ่อน จะใช้ไฟแรงไม่ได้เพราะจะทำให้ขนมจับตัวเร็ว เนื้อขนมไม่เหนียว และอาจไม่สุกหรือไหม้ได้
3. เทคนิคการกวน พายที่ใช้กวนส่วนมากเป็นพายไม้ ภาชนะใช้ก็นิยมใช้ทองเหลือง ขนมที่ทำให้สุกด้วยการนึ่ง ใช้ลังถึง บางชนิดเทส่วนผสมใส่ถ้วยตะไลแล้วนึ่ง บางชนิดใส่ถาดหรือพิมพ์ บางชนิดห่อด้วยใบตองหรือใบมะพร้าว เช่น ช่อม่วง ขนมชั้น ข้าวต้มมัด สาลี่อ่อน สังขยา ขนมกล้วย ขนมตาล ขนมไส้ไก่ ขนมเทียน ขนมข้าวตอกไม้ การนึ่งขนมแต่ละชนิดใช้ความร้อนไม่เท่ากัน บางชนิดต้องใช้ไฟแรง บางชนิดต้องใช้ไฟอ่อน ภาชนะ ภาชนะในการนึ่งนิยมใช้ลังถึงจากอลูมิเนียมเพราะมีขนาดใหญ่เล็กตามต้องการ อีกทั้งพื้นลังถึงสำหรับวางขนมจะแบบราบ

ข้อควรคำนึงในการนึ่ง มีดังนี้

1. การเตรียมน้ำที่ใสในลังถึง ควรใช้ประมาณ $\frac{3}{4}$ ของลังถึง
2. อุณหภูมิ อุณหภูมิสูง ขนมที่ใช้ความร้อนสูงต้องนึ่งในน้ำที่เดือดพล่าน เช่น สังขยา สำหรับใส่หน้า อุณหภูมิปานกลาง จะใช้น้ำเดือดปานกลาง เช่น การนึ่งขนมมัน ขนมสอดไส้ ส่วนอุณหภูมิต่ำจะใช้น้ำเดือดปุดๆ เช่น การนึ่งขนมปุยฝ้าย ขนมสังขยา
3. การเปิดฝาลังถึง ให้เปิดฝาไปทางตรงกันข้าม

ขนมที่ทำให้สุกด้วยการเชื่อม เป็นการใส่ส่วนผสมน้ำตาลผสมกับน้ำลงในน้ำเชื่อมที่กำลังเดือดจนสุก ได้แก่ ทองหยอด ทองหยิบ ฝอยทอง เม็ดขนุน กล้วยเชื่อม จาวตาลเชื่อม ขนมที่ทำให้สุกด้วยการทอด เป็นการใส่ส่วนผสมลงในกระทะที่มีน้ำมันร้อนๆ จนสุก เช่น กล้วยทอด ข้าวเม่าทอด ขนมกง ขนมค้างคาว ขนมฝักบัว ขมนนางเล็ด การทอดเพื่อให้สุกจะทำให้ขนมมีลักษณะและกลิ่นเปลี่ยนไป เช่น การทอดตัว มีความกรอบ และมีกลิ่นหอม ข้อควรคำนึงในการทอด คือ น้ำมันต้องเป็นน้ำมันที่ไม่มีกลิ่น ใสสะอาด และอุณหภูมิ ขึ้นอยู่กับชนิดของขนม โดยทั่วไปแล้วต้องใช้ไฟปานกลางโดยให้น้ำมันร้อนจัด

ขนมที่ทำให้สุกด้วยการต้ม ขนมประเภทนี้จะใช้หม้อหรือกระทะต้มน้ำให้เดือด ใส่ขนมลงไปจนสุกแล้วตักขึ้น นำมาคลุกหรือโรยมะพร้าว ได้แก่ ขนมถั่วแปบ ขนมต้ม ขนมเหนียว ขนมเรไร นอกจากนี้ยังรวมขนมประเภทน้ำ ที่นิยมนำมาต้มกับกะทิ หรือใส่แป้งผสมเป็นขนมเปียก และขนมที่

กินกับน้ำเชื่อมและน้ำกะทิ เช่น กล้วยบวชชี มันแกงบวด สาคุเปี้ยก ลอดช่อง ชำหริ่ม การต้ม ภาชนะที่ใช้ควรเลือกใช้ภาชนะที่เคลือบ หรือสแตนเลส เทคนิคการต้ม อุณหภูมิที่ใช้ในการต้มทั่วไป คือ 100 องศาเซลเซียส หรืออุณหภูมิที่น้ำเดือด

ขนมที่ทำให้สุกด้วยการปิ้ง เช่น ข้าวเหนียวปิ้ง ขนมจาก การทำอาหารให้สุก โดยวางของสิ่งนั้นไว้เหนือไฟไม่สุกแรงนัก การปิ้งต้องปิ้งให้ผิวสุกเกรียมหรือกรอบ

ขนมที่ทำให้สุกด้วยการผิงและอบ ขนมที่ใช้ผิงมีหลายชนิด จะใช้ผิงด้วยไฟบนและไฟล่าง ไฟจะต้องมีลักษณะอ่อนเสมอกัน ปัจจุบันใช้เตาอบแทนการผิง เช่น ขนมหม้อแกง ขนมสาเล่ กรอบขนมผิง ขนมบ้าบิ่น

2.1.4 ภูมิภาค

2.1.4.1 ขนมไทยภาคเหนือ ส่วนใหญ่จะทำจากข้าวเหนียว และส่วนใหญ่จะใช้วิธีการต้ม เช่น ขนมเทียน ขนมวง ข้าวต้มหัวหงอก มักทำกันในเทศกาลสำคัญ เช่นเข้าพรรษา สงกรานต์ ขนมที่นิยมทำในงานบุญเกือบทุกเทศกาลคือขนมใส่ไส้หรือขนมจ็อก ขนมที่หาซื้อได้ทั่วไปคือ ขนมปาดซึ่งคล้ายขนมศิลาอ่อน ข้าวอีตูหรือข้าวเหนียวแดง ข้าวแตนหรือข้าวแต่น ขนมเกลือ ขนมที่มีรับประทานเฉพาะฤดูหนาว ได้แก่ ข้าวหนุกงา ซึ่งเป็นงาคั่วดำกับข้าวเหนียว ถ้าใส่น้ำอ้อยด้วยเรียกงาดำอ้อย ข้าวแคบหรือข้าวเกรียบว่า ลูกก้อ ถั่วแปะยี ถั่วแระ ลูกหลานต้ม

ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ขนมพื้นบ้านได้แก่ ขนมอาละหว่า ซึ่งคล้ายขนมหม้อแกง ขนมเป็งม้ง ซึ่งคล้ายขนมอาละหว่าแต่มีการหมักแป้งให้ฟูก่อน ขนมส่วยทะมินทำจากข้าวเหนียวหนึ่งน้ำตาลอ้อยและกะทิ ในช่วงที่มีน้ำตาลอ้อยมากจะนิยมทำขนมอีก 2 ชนิดคือ งาโบ้ ทำจากน้ำตาลอ้อยเคี้ยวให้เหนียวคล้ายตังเมแล้วคลุกงา กับ แป้โหย่ ทำจากน้ำตาลอ้อยและถั่วแปะยี มีลักษณะคล้ายถั่ว

2.1.4.2 ขนมไทยภาคกลาง ส่วนใหญ่ทำมาจากข้าวเจ้า เช่น ข้าวตัง นางเล็ด ข้าวเหนียวมูล และมีขนมที่หลุดลอดมาจากครัววัง จนแพร่หลายสู่สามัญชนทั่วไป เช่น ลูกชุบ หม้อข้าวหม้อแกง ฟอยทอง ทองหยิบ เป็นต้น

2.1.4.3 ขนมไทยภาคอีสาน เป็นขนมที่ทำกันง่ายๆ ไม่พิถีพิถันมากเหมือนขนมภาคอื่น ขนมพื้นบ้านอีสานได้แก่ ข้าวจี๋ บายมะขามหรือมะขามบ่ายข้าว ข้าวโป่งนอกจากนั้นมักเป็นขนมในงานบุญพิธี ที่เรียกว่า ข้าวประดับดิน โดยชาวบ้านนำข้าวที่ห่อใบตอง มัดด้วยดอกบายข้าวต้มมัด กระยาสารท ข้าวทิพย์ ข้าวยาคุ ขนมพื้นบ้านของจังหวัดเลยมักเป็นขนมง่ายๆ เช่น ข้าวเหนียวนึ่งจิ้มน้ำผึ้ง ข้าวบ่ายเกลือ คือข้าวเหนียวปั้นเป็นก้อนจิ้มเกลือให้พอมีรสเค็ม ถ้ามีมะขามจะเอามาใส่เป็นไส้ เรียกมะขามบ่ายข้าว น้ำอ้อยกะทิ ทำด้วยน้ำอ้อยที่เคี้ยวจนเหนียว ใส่ถั่วลิสงคั่วและมะพร้าวซอย ข้าวพองทำมาจากข้าวตากคั่วใส่มะพร้าวหั่นเป็นชิ้นๆ และถั่วลิสงคั่ว กวนกับน้ำอ้อยจนเหนียวเทใส่ถาด ในงานบุญต่างๆจะนิยมทำขนมปาด (คล้ายขนมเปียกปูนของภาคกลาง) ลอดช่อง และขนมหมก (แป้งข้าวเหนียวโม้ ปั้นเป็นก้อนกลมใส่ไส้กระฉิก ห่อเป็นสามเหลี่ยมคล้ายขนมเทียน นำไปนึ่ง)

2.1.4.4 ขนมไทยภาคใต้ ชาวใต้มีความเชื่อในเทศกาลวันสารท เดือนสิบ จะทำบุญ ด้วยขนมที่มีเฉพาะในท้องถิ่นภาคใต้เท่านั้น เช่น ขนมลา ขนมพอง ข้าวต้มห่อด้วยใบกะพ้อ ขนมบ้า หรือขนมลูกสะบ้า ขนมดีซำหรือเมซำ ขนมเจาะหูหรือเจาะรู ขนมไข่ปลา ขนมแดง เป็นต้น

ตัวอย่างของขนมพื้นบ้านภาคใต้ ได้แก่

ขนมหน้าไข่ ทำจากแป้งข้าวเจ้ารวนกับน้ำตาล นำไปนึ่ง หน้าขนมทำด้วย กะทิผสมไข่น้ำตาล เกลือ ตะไคร้และหัวหอม ราดบนตัวขนม แล้วนำไปนึ่งอีกครั้ง

ขนมมันไม้ เป็นขนมของชาวไทยมุสลิม ทำจากมันสำปะหลังนำไปต้มให้สุก โรยด้วยแป้งข้าวหมาก เก็บไว้ 1 คืน 1 วันจึงนำมารับประทาน

ขนมจู้จุน ทำจากแป้งข้าวเจ้ารวนกับน้ำเชื่อม แล้วเอาไปทอด มีลักษณะเหนียวและอมน้ำมัน

ขนมคอเป็ด ทำจากแป้งข้าเจ้าผสมกับแป้งข้าวเหนียว นวดรวมกับไข่ไก่ รีดเป็นแผ่น ตัดเป็นชิ้นๆ เอาไปทอด สุกแล้วเอาไปเคล้ากับน้ำตาลโตนดที่เคี่ยวจนเหนียวข้น

ขนมคนที ทำจากใบคนที ผสมกับแป้งและน้ำตาล นึ่งให้สุก คลุกกับมะพร้าวขูด จิ้มกับน้ำตาลทราย

ขนมกอแหละ ทำจากแป้งข้าเจ้ารวนกับกะทิและเกลือ เทใส่ถาด โรยต้นหอม ตัดเป็นชิ้นๆ โรยหน้าด้วย มะพร้าวขูดคั่ว กุ้งแห้งป่น และน้ำตาลทราย

ขนมก้านบัว ทำจากข้าวเหนียวนึ่งสุก นำไปโขลกด้วยครกไม้จนเป็นแป้ง รีดให้แบน ตากแดดจนแห้ง ตัดเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทอดให้สุก ฉาบด้วยน้ำเชื่อม

ข้าวเหนียวเซาะ เป็นข้าวเหนียวนึ่งสุก ตำผสมกับงาและน้ำตาลทราย ข้าวเหนียวเสื่อเกลือ คล้ายข้าวโพดคลุกของภาคกลางแต่เปลี่ยนข้าวโพดเป็นข้าวเหนียวนึ่งสุกและใส่กะทิด้วยชี้หมา พองเซ มีลักษณะเป็นก้อนๆ ทำจากข้าวเหนียวคั่วสุกจนเป็นสีน้ำตาล ต้มให้ละเอียดเคล้ากับมะพร้าวขูด น้ำตาลโตนดที่เคี่ยวจนข้น เคล้าให้เข้ากันดี แล้วปั้นเป็นก้อน

2.1.5 ประเพณีและพิธีกรรม

งานตรุษสงกรานต์ เป็นงานบุญปีใหม่ของไทย ซึ่งเริ่มจากวันที่ 12 เดือน 5 เป็นต้นไปขนมในประเพณีนี้ก็คือ การีกรวนข้าวเหนียวแดง และกะละแม บนกระทะเหล็กใบใหญ่

งานถวายฉลากภัต ในเดือน 7ขนมที่ทำคือข้าวเหนียวสังขยา ข้าวเกรียบว่าว นางเล็ด ข้าวเหนียวแดง ชาวบ้านจะร่วมทำบุญพบปะกันที่วัด ส่วนฉลากภัตก็คือขนมและอาหารที่ชาวบ้านนำไปถวายพระ

เทศกาลสารทไทย ในเดือน 10 คือการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้ญาติพี่น้องที่ล่วงลับไปแล้ว ขนมที่ทำเป็นประเพณีนี้คือ กระจ่างสารท ซึ่งเริ่มทำขนมกันในช่วงแรม 15 ค่ำ คือ ตำข้าวเม่า คั่วข้าวตอก คั่วถั่ว คั่วงา เตรียมเพื่อทำขนมต่อไป และนำไปทำบุญที่วัด ส่วนหนึ่งก็แจกเพื่อนบ้าน

2.1.6 วัตถุดิบการทำขนมไทย

2.1.6.1 แป้ง ที่นำมาใช้ในการทำขนมไทยมีหลายชนิดด้วยกัน ดังนี้

- แป้งเก่า เป็นแป้งที่ทำจากข้าวเก่า มีคุณสมบัติในการดูดซึมน้ำได้ดี เป็นข้าวที่ค้างปี นำมาขัดสีและม่จนเป็นเนื้อละเอียด แป้งชนิดนี้เหมาะสำหรับทำขนมครก ขนมเรไร ขนมตาล เป็นต้น

- แป้งใหม่ เป็นแป้งที่ผลิตจากข้าวใหม่ มีกลิ่นหอม แป้งชนิดนี้ดูดน้ำได้น้ำได้น้อย เพราะในแป้งจะมีความชื้นสูง เหมาะสำหรับทำขนมเปียกปูน ขนมแป้งอ่อน ขนมกรวย ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว ขนมอาลัว เป็นต้น

- แป้งสด เป็นแป้งที่ไม่กับน้ำ ลักษณะของแป้งจะมีความชื้นมาก การนำไปใช้ต้องลดปริมาณน้ำจากตำรับปกติทั่วไป ในปัจจุบันจะมีเฉพาะร้านขนมที่ทำการโม่ขึ้นมาใช้เอง เพราะไม่สะดวกในการเก็บรักษา หากมีกลิ่นเปรี้ยวจะไม่นำมาใช้ สามารถใช้กับขนมไทยทุกชนิด เช่น ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว ขนมถ้วย ลอกช่องไทย ฯลฯ

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา ควรเลือกแป้งที่มีเนื้อละเอียด เพราะจะทำให้เนื้อสัมผัสเนียนละเอียด มีสีขาว ไม่มีตัวมอด ถ้าสามารถดมดูได้จะไม่มีกลิ่นอับหรือกลิ่นสาบ แป้งสดต้องไม่มีกลิ่นเปรี้ยว กลิ่นอับ แป้งแห้งควรเก็บในที่ที่มีอากาศแห้ง ใช้แล้วควรปิดปากถุงให้สนิท ป้องกันมดแมลง หรือความชื้นจากอากาศ แป้งสดควรเก็บในตู้เย็น ควรปิดให้สนิท มิฉะนั้นแป้งจะดูดกลิ่นจากตู้เย็นทำให้แป้งมีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ หากมีกลิ่นเปรี้ยวไม่ควรนำมาใช้

2.1.6.2 แป้งข้าวเหนียว มี 2 ชนิด คือ

- แป้งข้าวเหนียวขาว เป็นแป้งที่ได้จากการนำข้าวเหนียวขาวโม่จนละเอียด จะมี 2 ลักษณะ คือ แป้งสดและแป้งแห้ง แป้งสดจะทำเช่นเดียวกับแป้งข้าวเจ้าสด นิยมนำมาใช้ทำขนมบัวลอย ขนมบ่าบั่น ขนมไข่หงส์ ขนมถั่วแปบ เป็นต้น สำหรับแป้งเป็นแป้งแห้งที่สามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน สะดวกในการเก็บและการนำมาใช้ สามารถใช้ทำขนมไทยได้ทุกชนิด ควรเลือกซื้อแป้งที่ไม่มีกลิ่นอับหรือตัวมอด

- แป้งข้าวเหนียวดำ ทำจากข้าวเหนียวดำ โดยปกติจะมีการผสมแป้งข้าวเหนียวขาวลงไปด้วย เพราะแป้งจะมีสีดำนาก และเนื้อแป้งเมื่อนำมาทำขนมจะมีความกระด้างไม่นุ่มนวล เมื่อเติมแป้งข้าวเหนียวขาวลงไปจะช่วยให้สีและเนื้อขนมมีความนุ่มนวล มีทั้งชนิดแป้งสดและแป้งแห้ง เช่นเดียวกับแป้งข้าวเหนียวขาว นิยมนำมาทำขนมถั่วแปบ ขนมสอได้

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา ปัจจุบันแป้งข้าวเหนียวในท้องตลาดจะบรรจุถุง สามารถดูวันหมดอายุได้จากฉลากหน้าซองหรือถุงแป้ง นอกจากนี้อาจมีรายละเอียดอื่นๆบอกไว้ด้วย จึงควรศึกษาจากฉลากที่ติดไว้ ส่วนการเก็บรักษาเช่นเดียวกับแป้งข้าวเจ้า

2.1.6.3 แป้งสาลี ในการทำขนมไทยสามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับงาน แป้งสาลีแบ่งได้ 3 ชนิด คือ

- แป้งสาลีชนิดเบา นิยมนำมาใช้กับขนมที่มีลักษณะเบาฟู เช่นขนมปุยฝ้าย ขนมสาลีนุ่ม ไข่ เป็นต้น

- แป้งสาลีเอนกประสงค์ นิยมนำมาใช้ทำขนมกรอบเค็มเช่น คุกกี้ คุกกี้กรอบ ทองม้วน ขนมเกลียว เป็นต้น

- แป้งสาลีชนิดหนัก แป้งชนิดนี้ไม่นิยมนำมาใช้กับขนมไทย เพราะมีโปรตีนสูง จะทำให้ขนมมีความเหนียวแน่น

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา ปัจจุบันแป้งสาลีจะมีจำหน่ายในลักษณะของการบรรจุในถุงพลาสติก ถุงกระดาษ และกล่องกระดาษ จะมีฉลากบอกรายละเอียด เช่น ชนิดของแป้ง การนำไปใช้ คำรับการใช้แป้ง น้ำหนัก วันผลิต วันหมดอายุ ฉะนั้นผู้ซื้อจะศึกษารายละเอียดจากฉลากได้ และนำวิธี การเลือกซื้อจากแป้งข้าวเจ้ามาประกอบกันได้ การเก็บรักษาควรทำเช่นเดียวกับแป้งชนิดอื่น

2.1.6.4 แป้งถั่วเขียว เป็นแป้งที่ทำจากถั่วเขียว เมื่อก่อนจะมีลักษณะเป็นเม็ดเล็กๆ สีขาว ก่อนนำมาบดหรือโม่ให้ละเอียด แต่ในปัจจุบันแป้งชนิดนี้จะมีเนื้อเป็นผงละเอียด มีสีขาว สะอาด ไม่มีสิ่งเจือปน มีคุณสมบัติในการทรงตัวได้ดี จึงนิยมนำแป้งถั่วเขียวไปผสมในส่วนผสมของขนมไทยชนิดต่างๆ เพื่อการทรงตัวที่ดีและมีลักษณะใส นิยมนำไปทำขนมชาห์หมี่ ตะโก้ ขนมลิ่มกลิ้ง ลอดช่องแก้ว

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา ควรเลือกซื้อแป้งใหม่จากวิธีการต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว และควรเก็บรักษาในที่ที่มีอากาศแห้ง ปิดถุงให้สนิท

2.1.6.5 แป้งเต้าย่ายม่อม แป้งชนิดนี้ทำจากหัวเต้าย่ายม่อม นำมาผ่านกระบวนการผลิตจนออกมาเป็นแป้งที่มีลักษณะเป็นเม็ดเล็กๆ สีขาวนวล มีราคาสูง มีคุณสมบัติคล้ายกับแป้งถั่วเขียวคือ เมื่อนำมาใช้จะมีสีใส ทรงตัวได้ดี เช่น การนำไปผสมในส่วนผสมของขนมชั้น ทับทิมกรอบ ข้าวเกรียบอ่อน ข้าวเกรียบปากหม้อ ขนมกรวย กะละแม เป็นต้น

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา ควรเลือกซื้อแป้งใหม่ มีสีขาวนวล ไม่มีกลิ่นอับ ไม่มีตัวแมลง ตัวมอด เมื่อใช้แล้วควรปิดปากถุงให้สนิท เก็บในที่ที่มีอากาศแห้ง

2.1.6.6 แป้งมัน ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากมันสำปะหลัง มีลักษณะพิเศษกว่าแป้งอื่นๆ คือ มีลักษณะลื่น เนื้อละเอียดนุ่ม สีขาวนวล นิยมนำไปใช้ผสมกับแป้งอื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณสมบัติของแป้ง แป้งชนิดนี้จะมีราคาค่อนข้างต่ำ สามารถหาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาดทั่วไป ซึ่งปัจจุบันจะมีการผลิตออกมาหลายบริษัท ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป ก่อนนำมาใช้ในจำนวนมากจึงควรศึกษาหรือทดลองนำมาใช้ก่อน เพื่อจะได้แป้งที่มีคุณสมบัติตามต้องการ เช่น แป้งมันบางชนิดเมื่อ

นำมาใช้ ลักษณะขนมที่ได้จะเปื่อยยุ่ยเร็วกว่าบริษัท บางบริษัทจะมีความเหนียวคงทนมาก จึงควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับงาน เช่น การใช้แบ่งทำขนมชั้น ขนมสังขยา ฯลฯ

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา

- 1) เลือกตราฉลากที่เราเคยใช้แล้วมีคุณสมบัติตรงกับความต้องการ
- 2) ศึกษารายละเอียดบนฉลากเพื่อที่จะได้แบ่งใหม่
- 3) การซื้อจำนวนมากจะได้ราคาถูกกว่าซื้อจำนวนน้อย
- 4) เมื่อใช้แล้วปิดปากถุงให้สนิท เก็บในที่ที่มีอากาศแห้งหรือสามารถเก็บไว้ในตู้เย็น

เป็นการยืดอายุการใช้งานของแบ่งได้

2.1.6.7 แบ่งข้าวโพด เป็นผลิตภัณฑ์จากข้าวโพด เมื่อนำมาทำเป็นแบ่งข้าวโพดจะมีลักษณะเนื้อเนียนละเอียด มีลักษณะลิ้นเช่นเดียวกับแบ่งมัน แต่แบ่งจะมีสีขาวนวล ไม่ขาวสนิทเหมือนแบ่งมัน นิยมนำมาผสมกับแบ่งชนิดอื่นเพื่อเพิ่มคุณสมบัติในการทรงตัว การขึ้นเงาวาว และความนุ่ม เช่น การทำขนมชั้น ขนมสังขยา การเลือกซื้อและการเก็บรักษาเช่นเดียวกับแบ่งมัน

2.1.6.8 แบ่งกวนไส้หรือแบ่งโมดิฟายด์ เป็นแบ่งที่มีลักษณะเนื้อละเอียดขาว นิยมนำมาผสมกับแบ่งชนิดอื่นเพื่อให้ได้คุณสมบัติพิเศษเช่นเดียวกับแบ่งข้าวโพด แต่แบ่งกวนไส้จะมีคุณสมบัติในการทรงตัวได้ดีกว่า จะไม่คืนตัวเช่นแบ่งข้าวโพด นิยมนำมาเป็นส่วนผสมในการทำขนมที่มีลักษณะกวน เช่น สังขยาทาขนมปัง การผสมลงในกะทิสำหรับแต่งหน้าขนม เพื่อให้กะทิทรงตัวอยู่ได้นาน ไม่คืนตัว การเลือกซื้อและการเก็บรักษาเช่นเดียวกับแบ่งมัน

ไข่

ไข่ที่นำมาใช้ในการทำขนมไทยนิยมใช้ไข่ไก่เป็นส่วนมาก และรองลงมาคือไข่เป็ด ส่วนไข่อื่นๆ เช่น ไข่ห่าน ไข่นกกระทา จะไม่นิยมใช้ไข่ไก่จะมีลักษณะเปลือกสีนวล มีขนาดเล็กกว่าไข่เป็ด น้ำหนักของไข่อยู่ที่ 50,60,70 กรัม หรือมีเบอร์ต่างๆ เช่น เบอร์ 2,3,4 เป็นต้น ในการทำขนมไทยนิยมใช้ไข่ไก่มากกว่าไข่เป็ด เพราะไข่เป็ดมีกลิ่นความมากกว่าไก่ และต้องใช้กลิ่นน้ำหอมหรือดอกไม้มารับกลิ่นคาว ไข่ไก่ที่นำมาใช้ในการทำขนมไทย เช่น ขนมฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด ทองเอก เม็ดขนุน ขนมปุยฝ้าย

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา การเลือกซื้อควรเลือกไข่ใหม่ เพราะจะได้ขนมที่มีคุณสมบัติดี ดังนี้

1. ควรเลือกจากร้านที่ขายดี มีการหมุนเวียนไข่เข้า-ออกตลอดเวลา ทำให้ไข่ใหม่อยู่เสมอ
2. การเลือกไข่ใหม่จะสังเกตจากเปลือกไข่ที่มีนวลเกาะบางๆผิวไม่เป็นเงาวาว ถ้าเป็นไข่เป็นเงาวาวแสดงว่าไข่เก่าแล้ว

3. จากการต๋อยไขใส่ภาชนะจะเห็นว่า ไขแดงมีทรงกลมมน ไม่แบนราบ และมีไขขาวเป็นวุ้นเกาะรอบไขแดง ถ้าเป็นไขเก่า ไขแดงจะแบนราบกับภาชนะ ถ้านำมาแยกไขแดงไขขาว ไขแดงจะแตกได้ง่าย ไขขาวที่ได้เมื่อนำไปตีให้ขึ้นฟูจะได้ปริมาณน้อยกว่าไขใหม่

การเก็บรักษาควรเก็บในตู้เย็นหรือห้องเย็น โดยจัดวางให้ส่วนที่ป้านอยู่ด้านบน ด้านแหลมอยู่ด้านล่าง ทำให้ไขมีความสดนานว่า

หมายเหตุ ไขน้ำค้าง คือ ส่วนของไขขาวที่เป็นน้ำใสติดอยู่ที่เปลือกไขใกล้ๆเยื่อไข นิยมนำมาเป็นส่วนผสมของการทำฝอยทอง

เปลือกไข นำเปลือกไขที่ล้างสะอาดมาขยำกับน้ำตาลทราย เพื่อให้ได้น้ำเชื่อมที่ใสวาว สะอาดไม่มีสิ่งเจือปน

น้ำตาล

การทำขนมไทย การเลือกใช้น้ำตาลให้ถูกกับงานจะทำให้ขนมมีคุณภาพ รวมทั้งได้กลิ่นหอมจากน้ำตาลด้วย น้ำตาลที่ใช้ในการทำขนมไทยมี ดังนี้

1. น้ำตาลทราย ที่ทำจากอ้อยมี 2 ชนิดคือ

1.1 น้ำตาลทรายขาว เป็นน้ำตาลที่ผ่านกระบวนการฟอกสีแล้ว น้ำตาลจะมีสีขาวบริสุทธิ์ มีทั้งเม็ดละเอียดและเม็ดหยาบ นิยมนำมาใช้กับขนมไทยที่ต้องการให้ขนมมีสีสวยใส ไม่ขุ่นมัว เช่น การนำมาทำน้ำเชื่อมในการทำขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง จะได้ขนมสีเหลืองทองใส ไม่คล้ำมัว หากน้ำตาลมีสีน้ำตาลเข้ม ขนมที่ได้จะมีสีเหลืองคล้ำ ไม่น่ารับประทาน

1.2 น้ำตาลทรายสีน้ำตาล เป็นน้ำตาลทรายเช่นเดียวกัน แต่มีสีเข้มกว่าเมื่อนำไปเป็นส่วนผสมของขนมไทยจะทำให้ขนมคล้ำ ไม่น่ารับประทาน จึงนิยมใช้กับขนมที่ไม่ต้องการให้เห็นสีชัดเจน เช่น การทำน้ำเชื่อม ขนมกวนทุกชนิด

2. น้ำตาลมะพร้าว ได้มาจากต้นมะพร้าว มีลักษณะเป็นก้อนและเหลว มีสีน้ำตาล ถ้าชนิดเหลวบรรจุอยู่ในปี๊บ แต่ในปัจจุบันมีการบรรจุถุงพลาสติกหรือภาชนะพลาสติกขายในปริมาณ 1 กิโลกรัม ชนิดที่เป็นก้อนจะมีกลิ่นหอม บรรจุใส่ถุงพลาสติกวางขายทั่วไป น้ำตาลชนิดนี้มีกลิ่นหอมจากธรรมชาติ นิยมผสมในส่วนผสมขนมไทยที่ต้องการกลิ่นหอมจากน้ำตาล เช่น สังขยา ขนมหม้อแกง น้ำกะทิลอดช่อง ปลากริมไข่เต่า ในการเก็บรักษานำใส่ภาชนะที่มีฝาปิดสนิท

3. น้ำตาลโตนด ได้มาจากต้นตาล นิยมทำเป็นก้อน จะมีกลิ่นหอมของตาล มีรสหวาน มีรสหวานแหลม มีราคาสูงกว่าน้ำตาลมะพร้าว การนำไปใช้กับขนมไทยเช่นเดียวกับน้ำตาลมะพร้าว

4. น้ำตาลป่น ได้มาจากน้ำตาลทราย นิยมป่นให้ละเอียด นำมาใช้กับขนมไทยบางชนิด เช่น ขนมหน้านวล ขนมปุยฝ้าย

5. แปะแซ มีลักษณะชั้น เหนียวหนืด มีสีใสเหมือนน้ำ ใช้สำหรับเป็นส่วนผสมในขนมที่ต้องการให้มีความเป็นก้อน เช่น ถั่วกวนอัดพิมพ์ ลูกชุบ และขนมกวนอื่นๆ เช่น กะละแม ในการเลือกซื้อและเก็บรักษามีวิธีการเช่นเดียวกับน้ำตาลมะพร้าว

เกลือ

ในขนมหวานไทย เกลือให้รสเค็มมีบทบาทสำคัญ ทำให้ขนมเกิดรสชาติที่น่ารับประทานขึ้น เพราะเมื่อนำไปผสมกับกะทิ หรือมะพร้าว สารช่วยให้ขึ้น ขนมโดยมีความจำเป็นในการใช้สารช่วยขึ้นน้อย วิธีการทำ และส่วนผสม มีส่วนช่วยทำให้ขนมขึ้นโดยธรรมชาติ เช่นการทำปุยฝ้าย ขนมตาล ฯลฯ แต่ปัจจุบันลักษณะดั้งเดิมของขนมหวานไทยในท้องตลาดเปลี่ยนไปเพื่อธุรกิจการค้า หน้าตาขนมจะมีความน่ารับประทานขึ้น โดยอาศัยสารทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งได้แก่ ผงฟู เพื่อให้ขนมขึ้นเร็ว และมีลักษณะน่ารับประทาน

มะพร้าว

การทำขนมไทยเราสามารถนำมะพร้าวมาใช้ในลักษณะต่าง ดังนี้

1. มะพร้าวห้าว คือ มะพร้าวที่แก่จัด นำมาขูดแล้วคั้นให้เป็นน้ำกะทิ ซึ่งน้ำกะทิที่ได้จะมีลักษณะดังนี้

1.1 กะทิสด ได้จากการขูดมะพร้าวแล้วนำมาคั้น จะได้ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เข้มข้นเรียกว่า หัวกะทิ ส่วนเจือจางเรียกว่าหางกะทิ การทำขนมไทยนิยมใช้กะทิจากมะพร้าวขูด คือ มะพร้าวที่กะเทาะเนื้อออกจากกะลาแล้วขูดส่วนที่เป็นเปลือกสีน้ำตาลเข้มบนเนื้อมะพร้าวออก เมื่อนำไปขูดจะได้กะทิที่ขาวสะอาด เหมาะที่จะใช้กับขนมที่ต้องการให้เห็นเนื้อขนมชัดเจน เช่น ขนมสอดไส้ ขนมที่ใช้หัวกะทิทุกชนิด เช่น ครองแครงกะทิ บัวลอย ทับทิมกรอบ ตะโก้ วุ้นกะทิ

1.2 กะทิสำเร็จรูป ในปัจจุบันมีกะทิสำเร็จรูปผลิตออกจำหน่าย โดยการบรรจุในถุงพลาสติก กล่องกระดาษ หรือกระป๋องอลูมิเนียม ซึ่งเราสามารถเลือกใช้แทนกะทิสดได้ คุณสมบัติที่ดีของกะทิสำเร็จรูป คือ สามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน อาจซื้อสำรองไว้ได้ และเมื่อนำมาใช้ทำขนมไทยแล้วจะมีอายุในการเก็บมากกว่ากะทิสด เช่น การทำวุ้นกะทิ น้ำกะทิของขนมต่างๆเช่น ลอดช่อง ทับทิมกรอบ แต่บางครั้งคนไทยจะไม่นิยมใช้ เพราะมีความคิดว่ากะทิสดมีความหอมกว่า กะทิสำเร็จรูป และมีราคาสูงกว่ากะทิสด

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา ควรเลือกซื้อร้านที่ขายดี เพราะจะมีมะพร้าวเข้า-ออกอยู่ตลอดเวลา เลือกกะทิที่ไม่มีกลิ่นจากการคั่งของมะพร้าวที่ปอกไว้เป็นเวลานาน มีสีขาวสะอาด ชนิดสำเร็จรูปควรศึกษาจากฉลากของบรรจุภัณฑ์เพื่อดูวันหมดอายุ และบรรจุภัณฑ์อยู่ในสภาพที่เรียบร้อย ควรเก็บไว้ในที่เย็น ปิดฝาให้สนิท

2. มะพร้าวทึนทึก คือ มะพร้าวกลางอ่อนกลางแก่ กะลาจะเป็นสีน้ำตาลอ่อน ถ้าเป็นสี
ดำแสดงว่าเป็นมะพร้าวแก่ เปลือกเป็นสีขาว นิยมนำมาชุดด้วยมือแมว ขนมหที่ให้กับมะพร้าวทึนทึก
เช่น ขนมกล้วย ขนมมัน ขนมขี้หนู ขนมเหนียว ขนมเกสรลำเจียก มะพร้าวแก้ว

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา การเลือกซื้อให้สังเกตจากเปลือกมะพร้าวเป็นสีน้ำตาล
อ่อน กะลาสีน้ำตาล เก็บรักษาโดยการทำให้สุก และควรเก็บไว้ในตู้เย็น

3. มะพร้าวอ่อน คือ มะพร้าวที่มีเปลือกบาง มีสีขาว เนื้อมะพร้าวจะนุ่ม นิยมนำมาใช้
กับขนมต่างๆ ดังนี้ ใช้น้ำกะทิมะพร้าวอ่อน สาเหตุเปลือกมะพร้าวอ่อน ข้าวเหนียวเปียก เป็นต้น

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา สังเกตจากเปลือกสีขาว เมื่อเขย่าดูจะมีน้ำน้อย แสดง
ว่าจะได้มะพร้าวเนื้อหนา หากมีน้ำมากแสดงว่าอ่อนมาก เนื้อจะบางนำมาใช้ไม่ได้ ควรเก็บในตู้เย็น

4. มะพร้าวกะทิ คือ มะพร้าวที่มีลักษณะพิเศษ จะมีเนื้อหนาเป็นปุยขาว น้ำจะข้น
หนืดเป็นยาง นิยมนำมาใช้เป็นส่วนผสมของขนมต่างๆ เช่น น้ำแข็งไส ทับทิมกรอบ

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา การซื้อควรสั่งซื้อจากร้านประจำ และสั่งซื้อในปริมาณ
ที่ต้องการ ไม่ควรให้เหลือ ถ้าใช้มากควรเก็บในตู้เย็น

เผือก มัน ฟักทอง

1. เผือก เผือกที่นำมาใช้ในขนมไทยนิยมใช้เผือกที่มีลักษณะร่วนซุย ขนมหที่ทำมาจาก
เผือก เช่น เผือกกวน ขนมหเผือก เผือกน้ำกะทิ

2. มัน ที่ใช้ทำขนมไทยมี 2 ชนิด คือ

2.1 พันธุ์ไทจุ่ง มีลำต้นเป็นพุ่ม ใบเป็นแฉก หัวมีรูปร่างคล้ายไข่ มีเนื้อในสี
เหลือง เมื่อนำมาต้มหรือหนึ่งมีความเหนียวไม่และนิยมนำมาทำเป็นแกงบวด

2.2 พันธุ์ห้วยสีทน มีลักษณะเป็นเถาเลื้อย มีใบกว้างพอประมาณเนื้อในมีสีแดง
อมเหลือง มีรสหวาน นิยมนำมาเชื่อม มันฉาบ มันรังนก จะได้สีส้มสวยน่ารับประทาน

3. ฟักทอง ฟักทองที่ใช้ทำขนมไทย เช่น แกงบวดฟักทอง บัวลอย สังขยาฟักทอง
ฟักทองกวน ฟักทองเชื่อม

ถั่วต่างๆ

การทำขนมไทยนิยมนำถั่วต่างๆมาใช้ เช่น ถั่วเขียว ถั่วดำ ถั่วตาดำ ถั่วแดงหลวง ถั่ว
แดง

1. ถั่วเขียว ถั่วเขียวเป็นถั่วที่ใช้มากที่สุดในการทำขนมไทย ที่มีจำหน่ายในปัจจุบันมี 2
ชนิด คือ

1.1 ถั่วเขียวกะเทาะเปลือก ใช้กันมากในการทำขนมไทย ซึ่งผู้ใช้งานบางคนไม่
เข้าใจจะสับสนกับถั่วเหลือง เพราะถั่วชนิดนี้เมื่อกะเทาะเปลือกออกจะเห็นเป็นเม็ดสีเหลือง ก่อนใช้จะ
นำไปแช่น้ำให้อิ่มตัว ไม่ควรใช้เวลาในการแช่นานเกินไป เพราะจะทำให้ถั่วมีกลิ่นไม่ดี ควรใช้เวลา

แช่เพียง 2-3 ชั่วโมงจะอืดตัว นำไปนึ่งหรือต้มได้ตามต้องการ นิยมนำไปทำขนมไทยดังนี้ ได้ส่วน ถั่ว กวน ลูกชุบ ไล่ขนมเทียน ขนมหม้อแกว

ถั่วทอง คือ ถั่วเขียวกะเทาะเปลือก นำไปคั่วจนมีกลิ่นหอมแล้วนำมาบดจนละเอียด ปัจจุบันมีจำหน่ายทั่วไป นิยมนำมาทำขนมไทย เช่น ขนมกง ขนมเบื้องไทย สำหรับถั่วที่คั่วโดยไม่บดจะโรยหน้าข้าวเหนียวมะม่วง

1.2 ถั่วเขียวไม่กะเทาะเปลือก ถั่วชนิดนี้นิยมนำไปต้มน้ำตาลหรือทำถั่วเขียวแกงบวด ใช้เป็นเครื่องปรุงน้ำแข็งไส ซึ่งก่อนใช้ควรนำไปแช่น้ำประมาณ 4-5 ชั่วโมง ก่อนจะนำไปใช้ต่อไป

2. ถั่วดำ เป็นถั่วที่มีเปลือกหนา ฉะนั้นก่อนใช้ต้องนำมาแช่น้ำค้างคืนให้ถั่วอืดตัว จึงนำมาต้มเพื่อใช้งานอื่นๆ เช่น การกวนเป็นไส้ขนม การนำมาทำแกงบวด ใส่ในข้าวต้มมัด

การเลือกซื้อและการเก็บรักษา ถั่วทุกชนิดมีวิธีการเลือกซื้อเหมือนกัน ควรเลือกซื้อถั่วใหม่ไม่มีตัวมอด ไม่มีสีเจือปนอื่นๆการเก็บควรปิดถุงให้สนิท เก็บในที่ที่มีอากาศแห้ง

ส

การใช้สในการทำขนมไทยเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ขนมนั้นมีความสวยงาม น่ารับประทานและความสามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้คนได้ ซึ่งการใช้สนั้นเราควรศึกษาความรู้เรื่องสให้เข้าใจก่อนนำไปใช้เพราะเมื่อมีความรู้แล้ว เราสามารถใช้สได้ถูกต้อง ซึ่งสที่ใช้มี 2 ชนิด คือ สสังเคราะห์ และสธรรมชาติ

1. สสังเคราะห์ เป็นสที่มาจากองค์การเภสัชกรรมมี ดังนี้

1.1 สีนํ้า บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอด เมื่อต้องการใช้ควรใช้ที่ดูดสขึ้นมาเล็กน้อย อาจผสมในนํ้าก่อนเพื่อให้สเจือจาง เพราะถ้าสเข้มข้นแล้วเราไม่สามารถแก้ไขได้

1.2 สีฝุ่นหรือสีผง บรรจุอยู่ในซอง ก่อนใช้ต้องนำมาละลายกับนํ้าก่อน ควรหยดสีลงไปในขนมที่ต้องการ เทคนิคการใช้สสังเคราะห์ สีบางสีหากเราใช้ผสมกันตามทฤษฎี เมื่อผลออกมาสีอาจจะไม่สดใสเท่าที่ควร เช่น การนำสีแดงผสมกับสีน้ำเงินจะได้สีม่วง ซึ่งเราจะได้สีม่วงคล้ำไม่สดใส ควรเลี่ยนมาใช้สีชมพูผสมสีฟ้า จะได้สีม่วงใส่น่ารับประทาน ฉะนั้นการใช้สสังเคราะห์ เราควรศึกษาหรือนำมาทดลองใช้ในขนมที่มีปริมาณน้อยๆก่อน จึงจะนำไปใช้ในส่วนมาก

2. สธรรมชาติ เป็นสที่ได้จากส่วนต่างๆของพืช เช่น ดอก ใบ ผล เมล็ด แก่น ราก

2.1 สีจากดอกไม้

ดอกอัญชัน ส่วนที่นำมาใช้คือ ดอกสีน้ำเงิน มีกลีบอบบาง มีลักษณะคล้ายดอกถั่ว ตรงปลายสีม่วงคราม ตรงกลางสีเขียว เวลาใช้ให้เลือกเอาแต่ส่วนที่เป็นม่วงคราม ก่อนนำมาใช้ต้องล้างให้สะอาด นำมาโขลกเบาๆ แล้วเติมนํ้าร้อนเล็กน้อย ขยำให้สีออกจากเนื้อดอกไม้แล้ว

กรองด้วยผ้าขาวบางหรือกระชอนตาถี่ๆจะได้สีน้ำเงิน หากต้องการสีม่วงแดง ใช้มะนาวหยดลงไปเล็กน้อย ผสมให้เข้ากัน นำไปผสมในข้าวเหนียวมน ขนมหอมม่วง ขนมน้ำดอกไม้ ขนมน้ำ

ดอกกรรณิการ์ ส่วนที่นำมาใช้คือส่วนดอกที่มีสีเหลือง นำไปต้มในน้ำเดือดสักครู่ พอมีสีออกมายกลงแล้วกรองด้วยผ้าขาวบาง ใช้เฉพาะส่วนน้ำ

ดอกดิน จะมีเฉพาะหน้าฝน ออกปนกับรากไม้ชนิดอื่นๆ เช่น รากหญ้า รากเปราะ รากอ่อน ดอกดินโผล่ออกมาจากดิน มีสีม่วงเข้ม นำสีจากดอกดินมาผสมจนแล้วทำให้สุก ขนจะมีสีดำ

2.2 สีจากรากหัว

ขมิ้น เป็นพืชที่มีหัวใต้ดิน มีลักษณะเป็นแง่งคล้ายขิง มีเนื้อสีเหลือง ใช้ผสมในขนมที่ต้องการสีเหลือง โดยการนำขมิ้นมาทุบให้แตกหรือโขลกละเอียด ห่อด้วยผ้าขาวบางแช่ในน้ำเล็กน้อย จะได้ขมิ้นสำหรับแทนสีเหลือง เช่น ในการทำข้าวเหนียวหน้ากุ้ง ใช้สีจากน้ำขมิ้นผสมในข้าวเหนียวแล้วแช่ไว้จนสีซึมเข้าไปในข้าวเหนียวทั่วกัน ทำให้ข้าวเหนียวมีสีเหลืองและมีกลิ่นหอม ในปัจจุบันมีขมิ้นผงจำหน่าย ทำให้ใช้งานได้สะดวกขึ้น

บัวสาย นำเนื้อมาผสมในเนื้อขนม จะให้สีม่วงอ่อนๆ

2.3 สีจากผล

ลูกปลั่ง มีลักษณะคล้ายมะเขือพวง มีผลกลมเล็กๆสีม่วง วิธีสกัดสีนำลูกปลั่งล้างให้สะอาด แช่น้ำในน้ำเดือดสักครู่ สีจะละลายออกมาเป็นสีม่วงคล้ายลูกหว่า นำมากรองเอากากและเมล็ดออกใช้ผสมขนมที่ต้องการสีม่วง เช่น ขนมน้ำดอกไม้ ขนมน้ำ

กาบมะพร้าว ให้น้ำสีดำ โดยนำกาบมะพร้าวเผาไฟให้ไหม้แล้วคั้นกับน้ำ กรองเอากากออกให้หมด จะได้น้ำสีดำ มีกลิ่นหอม นิยมนำไปใช้กับขนมเปียกปูน

2.4 สีจากใบ

ใบเตย มีลักษณะใบยาวเรียวยาว มีสีเขียวเข้ม มีกลิ่นหอม เตยมี 2 ชนิด คือเตยหอมและเตยธรรมดา ใบเตยหอมจะมีขนาดเล็กกว่าใบเตยทั่วไป เมื่อใบเตยออกจากกอเตยจะมีกลิ่นหอม แม้จะไม่ได้คั้นน้ำ การคั้นน้ำใบเตยมีวิธี ดังนี้

ทำความสะอาดใบเตยแล้วหันหยาบตามขวาง จะโขลกหรือใช้เครื่องปั่นไฟฟ้า โดยการใส่น้ำลงไปเล็กน้อย นำมากรองเอากากออกไปจะได้น้ำใบเตยสีเขียว นิยมนำไปผสมในขนม ดังนี้ ขนมหั่น ขนมน้ำดอกไม้ วนกะทิ ขนมห้วแปบ ขนมหวดช่อง ขนมห้วยปูน ขนมห่าหรีม ฯลฯ

หญ้าฝรั่ง มีลักษณะคล้ายเกสรดอกไม้ตากแห้ง มีกลิ่นหอม เมื่อนำไปแช่น้ำร้อนจะให้สีเหลือง

การแต่งกลิ่น

การทำขนมไทยมีไว้จะทำให้สวยหรือดูวิธีเท่านั้น สิ่งที่สำคัญมากคือ กลิ่น ซึ่งอาจเกิดจากกลิ่นของแป้ง ไข่ น้ำตาล หรือสารปรุงแต่งกลิ่น ฉะนั้นการทำขนมไทยจึงควรศึกษาเรื่องกลิ่นให้เข้าใจเพื่อนำไปใช้ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ กลิ่นที่ใช้ในการปรุงแต่งขนมไทยมี 2 ประเภท คือ

1. กลิ่นสังเคราะห์ คือ กลิ่นที่สกัดโดยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ มีขายเป็นขวด เช่น กลิ่นมะลิ กลิ่นส้ม กลิ่นสับปะรด กลิ่นน้ำนมแมว ฯลฯ
2. กลิ่นธรรมชาติ คือ กลิ่นที่ได้จากส่วนต่างๆของพืชที่มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น กลิ่นมะลิ กลิ่นสับปะรด กลิ่นกุหลาบ (จากดอกกุหลาบมอญ) กลิ่นใบเตย ดอกกระดังงา เป็นต้น

การเลือกกลิ่นที่จะใช้กับขนมจะต้องดูให้เหมาะสม ขนมชนิดใดควรใช้กลิ่นอะไร เช่น ถ้าขนมสีเขียวควรใช้กลิ่นใบเตย การทำวุ้นกะทิควรใช้กลิ่นมะลิ การใช้กลิ่นของขนมควรใช้กลิ่นเดียว ไม่ใช้หลายกลิ่นรวมกันในขนมชนิดเดียวกัน

มะลิ

ควรเลือกดอกสีขาวเกือบจะบาน คือ ดอกแก่ ถ้าเป็นมะลิซ้อนควรเลือกที่ยังไม่พรมน้ำ ชี้อตอนเช้า ถ้าชื้อตอนเย็นคนขายจะพรมน้ำมาก ทำให้มะลิสาละกน้ำซ่า มีกลิ่นเหม็นเขียวไม่หอม ดอกมะลิที่ใช้ควรเป็นดอกที่ไม่มียาฆ่าแมลงปะปนอยู่ หรือแ่สารที่เป็นอันตราย การลอย เด็ดขั้วแล้วค่อยๆวางลงในน้ำที่ใสภาชนะไว้ ถ้าเป็นมะลิชื้อ ไม่ควรลอยน้ำโดยตรงเพราะมะลิอาจมียาฆ่าแมลงอยู่ ให้ใส่มะลิในภาชนะที่มีลักษณะแบนและเบา ก่อนนำลงลอยน้ำ

กระดังงา มีลักษณะกลีบดอกยาว เวลาจะนำมาลอยน้ำควรเลือกดอกที่มีสีค่อนข้างเหลืองแต่ไม่เหลืองจัด ถ้าเหลืองจัดจะไม่หอม การลอย จุดเทียนอบแล้วนำดอกกระดังงาทั้งดอกค่อยๆลนกลีบจนทั่ว แล้วบีบที่กระเปาะให้กลีบหล่นลงในน้ำ ห้ามฉีกกลีบเพราะจะทำให้กลีบซ้ำ

กุหลาบมอญ คือ กุหลาบที่มีกลีบซ้อนมากมาย มีสีแดงออกชมพู กลิ่นหอม สมัยก่อนมักนิยมนำกลีบมาแต่งบนขนม เช่น จะโก้ แต่ในปัจจุบันมียาฆ่าแมลงจึงไม่นิยมใช้ เพียงแต่นำมาลอยน้ำโดยใส่ในภาชนะก่อนลอยเพื่อให้มีกลิ่นหอม

ใบเตยหอม ลักษณะเป็นใบยาวสีเขียว สำหรับใบเตยใช้ได้ทั้งสีและกลิ่น ควรเลือกใบที่แก่จัด การใช้จะใช้หั่นเป็นท่อนๆ แล้วโขลกคั้นน้ำซ้ๆ ใส่ในขนมที่มีกลิ่นหอมและมีสีเขียว หือจะใช้มัดเป็นกำๆ ใส่ในน้ำเชื่อมสำหรับทำขนมประเภทไข่ เช่น ทองหยิบ

เทียนอบ มี 2 ชนิด คือ

1. ชนิดที่ใช้เครื่องหอมหลายๆ ชนิดมารวมกันแล้วปั้นเป็นแท่ง จะใช้ไม้ขีดจุดไฟที่ใส่ให้ลุกทั้ง 2 ด้าน วางในภาชนะ เช่น ถ้วย แล้วนำไปใส่ภาชนะที่มีขนมที่ต้องการอบแล้วปิดฝา ไฟจะดับและมีควันอบลอยอยู่ในภาชนะ จะเปิดก็ต่อเมื่อควันหมด

2. ชนิดที่ใช้ขี้ผึ้งแท่งเป็นแท่งใหญ่ๆ นำมาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วอบ จะใช้ถ่านแดงก้อนเล็กๆวางในกะลา ฝานขี้ผึ้งวางบนถ่าน นำไปใส่ภาชนะที่มีขนมอยู่แล้ว การอบชนิดนี้จะให้เทียนอบอยู่ด้านล่างของภาชนะ เพื่อให้ควันขึ้นดานบน ส่วนใหญ่จะอบในลังถึง เทียนอบชนิดจะมีกลิ่นหอมอ่อนๆ ตามธรรมชาติ ราคาของเทียนจะแพงกว่าชนิดแรก

การอบแป้ง

1. ใส่แป้งในภาชนะที่มีฝาปิด เว้นที่ตรงกลางไว้
2. จุดเทียนอบให้เปลวไฟลุกทั้ง 2 ด้าน แล้ววางในภาชนะเล็กๆ
3. นำภาชนะที่มีเทียนอบวางตรงที่ว่าง เป่าเปลวไฟให้ดับ ปิดฝาภาชนะทิ้งไว้ประมาณ 30 นาทีจนควันหมด

4. เปิดฝาดู ใช้ทัพพีกลับแป้งให้ทั่วแล้วจุดเทียนอบอีกครั้ง ควรอบอย่างน้อย 2 ครั้ง
5. ถ้าจะให้หอม ควรอบแป้งก่อนทำขนม 2-3 วัน และจุดวันละ 2 ครั้ง

ขนมไทยที่มีกลิ่นหอมมิใช่สำเร็จแล้วจึงนำมาปรุงแต่งกลิ่น ควรปรุงแต่งกลิ่นตั้งแต่ยังเป็นวัตถุดิบ เช่น ใช้น้ำลอยดอกมะลิ อบแป้ง อบน้ำตาล ถ้าอบเมื่อขนมสำเร็จจะทำให้ได้กลิ่นที่รุนแรง และกลิ่นจะเคลือบแต่บริเวณผิวนอก มีคำแนะนำดังนี้

1. ขนมที่ใช้น้ำเป็นส่วนผสม ควรใช้น้ำลอยดอกมะลิ เช่น วุ้นขนม น้ำเชื่อม สำหรับขนม น้ำเชื่อมควรอบน้ำตาลด้วยเทียนอบก่อน

2. ขนมที่ใช้แป้ง ควรอบแป้งด้วยเทียนอบแล้ใช้น้ำลอยดอกมะลินวดแป้ง เช่น ขนมเหนียว ครอบแครงแก้ว

3. ขนมจำพวกแป้งควรอบแป้งด้วยเทียนอบ
4. ขนมจำพวกแงบวดต่างๆไม่ต้องปรุงแต่งกลิ่น เพราะมีกลิ่นหอมของน้ำตาลแลกะทิอยู่แล้ว

วุ้นชนิดเส้น และชนิดผง

วุ้นชนิดเส้น จะมีลักษณะคล้ายเชือกฟาง ขาวใส เส้นยาว ไม่ใช่ชนิดเดียวกับที่ทำแกงจืดหรืออาหารคาว

วิธีการใช้ ล้างด้วยน้ำสะอาดให้หมดผง และเศษสิ่งสกปรกออกให้หมด แขน้ำไว้สักครู่พอให้วุ้นเส้นพองขึ้น นำไปเคี้ยวหรือต้มในน้ำ แล้วจึงเติมน้ำตาล หรือส่วนประกอบอื่นๆ แต่การเคี้ยววุ้นมักไม่ใช้น้ำฝน เพราะจะทำให้วุ้นเปื่อยยุ่ยไม่เกาะตัวกัน

วุ้นชนิดผง ลักษณะ เป็นผงสีขาวนวล บรรจุอยู่ในถุงเรียบร้อยแล้ว จะพิมพ์ชื่อและวิธีการใช้ติดไว้ที่ซอง สะดวกในการใช้ ไม่ต้องล้างน้ำ

วิธีการใช้ ผสมกับน้ำกับน้ำตาล เคี้ยวให้น้ำตาลละลาย กรองด้วยผ้าขาวบางเอาสิ่งสกปรกในน้ำตาลออก ยกขึ้นตั้งไฟให้เดือดอีกครั้ง เติมน้ำลงไป เคี้ยวสักครู่ลองหยดดู ถ้าหยดแล้วแข็งอยู่ตัวก็ใช้ได้ ยกลงเทใส่พิมพ์หล่อหน้าเพื่อให้เย็นเร็ว

การชุบน้ำในการทำลูกชุบ น้ำจะแข็งตัวต้องหล่อด้วยน้ำร้อนอยู่เสมอ ถ้าน้ำแข็ง ให้ยกตั้งไฟ เติมน้ำนิดหน่อยก็ใช้ได้ต่อไปได้อีก

ทองคำเปลว ทองคำเปลวที่ใช้ทำขนม เป็นชนิดเดียวกับที่ใช้ปิดทองพระพุทธรูป การใช้เพื่อให้เกิดสีสันและเพิ่มความสวยงาม ทำให้ขนมเด่นขึ้นจากเดิม นิยมตัดเป็นชิ้นเล็กๆ ปะหน้าขนมทองเอก และขนมจำมงกุฏ

2.1.5 อุปกรณ์ที่ใช้ในขนมไทย

การทำขนมไทย อุปกรณ์เครื่องใช้มีความจำเป็นอย่างมากที่ต้องมีให้ครบและถูกต้องตามลักษณะของขนมไทย ชนิดนั้น ๆ ขนมไทยมีมากมายหลากหลายชนิด รูปทรงแตกต่างกัน การเลือกใช้อุปกรณ์เครื่องใช้จึงต้องคำนึงถึงขนาดของอุปกรณ์ให้สอดคล้องกับส่วนผสม เช่น ใช้กระทะทองใบเล็ก เตาหุงต้มใบใหญ่ จะทำให้ขนมไหม้ก่อนขนมสุกและเปลืองเชื้อเพลิง ควรเลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีคุณภาพ ใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า

2.1.5.1 อุปกรณ์ที่ใช้ในการชั่งตวง

ถ้วยตวงของแห้ง ถ้วยตวงมีเป็นชุด ทำด้วยอลูมิเนียม พลาสติกหรือสแตนเลส ขนาดมาตรฐานมี 4 ขนาด คือ 1 ถ้วยตวง 1/2 ถ้วยตวง 1/3 ถ้วยตวง และ 1/4 ถ้วยตวงใช้สำหรับตวงของแห้ง เช่น แป้ง น้ำตาล มะพร้าวขูด ฯลฯ ไม่ควรใช้ถ้วยตวงตกลงไปในวัสดุที่ต้องการตวง เพราะถ้วยจะตกลงไปในเนื้อของวัสดุที่ตวงทำให้เนื้อแน่นปริมาณที่ได้จะไม่แน่นอน ถ้วยตวงของเหลวทำด้วยแก้วทนไฟหรือพลาสติกใสมีหูจับอยู่ด้านข้างและที่ปากแก้วจะมีที่เหน้าได้สะดวก ตวงตามปริมาตรซึ่งมีบอกไว้อยู่ด้านนอกของถ้วยเป็นออนซ์หรือขนาดถ้วยใช้สำหรับตวงของเหลว เช่น น้ำ น้ำมัน กะทิ ฯลฯ ที่นิยมใช้จะมีขนาด 8 ออนซ์ หรือ 16 ออนซ์ ช้อนตวงมีลักษณะคล้ายช้อนทำจากอลูมิเนียมอย่างดี พลาสติก หรือสแตนเลส 1 ชุดมี 4 ขนาด คือ 1/4 ช้อนชา 1/2 ช้อนชา 1 ช้อนชา และ 1 ช้อนโต๊ะจะใช้ตวงวัสดุที่ใช้ปริมาณไม่มากนัก เช่น เกลือกลั่น หรือเครื่องเทศ ฯลฯ ลักษณะการใช้ให้ตักวัสดุที่ต้องการตวงใส่ลงในช้อนตวงให้พูนแล้วปาดให้เสมอกับขอบของช้อนตวง ไม่ควรใช้ช้อนตกลงในวัสดุที่ต้องการตวงจะทำให้ได้ปริมาณที่ไม่แน่นอนและเป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้อง การทำความสะอาดใช้แล้วควรล้างด้วยผงซักฟอกล้างน้ำผึ่งให้แห้งก่อนเก็บเข้าที่ ถ้วยตวงแก้วใช้ฟองน้ำนุ่ม ๆ จะช่วยให้แก้วไม่มีรอยขีดข่วนเครื่องชั่ง เครื่องชั่งมีขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ เครื่องชั่งที่เหมาะสมกับการใช้งานควรมีขนาดตั้งแต่ 1000-3000 กรัม ถ้าใช้ขนาดใหญ่กว่านี้จะทำให้การชั่งส่วนผสมที่มีปริมาณน้อยไม่ได้ผล เครื่องชั่งมีหลายแบบ ผู้ซื้อควรเลือกชนิดที่เป็นโลหะมีความทนทาน

การซักรับส่วนผสมควรมีกระดาษหรือพลาสติกที่สะอาดปูรองรับส่วนผสมที่ต้องการซักร เมื่อใช้เครื่องซักร แล้วทุกครั้งควรเช็ดทำความสะอาดให้เรียบร้อย

2.1.5.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการปรุงขนมไทย

ขนมหวานไทย เป็นขนมหวานที่ต้องใช้เวลาและแรงงานในการประกอบ บวกความพิถีพิถันในการประดิษฐ์ให้ได้รูปลักษณะที่น่ารับประทาน โดยมีอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบขนมหวานไทย เพื่อให้ได้ลักษณะของขนมชนิดต่าง ๆ จึงมีมากมายหลากหลายออกไป ผู้ประกอบจึงควรได้รู้จักอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำขนมหวานไทย ดังนี้

- กระทะทอง เป็นกระทะก้นลึกทำด้วยทองเหลือง ผิวของกระทะจะมีความหนาบางเท่ากันหมด มีหู 2 หู ตรงกันข้ามหูกระทะจะถูกตรึงด้วยหมุดทองเหลืองอย่างแน่นหนา มีตัวเลขบอกขนาดไว้ริมตัวกระทะ ลักษณะของกระทะที่ดีคือ เนื้อเรียบ ไม่มีตำหนิ เคาะมีเสียงกังวาน การทำความสะอาดและเก็บรักษา เมื่อใช้แล้วล้างด้วยผงซักฟอกให้สะอาดทั้งข้างนอกและข้างใน ถ้ามีรอยสนิมให้ใช้มะขามเปียกผสมขี้เถ้าละเอียดทาให้ทั่ว แล้วขัดให้สะอาด ล้างด้วยน้ำเช็ดให้แห้งก่อนเก็บเข้าที่

- กระทะเหล็กแบน เป็นกระทะที่ใช้ในการทำขนมไทย คือกระทะแบนมีขอบสูงประมาณ 1 นิ้ว ใช้ทำขนมที่ต้องละเอียดให้เป็นแผ่นบาง ๆ การเลือกซื้อให้ดูเนื้อเหล็กที่มีสีเข้มละเอียด เนื้อกระทะไม่มีรอยร้าวหรือขรุขระ เรียบเสมอกัน มีน้ำหนักพอควรวิธีทำความสะอาดใช้น้ำล้างด้วยผงซักฟอกล้างให้สะอาด เช็ดให้แห้งทาด้วยน้ำมันพืช

- กระทะ เป็นกระทะก้นลึก มีลักษณะเป็นใบบัวมีหู 2 ข้าง หรือมีด้ามทำด้วยเหล็กหรืออลูมิเนียม หล่อมีหลายขนาดขึ้นอยู่กับการใช้งาน

- ลังถึง เป็นภาชนะที่ทำด้วยอลูมิเนียม มีรูปร่างคล้ายหม้อ มีชั้นสำหรับใส่ขนมสองชั้นชั้นล่างสุดก้นเรียบสำหรับใส่น้ำ ส่วนชั้นบนเจาะเป็นรูทั่วถึงทั้งสองชั้น การเลือกซื้อควรพิจารณาขนาดให้เหมาะสมกับการใช้งานมีคุณภาพดี ตัวลังถึงเรียบไม่มีรอยบุบ รอยร้าวฝาปิดได้สนิทชั้นทุกชั้นของลังถึงซ้อนกันสนิท การเก็บรักษาเมื่อใช้งานแล้วทำความสะอาดล้างด้วยผงซักฟอกทุกชั้น เช็ดให้แห้งก่อนเก็บเข้าที่

- หม้อเคลือบ เป็นหม้อโลหะเคลือบทั้งภายนอกภายใน หม้อมีหูจับที่ปากหม้อ 2 หู ใช้สำหรับต้มหรือกวนขนมที่มีรสเปรี้ยวควรเลือกซื้อหม้อเคลือบที่ไม่มีรอยกระเทาะหรือรอยขีดข่วนกับตัวหม้อฝาหม้อปิดสนิท การทำความสะอาดเมื่อใช้แล้วล้างด้วยสบู่ให้สะอาด ผึ่งให้แห้ง เช็ดด้วยผ้าเก็บเข้าที่ ถ้ามีรอยไหม้ให้ใช้น้ำซ้เถ้าแช่ไว้ระยะหนึ่งจึงนำมาทำความสะอาด

- หม้ออะลูมิเนียม เป็นหม้อที่มีความเรียบทั้งภายนอกและภายในมีหูสำหรับจับที่ด้านข้าง 2 หู มีตราและเบอร์บอกขนาดของหม้อฝาปิดได้สนิท การเลือกซื้อดูตราที่มีคุณภาพดี ไม่มีรอยบุบหรือร้าว การทำความสะอาด ล้างให้สะอาดก่อนและหลังใช้ทุกครั้ง เพราะหม้อประเภทนี้เมื่อฝุ่นเกาะจะมองเห็นได้ยาก และไม่ควรใช้ประกอบอาหารที่เป็นกรด จะทำให้รสอาหารเปลี่ยนไป

- หม้อทรงหวด ทำด้วยอลูมิเนียมมีลักษณะเป็นหม้อ 2 ชั้นทรงสูงใบบนทำเป็นหวดทรงกระบอก ส่วนก้นเจาะเป็นรูเล็ก ๆ ใช้สำหรับใส่ข้าวเหนียวหรือถั่วเขียวหนึ่ง โดยใส่ของลงไปในหม้อปิดฝา นำไปซ้อนบนหม้อน้ำ หรือจะนำหม้อทรงหวดด้านล่างมาผูกผ้าขาวให้ตึง ทำขนมข้าวเกรียบปากหม้อได้ การทำความสะอาดล้างด้วยผงซักฟอก เช็ดให้แห้งเก็บเข้าที่

- หวดไม้ ลักษณะเป็นกรวยสามเหลี่ยมมีความลึกประมาณ 8-10 นิ้ว ทำด้วยไม้ไผ่สานเป็นลายขัด การเลือกควรเลือกชนิดที่มีเนื้อเรียบ ไม่มีรอยผุที่เกิดจากตัวมอด หรือเคลือบด้วยขี้เถ้า ส่วนด้านล่างเป็นหม้อดิน หม้อปากแคบอื่นๆ ก็ได้รองรับหวด ภายในหม้อใส่น้ำประมาณ? ของหม้อ หนึ่งให้หาผ้า หรือผ้าขาวบางชุบน้ำปิดในหวดไม้

ปัจจุบันมีหวดทำด้วยอลูมิเนียม ทำเป็นหม้อ 2 ชั้นทรงสูงใบบนทำเป็นหวดทรงกระบอก ส่วนก้นเจาะเป็นรูเล็ก ๆ หนึ่งใส่ข้าวเหนียวในหม้อใช้ฝาปิด นำหม้อข้าวเหนียวซ้อนขึ้นไปบนหม้อน้ำหนึ่งไปจนข้าวเหนียวสุกการทำความสะอาด ล้างด้วยผงซักฟอกธรรมดา เช็ดให้แห้งเก็บเข้าที่ ถ้ากลัวฝุ่นเกาะให้ใช้พลาสติกห่อให้มิดชิดเก็บเข้าที่

- กระซอน ทำจากอลูมิเนียม หรือสแตนเลส การเลือกขึ้นอยู่กับการใช้งาน ใช้สำหรับกรองกะทิ กระซอน ชนิดที่เป็นไม้ไผ่ กรองกะทิได้ดี ก่อนใช้ควรล้างให้สะอาดผึ่งให้แห้ง และใช้ผ้าขาวบางได้กระซอน เพื่อช่วยให้ให้น้ำกะทิสสะอาด ไม่มีกากมะพร้าวขึ้นเล็ก ๆ ปนอยู่

- ที่ร่อนแป้ง ซึ่งแป้งบางชนิดต้องการร่อนเพื่อให้เศษผง แมลงหรือไข่แมลงเล็กๆ ออกจากแป้งทำให้แป้งสะอาด และให้เนื้อแป้งละเอียด อาจใช้ที่ร่อนเป็นสแตนเลสหรืออลูมิเนียม ขึ้นอยู่กับการใช้งาน ถ้าใช้กับของแห้งไม่ควรนำไปใช้กับของเหลว เพราะจะทำให้ส่วนผสมของอาหารปนกัน หากมีความจำเป็นจะต้องใช้ร่วมกัน ก็ควรทำความสะอาดก่อนที่จะมีการใช้ต่อไป เช่น ใช้ร่อนแป้ง ก็ควรปิดให้สะอาดก่อนนำไปกรองกะทิการทำความสะอาดล้างน้ำใช้แปรงถูให้ทั่วเคาะให้สะอาด น้ำใช้ผ้าเช็ดผึ่งแดดให้แห้งก่อนเข้าที่

- ที่ตีไข่ชนิดต่างๆ ที่ตีไข่ที่ใช้ในการทำขนมหวานไทย มีหลายชนิด เช่น ที่ตีไข่แบบสปริงทองเหลือง มีด้ามเป็นไม้ มีลวดทองเหลือง 2-3 เส้น ขดเป็นสปริงใช้กดให้กระแทกลงในวัตถุที่ต้องการตี แล้วปล่อยให้สปริงขึ้นและกดลงให้สม่ำเสมอเป็นลักษณะตั้งฉากกับภาชนะ การทำความสะอาดควรใช้แปรงเล็ก ๆ แปรงที่ด้ามตรงรอยต่อของลวด และด้ามไม้ที่เป็นที่จับให้สะอาดเพื่อกันสนิมและขึ้นงา ๆ

ที่ตีไข่แบบลวดสแตนเลสมีลักษณะเป็นสปริงทำความสะอาดได้ง่ายมีด้ามถือเป็นไม้ วิธีการใช้ก็เช่นเดียวกับชนิดทองเหลืองตีให้ตั้งฉากกับภาชนะจะช่วยให้อุปกรณ์ไม่เสียง่าย ที่ตีไข่ชนิดชนิดนี้จะมีสกรูขัดกับลวดติดกับไม้ ถ้าใช้ถูกวิธีสกรูจะไม่หลุด แกนไม่หัก การทำความสะอาดใช้แปรงๆ ให้ทั่ว เพื่อกันสิ่งตกค้างติดอยู่ในลวดสปริง ส่วนที่เป็นขดเล็กที่สาด

ที่ตีไข่แบบซ้อนด้ามยาว ใช้ส่วนที่เป็นซ้อนเจาะเป็นรูปร่าง มีด้ามเป็นไม้ รอยซ้อนมี ลวดสปริงขดอยู่รอบ ๆ ใช้ตีส่วนผสมในการทำขนมจำนวนน้อย การทำความสะอาดให้ใช้แปรง แปรง ให้ทั่วซ้อนที่เป็นสปริง ล้างน้ำเช็ดให้แห้ง

ที่ตีไข่แบบลูกมะเฟือง มีลักษณะเป็นเส้นลวดสแตนเลส ดัดให้ส่วนล่างโป่ง นำมามัด รวมกันหลาย ๆ เส้น มีมือจับใช้สำหรับผสมส่วนผสมให้รวมตัวกัน มีความแข็งแรงวิธีใช้จับให้ตะ แกรงหันด้ามเข้าหาตัว ใช้คนหรือตีในส่วนผสม การทำความสะอาดใช้แปรง แปรงส่วนที่มีซั้ซ้อนของ เส้นลวดล้างให้สะอาดเก็บเข้าที่

- พายไม้ชนิดต่าง ๆ ทำมาจากไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้สัก ไม้โมก ลักษณะรูปร่างเหมือนไม้ พายเรือ คือ มีด้ามยาวกลมถือได้ถนัดมือ ช่วงปลายจะแบนบานออกโค้งบนด้านหัวบนสุด มีความยาว ประมาณ 8-10 นิ้ว การเลือกซื้อต้องดูเนื้อไม้ตลอดทั้งอัน ไม่มีตาไม้หรือรอยแตก เกลาเรียบ พายที่ นิยมใช้ในการทำขนมหวานไทยจะมีหลายขนาด นำมาทวนขนมชนิดต่างๆและใช้พายไม้ขนาดเล็ก สำหรับแช่ขนมบางชนิด เช่น ขนมถ้วยตะไล ฯลฯ การทำความสะอาดใช้ล้างด้วยสบู่ ล้างน้ำสะอาด เช็ดให้แห้ง

- ผ้าขาวบาง ใช้ผ้ามีสลิ้นหรือผ้าสาหลู ใช้สำหรับกรองของเหลวชนิดต่างๆ เช่น กระทิ น้ำเชื่อม ไข่ ฯลฯ เป็นต้น ผ้าขาวบางควรใช้ผ้าเนื้อนุ่มและโปร่งบาง ใช้ในการกรองแป้งกะทิ เพื่อแยก ส่วนสกปรก หรือกากส่วนต่างๆ ออกให้หมด

- อ่างชนิดต่างๆ อ่างผสมจะเป็นอ่างเคลือบ หรืออ่างสแตนเลสควรเลือกใช้ให้ เหมาะสมกับส่วนผสมของขนม อ่างนี้มีก้นลึก ปากกว้าง เหมาะสำหรับผสมอาหารทุกชนิดอ่าง อลูมิเนียม ใช้สำหรับใส่ของที่ต้องการล้างทำความสะอาด เช่น ผัก ผลไม้ ใส่ มะพร้าวเพื่อคั้นกะทิ หรือ ใส่ของที่เตรียมไว้เพื่อใช้ปรุงอาหาร

อ่างแก้ว ใช้สำหรับผสมอาหาร มีความหนา ใส มีน้ำหนัก การใช้ควรระมัดระวัง เมื่อ มือเปียกไม่ควรจับอ่างชนิดนี้เพราะอาจจะลื่นหลุดมือได้ การทำความสะอาดทำได้ง่าย ล้างแล้วควรผึ่ง ให้แห้งก่อนเก็บ

- กระทายขูดมะพร้าว มีหลายชนิด กระทายไทย ฟันหรือหัวกระทายทำด้วยเหล็ก กลม ๆ โดยรอบมีฟันเป็นเลื่อยมีแกนสำหรับเสียบกับตัวกระทาย ซึ่งทำเป็นม้านั่งสำหรับผู้ขูดมะพร้าว นั่งได้กระทายจีน มีลักษณะเป็นไม้กระตาม แผ่นกว้างประมาณ 4 นิ้ว ยาว 12 นิ้ว ใช้ตะปุดอกให้หัว ตะปุดกติดกระดานด้านหลังและหางตะปุดั้งลากกับแผ่นกระดาษ อีกด้ามหนึ่งตอกจนเต็ม กระจ่ายห่างกันประมาณ 1/2 เซนติเมตร หรือน้อยกว่านั้น ใช้สำหรับขูดมะพร้าวทำไส้ขนมหรือขูดมัน สำปะหลังที่ต้องการละเอียดมากมือแมว ใช้เหล็กแผ่นบาง ๆ ทำเป็นฟันเลื่อยมีไม้ประกบยาว 5-6 นิ้ว เป็นด้ามสำหรับจับขูดมะพร้าวให้เป็นเส้นเล็กๆ ยาวๆ สำหรับโรยหน้าขนมถ้วยตะไล มีลักษณะเป็น ถ้วยปากกลมเล็ก ขนาด 1 นิ้ว เป็นกระเบื้องใส ขาว เบา ไม่หนาเกินไป เนื้อถ้วยมีลักษณะละเอียด ไม่

มีฟองอากาศที่ถ้วย การทำความสะอาดใช้แล้วล้างให้สะอาด การเก็บควรจัดเรียงซ้อนกันไว้ในตะกร้าให้เรียบร้อยจะได้ไม่แตกง่าย

- ถาดใส่ขนม ถาดสำหรับใส่ขนมหวานไทย นิยมใช้ถาดอลูมิเนียมเนื้อค่อนข้างหนา ตัดเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนาด 12x12 นิ้ว ยกขอบสูงประมาณ 1-2 นิ้ว ขอบถาดขลิบเรียบด้านหัวมุมของถาดทุกรอยต่อจะปิดกร้อย่างดีไม่มีรอยร้าว ถาดที่ใช้มีหลายแบบขึ้นอยู่กับนำมาใช้งาน วิธีการเลือกซื้อพิจารณาดูเมื่อถาดให้มีความหนา ตะเข็บเรียบ ใช้งานแล้วล้างทำความสะอาด เช็ดให้แห้งเก็บเข้าที่

- ตะแกรงไม้ไผ่ตากขนม ความโปร่งของตะแกรงช่วยให้อากาศถ่ายเทได้ เลือกตะแกรงที่มีช่องไม่ห่างจนเกินไป ขอบแน่นหนาการผูกหวาย ที่ขอบมีลักษณะถี่และแน่น การทำความสะอาดและเก็บรักษา ใช้แปรงขัดให้สะอาด เมื่อใช้แล้วถ้าเปราะเปื้อนสิ่งสกปรก ล้างให้สะอาดผึ่งแดดให้แห้งเก็บไว้ในที่โปร่ง

2.1.6 เครื่องมือที่ใช้ทำขนมไทยชนิดต่าง ๆ

ขนมหวานไทยชนิดต่าง ๆ มีลักษณะรูปร่างแต่ละชนิดแตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของขนมหวานไทยนั้นๆ เครื่องมือในการทำขนมไทยเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะกำหนดให้ขนมไทยแต่ละชนิดมีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ คนไทยสมัยก่อนจะเรียกเครื่องมือเหล่านี้ว่าพิมพ์ขนม พิมพ์ขนม อาจมีลักษณะเป็นพิมพ์ไม้ พิมพ์ทองเหลือง พิมพ์พลาสติก ฯลฯ การทำขนมหวานไทย การใช้พิมพ์ชนิดต่างๆ จึงมีความสำคัญมาก เพราะจะช่วยให้ขนมที่ทำแล้วมีรูปร่างหน้าตาน่ารับประทาน พิมพ์ขนมที่ทำมากดหรืออัดรูปร่างถ้าทำด้วยไม้ควรเลือกวัสดุพิมพ์ที่มีเส้นลึกลายค่อนข้างหยาบ เมื่ออัดขนมลงลายจะเด่นชัด ควรเลือกไม้เนื้อแข็ง เนื้อไม้ไม่มีรอยแตก ไม่มีตาไม้ เพราะจะเกิดรอยร้าวหักง่าย พิมพ์ไม้ที่ใช้กับขนม เช่น ทองเอก สัมปันนี ข้าวตอก ฯลฯ เมื่อใช้พิมพ์แล้วล้างให้สะอาดใช้แปรงทำความสะอาดให้ทั่วทุก ๆ รอยของพิมพ์ อย่าให้มีเศษแป้งติดค้าง จะทำให้ขึ้นราล้นผิวง่ายให้แห้งก่อนเก็บ

2.1.6.1 พิมพ์ขนมทองเอก สัมปันนี เป็นพิมพ์ทำด้วยไม้แกะเป็นลวดลาย ในหนึ่งพิมพ์มี 4-5 ช่อง เมื่อทำขนมแล้วล้างทำความสะอาดผึ่งแดดให้แห้ง ใส่ถุงพลาสติกรัดยาง

2.1.6.2 พิมพ์ขนมครองแครง เป็นพิมพ์ที่ทำด้วยไม้และพลาสติก ใช้แล้วทำความสะอาดด้วยการแช่น้ำแล้ว ใช้ไม้แหลมแซะแบ่งออกให้หมดล้างให้สะอาด ผึ่งแดดให้แห้งใส่ถุงพลาสติกรัดยาง

2.1.6.3 พิมพ์ขนมฝรั่ง เป็นรูปกลมภายในประกอบด้วยหลุมรูปร่างต่าง ๆ ประมาณ 7-10 อัน ขึ้นอยู่กับขนาดมีฝาปิด ควรเลือกซื้อชนิดที่เนื้อละเอียด ไม่มีรูอากาศ ไม่มีรอยร้าว ใช้งานแล้วทำความสะอาดให้ทั่วด้วยแปรงมัดเศษขนมออกให้หมดใช้ผ้าชุบน้ำมันเช็ดให้ทั่วพิมพ์เก็บเข้าที่

2.1.6.4 พิมพ์กระทงทอง มีด้ามเป็นไม้หรือขดเหลืองยาวประมาณ 7-8 นิ้ว ด้านปลายจะเป็นรูปกระทง 1-2 อัน การเลือกซื้อจะดูทองเหลืองที่ต่อมายังด้ามไม้ยาวพอสมควร การต่อแน่น

หนา ต่อแผ่นทองเหลืองที่ถาดจับที่ด้ามแน่นสนิทการทำความสะอาด ใช้แล้วล้างเศษขนมออกให้หมด ทาน้ำมันพืชให้ทั่ว เก็บเข้าที่

2.1.6.5 พิมพ์ดอกจอก มีลักษณะเป็นทองเหลืองทั้งอันด้ามยาวมีหัววงกลมด้านบน ยาวประมาณ 7-8 นิ้ว ด้ามปลายทำเป็นรูปกลม หล่อเป็นลวดลาย การเลือกซื้อดูทองเหลืองที่ต่อกับ ด้ามให้แน่นหนา การทำความสะอาดใช้แล้วล้างทาน้ำมันพืชให้ทั่วเก็บเข้าที่

2.1.6.6 พิมพ์ทองม้วน มีด้ามยาวตัวพิมพ์เป็นเหล็กหล่อตีเป็นแผ่นบาง ๆ มีลวดลายที่ พิมพ์ ก่อนใช้ผิงไฟให้พิมพ์ร้อนเสียก่อนควรใช้ลูกประคบชุบน้ำมันพืชทา (ลูกประคบคือกากมะพร้าว ห่อด้วยผ้าใช้สำหรับชุมน้ำมันทาพิมพ์) พิมพ์ทองม้วนใช้แล้วปรองให้สะอาดแล้วทาน้ำมัน ห่อด้วยผ้า หรือกระดาษ

2.1.6.7 ที่กดสลิม ทำด้วยทองเหลืองหรือสแตนเลส มีลักษณะเป็นกระป๋องกลม ด้านล่างเจาะรูเล็ก ๆ ด้านบนปากกระป๋องมี 2 หู มีที่กดเป็นด้ามยาวประมาณ 6-7 นิ้ว ด้านปลายเป็น แผ่นกลมหนา การเลือกซื้อควรพิจารณาความแข็งแรงแน่นหนาของการบัดกรีระหว่างรอยต่อของด้าม กับตัวแผ่นที่กดแลดูทั้งสองข้างรูที่เจาะด้านล่างใช้งานได้การทำความสะอาดล้างแล้วเช็ดให้แห้งเก็บ เข้าที่

2.1.6.8 ที่กดขนมเรไร ทำด้วยไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้สักมีรูปร่างคล้ายที่ตบกล้วยปิ้ง ยาว ประมาณ 14-15 นิ้ว ประกอบด้วยกัน 2 ส่วนด้านตัวกลางตรงกลางจะเป็นเดือย ไม้กลม ๆ ขึ้นมา ด้าน ตัวบนตรงกลางจะเป็นหลุมกลมขนาด 1 นิ้ว ด้านบนของหลุมจะมีแผ่นทองเหลืองเจาะรูเล็ก ๆ การ เลือกซื้อ พิจารณารอยตะปูที่ต่อกบนแผ่นทองเหลืองให้แข็งแรงตัวด้ามไม้ไม่มีรอยแตก มีตาไม้ เมื่อใช้ พิมพ์แล้วล้างให้สะอาดใช้ปรองทำความสะอาดให้ทั่ว ๆ อย่าให้มีเศษแป้งติดค้างผิงให้แห้งก่อนเก็บเข้า ที่

2.1.6.9 ที่กดขนมขี้หนู มีลักษณะเป็นกรอบไม้สี่เหลี่ยมตรงกลางเป็นตะแกรง ทองเหลือง หรือ สแตนเลสชนิดละเอียดหรือใช้ที่ร่อนแป้งที่มีตะแกรงชนิดละเอียดได้ การเลือกซื้อ พิจารณาระหว่างรอยต่อของไม้กับทองเหลืองให้แข็งแรงแน่นหนาเมื่อใช้งานแล้วล้างให้สะอาดใช้ปรอง ทำความสะอาดให้ทั่ว ๆ อย่าให้มีเศษแป้งติด ผิงให้แห้งๆ ก่อนเก็บเข้าที่

2.1.6.10 กระชอนกดลอดช่อง ใช้กะลาขนาดใหญ่ชุบให้สะอาดทั้งด้านในและนอก ขัด จนเป็นมันเจาะรูให้ทั่วพื้นที่ รูที่เจาะเป็นรูปกลมเกลี้ยงมีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1/2 ซม.เข้ากรอบไม้ โดยรอบมีที่วางพักไว้ กดแป้งลงในกระชอนกดด้วยทัพพีหรือกระบวยด้ามยาว ๆ ให้แป้งที่กวนได้ที่ แล้วไหลลงตามรูที่เจาะ ปัจจุบันมีที่กดเป็นอลูมิเนียมคล้ายที่กดสลิมแต่เจาะรูใหญ่ การทำความสะอาด ล้างด้วยน้ำธรรมดา ใช้ปรองถูทั้งด้านในและด้านนอกเช็ดและตากให้แห้ง

2.1.6.11 เตาขนมครก ปัจจุบันเตาขนมครกมีสองชนิด คือชนิดที่ทำด้วยดินเผาและ ชนิดที่ทำด้วยอลูมิเนียมมีฝาครอบชนิดที่เป็นดินก้อนที่จะนำมาใช้ต้องทำหลุมขนมครกให้เป็นมันลื่น

โดยการใช้ก้ามปูพรวนซูดที่คั่นแล้วทาในหลุมเผาให้ไหม้หลายๆ ครั้งจนหลุมเป็นมันจึงนำมาใช้ ถ้าเป็นซูดลูมิเนียมให้ใช้น้ำมันพืชมา การรักษาความสะอาด ใช้เตาแล้วซูดสิ่งสกปรกออก เช็ดด้วยน้ำมันพืชให้เก็บเข้าที่ให้เรียบร้อย

2.1.6.12 แหนบ มีทั้งชนิดที่ทำด้วยอะลูมิเนียมและทองเหลือง ปลายแหนบมีลวดลายใช้สำหรับหยิบแบ่งให้เป็นลวดลายมีหลายลายให้เลือกซื้อตามต้องการ แหนบชนิดทองเหลืองใช้ได้ทนทาน ควรเลือกกลายที่ไม่ละเอียดมากนัก เมื่อใช้หยิบแบ่งแล้วจะได้ลายชัดเจน ชนิดลูมิเนียมไม่แข็งแรงและไม่ทนทานใช้ได้เพียงชั่วคราวเท่านั้น การทำความสะอาดใช้แปรงถูที่ลายให้หมดคราบ เช็ดแล้วผึ่งให้แห้ง ใสในภาชนะที่เป็นกล่องเพราะเป็นของเล็กอาจหาย

2.2 ทฤษฎีการพัฒนาการของเด็ก

พัฒนาการของเด็กวัยต่าง จะมีความแตกต่างกัน ซึ่งนับได้ว่าเป็นลักษณะเฉพาะวัยที่สามารถจำแนกให้เห็นเป็นลักษณะเด่นประจำวัยได้ การกล่าวถึงพัฒนาการของเด็กในบทนี้ จะขอกกล่าวถึงพัฒนาการของเด็กในวัยเรียนเท่านั้น เพื่อเป็นพื้นฐานในการเข้าใจพฤติกรรมที่เป็นปกติธรรมดาของเด็กเหล่านั้น ดังนั้นจึงขอกกล่าวถึงพัฒนาการของเด็กวัยอนุบาล (ก่อนวัยเรียน) จนถึงวัยรุ่น ดังต่อไปนี้

2.2.1 พัฒนาการของเด็กก่อนวัยเข้าเรียน (Preschool Child : 3-5 ขวบ)

2.2.1.1 พัฒนาการทางกาย เด็กวัยนี้นับว่าเป็นเด็กวัยตอนต้นที่มีส่วนสูงและน้ำหนักเพิ่ม ขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่จะขยายออกทางส่วนสูงมากกว่าด้านข้างกล้ามเนื้อและกระดูกจะเริ่มแข็งแรงขึ้น แต่กล้ามเนื้อเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวยังเจริญไม่เต็มที่ การประสานงานของอวัยวะต่างๆ ยังไม่ดีพอ จากการศึกษาของกิเซล (Gesell) และคนอื่นๆ พบว่า เด็กอายุ 3-5 ขวบ มีพัฒนาการทางกายดังนี้

- มีการทรงตัวได้ดีขึ้น สามารถยืนขาเดียวได้นานขึ้น บางคนก็กระโดดขาเดียวได้ สามารถเดินบนกระดานแผ่นเดียวได้ เด็กอายุ 5 ขวบ สามารถยืนบนปลายเท้าได้นานพอสมควร
- สามารถขึ้นบันไดได้เอง
- วิ่งได้เร็วกว่าเดิม วิ่งเลี้ยวมุมได้ ควบคุมการวิ่งให้ช้าลงและเร็วขึ้นได้ และสามารถหยุดได้ทันที
- สามารถกระโดดได้ไกลๆ กระโดดให้ตัวลอยสูงได้ อายุ 5 ขวบ กระโดดโดยใช้เท้าที่ละข้างได้
- เดินและบริหารร่างกายได้ตามจังหวะดนตรี
- เดินและบริหารร่างกายได้ตามจังหวะดนตรี
- ถีบสามล้อเด็ก ๆ ได้
- ใช้ร่างกายบางส่วนโต้ตอบต่อสิ่งเร้า แทนการโต้ตอบทั้งร่างกายได้

- สามารถขว้างปาของได้

- ชอบทำกิจกรรมที่ใช้กล้ามเนื้อมาก เช่น วาดรูป ต่อภาพเด็กวัยนี้สามารถวาดรูปสามเหลี่ยม เขียนรูปวงกลมได้ดี เรียงแท่งไม้ที่เป็นวงกลมสี่เหลี่ยม และสามเหลี่ยมลงในกรอบไม้สามมุมได้

- เด็กวัยนี้ชอบช่วยพ่อแม่ทำงานบ้าน

2.2.1.2 พัฒนาการทางอารมณ์ เด็กวัย 3-5 ขวบ มักจะเป็นเด็กเจ้าอารมณ์ และจะแสดงอารมณ์ต่างๆ ออกมาอย่างเปิดเผยและมีอิสระเต็มที่เด็กวัยนี้มักมีความกลัวอย่างสุดขีด อิจฉาอย่างไม่มีเหตุผล โมโหง่าย การที่เด็กมีอารมณ์เช่นนี้อาจจะเป็นเพราะเด็กมีประสบการณ์กว้างขึ้น อารมณ์จึงเกิดขึ้นเพราะเงื่อนไขทางสังคม แต่สังคมภายในบ้านจนกระทั่ง ถึงสังคมภายนอกบ้านเด็กเคยได้รับแต่ความรักความเอาใจใส่จากพ่อแม่และผู้ที่อยู่ใกล้ชิด เมื่อต้องพบกับคนนอกบ้านซึ่งไม่สามารถเอาใจใส่เด็กได้เท่าคนในบ้าน และไม่สามารถที่จะเอาใจใส่ได้เหมือนเมื่อเด็กเล็กๆ อยู่ เด็กจึงรู้สึกขัดใจ เพราะคิดว่าตนเป็นคนที่มีความสามารถกว่าคนอื่น เด็กจะยกย่องบูชาตนเองและพยายามปรับตัว เพื่อต้องการให้เป็นที่รักและเป็นที่ยอมรับของบุคคลข้างเคียง การแสดงอารมณ์ในวัยนี้ มักจะใช้คำพูดแสดงอารมณ์ต่างๆ แทนการรุกรานด้วยกำลังกายเพราะพัฒนาการทางร่างกายยังไม่โตเต็มที่

เด็กแต่ละคนมีอารมณ์ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสุขภาพ การอบรมเลี้ยงดูจากพ่อแม่ และสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น เด็กที่เติบโตขึ้นจากสภาพแวดล้อมสงบเงียบ ได้รับความรักความเอาใจใส่ และการสนองความต้องการสม่ำเสมอ พ่อแม่มีอารมณ์คงเส้นคงวา เด็กจะเติบโตขึ้นเป็นคนที่มีความมั่นใจมากกว่าเด็กที่มีสภาพแวดล้อมที่ตรงกันข้าม อารมณ์ของเด็กก่อนวัยเรียนมีดังนี้

- ความกลัว ความกลัวของเด็กวัยนี้อาจเกิดจากสาเหตุหลายประการเช่น

- เกิดจากอารมณ์ดั้งเดิมของมนุษย์ หมายความว่า มนุษย์เราเกิดมาพร้อมกับอารมณ์กลัว ซึ่งมีลักษณะเป็นสัญชาตญาณ จุง (Jung) นักจิตวิทยาากลุ่มจิตวิเคราะห์เชื่อว่า อารมณ์ของคนสืบมาตั้งแต่บรรพบุรุษดั้งเดิม ตั้งแต่สมัยที่ยังเป็นลิง ส่วนชาร์ลส์ ดาร์วิน เชื่อว่า อารมณ์กลัวและอารมณ์อื่นๆ ได้รับการถ่ายทอดทางพันธุกรรม ความกลัวเช่นนี้ไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้ แต่เป็นความกลัวเฉพาะอย่าง เช่น กลัวผี กลัวฟ้าแลบ ฟ้าร้อง และฟ้าผ่า

- เนื่องจากสถิติปัญญาพัฒนาขึ้นมากกว่าวัยทารก จึงมีความกลัวมาก กว่าวัยทารก เพราะสามารถมองเห็นอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นกับตนเองได้ เช่น การกลัวที่สูง กลัวสัตว์ต่างๆ ฯลฯ

- เด็กวัยนี้มีจินตนาการกว้างขวางมาก ชอบคิดฝันถึงสิ่งต่างๆ โดยไม่มีเหตุผล จึงมักจะจินตนาการถึงอันตรายและสิ่งที่น่ากลัวที่อยู่ในความมืด เด็กจึงกลัวความมืด กลัวผี และสิ่งต่างๆ เด็กที่คิดว่าเป็นอันตราย

- ความกลัวเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับ เช่น กลัวเข็ม ฉีดยา เพราะเคยเจ็บปวดเพราะถูกฉีดยา กลัวสุนัข เพราะเคยถูกสุนัขกัด
- เกิดจากการเลียนแบบ หรือการเห็นแบบอย่าง จึงเป็นธรรมดาที่เด็กกลัว เพราะมีแม่หรือพี่เลี้ยงเป็นคนที่ขาดกลัว

วิธีการที่จะป้องกันและแก้ไขไม่ให้เด็กกลัว คือ ไม่ควรเอาสิ่งที่เด็กกลัวมาเหยย เพราะทำให้เด็กกลัวมากขึ้น วิธีการที่ดีคือ ต้องทำให้เด็กรู้ว่าเรายอมรับความกลัวของเด็ก และควรเปิดโอกาสให้เด็กได้แต่ต้องสิ่งที่ทำให้เด็กกลัวด้วยวิธีการที่ค่อยเป็นค่อยไป คือ ให้เด็กได้สังเกต และทำตามแบบอย่างพฤติกรรมที่กล้าหาญของผู้อื่น พร้อมทั้งให้เหตุผลและให้คำชมเชย เพื่อเด็กจะได้หายกลัวสิ่งนั้น

- ความโกรธ เด็กวัยนี้จะแสดงอารมณ์อย่างเปิดเผยตรงไปตรงมาจึงมีลักษณะที่รุนแรงและโต้ตอบสิ่งที่ทำให้โกรธ หรือผู้ที่ทำให้โกรธในทางตรงและมักจะเป็นไปในรูปของการทำลาย เช่น กระแทกเท้า ล้มตัวลงกลิ้งเกลือกกับพื้น แล้วแผดเสียงร้องเพื่อระบายอารมณ์ ขว้างปาสิ่งของ ฯลฯ เด็กวัย 3-5 ขวบ เริ่มรู้จักใช้คำพูดระบายอารมณ์โกรธแทนการรุกรานด้วยกำลังกายเพราะพัฒนาการทางกายยังไม่แข็งแรงพอ เด็กมักจะโกรธเมื่อถูกขัดใจ เพราะยังมีลักษณะถือตัวเองเป็นใหญ่อยู่บ้าง

- ความรัก ความสัมพันธ์ของพ่อแม่ และผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับเด็กที่มีมาตั้งแต่วัยทารก เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความรัก ความพอใจให้เกิดขึ้นแก่เด็กได้ ถ้าหากเด็กได้รับความรัก ความผูกพันที่จริงใจ เด็กจะกลายเป็นคนที่เกลียดชังโลก โดยปกติเด็กวัยนี้มีประสบการณ์น้อย ตลอดเวลาที่ผ่านมามักจะได้รับความรักจากผู้ที่อยู่ใกล้ชิดเป็นส่วนใหญ่ เด็กจึงมักจะมองโลกในแง่ดี มีความรักกว้างขวางเพื่อแผ่ไปยังสัตว์เลี้ยง และของเล่นที่ไม่มีชีวิตด้วยเด็กจะรักทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเขา โดยไม่มีการเลือกที่รักมักที่ชัง เด็กจะแสดงความรักโดยการเข้าไปอยู่ใกล้บุคคลที่ตนรัก เพื่อให้เขาเอาอกเอาใจ ยิ้มหัวเราะด้วย และในขณะเดียวกันเด็กก็รู้จักการประจบเอาใจผู้อื่นและจะทำตามคนที่ตนรัก แม้กระทั่งสัตว์เลี้ยง เด็กก็แสดงอารมณ์อย่างเปิดเผย เด็กวัยนี้จะรักแม่มากกว่าพ่อ เพราะเด็กรู้สึกว่แม่เป็นศูนย์รวมแห่งความรัก เด็กจะชอบอยู่ใกล้ชิดแม่ ติดตามแม่ไปทุกหนทุกแห่ง และชอบช่วยเหลือแม่ทำงานเสมอ

- ความอิจฉา ความอิจฉาเป็นอารมณ์ผสมระหว่างความโกรธความกลัวและการขาดความรัก ความอบอุ่นร่วมกัน ความอิจฉาเกิดจากพ่อแม่ซึ่งเคยให้ความรักแก่เด็ก แล้วเปลี่ยนไปให้ความรักแก่คนอื่น เช่น น้องที่เกิดใหม่ในวัย 2-5 ขวบ เมื่อเมื่อน้องใหม่ แม่และคนอื่นๆ จะหันไปสนใจน้องใหม่จนลืมเด็ก เมื่อความรักถูกเปลี่ยนมือเช่นนี้ เด็กก็ย่อมจะมีความรู้สึกอิจฉาเป็นธรรมดา เพราะเด็กรู้สึกว่ามีความรักไปจากตน เด็กจะแสดงความรู้สึกอิจฉาน้องด้วยการแกล้งน้อง ทูบตีน้อง บางคนก็เรียกร้องความสนใจให้กลับคืนมาด้วยการถอยหลังกลับไปเป็นเด็กทารกอีก เช่น ปัสสาวะรดที่นอน โยเย ขี้อ้อน กัดเล็บ ดุนิ้ว พ่อแม่อาจแก้ได้ด้วยการทำให้เด็กรู้ว่าน้องเป็นสมบัติ

ของเขา เขามีส่วนเป็นเจ้าของ และขณะเดียวกันพ่อแม่ก็ให้ความสนใจต่อเขาด้วย ปัญหานี้ก็จะค่อยๆ หมดไป เด็กบางคนคิดว่าพ่อแม่ไม่รักตนอีกแล้ว จึงพยายามทำให้แม่รัก โดยการเฝ้าดูน้องเพื่อไม่ให้ น้องหาย ถ้าน้องหายแม่อาจจะโทษตนว่าเป็นคนไม่ดี เด็กอาจจะอิจฉากระทั่งพ่อของตน เพราะการที่ เด็กอยู่ใกล้ชิดแม่มาตลอด ทำให้เด็กคิดว่าตนเป็นเจ้าของแม่แต่เพียงผู้เดียว ความอิจฉาในวัยเด็กเล็ก ๆ เช่นนี้ ถือว่าเป็นเรื่องธรรมดา แต่ไม่ควรจะปล่อยให้มีขึ้น เพราะอาจจะติดนิสัยไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ เพราะผู้ใหญ่ที่ขี้อิจฉามากชอบกัดกันผู้อื่นและไม่ให้ความร่วมมือถือว่าเป็นคนที่มีวุฒิภาวะอารมณ์ต่ำ ดังนั้นควรป้องกันไม่ให้เด็กมีอารมณ์อิจฉา เพราะการป้องกันง่ายกว่าการแก้ไข วิธีป้องกันต้องคำนึงถึง หลัก “ความเป็นเจ้าของ” เมื่อมีใครเข้ามาเป็นสมาชิกใหม่ในครอบครัว ควรมอบความเป็นเจ้าของให้ เด็ก และในขณะเดียวกันพ่อแม่ก็ต้องให้ความรักความสนใจเด็กให้เท่าเดิม เพราะเด็กเล็ก ๆ ต้องการ ความรักความสนใจจากพ่อแม่แต่เพียงผู้เดียว ต้องการสิทธิและความเป็นหนึ่งในครอบครัว จนกว่าเด็ก จะได้เรียนรู้การมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ถึงคนอื่น ถ้าหากปล่อยให้เด็กอิจฉาเมื่อโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่แล้วเขาก็ จะกลายเป็นผู้ใหญ่ที่ขี้อิจฉา ซึ่งมักจะเข้าไปในรูปของพฤติกรรมชอบนินทา พูดปด คุ้ยไม้ ฯลฯ

- ความสนใจและความอยากรู้อยากเห็น แม้เด็กวัยนี้จะมี好奇心ในระยะเวลาอัน สั้น 10-15 นาที แต่เด็กมีความอยากรู้อยากเห็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวเขา เด็กจึงชอบซักถามบ่อย ๆ เช่น “นั่นอะไร ?” ฯลฯ พ่อแม่ต้องเข้าใจและใจเย็น อธิบายถึงสิ่งต่าง ด้วยภาษาง่าย ๆ ไม่ควรพูด ตัดบทหรือดูว่าจนเด็กไม่กล้าถาม เด็กส่วนใหญ่ที่มีความอยากรู้อยากเห็น มักจะเข้าไปในรูป พฤติกรรมรื้อและทำลายเหมือนเด็กชน คือ มือจะอยู่ไม่นิ่งชอบจับนั่นฉวยนี้ รื้อสิ่งของออกเป็นชิ้นเล็ก ชิ้นน้อย เช่น เด็กจะรื้อนาฬิกาออกดูว่าข้างในมีอะไรทำให้เกิดเสียง “ติกตอก ติกตอก” ผู้ใหญ่ที่ไม่ เข้าใจจะโกรธและดุเด็กว่า “ชน” มืออยู่ไม่สุข” เสมอ ๆ

2.2.1.3 พัฒนาการทางสังคม คำว่าสังคมในที่นี้ หมายถึงการติดต่อสัมพันธ์ ผูกพัน และการมีชีวิตร่วมกัน

เด็กวัยตอนต้นหรือวัยก่อนเข้าเรียน ได้เรียนรู้เข้าใจและใช้ภาษาได้ดีขึ้น พ่อแม่และผู้ ที่ อยู่ใกล้ชิดตลอดจนครูที่อยู่ในชั้นอนุบาลได้อบรมสั่งสอนเพื่อให้เด็กเข้าใจถึงวัฒนธรรม ค่านิยม และ ศีลธรรมทีละน้อย โดยเริ่มจากสิ่งที่ยาก เช่น การพูดจาสุภาพ การเคารพกราบไหว้ ฯลฯ เพื่อให้เด็ก เติบโตเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม ดังนั้นเมื่อเข้าไปอยู่ในโรงเรียนอนุบาลจะรู้จักคบเพื่อน รู้จักการผ่อน ปรน รู้จักอดทนในบางโอกาส รู้จักการให้และการรับ

พียาเจท์ (Piaget) นักจิตวิทยาากลุ่มที่เน้นความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) กล่าวว่า เด็ก 3-5 ขวบ เรียนรู้พฤติกรรมทางสังคมจากเพื่อนในโรงเรียนอนุบาลหรือเพื่อนบ้านวัยเดียวกัน แต่เด็กวัย นี้ยังเข้าใจถึงความถูกต้องและความผิดไม่ลึกซึ้งนัก ลักษณะทางสังคมของเด็กวัยนี้ มีดังนี้

- เด็กวัยนี้จะมีเพื่อนน้อย และมักจะเปลี่ยนเพื่อนเสมอ เพราะสังคมของเด็กวัยอนุบาล ไม่แน่นอน และกลุ่มเพื่อนก็มักจะเป็นกลุ่มเด็กเล็ก ๆ 2-3 คน

- เด็ก 3 ขวบ จะรู้จักเสียสละของบางอย่าง เพื่อให้ได้สิ่งอื่นที่ตนพอใจมาแทน
- เด็กวัยนี้จะเล่นรวมกันทั้งสองเพศอย่างสนุกสนาน แต่ก็มีเด็กบางคนหรือบางกลุ่มที่เล่นแยกพวก ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากสาเหตุที่เด็กผู้ชายชอบแกล้งและรังแกเด็กผู้หญิง
- เด็กวัยนี้แม้จะมีการทะเลาะกันบ่อย แต่เด็กจะคืนดีกันในระยะเวลาต่อมา เพราะเด็กลืมน่าย พ่อแม่หรือครูไม่ควรเข้าไปเกี่ยวข้อง นอกจากการทะเลาะนั้นรุนแรงเกินไป
- เด็กวัย 4 ขวบ จะช่างพูด ชอบอ้างหลักฐาน ชอบพูดยกตน ช่มช่า เช่น “ผมวิ่งเก่งกว่าเธอ” “ผมทำสำเร็จก่อนเธอ” ฯลฯ
- เด็กวัย 5 ขวบ จะทำสิ่งง่าย ๆ ได้ตามความสามารถ ทำตามผู้ใหญ่ได้ง่าย ไม่ดื้อดึง และมีความรับผิดชอบมากขึ้น สามารถปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคมได้ มีความละเอียดใจ และการเข้าใจถึงการเสียสละ
- เด็กวัยนี้จะสนุกสนานอยู่กับการเล่นละคร เพราะเด็กวัยนี้มีจินตนาการกว้าง ขวาง เรื่องที่เล่นอาจคิดขึ้นเองง่าย หรือเลียนแบบโทรทัศน์ ผู้ปกครองควรเอาใจใส่เด็กดูรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสม

ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้เด็กวัยนี้ได้พัฒนาในเรื่องการยอมรับการแยกตัวจากพ่อแม่ ฝึกให้มีความเชื่อมั่นเมื่ออยู่กับคนอื่น ให้เด็กเข้าใจระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ ฝึกให้รู้จักการแบ่งปันและการพลัดเปลี่ยนกัน และรู้จักอดใจรอโอกาสอันควร

2.2.2 พัฒนาการทางสติปัญญา

2.2.2.1 เด็กวัยนี้มีความสามารถในการใช้ภาษาได้ดี เด็กจะเรียนรู้ศัพท์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉลี่ยเด็กอายุ 3 ขวบ จะรู้จักศัพท์ประมาณ 3,000 คำ และเด็กสามารถใช้คำ วลี และประโยคในการแสดงบทบาทตามแบบอย่างโทรทัศน์ได้ รู้จักใช้ท่าทางประกอบคำพูด เด็ก 4 ขวบ ช่างซักถามมักจะมีคำถามว่า “ทำไม” “อย่างไร” แต่ก็ไม่สนใจคำตอบและคำอธิบายคำพูด ของเด็กวัยนี้สามารถพูดประโยคยาว ๆ ที่ต่อเนื่องกันได้ สามารถเล่านิทานสั้น ๆ ให้จบได้ และมักจะเอาเรื่องจริงปนเรื่องสมมติ สำหรับเด็กวัย 5 ขวบ พัฒนาการทางภาษาสูงมาก เด็กสามารถตอบคำถามตรงเป้าหมาย ชัดเจนและสั้น การซักถามน้อยลง แต่จะสนใจเฉพาะเรื่องไป ควรจัดให้เด็กได้มีโอกาสพูดให้เพื่อนฟัง เพื่อนก็ต้องเป็นผู้ฟังที่ดีด้วย และควรหมั่นเวียนกันออกมาพูดทุกคน

2.2.2.2 การจินตนาการและการสร้างเรื่องจะพบมากในเด็กวัยนี้ จึงเป็นโอกาสเหมาะ ที่ควรจะได้สนับสนุน และส่งเสริมจินตนาการของเด็กให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ โดยอาศัยนิทาน บทละคร และภาพวาดต่างๆ มีเด็กบางคนที่มีจินตนาการมากเกินไปจนไม่รู้ว่าจะอะไรคือเรื่องจริง และอะไรคือเรื่องที่แต่งขึ้นครูจึงควรระวังในเรื่องเช่นนี้เช่นกัน

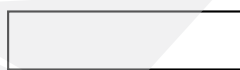
วิธีการส่งเสริมให้เด็กมีจินตนาการต่อไป คือ การกระตุ้นให้กำลังใจให้เด็กเล่าต่อไป และให้คำชมหรือรางวัลเมื่อเด็กเล่าจบ ควรจัดหาเวลาพิเศษ หรือโอกาสพิเศษ เช่น “ชั่วโมงเล่านิทาน” “วันนิทานสุดสัปดาห์” ฯลฯ

2.2.2.3 เด็กวัยนี้ไม่มีพัฒนาการเกี่ยวกับการจัดประเภทสิ่งของเป็นหมวดหมู่ ไม่มีพัฒนาการในเรื่องความคงตัว ในเรื่องขนาด น้ำหนัก และปริมาตร เช่น ทดลองรินน้ำจำนวนเท่ากันใส่ลงในแก้ว 2 ใบ ใบหนึ่งมีลักษณะเรียวยาว อีกใบหนึ่งใหญ่และเตี้ย แล้วถามเด็กว่า น้ำในแก้วไหนมากกว่ากัน เด็กจะตอบว่า น้ำในแก้วใบเรียวยาวมากกว่า เพราะเด็กเห็นว่าระดับน้ำสูงกว่า ที่เป็นดังนี้เพราะความคิดความเข้าใจของเด็กขึ้นอยู่กับความรู้สึกหรือสิ่งที่เห็นด้วยตา หรือทดลองโดยการวางแท่งไม้ ก และ ข. ซึ่งยาวเท่ากัน แล้วถามเด็กว่า แท่งไม้ ก. และแท่งไม้ ข. ในรูปที่ 2.3 ข. ยาวเท่ากันหรือไม่ เด็กจะตอบว่า “ไม่เท่ากัน” และจะบอกว่า “แท่งไม้” ข. ยาวกว่าทั้งนี้เป็นเพราะเด็กไม่มีความเข้าใจ ยังไม่มีเหตุผลประเมินค่าสิ่งต่างๆ ตามที่เห็นด้วยตาเท่านั้น

ภาพที่ 2.1: ก. แท่งไม้ขนานกัน ข. เลื่อนแท่งไม้ ข. ไปทางขวา



ก.



ข.

ค.

ง.

2.2.3 พัฒนาการของเด็กวัยตอนกลาง (Middle Childhood: 6-12 ขวบ)

เด็กวัย 6-12 ขวบ เป็นวัยที่มีพัฒนาการสำคัญมากเป็น “วัยสงบ ราบเรียบ” ที่อยู่ระหว่าง “วัยยุ่งยาก” ของเด็กวัยก่อนเข้าเรียน กับ “วัยบ๊วคลั่ง” ของวัยรุ่น เป็นวัยที่มีความพร้อมมากขึ้นเด็กเริ่มเรียนรู้อย่างมีระบบและสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและกว้างขวางเท่าเดิม นับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเพราะเด็กเริ่มออกสู่สังคมนอกบ้าน ต้องปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธที่ทำให้เด็กอยากรวมกลุ่มกับเพื่อนรุ่นราวคราวเดียวกัน นักจิตวิทยาากลุ่มจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis) เรียกวัยนี้ว่า “วัยที่สนใจอวัยวะเพศ” (Phallic Stage) กับ “วัยก่อนเข้าสู่วัยรุ่น” (Latency Stage) ซึ่งรวมอยู่ในช่วงอายุ 6-12 ขวบ เด็กจะสนใจเรื่องเพศ วัยเด็กตอนกลางนี้เริ่มจากฟันน้ำนมหัก และสิ้นสุดลงที่ฟันแท้ขึ้น ดังนั้นจึงเรียกวัยนี้ว่า “วัยฟันน้ำนมหลุด” (Age of the

Loose of Tooth) เป็นช่วงเวลาที่ความพ้อฝันของเด็กเริ่มเข้าสู่ความจริง เด็กวัยนี้เป็นวัยที่ยากแก่การเข้าใจ เหตุผลที่เด็กวัยนี้ยากแก่การเข้าใจ คือ

- 1) เด็กวัยนี้ชอบจับกลุ่มเพื่อนรุ่นราวคราวเดียวกัน โดยไม่สนใจพ่อแม่
- 2) เด็กยกย่องเพื่อนร่วมชั้นมากกว่าพ่อแม่และผู้ใหญ่ เพราะเด็กวัยนี้มักจะคิดว่าผู้ใหญ่เป็นคนเจ้าเล่ห์ หลอกลวงและโกหก

3) บางทีเด็กก็ก้าวร้าว บางทีก็เงียบเรียบร้อยต่อผู้ใหญ่ เด็กจะจับกลุ่มกับเพื่อนอย่างเหนียวแน่น และเป็นกลุ่มที่ลับ แม้กลุ่มจะรวมตัวกันได้ไม่นาน แต่จะมีคำปฏิญาณ และคำสัญญาที่เขียนด้วยเลือดหรือหมึกสีแดง

พัฒนาการทางกาย เด็กวัย 6-12 ขวบ มีพัฒนาการทางกายแตกต่างกัน ดังนี้

วัย 6 ขวบ มีอัตราการเจริญเติบโตช้าลงแต่สม่ำเสมอ กระดูกมือยังไม่แข็งแรง ฟันน้ำนมจะหลุด ฟันแท้ขึ้นมาแทน มักจะติดโรคง่ายกว่าวัย 5 ขวบ ระบบประสาทเปลี่ยนแปลงไปด้วย ทำอะไรมักสุดโต่งไปทางใดทางหนึ่ง

วัย 7 ขวบ ชอบออกกำลังกายและเล่นกีฬากลางแจ้ง การใช้สายตาจะสัมพันธ์กับมือมากขึ้น มีสมาธิในการทำงานมากขึ้น สามารถช่วยตัวเองในการอาบน้ำ แต่งตัวได้ดีขึ้น

วัย 8 ขวบ เด็กวัยนี้กินจุ กินอาหารแปลก ๆ ได้ทุกชนิด กินอาหารได้เอง แต่ไม่ค่อยเรียบร้อย พ่อแม่ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด วัยนี้สามารถควบคุมการขับถ่ายได้ดี แต่งตัวได้เอง แต่พ่อแม่ก็ยังช่วยเหลืออยู่บ้าง เด็กวัย 8 ขวบ มีลักษณะตรงกันข้ามกับวัย 7 ขวบ คือจะต่อสู้กับทุกอย่างแม้มีอุปสรรค เด็กวัยนี้จึงชอบการต่อสู้และการแสดงที่โหดโผน

วัย 9 ขวบ ร่างกายแข็งแรงมากขึ้น ทำอะไรช้า ๆ โดยไม่รู้จักรอคอย เห็นน้อย วัยนี้เด็กผู้ชายชอบการต่อสู้ การกินอาหารมีระเบียบมากขึ้น โดยการเลียนแบบผู้ใหญ่ แต่ไม่ค่อยพิถีพิถันในการแต่งตัว เสื้อผ้าที่ใช้แล้วมักทิ้งไว้เกลื่อนห้องเสมอ แต่เด็กวัยทำงานรวดเร็ว ว่องไว รู้จักจัดเวลาอะไรควรทำก่อนหรือหลัง

วัย 10-12 ขวบ เป็นระยะพัฒนาการที่กว้าง เด็กบางคนอยู่ระหว่างวัยเด็กกับวัยรุ่นเรียกว่า “ก่อนวัยรุ่น” (Puberty) วัยนี้เด็กผู้หญิงมีพัฒนาการเร็วกว่าเด็กผู้ชาย การเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ ของร่างกายจะมีการประสานกันดีขึ้น จะเห็นจากการเล่นเกมต่างๆ เด็กวัยนี้จึงสามารถเล่นกีฬา และเกมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ลักษณะการเล่นของเด็กวัย 6-12 ขวบ การเล่นของเด็กเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสนุกสนานโดยไม่คำนึงถึงผลตอบแทน การเล่นจึงเกิดจากความสมัครใจ ลักษณะการเล่นของเด็กมีลักษณะดังนี้

- 1) การเล่นเป็นการระบายพลังที่เหลือ เพราะเด็กไม่ต้องทำงานหนักไม่ต้องใช้สมอง
- 2) การเล่นเป็นการหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน

3) เด็กเล่นเลียนแบบพฤติกรรมของผู้ใหญ่ เช่น เล่นตุ๊กตา โดยสมมติให้ตุ๊กตาเป็นลูกตนเองเป็นแม่ หรือการเล่นหุงข้าว ต้มแกง เป็นต้น

4) การเล่นของเด็กวัยนี้มักแสดงออกถึงความรู้สึก ประสบการณ์อารมณ์ต่างๆ เช่น ความคับข้องใจ ความโกรธ ความสงสัย ความต้องการ ฯลฯ ลักษณะการเล่นทั่วๆ ไป จะเล่นเป็นกลุ่มใหญ่

ลักษณะการเล่นโดยทั่ว ๆ ไป เด็กจะเล่นอย่างไรขึ้นอยู่กับวัยถ้าวัยต่างกัน การเล่นก็ต่างกันออกไป ดังนี้

1) การเล่นที่เป็นไปตามธรรมชาติ เป็นการเล่นที่ไม่มีกฎเกณฑ์มักเล่นคนเดียวมากกว่าการเล่นเป็นกลุ่ม เด็กจะเล่นตามใจตนเอง เมื่อเบื่อก็เลิกไปมักเป็นการเล่นของเด็กวัยก่อนเข้าเรียน เช่น การเล่นตุ๊กตา แม้ว่าตุ๊กตาจะไม่มี ความหมายสำหรับเขา แต่เด็กจะสำรวจตุ๊กตาโดยดึงทิ้งออกจากกัน แล้วนำมาประกอบใหม่ แต่กล้ามเนื้อยังไม่แข็งแรงพอ เด็กวัยนี้จึงมักทำสิ่งต่างๆ เสียหาย เสมอ

2) การเล่นแบบสมมติ โดยมากเด็กที่ปรับตัวไม่ค่อยได้มักเล่นสมมติมากกว่าเด็กที่ปรับตัวได้ดี การเล่นสมมติจึงสะท้อนให้เห็นถึงจิตใจ อารมณ์และความต้องการ ตลอดจนถึงวัฒนธรรมของสังคมที่เด็กอาศัยอยู่ เช่น เด็กที่พ่อแม่เกลียดชังไม่ต้องการตน จะสมมติตุ๊กตาเป็นพ่อแม่ แล้วแสดงอาการก้าวร้าวทำลายตุ๊กตานั่นเพื่อระบายความคับแค้นใจ สำหรับเด็กที่ชอบเป็นตำรวจและต้องการเป็นตำรวจก็จะสมมติตัวเองเป็นตำรวจถือปืนต่อสู้กับผู้ร้าย การเล่นสมมติมักเล่นเกี่ยวกับชีวิตในบ้าน การเดินทาง การสมมติตัวเองเป็นบุคคลต่างๆ ในนวนิยาย ในโทรทัศน์และภาพยนตร์ การเล่นสมมติมีประโยชน์มาก เป็นการฝึกให้เด็กคิดอย่างเสรีเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นจริงทั้งหลาย เพราะเด็กขาดประสบการณ์และการเล่นสมมติยังช่วยให้เด็กได้ผ่อนคลายความตึงเครียดได้ด้วย การเล่นสมมติเป็นการคิดฝันของเด็ก ถ้าเด็กเพ้อฝันมากเกินไปจะทำให้เด็กหลุดออกไปจากโลกของความเป็นจริง และจะทำให้เกิดความสับสนระหว่าง “ข้อเท็จจริง” (Facts) กับ “ความเพ้อฝัน” (Fantasy) ผู้ใหญ่ควรค่อยๆ ให้เหตุผล แต่มีใช้ขัดขวางหรือห้ามปราม

3) การเล่นแบบสร้างสรรค์ เช่น การเอาไม้มาประกอบเป็นรูปต่างๆ การวาดภาพต่างๆ การวาดเป็นการแสดงออกซึ่งอารมณ์ ความต้องการและสิ่งที่เด็กคิดในขณะนั้น เด็กวัย 5-8 ขวบ จะวาดรูปคนที่เป็นเพศเดียวกับตนมากกว่าเด็กวัย 11 ขวบ เพราะเด็กวัย 11 ขวบ เริ่มแยกเพศได้แล้ว

ดังนั้น การจะเข้าใจต้องสังเกตจากการเล่น แต่โดยปกติแล้วผู้ใหญ่มักไม่สนใจการเล่นของเด็ก เพราะถือว่าเป็นเรื่องไร้สาระ และถือว่าวัยเด็กก็ชอบเล่นเป็นธรรมดา เด็กมักจะเล่นในลักษณะของการระบายอารมณ์ความต้องการกลับหลังผู้ใหญ่ เช่น เล่นผัวเมีย เป็นทหาร ตำรวจ และการเล่นที่แสดงออกซึ่งความไม่พอใจต่างๆ

2. พัฒนาการทางอารมณ์ เด็กวัยนี้ทำอะไรก็จะมีอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่มีความอดทนขาดความสามารถในการทำตามความต้องการของผู้อื่น ถ้อยตนเองเป็นศูนย์กลาง วัย 6 ขวบ จะมี

อารมณ์กลัวและวิตกกังวล คือ กลัวความมืด ฟ้าร้อง ฟ้ายแลบ หมด และความเจ็บปวด และมีความวิตกกังวลว่าพ่อแม่จะไม่รัก รู้สึกอิจฉาน้องที่เกิดใหม่ กลัวความแตกแยกในครอบครัว กลัวความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เช่น เมื่อเด็กออกจากบ้านไปเด็กกลัวว่าเมื่อกลับมาแล้วจะไม่พบใคร นอกจากนี้เด็กจะมีความละอายเมื่อทำผิด เด็กวัยนี้ชอบหนีและโหมกเพราะกลัวถูกลงโทษ และไม่รู้จักรักษาสัญญาเพราะขาดความอดทน มักอยากได้สิ่งต่างๆ มาเป็นของตน แต่ไม่รู้จักเลือกสิ่งที่ดีที่สุดเมื่อได้แล้วก็เก็บรักษาไม่เป็น ๘ มักจะทิ้งขว้าง เด็กวัย 7 ขวบจะชอบเล่าเรื่องเพื่อฝึนยังแสดงออกซึ่งความก้าวร้าวต่อบางสิ่งบางอย่างที่เด็กแสดงออกไม่ได้โดยตรงและมักเล่าเรื่องต่างๆ เกินจริงเสมอ เช่น “ฉันเห็นคนอ้วนเท่าบ้าน” “ฉันรักเธอเท่าฟ้า” การเล่าเรื่องเพื่อฝึนนอกจากจะแสดงให้เห็นจินตนาการแล้วยังแสดงให้เห็นความต้องการความใหญ่โต แข็งแรง มีอำนาจและความเป็นอิสระเนื่องจากเด็กวัยนี้มีความกลัวความล้มเหลวจากการต่อสู้ กลัวการไม่ยอมรับจากเพื่อน ซึ่งอีริกสัน (Erikson) เรียกพัฒนาการวัยนี้ว่า “พัฒนาการความอยากเด่น หรือความรู้สึกด้อย (Industry VS. Inferiority) ถ้าเด็กทำอะไร แล้วประสบความสำเร็จจะรู้สึกมั่นใจ แต่ถ้าล้มเหลวจะรู้สึกมีปมด้อย

เมื่อมีความกดดันหรือมีความตึงเครียด เด็กจะแสดงอารมณ์ออกทางสีหน้าจนเห็นได้ชัด โดยเฉพาะเมื่อถูกบังคับให้ทำงานที่ตนไม่ชอบ หรือเมื่อพ่อแม่เปรียบเทียบเด็กกับผู้อื่นทำให้เกิดการต่อต้านและท้าทายได้ เด็กวัย 9 ขวบ จะวิตกกังวลเกี่ยวกับไผ่ผัว ผมหยิก ผมหยียด เพราะขัดกับสิ่งที่เขาต้องการจะเป็น เด็กวัยนี้อาจจะเป็นพระเอก นางเอก หรือดารา หรือผู้ที่เด่นในสังคม วัย 10-12 ขวบ จะเริ่มวิตกเกี่ยวกับเรื่องเพศ เพราะเด็กโตพอที่จะหาคำตอบได้ว่า ทำไมคนจึงต้องมีความผูกพันเกี่ยวข้องกัน เด็กจะสนใจปัญหาทางเพศมากกว่าเรื่องอื่นๆ และต้องการความรักในการพัฒนาและเจริญเติบโต

3. พัฒนาการทางสังคม เนื่องจากเด็กวัย 6-12 ขวบจะมีอิสระและรับผิดชอบน้อยกว่าวัยรุ่นและวัยอื่นๆ เด็กวัยนี้อาจเติบโตเป็นวัยรุ่น ทำอะไรก็จะเลียนแบบวัยรุ่น ถ้าพ่อแม่คาดหวังให้เด็กวัยนี้ทำตามทีพ่อแม่ต้องการหรือให้เด็กรับผิดชอบงานหนักในเวลาจำกัด เด็กก็จะหนีไปอยู่กับเพื่อน เข้ากลุ่มเพื่อนและใช้เวลาอยู่กับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ประกอบกับเด็กวัยนี้ต้องการเป็นสมาชิกของกลุ่มแก๊งและสมาคมของเพื่อนรุ่นราวคราวเดียวกันมาก เด็กจะเล่นเป็นกลุ่มใหญ่ และเปลี่ยนหัวหน้ากลุ่มบ่อย ๆ การเล่นจะเป็นแบบเพื่อฝึนมากกว่าการเล่นแบบแข่งขัน เช่น “เล่นตำรวจจับผู้ร้าย” การที่เด็กเข้ากลุ่มเพื่อนเพราะเด็กต้องการให้เพื่อนยอมรับเด็กต้องการให้เพื่อนยอมรับ เด็กจึงพยายามทำตามกฎเกณฑ์ของกลุ่ม เด็กจะซื่อสัตย์ต่อกลุ่ม ทำตามคำแนะนำของกลุ่มได้ ถ้าเด็กคนใดถูกเนรเทศออกจากกลุ่มก็จะกลายเป็นคนเจ็บขริบ เก็บตัว เด็กวัยนี้เด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงจะไม่เล่นรวมกันเป็นอันขาด การอยู่ในกลุ่มเพื่อนทำให้เด็กเรียนรู้คำว่า “พวกเรา” (In-group) และ “พวกเขา” (Out-group) การเป็นผู้นำ การเป็นผู้ตามที่ดี เรียนรู้กฎของสังคมโดยไม่รู้ตัว นอกจากนี้ทำให้เด็กเรียนรู้วิถีชีวิต และมาตรฐานของสังคมด้วย ทำให้เด็กมีประสบการณ์ทางสังคมมากขึ้น ทำให้สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี

ขึ้น เมื่ออยู่ในโรงเรียนเด็กยอมรับกฎเกณฑ์ของโรงเรียนได้มากขึ้น ด้านการติดต่อสัมพันธ์กับครู เด็กเริ่มเลียนแบบการแต่งกาย กิริยาท่าทางของครู เอาใจครู โดยการทำงานให้เพราะรู้ว่าครูมิใช่ตัวแทนของพ่อแม่อีกต่อไป เด็กอาจจะคิดว่าครูเป็นอะไรของเขาก็ได้ เช่น เป็นเพื่อน เป็นพี่ ฯลฯ บ่อยครั้งที่เด็กคิดว่าครูคือเพื่อนที่เข้าใจเขามากที่สุด บางทีเด็กเรียกร้องความสนใจจากครูโดยช่วยเหลือครูทำงาน แต่บางครั้งก็เรียกร้องความสนใจทางลบ เช่น ผีวปาก ขว้างปาสิ่งของ ฯลฯ เด็กวัยนี้เริ่มมองเห็นความแตกต่างระหว่างโลกของเด็กและโลกของผู้ใหญ่ ถ้าเด็กรู้ว่าผู้ใหญ่ใช้อำนาจกับตน เด็กจะต่อต้าน ดื้อดึงแต่จะเชื่อเพื่อนมากกว่าผู้ใหญ่

4. พัฒนาการทางสติปัญญา พือาเจท์ (Piaget) นักจิตวิทยากลุ่มที่เน้น “ความรู้ความเข้าใจ” (Cognitive) จัดเด็กวัย 7-11 ขวบ อยู่ในขั้นพัฒนาการ “ขั้นรูปธรรม” (Concrete Operation) คือ เด็กสามารถคิดได้อย่างมีเหตุผล รู้จักการแก้ปัญหาในสิ่งที่เป็นรูปธรรมได้ เข้าใจในเรื่องความคงตัวการคิดย้อนกลับ รู้จักแบ่งหมวดหมู่อย่างมีกฎเกณฑ์ สามารถมองเห็นสิ่งต่างๆ ได้สองลักษณะในเวลาเดียวกัน (Decent ration) เช่น สามารถคิดถึงปริมาตร และน้ำหนักในเวลาเดียวกันได้ (พรณี ชูทัย, 2522, หน้า 59)

เด็กวัยนี้มีความอยากรู้อยากเห็นมาก เมื่อพบอะไรจะจับต้อง รื้อถอนเสมอ นอกจากนี้ยังมีความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับการเกิด การผสมพันธุ์ มักชอบเปรียบเทียบอวัยวะเพศของตนกับของเพื่อน เด็กผู้ชายที่มีอวัยวะเพศเล็กกว่าของเพื่อนจะรู้สึกมีปมด้อยและไม่กล้าให้ผู้อื่นเห็นไม่ว่าเวลาใด และจะมีความวิตกกังวลจนกลายเป็นเด็กที่แยกตัวออกจากสังคมได้ เด็กวัย 8 ขวบ สามารถย้อนระลึกถึงอดีตได้ สังเกตได้จากคำพูดที่ว่า “เมื่อฉันเป็นเด็กเล็ก ๆ” เด็กจะสนใจสถานที่ไกล ๆ คนต่างชาติ และเริ่มเรียนรู้ว่าในโลกกว้างมีอีกหลายอย่างที่เขาไม่รู้ เริ่มมองเห็นความแตกต่างระหว่างบ้านตนกับบ้านของเพื่อนและยอมรับทัศนคติของพ่อแม่ที่มีต่อสิ่งต่างๆ เด็กวัยนี้จะรับผิดชอบและซื่อสัตย์ในการทำงาน วัยนี้สามารถอ่านหนังสือได้เข้าใจ จะอ่านหนังสือเพื่อความสนุกสนาน

พัฒนาการทางจริยธรรม พือาเจท์ กล่าวว่า พัฒนาการทางจริยธรรมเกี่ยวข้องกับสติปัญญา ด้วย วัย 6-12 ขวบ เริ่มเข้าใจกฎเกณฑ์ต่างๆ ว่า สามารถยืดหยุ่นได้ ดังนั้นจริยธรรมของเด็กวัยนี้จึงเป็นจริยธรรมที่สัมพันธ์กับสภาพการณ์ (Moral Relativism) เด็กวัยนี้เริ่มมีเหตุผลว่า การกระทำบางอย่างอาจจะมาจากแรงจูงใจ กฎเกณฑ์บางอย่างจึงต้องมีข้อยกเว้น

ในทัศนะของ Kohlberg (1976) นักจิตวิทยาที่ใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมวัดระดับจริยธรรม กล่าวว่าเด็กวัย 6-12 ขวบ พัฒนาจริยธรรมในระดับก่อนกฎเกณฑ์ คือ เด็กจะเลือกทำในสิ่งที่เด็กคิดว่าจะเป็นประโยชน์แก่ตน จะหลบหลีกการลงโทษเพราะกลัวความเจ็บปวด เด็กวัยนี้จึงยอมรับคำสั่งของผู้ใหญ่เพราะคิดว่าผู้ใหญ่มีอำนาจเหนือตน นอกจากนี้ยังทำสิ่งต่างๆ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทน การกระทำที่ถูกต้องคือ การกระทำที่ตนพอใจเท่านั้น ความยุติธรรมคือการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน

กล่าวโดยสรุปว่า เด็กวัย 6-12 ขวบ ยังมีประสบการณ์น้อย จึงมีปัญหาในการปรับตัวมาก บางครั้งเด็กก็สามารถแก้ปัญหาได้ แต่บางครั้งก็แก้ปัญหาไม่ได้ จึงพยายามหลีกเลี่ยงปัญหาโดยใช้ “กลวิธีป้องกันตนเอง” (Defense mechanism) ปัญหาดังกล่าวเป็นสภาพการณ์ที่ก่อให้เกิด ภาวการณ์ที่เป็นปัญหาทางจิตใจดังนี้

ความวิตกกังวล (Anxiety) เป็นความรู้สึกที่ฝังลึกอยู่ภายใน และเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้น โดยไม่รู้ตัว เช่น เด็กที่โกรธพ่อแม่ แต่ก็เชื่อว่าความโกรธต่อพ่อแม่เป็นสิ่งไม่ดี จึงเก็บกดอารมณ์นั้นไว้ เมื่อเก็บไว้นานๆ เด็กจะหาทางแสดงความโกรธกับคนอื่นๆ เพื่อลดความวิตกกังวล

ความข้องคับใจ (Frustration) จะเกิดขึ้นเมื่อเด็กถูกขัดขวางไม่ให้ไปถึงเป้าหมาย โดยปกติ เด็กจะแสดงอารมณ์ออกอย่างเสรี เมื่อมีคนมาขัดขวางความต้องการ เด็กจะหาทางเอาชนะด้วยการ แสดงอารมณ์ที่รุนแรงออกมา ถ้าหากยังไม่ได้ตั้งใจอีกหลายครั้งหลายหน เด็กจะกลายเป็นคนแยกตัว และหนีสังคมไปก็ได้

ความขัดแย้งในใจ (Conflict) เมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้น จะทำให้เด็กตัดสินใจไม่ได้ เช่น เด็ก ต้องการที่จะไปกินอาหารกับลุง แต่ก็ต้องการฟังเสียง ป้าบน จึงไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าจะทำ อย่างไรความขัดแย้งในใจจะเกิดขึ้นใน 3 ลักษณะ

1) ความขัดแย้งในใจเกิดเมื่อมีบุคคลมีความพอใจของ 2 อย่างในเวลาเดียวกัน เช่น เด็กต้องการไปเรียนหนังสือ แต่ไม่อยากจากพ่อแม่ไป

2) ความขัดแย้งในใจเกิดเมื่อพบกับสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา 2 อย่างในเวลาเดียวกัน และ ยอมรับสภาพนั้นไม่ได้ เมื่อเด็กเผชิญปัญหาเช่นนี้ เด็กจะหาทางหนี ถ้าหนีไม่พ้นจะเกิดความข้องคับใจ

3) ความขัดแย้งในใจเกิดขึ้นเมื่อพบกับสิ่งที่น่าพอใจและไม่น่าพอใจในจุดหมาย เดียวกัน เช่น เด็กกลัวในเรื่องเพศ และคิดว่าเป็นเรื่องลามก แต่ในขณะเดียวกันเขาก็มีความต้องการ ทางเพศ

เมื่อเด็กเผชิญปัญหาดังกล่าว เด็กจะเกิดความข้องคับใจ และหาทางปรับตัวโดยใช้กลวิธี ป้องกันตัวต่างๆ ดังนี้

1) การถอยหนี (Withdrawal) เป็นวิธีการขจัดความข้องคับใจได้ดี วิธีหนึ่ง เช่น เด็กที่ พ่อแม่บังคับให้เล่นเปียโน เด็กอาจจะหนีเข้าป่าไปกับลูกหมาก็ได้ เป็นการปฏิเสธที่จะพบกับปัญหา วิธี นี้เป็นวิธีการปรับตัวทางบวก ดังนั้นถ้าเด็กถูกครุบังคับให้ทำสิ่งที่เด็กไม่ชอบเด็กจะหนีโรงเรียนก็ได้

2) การลืม (Forgotten) เป็นวิธีการแก้ปัญหาที่ยาก ๆ ดังนั้น ครูจึงไม่ควรแปลกใจว่า ทำไมเด็กบางคนจึงเป็นคนขี้ลืม

3) การบิดเบือนความจริง (Denial) หรือการไม่ยอมรับความจริงที่เกิดขึ้น เมื่อเด็กพบ ปัญหาที่ทำให้เกิดความปวดร้าว เด็กจะไม่ยอมรับว่าสิ่งนั้นเกิดขึ้นกับตนเอง เช่น เด็กที่พ่อแม่ไม่รัก เด็กจะไม่ยอมรับว่าพ่อแม่ไม่รักตนแต่จะพยายามคุกกลบเกลื่อนความจริงว่าพ่อแม่ดีกับตนสารพัด

4) การชดโโทษคนอื่น (Projection) เพื่อแก้ความผิดของตนเอง เด็กจะอ้างว่าเป็นความผิดของผู้อื่น เช่น เด็กที่เดินไปชนเพื่อนล้มลงก็กล่าวโทษว่าเพื่อนยืนเกะกะขวางทาง

5) การกลบเกลื่อนความรู้สึก (Reaction Formation) เป็นการแสดงความรู้สึกที่ตรงกันข้ามกับความเป็นจริง หรือความต้องการในส่วนลึกของจิตใจอาจเป็นการกลบเกลื่อนความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยก็ได้ เช่น เด็กที่ก้าวร้าวเกรงกลัววาโดและรังแกผู้อื่นเสมอ มักจะเป็นเด็กที่มีความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยพ่อแม่เกลียดชังและไม่ต้องการ

6) การระบายอารมณ์ผิดที่ (Displacement) เนื่องจากการเก็บกดอารมณ์ไว้ เพราะไม่สามารถแสดงออกต่อบุคคลนั้นๆ ได้ จึงเปลี่ยนเป้าหมายไปสู่ผู้อื่น ตัวอย่างเช่น เมื่อเด็กถูกครูตี เด็กไม่สามารถแสดงอารมณ์โกรธโต้ตอบครูได้ เมื่อกลับไปถึงบ้านเด็กจะระบายอารมณ์โดยการเตะถีบประตู หรือระบายอารมณ์กับพ่อแม่ซึ่งมีอันตรายน้อยกว่า หรือเด็กโกรธกับแม่ก็มาระบายอารมณ์กับเพื่อน เป็นต้น

7) การทดแทน (Sublimation) หมายถึง การทดแทนความต้องการที่ไม่สามารถแสดงออกได้โดยตรง แรงผลักดันนี้จะถูกเก็บไว้ได้จิตสำนึกแต่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สังคมยอมรับ เช่น คนที่มีนิสัยก้าวร้าว เกร ก็แสดงออกโดยการเล่นกีฬา ฟุตบอล เป็นนักบวช เป็นหมอผ่าตัด ฯลฯ

8) การเลียนแบบ (Identification) หมายถึงการรับเอาแบบอย่างของคนอื่นมาเป็นของตน เด็กชอบการเลียนแบบเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ มักจะทำตามบุคคลที่ตนนิยมชมชอบ พฤติกรรมอีกแบบหนึ่งคือ การอวดอ้างว่ารู้จัก คนโน้นคนนี้ อวดอ้างบารมีของผู้อื่นเพื่อให้เห็นอิทธิพลของตน พฤติกรรมที่เห็นได้ชัดอีกอย่าง เช่น ร้านอาหารถ้าต้องการจะให้ขายดีก็ต้องติดป้ายว่า “เซลล์ชวนชิม” โดยอ้างบารมีของผู้มีอิทธิพลในด้านการชิมรสอาหารว่าเป็นเลิศมาโฆษณา

9) การก้าวร้าวรุกราน (Aggression) เกิดขึ้นเมื่อเด็กถูกขัดใจ หรือพบกับสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความตึงเครียด เด็กอาจแสดงอารมณ์ออกมา ด้วยการก้าวร้าวรุกราน เช่น เมื่อถูกครูบังคับให้ทำงาน เด็กจะระบายความโกรธด้วยการเตะถีบสิ่งของหรือบุคคลที่อยู่ใกล้ๆ

10) การเก็บกด (Repression) เมื่อเด็กบางคนถูกใช้งานหรือถูกบังคับมากเกินไป เด็กจะไม่กล้าแสดงความรู้สึกไม่พอใจเพราะเกรงกลัวอำนาจของพ่อแม่หรือครู เด็กจึงเก็บอารมณ์นั้นไว้ แต่ถ้าเก็บกดไว้นานๆ จะทำให้เด็กมีอาการทางโรคประสาทได้

11) การย้อนกลับไปเป็นเด็ก (Regression) เมื่อเด็กเผชิญปัญหาที่หนัก และแก้ปัญหาไม่ได้ เด็กไม่ยอมรับผลของปัญหานั้น จึงมีพฤติกรรมถอยกลับไปเป็นเด็กอีก คือ จะร้องไห้ กระเทีบบ่น ฯลฯ

12) ฝันกลางวัน (Day Dreaming) เมื่อเด็กประสบอุปสรรคและมีความข้องคับใจอยู่เป็นนิจ เด็กจะพยายามสร้างมโนภาพขึ้นมาในลักษณะที่ตรงกันข้ามกับความเป็นจริง เพื่อลดความตึง

เครียดและเพื่อสนองความต้องการเช่น การที่พ่อแม่ยากจนไม่มีสิ่งของที่ดี ๆ ตามที่ใจปรารถนา เด็กจึงนั่งฝันและจินตนาการถึงบ้านสวย ๆ ของเล่นดี ๆ ที่เด็กไม่สามารถจะมีได้

ถ้าเด็กใช้กลวิธีการป้องกันตัวเองดังกล่าว แล้วได้รับความสำเร็จ เด็กก็หายข้องคับใจ แต่ถ้าใช้แล้วไม่ประสบผลสำเร็จ เด็กจะหาทางออกเพื่อลดความข้องคับใจต่อไป พฤติกรรมในขั้นนี้จะออกมาในของโรคประสาท (Neurotic) เช่น ย้ำคิดย้ำคิด หรือเด็กที่ทำผิดรุนแรงแล้วไม่กล้ารับผิด หรือไม่สามารถสารภาพผิดกับใครได้ เด็กจะเก็บกดเอาความผิดไว้ กลายเป็นความหวาดระแวงความหวาดกลัว (Phobia) และความวิตกกังวลอย่างรุนแรง

2.2.4 พัฒนาการวัยเตรียมเข้าสู่วัยรุ่น (Preadolescence: 12-15 ปี)

วัยเตรียมเข้าสู่วัยรุ่นจะมีอายุประมาณ 12-15 ปี อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ลักษณะโดยทั่ว ๆ ไป เด็กผู้หญิงจะเข้าสู่วัยรุ่นก่อนเด็กผู้ชาย คือ จะย่างเข้าสู่วัยรุ่นเมื่ออายุประมาณ 12-13 ปี ส่วนเด็กผู้ชายเตรียมเข้าสู่วัยรุ่น เมื่ออายุประมาณ 13-15 ปี วัยนี้บางที่เรียกว่า “วัยก่อนวัยรุ่น” (Puberty) คือ ระยะก่อนวัยหนุ่มสาว ลักษณะทางเพศจะปรากฏขึ้นให้เห็น เด็กวัยนี้จะดูแลร่างกาย อดอาหารขัดเงินไม่เรียบร้อย ร่างกายต้องการอาหารที่มีประโยชน์เพื่อช่วยในการเจริญเติบโต

2.2.4.1 พัฒนาการทางกาย ร่างกายของเด็กวัยนี้จะสูงขึ้น และมีน้ำหนักเพิ่มขึ้น แขนยาว มือใหญ่ขึ้น เด็กผู้หญิง จะมีตะโพกผาย หน้าอกขยายใหญ่ขึ้น มีขนขึ้นที่อวัยวะเพศ มีประจำเดือน ส่วนเด็กผู้ชายมีกล้ามเนื้อใหญ่กว้างและแข็งแรงขึ้น มีขนตามแขน หน้าแข้ง เสียเหงื่อง่าย จะมีน้ำอสุจิ และจะมีการสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง ทั้งเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงมีภาวะพร้อมที่จะเป็นพ่อคนและแม่คนได้

2.2.4.2 พัฒนาการทางอารมณ์ มักจะเป็นคนเจ้าอารมณ์ อารมณ์ไม่คงที่เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและอวัยวะเพศ นอกจากนี้ยังเกิดความสับสนในบทบาทของตนเอง จึงเกิดความข้องคับใจ วิตกกังวล ตามทฤษฎีพัฒนาการของอีริคสัน เด็กระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (12-15 ปี และ 15-18 ปี) กำลังหาลักษณะจำตน (Identity) และบทบาทของตนเอง การแสวงหาลักษณะประจำของตนเองเด็กวัยมัธยมศึกษาตอนต้นเป็นไปด้วยความยากลำบาก เด็กจึงเกิดความสับสนในบทบาทของตนเอง (Role Confusion) จึงเป็นเหตุให้มีอารมณ์ไม่คงเส้นคงวานัก โดยเฉพาะเด็กที่ขาดความรักความอบอุ่นจากพ่อแม่จะทำให้เด็กกลายเป็นคนเงี้ยวขริ้ม หรือไม่ก็กลายเป็นคนดื้อดึง ขัดขืนก้าวร้าวได้ ดังนั้น การแสดงความโกรธหรือการส่งเสียงอึกทักเป็นเรื่องราวธรรมดาของเด็กวัยนี้ เพราะเด็กแสดงพฤติกรรมเช่นนั้นเพื่อปกปิดความยุ่งยากใจ ความไม่มั่นใจ ความวิตกกังวลเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย และความเหนื่อยที่เกิดจากการใช้กำลังมากเกินไป ความต้องการของเด็กวัยนี้ เด็กวัยนี้ต้องการสิ่งเหล่านี้ คือ

- ต้องการความรักความเข้าใจ ต้องการคำแนะนำชี้แจงในเรื่องเพศและการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ต้องการยอมรับและคำยกย่องชมเชย ต้องการอาหาร การออกกำลังกาย และการพักผ่อนอย่างพอเพียง

- ต้องการทำกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2.2.4.3 พัฒนาการทางสังคม เด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงมักจะแยกกันเล่น แต่ก็เริ่มสนใจซึ่งกันและกันโดยไม่กล้าเปิดเผย สนใจการเล่นรวมเป็นกลุ่ม จะปฏิบัติตามกฎของกลุ่ม และจะเลียนแบบสมาชิกในกลุ่มไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย การพูดจา หรือกิริยาท่าทาง เนื่องจากเด็กวัยนี้มักจะขาดความมั่นใจและต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม การกระทำและความต้องการจึงมักจะขัดแย้งกับความต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม การกระทำและความต้องการจึงมักจะขัดแย้งกับความต้องการของพ่อแม่และผู้ใหญ่เสมอ ผู้ใหญ่ควรให้อิสระแก่เด็กได้ทำสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง เพื่อเด็กจะได้เรียนรู้จากประสบการณ์ เด็กวัยนี้สนใจการเล่นเช่นเดียวกับเด็กวัยกลาง แต่ส่วนใหญุ่มักจะเป็นการเล่นเพื่อระบายความข้องคับใจที่เกิดจากความขัดแย้งกับผู้ใหญ่ นอกจากจะเป็นการเล่นเพื่อระบายความข้องคับใจที่เกิดจากความขัดแย้งกับผู้ใหญ่ นอกจากจะเป็นการเล่นเป็นกลุ่มแล้ว การเล่นมักจะผาดโผน ชอบเล่นออกกำลังกายแข่งขัน และสนใจเกี่ยวกับเครื่องจักรกล ผู้หญิงจะเล่นตัดเย็บเสื้อผ้า การครัว การเล่นเป็นเรื่องจริงจังมากขึ้นกว่าวัย 6-12 ขวบ นอกจากนี้ยังสนใจการสะสมสิ่งต่างๆ อีกด้วย

2.2.4.4 พัฒนาการทางสติปัญญา เด็กวัยนี้มีเหตุผลและควบคุมตนเองได้ดีขึ้น รู้จักอดทนในการคบเพื่อน ช่วงความสนใจนานขึ้น สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ๆ ได้กว้างขวางขึ้น เพราะเด็กเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมมากขึ้น โดยเฉพาะคำพูด เข้าใจและรู้จักพูดถ้อยคำที่ลึกซึ้ง ถ้อยคำเปรียบเทียบต่าง ๆ ดีขึ้น เฉลียวฉลาดมากขึ้นกว่าเดิม แต่บางครั้งก็นั่งฝันกลางวันเพื่อเป็นการขดเขยสิ่งทีขาด และโอกาสที่จะคิดเพื่อฝันก็มีจำกัด ครูควรให้ทำกิจกรรมที่เป็นไปในทางสร้างท้าทายจินตนาการ เช่น เกมทายปัญหาแทนการบ้านที่น่าเบื่อ ให้เรียงความเรื่องแปลกใหม่จากที่เคยให้ทำ สิ่งสำคัญคือควรปลูกสร้างคุณธรรมให้เด็ก เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์และสอนให้ซาบซึ้งในสิ่งที่ดีงาม ปัญหาของเด็กวัยนี้คือ การปรับตัวที่ไม่เหมาะสม

2.2.5 พัฒนาการวัยรุ่น (Adolescence) อายุระหว่าง 15-18 ปี

เด็กจะเข้าสู่วัยรุ่นเมื่ออายุ 15-18 ปี เป็นระยะที่เด็กกำลังเรียนในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นระยะที่เด็กวัยรุ่นค้นหาลักษณะประจำตนและบทบาท ที่แท้จริงของตนทั้งทางบ้านและทางโรงเรียน เช่นเดียวกับวัย 12-15 ปี เหตุนี้วัยรุ่นจึงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนสู่ผู้ใหญ่ แต่ถ้าวัยรุ่นหาลักษณะประจำตนไม่ได้ และไม่ทราบว่าจะบทบาทที่แท้จริงของตนคืออะไร จะเกิดความสับสนในบทบาทและจะปรับตัวไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับเพศ และอาชีพเพราะปัจจุบัน “รักร่วมเพศ” มีมากขึ้นและด้านอาชีพก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากความก้าวหน้าทางวิทยาการ

อิริคสัน ชี้ให้เห็นว่าในบางกรณีที่ได้ปรับตัวไม่ได้ สับสนในบทบาทเพศและอาชีพ เด็กจะรับเอาบทบาทที่ไม่พึงประสงค์ และเป็นอันตรายจากสังคมมาเป็นของตน เช่น ดิทยาเสพติด ซึ่งเด็กรู้สึกว่าเป็นหนทางที่จะแสวงหาความหมายให้กับชีวิตได้

2.2.5.1 พัฒนาการทางกาย ร่างกายของเด็กวัยนี้จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่เต็มที่มีน้ำหนักและส่วนสูงมากที่สุด แขนขาจะเจริญมากกว่าสัตว์ ลำตัวจะเจริญมากกว่าศีรษะ กระดูกแข็งแรง ผิวพรรณผ่องใส ต่อมาต่างๆ ทำหน้าที่มากขึ้นวัยนี้เริ่มพิถีพิถันในเรื่องความงาม เด็กจะสนใจรูปร่างหน้าตาและการแต่งกายมากจะหันไปใช้เครื่องสำอางที่โฆษณาอยู่ทั่วไป เด็กวัยรุ่นที่รูปร่างหน้าตาดี แต่งตัวสวยงามจะเป็นที่รู้จักและชื่นชอบในหมู่วัยรุ่นด้วยกัน นอกจากนี้มีลักษณะที่มีเสน่ห์ดึงดูดใจ แล้วรูปร่างหน้าตาก็มีส่วนสัมพันธ์ในด้านความสำเร็จด้านอื่นอีก เช่น สามารถปรับตัวได้ดี มีความสำเร็จในการเรียน เพราะครูมักจะให้คะแนนเด็กที่มีหน้าตาดีมากกว่าเด็กหน้าตาไม่ดี (Berghied & Walster, 1972 อ้างใน อาภา จันทรสกุล, 2535, หน้า)

2.2.5.2 พัฒนาการทางอารมณ์ วัยนี้ต้องการอิสรภาพมากขึ้น มักจะแสดงอาการแข็งกร้าว เมื่อถูกจำกัดเสรีภาพ มักมีอารมณ์เพื่อผ่นเกี่ยวกับอนาคต เช่น อาชีพ การแต่งงาน เด็กวัยนี้ปรับตัวได้ดีขึ้น อารมณ์สุขุมเยือกเย็น กล้าเผชิญความจริงมากขึ้น ถ้าหากเด็กวัยนี้อยู่ห่างบิดามารดา เช่น อยู่หอพักหรืออยู่บ้านคนอื่นจะทำให้เด็กมีอารมณ์มั่นคงยิ่งขึ้นกว่าการอยู่ใกล้บิดามารดาเพราะการอยู่ใกล้บิดามารดาจะทำให้ขาดความมั่นคงทางอารมณ์ เนื่องมาจากได้รับตามใจและการปกป้องมากเกินไป

2.2.5.3 พัฒนาการทางสังคม เด็กวัยนี้พอใจที่จะอยู่ในกลุ่มเพศเดียวกันและมักจะทำตามกลุ่ม นิยมและคลั่งไคล้อะไรที่เหมือนกัน กัน มักจะนิยมของแปลก ๆ และวิถิตาร เริ่มสนใจเพศตรงข้าม ดังนั้นการอยู่ในเพศเดียวกันจะพัฒนาไปสู่กลุ่มต่างเพศอย่างค่อยเป็นค่อยไปคือ เมื่อมีการร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง วัยรุ่นแต่ละกลุ่มที่เป็นคนละเพศก็จะมาพบปะกัน วัยรุ่นจึงอยู่ในฐานะสมาชิกของกลุ่มที่รู้จักกันโดยเริ่มทั้งสองเพศ ต่อมาเมื่อค่อย ๆ รู้จักพูดคุยกันแล้ว สมาชิกของแต่ละกลุ่มซึ่งเป็นคนละเพศก็เริ่มจับคู่กัน เริ่มมีนัดแล้วโยนไปสู่การแต่งงานและการเตรียมตัวสำหรับอาชีพต่อไป

2.2.5.4 พัฒนาการทางสติปัญญา พัฒนาการทางสมองเกือบเท่าผู้ใหญ่เป็นวัยที่เริ่มมีแนวทางชีวิตสำหรับตัวเอง มักจะสนใจเกี่ยวกับศีลธรรมจรรยาและด้านการเมือง แต่ก็ยังไม่สามารถตัดสินใจอะไรได้เนื่องจากขาดประสบการณ์เป็นวัยที่แสวงหาลักษณะประจำตนเพื่อเลือกและเตรียมตัวสำหรับอาชีพ

2.3 ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวความคิดเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

ธงชัย สันติวงษ์ (2546, หน้า 63-72) ปัจจุบันผู้บริโภคอาจเกี่ยวข้องกับปัญหาของการตัดสินใจเพื่อจัดหาสิ่งของมา บริโภคเพราะสืบเนื่องจากสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากภายนอกหรืออาจเกิดจากความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน หรือทั้งสองอย่างพร้อมกัน ในแต่ละบุคคลมีความเหมือนหรือแตกต่างกันออกไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546, หน้า 194) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจผู้บริโภคจำนวนมากในกระบวนการซื้อ พบว่าผู้บริโภค ผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในตนเอง อาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกกลายภายในเช่น ความหิว ความกระหาย ความเจ็บปวด ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนา (Aegvired Needs) อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา (Psychological Needs) สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้นบุคคลจะเรียนรู้วิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการหาข้อมูลมากขึ้นแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ

- 2.1 แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้านคนรู้จัก เป็นต้น

- 2.2 แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

- 2.3 แหล่งประสบการณ์ ได้แก่ การควบคุม การตรวจสอบ การใช้สินค้า เป็นต้น

- 2.4 แหล่งชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น

- 2.5 แหล่งทดลอง ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สองผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินทางเลือกต่าง ๆ กระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภค มีดังนี้

- 3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์

- 3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

นักการตลาดอาจพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินพฤติกรรมในขั้นที่สามจะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด ปัจจัยที่เกิดขึ้นระหว่างความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) มี 3 ปัจจัย คือ

4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitude of others) ทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องจะมี 2 ด้าน คือ (1) ทัศนคติด้านบวก (2) ทัศนคติด้านลบ ซึ่งจะมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้

4.3 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังจากการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมภายหลังการซื้อที่นักการตลาดจะต้องติดตามและให้ความสนใจมีดังนี้

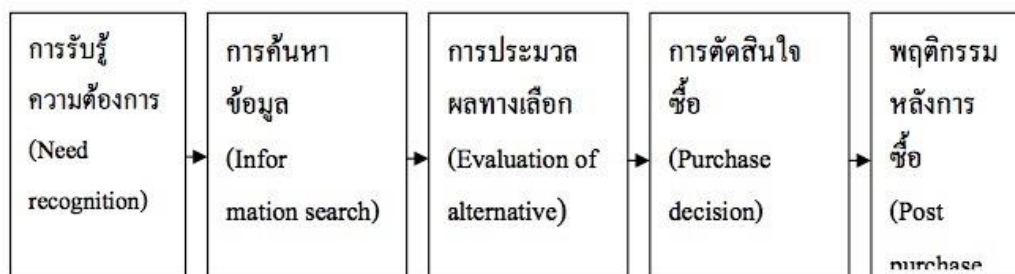
5.1 ความพึงพอใจภายหลังการซื้อ (Postpurchase Satisfaction) เป็นระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคภายหลังจากที่ได้สินค้าไปแล้ว

5.2 การกระทำภายหลังการซื้อ (Postpurchase Actions) ความพอใจหรือไม่พอใจในผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อพฤติกรรมต่อเนื่องของผู้บริโภค พฤติกรรมการใช้และการกำจัดภายหลังการซื้อ (Postpurchase Use and Disposal) เป็น หน้าที่ของนักการตลาดที่ต้องคอยติดตามว่าผู้บริโภคใช้และกำจัดสินค้านั้นอย่างไร

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป (Schiffman & Kanuk, 2000, p. 659) พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพการซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน

ภาพที่ 2.2: รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน



ที่มา: Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)

การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ต้องการและสภาพปัจจุบัน ซึ่งมากพอที่จะกระตุ้นให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ (Blackwell, Miniard & Engel, 2001, p.72) หรืออาจหมายถึง ความจริงที่ผู้บริโภคทราบความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่ควรจะเป็น (Schiffman & Kanuk, 2000, p. 663) ซึ่งถือว่าเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจมีสิ่งที่จะต้องพิจารณา 3 ประการในการรับรู้ถึงความต้องการคือ (1) ข้อมูลใดเก็บไว้ในความทรงจำ (2) มีความแตกต่างภายในบุคคลหรือขอบเขตปัจเจกจิตวิทยา (Psychological Field) (3) มีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Environment) การทำงานเหล่านี้ทำงานภายในจิตใจของแต่ละบุคคล และรวมกันในการกำหนดความต้องการ

2. การค้นหาข้อมูล (Search for Information) หรือการค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Prepurchase Search)

ขั้นตอนนี้เริ่มจากขั้นที่หนึ่งเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็นต้องค้นหาข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ แหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งคือ (1) แหล่งข้อมูลภายใน (Internal Search) หรือแหล่งข้อมูลภายในขอบเขตจิตวิทยา (Psychological Field) (2) แหล่งข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นข้อมูลจากสื่อมวลชน พนักงานขาย การโฆษณา เป็นต้น

3. การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) หมายถึงขั้นตอนขั้นตอน 3 ของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ไม่เป็นกิจวัตร ซึ่งทางเลือกต่าง ๆ มีการประเมินและเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในขั้นจำเป็นต้องอาศัยเกณฑ์ในการประเมิน ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐาน

และคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้เปรียบเทียบกับระหว่างตราสินค้าหรือผลลัพธ์จากการซื้อและการบริโภค โดยมีการแสดงในรูปของคุณสมบัติที่พึงพอใจมากกกว่า

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ การซื้อทั่วไปเกิดขึ้นในรานคาปลีกแต่อย่างไรก็ตามอาจเกิดขึ้นในบ้านหรือสำนักงานของลูกค้าก็ได้

การประเมินภายหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) เกิดขึ้นหลังจากซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ถ้าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ผลลัพธ์ก็คือความพอใจ (Satisfaction) แต่ถาผลลัพธ์ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ผลลัพธ์ก็คือความไม่พึงพอใจ (Unsatisfaction) (ศรีวรรณ เสรีรัตน์, 2546, หน้า 18-19)

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความหมายและขอบข่ายกับความพึงพอใจ

Wolman (อ้างใน เสาวภาคย์ ตีวาจา, 2538, หน้า 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

Vroom (อ้างใน วุฒินันท์ วิมลศิลป์, 2533v, หน้า 17) ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้รับจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Good (อ้างใน อ้อยทิพย์ กองสมบัติ, 2538, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง สภาพหรือระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจ และทศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

Tiffin & Macomic (อ้างใน ขวสิต เหล่ารุ่งกาญจน์, 2538, หน้า 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด กับผลสัมฤทธิ์และแรงจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Shelly (อ้างใน กรรณิการ์ จันทร์แก้ว, 2538, หน้า 21) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้มีความสุข ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกในทางบวกอื่นๆกล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มมากขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความรู้สึกนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ และความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้จากทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimulus) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือการศึกษารายการ หรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพึงพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

Wallestin (อ้างใน กรรณิการ์ จันทรแก้ว, 2538, หน้า 21) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End State in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

อุทัย หิรัญโต (2543, หน้า 272) ได้ให้ความหมายไว้พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขาทำให้เกิดความสุข

ขวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538, หน้า 7) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

นิคม สะอาดเอี่ยม (2539, หน้า 20) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับตอบสนอง หรือบรรลุหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ชนะ กล้าชิงชัย (2541, หน้า 7) ได้สรุปความหมายของความพึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกและทัศนคติของบุคคล อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจซึ่งจะปรากฏออกมาทางพฤติกรรม และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล

จากทฤษฎีของนักวิชาการดังกล่าวนำมาสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” หมายถึงความรู้สึกที่ดีที่ชอบของบุคคล ที่มีต่อสิ่งต่างๆ และจะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยการพอใจสิ่งใดแล้วอยากเข้าร่วมทั้งกายและจิตใจ

ทฤษฎีความต้องการ (Maslow's Needs Hierarachy Theory)

Maslow (อ้างใน โชติช่วง ภิรมย์, 2538, หน้า 24) ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ โดยมีสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่น จะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้จะไม่ที่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองจะไม่ใช่สิ่งจูงใจ ของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้น เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นตอน ลำดับความสำคัญ (Hierarchy of Needs) คือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที ดังนี้

1) ความต้องการปัจจัย 4 (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อนและความต้องการทางเพศ

2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety or Security Needs) เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองทางร่างกายแล้ว ความต้องการทางด้านจิตใจก็ตามมา

3) ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม (Social Needs or Love Needs) ขั้นนี้เป็นความต้องการที่สูงขึ้น ต้องการเป็นส่วนร่วมของสังคม ต้องการให้ผู้อื่นรักใคร่เห็นความสำคัญของตน และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

4) ความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง หรือได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs or Status Needs) เป็นความต้องการที่ต้องการปรับตัวสูงขึ้น ทั้งตำแหน่งหน้าที่การงานเพื่อมีความมีชื่อเสียง มีหน้ามีตา ได้รับการยกย่องสรรเสริญในสังคม

5) ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) ความต้องการขั้นสูงสุด เพื่อให้ได้ทุกสิ่งที่ปรารถนา เป็นความต้องการพิเศษซึ่งคนธรรมดาส่วนมากมักอยากได้ แต่ไม่สามารถหาได้ ความพอใจในลักษณะดังกล่าวนี้มักมีลักษณะกว้างขวาง และแตกต่างกันไปในแต่ละคน

2.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) หมายถึง ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด ซึ่งนำมาผสมกันเพื่อสนองความพึงพอใจหรือสามารถตอบสนองแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Kotler, 1997, p. 92) การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญทางการตลาดมาก เพราะการที่จะเลือกกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องนั้นจะต้องสร้างสรรคส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะ

Kotler (1997, p. 92) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P's ไว้ ดังนี้

1. ดานผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แจ้งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบและสีสันทนของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาด รูปร่างของสินค้า เครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้ จะสื่อความหมาย และความเข้าใจให้กับผู้บริโภคข่าวสาร โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกันไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงตามความต้องการการทุ่มงบประมาณไปเท่าใด ก็ไม่สามารถกระตุ้น พฤติกรรมผู้บริโภคได้

ภาพที่ 2.3: แสดงแบบจำลองส่วนประสมทางการตลาด



ที่มา: Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

2. ดานราคา (Price) หมายถึงสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เขา คาดหมายว่าจะได้รับ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้า เป็นส่วนหนึ่งที่จะจูงใจให้เกิดการซื้อขายบางครั้งการตั้งราคาสูงอาจเป็นเครื่องหมายจูงใจให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชอบของผลิตภัณฑ์ เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อ หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง ๆ แต่บางครั้งมีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เพื่อกำหนดในการตัดสินใจซื้อ

3. ดานการจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงโครงสร้างหรือ ช่องทางหลังจากผู้บริโภคได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้ว จนเกิดความ สนใจ และอยากทดลองใช้ แต่หาไม่สามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะเลิกถาม ความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อที่หาได้อื่นที่หาได้สะดวกกว่าการจัดจำหน่ายยังแบ่งได้อีก 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการ จัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการ จัดจำหน่ายอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านคนกลางก็ได้

3.2 การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของ กับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจาย สินค้าจึงประกอบด้วย

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และคลังสินค้า (Warehouse)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4. ดานการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูล ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขาย โดยใพนักงาน (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling) ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น การ ส่งเสริมการตลาดจึงประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ดังนี้

4.1 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือ จากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ ได้แก่

4.1.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งซื้อสินค้าไปเพื่อ ใช้สอยส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อบริโภคชั้นสุดท้ายนี้เรียกว่า สินค้าผู้บริโภค

4.1.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) เป็นการกระตุ้นความพยายามในการขายของคนกลางเพื่อผลักดันสินค้าไป ยังผู้บริโภค และอาจอยู่ในรูปการโฆษณาที่มุ่งสู่คนกลาง ซึ่งเป็นการโฆษณาที่กระตุ้น คนกลาง ได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เพื่อจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือขายต่อผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า เป็นการกลยุทธ์หลัก

4.1.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ พนักงานขาย (Salesforce Promotion) เป็นการกระตุ้นพนักงานขายให้มีความพยายามในการ ขายมากขึ้น และการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย จะใช้กลยุทธ์หลัก (Push Strategy) บุคคลเป้าหมาย ได้แก่ พนักงานขายของธุรกิจ จุดประสงค์ คือ การตอบแทนความสามารถของ พนักงานเป็นการแข่งขันระหว่างพนักงานขายด้วยกันเอง เช่นการแจกโบนัส การแข่งขันในการทำยอดขาย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิชานี กาญจนานิโยกุล (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ขนมไทยและวัฒนธรรมการบริโภค : กรณีศึกษาตลาดดอนหวาย ผลการวิจัยเกี่ยวกับความหมายของขนมไทยพบว่า ขนมไม่ได้ เป็นวัตถุที่มีคุณค่าเฉพาะการกินเพื่อความอร่อยเท่านั้น แต่ยังมีคุณค่าที่ติดมาด้วยคุณค่าทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม คุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และทางจิตใจ นักท่องเที่ยวที่ยังมาตลาดดอนหวายนั้นให้ความหมายขนมว่าต้องมีความเกาแก้วความโบราณ ความเพ้นทองถิ่น โดยรวมเรียกว่า “ความเพ้นของแท้” และโดยเฉพาะอย่างยิ่งขนมไทยได้กลายเป็น “สัญลักษณ์” ของการมาถึงตลาดดอนหวาย ในขณะที่ทางดานผู้ผลิตหรือผู้ขายต่างก็ให้ความหมายของขนมแตกต่างกันไปบ้าง โดยแต่ละร้านจะมีจุดเน้นต่างกันเช่น ความเพ้น “โบราณ” “ดั้งเดิม” หรือย้อนยุค แต่มีจุดร่วมที่ตรงกันคือ ต่างมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และประชาสัมพันธ์ร้านของตัวเองให้สอดคล้องกับความต้องการ “ของแท้” ของผู้บริโภค

กัญญา ตั้งสุวรรณรังษี (2544) จัดทำรายงานการวิจัย เรื่อง “ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีต่อขนมไทย” กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงจำนวน 800 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบขนมไทยประเภทชั้นหรือแข็งมากที่สุด รองลงมาเป็นประเภทขนมเปียก และขนมประเภทเหลว รับประทานขนมไทย 2.4 ครั้ง/สัปดาห์ และราคาของขนมเหมาะสมกับปริมาณ นักศึกษาชายและหญิงมีความคิดเห็นต่อขนมไทยทุกประเภทไม่แตกต่างกัน ส่วนภูมิลำเนาของนักศึกษาที่ต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านขนมไทยชนิดแห้ง เปียก และชั้น ตามลำดับ

วิชานี กาญจนานิโยกุล (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “ขนมไทยและวัฒนธรรมการบริโภค : กรณีศึกษาตลาดดอนหวาย” ผลการศึกษา พบว่า (1) ขนมไม่ได้เป็นแค่อาหารชนิดหนึ่งที่ถูกนำเข้าสู่ร่างกายทางปากเท่านั้นแต่ขนมมีความหมายอยู่ในตัวเอง ซึ่งสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยผู้ผลิตและผู้บริโภค (2) ความหมายในขนมของผู้บริโภคซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดดอนหวายว่าจะต้องเป็นขนมที่มีความเกาแก้ว มีความเพ้นโบราณและความเป็นท้องถิ่นหรือเรียกโดยรวมว่า ความเป็นของแท้ เพราะขนมที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องการที่จะบริโภคเมื่อมาเที่ยวนั้นจะต้องบอกได้ว่าเป็นขนมดั้งเดิมหรือเป็นเจ้าของที่มีชื่อเสียงประจำท้องถิ่นเพื่อให้รู้สึกว่ามีมาจนถึงสถานที่ท่องเที่ยว (3) พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมีความห่วงใยเรื่องสุขภาพเป็นพิเศษ ดังนั้นขนมที่ตอบสนองเรื่องการดูแลสุขภาพคือขนมที่ไม่ใช้สารสังเคราะห์ในการผลิต ขนมที่มีรสชาติที่ไม่หวานมากและบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสิ่งที่มาจากธรรมชาติด้วยไม่ใช่ถุงพลาสติก (4) ทางด้านมุมมองของผู้ผลิตแตกต่างกันไปแต่ละร้าน แต่เหมือนกันตรงที่แต่ละร้านมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และประชาสัมพันธ์ตัวเองให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ดังนั้นขนมในตลาดดอนหวายถูกแปรสภาพจากขนมธรรมดาที่คนในท้องถิ่นบริโภค มาเป็นสัญลักษณ์และจุดขายของตลาดดอนหวาย ผลจากการประชาสัมพันธ์ของสื่อทำให้ตลาดดอนหวายกลายเป็นตลาดที่มี

ชื่อเสียงทางด้านของกินโดยเฉพาะขนม ซึ่งนักท่องเที่ยวมาที่ตลาดดอนหวายเพื่อบริโภคขนมที่ไม่สามารถหาได้ในเมือง

นพรัตน์ บุญเพียรผล (2548) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและคุณลักษณะของร้านขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่า (1) พฤติกรรมการเลือกซื้อขนมหวานเมืองเพชรของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบเรื่องการขายขนมหวานจากการแนะนำของลูกค้ารายเดิมซึ่งส่วนใหญ่ซื้อไว้เพื่อรับประทานเอง (2) คุณลักษณะของขนมหวานเมืองเพชรที่ผู้บริโภคต้องการในด้านรสชาติ ความหลากหลายของสินค้า การตกแต่งร้าน ที่จอดรถ ท่าเลที่ตั้งและราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ และ (3) ข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายขนมหวานเมืองเพชรของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอายุระหว่าง 40-50 ปี ประกอบธุรกิจมาอย่างน้อย 10 ปีขึ้นไป ท่าเลที่ตั้งส่วนใหญ่อยู่ริมถนนเพชรเกษม ทางร้านมีการดึงดูดใจด้วยการชิมฟรี โฆษณาร้านด้วยสื่อใบปลิว วิทยูและป้ายโฆษณา ปัญหาทางการตลาดในส่วนของผู้ผลิตภัณฑืคือ ขนมหวานส่วนใหญ่มีอายุการเก็บรักษาที่สั้น ร้านขนมหวานที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคสูงสุดคือร้านแม่กิมไล้ รองลงมาแม่กิมลั้ง ร้านบ้านขนมมันทวน ร้านพ่อเซ่ง และร้านแม่บุญร้าน ตามลำดับ

เดชา เอกอุดมพงศ์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยพื้นเมืองของประชาชนในจังหวัดพังงา” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับประทานขนมไทยพื้นเมือง โดยรับประทานเป็นประจำ ขนมไทยพื้นเมืองที่ชอบมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 คือ ขนมเต้าส้อ ลำดับที่ 2 เป็นขนมที่ทำมาจากกล้วย ลำดับที่ 3 คือขนมหม้อแกง อันดับที่ 4 ขนมเมี่ยงมะม่วงหิมพานต์ อันดับที่ 5 ขนมบ้าบิ่น และลำดับสุดท้าย คือ ขนมโมจิ โดยผู้บริโภคจะซื้อด้วยตนเอง ปัจจัยที่ช่วยให้ตัดสินใจซื้อขนมไทยพื้นเมืองคือเรื่องความอร่อย ถูกปาก รองลงมาคือ คุณภาพของขนม และ ราคาต้องไม่แพงตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยพื้นเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ธนิศา ปิติวรรณ (2555) ศึกษาถึงแนวโน้มการยอมรับอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย 4 ภาคและขนมไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นชาย โดยพำนักแถบยุโรปและไม่มีคู่สมรสเป็นคนไทย

สำหรับแนวโน้มการยอมรับอาหารภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวมีเพศ อายุ และประเทศที่พำนักต่างกันมีแนวโน้มยอมรับอาหารไทยไม่แตกต่างกัน

ส่วนคู่สมรสที่เป็นคนไทย จำนวนครั้งที่มาเที่ยวประเทศไทย ระยะเวลาอยู่ในไทย มีผลต่อการยอมรับอาหารไทยภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนอาหารในภาคกลาง พบว่า ประเทศที่

พำนักรู้ต่างกันมีแนวโน้มยอมรับอาหารไทยภาคกลางไม่แตกต่างกันแต่เพศ คู่สมรสที่เป็นคนไทย จำนวนครั้งที่มาเมืองไทย ระยะเวลาการอยู่ในไทย มีผลต่อการยอมรับอาหารไทยภาคกลาง

ส่วนอาหารไทยภาคใต้ พบว่า เพศที่ต่างกันมีแนวโน้มยอมรับอาหารภาคใต้ไม่แตกต่างกัน แต่ อายุ ประเทศที่พำนัก คู่สมรสที่เป็นคนไทย จำนวนครั้งที่มาเมืองไทย ระยะเวลาอยู่ในไทย มีผลต่อการยอมรับอาหารไทยภาคใต้และชนมไทย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคชนมไทย ผู้วิจัยนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำแผนธุรกิจในการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ชนมไทย ทั้งนี้เพื่อเป็นการอนุรักษ์และรักษาชนมไทยให้คนรุ่นหลังได้รู้จักและเห็นคุณค่าของชนมไทยที่สืบทอดมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันยาวนาน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทยของผู้ปกครองให้กับบุตรหลาน ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัย 2 รูปแบบ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ (Surver Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม และอาศัยกระบวนการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความชัดเจนในการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจสันทัดใจสร้างโอกาสเชิงธุรกิจ รวมถึงเป็นตรวจสอบผลการวิเคราะห์ที่ไม่ว่าจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการศึกษา ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การหาคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ได้แก่ นักธุรกิจและผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จำนวน 2 ราย ได้แก่ จาติน กิรติพันธุ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet และ จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย

3.1.2 ประชากรที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 แต่เนื่องจากไม่สามารถระบุประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรที่แน่นอน (Sangren, 1999) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

เมื่อ n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z หมายถึง ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ ในที่นี้เท่ากับ 95%

p หมายถึง สัดส่วนของประชากรหรือความน่าจะเป็นของประชากร

ในที่นี้กำหนดไว้เท่ากับ 0.5

q หมายถึง 1-p

e หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนในที่นี้กำหนดไว้เท่ากับ .05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่จากการคำนวณเท่ากับ 385 คน แต่เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาการศึกษา ผู้วิจัยจึงใช้ผู้ปกครองเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interviewing) กับนักธุรกิจ และผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จำนวน 2 ท่าน ได้แก่

1) จาติน กิริติพันธุ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet

2) จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Questionnaire) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื้อหาในแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมส่งเสริมทักษะพิเศษต่อบุตรหลาน ประกอบด้วย ความสำคัญของการเรียนเสริมทักษะ กิจกรรมที่ให้ผู้บุตรหลานทำ ปัจจัยที่ตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนกิจกรรมเสริมทักษะ และค่าใช้จ่าย เป็นต้น ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอนศิลปะสำหรับเด็ก โดยศึกษาความพึงพอใจ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราวัดแบบให้คะแนน (Rating Scale) โดยให้ทางเลือกในการตอบ 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง พึงพอใจมาก

3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลผลความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนสอนศิลปะใช้การคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด}-\text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้น การแปลค่าความหมายของความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนศิลปะเป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.21-5.00	ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด
3.41-4.20	ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับ มาก
2.61-3.40	ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับ ปานกลาง
1.81-2.60	ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับ น้อย
1.00-1.80	ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับ น้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.3.1 ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับขนมไทย และทฤษฎีทางการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม และกำหนดการสัมภาษณ์ ให้ครอบคลุมตามเนื้อหา และจุดประสงค์ของการศึกษาในแต่ละประเด็น กล่าวคือ แนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจ การวิเคราะห์จุดแข็ง/จุดอ่อน/ปัญหา/อุปสรรค และความเสี่ยงในการบริหารจัดการโรงเรียนสอนเด็กทำขนมไทย

3.3.2 ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาชี้แนะ

3.3.3 นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruency--IOC) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- +1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา
 - 0 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา
 - 1 เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญแน่ใจว่าคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา
- สูตรการคำนวณหาค่า IOC

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะพฤติกรรม

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ข้อคำถามนั้นใช้ได้ ถ้าข้อคำถามใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.5 ข้อคำถามนั้นก็ถูกตัดออกไปหรือนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ดีขึ้น

3.3.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีได้เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (อ้างใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538, หน้า 132-133) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น ด้านความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอบศิลปะสำหรับเด็ก เท่ากับ .9337

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยตนเองจากผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จำนวน 2 ท่าน คือ

- จาติน กิรติพันธุ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet
- จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย

3.4.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยและผู้ช่วยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากผู้ปกครองนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 200 ชุด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย สถิติที่ใช้ ได้แก่

3.5.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ปกครองที่มีต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.2 ความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอบศิลปะสำหรับเด็ก วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ใช้สถิติค่าที (t-test) และ One-way ANOVA



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย Bankanom School เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทย ผลการศึกษานำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 สรุปข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
- 4.3 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากนักธุรกิจและผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทย จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ จาติน กิรติพันธุ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet และ จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย ผลการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพสรุปได้ ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 1

จาติน กิรติพันธุ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet บทสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยในปัจจุบัน

โรงเรียนสอนทำขนมในประเทศไทยมีการพัฒนาหลักสูตรให้สามารถนำกลับไปทำได้จริง แต่ความอร่อยขึ้นอยู่กับสถาบันและหลักสูตรที่เรียนถ้าสูตรที่อร่อยเลยก็อาจจะมีการแพงขึ้นมา หรือการเรียนเพื่อเอาสูตรขนมมาปรับใช้ปรุงสูตรเองเพราะบางสถาบันสอนโดยใช้วัตถุดิบทดแทนหรือวัตถุดิบที่ถูกกว่าแต่ถ้าเรารู้วิธีทำก็สามารถนำมาปรับทำให้ขนมอร่อยได้เหมือนกัน

2. โรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยมีมาตรฐานเพียงพอหรือไม่ เพราะเหตุใด

มาตรฐานโรงเรียนสอนทำขนมของประเทศไทยในระดับโรงเรียนดีสามารถเทียบเท่ากับมาตรฐานของโรงเรียนสอนทำขนมของประเทศไทยได้

3. ปัจจัยใดที่ทำให้ตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนสอนทำขนมไทย

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าเรียน คือเรื่องสูตรทำขนม ที่โรงเรียนจะสอนให้สูตรทุกอย่าง หรือหวงสูตร และการต้อนรับ บรรยากาศโดยภาพรวมที่ทำให้อยากมาเรียน

4. หลักสูตรการเรียนแบบใดที่ผู้เรียนให้ความสนใจ

หลักสูตรในการสอนขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้เรียน บางคนเรียนเพื่อทำไปทำขนมแจกคนอื่นก็จะเรียนหลักสูตรธรรมดา แต่บางคนเรียนเพื่อนำไปประกอบอาชีพต่อก็จะเป็นหลักสูตรที่สูงขึ้นมา

5. ระยะเวลาในการเรียนแต่ละหลักสูตรและค่าใช้จ่ายในการเรียนที่ผู้เรียนสนใจอยู่ที่ประมาณเท่าไร เพราะเหตุใด

หลักสูตรในการเรียนแต่ละหลักสูตรถ้าเป็นของไทยก็จะมีตั้งแต่เรียนเข้าขนมหนึ่งอย่าง บ่ายเรียนขนมอีกหนึ่งอย่าง แต่ถ้าเป็นหลักสูตรต่างประเทศมาเปิดสอนหนึ่งวันจะสอนขนมหนึ่งชนิดเพราะจะมีการสอนหลักและหลักการทำก่อนลงมือปฏิบัติจริง

6. จุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยคืออะไร

จุดอ่อนของโรงเรียนสอนทำขนมไทย คือ การปฏิบัติเป็นแต่ไม่มีโครงสร้างของขนมแต่ละชนิดว่าวัตถุดิบตัวไหนทำปฏิกิริยากับตัวไหนแล้วจะได้รสชาตินี้ ทำให้ผู้เรียนสามารถทำขนมเป็นแต่นำไปปรับสูตรหรือประยุกต์ใช้ไม่ได้

7. ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยคืออะไร

ปัญหาและอุปสรรคของโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กคือการนำวิธีการสอนที่เคยเรียนของแต่ละประเทศคือ ออสเตรเลีย ไทย และญี่ปุ่น โดยนำข้อดีของการทำขนมแต่ละประเทศมาประยุกต์ปรับใช้ให้เข้าใจง่ายในการสอนเด็กๆ เพราะเด็กจะทำความเข้าใจได้ยากกว่าและใช้เวลานานกว่าผู้ใหญ่ ซึ่งจะสอนตั้งแต่การรู้ปฏิกิริยาของวัตถุดิบแต่ละชนิดว่าอะไรผสมกับอะไรผลจะออกมาเป็นอย่างไร ไม่ใช่การสอนแค่ให้ทำขนมเป็นตามสูตรในตำรา

8. โครงสร้างของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยได้แบ่งหน้าที่การปฏิบัติออกเป็นกี่ฝ่าย/แผนก มีอะไรบ้าง

โครงสร้างองค์กรไม่ได้มีเป็นแบบแผนเพราะเป็นร้านเล็กไม่ใหญ่มีเจ้าของเป็นคนดูแลโดยรวมทั้งหมดมีหน้าที่ออกแบบขนม เตรียมการสอน พนักงานหน้าร้านไม่กี่คนมีหน้าที่ขายและรับสมัครนักเรียน และคุณแม่ที่ดูแลเรื่องการเงินบัญชี

9. กลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยในปัจจุบันคือกลุ่มใด

กลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนสอนทำขนม Little sweet คือกลุ่มเด็กที่ต้องการเรียนทำขนมจริงๆ ไม่ใช่แค่เป็นการหากิจกรรมทำยามว่าง แต่เป็นการเรียนที่สอนตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ ขั้นตอนการทำ และสุดท้ายได้ขนมออกมา

10. แนวโน้มของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยในอนาคตเป็นอย่างไร

แนวโน้มธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมในอนาคตจะเป็นโรงเรียนที่สอดแทรกเรื่องอื่นในการสอนด้วย เช่น การสอดแทรกภาษาอังกฤษ พัฒนาการของเด็ก เป็นต้น การขยายธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านที่ 2

จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย บทสัมภาษณ์สรุปได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นอย่างไรต่อโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยในปัจจุบัน

ปัจจุบันมีโรงเรียนสอนทำขนมมากขึ้นก็รู้สึกดีที่ธุรกิจนี้เติบโตขึ้น สมัยก่อนอาชีพนี้ถูกมองว่าไม่ได้มีความมั่นคงหรือมีความสำคัญเท่าอาชีพข้าราชการ แต่ปัจจุบันโลกกว้างขึ้นจึงทำให้อาชีพนี้ได้รับความสำคัญและสนใจจากคนมากขึ้น หมายความว่าศาสตร์การทำอาหารหรือขนมจะมีการพัฒนาก้าวหน้าขึ้นไปอีก

2. โรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยมีมาตรฐานเพียงพอหรือไม่ เพราะเหตุใด

การทำอาหารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ดังนั้น คำว่ามาตรฐานในงานศิลปะจึงตอบไม่ได้ว่าเลวหรือดีขึ้นอยู่กับช่วงยุคสมัยว่าเทรนด์ในการทำอาหารช่วงนั้นไปในทิศทางใด ปัจจุบันโรงเรียนสอนทำอาหารให้ความสำคัญกับมาตรฐานมากยิ่งขึ้น บางโรงเรียนสอนแบบดั้งเดิมก็ได้อาหารออกมาแบบดั้งเดิมดีแต่บางโรงเรียนสอนแบบโมเดิร์นก็ได้งานหรืออาหารออกมาแบบโมเดิร์นดี อย่างโรงเรียนนี้สอนทั้งสองแบบก็ได้การผสมผสานทั้งสองแบบดี ดังนั้นก็ขึ้นอยู่กับเทรนด์ของตลาดว่าจะนิยมไปทางใดมากกว่า

3. ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของผู้เรียน

ปัจจัยหลักคือเรื่องของสถานที่ การเดินทางสะดวกสบาย เข้าถึงได้ง่าย

4. หลักสูตรการเรียนแบบใดที่ผู้เรียนให้ความสนใจ

หลักสูตรที่ได้รับความสนใจปัจจุบันคือขนมสวยงาม เช่น จีบนกซ่อม่วง เป็นขนมที่ต้องใช้ทักษะเมื่อทำออกมาก็มีความสวยงามจึงทำให้คนอยากรู้ว่าจะรสชาติเป็นอย่างไร ใช้เวลาในการทำก็นาน

5. ระยะเวลาในการเรียนแต่ละหลักสูตรและค่าใช้จ่ายในการเรียนที่ผู้เรียนสนใจอยู่ที่ประมาณเท่าไร เพราะเหตุใด

เรียนฟรีคนจะชอบมาก หลักสูตรค่าเรียนของที่นี่มีตั้งแต่ฟรีจนถึง 5,000 บาท ราคากลางอยู่ที่ 1,200 บาท ถ้าจะให้วิเคราะห์ราคากลางของตลาดควรจะไม่เกิน 1,000 บาทต่อ 1 อย่าง ซึ่งโดยส่วนตัวแล้วมีความคิดเห็นว่ารค่า 1,200 บาทจริงๆยังคงเป็นราคาที่กำกึ่งอยู่แต่ก็เป็นราคาที่ตอบโจทย์ในเรื่องของต้นทุนที่สุดแล้ว ระบบการจ่ายเงินค่าเรียนคือการโอนเข้าบัญชี ดังนั้นเมื่อผู้เรียนจ่ายเงินแบบโอนโดยไม่ได้เอาออกมาจากกระเป๋าจริงจึงเป็นราคาที่โอเค ตั้งแต่เปิดคือ ให้เรียนฟรีจนมาถึงการคิดค่าเรียนและปรับราคาขึ้นมา การเรียนแบ่งเป็น Private Class และ Promotion Class อย่าง Private Class ราคาอยู่ที่ 700-5,000 บาท ราคาคิดตามความยากง่ายบุคลากร และอุปกรณ์ ซึ่งสถาบันไม่ได้หวังผลกำไรมาก การปรับราคาจะปรับประมาณทุกๆ 3 ปี

6. จุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยคืออะไร

จุดแข็งของโรงเรียนสอนทำขนมไทยคือ ผู้เรียนจะได้รับขนมกลับบ้านไปด้วย จุดอ่อน คือ ทำเบเกอรี่ไม่ค่อยได้ เพราะเราเป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยถ้าเราใส่หลักสูตรอื่นเข้าไป ผู้เรียนที่สนใจมาเรียนทำขนมไทยจะได้รับข้อมูลที่ไม่ได้เป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นจุดอ่อนของตลาด Niche Market

7. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยคืออะไร

ความเข้าใจในการทำขนมที่เราต้องการให้ผู้เรียนเข้าใจพื้นฐาน แต่เนื่องจากเราเป็นโรงเรียนเฉพาะทางผู้เรียนจึงไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานเท่ากันจึงทำให้ในห้องเรียนผู้เรียนแต่ละท่านมีพื้นฐานที่ไม่เท่ากัน ผู้เรียนจึงมีช่วงอายุที่หลากหลายตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ ทำให้เกิดการสอนตัวต่อตัวเกือบทั้งหมดจึงถือว่าเป็นอุปสรรคเรื่องใหญ่แต่ถ้าสามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นการสอนทำขนมรูปแบบใดก็ตาม

8. โครงสร้างของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยได้แบ่งหน้าที่การปฏิบัติออกเป็นกี่ฝ่าย/แผนก มีอะไรบ้าง

โครงสร้างโรงเรียนสอนทำขนม ผู้อำนวยการ รับผิดชอบดูแลทุกอย่าง เป็นฝ่ายบริหาร, ประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลลูกค้า และดูแลเรื่องการลงทะเบียนเรียน, ฝ่ายผลิต แบ่งออกเป็นฝ่ายวัตถุดิบ จัดหาวัตถุดิบในการใช้งาน, ฝ่ายบัญชี, โรงเรียนสอนทำขนม, ผลิตขนมหน้าร้าน ซึ่งทุกฝ่ายในโรงเรียนจะอยู่ภายใต้การควบคุมของฝ่ายบริหาร การพัฒนาสูตรต่างๆก็เช่นกัน แผนงานการตลาดขององค์กรเป็นเหมือน Community ที่ใช้การติดต่อเผยแพร่ผ่านทางผู้เรียนในการไปจัดงานในสถานที่ต่างๆ เหมือนบริษัท Organize อย่างตารางเรียนก็จะออกแบบเดือนต่อเดือนซึ่งเราไม่มีแผนงานตายตัว จึงอาจเป็นจุดที่ทำให้โรงเรียนออกมาเป็นรูปแบบบริษัทที่ใหญ่ได้ เพราะจุดมุ่งหมายต้องการเป็น Community ไม่ได้ต้องการเป็นบริษัทที่ใหญ่ แต่ต้องการเป็น community เป็นศูนย์รวมโดยมีเราเป็นศูนย์กลางทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับขนมไทยสุดท้ายแล้ว ทุกอย่างก็จะโยงกลับมาเพื่อที่จะสามารถพัฒนาได้เท่าเบเกอรี่ ภาพลักษณ์ของขนมไทยจะชัดเจนขึ้น ฉะนั้นงานทั้งหมดจะเป็นเหมือนโปรเจกต์ที่วางไว้แล้วรอลูกค้าเอาเนื้อหาใส่ เช่น งานของสถานทูต ที่ต้องการให้อาชนมไทยไปจัดแสดง, ห้างเซ็นทรัลที่จะมีงานขนมไทยเราก็สามารถจัดเป็นโมเดลที่ใหญ่ขึ้น คือทำได้ทั้งงานใหญ่และเล็ก การที่ไม่ได้วางแผนงานตายตัวทำให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบงานได้ตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นขนมไทยจึงสามารถอยู่ได้ในทุกธุรกิจหากต้องการอาชนมไทยเป็นส่วนหนึ่ง

9. กลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยในปัจจุบันคือกลุ่มใด

กลุ่มเป้าหมายคนเรียนทำขนมไทยจะอยู่ในช่วงอายุ 18-40 ปี ช่วงทำงานตอนต้น จนถึงตอนกลาง เพราะมองว่ากลุ่มนี้จะเป็นคนกลุ่มใหม่ที่ปลูกฝังลูกหลานเรื่องขนมไทยได้ และคนกลุ่มนี้

มีความเชื่อมโยงกับยุคเก่าคือผู้คนที่มีความรู้ข้อมูลเรื่องขนมไทยที่สามารถสอบถามข้อมูลได้ และยุคใหม่ซึ่งเป็นยุคที่ใช้สื่อต่างๆในการเผยแพร่ได้อย่างดี เป็น Concept 2 สมัย

10. แนวโน้มของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยในอนาคตเป็นอย่างไร

แนวโน้มธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทยในอนาคตจะมีมากขึ้นคือเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เป็นกระแสที่กำลังขึ้นแต่เป็นช่วงที่สูงของกราฟแล้ว คาดการณ์ว่าไม่เกินปี 2020 กระแสจะเริ่มไม่โตแล้วเพราะเราไม่ใช่ กระแสหลักของโลก ต้องมีการพัฒนาให้เพราะขนมไทยจะเปลี่ยนไปขึ้นอยู่กับ การตอบรับจากสังคม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมสำหรับเด็ก และศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสรุปได้ ดังนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ปกครอง

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	77	38.5
หญิง	123	61.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน เป็นหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 เป็นชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 4.2: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	10.5
ปริญญาตรี	133	66.5
ปริญญาโทและสูงกว่า	46	23.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่า จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/นักธุรกิจ	70	35.0
พนักงานบริษัท	63	31.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	21.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	17	8.5
อื่นๆ (ลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป)	7	3.5
	200	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 5 ตามลำดับ ส่วนอาชีพของผู้ปกครองที่น้อยที่สุดคือ อาชีพอื่นๆ (ลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.4: จำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30,000 บาท	38	19.0
30,000-50,000 บาท	63	31.5
50,001-70,000 บาท	42	21.0
70,001-90,000 บาท	39	19.5
90,001 บาทขึ้นไป	18	9.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 30,000-50,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา มีรายได้ 50,001-70,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายได้ 70,001-90,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ตามลำดับ ส่วนรายได้ของผู้ปกครองที่น้อยที่สุดคือ รายได้ 90,001 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

4.2.2 พฤติกรรม และทัศนคติของผู้ปกครองต่อกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

การศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติของผู้ปกครองต่อกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษสำหรับเด็ก ประกอบด้วย ความสำคัญต่อการเรียนเสริมทักษะ ประเภทของกิจกรรม ความถี่ในการทำกิจกรรม ระยะเวลาในการทำกิจกรรม ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรมสำหรับเด็ก เป็นต้น ผลการศึกษา นำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.5: จำนวน และร้อยละของความสำคัญของกิจกรรมเสริมทักษะ

ความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	56	28.0
มาก	95	47.5
ปานกลาง	49	24.5
น้อย	-	
น้อยที่สุด	-	
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการเรียนเพื่อเสริมทักษะพิเศษสำหรับ บุตรหลานในระดับมาก จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาให้ความสำคัญมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และให้ความสำคัญปานกลาง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: จำนวน และร้อยละของประเภทของกิจกรรมเสริมทักษะและพัฒนาการ

กิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดนตรี	52	26.0
ทำอาหาร	43	21.5
กีฬา	36	18.0
ภาษา	45	22.5
ศิลปะ	24	12.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เคยส่งบุตรหลานเรียนดนตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาส่งเรียนภาษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และเรียนทำอาหาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ กิจกรรมที่ผู้ปกครองส่งบุตรหลานเรียนน้อยที่สุดคือ กิจกรรมด้านศิลปะ คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.7: จำนวน และร้อยละของความถี่ในการทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	84	42.0
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	77	38.5
เดือนละครั้ง	29	14.5
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	10	5.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ส่งบุตรหลานทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาส่งบุตรหลานเรียน 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และเดือนละครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ ส่วนความถี่ในการทำกิจกรรมที่น้อยที่สุดคือ น้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.8: จำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

ระยะเวลาในการทำกิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	20	10.0
1 ชั่วโมง	79	39.5
2 ชั่วโมง	64	32.0
มากกว่า 2 ชั่วโมง	37	18.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ส่งบุตรหลานทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษในแต่ละครั้งเป็นระยะเวลา 1 ชั่วโมง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมามีระยะเวลา 2 ชั่วโมง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และมากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 37 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.5 ตามลำดับ ส่วนระยะเวลาในการทำกิจกรรมที่น้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.9: จำนวน และร้อยละของปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประโยชน์ของกิจกรรม	48	24.0
นำไปต่อยอดในอนาคต	67	33.5
ความถนัดของบุตรหลาน	50	25.0
ค่าใช้จ่ายของกิจกรรม	14	7.0
สถานที่ตั้งของสถาบัน	9	4.5
ครูผู้สอน	12	6.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษคือ การนำไปต่อยอดได้ในอนาคต จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ ความถนัดของบุตรหลาน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และประโยชน์ของกิจกรรม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ สถานที่ตั้งของสถาบัน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.10: จำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเสริมทักษะ

ค่าใช้จ่าย/หลักสูตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	51	25.5
1,000-5,000 บาท	95	47.5
5,001-10,000 บาท	43	21.5
มากกว่า 10,000 บาท	11	5.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เห็นว่าค่าใช้จ่ายของการทำกิจกรรมเสริมทักษะควรอยู่ที่ 1,000-1,500 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาควรน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ 5,001-10,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายที่ผู้ปกครองเห็นว่ามีความเหมาะสมน้อยที่สุดคือ มากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4.11: จำนวน และร้อยละของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	69	34.5
เพื่อน	41	20.5
พ่อแม่	59	29.5
สถาบัน/อาจารย์ที่มีชื่อเสียง	21	10.5
บุคคลที่มีชื่อเสียง	10	5.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ คือตัวเด็กเอง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ พ่อแม่ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และเพื่อนๆ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดคือ บุคคลที่มีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.12: จำนวน และร้อยละของการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

การมีส่วนร่วม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	126	63.0
ไม่เคย	74	37.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เคยมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษสำหรับเด็ก จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และไม่เคยมีส่วนร่วมทำกิจกรรม จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0

ตารางที่ 4.13: จำนวน และร้อยละของความสนใจในการแทรกทักษะด้านภาษา

ความสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจ	176	88.0
ไม่สนใจ	24	12.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เห็นว่าหากหลักสูตรการเรียนทำขนมไทยมีการแทรกภาษาอังกฤษจะทำให้สนใจมากขึ้น จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 และไม่สนใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

4.2.3 ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย โดยศึกษาความพึงพอใจ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลการศึกษานำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อ
โรงเรียนสอนทำขนมไทย

ความพึงพอใจที่มีต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1. หลักสูตรมีความหลากหลาย	4.04	.81	มาก
2. ความหลากหลายของเวลาเรียน	3.91	.76	มาก
3. ความมีชื่อเสียงของครูผู้สอน	3.95	.81	มาก
4. ความมีชื่อเสียงของสถาบัน	3.89	.79	มาก
5. อุปกรณ์มีความสะอาดและปลอดภัยสำหรับเด็ก	4.14	.78	มาก
6. ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียนกับบุตรหลาน	3.87	.84	มาก
ภาพรวม	3.96	.51	มาก
ด้านราคา (Price)			
7. ค่าเรียนต่อหลักสูตร	4.16	.77	มาก
8. ค่าเรียนครอบคลุมอุปกรณ์ประกอบการเรียน	4.09	.78	มาก
9. ราคาพิเศษเมื่อสมัครเรียนหลักสูตรต่อไป	3.95	.86	มาก
10. ราคาพิเศษเมื่อสมัครเรียนหลายคน	3.85	.95	มาก
ภาพรวม	4.01	.65	มาก
ด้านสถานที่ (Place)			
11. สถานที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.13	.78	มาก
12. การเดินทางไปมาสะดวก	4.32	.66	มากที่สุด
13. มีที่พักรองรับสำหรับผู้ปกครอง	4.01	.78	มาก
14. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.04	.81	มาก
15. มีการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม	3.68	.87	มาก
ภาพรวม	4.03	.54	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อ
โรงเรียนสอนทำขนมไทย

ความพึงพอใจที่มีต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
16. การทดลองเรียนฟรี	4.30	.77	มากที่สุด
17. มีการจัดฝึกอบรมโดยวิทยากรผู้มีชื่อเสียง	4.12	.80	มาก
18. มีการจัดประกวดทำขนม	3.76	.88	มาก
19. การส่งเด็กของสถาบันไปประกวดนอกสถาบัน	3.83	.79	มาก
20. มีทุนการศึกษาสำหรับเด็กที่มีความสามารถ	4.00	.84	มาก
ภาพรวม	4.00	.57	มาก
รวมความพึงพอใจของผู้ปกครอง	3.99	.44	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านสถานที่ (Place) ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยผู้ปกครองพึงพอใจในระดับมากที่สุดเรื่องของการเดินทางไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ส่วนเรื่องอื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การตกแต่งสถานที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.68)

2. ด้านราคา (Price) ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยผู้ปกครองพึงพอใจในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าเรียนต่อหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.16) และเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ราคาพิเศษเมื่อสมัครเรียนหลายคน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยผู้ปกครองพึงพอใจในระดับมากที่สุดเรื่องการทดลองเรียนฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.30) ส่วนเรื่องอื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การจัดประกวดทำขนม (ค่าเฉลี่ย 3.76)

4. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ปกครองมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยผู้ปกครองพึงพอใจในระดับมากทุกเรื่อง โดยเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อุปกรณ์มีความสะอาดและปลอดภัยสำหรับเด็ก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผู้ปกครองมีส่วน

ร่วมในการเรียนกับบุตรหลาน(ค่าเฉลี่ย 3.87)

4.2.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานย่อยที่ 1: ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	.53	3.94	.50	.515	.607
2. ด้านราคา	4.00	.68	4.01	.64	-.060	.953
3. ด้านสถานที่	4.06	.52	4.01	.55	.617	.538
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.02	.62	3.98	.54	.402	.688
รวม	4.01	.48	3.98	.42	.477	.634

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ปกครองที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในทุกๆ ด้าน

ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่าป.ตรี		ป.ตรี		ป.โท		F	Sig.
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.25	.54	3.97	.51	4.01	.48	2.08	.127
2. ด้านราคา	3.96	.59	4.09	.64	3.77	.66	4.45	.013*
3. ด้านสถานที่	4.04	.60	4.07	.53	3.92	.53	1.32	.268
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95	.60	4.02	.56	3.94	.60	.387	.680
รวม	3.91	.47	4.03	.44	3.92	.44	1.43	.340

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ปกครองที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจแตกต่างกันเฉพาะด้านราคาเท่านั้น ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากร
ศาสตร์จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ	ธุรกิจส่วนตัว		บริษัท		ข้าราชการ		พ่อบ้าน		อื่นๆ (รับจ้าง)		F	Sig.
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	.55	3.90	.49	3.87	.48	4.01	.48	4.16	.40	1.20	.310
2. ด้านราคา	3.93	.69	3.94	.66	4.18	.61	3.92	.48	4.39	.57	1.80	.130
3. ด้านสถานที่	4.11	.53	3.90	.54	4.00	.50	4.09	.55	4.48	.48	2.71	.031*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.01	.60	3.96	.58	3.99	.47	3.91	.63	4.45	.60	1.26	.285
รวม	4.03	.49	3.92	.44	3.99	.37	3.99	.42	4.36	.39	1.680	.156

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจแตกต่างกันเฉพาะด้านสถานที่เท่านั้น ส่วนด้านอื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากร
ศาสตร์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 30,000 บ.		30,000-50,000 บ.		50,001-70,000 บ.		70,001-90,000 บ.		มากกว่า 90,000 บ.		F	Sig.
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.83	.52	3.96	.51	4.03	.47	3.96	.55	4.06	.44	1.01	.398
2. ด้านราคา	4.00	.65	4.07	.62	4.01	.58	4.00	.72	3.80	.79	.569	.686
3. ด้านสถานที่	4.14	.49	3.96	.50	3.97	.64	4.10	.53	4.04	.51	.905	.462

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยกับลักษณะประชากร
ศาสตร์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ	ต่ำกว่า 30,000 บ.		30,000- 50,000 บ.		50,001- 70,000 บ.		70,001- 90,000 บ.		มากกว่า 90,000 บ.		F	Sig.
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.94	.52	4.04	.54	3.94	.58	4.09	.62	3.87	.73	.720	.579
รวม	3.97	.41	4.00	.43	3.99	.45	4.04	.47	3.96	.50	.151	.963

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในทุกๆ ด้าน

4.3 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

4.3.1 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

4.3.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครอง

ผู้ปกครองเป็นหญิง ร้อยละ 61.5 เป็นชาย ร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.5 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่า ร้อยละ 23.0 โดยประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 35.0 รองลงมาคืออาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 31.5 มีรายได้ต่อเดือน 30,000-50,000 บาท ร้อยละ 31.5 รองลงมาได้ 50,001-70,000 บาท

4.3.1.2 พฤติกรรมของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

ผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับการส่งบุตรหลานเรียนเสริมทักษะ ร้อยละ 47.5 รองลงมาให้ความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 28.0 ซึ่งเคยส่งบุตรหลานเรียนดนตรี ร้อยละ 26.0 รองลงมาเรียนด้านภาษา ร้อยละ 22.5 มีความถี่ในการทำกิจกรรม 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 38.5 ใช้เวลาในการเรียน 1 ชั่วโมง/ครั้ง ร้อยละ 39.5 รองลงมาเรียน 2 ชั่วโมง/ครั้ง ร้อยละ 32.0 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรม คือ สามารถนำกิจกรรมไปต่อยอดได้ในอนาคต ร้อยละ 33.5 รองลงมาเป็นความถนัดของบุตรหลาน ร้อยละ 25.0 ซึ่งผู้ปกครองเห็นว่าค่าใช้จ่ายควรอยู่ระหว่าง 1,000-5,000 บาท ร้อยละ 47.5 รองลงมาควรน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 25.5 ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันคือตัวเอง ร้อยละ 34.5 รองลงมาคือพ่อแม่ ร้อยละ 29.5 โดยผู้ปกครองส่วนใหญ่เคยทำกิจกรรมร่วมกับเด็ก ร้อยละ 63.0

และไม่เคยทำกิจกรรมร่วมกัน 37.0 และหากมีการแทรกภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน ผู้ปกครองจะสนใจ ร้อยละ 88.0 และไม่สนใจ ร้อยละ 12.0

4.3.1.3 ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย

ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ทุกด้านผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- ด้านสถานที่ (Place) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยผู้ปกครองพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการเดินทางไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.68)
- ด้านราคา (Price) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าเรียนต่อหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.16) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ราคาพิเศษเมื่อสมัครเรียนหลายคน (ค่าเฉลี่ย 3.85)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยผู้ปกครองพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการให้ทดลองเรียนฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.30) ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดฝึกอบรมโดยวิทยากรผู้มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.12) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การจัดประกวดทำขนม (ค่าเฉลี่ย 3.76)
- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อุปกรณ์มีความสะอาดและปลอดภัยสำหรับเด็ก (ค่าเฉลี่ย 4.14) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียนกับบุตรหลาน (ค่าเฉลี่ย 3.87)

4.3.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

พบว่า ผู้ปกครองที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

4.3.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

4.3.2.1 พฤติกรรมของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษ

ผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับการส่งบุตรหลานเรียนเสริมทักษะพิเศษ โดยส่วนใหญ่ส่งบุตรหลานเรียนดนตรีและภาษา ทั้งนี้จะเป็นเพราะในปัจจุบันผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการให้บุตรหลานมีกิจกรรมพิเศษที่นอกเหนือจากการเรียน เป็นการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ และผู้ปกครองต้องการปลูกฝังลูกหลานให้รู้จัก และอนุรักษ์ขนบไทย (จันทิมา นวทิศพาณิชย์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ซึ่งกิจกรรมส่งเสริมทักษะพิเศษสำหรับเด็กมีหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมพัฒนาทักษะที่จำเป็นในอนาคต เช่น การเรียนภาษาอังกฤษ ภาษาจีน กิจกรรมเสริมพื้นฐานในการเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในวิชาที่เด็กเรียน กิจกรรมเสริมสร้างลักษณะชีวิต เพื่อเสริมสร้างลักษณะชีวิตที่ดีงาม และการฝึกฝนทักษะต่างๆ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมด้านสุขภาพร่างกาย เพื่อให้ร่างกายให้แข็งแรง เป็นต้น แต่เด็กที่มาเรียนทำขนมไทยส่วนใหญ่จะรักและชอบในการทำขนมอยู่แล้ว เพียงแต่มาเรียนเพื่อจะได้ฝึกทักษะในการทำขนม ซึ่งคุณจาติน กิริติพันธ์ ผู้บริหารร้าน Little Sweet ให้สัมภาษณ์ถึงกลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยว่าจะเป็นกลุ่มเด็กที่ต้องการเรียนทำขนมจริงๆ ไม่ใช่เป็นแค่หากิจกรรมยามว่าง

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษสำหรับเด็กคือ สามารถนำกิจกรรมไปต่อยอดได้ในอนาคต ทั้งนี้เพราะหลักสูตรการทำขนมไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงในห้องปฏิบัติการภายใต้คำแนะนำและการดูแลจากเชฟผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญ และเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสู่ความสำเร็จในสายอาชีพ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์จาติน กิริติพันธ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ที่ กล่าวถึงหลักสูตรการเรียนที่เด็กสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ในอนาคต

หากโรงเรียนสอนทำขนมไทยมีการแทรกภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตรผู้ปกครองจะสนใจมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของจาติน กิริติพันธ์ ผู้บริหารร้าน Little Sweet (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ที่เห็นด้วยกับการสอดแทรกภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตร และจันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนบไทย กล่าวถึงแนวโน้มของธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทยในอนาคตว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แต่คาดการณ์ว่าไม่เกินปี 2020 กระแสจะเริ่มลดลง ดังนั้นธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนตัวเองโดยเฉพาะเมื่อไทยก้าวเข้าสู่ AEC

4.3.2.2 ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทย

- ด้านสถานที่ (Place) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการเดินทางไปมาสะดวก สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของจันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) กล่าวถึง ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็กคือสถานที่เรียนไว้ว่า ต้องเดินทางสะดวกสบายและเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพรัตน์ บุญเพียรผล (2548) ทำการศึกษาเรื่อง

พฤติกรรมการซื้อขายและคุณลักษณะของร้านขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี ที่พบว่า ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ติดริมถนน ทำให้ลูกค้าที่ขับรถผ่านไปมาสามารถแวะหาซื้อสินค้าได้สะดวก นอกจากนี้ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในเรื่องของสถานที่จอดรถ เนื่องจากสภาพการจราจรและที่จอดรถในปัจจุบันมีปัญหาโดยเฉพาะในเขตเมืองอย่างกรุงเทพฯ ดังนั้น หากธุรกิจเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ผู้ประกอบการสามารถเดินทางไปมาอย่างสะดวก และมีที่จอดรถ จะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนได้ง่ายขึ้น

- ด้านราคา (Price) ภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดย ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องค่าเรียนต่อหลักสูตร ทั้งนี้เพราะ ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาดโดยเฉพาะสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน การตั้งราคาจะต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย เพราะราคาเป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Kotler, 1997) ดังนั้นหากค่าเรียนต่อหลักสูตรไม่แพงจนเกินไปจะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนทำขนมไทย แต่อาจารย์จันทิมา นวทิศพาณิชย์ ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย กล่าวถึงค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรในการเรียนไม่ควรเกิน 1,000-1,200 บาท

- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ประกอบการมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการทดลองเรียนฟรี ซึ่งอาจารย์จันทิมา นวทิศพาณิชย์ ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจประเภทนี้จะเน้นให้เด็กๆ ได้ทดลองเรียนฟรีโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายจะมีเด็กๆ มาเรียนกันมากขึ้น

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ประกอบการมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความสะอาดและปลอดภัยสำหรับอุปกรณ์ ทั้งนี้เพราะโรงเรียนสอนทำอาหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมาตรฐาน ทั้งในเรื่องของอุปกรณ์ประกอบ การเรียน และวัตถุดิบที่ใช้เพื่อให้เด็กปลอดภัยที่สุด ประเด็นนี้ จาติน กิริติพันธ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet ให้สัมภาษณ์ว่า การสอนทำขนมไทยของร้านจะเริ่มตั้งแต่การรู้ปฏิบัติของวัตถุดิบแต่ละชนิดว่าอะไรผสมกับอะไร ผลจะออกมาอย่างไร ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่สอนให้ทำตามสูตรเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีความพึงพอใจในเรื่องของหลักสูตรที่เปิดสอนต้องมีความหลากหลายที่ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้ตามต้องการ และประการสำคัญโรงเรียนต้องสอนสูตรทำขนม และต้องไม่หลงสูตร เพื่อนักเรียนสามารถกลับไปทำต่อที่บ้าน หรือนำไปต่อยอดได้อีก (จาติน กิริติพันธ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) นอกจากหลักสูตรสำหรับเด็กแล้ว ยังมีหลักสูตรที่ปูพื้นฐานสำหรับวัยรุ่นไปจนถึงการเรียนทำอาหารในระดับอาชีพและปริญญาตรี รวมถึงหลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไปที่ไม่มีพื้นฐานด้านการทำอาหารมาก่อน หลักสูตรการทำอาหารที่เน้นความหลากหลายสำหรับเด็ก และเป็นหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะและอาชีพสำหรับผู้ใหญ่ ซึ่งจันทิมา

นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ให้สัมภาษณ์ถึงจุดแข็งของการเรียนทำขนมไทยว่า หากผู้เรียนได้รับขนมกลับบ้านไปด้วยจะทำให้มีความภาคภูมิใจในฝีมือของตนเองมากขึ้น

พ่อแม่ และผู้ปกครองเห็นความเปลี่ยนแปลงในตัวเด็กๆ ได้อย่างชัดเจน อาทิ การรู้จักรับประทานอาหารและขนมที่มีประโยชน์ การอาสาช่วยคุณแม่ล้างจาน การรู้จักปริมาณและปริมาณ และการรู้จักแบ่งปัน เป็นต้น

4.3.2.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ปกครองที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะปัจจุบันโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กได้รับความนิยมจากผู้ปกครองมากขึ้น และโรงเรียนมีมาตรฐานสูงขึ้นทำให้ผู้ปกครองมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4.3.3 ข้อเสนอแนะ

4.3.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

- ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียง และครูผู้สอนของสถาบันให้เป็นที่รู้จัก
- เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับบุตรหลาน
- ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับราคาค่าเล่าเรียน เช่น เมื่อสมัครเรียนหลักสูตรต่อไป และเมื่อมาสมัครเรียนพร้อมกันหลายคน เป็นต้น

- ตกแต่งสถานที่ให้สวยงามให้เหมาะสมสำหรับเด็ก
- จัดกิจกรรมพิเศษสำหรับเด็ก เช่น ประกวดทำขนม หรือส่งเด็กไปประกวดกับสถาบันอื่นๆ เป็นต้น

4.3.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

- ควรศึกษาตัวแปรของความพึงพอใจของผู้ปกครองในด้านอื่นๆ เช่น การบริการ การประชาสัมพันธ์ และสภาพแวดล้อม เป็นต้น
- ควรศึกษาถึงความต้องการในอนาคตของผู้ปกครองเกี่ยวกับโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก

บทที่ 5

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

การศึกษาข้อมูลจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยต่างๆ การวิเคราะห์แบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการประมวลผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำขนมไทยและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้นำมาสรุปเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจโครงการโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ดังนี้

5.1 ภาพลักษณ์ วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

5.1.1 ภาพลักษณ์

เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ที่สอนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนทำขนมไทย โดยผสมผสานการเรียนรู้ด้านภาษาอังกฤษเข้ากับหลักสูตรการสอนทำขนม และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในห้องเรียนกับเด็กๆ ด้วย และการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักเพื่อให้บริการอย่างครบวงจร

5.1.2 วิสัยทัศน์

โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก มุ่งเน้นการสอนด้วยหลักสูตรการศึกษาสอนทำขนมไทยที่มีคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านการทำขนมไทย ให้มีความสำคัญกับการเรียนรู้ด้านภาษาอังกฤษในคลาสเรียนทำขนมไทย และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในห้องเรียนกับเด็กๆ ด้วย

5.1.3 พันธกิจ

5.1.3.1 องค์กรต้องได้รับความน่าเชื่อถือไว้วางใจจากผู้ปกครอง ครูอาจารย์ ผู้มีชื่อเสียงและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้การให้ความร่วมมือมาเป็นบุคลากรส่วนหนึ่งขององค์กร

5.1.3.2 องค์กรวางหลักสูตรการเรียนการสอนทำขนมไทยที่มีคุณภาพ และสร้างจิตสำนึกความเป็นไทยที่ต้องการรักษาและเผยแพร่ขนมไทยต่อไป

5.1.3.3 องค์กรจะพัฒนาหลักสูตรให้หลากหลายอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มหลักสูตรใหม่เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ในการขยายแผนงานขององค์กร

5.2 เป้าหมาย

5.2.1 เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ที่ส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในคลาสเรียนกับเด็กๆ และมีหลักสูตรการเรียนที่ผสมผสานนำเอาภาษาอังกฤษรวมเข้ากับหลักสูตรการสอนทำขนมไทยด้วย

5.2.2 เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยที่มีความหลากหลาย และพัฒนาเพิ่มหลักสูตรใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

5.2.3 องค์กรได้รับความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ และการยอมรับจากผู้ปกครองและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

5.3 วัตถุประสงค์

5.3.1 เพื่อเป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยที่มีคุณภาพสำหรับเด็ก

5.3.2 เพื่อเป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยที่มีหลักสูตรการสอนที่หลากหลาย การบูรณาการผสมผสานการเรียนภาษาอังกฤษเข้ากับการสอนทำขนมไทย และการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง ในหลักสูตรการเรียน

5.3.3 เพื่อเป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยที่มีหลักสูตรการสอนใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ขององค์กร

5.4 กลยุทธ์องค์กร

5.4.1 บริษัทจะวางหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องและทันสมัยอยู่เสมอ

5.4.2 บริษัทให้ความสำคัญต่อการนำภาษาอังกฤษมาใช้ในการสอนทำขนมไทยด้วย และการให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการเรียนกับเด็ก

5.4.3 บริษัทจะพัฒนาหลักสูตรให้มีความหลากหลายและรองรับต่อกลุ่มเป้าหมายกว้างขึ้น

5.5 กลุ่มเป้าหมาย

5.5.1 กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานช่วงอายุ 6-12 ปี และสนใจส่งบุตรหลานเรียนทำขนมไทย

5.5.2 กลุ่มเด็กที่มีอายุ 6-12 ปี มีความสนใจอยากเรียนทำขนมไทยหรือหากิจกรรมทำในเวลาว่าง, ผู้ที่สนใจเรียนทำขนมไทย และชาวต่างชาติที่มีความสนใจ

5.6 ลักษณะธุรกิจ

โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กที่มีอายุ 6-12 ปี มีความความสนใจในการทำขนมโดยเฉพาะขนมไทย ทางโรงเรียนมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่

สามารถเลือกเรียนได้ตามความต้องการและมีหลักสูตรหลากหลายโดยนำขนมไทยมารวมเข้ากับ กระแสความนิยมขนมในปัจจุบันเกิดเป็นเมนูขนมใหม่ๆที่ทันสมัยและอร่อยน่ารับประทานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังได้นำภาษาอังกฤษสอดแทรกเข้าไปในเนื้อหาการเรียนการสอนด้วยเพื่อ พัฒนาการที่ดีของเด็กๆด้านภาษาอังกฤษควบคู่ไปกับการเรียนทำขนมไทยเพิ่มความน่าสนใจและ ความสนุกสนานในการเรียนได้ถือว่าการพัฒนาสมองไปพร้อมๆกัน แต่ละหลักสูตรสอนโดย ผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านการทำขนมไทยซึ่งหาบุคคลากรเหล่านี้ได้ยากในปัจจุบัน ทาง โรงเรียนให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการเรียนของผู้ปกครองกับเด็กๆ เพราะสถาบันครอบครัวมีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อพัฒนาการและการเติบโตของเด็ก อีกทั้งยังเป็นการใช้เวลาในการทำ กิจกรรมร่วมกันด้วย

นอกจากการให้บริการสอนทำขนมไทยแล้วทางสถาบันยังพัฒนาหลักสูตรให้มีความ หลากหลายและรองรับกลุ่มเป้าหมายรองของสถาบันด้วย อย่างการเปิดหลักสูตรสอนทำขนมไทยแก่ ชาวต่างชาติที่สนใจ หลักสูตรขนมนานาชาติ หลักสูตรขนมประยุกต์คือการนำขนมไทยมาผสมผสานกับ ขนมของชาติอื่นได้อย่างลงตัว ร้านขายขนมไทยและอุปกรณ์การทำขนมด้วย

หลักสูตรสอนทำขนมของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ School ซึ่งมีหลักสูตรต่อไปนี้

1. หลักสูตรสอนทำขนมไทยขั้นพื้นฐาน เป็นการสอนทำขนมไทยอย่างง่าย เช่น ขนมกล้วย ขนมตาล ขนมสอดไส้ เป็นต้น และการสอนทักษะพื้นฐานของการทำขนมไทย
2. หลักสูตรสอนทำขนมไทยขั้นสูง เป็นหลักสูตรสอนทำขนมที่มีความยากขึ้นและใช้ทักษะ มากขึ้นกว่าปกติ เช่น ขนมทองหยอด ฝอยทอง ลูกชุบ เป็นต้น
3. หลักสูตรขนมไทยชาวยุโรป เป็นขนมไทยชาวยุโรปหรือขนมโบราณที่มีขั้นตอนการทำหลาย ขั้นตอน เช่น ตะลุ่ม บัวหลั่นต้นเมฆ เป็นต้น
4. หลักสูตรอาหารว่าง เป็นอาหารว่างซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบันแต่ยังคงความเป็นอาหารของไทย เช่น ห่อหมก กระทงทอง เป็นต้น
5. หลักสูตรขนมประยุกต์ เป็นการนำขนมไทยและขนมของชาติอื่นมาประยุกต์เข้าด้วยกัน โดยเป็นสูตรขนมเฉพาะของสถาบัน

สำหรับหลักสูตรการสอนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติซึ่งสนใจเรียนทำขนมและอาหารไทยมี หลักสูตรดังนี้

1. หลักสูตรขนมไทยเฉพาะอย่าง เป็นการเลือกเรียนทำขนมไทยแต่ละประเภทได้ตาม ต้องการ เฉพาะสำหรับชาวต่างชาติและผู้สนใจเรียนทำขนมแต่ละประเภท หรือผู้ที่มีเวลาเรียนไม่ มาก
2. หลักสูตรอาหารไทย เป็นอาหารไทยเมนูเด่นดังของไทย เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย เป็นต้น

หลักสูตรทั้งหมดที่ได้กล่าวมานอกจากจะเปิดสอนสำหรับเด็กอายุ 6-12 ปีเป็นหลักแล้ว ยังเปิดสอนสำหรับผู้ใหญ่ที่สนใจเรียนหลักสูตรต่างๆด้วยโดยจะสลับเปลี่ยนหลักสูตรของผู้ใหญ่ไปในแต่ละเดือน ทุกหลักสูตรทางโรงเรียนมีวัสดุอุปกรณ์เตรียมพร้อมให้อย่างครบครัน สำหรับอีกธุรกิจหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักคือการเปิดร้านขายขนมไทยล อุปกรณ์ทำขนม และ VDO สาธิตการทำขนมไทย ในแต่ละเดือนทางสถาบันจะจัดอีเวนต์เปิดสาธิตการทำขนมไทยแต่ละประเภท นอกจากนี้โรงเรียนยังมีการจัดการแข่งขันทำขนมไทยปีละ 2 ครั้งโดยรายการจะออนแอร์ทางช่องทีวีดิจิตอลและยูทูบซึ่งผู้ที่สนใจสามารถของทอดลองทำขนมได้เป็นการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเรียนกับทางสถาบันโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ได้ง่ายขึ้น และเป็นการสร้างการรับรู้ให้สถาบันเป็นที่รู้จักมากขึ้นว่าโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ เป็นสถาบันสอนทำขนมไทยที่พร้อมเปิดให้ความรู้แก่ผู้สนใจทุกคน

ภาพที่ 5.1: เครื่องหมายการค้า



ตัวอย่างการให้บริการของธุรกิจโรงเรียนสอนศิลปะ

1. ตัวอย่างหลักสูตรการสอนทำขนมไทย

ภาพที่ 5.2: หลักสูตรสอนทำขนมไทยขั้นพื้นฐาน



ที่มา: *Gallery Ban Ploy Wan*. (2014). Retrieved from
https://www.facebook.com/banploywan/photos_stream.

ภาพที่ 5.3: หลักสูตรสอนทำขนมไทยขั้นสูง



ที่มา: *Sakura Gallery*. (2015). Retrieved from <http://www.sakuracooking.com/SakuraGallery.htm>.

ภาพที่ 5.4: หลักสูตรอาหารไทยพื้นฐาน



ที่มา: วิดีโอสอนทำต้มยำกุ้งน้ำข้นรสแซ่บ จาก CIY. (2556). สืบค้นจาก <http://pantip.com/topic/31093860>.

2. ตัวอย่างตารางเรียนสอนทำขนมและค่าใช้จ่ายในการเรียน

ตารางที่ 5.1: ตารางเรียนสอนทำขนมไทยพื้นฐาน

หลักสูตร	ครั้งที่	วันและชั่วโมงเรียน
ขนมกล้วยมะพร้าวอ่อน กล้วยบัวต๋อง	1	วันเสาร์ 2 ชม.
บัวลอยเผือก แกงบวดฝักทอง	2	วันเสาร์ 2 ชม.
ข้าวเหนียวหลากหน้า ขนมหน้านวล	3	วันเสาร์ 2 ชม.
ขนมหยกมณี ขนม น้ำดอกไม้ม	4	วันเสาร์ 2 ชม.
ลูกชุบ	5	วันเสาร์ 2 ชม.
ค่าเรียน	5,000 บาท	

ตารางที่ 5.2: ตารางเรียนสอนทำขนมไทยขั้นสูง

หลักสูตร	ครั้งที่	วันและชั่วโมงเรียน
ฟอยทอง เม็ดขนุน	1	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
ทองหยิบ ทองหยอด	2	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ): ตารางเรียนสอนทำขนมไทยชั้นสูง

หลักสูตร	ครั้งที่	วันและชั่วโมงเรียน
ทองเอก	3	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
เสน่ห์จันทร์	4	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
เกสรชมพู	5	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
ค่าเรียน	6,000 บาท	

ตารางที่ 5.3: ตารางเรียนสอนทำอาหารไทยขั้นพื้นฐาน

หลักสูตร	ครั้งที่	วันและชั่วโมงเรียน
ต้มยำกุ้ง	1	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
ผัดไทกุ้งสด	2	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
ทอดมันปลา	3	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
มีสมันเมื่อดับ	4	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
แกงกะหรี่ไก่	5	วันอาทิตย์ 2.30 ชม.
ค่าเรียน	5,000 บาท	

ตารางที่ 5.4: อัตราค่าเรียนทำขนมและอาหาร วันธรรมดา

ตารางเรียนวันธรรมดา			
หลักสูตร	จำนวนครั้ง	ชั่วโมงเรียน	ราคา (บาท)
ขนมไทยขั้นพื้นฐาน	5	20 ชม.	8,000 บาท
ขนมไทยชั้นสูง	5	20 ชม.	10,000 บาท
ขนมไทยชาววัง	5	20 ชม.	10,000 บาท
ขนมไทยประยุกต์	5	20 ชม.	8,000 บาท
อาหารว่าง	5	20 ชม.	8,000 บาท
ขนมและอาหารไทยเฉพาะอย่าง	1	2-2.30 ชม.	1,500-2,000 บาท
อาหารไทย	5	20 ชม.	10,000 บาท

คลาสเรียนวันธรรมดาเน้นกลุ่มผู้เรียนที่ต้องการเรียนเพื่อไปประกอบวิชาชีพ และกลุ่มชาวต่างชาติที่สนใจ เรียนวันละ 4-4.30 ชั่วโมง ทั้งช่วงเช้าและช่วงบ่าย เวลา 9.00 – 13.00 น. และ 14.00 – 18.00 น. ช่วงปิดเทอมจะเน้นคลาสของเด็กเป็นหลัก โดยคลาสบุคคลทั่วไปจะลดน้อยลง

ตารางที่ 5.5: อัตราค่าเรียนทำขนมและอาหาร วันเสาร์-อาทิตย์

ตารางเรียนวันเสาร์ - อาทิตย์			
หลักสูตร	จำนวนครั้ง	ชั่วโมงเรียน	ราคา (บาท)
ขนมไทยขั้นพื้นฐาน	5	10 ชม.	5,000 บาท
ขนมไทยขั้นสูง	5	12.5 ชม.	6,000 บาท
ขนมไทยชาววัง	5	10 ชม.	5,000 บาท
ขนมไทยประยุกต์	5	10 ชม.	5,000 บาท
อาหารว่าง	5	10 ชม.	5,000 บาท
ขนมและอาหารไทยเฉพาะอย่าง	1	2-2.30 ชม.	1,500-2,000 บาท
อาหารไทย	5	12.5 ชม.	6,000 บาท

คลาสเรียนวันเสาร์และอาทิตย์ กลุ่มผู้เรียนเป็นเด็กส่วนใหญ่และชาวต่างชาติที่สนใจเรียน โดยเรียนครั้งละ 2-2.30 ชั่วโมง จัดตารางเรียนวันละ 3 ครั้งคือ 10.00-12.00 น., 13.00-15.00 น., และ 16.00-18.00 น.

ตารางที่ 5.6: ราคา VDO สาธิตการทำขนมไทย

VDO สาธิตการทำขนมไทย	
ประเภท	ราคา
1. สอนทำขนมไทยพื้นฐาน	290
2. สอนทำขนมไทยขั้นสูง	390
3. สอนทำขนมไทยชาววัง	490
4. สอนทำขนมไทยประยุกต์	490

ตารางที่ 5.7: ราคาสำหรับสปอนเซอร์สนับสนุนรายการแข่งขันทำขนมไทย

ประเภทสื่อโฆษณา	ราคา
1. TVC.	200,000 บาท/นาที
2. VTR	100,000 บาท
3. Tie in	100,000 บาท
4. End Credit	100,000 บาท
5. Backdrop	100,000 บาท
6. Product Placement	100,000 บาท

5.7 สถานที่ตั้ง

5.7.1 สถานที่ตั้งของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ตั้งอยู่บนห้างสรรพสินค้า Em Quartier กรุงเทพมหานคร เหตุผลในการเลือกสถานที่ตั้งโรงเรียนมีดังนี้

- การเดินทางสะดวกสามารถเดินทางมาได้หลายเส้นทางโดยเฉพาะรถสาธารณะทั้งรถประจำทาง รถไฟฟ้า BTS และรถยนต์ส่วนตัวก็มีที่จอดรถไว้รองรับ
- สถานที่ตั้งโรงเรียนมีพื้นที่สะดวกในการจัดตั้งเป็นโรงเรียนสอนทำขนม
- สถานที่ตั้งโรงเรียนอยู่บนห้างสรรพสินค้าซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลักของโรงเรียนอยู่เป็นจำนวนมาก
- สถานที่ตั้งโรงเรียนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงและอยู่ระดับ High End

ภาพที่ 5.5: แผนที่ตั้งโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์



ที่มา: Google Map. (2015). Retrieved from https://www.google.co.th/?gws_rd=cr,ssl&ei=ULrtVZLkDcX00gTQulfAw#q=emquartier.

ตัวอย่างการตกแต่งโรงเรียน

ภาพที่ 5.6: ตัวอย่างหน้าร้าน



ที่มา: Forfur. (2015). Retrieved from <http://www.forfur.com/>.

ภาพที่ 5.7: ตัวอย่างครัว ภาพที่ 1



ที่มา: Chillpainai. (2012). *A Little Something*. Retrieved from <http://www.thetrippacker.com/>.

ภาพที่ 5.8: ตัวอย่างห้องเรียนทฤษฎี



ที่มา: Chillpainai. (2012). *A Little Something*. Retrieved from <http://www.thetrippacker.com/>.

ภาพที่ 5.9: ตัวอย่างห้องรับรองของเด็กๆ



ที่มา: *Hang Out*. (2010). Retrieved from <http://www.2bemen.com/chill-out/hang-out/12934675998280>.

สถานที่ตั้งโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ออกแบบมาให้เหมือนครัวไทยสมัยโบราณเพื่อสร้างบรรยากาศในการเรียนทำขนมไทยและเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศในการเรียนมาเรียนนอกห้องเรียนหรือการเรียนในสวน นอกจากนี้ยังมีพื้นที่บริเวณด้านหน้าร้านจัดกิจกรรมสาธิตการทำขนมซึ่งเป็นกิจกรรมประจำทุกเดือน

5.8 การกำหนดกลยุทธ์องค์กร

องค์กรได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจไว้ในแผนการดำเนินงาน เพื่อให้การบริหารงานของทุกฝ่ายในองค์กรมีประสิทธิภาพซึ่งจะนำความสำเร็จมาสู่องค์กร โดยการนำข้อมูลจากการศึกษา มาวิเคราะห์ได้ดังนี้

5.8.1 Five Force Model

- การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Competitors)

อุตสาหกรรมโรงเรียนสอนทำขนมไทยในประเทศไทยปัจจุบันมีอยู่ไม่มากนัก เนื่องจากเป็นวิชาชีพที่ต้องใช้ทักษะ ความรู้ ความชำนาญ จึงจะสามารถจัดตั้งธุรกิจนี้ได้ แต่หากเป็นธุรกิจสถาบันสอนทำขนมทั่วไปก็จะมีมากขึ้นซึ่งธุรกิจรองที่ขยายมาจากธุรกิจหลักขององค์กรก็คือการสอนทำขนมไทยประยุกต์ และสอนทำอาหารไทยด้วย สรุปโดยรวมแล้วอุตสาหกรรมโรงเรียนสอนทำขนมมีจำนวนปานกลาง แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้อยู่ในระดับการเติบโตอย่างต่อเนื่องเพราะขนมไทยเป็นขนมที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจ ชื่นชอบ มีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นด้วย

- การคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

คู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมโรงเรียนสอนทำขนมไทยเกิดขึ้นไม่มาก อย่างที่ได้กล่าวมาแล้วว่าเป็นธุรกิจที่ต้องมีผู้เชี่ยวชาญด้านการทำขนมไทยโดยเฉพาะในการสอน เพราะขนมไทยมีขั้นตอนยากกว่าขนมแบบอื่นๆ การที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาในตลาดจึงค่อนข้างยากต้องหาจุดแตกต่างจากคู่แข่งที่เข้าสู่ตลาดก่อนด้วยวิธีการทางการตลาดที่น่าสนใจ และการพัฒนาหลักสูตรการสอนเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

- การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute)

สินค้าทดแทนของธุรกิจสอนทำขนมคือ กิจกรรมหรือวิชาเสริมทักษะพิเศษอย่างอื่นของเด็กๆ ซึ่งมีให้เลือกทำเลือกเรียนมากขึ้นในปัจจุบัน หรือแม้แต่การเรียนรู้ด้วยตัวเองจากสื่อหลากหลายช่องทางหรือการสอนบุตรหลานเองของผู้ปกครอง แต่การมาเรียนในโรงเรียนที่สอนการทำขนมไทยโดยเฉพาะและเป็นสถาบันที่ได้มาตรฐานมีคุณภาพในการสอนจะทำให้เด็กๆ ได้เรียนรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง และได้เพื่อนใหม่ซึ่งช่วยในเรื่องพัฒนาการของเด็กได้เป็นอย่างดี

- อำนาจต่อรองจากผู้บริโภค (Bargaining Power of Customer)

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทยเป็นธุรกิจที่มีจำนวนไม่มากนักในอุตสาหกรรมหรือเรียกได้ว่าเป็นตลาด Niche Market เนื่องจากผู้ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนี้ต้องมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์มากเพราะถือได้ว่าการทำขนมไทยเป็นงานฝีมือที่มีขั้นตอนละเอียดหลายขั้นตอน ดังนั้นอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภคจึงมีไม่มากนัก คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันต่างก็มีต้นทุนไม่แตกต่างกัน ราคาสอนทำขนมไทยจึงไม่แตกต่างกัน การที่ผู้บริโภคเลือกเรียนกับโรงเรียนใดจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นด้วย

- อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

ซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรมโรงเรียนสอนทำขนมไทยมีจำนวนปานกลาง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำขนมไทยบางอย่างหาได้ง่ายบางอย่างหายาก จึงทำให้อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีสูง หากองค์กรขยายแผนงานกว้างออกอีกก็จะเพิ่มจำนวนซัพพลายเออร์มากขึ้นตามไปด้วย อำนาจการต่อรองจากซัพพลายเออร์ที่สูงขึ้น ดังนั้นองค์กรจึงควรแสวงหาข้อมูลแหล่งวัตถุดิบ อุปกรณ์อยู่เสมอเพื่อเป็นแผนการดำเนินงานขั้นต่อไปหากเกิดปัญหาหรือข้อผิดพลาดจากซัพพลายเออร์เดิม และควรรักษาหรือสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อซัพพลายเออร์เดิมเพื่อความราบรื่นในการดำเนินธุรกิจ

5.8.2 วิเคราะห์ 5C's

- วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Context)

ปัจจุบันผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเรียนวิชาเสริมทักษะพิเศษหรือการทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ของบุตรหลานกันมากขึ้น เนื่องจากโลกได้มีการพัฒนาทำให้เด็กมีความสามารถพิเศษมากขึ้น ผู้ปกครองจึงต้องส่งเสริมให้บุตรหลานของตนมีความสามารถเท่าทันกับเด็กคนอื่นไม่ว่า

จะเป็นการเรียนรู้เพิ่มเติมด้านวิชาการหรือการเรียนรู้เสริมทักษะพิเศษหรือแม้แต่การทำกิจกรรมเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งหนึ่งในหลายๆกิจกรรมที่ได้รับความสนใจในปัจจุบันคือการเรียนทำขนมและอาหาร โดยเทรนด์การทำขนมไทย และเบเกอรี่ได้รับความนิยมมากขึ้น แนวโน้มในอนาคตสำหรับโรงเรียนสอนทำขนมไทยได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นตามมาด้วยการที่รัฐบาลให้ความสำคัญและเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในยุคที่ก้าวสู่การเปิดเสรีการค้า AEC

- วิเคราะห์บริษัท (Company)

อุตสาหกรรมโรงเรียนสอนทำขนมไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นซึ่งโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ได้ออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอนโดยเน้นเด็กอายุ 6-12 ปีเป็นหลัก มีหลักสูตรที่หลากหลายและสร้างความแตกต่างในการจัดการเรียนเพื่อให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียนได้ด้วย นอกจากนี้ยังมีหลักสูตรสำหรับผู้ใหญ่และชาวต่างชาติที่สนใจเรียน สร้างความโดดเด่นโดยคิดพัฒนาหลักสูตรการเรียนทำขนมไทยผสมผสานกับเบเกอรี่ให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น การวางแผนงานที่มีความยืดหยุ่นไม่ตายตัวเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของงานแต่ละประเภทได้อย่างลงตัว

- การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitors)

ตามที่ได้กล่าวมาว่าอุตสาหกรรมโรงเรียนสอนทำขนมไทยมีอัตราการเติบโตขึ้นจึงทำให้มีคู่แข่งเพิ่มขึ้นทั้งคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม การวางแผนงานและกลยุทธ์องค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างให้โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ โดดเด่นจากคู่แข่งได้ การพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัยต่อเทรนด์ในยุคต่างๆที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและการตลาดประชาสัมพันธ์องค์กรให้กลุ่มเป้าหมายนึกถึงองค์กรเป็นลำดับแรกจึงเป็นสิ่งสำคัญ

- วิเคราะห์ผู้บริโภค (Customer)

ผู้ปกครองเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโรงเรียนสอนทำขนมไทย เพราะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนและผู้จ่ายค่าเรียน องค์กรต้องสร้างการรับรู้ถึงสาระการเรียนควบคู่กับความสนุกสนานที่เด็กๆจะได้รับซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาการที่ดีของเด็กๆด้วย ซึ่งค่าเรียนและการจัดทำโปรโมชั่นเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้ปกครอง หลักสูตรที่มีความหลากหลายและสนุกสนานเป็นปัจจัยที่ทำให้เด็กๆอยากเรียนซึ่งเด็กถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ 2 รองจากผู้ปกครอง นอกจากนี้ผู้ใหญ่และชาวต่างชาติเป็นกลุ่มเป้าหมายรองของโรงเรียนเนื่องจากโรงเรียนมีหลักสูตรสอนทำอาหารไทยและขนมไทยสำหรับผู้ใหญ่ด้วย

- วิเคราะห์พันธมิตร (Collaborators)

พันธมิตรของโรงเรียนสอนทำขนมไทยมีหลากหลายองค์กรด้วยกัน ซึ่งพันธมิตรที่สำคัญที่สุดของโรงเรียนสอนทำขนมไทยคือครูผู้มีความรู้ที่ถูกต้องและมีประสบการณ์ในการทำขนมไทยซึ่งหาได้ยากแล้วในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีร้านขายวัตถุดิบและอุปกรณ์การทำขนมซึ่งวัตถุดิบในการทำขนมไทยบางอย่างก็หายากองค์กรจึงต้องสรรหาวัตถุดิบที่ดีจากร้านที่จำหน่ายสินค้ามีคุณภาพและแสวงหา

พันธมิตรเพิ่มเติมอยู่เสมอ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนที่ตั้งของโรงเรียน โรงเรียนและบริษัททัวร์ก็เป็นพันธมิตรที่สำคัญที่ช่วยให้โรงเรียนสอนทำขนมไทยเป็นที่รู้จัก มีลูกค้าเพิ่มขึ้น และได้รับความน่าเชื่อถือ ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อพันธมิตรทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

5.8.3 SWOT Analysis

การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อนำจุดแข็งมาพัฒนาให้เป็นจุดเด่นขององค์กรได้ และการนำโอกาสมาพัฒนาจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็งขององค์กรได้เหมือนกัน ดังนี้

- จุดแข็ง (Strengths)

โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กที่ออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับเด็กโดยเฉพาะ รวมถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์การเรียนไว้พร้อม และจุดเด่นที่สำคัญคือการสอดแทรกภาษาอังกฤษเข้าไปในหลักสูตรการสอนด้วยเพื่อช่วยพัฒนาการทางด้านภาษาให้แก่เด็กๆและเป็นการเพิ่มความสุขสนุกสนานในการเรียน นอกจากนี้จุดเด่นอีกอย่างหนึ่งของสถาบันคือการออกแบบการสอนให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียนกับเด็กได้ถือเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวด้วย การพัฒนาหลักสูตรให้มีความหลากหลาย นอกจากหลักสูตรสำหรับเด็กเป็นหลักแล้วทางสถาบันยังมีหลักสูตรสำหรับผู้ใหญ่และชาวต่างชาติที่สนใจเรียนทำขนมไทย

- จุดอ่อน (Weaknesses)

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กเป็นธุรกิจที่มีความยากเพิ่มขึ้นจากการสอนทำขนมกับผู้ใหญ่หรือบุคคลทั่วไป เนื่องจากการเตรียมการสอนมากขึ้นที่จะทำให้เด็กๆเข้าใจการสอนของครูที่สื่อสารออกไป และการออกแบบแบ่งเวลาการสอนแต่ละหลักสูตรให้เหมาะสมกับช่วงเวลาที่ได้ก็จะให้ความสนใจในการเรียน ซึ่งทางสถาบันมีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้นในการดำเนินงาน สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่และชาวต่างชาติมีหลักสูตรการสอนที่มีสัดส่วนน้อยกว่าหลักสูตรสำหรับเด็กทำให้รายได้ในส่วนนี้น้อยลงแต่กลับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า

- โอกาส (Opportunity)

กระแสของขนมไทยในปัจจุบันถูกพูดถึงและให้ความสนใจมากขึ้นในวงกว้าง ทำให้แนวโน้มในอนาคตธุรกิจนี้ยังได้รับความนิยมอยู่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งทางตรงไม่มากนักเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องมีผู้เชี่ยวชาญมากประสบการณ์ในแวดวงการทำขนมไทยจริงๆมาเป็นผู้สอนเพราะขนมไทยเป็นขนมที่มีขั้นตอนในการทำซับซ้อนและต้องใช้ความประณีตในการทำมากกว่าขนมชาติอื่น และการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AEC) ที่เป็นโอกาสอันดีในการทำให้ธุรกิจขนมไทยเป็นธุรกิจที่จะเติบโตมากขึ้นหรือเป็นธุรกิจที่ช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงของและเทศ และอาจจะเป็นธุรกิจส่งออกในอนาคต

- อุปสรรค (Treats)

ด้วยภาวะที่ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้นวัสดุอุปกรณ์ต่างๆก็มีราคาเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นส่งผลต่อราคาค่าเรียนที่ไม่สามารถคิดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดหรือเป็นราคาที่กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจลงเรียนกับสถาบันได้ง่าย และยุคปัจจุบันคู่แข่งชั้นทางอ้อมอย่าง เบเกอร์รี่จากประเทศต่างๆเข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงขึ้นทำให้กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มลังเลที่จะเรียนทำขนมไทยเพราะมีตัวเลือกที่มากขึ้น จึงถึงเป็นอุปสรรคที่โรงเรียนสอนทำขนมไทยเสียโอกาสอยู่

5.8.4 TOWS Matrix

TOWS Matrix เป็นการนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้แล้วมาวิเคราะห์แบบสร้างความสัมพันธ์อีกชั้นหนึ่งเพื่อนำมากำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจต่อไป ซึ่งมีดังนี้

- SO

การที่โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยที่สอดแทรกทักษะภาษาอังกฤษเข้าไปในการสอนให้กับเด็กๆด้วยซึ่งเป็นจุดแข็งที่องค์กรมี และเนื่องจากเป็นปีแห่งการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AEC) หลายคนต่างให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญต่อการส่งเสริมให้บุตรหลานได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นควบคู่ไปกับการเรียนทักษะพิเศษหรือการทำกิจกรรมยามว่าง หลักสูตรการเรียนทำขนมไทยได้ออกแบบหลักสูตรเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายรองอย่างผู้ใหญ่และชาวต่างชาติที่สนใจซึ่งสืบเนื่องจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AEC) อีกประการหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวเติบโตมากขึ้นชาวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาประเทศไทย นอกจากจะท่องเที่ยวแล้วยังให้ความสนใจต่ออาหารของประเทศไทยด้วย จึงเป็นโอกาสอันดีที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ

- ST

เนื่องจากโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ มีความโดดเด่นของการวางหลักสูตรโดยสอดแทรกภาษาอังกฤษเข้าไปในการสอนทำขนมและการวางแผนการสอนให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียน ถึงแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายยากขึ้นแต่การสอนที่เด็กๆจะได้รับความรู้ทั้งการทำขนมไทยและภาษาอังกฤษในเวลาเดียวกันทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

- WO

ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงจึงทำให้ค่าเรียนอาจสูงตามไปด้วยของธุรกิจสอนทำขนมไทยอาจจะทำให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจลงเรียนยาก แต่ปัจจุบันกระแสของขนมไทยมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆซึ่งเป็นผลจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AEC) ด้วย ทำให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจเรียนทำขนมไทยเพิ่มขึ้นจากเดิมการคิดค่าเรียนจึงอาจจะคิดค่าเรียนได้สูงกว่าค่าเรียนทำเบเกอร์

รู้เพราะเป็นช่วยที่มีผู้ต้องการเรียนเยอะ ถึงแม้ว่าทุนการดำเนินงานจะสูงแต่องค์กรยังคงมีกำไรจาก การคิดคำนวณค่าเรียนในแต่ละหลักสูตรได้

- WT

แม้ว่าต้นทุนการดำเนินงานจะสูงและภาวะเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้บริโภคมักระวังเรื่องการใช้ จ่ายมากขึ้น แต่โรงเรียนศิลปะขนิมไทยสร้างสรรค์ ได้ออกแบบหลักสูตรให้มีความโดดเด่นในการ สอดแทรกภาษาอังกฤษไว้ในการสอนและการเน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองจึงทำ ให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนได้ง่ายขึ้น การจัดทำโปรโมชั่นเพื่อให้มีผู้สมัครเรียนเพิ่มขึ้น ก็สามารถทำได้ผลประกอบการหรือกำไรอยู่ในระดับที่ดีได้ และการได้รับผลกระทบจากคู่แข่งชั้น ทางอ้อมอย่างโรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ แต่ขนิมไทยเป็นขนิมที่มีเอกลักษณ์และได้รับความนิยมอยู่ใน ปัจจุบันจึงทำให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจเรียนทำขนมไทยกันมากขึ้น

5.8.5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

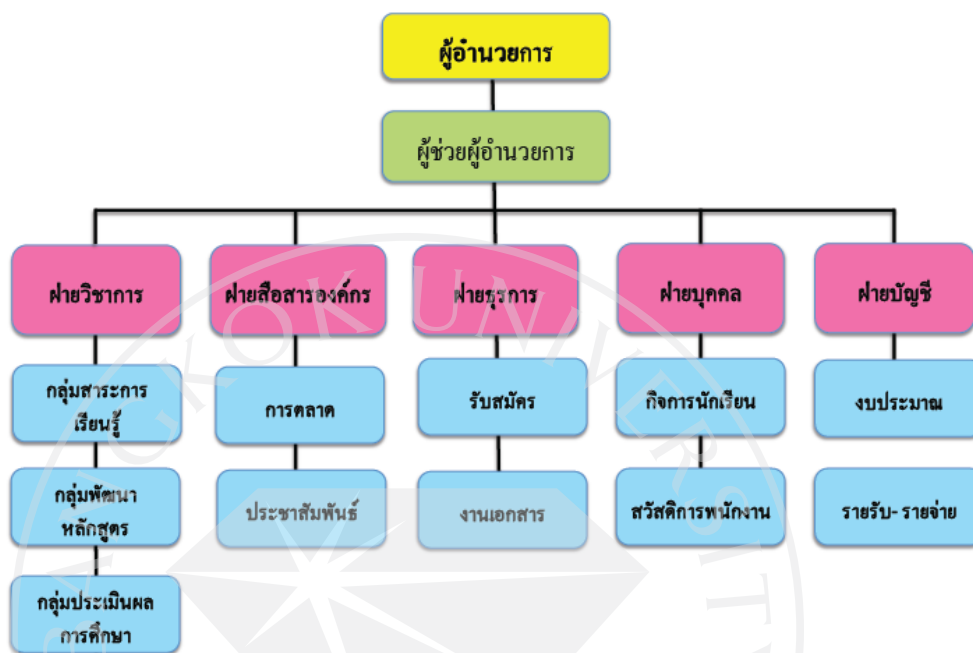
องค์กรได้กำหนดแผนธุรกิจโดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเป็นปัจจัยในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดไว้ดังนี้

องค์กรใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจโดยใช้หลักการข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantages) ใช้การสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งชั้นในการวางหลักสูตรการสอนให้มีความ หลากหลาย พัฒนาหลักสูตรโดยผสมผสานการทำขนมไทยและขนมในยุคปัจจุบันเข้าด้วยกันให้ได้สูตร ขนมชนิดใหม่ และการสอนที่สอดแทรกภาษาอังกฤษเข้าในหลักสูตรเพื่อพัฒนาการที่ดีทางด้านภาษา ของเด็กซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนหลักสูตรการเรียนที่ให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียน กับเด็กๆได้ ซึ่งเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับโรงเรียนศิลปะขนิมไทยสร้างสรรค์ โดดเด่นจากคู่แข่งชั้นในอุตสาหกรรมเดียวกัน

นอกจากนี้การใช้กลยุทธ์การปรับตัวที่รวดเร็ว (Quick Response) ในการขยายฐานลูกค้า เพิ่มขึ้นจากลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ให้มีกลุ่มเป้าหมายรองอย่างการเปิดหลักสูตรสำหรับผู้ใหญ่ และชาวต่างชาติของโรงเรียน Bankanom School ให้องค์กรสามารถสร้างยอดขายได้มากขึ้น ซึ่งใน ปัจจุบันกระแสขนมไทยกำลังได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และการจัดอีเว้นท์สาธิต การสอนทำขนมไทยให้ผู้สนใจลองทำขนมไทยในทุกเดือนก็เป็นการปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้ เกิดประสบการณ์ร่วมของกลุ่มเป้าหมาย เมื่อกลุ่มเป้าหมายได้ทดลองลงมือทำก็จะสามารถดึงดูดให้ ตัดสินใจสมัครเรียนทำขนมกับทางองค์กรได้ง่ายขึ้น

5.9 การจัดโครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 5.10: โครงสร้างองค์กรโรงเรียนสอนทำขนมไทย Bankanom School



การสรรหาบุคลากร

การสรรหาบุคลากรมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ มีหลักเกณฑ์ในการเลือกดังนี้

1. มีคุณสมบัติตามที่ระบุไว้ตามแต่ละตำแหน่ง
2. มีประสบการณ์ทำงาน (จะรับพิจารณาเป็นพิเศษ)
3. มีความอดทน
4. มีความคิดสร้างสรรค์
5. สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

หน้าที่ในแต่ละตำแหน่งงาน

การแบ่งฝ่ายในการปฏิบัติงานของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ได้แบ่งหน้าที่ชัดเจนตรงตามสายงานให้แต่ละฝ่ายทำงานได้อย่างประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ องค์กรแบ่งออกเป็น 7 ฝ่ายด้วยกันดังนี้

1. ผู้อำนวยการ

เป็นฝ่ายบริหารสูงสุดรับผิดชอบงานทั้งหมดขององค์กรไม่ว่าจะเป็นการวางแผนกำหนดกลยุทธ์การทำงานแต่ละฝ่าย ควบคุมการปฏิบัติงานทั้งหมดภายในองค์กรการอนุมัติงบประมาณ และ

การคาดการณ์ผลกำไร ให้ทุกฝ่ายสามารถดำเนินงานตามแผนได้อย่างถูกต้องจนประสบความสำเร็จในที่สุด

2. ผู้ช่วยผู้อำนวยการ

ทำหน้าที่ช่วยผู้อำนวยการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์องค์กร ปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่ผู้อำนวยการได้วางไว้ และช่วยควบคุมการปฏิบัติงานในแต่ละฝ่ายให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กร

3. ฝ่ายวิชาการ

ทำหน้าที่วางแผนหลักสูตรเรียนทำขนมไทยและหลักสูตรทั่วไปที่มีการขยายแผนการสอน ซึ่งหลักสูตรทั้งหมดขององค์กรเป็นหลักสูตรที่ได้รับมาตรฐานการศึกษาจากกระทรวงศึกษาธิการ นอกจากนี้ได้พัฒนาหลักสูตรโดยวิเคราะห์จากการประเมินผลการเรียนการสอนและการศึกษาจากกระแสการทำขนมต่างๆให้ทันสมัย ได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความหลากหลาย น่าสนใจตามความต้องการของเด็กๆ การนำวัสดุอุปกรณ์และสื่อที่ใช้ในการเรียนที่ทันสมัย ดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายอยากเรียน และเป็นสื่อที่ช่วยพัฒนาทักษะความสามารถของเด็กๆได้

4. ฝ่ายสื่อสารองค์กร

ฝ่ายนี้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 แผนกด้วยกันคือ การตลาด ซึ่งมีหน้าที่ในการทำให้สินค้าและบริการขององค์กรขายได้ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำแผนการสื่อสารการขาย การจัดทำโปรโมชั่น การคิดคำนวณราคาขายที่องค์กรได้ผลกำไรและกลุ่มเป้าหมายมีกำลังซื้อได้ การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการให้มีคุณค่าจนทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการและขายได้ในที่สุด รวมถึงพนักงานขายขนมไทยและอุปกรณ์ทำขนมหน้าร้านด้วย แผนกที่สองคือแผนกประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่สร้างการรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักองค์กรและสินค้าบริการขององค์กร สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรให้เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยที่มีชื่อเสียงและเป็นผู้นำด้านการสอนทำขนมไทยโดยเฉพาะสำหรับเด็ก การจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับแผนกการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างยอดขายให้ได้

5. ฝ่ายธุรกิจ

มีหน้าที่จัดการงานด้านเอกสารการเรียนการสอนและงานเอกสารต่างๆ การจัดห้องเรียนที่เหมาะสมในการสอนแต่ละหลักสูตร รวมถึงการประสานงาน ทั้งหมดในองค์กรที่ช่วยให้การทำงานสะดวกรวดเร็ว และราบรื่น และการรับสมัครนักเรียนทั้งการมาสมัครด้วยตัวเอง การสมัครทางโทรศัพท์ และการสมัครผ่านทางออนไลน์

6. ฝ่ายบุคคล

ฝ่ายนี้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 แผนกด้วยกันคือ แผนกกิจการนักเรียน ทำหน้าที่จัดเก็บ

ข้อมูลของนักเรียนที่มาสมัครเรียนทั้งนักเรียนเก่าและใหม่ไว้เป็นฐานข้อมูล และแผนกสวัสดิการ ทำหน้าที่ดูแลเรื่องสวัสดิการของพนักงานในองค์กรโดยยึดตามกฎหมายแรงงาน และการสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งงานเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาร่วมงานกับองค์กร

7. ฝ่ายบัญชี

ทำหน้าที่รับผิดชอบเรื่องบัญชีและการเงินขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณการดำเนินงาน ราบรับรายจ่าย การคิดผลประโยชน์ประจำปี เพื่อให้องค์กรมีสภาพคล่องทางการเงินที่สร้างความน่าเชื่อถือให้องค์กรได้

ตารางที่ 5.8: อัตราเงินเดือนขององค์กร

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
ผู้อำนวยการ	1	40,000
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	1	30,000
หัวหน้าฝ่ายวิชาการ	1	25,000
พนักงานฝ่ายวิชาการ	3	20,000
ครู	6	20,000
หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร	1	25,000
พนักงานการตลาด	1	20,000
พนักงานประชาสัมพันธ์	1	20,000
พนักงานขายสินค้าหน้าร้าน	2	10,000
หัวหน้าฝ่ายธุรการ	1	25,000
พนักงานฝ่ายธุรการ	2	15,000
หัวหน้าฝ่ายบัญชี	1	25,000
พนักงานฝ่ายบัญชี	1	20,000
หัวหน้าฝ่ายบุคคล	1	25,000
พนักงานฝ่ายบุคคล	2	15,000
พนักงานรักษาความปลอดภัย	1	8,000
พนักงานทำความสะอาด	1	8,000
รวม	27	531,000

5.10 แผนการตลาด

การนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาวางแผนการตลาดให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและกระแสการทำขนมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย เพื่อให้แผนการตลาดประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน จึงได้วางกลยุทธ์การตลาดไว้ดังนี้

5.10.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Marketing Segmentation)

เป็นการแบ่งกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าออกเป็นกลุ่มๆตามความต้องการ ความสนใจ หรือความชื่นชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เพื่อให้องค์กรสามารถวางแผนกลยุทธ์ดำเนินงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ทั้งการออกแบบหลักสูตรการเรียน การทำสื่อการสอน การพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มมากที่สุด โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ได้แบ่งลูกค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์คือช่วงอายุ และพฤติกรรมศาสตร์ในเรื่องความสนใจและความต้องการ ซึ่งกลุ่มแรกคือกลุ่มเป้าหมายหลักขององค์กรเป็นกลุ่มเด็กอายุ 6-12 ปี กลุ่มที่สองคือกลุ่มผู้ใหญ่หรือบุคคลทั่วไปและชาวต่างชาติที่สนใจ ซึ่งการแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจนจะช่วยให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จในที่สุด

5.10.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลัก

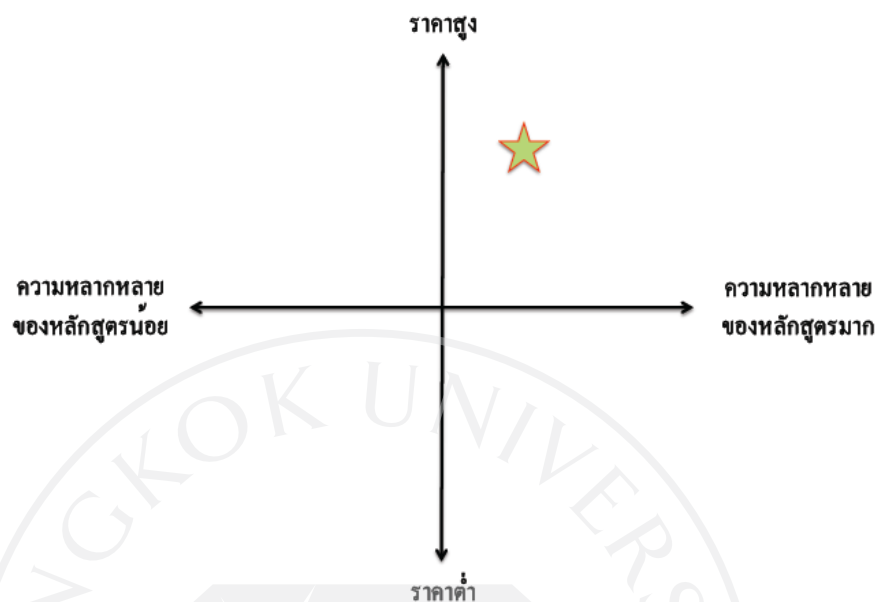
คือกลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานระหว่างอายุ 6-12 ปี เป็นผู้ที่มีความสนใจและส่งเสริมทักษะพิเศษให้บุตรหลาน ต้องการให้บุตรหลานมีพัฒนาการที่ดีขึ้น และต้องการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนสอนทำขนมไทย อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

กลุ่มเป้าหมายรอง

เด็กที่มีระหว่างอายุ 6-12 ปี สนใจการทำขนม ชอบการเข้าสังคมและมีเพื่อนใหม่ ต้องการพัฒนาทักษะของตนเองโดยเฉพาะด้านการทำขนม อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

ภาพที่ 5.11: โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์



โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มขององค์กร และการปรับเปลี่ยนหลักสูตรให้มีความทันสมัยน่าสนใจมากขึ้น ราคาเรียนต่อหลักสูตรมีตั้งแต่ราคาปานกลางจนถึงราคาสูงขึ้นอยู่กับความยากง่ายของหลักสูตร จำนวนชนิดของขนมที่เรียน และการเรียนเป็นกลุ่มหรือเรียนคนเดียว ซึ่งค่าเรียนครอบคลุมทั้งสื่อการสอนวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียน

ส่วนผสมทางการตลาดขององค์กร (Marketing Mix)

ตารางที่ 5.9: ส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ (Product)	ความต้องการของผู้บริโภค (Consumer)
โรงเรียนสอนทำขนมไทย เน้นการสอนเด็ก อายุ 6-12 ปี ซึ่งมีความโดดเด่นนอกจากสอนทำขนมไทยแล้วยังได้สอดแทรกการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเข้าไปในการสอนด้วย การให้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการเรียนกับบุตรหลาน มีหลักสูตรการเรียนที่หลากหลาย และวัสดุอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัยปลอดภัยสำหรับเด็ก สอนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการทำขนมไทยและขนมต่างๆ มีหลักสูตรสำหรับผู้ใหญ่เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายรอง	ในยุคที่เด็กๆมีความสามารถกันมากขึ้น ทำให้ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการส่งบุตรหลานเรียนเสริมทักษะพิเศษ เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการที่ดีและมีความสามารถเฉพาะด้าน ไม่ว่าจะเป็นวิชาเสริมทั้งแบบวิชาการหรือกิจกรรมยามว่าง ซึ่งรูปแบบของหลักสูตรการศึกษาไม่เพียงแต่เป็นหลักสูตรธรรมดาแต่หากได้สอดแทรกความรู้เข้าไปด้วยจะได้รับ ความสนใจจากผู้ปกครองมากขึ้นซึ่งทำให้ตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนได้ยาก
ราคา (Price)	ต้นทุนของผู้บริโภค (Cost)
ราคาเรียนต่อต่อหลักสูตรเป็นราคาที่รวมทั้ง วัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนทั้งหมดโดยที่นักเรียนไม่ต้องจ่ายสิ่งใดเพิ่ม เพื่อความสะดวกในการเรียนและการเห็นราคาที่แท้จริงของค่าเรียนแต่ละหลักสูตร ค่าเรียนมีระดับราคาตั้งแต่ปานกลางจนถึงสูงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ผู้ปกครองและเด็กสามารถเลือกเรียนได้ตามความต้องการ	ค่าเรียนทำขนมไทยแต่ละหลักสูตรขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบ ซึ่งหากหลักสูตรมีความน่าสนใจผู้ปกครองเห็นถึงความคุ้มค่าไม่ว่าจะเป็นราคาระดับกลางหรือสูงก็จะจ่ายเงินส่งบุตรหลานเข้าเรียน องค์กรจึงต้องสร้างสรรค์หลักสูตรที่ให้ความรู้ความสนุกสนานและเสริมสร้างพัฒนาการ ให้ผู้ปกครองเห็นถึงประโยชน์ที่เด็กจะได้รับก็จะทำให้ตัดสินใจส่งบุตรหลานมาเรียนกับโรงเรียนได้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.9 (ต่อ): ส่วนผสมทางการตลาดของโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์

สถานที่ (Place)	ความสะดวกในการซื้อ (Convenience)
โรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ ตั้งอยู่บริเวณห้างเอ็มควอเทียที่ตั้งโรงเรียนเดินทางได้หลายเส้นทาง ทั้งรถยนต์ส่วนตัวมีที่จอดรถภายในโรงเรียนและบริเวณใกล้เคียง รถไฟฟ้า BTS หรือรถประจำทาง อยู่ใกล้แหล่งที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่หนาแน่นทั้งโรงเรียน ห้างสรรพสินค้ามากมาย และโรงแรมซึ่งเป็นแหล่งที่มีชาวต่างชาติอาศัยอยู่	ธุรกิจโรงเรียนสอนสอนทำขนมไทย เป็นธุรกิจที่ให้บริการเป็นหลัก ช่องทางการเข้าถึงและซื้อหลักสูตรการเรียนที่ผู้ปกครองสามารถใช้บริการได้มีหลายช่องทางทั้งการเข้ามาสมัครเรียนโดยตรงกับทางโรงเรียน การสมัครผ่านโทรศัพท์ การสมัครผ่านเว็บไซต์ของโรงเรียน ซึ่งวิธีการสมัครทางออนไลน์เป็นวิธีที่เพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้สมัครเรียน และเป็นสื่อที่ผู้คนในปัจจุบันนิยมใช้กันอยู่แล้ว
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	การสื่อสาร (Communication)
โรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ ได้สื่อสารถึงผู้บริโภคเพื่อสร้างการรับรู้ในเบื้องต้นหลายช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้ นอกจากการสร้างการรับรู้ยังจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายสินค้าและบริการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง และการประชาสัมพันธ์โดยจัดกิจกรรมขึ้นเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมในการจัดสาธิตการทำขนมไทยให้ผู้สนใจทดลองทำ	การสื่อสารที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันคือสื่อออนไลน์และโซเชียลเน็ตเวิร์ก ซึ่งผู้ปกครองยุคใหม่ก็นิยมใช้และรับสื่อทางนี้แล้ว จึงทำให้การสื่อสารระหว่างโรงเรียนและผู้ปกครองเป็นเรื่องง่ายและเข้าถึงกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นการแจ้งข่าวสารโปรโมชั่นหรือกิจกรรมต่างๆ ทำให้โรงเรียนผู้ปกครองและนักเรียนใกล้ชิดกันมากขึ้น

กิจกรรมทางการตลาด

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทย เป็นธุรกิจที่มีกำลังเป็นกระแสและมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง การวางแผนกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่าง ได้เปรียบ และโดดเด่น จึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่องค์กรต้องกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารกิจกรรมทางการตลาดให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง โดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร เพื่อการรักษาฐานลูกค้าเดิมและการสร้างลูกค้าใหม่อยู่เสมอ

ดังนั้นองค์กรจึงต้องวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ โดยนำข้อมูลการเปิดรับสื่อของผู้ปกครองและเด็กมาวิเคราะห์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ปัจจุบันสื่อสมัยใหม่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเด็กและเยาวชน เห็นได้จากผลการศึกษาโครงการติดตามสภาวะการเด็ก (Child Watch) และสรุปพื้นที่สื่อในชีวิตเด็กไทย พบว่าเด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมการรับสื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต อันดับต้นๆที่นิยมคือ โทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2552 พบว่า เด็กมัธยมศึกษา ถึงอุดมศึกษามีคอมพิวเตอร์ร้อยละ 44 มีโทรศัพท์มือถือใช้ร้อยละ 82 ซึ่งเด็กใช้เวลากับสื่อโทรทัศน์ และเทคโนโลยีถึงวันละ 6-7 ชั่วโมง ใช้บริการส่ง SMS การโหลดเพลง ภาพ เกมส์ และข้อมูลต่างๆมากขึ้น (สำนักงานอิศรา, 2556)

จากผลการศึกษาเห็นได้ว่าการบริโภคสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ของเด็กและ เยาวชนมีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ระยะเวลาบริโภคสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่มีอัตราส่วนที่มากกว่าการบริโภคสื่อประเภทอื่น นอกจากเด็กจะบริโภคสื่อประเภทนี้มากแล้วผู้ปกครองเองก็นิยมใช้สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ตามเด็กๆด้วยผู้ประกอบการวางกลยุทธ์การสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มากกว่าสื่อประเภทอื่น โดยเลือกสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ได้รับการนิยมนิยมจากเด็กและผู้ปกครองซึ่งจะทำให้การสื่อสารระหว่างองค์กรถึงกลุ่มเป้าหมายประสบความสำเร็จได้

ผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคด้านสื่อดิจิทัลมีเดียของบริษัท ไอพีจี มีเดียแบรนด์ เผยผลวิจัยชอปเปอร์ไซแอนซ์ (Shopper Science) วิเคราะห์ผู้บริโภคปี 2556 อิทธิพลสื่อและสิ่งแวดล้อมรอบด้านส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละครั้งของผู้บริโภค ได้กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคในยุคนี้จะเปิดรับทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ในการตัดสินใจซื้อสินค้า แต่ช่วงเวลาท้ายสุดของการตัดสินใจซื้อ พบว่ากลุ่ม ผู้บริโภคอายุ 25-34 ปี ใช้สื่อออนไลน์ช่วยตัดสินใจซื้อช่วงเวลาท้ายสุด คือเว็บไซต์แบรนด์ 46% เว็บไซต์ร้านค้าปลีก 40% และ โมบายเสิร์ช 31% และกลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไปนั้น ใช้สื่อออนไลน์หาข้อมูลสำหรับการตัดสินใจซื้อช่วงเวลาสุดท้าย คือ ออนไลน์เสิร์ช 47% เว็บไซต์แบรนด์ 48% และเว็บไซต์ร้านค้าปลีก 50% จากผลวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคผู้ประกอบการต้องปรับตัวด้านเครื่องมือการสื่อสารและช่องทางการจัดจำหน่ายให้ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (รัตติยา อังคูลานนท์, 2556)

จากผลสำรวจพบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 25-35 ปีขึ้นไป โดยภาพรวมมีการตัดสินใจซื้อสินค้าในช่วงสุดท้ายผ่านทางสื่อดิจิทัลมีเดียทั้งออนไลน์เสิร์ช เว็บไซต์และโมบายเสิร์ช ซึ่งผู้ประกอบการนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสื่อสารออกไปถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อดิจิทัลมากกว่าการสื่อสารผ่านสื่ออื่นเพื่อให้คุ้มค่าแก่งบประมาณที่ใช้ในการสื่อสารและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

แผนการสื่อสารการตลาด

องค์กรได้วางแผนการใช้สื่อต่างๆให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการสื่อผู้ปกครองเป็นหลักและ
เด็กรองลงมา เพื่อให้การสื่อสารขององค์กรถึงกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพจึงเลือกใช้สื่อดังนี้

1. ออนไลน์

- Website: องค์กรมีเว็บไซต์ขององค์กรเองเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาศึกษาข้อมูล
ก่อนการตัดสินใจสมัครเรียน องค์กรสามารถใช้ช่องทางนี้ในการสื่อสารเรื่องราวของสินค้าและบริการ
ทั้งหมดให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบ รวมถึงข่าวสาร โปรโมชัน และการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจด้วย เป็น
ช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว

- Facebook: เป็นสื่อทางโซเชียลเน็ตเวิร์คที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ที่สื่อสารข้อมูล
ขององค์กรถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วน่าสนใจ สามารถจัดกิจกรรมเล่นเกมส์ต่างๆผ่านช่องทางนี้ได้
เป็นอย่างดี

- Banner: เป็นอีกสื่อหนึ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักองค์กรผ่านทางการสร้าง Banner บน
เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากและเว็บไซต์ที่ผู้ปกครองที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไปนิยมใช้บริการอย่างเว็บไซต์
ประเภทข่าว, การศึกษา, เว็บไซต์ซื้อขายสินค้าออนไลน์ เป็นต้น ซึ่ง Banner สามารถลิงค์กลับมาที่
เว็บไซต์ขององค์กรได้

2. โบว์ชัวร์

- จัดทำโบว์ชัวร์เพื่อนำไปแจกและวางไว้ตามสถานที่ๆกลุ่มเป้าหมายอยู่หนาแน่น เพื่อ
ประชาสัมพันธ์โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ และบอกรายละเอียดรวมถึงค่าใช้จ่ายในแต่ละ
หลักสูตร ที่สำคัญคือโบว์ชัวร์ที่โรงเรียนได้จัดทำในแต่ละไตรมาส

3. กิจกรรมพิเศษ (Event)

- สาธิตการทำขนมไทย: ทุกต้นเดือนทางโรงเรียนมีการสาธิตการทำขนมไทยแต่ละประเภท
สลับกันไป โดยเชิญชวนผู้ที่สนใจชมหรือต้องการลองลงมือทำเข้าร่วมงาน เป็นการสร้างประสบการณ์
ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่สนใจแต่ยังไม่มีข้อมูลในการตัดสินใจให้ตัดสินใจสมัครเรียนได้ง่ายขึ้น และทำให้
การเรียนทำขนมไทยมีความน่าสนใจมากขึ้น

- จัดประกวดการทำขนม: เป็นกิจกรรมที่จะจัดขึ้นทุกปีเป็นงานประจำปีของทาง โรงเรียน
ศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ซึ่งแนวคิดหลักของงานคือการประกวดทำขนมไทย และภายในงานยังมี
กิจกรรมที่น่าสนใจมากมายเพื่อให้นักเรียน ลูกค้า และองค์กรมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ถือเป็นการ
สร้างกิจกรรมที่ทำให้เด็กเกิดจินตนาการและกล้าแสดงออกด้วย

- ออกบูธ: ร่วมออกบูธตามงานท่องเที่ยวไทย งานโอท็อป และงานขนมไทยตามสถานที่ต่างๆ
เพื่อสร้างการรับรู้ในตัวองค์กร ได้พบปะกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และสามารถสร้างยอดขายได้ ณ
ช่วงเวลา而出บูธ ซึ่งเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ให้องค์กร

4. โปรโมชัน

- การจัดทำโปรโมชันเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างยอดขายจากโปรโมชันที่น่าสนใจซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การลดราคา ค่าเรียน หากสมัครเรียนต่อเนื่องระยะยาว การแนะนำเพื่อนให้มาสมัครเรียน เป็นต้น

ตารางที่ 5.10: แผนการพัฒนาธุรกิจ

เป้าหมาย	แผนพัฒนาธุรกิจ	
ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
1. เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กที่สอนโดยผสมผสานภาษาอังกฤษเข้ากับหลักสูตรการสอน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง	พัฒนาหลักสูตรที่นำเอาภาษาที่ 3 ซึ่งเป็นภาษาที่ได้รับความนิยมและเป็นประโยชน์ มารวมอยู่ในหลักสูตรการสอนทำขนมด้วย	พัฒนาหลักสูตรที่ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมกับการเรียนของเด็กๆ ได้มากยิ่งขึ้น
2. เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กที่มีหลักสูตรหลากหลาย และพัฒนาหลักสูตรใหม่อย่างต่อเนื่อง	พัฒนาหลักสูตรการเรียนให้ เป็นหลักสูตรที่แปลกใหม่ น่าสนใจและนำเอา วัสดุ อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัยมาใช้ในการสอน	นำเอาขนมของแต่ละชาติมาประยุกต์ในการสอนและขยายหลักสูตรการสอนทำขนมให้ครอบคลุมการสอนทำขนมทุกประเภท แต่ยังเน้นการสอนทำขนมไทยเป็นหลัก
3. เป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทย ที่ได้รับความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ และการยอมรับ	ประเมินผลการสอนจากการ สอบผู้ที่สมัครเรียนว่าสามารถ ทำขนมได้มากน้อยหรือดีแค่ไหน เพื่อนำมาปรับปรุงวิธีการสอนให้มีประสิทธิภาพและ หลักสูตรตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด	รักษามาตรฐานที่ดีเอาไว้ และปรับปรุงจุดอ่อน โดยสำรวจความคิดเห็นจากนักเรียนและ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร เข้าร่วมงานหรือกิจกรรมกับ ภาคเอกชนและรัฐบาลให้ องค์กรเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 6

งบบุญี และการเงิน

งบบุญีและการเงินของโครงการโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานขององค์กรและการกำหนดกลยุทธ์ ให้แผนงานที่วางวางไว้ดำเนินในงบการเงินที่องค์กรกำหนด ให้สามารถบริหารเงินลงทุน คาดการณ์ผลกำไรขององค์กรได้ และการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเนื้อหาของงบบุญีและการเงินดังนี้

- 6.1 สมมติฐานวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน
- 6.2 สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น
- 6.3 ประมาณการต้นทุนด้านบริการ
- 6.4 วิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและกระบวนการใช้คืน
- 6.5 ประมาณการรายได้
- 6.6 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

6.1 สมมติฐานวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน

องค์กรได้วิเคราะห์แผนทางการเงินในการดำเนินธุรกิจ จึงตั้งสมมติฐานทางการเงินในส่วนต่างๆทั้งงบประมาณการลงทุน รายรับและรายจ่ายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

6.1.1 คาดการณ์งบประมาณทั้งหมดของโครงการ 5 ปี ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 ถึงเดือนธันวาคม 2563 ซึ่งการดำเนินงานเป็นไปตามตามแผนการดำเนินงานที่องค์กรได้วางไว้ตั้งแต่เริ่มดำเนินงาน

6.1.2 องค์กรเป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทย ที่เน้นให้บริการเด็กอายุตั้งแต่ 6-12 ปี จัดทำแผนการสอนไว้ให้บริการทั้งหมด หลักสูตร เปิดหลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไปด้วย และธุรกิจร้านขายขนมและอุปกรณ์ทำขนมซึ่งเป็นธุรกิจที่ขยายตัวมาจากธุรกิจหลัก มีที่มีของรายได้ดังนี้

- 6.1.2.1 หลักสูตรสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก
- 6.1.2.2 หลักสูตรสอนทำขนมทั่วไปสำหรับเด็ก
- 6.1.2.3 หลักสูตรสอนทำอาหารไทยสำหรับเด็ก
- 6.1.2.4 หลักสูตรสอนทำขนมไทยสำหรับผู้ใหญ่และชาวต่างชาติ
- 6.1.2.5 หลักสูตรสอนทำอาหารไทยสำหรับผู้ใหญ่และชาวต่างชาติ

สมมติฐานประมาณการยอดขาย

- คาดการณ์ผลประกอบการของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ได้คาดการณ์ว่าจะได้รับผลกำไรจากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐานและขั้นสูงประมาณ 40 – 50 % ผลกำไรจากหลักสูตรขนมไทยโบราณประมาณ 30 – 40 % ผลกำไรจากหลักสูตรขนมประยุกต์ประมาณ 40-50 % ผลกำไรจากหลักสูตรอาหารว่างประมาณ 40-50% ผลกำไรจากหลักสูตรขนมไทยเฉพาะอย่างประมาณ 30-40 % และผลกำไรจากหลักสูตรขนมอาหารไทยประมาณ 40-50 % ผลกำไรจากการขาย VDO 60% และผลกำไรจากการขายโฆษณารายการแข่งขันทำขนมไทย 30%-40%

- โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ คาดการณ์มีผู้เริ่มสมัครเรียนในเดือนที่ 4 ของการเปิดให้ดำเนินการ ในช่วงไตรมาสแรกเป็นช่วงปฏิบัติตามกลยุทธ์แผนการตลาด

- คาดการณ์ผลกำไรปีที่ 2 จะมีอัตราเพิ่มขึ้นในการดำเนินธุรกิจประมาณ 10-20% จากปีแรก เนื่องจากเพิ่มขึ้นของนักเรียนที่สมัครเรียนจากการที่โรงเรียนเป็นที่รู้จักในปีแรกแล้ว การทำโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่องที่ช่วยเพิ่มยอดขายได้

6.2 สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น

การวางแผนลงทุนในสินทรัพย์ที่ดินและอาคารซึ่งเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจะใช้วิธีการเช่าที่ดินและตัวบ้าน สำหรับอุปกรณ์การเรียนบริษัทได้ลงทุนกับอุปกรณ์การเรียน เพราะอุปกรณ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การเรียนทำขนมไทยเกิดความสะดวกและน่าเรียนมากขึ้นจากการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน การตกแต่งสถานที่ไม่ว่าจะเป็นห้องรับรอง ห้องครัวซึ่งเป็นหัวใจหลักของการเรียนการสอนต้องอำนวยความสะดวก สะอาด และปลอดภัย และองค์กรยังมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนการจัดตั้งบริษัท ค่าจดทะเบียนโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

ที่ดินและอาคารที่ใช้เป็นพื้นที่ตั้งโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ตั้งอยู่บริเวณซอยร่วมฤดี เพลินจิต เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เป็นบ้าน 3 ชั้น มีเนื้อที่ใช้สอยทั้งหมด 400 ตารางเมตร ค่ามัดจำอาคารล่วงหน้า 2 เดือน 245,000 บาท และค่าเช่า 122,500 บาทต่อเดือน

อุปกรณ์สำนักงานของโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ เป็นอุปกรณ์สำนักงานทั่วไปเช่น โต๊ะทำงาน คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครื่องเขียน และโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งกำหนดไว้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 6.1: อุปกรณ์สำนักงาน

อุปกรณ์	ราคาต่อหน่วย	จำนวน(หน่วย)	รวม
โต๊ะและเก้าอี้ทำงาน	2,000	20	40,000
คอมพิวเตอร์	20,000	8	160,000
โทรศัพท์	500	5	2,500
เครื่องเขียน	150	20	3,000
ปรี้นเตอร์และแฟกซ์	5,000	2	10,000
ชุดโซฟาและโต๊ะรับแขก	30,000	1	30,000
ชุดเฟอร์นิเจอร์ห้องรับรอง	30,000	2	60,000
รวม			305,500

อุปกรณ์ประกอบการเรียน

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนทำขนมเป็นอุปกรณ์เครื่องครัว โดยเฉพาะเครื่องครัวที่ใช้ในการทำขนม และภาชนะใส่ขนมต่างๆ

ตารางที่ 6.2: อุปกรณ์ประกอบการเรียน

อุปกรณ์	ราคาชุด	จำนวน(หน่วย)	รวม
เครื่องครัวประกอบการทำขนม	5,000	30	150,000
เครื่องครัวประกอบอาหาร	5,000	20	100,000
เตาอบ	25,000	7	175,000
ภาชนะ	100	300	30,000
รวม			455,000

ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและจดทะเบียนโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

บริษัทต้องดำเนินการจัดตั้งจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดอย่างถูกต้อง โดยมีค่าจดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท 25,000 บาท นอกจากนี้การจัดตั้งโรงเรียนต้องมีการจดทะเบียนสถานศึกษาอย่างถูกต้อง โดยมี ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน 50,000 บาท

ตารางที่ 6.3: ประเมินเงินลงทุนเบื้องต้น

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่ามัดจำพื้นที่	245,000	ค่าเช่า 122,500 ต่อเดือน ค่ามัดจำ 2 เดือน
ค่าตกแต่งสถานที่	600,000	ตารางเมตรละ 1,500 บาท พื้นที่ใช้ สอย 400 ตารางเมตร
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	305,500	
ค่าอุปกรณ์การเรียน	455,000	
ค่าประกันสำนักงาน	50,000	
ค่าสร้าง ปรับปรุง พัฒนาเว็บไซต์	400,000	รวมทั้งหมด 5 ปี
ค่าจดโดเมนเนม	300	
ค่าเช่าเซฟเวอร์	20,000	
ค่าจดทะเบียนบริษัท	25,000	
ค่าจดทะเบียนโรงเรียนตามกฎหมายของ กระทรวงศึกษาธิการ	50,000	
ค่าพัฒนาหลักสูตร	50,000	
รวม	2,230,000 บาท	

6.3 ประมาณการต้นทุนการบริการ

ตารางที่ 6.4: ประมาณการต้นทุนการบริการ

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าเช่าสถานที่	87,500 บาทต่อเดือน 1,050,000 บาทต่อปี	ค่าเช่าพื้นที่ในห้าง มีพื้นที่ใช้สอย 400 ตารางเมตร
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	531,000 บาทต่อเดือน 6,372,000 บาทต่อปี	เพิ่มขึ้นปีละ 5%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.4 (ต่อ): ประมาณการต้นทุนการบริการ

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	531,000 บาทต่อปี	โบนัสขั้นต่ำ 1 เดือน
สวัสดิการพนักงาน	191,160 บาทต่อปี	เพิ่มขึ้นปีละ 3%
ค่าจดโดเมน	300 บาทต่อปี	
ค่าซ่อมบำรุงวัสดุ อุปกรณ์	60,000 บาทต่อปี	
ค่าปรับปรุงสถานที่	100,000 บาทต่อปี	ปรับปรุงในปีที่ 3 และ 5
ค่าเสื่อมราคา	304,700 บาทต่อปี	ประเมินจากทรัพย์สินถาวร 5 ปี
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	50,000 บาทต่อปี	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด
ค่าสาธารณูปโภค	5,000 บาทต่อเดือน 60,000 บาทต่อปี	
ค่าสื่อสารการตลาด	2,000,000 บาทต่อปี	ปีที่ 1-5 ลดลงปีละ 20% ในปีก่อนเปิดให้บริการลงทุน ค่าสื่อสารการตลาด 500,000 บาท
ค่าพัฒนาหลักสูตร	50,000 บาทต่อปี	

6.4 วิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและกระบวนการใช้คืน

ผู้ประกอบการจัดตั้งโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์

โดยใช้เงินทุนรวมประมาณ 13 ล้านบาท มีแหล่งเงินทุนที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ 2 ช่องทาง ได้แก่

- แหล่งเงินทุนภายใน ซึ่งเป็นเงินทุนของเจ้าของประมาณ 7 ล้านบาท
- แหล่งเงินทุนภายนอก การกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ประมาณ 7 ล้านบาท

6.4.1 เงื่อนไขการกู้

- สถาบันเริ่มทำสัญญาการกู้ยืมตั้งแต่ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ
- วิธีชำระเงินกู้และดอกเบี้ยจะชำระในทุกปี รวมเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยจะเริ่มชำระดอกเบี้ย

เมื่อ ปี และเงินต้น 2559 จะเริ่มผ่อนชำระในปี 2563

- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MRR จะมีอัตราดอกเบี้ย 5.8 % ซึ่งเป็นอัตราคงที่ตลอดระยะเวลาการกู้ยืม

6.4.2 ต้นทุนในการขายสินค้าและบริการของสถาบันมีดังนี้

- ต้นทุนจากราคาขายหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน 40% จากราคาขายต่อคน
- ต้นทุนจากราคาขายหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง 40% จากราคาขายต่อคน
- ต้นทุนจากราคาขายหลักสูตรขนมไทยโบราณ 30% จากราคาขายต่อคน
- ต้นทุนจากราคาขายหลักสูตรขนมประยุกต์ 30% จากราคาขายต่อคน
- ต้นทุนจากราคาขายหลักสูตรอาหารว่าง 40% จากราคาขายต่อคน
- ต้นทุนจากราคาขายหลักสูตรขนมไทยเฉพาะอย่าง 30% จากราคาขายต่อคน
- ต้นทุนจากราคาขายหลักสูตรอาหารไทย 40% จากราคาขายต่อคน
- ต้นทุนจากการขายขนม 30% จากราคาขาย
- ต้นทุนจากการขายอุปกรณ์ทำขนม 40% จากราคาขาย
- ต้นทุนจากการขาย VDO 40% จากการขายต่อแผ่น
- ต้นทุนจากการขายสื่อโฆษณา 70% จากการขายต่อราย

6.5 ประมาณการรายได้

ตารางที่ 6.5: สมมติฐานความเป็นไปได้รายได้ธุรกิจโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ปีที่ 1-5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันธรรมดา	3,000,000	3,390,000	3,830,700	4,328,691	4,891,421
2. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันธรรมดา	1,500,000	1,695,000	1,915,350	2,164,346	2,445,710
3. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาววัง วันธรรมดา	1,500,000	1,695,000	1,915,350	2,164,346	2,445,710
4. รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันธรรมดา	600,000	678,000	766,140	865,738	978,284
5. รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันธรรมดา	600,000	678,000	766,140	865,738	978,284
6. รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันธรรมดา	3,000,000	3,390,000	3,830,700	4,328,691	4,891,421

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.5 (ต่อ): สมมติฐานความเป็นไปได้รายได้ธุรกิจโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ปีที่ 1-5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
7. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันธรรมดา	750,000	847,500	957,675	1,082,173	1,222,855
8. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันเสาร์อาทิตย์	1,400,000	1,582,000	1,787,660	2,020,056	2,282,663
9. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันเสาร์อาทิตย์	840,000	949,200	1,072,596	1,212,033	1,369,598
10. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาววัง วันเสาร์อาทิตย์	700,000	791,000	893,830	1,010,028	1,141,332
11. รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันเสาร์อาทิตย์	700,000	791,000	893,830	1,010,028	1,141,332
12. รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันเสาร์อาทิตย์	700,000	791,000	893,830	1,010,028	1,141,332
13. รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันเสาร์อาทิตย์	280,000	316,400	357,532	404,011	456,533
14. รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันเสาร์อาทิตย์	2,520,000	2,847,600	3,217,788	3,636,100	4,108,793
15. รายได้จากการขายขนม	2,400,000	2,880,000	3,456,000	4,147,200	4,976,640
16. รายได้จากการขาย VDO	2,400,000	2,832,000	3,341,760	3,943,277	4,653,067
17. รายได้จากค่าโฆษณา Commercial Spot	1,245,000	1,431,750	1,646,513	1,893,489	2,177,513
18. รายได้จากค่าโฆษณา End Credit	1,200,000	1,320,000	1,452,000	1,597,200	1,756,920
19. รายได้จากค่าโฆษณา VTR	300,000	330,000	363,000	399,300	439,230
20. รายได้จากค่าโฆษณา Tie In	600,000	660,000	726,000	798,600	878,460
21. รายได้จากค่าโฆษณา Product Placement	600,000	660,000	726,000	798,600	878,460
22. รายได้จากค่าโฆษณา Backdrop	300,000	330,000	1,915,350	399,300	439,230
รายได้รวม	600,000	660,000	726,000	798,600	878,460

6.6 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

องค์กรต้องมีการการวิเคราะห์เงินลงทุนและผลตอบแทนทางการเงินเพื่อใช้เป็นข้อมูลยื่นแก่สถาบันทางการเงินพิจารณาเงินทุนให้ทางองค์กรกู้ยืมนำมาดำเนินธุรกิจได้ ข้อมูลที่ใช้ในการพิจารณา ได้แก่ ต้นทุน ยอดขาย ผลตอบแทนการลงทุน ฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.6.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

6.6.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

6.6.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ตารางที่ 6.6: สรุปผลตอบแทนทางการเงิน

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Pay Back Period	2 ปี 8 เดือน	3 ปี 6 เดือน	4 ปี 7 เดือน
NPV	12,248,142	7,3395,567	2,026,735
IRR	33%	24 %	12%
Discount Rate	5.8 %		

งบกระแสเงินสดกรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

Payback Period 3 ปี 6 เดือน

NPV 7,3395,567

IRR 24 %

ในกรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดตามการคาดการณ์ที่องค์กรได้วิเคราะห์ไว้ ซึ่งดำเนินงานปฏิบัติการตามแผนที่วางไว้ มีการวิเคราะห์ธุรกิจขององค์กรและวิเคราะห์คู่แข่งชั้นอยู่เสมอ และพัฒนาแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องก็จะสามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีรายละเอียดของกรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 6.7: กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)						
กระแสเงินสดรับจากการจัดหาเงิน						
ส่วนของเจ้าของ	6,000,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
เงินสดรับจากการกู้ธนาคาร	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	0
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน						
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันธรรมดา		2,880,000	3,254,400	3,677,472	4,155,543	4,695,764
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันธรรมดา		1,440,000	1,627,200	1,838,736	2,077,772	2,347,882
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาววัง วันธรรมดา		1,440,000	1,627,200	1,838,736	2,077,772	2,347,882
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันธรรมดา		576,000	650,880	735,494	831,109	939,153
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันธรรมดา		576,000	650,880	735,494	831,109	939,153
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันธรรมดา		2,880,000	3,254,400	3,677,472	4,155,543	4,695,764
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันธรรมดา		720,000	813,600	919,368	1,038,886	1,173,941
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันเสาร์อาทิตย์		1,248,000	1,410,240	1,593,571	1,800,735	2,034,831
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันเสาร์อาทิตย์		748,800	846,144	956,143	1,080,441	1,220,899

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.7 (ต่อ): กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาวจีน วันเสาร์อาทิตย์		624,000	705,120	796,786	900,368	1,017,416
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันเสาร์อาทิตย์		624,000	705,120	796,786	900,368	1,017,416
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันเสาร์อาทิตย์		624,000	705,120	796,786	900,368	1,017,416
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันเสาร์อาทิตย์		249,600	282,048	318,714	360,147	406,966
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันเสาร์อาทิตย์		2,246,400	2,538,432	2,868,428	3,241,324	3,662,696
รายได้จากการขายขนม		960,000	1,152,000	1,382,400	1,658,880	1,990,656
รายได้จากการขายอุปกรณ์ทำขนม		600,000	690,000	793,500	912,525	1,049,404
รวมกระแสเงินสดรับ	0	18,436,800	20,912,784	23,725,886	26,922,889	30,557,237
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)						
กระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินงาน						
ค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
รวมค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.7 (ต่อ): กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสำนักงาน	0	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000
ค่าเช่าที่วางเซิร์ฟเวอร์	0	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	0	-6,372,000	-6,690,600	-7,025,130	-7,376,387	-7,745,206
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	0	-531,000	-557,550	-585,428	-614,699	-645,434
ค่าสวัสดิการพนักงาน	0	-191,160	-200,718	-210,754	-221,292	-232,356
ค่าซ่อมบำรุงวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000
ค่าซ่อมแซมปรับปรุงสำนักงาน	0	0	0	-100,000	0	-100,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000
ค่าเสื่อมราคา	0	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	0	-9,046,260	-9,400,968	-9,873,411	-10,164,477	-10,675,096
ต้นทุนขาย		-6,639,360	-7,527,437	-8,535,716	-9,680,737	-10,981,370
รวมกระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินงาน	-500,000	-17,185,620	-18,128,405	-19,369,127	-20,613,214	-22,270,865
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน						
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	-700,000					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.7 (ต่อ): กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอุปกรณ์(อุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ประกอบการเรียน)	-760,500					
ค่าสร้าง Website ปรับปรุงและพัฒนา 5 ปี	-400,000					
ค่าจดทะเบียนตั้งบริษัท	-25,000					
ค่าจดทะเบียนโรงเรียนในกระทรวงศึกษาธิการ	-50,000					
ค่าประกันสำนักงาน(มัดจำ) สนง.	-245,000					
ค่าจดทะเบียนโดเมนเนมเว็บไซต์	-300					
ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	-20,000					
เงินสดหมุนเวียนเพื่อดำเนินกิจการ	-6,000,000					
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการจัดหาเงิน						
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	-232,750	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000
เงินสดชำระคืนเงินต้น	0	0	0	0	0	-7,000,000
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	0	-96,054	-556,014	-1,027,728	-1,613,603	-106,611

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.7 (ต่อ): กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมกระแสเงินสดจ่าย	-8,933,550	-18,212,674	-19,615,419	-21,327,855	-23,157,817	-30,308,477
กำไรสุทธิ	-8,933,550	224,126	1,297,365	2,398,031	3,765,073	248,760
บวกค่าเสื่อมราคา		292,100	292,100	292,100	292,100	292,100
บวกเงินทุนหมุนเวียน		3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	-8,933,550	3,516,226	4,589,465	5,690,131	7,057,173	3,540,860
ทุนดำเนินการ	13,000,000					
เงินสดปลายงวด (กระแสเงินสดสุทธิ+ทุนดำเนินการ)	-8,933,550	-5,417,324	-827,859	4,862,273	11,919,445	15,460,305
Discount Rate (อัตราดอกเบี้ย)	5.8%	6%				
NPV 5 ปี	11,598,039					
IRR	43%					
Payback Period (คืนทุน 3.07 ปี)	ปีที่ 3					

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุปทางการวิจัย

7.1.1 สรุปผลวิจัย

ผลการศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,000 ถึง 50,000 บาทต่อเดือน

ในด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมส่งเสริมทักษะ พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับการส่งบุตรหลานเรียนเสริมทักษะ โดยส่วนใหญ่มีการส่งบุตรหลานเรียนดนตรีและภาษา และมีความถี่ในการทำกิจกรรม ครั้ง 2-1 ต่อสัปดาห์ ซึ่งจะมีการใช้เวลาในการเรียนชั่วโมง 1 ต่อครั้ง และส่วนใหญ่มีการใช้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรม คือ สามารถนำกิจกรรมไปต่อยอดได้ในอนาคต ซึ่งผู้ปกครองเห็นว่าค่าใช้จ่ายควรอยู่ระหว่าง 1,000- 5,000 บาท ทั้งนี้ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันคือตัวเด็กเอง โดยผู้ปกครองส่วนใหญ่เคยทำกิจกรรมร่วมกับเด็ก ทั้งนี้หากมีการแทรกภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนผู้ปกครองจะสนใจมากยิ่งขึ้น

ในด้านความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยทั้ง 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านสถานที่ (Place) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการเดินทางไปมาสะดวก ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีที่จอดรถเพียงพอ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม ด้านราคา (Price) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าเรียนต่อหลักสูตร และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ราคาพิเศษเมื่อสมัครเรียนหลายคน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการให้ทดลองเรียนฟรี ส่วนข้ออื่นๆ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีการจัดฝึกอบรมโดยวิทยากรผู้มีชื่อเสียง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการจัดประกวดทำขนม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากทุกข้อ ซึ่งข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อุปกรณ์มีความสะอาด

และปลอดภัยสำหรับเด็ก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการเรียนกับบุตรหลาน

7.1.2 อภิปรายผล จากการศึกษาข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 61.5 เพศชายร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรีร้อยละ 66.5 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 35.0 และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,000 ถึง 50,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 31.5

ทั้งนี้ในด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ปกครองต่อการส่งเสริมให้มีกิจกรรมส่งเสริมทักษะพบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับการส่งบุตรหลานเรียนเสริมทักษะพิเศษ โดยส่วนใหญ่ส่งบุตรหลานเรียนดนตรีและภาษา ทั้งนี้จะเป็นเพราะในปัจจุบันผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการให้บุตรหลานมีกิจกรรมพิเศษที่นอกเหนือจากการเรียน เป็นการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ และผู้ปกครองต้องการปลูกฝังลูกหลานให้รู้จัก และอนุรักษ์ขนบไทย (จันทิมา นวทิศพาณิชย์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ซึ่งกิจกรรมส่งเสริมทักษะพิเศษสำหรับเด็กมีหลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมพัฒนาทักษะที่จำเป็นในอนาคต เช่น การเรียนภาษาอังกฤษ ภาษาจีน กิจกรรมเสริมพื้นฐานในการเรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในวิชาที่เด็กเรียน กิจกรรมเสริมสร้างลักษณะชีวิต เพื่อเสริมสร้างลักษณะชีวิตที่ดีงาม และการฝึกฝนทักษะต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมด้านสุขภาพร่างกาย เพื่อให้ร่างกายให้แข็งแรง เป็นต้น แต่เด็กที่มาเรียนทำขนมไทยส่วนใหญ่จะรักและชอบในการทำขนมอยู่แล้ว เพียงแต่มาเรียนเพื่อจะได้ฝึกทักษะในการทำขนม ซึ่งจาติน กิรติพันธ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet ให้สัมภาษณ์ถึงกลุ่มเป้าหมายของโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมไทยว่าจะเป็กลุ่มเด็กที่ต้องการเรียนทำขนมจริงๆ ไม่ใช่เป็นแค่หากิจกรรมยามว่าง

ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเลือกกิจกรรมเสริมทักษะพิเศษสำหรับเด็กคือ สามารถนำกิจกรรมไปต่อยอดได้ในอนาคต ทั้งนี้เพราะหลักสูตรการทำขนมไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริงในห้องปฏิบัติการภายใต้คำแนะนำและการดูแลจากเชฟผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญ และเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสู่ความสำเร็จในสายอาชีพ สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ จาติน กิรติพันธ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) กล่าวถึงหลักสูตรการเรียนที่เด็กสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ในอนาคต

อีกทั้งหากโรงเรียนสอนทำขนมไทยมีการแทรกภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตรผู้ปกครองจะสนใจมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของจาติน กิรติพันธ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet ที่เห็นด้วยกับการสอดแทรกภาษาอังกฤษไว้ในหลักสูตร และ จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนบไทย กล่าวถึงแนวโน้มของธุรกิจโรงเรียนสอนทำขนมไทยในอนาคตว่าจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แต่คาดการณ์ว่าไม่เกินปี 2020 กระแสจะเริ่มลดลง ดังนั้นธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนตัวเองโดยเฉพาะเมื่อไทยก้าวเข้าสู่ AEC

ในด้านความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ผู้ปกครองมีความพึงพอใจต่อโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านสถานที่ (Place) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการเดินทางไปมาสะดวก สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของ จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) กล่าวถึง ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนทำอาหารสำหรับเด็กคือสถานที่เรียนไว้ว่า ต้องเดินทางสะดวกสบายและเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพรัตน์ บุญเพียรผล (2548) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและคุณลักษณะของร้านขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี ที่พบว่า ท่าเลที่ตั้งของร้านอยู่ติดริมถนน ทำให้ลูกค้าที่ขับรถผ่านไปมาสามารถแวะหาซื้อสินค้าได้สะดวก นอกจากนี้ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในเรื่องของสถานที่จอดรถ เนื่องจากสภาพการจราจรและที่จอดรถในปัจจุบันมีปัญหาโดยเฉพาะในเขตเมืองอย่างกรุงเทพฯ ดังนั้น หากธุรกิจเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ผู้ปกครองสามารถเดินทางไปมาอย่างสะดวก และมีที่จอดรถ จะทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนได้ง่ายขึ้น

ด้านราคา (Price) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดย ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องค่าเรียนต่อหลักสูตร ทั้งนี้เพราะ ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาดโดยเฉพาะสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน การตั้งราคาจะต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมาย เพราะราคาเป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Kotler, 1997) ดังนั้น หากค่าเรียนต่อหลักสูตรไม่แพงจนเกินไปจะทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนทำขนมไทย แต่ จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย กล่าวถึงค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรในการเรียนไม่ควรเกิน 1,000-1,200 บาท

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการทดลองเรียนฟรี ซึ่ง จันทิมา นวทิศพาณิชย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2558) ผู้อำนวยการโครงการอนุรักษ์ขนมไทย ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจประเภทนี้จะเน้นให้เด็กๆ ได้ทดลองเรียนฟรีโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายจะมีเด็กมาเรียนกันมากขึ้น

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ภาพรวมผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ปกครองมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความสะอาดและปลอดภัยสำหรับอุปกรณ์ ทั้งนี้เพราะโรงเรียนสอนทำอาหารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมาตรฐาน ทั้งในเรื่องของอุปกรณ์ประกอบ การเรียน และวัตถุดิบที่ใช้เพื่อให้เด็กปลอดภัยที่สุด ประเด็นนี้ จาติน กิรติพันธ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) ผู้บริหารร้าน Little Sweet ให้สัมภาษณ์ว่า การสอนทำขนมไทยของร้านจะเริ่มตั้งแต่การรู้ปฏิกิริยาของวัตถุดิบแต่ละชนิดว่าอะไรผสมกับอะไร ผลจะออกมาอย่างไร ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่สอนให้ทำตาม

สูตรเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้ปกครองยังมีความพึงพอใจในเรื่องของหลักสูตรที่เปิดสอนต้องมีความหลากหลายที่ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้ตามต้องการ และประการสำคัญโรงเรียนต้องสอนสูตรทำขนม และต้องไม่หลงสูตร เพื่อนักเรียนสามารถกลับไปทำต่อที่บ้าน หรือนำไปต่อยอดได้อีก (จาติน กิริติพันธ์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 มีนาคม 2558) นอกจากนี้หลักสูตรสำหรับเด็กแล้ว ยังมีหลักสูตรที่ปูพื้นฐานสำหรับวัยรุ่นไปจนถึงการเรียนทำอาหารในระดับอาชีวและปริญญาตรี รวมถึงหลักสูตรสำหรับบุคคลทั่วไปที่ไม่มีพื้นฐานด้านการทำอาหารมาก่อน หลักสูตรการทำอาหารที่เน้นความหลากหลายสำหรับเด็ก และเป็นหลักสูตรเพื่อพัฒนาทักษะและอาชีพสำหรับผู้ใหญ่ ซึ่งอาจารย์ จันทิมา นวทิศพาณิชย์ ให้สัมภาษณ์ถึงจุดแข็งของการเรียนทำขนมไทยว่า หากผู้เรียนได้รับขนมกลับบ้านไปด้วยจะทำให้มีความภาคภูมิใจในฝีมือของตนเองมากขึ้น พ่อแม่ และผู้ปกครองเห็นความเปลี่ยนแปลงในตัวเด็กๆ ได้อย่างชัดเจน อาทิ การรู้จักรับประทานอาหารและขนมที่มีประโยชน์ การอาสาช่วยคุณแม่ล้างจาน การรู้จักปริมาณและปริมาณ และการรู้จักแบ่งปัน เป็นต้น

7.1.3 ข้อเสนอแนะ จากผลวิจัยที่ได้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปพัฒนาเพื่อประกอบการจัดตั้งโครงการโรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพที่มากยิ่งขึ้น ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมแบบเจาะลึกเกี่ยวกับทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านความคุ้มค่าทางด้านราคาที่หลากหลาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานหรือบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการแบบเจาะลึกมากยิ่งขึ้น เพื่อจะทำให้ได้ทราบถึงการรับรู้และการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ

นอกจากนี้ การทำวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำการวิจัยในการศึกษาตัวแปรของความพึงพอใจของผู้ปกครองในด้านอื่นๆ เช่น การบริการ การประชาสัมพันธ์ และสภาพแวดล้อม เป็นต้น และควรศึกษาถึงความต้องการในอนาคตของผู้ปกครองเกี่ยวกับโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก

7.2 บทสรุปโครงการ

ผู้ประกอบการได้จัดตั้งโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็ก โดยให้บริการสอนทำขนมไทยเป็นหลัก และหลักสูตรขนมประยุกต์ รวมถึงอาหารไทยซึ่งได้รับความนิยมสนใจจากกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยไปกว่าขนมไทย ทางโรงเรียนเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ประกอบการเรียนที่ปลอดภัยและทันสมัยให้ผู้เรียนได้ใช้อย่างครบครัน ผู้ประกอบการได้กำหนดแผนดำเนินธุรกิจโดยวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างให้สินค้าและบริการของสถาบันมีความโดดเด่นจากสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมเดียวกัน โรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กได้ออกแบบหลักสูตรการเรียนที่หลากหลาย มีความน่าสนใจ และทันสมัย สอดแทรกทักษะด้านภาษาอังกฤษเข้าไปในหลักสูตรการเรียนการสอนให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะด้านนี้ด้วย การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองกับการเรียนของเด็กจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างครอบครัวแล้วยังทำให้เด็กมีพัฒนาการที่ดีขึ้นจากการที่ผู้ปกครองมี

ส่วนช่วยในการเรียน กลยุทธ์การตลาดเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ โดยการวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ในองค์กร สินค้า และบริการขององค์กร เพราะองค์กรดำเนินธุรกิจรองที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักซึ่งจำเป็นต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงสินค้าและบริการทั้งหมดขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการจัดสรรทรัพยากรทำขนมไทยให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองทำ เป็นการสร้างประสบการณ์ร่วม การออกบูธตามงานต่างๆ การใช้สื่อทุกช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้เพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และการวางกลยุทธ์ทางการเงินที่สร้างผลกำไรให้องค์กรได้ตามต้องการ

7.3 การบริหารความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งภายในและภายนอก ที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องวางแผนเพื่อบริหารความเสี่ยงหากเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น ได้แบ่งออกเป็น 3 กรณีด้วยกัน ดังนี้

7.3.1 กรณีได้กำไรมากที่สุด (Best Case) กรณีนี้จะเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมเป็นปกติ ทำให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานและกลยุทธ์ที่วางไว้ ซึ่งองค์กรใช้จุดแข็งจากการเป็นโรงเรียนสอนทำขนมไทยสำหรับเด็กซึ่งเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งค่อนข้างน้อยมาก และการวางหลักสูตรที่มีความหลากหลาย น่าสนใจ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการเรียนกับเด็กๆ ผู้ปกครองจะเห็นถึงประโยชน์และทักษะที่ช่วยในเรื่องพัฒนาการของเด็กทำให้ผู้ปกครองซึ่งเป็นผู้มีอำนาจซื้อตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน การใช้โอกาสจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียนที่ทำให้ทุกคนให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษมากขึ้นซึ่งองค์กรได้สอดแทรกภาษาอังกฤษเข้าไปในการเรียนการสอนด้วยเป็นกลยุทธ์ที่สร้างโดดเด่นขององค์กรได้เป็นอย่างดี ทำให้เพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง

7.3.2 กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด เป็นกรณีที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกเป็นปกติ ไม่มีเหตุการณ์อันจะนำให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร ธุรกิจดำเนินตามแผนงานที่วางไว้ ทั้งแผนการสร้างการรับรู้ การจัดทำโปรโมชั่น การสร้างความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าและบริการ เพื่อการรักษาฐานลูกค้าเดิมให้ได้ นอกจากนี้ยังขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นได้ด้วย เป็นการควบคุมกลยุทธ์ที่องค์กรวางไว้ได้เป็นอย่างดี

7.3.3 กรณีได้กำรน้อยที่สุด (Worst Case) กรณีนี้ เกิดขึ้นได้ในสภาพแวดล้อมที่ปัจจัยต่างๆ ไม่ปกติ มีการเปลี่ยนแปลงไปจนส่งผลกระทบในทางลบต่อองค์กรโดยเฉพาะผลประกอบการ ซึ่งเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้แผนการดำเนินงานที่วางไว้ไม่สามารถปฏิบัติได้ตามแผน การแก้ไขปัญหาขององค์กรไม่สามารถแก้ไขได้ ซึ่งอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นคือ ความไม่มั่นคงทางการเมืองที่ส่งผลให้เศรษฐกิจตกต่ำมีผลต่อการใช้จ่ายของกลุ่มเป้าหมาย ภัยทางธรรมชาติ เทรนด์ความนิยมสิ่งต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ฯ ทั้งหมดนี้ทำให้องค์กรสูญเสียรายได้บางส่วนไป

ตารางที่ 7.1: กรณีได้กำไรมากที่สุด (Best Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)						
กระแสเงินสดรับจากการจัดหาเงิน						
ส่วนของเจ้าของ	6,000,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
เงินสดรับจากการกู้ธนาคาร	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	0
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินกิจการ						
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันธรรมดา		2,304,000	2,718,720	3,208,090	3,785,546	4,466,944
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันธรรมดา		1,440,000	1,699,200	2,005,056	2,365,966	2,791,840
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาววัง วันธรรมดา		1,440,000	1,699,200	2,005,056	2,365,966	2,791,840
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันธรรมดา		576,000	679,680	802,022	946,386	1,116,736
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันธรรมดา		576,000	679,680	802,022	946,386	1,116,736
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันธรรมดา		2,880,000	3,398,400	4,010,112	4,731,932	5,583,680
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันธรรมดา		864,000	1,019,520	1,203,034	1,419,580	1,675,104
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันเสาร์อาทิตย์		1,248,000	1,472,640	1,737,715	2,050,504	2,419,595
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันเสาร์อาทิตย์		748,800	883,584	1,042,629	1,230,302	1,451,757

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): กรณีได้กำไรมากที่สุด (Best Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาวจีน วันเสาร์อาทิตย์		624,000	736,320	868,858	1,025,252	1,209,797
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันเสาร์อาทิตย์		624,000	736,320	868,858	1,025,252	1,209,797
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันเสาร์อาทิตย์		624,000	736,320	868,858	1,025,252	1,209,797
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันเสาร์อาทิตย์		249,600	294,528	347,543	410,101	483,919
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันเสาร์อาทิตย์		2,246,400	2,650,752	3,127,887	3,690,907	4,355,270
รายได้จากการขายขนม		960,000	1,248,000	1,622,400	2,109,120	2,741,856
รายได้จากการขายอุปกรณ์ทำขนม		600,000	780,000	1,014,000	1,318,200	1,713,660
รวมกระแสเงินสดรับ	0	18,004,800	21,432,864	25,534,140	30,446,653	36,338,329
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)						
กระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินงาน						
ค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
รวมค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000
ค่าเช่าสำนักงาน	0	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): กรณีได้กำไรมากที่สุด (Best Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าที่วางเซิร์ฟเวอร์	0	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	0	-6,372,000	-6,690,600	-7,025,130	-7,376,387	-7,745,206
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	0	-531,000	-557,550	-585,428	-614,699	-645,434
ค่าสวัสดิการพนักงาน	0	-191,160	-200,718	-210,754	-221,292	-232,356
ค่าซ่อมบำรุงวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000
ค่าซ่อมแซมปรับปรุงสำนักงาน	0	0	0	-100,000	0	-100,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000
ค่าเสื่อมราคา	0	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	0	-9,046,260	-9,400,968	-9,873,411	-10,164,477	-10,675,096
ต้นทุนขาย		-5,379,840	-6,398,611	-7,615,881	-9,071,916	-10,815,589
รวมกระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินการ	-500,000	-15,926,100	-16,999,579	-18,449,293	-20,004,393	-22,105,085
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน						
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	-700,000					
ค่าอุปกรณ์(อุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ประกอบการเรียน)	-760,500					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): กรณีได้กำไรมากที่สุด (Best Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าสร้าง Website ปรับปรุงและพัฒนา 5 ปี	-400,000					
ค่าจดทะเบียนตั้งบริษัท	-25,000					
ค่าจดทะเบียนโรงเรียนในกระทรวงศึกษาธิการ	-50,000					
ค่าประกันสำนักงาน(มัดจำ) สนง.	-245,000					
ค่าจดทะเบียนโดเมนเนมเว็บไซต์	-300					
ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	-20,000					
เงินสดหมุนเวียนเพื่อดำเนินกิจการ	-6,000,000					
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการจัดหาเงิน						
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	-232,750	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000
เงินสดชำระคืนเงินต้น	0	0	0	0	0	-7,000,000
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	0	-344,310	-1,050,685	-1,846,154	-2,853,378	-1,890,673
รวมกระแสเงินสดจ่าย	-8,933,550	-17,201,410	-18,981,265	-21,226,447	-23,788,771	-31,926,758
กำไรสุทธิ	-8,933,550	803,390	2,451,599	4,307,693	6,657,882	4,411,570
บวกค่าเสื่อมราคา		292,100	292,100	292,100	292,100	292,100
บวกเงินทุนหมุนเวียน		3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): กรณีได้กำไรมากที่สุด (Best Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	-8,933,550	4,095,490	5,743,699	7,599,793	9,949,982	7,703,670
ทุนดำเนินการ	13,000,000					
เงินสดปลายงวด (กระแสเงินสดสุทธิ+ทุนดำเนินการ)	-8,933,550	-4,838,060	905,639	8,505,432	18,455,414	26,159,084
discount rate (อัตราดอกเบี้ย)	5.8%	6%				
NPV 5 ปี	20,238,156					
IRR	60%					
Payback Period (คืนทุน 2.04 ปี)	ปีที่ 2					

ตารางที่ 7.2: ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)						
กระแสเงินสดรับจากการจัดหาเงิน						
ส่วนของเจ้าของ	6,000,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
เงินสดรับจากการกู้ธนาคาร	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	0
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน						
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันธรรมดา		2,880,000	3,254,400	3,677,472	4,155,543	4,695,764
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันธรรมดา		1,440,000	1,627,200	1,838,736	2,077,772	2,347,882
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาววัง วันธรรมดา		1,440,000	1,627,200	1,838,736	2,077,772	2,347,882
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันธรรมดา		576,000	650,880	735,494	831,109	939,153
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันธรรมดา		576,000	650,880	735,494	831,109	939,153
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันธรรมดา		2,880,000	3,254,400	3,677,472	4,155,543	4,695,764
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันธรรมดา		720,000	813,600	919,368	1,038,886	1,173,941
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันเสาร์อาทิตย์		1,248,000	1,410,240	1,593,571	1,800,735	2,034,831
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันเสาร์อาทิตย์		748,800	846,144	956,143	1,080,441	1,220,899

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.2 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาวจีน วันเสาร์อาทิตย์		624,000	705,120	796,786	900,368	1,017,416
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันเสาร์อาทิตย์		624,000	705,120	796,786	900,368	1,017,416
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันเสาร์อาทิตย์		624,000	705,120	796,786	900,368	1,017,416
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันเสาร์อาทิตย์		249,600	282,048	318,714	360,147	406,966
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะอย่าง วันเสาร์อาทิตย์		2,246,400	2,538,432	2,868,428	3,241,324	3,662,696
รายได้จากการขายขนม		960,000	1,152,000	1,382,400	1,658,880	1,990,656
รายได้จากการขายอุปกรณ์ทำขนม		600,000	690,000	793,500	912,525	1,049,404
รวมกระแสเงินสดรับ	0	18,436,800	20,912,784	23,725,886	26,922,889	30,557,237
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)						
กระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินงาน						
ค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
รวมค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.2 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสำนักงาน	0	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000
ค่าเช่าที่วางเซิร์ฟเวอร์	0	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	0	-6,372,000	-6,690,600	-7,025,130	-7,376,387	-7,745,206
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	0	-531,000	-557,550	-585,428	-614,699	-645,434
ค่าสวัสดิการพนักงาน	0	-191,160	-200,718	-210,754	-221,292	-232,356
ค่าซ่อมบำรุงวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000
ค่าซ่อมแซมปรับปรุงสำนักงาน	0	0	0	-100,000	0	-100,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000
ค่าเสื่อมราคา	0	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	0	-9,046,260	-9,400,968	-9,873,411	-10,164,477	-10,675,096
ต้นทุนขาย		-6,639,360	-7,527,437	-8,535,716	-9,680,737	-10,981,370
รวมกระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินงาน	-500,000	-17,185,620	-18,128,405	-19,369,127	-20,613,214	-22,270,865
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน						
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	-700,000					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.2 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอุปกรณ์(อุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ประกอบการเรียน)	-760,500					
ค่าสร้าง Website ปรับปรุงและพัฒนา 5 ปี	-400,000					
ค่าจดทะเบียนตั้งบริษัท	-25,000					
ค่าจดทะเบียนโรงเรียนในกระทรวงศึกษาธิการ	-50,000					
ค่าประกันสำนักงาน(มัดจำ) สนง.	-245,000					
ค่าจดทะเบียนโดเมนเนมเว็บไซต์	-300					
ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	-20,000					
เงินสดหมุนเวียนเพื่อดำเนินกิจการ	-6,000,000					
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการจัดการเงิน						
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	-232,750	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000
เงินสดชำระคืนเงินต้น	0	0	0	0	0	-7,000,000
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	0	-96,054	-556,014	-1,027,728	-1,613,603	-106,611

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.2 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมกระแสเงินสดจ่าย	-8,933,550	-18,212,674	-19,615,419	-21,327,855	-23,157,817	-30,308,477
กำไรสุทธิ	-8,933,550	224,126	1,297,365	2,398,031	3,765,073	248,760
บวกค่าเสื่อมราคา		292,100	292,100	292,100	292,100	292,100
บวกเงินทุนหมุนเวียน		3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	-8,933,550	3,516,226	4,589,465	5,690,131	7,057,173	3,540,860
ทุนดำเนินกิจการ	13,000,000					
เงินสดปลายงวด (กระแสเงินสดสุทธิ+ทุนดำเนินกิจการ)	-8,933,550	-5,417,324	-827,859	4,862,273	11,919,445	15,460,305
Discount Rate (อัตราดอกเบี้ย)	5.8%	6%				
NPV 5 ปี	11,598,039					
IRR	43%					
Payback Period (คืนทุน 3.07 ปี)	ปีที่ 3					

ตารางที่ 7.3: ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)						
กระแสเงินสดรับจากการจัดหาเงิน						
ส่วนของเจ้าของ	6,000,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
เงินสดรับจากการกู้ธนาคาร	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	0
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน						
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันธรรมดา		2,304,000	2,488,320	2,687,386	2,902,376	3,134,567
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นสูง วันธรรมดา		1,440,000	1,555,200	1,679,616	1,813,985	1,959,104
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาววัง วันธรรมดา		1,440,000	1,555,200	1,679,616	1,813,985	1,959,104
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันธรรมดา		576,000	622,080	671,846	725,594	783,642
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันธรรมดา		576,000	622,080	671,846	725,594	783,642
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันธรรมดา		2,880,000	3,110,400	3,359,232	3,627,971	3,918,208
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะ อย่าง วันธรรมดา		864,000	933,120	1,007,770	1,088,391	1,175,462
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยขั้นพื้นฐาน วันเสาร์ อาทิตย์		1,248,000	1,372,800	1,510,080	1,661,088	1,827,197

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.3 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชั้นสูง วันเสาร์อาทิตย์		748,800	823,680	906,048	996,653	1,096,318
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยชาวจีน วันเสาร์อาทิตย์		624,000	686,400	755,040	830,544	913,598
รายได้จากหลักสูตรขนมประยุกต์ วันเสาร์อาทิตย์		624,000	686,400	755,040	830,544	913,598
รายได้จากหลักสูตรอาหารว่าง วันเสาร์อาทิตย์		624,000	686,400	755,040	830,544	913,598
รายได้จากหลักสูตรอาหารไทย วันเสาร์อาทิตย์		249,600	274,560	302,016	332,218	365,439
รายได้จากหลักสูตรขนมไทยหรืออาหารไทยเฉพาะ อย่าง วันเสาร์อาทิตย์		2,246,400	2,471,040	2,718,144	2,989,958	3,288,954
รายได้จากการขายขนม		960,000	1,056,000	1,161,600	1,277,760	1,405,536
รายได้จากการขายอุปกรณ์ทำขนม		600,000	660,000	726,000	798,600	878,460
รวมกระแสเงินสดรับ	0	18,004,800	19,603,680	21,346,320	23,245,806	25,316,428
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)						
กระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินงาน						
ค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
รวมค่าสื่อสารการตลาด	-500,000	-1,500,000	-1,200,000	-960,000	-768,000	-614,400
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.3 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสำนักงาน	0	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000	-1,470,000
ค่าเช่าที่วางเซิร์ฟเวอร์	0	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000	-20,000
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	0	-6,372,000	-6,690,600	-7,025,130	-7,376,387	-7,745,206
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	0	-531,000	-557,550	-585,428	-614,699	-645,434
ค่าสวัสดิการพนักงาน	0	-191,160	-200,718	-210,754	-221,292	-232,356
ค่าซ่อมบำรุงวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ	0	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000	-60,000
ค่าซ่อมแซมปรับปรุงสำนักงาน	0	0	0	-100,000	0	-100,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000
ค่าเสื่อมราคา	0	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100	-292,100
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	0	-9,046,260	-9,400,968	-9,873,411	-10,164,477	-10,675,096
ต้นทุนขาย		-6,766,560	-7,369,488	-8,026,811	-8,743,495	-9,524,969
รวมกระแสเงินสดจ่ายจากการดำเนินการ	-500,000	-17,312,820	-17,970,456	-18,860,222	-19,675,972	-20,814,465
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน						
ค่าก่อสร้างและตกแต่งสถานที่	-700,000					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.3 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอุปกรณ์(อุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ประกอบการเรียน)	-760,500					
ค่าสร้าง Website ปรับปรุงและพัฒนา 5 ปี	-400,000					
ค่าจดทะเบียนตั้งบริษัท	-25,000					
ค่าจดทะเบียนโรงเรียนในกระทรวงศึกษาธิการ	-50,000					
ค่าประกันสำนักงาน(มัดจำ) สนง.	-245,000					
ค่าจดทะเบียนโดเมนเนมเว็บไซต์	-300					
ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์	-20,000					
เงินสดหมุนเวียนเพื่อดำเนินกิจการ	-6,000,000					
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการจัดการเงิน						
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	-232,750	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000	-931,000
เงินสดชำระคืนเงินต้น	0	0	0	0	0	-7,000,000
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	0	0	-210,667	-466,529	-791,650	0
รวมกระแสเงินสดจ่าย	-8,933,550	-18,243,820	-19,112,123	-20,257,751	-21,398,622	-28,745,465

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.3 (ต่อ): ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ กรณีได้กำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

รายการกระแสเงินสด	ปีที่ 0 (Q4)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	-8,933,550	-239,020	491,557	1,088,569	1,847,183	-3,429,036
บวกค่าเสื่อมราคา		292,100	292,100	292,100	292,100	292,100
บวกเงินทุนหมุนเวียน		3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	-8,933,550	3,053,080	3,783,657	4,380,669	5,139,283	-136,936
ทุนดำเนินการ	13,000,000					
เงินสดปลายงวด (กระแสเงินสดสุทธิ+ทุนดำเนินการ)	-8,933,550	-5,880,470	-2,096,813	2,283,855	7,423,139	7,286,203
Discount Rate (อัตราดอกเบี้ย)	5.8%	6%				
NPV 5 ปี	5,029,700					
IRR	26%					
Payback Period (คืนทุน 4.06 ปี)	ปีที่ 4					

จากการวิเคราะห์ผลประกอบการทั้ง 3 กรณีแล้วจะเห็นว่าหากการดำเนินธุรกิจสามารถทำให้มีผลประกอบการในสองกรณีแรกได้นั้นถือว่าธุรกิจประสบความสำเร็จ แต่หากการดำเนินธุรกิจได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) จะทำให้ธุรกิจเกิดความเสี่ยงได้ผู้บริหารจำเป็นต้องวางแผนไว้รองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น หรือเรียกว่าการบริหารความเสี่ยง ซึ่งมีการวางแผนไว้ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ที่ทำให้ธุรกิจเกิดกำไรน้อยที่สุดแล้วจึงนำมาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการวางกลยุทธ์เพื่อดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันให้ธุรกิจมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นหรือไม่ลดลงไปมากกว่านี้ได้ ทั้งกลยุทธ์หลักสูตรการเรียนรู้ การปรับเปลี่ยนหลักสูตรการเรียนรู้ให้ทันสมัยมีความน่าสนใจตอบโจทย์เทรนด์ของตลาดหรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันให้มากที่สุด กลยุทธ์การตลาดที่ปรับเปลี่ยนการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายให้ดึงดูดความสนใจและกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

2. ด้านกระบวนการทำงาน

กระบวนการทำงานต้องมีการเปลี่ยนแปลงหากธุรกิจเกิดสถานะที่ได้ผลกำไรน้อยที่สุดเพื่อให้ธุรกิจสามารถเพิ่มผลกำไรได้มากขึ้น เช่น การปรับกระบวนการทำงานให้มีความชัดเจนและลดกระบวนการทำงานที่ไม่จำเป็นออกเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานลดจำนวนแรงงานออกได้ การมอบหมายอำนาจการตัดสินใจให้แก่วิชาแผนกต่างๆ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงานและการตัดสินใจได้ทันการ เป็นต้น

3. ด้านบุคลากร

การปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานด้านบุคลากร เพื่อวิธีการดำเนินงานด้านบุคลากรให้สามารถช่วยผลักดันองค์กรให้มีผลกำไรเพิ่มขึ้นได้ โดยเลือกบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ให้ตรงตามความสามารถและความถนัดของบุคลากรคนนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานส่งผลให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุดด้วย การให้บุคลากรคนเดียวกันปฏิบัติงานมากกว่าหน้าที่เดียวเพราะหลายคนมีความสามารถในงานหลากหลายด้าน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้องค์กรเกิดผลกำไรเพิ่มขึ้นได้

7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการ

7.4.1 การวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบทุกกระบวนการ นำข้อมูลต่างๆมาวิเคราะห์เพื่อให้เป็นแนวทางในการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งควรจัดทำทุกๆปี

7.4.2 เลือกลงทุนในเวลาที่เหมาะสมกับธุรกิจ หรือการออกแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในช่วงเวลานั้น จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ

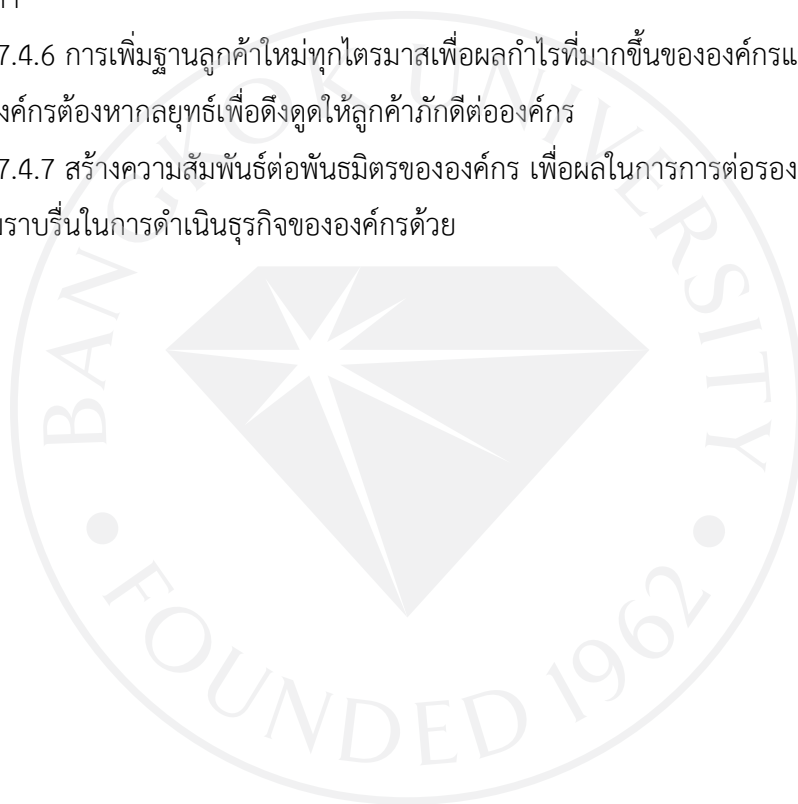
7.4.3 การกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สามารถสร้างการรับรู้ ต่อย้าให้กลุ่มเป้าหมายจดจำองค์กรได้

7.4.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันให้รอบด้าน และนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ให้แตกต่างและโดดเด่นเหนือคู่แข่งเพื่อดึงดูดลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการขององค์กร

7.4.5 การพัฒนาสินค้าและบริการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ให้เกิดหลักสูตรการเรียน สินค้าใหม่ไทยใหม่ๆ กิจกรรมที่น่าสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

7.4.6 การเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ทุกไตรมาสเพื่อผลกำไรที่มากขึ้นขององค์กรและการรักษาลูกค้าเดิม ซึ่งองค์กรต้องหากกลยุทธ์เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าภักดีต่อองค์กร

7.4.7 สร้างความสัมพันธ์ต่อพันธมิตรขององค์กร เพื่อผลในการการต่อธุรกิจที่ง่ายขึ้นและเกิดความราบรื่นในการดำเนินธุรกิจขององค์กรด้วย



บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ จันทร์แก้ว. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร: ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขตประเวศ*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กัญญา ตั้งสุวรรณรังสี. (2544). *ความคิดเห็นของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่มีต่อขนมไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ขวัญใจ เอ็มใจ. (2540). *ขนมไทย*. สารคดี, 27(630).
- ชนะ กล้าชิงชัย. (2541). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์: กรณีศึกษาสาขาบึงบูรพ์จังหวัดศรีสะเกษ*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ขวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- โชติช่วง ภิรมย์. (2538). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *พฤติกรรมบุคคลในองค์กร*. กรุงเทพฯ: เจริญพัฒนา.
- ธนิศา ปิติวรรณ. (2555). *แนวโน้มการยอมรับอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย 4 ภาคและขนมไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นพรัตน์ บุญเพียรผล. (2548). *การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายและคุณลักษณะของร้านขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิคม สะอาดเอี่ยม. (2539). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พรณี ชูทัย. (2522). *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ: วรวิมลการพิมพ์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- มณเฑียร ศุภลักษณ์. (2541). *ตำนานขนมไทย*. กรุงเทพฯ: เอส.ที.พี. เวิลด์ มีเดีย.
- รัตติยา อังคุลานนท์. (2556). *เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคปี56ดิจิทัลกระตุ้นตัดสินใจซื้อ*. กรุงเทพฯ ธุรกิจ. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/487093>.

- วิดีโอสอนทำต้มยำกุ้งน้ำข้นรสแซ่บ จาก CIY. (2556). สืบค้นจาก <http://pantip.com/topic/31093860>.
- วิภาณี กาญจนานัญญกุล (2545). *ขนมไทย และวัฒนธรรมการบริโภค: กรณีศึกษา ตลาดดอนหวาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วุฒินันท์ วัฒนศิลป์. (2533). *บรรยากาศองค์การกับความพอใจในงานของครูโรงเรียนมัธยมเพื่อพัฒนาชนบท*. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหาร การตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ชีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สำนักงานอิศรา. (2556). *ข่าว พบเด็กไทยรับสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต*. สืบค้นจาก <http://www.isranews.org/isranews-news/item/23502-พบเด็กไทยรับสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นปัจจัยที่-5-ของชีวิต.html>.
- เสาวภาคย์ ดิวาจา. (2529). *ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). *ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน สาขาเลิงนกทาและสาขามุกดาหาร*. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อุทัย หิรัญโต. (2543). *หลักการบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อาภา จันทรสกุล. (2535). *ทฤษฎีและวิธีการให้คำปรึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Blackwell, R D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior*. Orlando: Harcourt.
- Chillpainai. (2012). *A Little Something*. Retrieved from <http://www.thetrippacker.com/>.
- Forfur. (2015). Retrieved from <http://www.forfur.com/>.
- Gallery Ban Ploy Wan. (2014). Retrieved from https://www.facebook.com/banploywan/photos_stream.
- Google Map. (2015). Retrieved from https://www.google.co.th/?gws_rd=cr,ssl&ei=ULrtVZLkDcX00gTQulfAw#q=emquartier.
- Hang Out. (2010). Retrieved from <http://www.2bemen.com/chill-out/hang-out/12934675998280>.

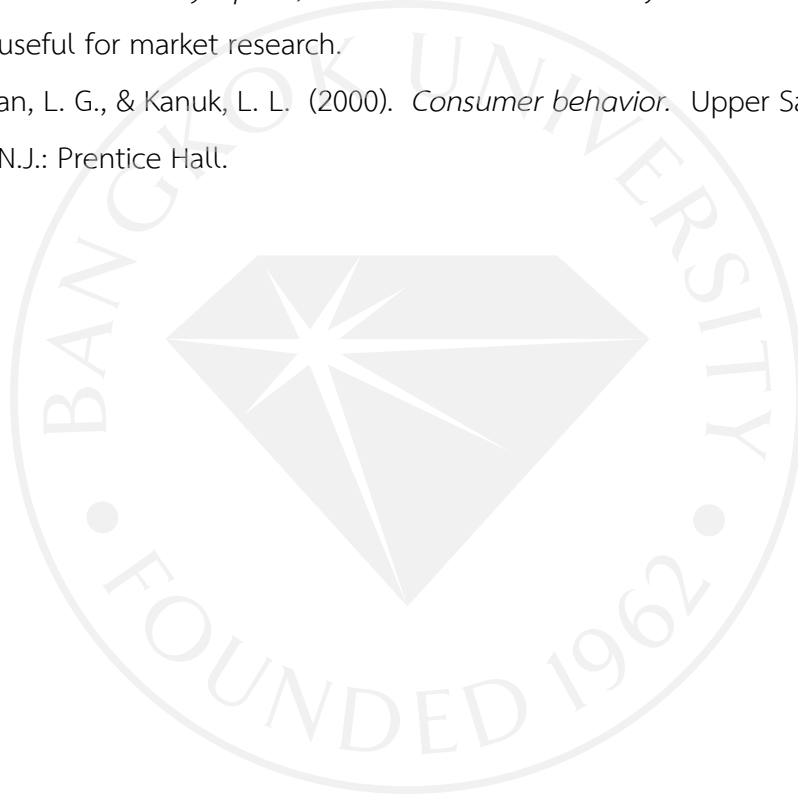
Kohlberg, L. (1976). *Moral stages and moralization: The cognitive-developmental approach*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

Sakura Gallery. (2015). Retrieved from <http://www.sakuracooking.com/SakuraGallery.htm>.

Sangren, S. (1999). *A simple solution to nagging questions about survey, sample size and validity: quirks, Ithaca*. New York: A survey of multivariate methods useful for market research.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.





ภาคผนวก ก

บทสรุปผู้บริหาร

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงธุรกิจโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ โดยมีการศึกษาถึงแนวทางแนวโน้มของธุรกิจโดยมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับธุรกิจด้านบริการการเรียนการสอนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนทำขนมไทยและมีการพัฒนาทักษะด้านความรู้ความสามารถในการทำขนมที่ผสมผสานการเรียนรู้ด้านภาษาอังกฤษเข้ากับหลักสูตรการสอนทำขนม รวมถึงสภาพคล่องทางการเงินการแข่งขันและปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ จากนั้นจึงได้มีการทดลองวางแผนการจัดตั้งธุรกิจโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ โดยมีการศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยการแข่งขัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน รวมถึงแนวโน้มของธุรกิจด้านการบริการและการฝึกทักษะการเรียนรู้ด้วยการนำเสนอแนวคิดที่แปลกใหม่โดยมีการนำภาษาอังกฤษสอดแทรกเข้าไปในเนื้อหาการเรียนการสอนด้วยเพื่อพัฒนาการที่ดีของเด็กๆ เพิ่มความน่าสนใจและความสนุกสนานในการเรียนได้ถือว่าการพัฒนาสมองไปพร้อมๆ กันพร้อมกับทำให้เกิดการตัดสินใจในการที่ส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนที่โรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์จากผู้ปกครองเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับการบริการที่ดีและมีมาตรฐาน โดยเป็นการศึกษาวิจัยข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ปกครองของเด็กและเด็กในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแผนธุรกิจโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ ไว้ในระยะเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปี 2559 โดยมีเงินลงทุนทั้งสิ้น 13,000,000 บาท จากนั้นผู้วิจัยได้กำหนดทำสมมติฐานทางการเงินไว้ 3 กรณี ได้แก่ กรณีผลประโยชน์การดีเยี่ยม (Best Case) กรณีผลประโยชน์การความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และในกรณีผลประโยชน์การตกต่ำ (Worst Case) โดยมีเงื่อนไขของรายได้จากส่วนของรายได้จากหลักสูตรสอนทำขนมและการจำหน่ายขนม ซึ่งสามารถสรุปผลทางการเงินได้ดังนี้

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Pay Back Period	2 ปี 8 เดือน	3 ปี 6 เดือน	4 ปี 7 เดือน
NPV	12,248,142	7,3395,567	2,026,735
IRR	33%	24 %	12%
Discount Rate	5.8 %		

จากผลการศึกษาของโครงการพบว่าโรงเรียนศิลปะชนมไทยสร้างสรรค์ มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องซึ่งจากการคาดการณ์ที่ทางโครงการได้มีการวิเคราะห์ไว้ ซึ่งจะสามารถมีการดำเนินงาน

ตามการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ จะเห็นได้จากการวิเคราะห์ธุรกิจของมทางโครงการและวิเคราะห์คู่แข่งชั้นอยู่เสมอ พร้อมกับมีการพัฒนาแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องก็จะสามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ จะเห็นได้จากผลประกอบการดีเยี่ยม (Best Case) ซึ่งจากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิปรากฏว่ามีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการเท่ากับ 12,248,142 บาท โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 8 เดือน กรณีผลประกอบการความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) ซึ่งจากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิปรากฏว่ามีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการเท่ากับ 7,3395,567 บาท โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 6 เดือน และในกรณีผลประกอบการตกต่ำ (Worst Case) ซึ่งจากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิปรากฏว่ามีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการเท่ากับ 2,026,735 บาท โดยมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 7 เดือน

ทั้งนี้ แผนการดำเนินงานและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้มีประสิทธิภาพทางโครงการได้มีการกำหนดรูปแบบกิจกรรมทางการตลาดไว้หลากหลายรูปแบบทั้งสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อออนไลน์ในการโฆษณาผ่านเว็บไซต์แบนเนอร์ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ค โบว์ชัวร์ การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) เป็นต้น พร้อมทั้งมีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการต่อยอดไปสู่ธุรกิจที่หลากหลาย ได้แก่ รายการการแข่งขันซึ่งจะมีการจัดในรูปแบบของเรียลลิตี การพัฒนาหลักสูตรสอนทำขนมไทยแบบชาววัง และการทำอาหาร เป็นศูนย์รวมการบริการทางด้านขนมพร้อมกับจัดจำหน่ายอุปกรณ์ทำขนมและอาหาร เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และมีการจดจำในตราสินค้า ซึ่งสื่อต่างๆจะมีส่วนช่วยในการสร้างการจดจำที่ดีและการสร้างระบบการบริหารจากประสบการณ์ของลูกค้า โดยให้ลูกค้าเห็นถึงการดูแลเอาใจใส่ดูแลทางด้านการเรียนการสอนให้แก่บุตรหลานที่ได้มาศึกษาเรียนที่โรงเรียนศิลปะขนมไทยสร้างสรรค์ ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ซึ่งจะเป็นผลในธุรกิจสามารถเข้าสู่ตลาดและรักษาส่วนครองตลาดได้ในระยะยาว

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	ระวีวรรณ วงศ์อภัย
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2530
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก
ประวัติการทำงาน	เจ้าของกิจการร้านขายเสื้อผ้า Moonlate Shop ทำงานด้านโฆษณา ตำแหน่ง ผู้ช่วยโปรดิวเซอร์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 29 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ระวีวรรณ วงศ์อภัย อยู่บ้านเลขที่ 459/514

ซอย 9 ถนน พิตุนาภา ตำบล/แขวง สีลม

อำเภอ/เขต คลอง จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10500

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7530301030

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจนันทนาการและการผลิต

คณะ นิเทศศาสตร์ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

โรงเรียนศิลปะไทยสร้างสรรค์

ซึ่งถือ

เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกมาทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ร: วัชร วัฒน วงศ์ อัง จ)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.ปีเตอร์ กัน)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร