

แผนธุรกิจเนอสเซอรี่ บ้านปลูกปัญญา

เพ็ญรุ่ง ประกอบกิจ¹

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม ขนาดของครอบครัวที่มีขนาดเล็กลง การอย่าร้างเพิ่มสูงขึ้น พ่อแม่เลี้ยง เลี้ยงลูกคนเดียวเพิ่มจำนวนมากขึ้น สมาชิกครอบครัวไม่มีผู้ใหญ่ที่จะเลี้ยงดูบุตรหลานให้ ทำให้สภาพครอบครัวไม่มีความพร้อมในการดูแลเด็กก่อนวัยเรียน บางครอบครัวต้องจ้างพี่เลี้ยงเด็กมาดูแล ซึ่งไม่สามารถไว้วางใจให้อยู่ตามลำพังได้ ดังที่ปรากฏในข่าว เรื่องพี่เลี้ยงทำร้ายเด็ก อีกทั้งพี่เลี้ยงก็ยังไม่มีความรู้ในการพัฒนาศักยภาพเด็กตามวัย สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุที่ส่งผลให้เด็กในวัยนี้เสียโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ ไม่มีความพร้อมในการเข้าสู่สังคมวัย ขาดคุณภาพทั้งด้านสติปัญญา อารมณ์ และด้านจิตใจ ประกอบกับผู้ปกครองต่างไม่มีเวลา เลี้ยงดูบุตรหลานเอง เนื่องจากมีภาระหน้าที่การงาน ที่ต้องหารายได้สำหรับครอบครัว

ด้วยเหตุนี้ จึงมีแนวคิดที่จะก่อตั้ง “บ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่” ขึ้น ซึ่งจะแตกต่างกับ เนอสเซอรี่ที่มีมากมายในปัจจุบัน เพราะจะไม่เป็นเพียงแค่สถานรับเลี้ยงเท่านั้น แต่ที่นี่ จะเป็นเสมือน “บ้าน” ที่รับพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของเด็กวัย 1-4 ปี โดยมีแนวคิดการจัดตั้งเป็นสถานที่ที่มุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพของเด็กก่อนวัยเรียนจากการเรียนรู้สิ่งรอบตัว มุ่งมั่นพัฒนาเด็กให้มีศักยภาพทั้งด้านการพัฒนาความสามารถของสติปัญญา ด้านพัฒนาอารมณ์ และด้านการพัฒนาให้มีจิตใจที่ดี เพื่อให้เด็กๆ มีความพร้อมที่จะเติบโตในสังคมเมืองยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง

บ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่ เชื่อมั่นในหลักการที่ว่า ประสบการณ์ในวัยเด็กเล็กมีผลต่อการพัฒนาสมองของเด็กมากที่สุด และช่วงเวลา 3 ขวบปีแรกของชีวิต เป็นโอกาสทองที่ผู้ปกครองไม่ควรปล่อยให้ผ่านไป บ้านปลูกปัญญาจึงออกแบบโปรแกรมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาสมองด้านซ้ายควบคู่ไปกับสมองด้านขวา เริ่มการกระตุ้นสมองด้านซ้ายเพื่อส่งเสริมการฟังพาดตนเอง ด้วยกิจกรรมต่างๆ

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ในห้องเนอสเซอรี่ ก่อนเข้าเรียนชั้นอนุบาล เด็กๆ จะเรียนรู้การพึ่งพาตนเองเพราะไม่มีคุณพ่อคุณแม่เข้ามาในห้องด้วย เด็กต้องดูแลข้าวของของตนเอง เรียนรู้จักการยอมเพื่อนๆ สิ่งเหล่านี้ที่เกิดขึ้นในห้องแห่งการเรียนรู้ ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นให้เด็กรู้จักการพึ่งพาตนเองมากขึ้น และเป็นวิธีที่ดีอันหนึ่งในการเตรียมเด็กสำหรับการใช้ชีวิตในการเรียนชั้นอนุบาลต่อไป

ด้วยความเชื่อที่ว่า เด็กๆ เป็นผ้าขาว และเป็นวัยที่พร้อมจะเรียนรู้สิ่งต่างๆ อยู่เสมอที่บ้านปลูกปัญญา จึงเน้นสร้างกิจกรรมให้เด็กๆ เกิดการเรียนรู้ พร้อมกับการมีความสุขไปในเวลาเดียวกัน จะมีการจัดกิจกรรมที่เน้นความสนใจของเด็กๆ เป็นหลัก ที่เหมาะสมสำหรับเด็กแต่ละวัย และแต่ละคน มีการรายงานผลให้ผู้ปกครองทราบถึงพัฒนาการทั้งในด้านความสามารถด้านสติปัญญา อารมณ์ การมีความสุขของเด็กๆ และผลการพัฒนาด้านจิตใจ โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “ปลูกปัญญาด้วยหัวใจ มุ่งมั่นให้เกิดความสุข และศักยภาพสูงสุด”

บ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่ ตั้งอยู่บนถนนบางกรวย - ไทรน้อย ซึ่งเป็นละแวกที่มีประชากรหนาแน่น มีหมู่บ้านจัดสรรโดยรอบจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นเส้นทางลัดที่เป็นที่นิยม โดยสามารถผ่านสู่ถนนหลัก 4 สาย ได้แก่ สะพานพระราม 7 ถนนวงศ์สว่าง มุ่งหน้าสู่ถนนวิภาวดี เขตจตุจักร และบางเขน , ถนนพระราม 5, ถนนสิริธร และถนนจรัญสนิทวงศ์ ซึ่งมองว่าเป็นทางผ่านที่ผู้ปกครองสะดวกในการมารับส่งบุตรหลาน และเดินทางไปทำงานต่อ โดยในละแวกนี้ยังไม่มีเนอสเซอรี่ ที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพ อีกทั้งยังมีจำนวนน้อยมาก

ในการเริ่มต้นธุรกิจ บ้านปลูกปัญญา จะเริ่มจากการเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ใช้บ้านเดี่ยว ขนาด 90ตรว. ที่เจ้าของธุรกิจอยู่อาศัยเป็นสถานที่ และรับเด็กจำกัดสูงสุดที่ 40 คนต่อปี โดยมีพนักงานรับผิดชอบดูแลเด็กจำนวน 6 คน เฉลี่ย พนักงาน 1 คนต่อเด็กอายุต่ำกว่าสามขวบไม่เกิน 6 คน และอายุสามขวบไม่เกิน 10 คน เพราะบ้านปลูกปัญหามุ่งเน้นคุณภาพเป็นหลัก

เนื่องจากบ้านปลูกปัญญา มีจุดเด่นเหนือสถานรับเลี้ยงเด็กทั่วไป จึงมีความคุ้มค่าทางด้านเศรษฐกิจ เพราะผู้ปกครองพร้อมที่จะเสียค่าใช้จ่ายในราคาที่สูงกว่า เพื่อแลกกับการพัฒนาบุตรหลาน และยังคงเป็นสถานที่ที่ไว้วางใจได้ ทั้งแง่ความปลอดภัย ความสะอาด โดยบ้านปลูกปัญญา จะมีบริการ กล้อง CCTV ผู้ปกครองสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารและเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อดูกิจกรรมของบ้านฯ ได้ตลอดเวลาทำการ

ทีมผู้บริหารคือเจ้าของธุรกิจ ใช้เงินลงทุนค่าปรับแต่งสถานที่เดิมให้เหมาะสมด้วย
งบประมาณ 505,000 บาท คาดว่าจะมีรายได้ในปีที่ 2 ของการเปิดให้บริการ หลังหัก
ค่าใช้จ่ายเป็นเงิน 1,770,000 บาท โดยประมาณ

คำสำคัญ แผนธุรกิจ, เนอสเซอรี่

1. บทนำ

1.1 รูปแบบธุรกิจ

สถานที่เน้นการพัฒนาศักยภาพของเด็กก่อนวัยเรียน อายุ 1-4 ปี ดำเนินธุรกิจโดย
คิดค่าใช้จ่ายแบบรายเดือน ให้บริการสำหรับบุคคลทั่วไป เน้นการพัฒนาศักยภาพของเด็ก
ปฐมวัยด้วยการทำกิจกรรม เพื่อให้เด็กได้พัฒนาศักยภาพด้านสติปัญญา อารมณ์ และจิตใจ
อย่างเหมาะสม และ

เด็กได้รับโอกาสพัฒนาสู่ความสามารถขั้นสูงสุดของแต่ละคน

1.2 ขอบเขตของธุรกิจ

ให้บริการดูแลและพัฒนาศักยภาพของเด็กวัย 1-4 ปี รับจำนวนจำกัดปีละ 40 คน
ดูแลตั้งแต่

7.00-17.00 น. เปิดให้บริการ วันจันทร์-วันเสาร์

1.3 วิสัยทัศน์ - พันธกิจ - เป้าหมาย

วิสัยทัศน์ : “ปลูกปัญญาด้วยหัวใจ ใช้ความสุข เป็นเครื่องมือส่งเสริมให้เด็กมี
ศักยภาพสูงสุด”

พันธกิจ : วางแผนในการพัฒนาศักยภาพและสร้างสถานที่ปลอดภัย สำหรับการ
เรียนรู้ที่เหมาะสมให้แก่เด็กปฐมวัย เพื่อศักยภาพสูงสุด

เป้าหมาย : สร้างสถานที่พัฒนาเด็กปฐมวัยให้มีคุณภาพ ที่มุ่งเน้นให้เกิดเด็กพัฒนา
ศักยภาพสูงสุด ตามวัยที่เหมาะสม และตอบสนองความต้องการของครอบครัวขนาดเล็กที่
ไม่มีผู้ดูแลเด็กก่อนวัยเรียน

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อเป็นสถานที่พัฒนาเด็กปฐมวัย ที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ไว้วางใจของผู้ปกครอง
ได้โดยมกลุ่มเป้าหมายอาศัยในเขตบางกรวย, บางสีทอง, พระราม 5, บางพลัด โดย
มีจำนวนเด็กครบ 36 คน ในปีที่ 2 ของการเปิดให้บริการ
2. จำนวนเด็กที่เข้ารับบริการจะต้องไม่ลดลงมากกว่า 10% ของจำนวนเด็ก ในเดือน
ที่ผ่านมา

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อขยายธุรกิจให้สามารถรองรับจำนวนเด็กปฐมวัยได้ ครอบคลุม 40 คนในปีที่ 3
2. พัฒนาศักยภาพของเด็ก ให้พร้อมสู่การศึกษาในระดับอนุบาล อย่างมีความสุข และสามารถวัดผลได้จริง

เป้าหมายทางการจัดการ

1. บุคลากรผู้ดูแลเด็ก มีอัตราการลาออกไม่สูงกว่าปีที่ผ่านมา
2. บุคลากรผู้ดูแลเด็ก ต้องได้รับการอบรมตามกฎที่ปลัดกระทรวงกำหนด และอบรมหลักสูตรเพิ่มความรู้เรื่องการพัฒนาศักยภาพของเด็ก อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
3. จำนวนเด็กที่ป่วยจากการติดเชื้อจากบ้านปลูกปัญญาเป็น 0%

1.4 สัญลักษณ์ และคำขวัญ



ภาพที่ 1.1 สัญลักษณ์บ้านปลูกปัญญา

สัญลักษณ์ มีโครงร่างของต้นไม้ เพื่อแสดงถึงการเจริญเติบโตของเด็กอย่างมีคุณภาพในบ้านปลูกปัญญา ดาว 3 ดวง แทนความหมายถึงการเกิดขึ้นของปัญญา และ มงกุฎบนศีรษะเด็ก แสดงถึงการประสบความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของเด็กแต่ละคน ใช้สีส้มที่ดูสบายตา และรูปหน้าเด็กยิ้ม สื่อความหมายถึงการมีความสุขในทุกนาทีที่อยู่ในบ้านฯ

ความหมายของสี

1. สีน้ำเงิน สื่อถึงความหนักแน่น จริงจังในการดูแลเด็ก มีความน่าเชื่อถือ
2. สีเขียว สื่อถึงความเจริญงอกงามของปัญญา

คำขวัญ

“ปลูกปัญญา ด้วยหัวใจ ใฝ่คุณธรรม ล้ำค่าด้วยศักยภาพสูงสุด”

1.5 ทำเลที่ตั้ง



บ้านปลูกปัญญา ตั้งอยู่เลขที่ 219 หมู่บ้านศิขรินทร์ บนถนนบางกรวย-ไทรน้อย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130 ขนาดพื้นที่ 120 ไร่ ซึ่งเป็นละแวกที่มีประชากรหนาแน่น มีหมู่บ้านจัดสรรโดยรอบจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นเส้นทางลัดที่เป็นที่นิยม โดยสามารถผ่านสู่ถนนหลัก 4 สาย ได้แก่ สะพานพระราม 7 ถนนวงศ์สว่าง มุ่งหน้าสู่ถนนวิภาวดี เขตจตุจักร และบางเขน, ถนนพระราม 5, ถนนสิริธร, ถนนเจริญสุขนิทวงศ์ ซึ่งมองว่าเป็นทางผ่านที่ผู้ปกครองสะดวกในการมารับส่งบุตรหลาน และเดินทางไปทำงานต่อ โดยในละแวกนี้ยังไม่มีเนอสเซอรั่ ที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพ อีกทั้งยังมีจำนวนน้อยมาก

1.6 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ

1.6.1 ปัจจัยด้านคุณภาพบ้านปลูกปัญญา

มีใบอนุญาตจัดตั้งสถานรับเลี้ยงเด็กและผู้ดำเนินการอย่างถูกต้อง โดยขณะนี้ในเขตบางกรวย ยังไม่มีเนอสเซอรั่ที่คุณภาพพอที่จะเป็นที่ไว้ใจของผู้ปกครองได้ ส่วนมาก

เป็นสถานรับเลี้ยงเด็กเล็กที่เปิดโดยบุคคลทั่วไป ไม่มีใบอนุญาต อีกทั้งโรงเรียนอนุบาลในเขตบางกรวยจำนวน 1 แห่ง ที่รับดูแลเด็กปฐมวัย ก็มีชื่อเสียงในแง่ที่เป็นลบบอยู่เสมอ มีการเข้มงวดในการเลือกสรรบุคคลากรผู้ดูแลเด็ก โดยทุกคนจะต้องได้มาตรฐานตามเกณฑ์ และผ่านการอบรมหลักสูตรตามที่กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์กำหนด

1.6.2 ปัจจัยด้านที่ตั้ง

สถานประกอบการ บ้านปลูกปัญญา ตั้งอยู่บนถนนบางกรวย-ไทรน้อย ซึ่งเป็นละแวกที่มีประชากรหนาแน่น มีหมู่บ้านจัดสรรโดยรอบจำนวนมาก และยังเป็นพื้นที่ที่มีการก่อสร้างหมู่บ้านจัดสรรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นเส้นทางลัดที่เป็นที่นิยม โดยสามารถผ่านสู่ถนนหลัก 4 สาย ได้แก่ สะพานพระราม 7 ถนนวงษ์สว่าง มุ่งหน้าสู่ถนนวิภาวดี เขตจตุจักร และบางเขน, ถนนพระราม 5, ถนนสิริธร และถนนจรัญสนิทวงศ์ ซึ่งเป็นทางผ่านที่ผู้ปกครองสะดวกในการมารับส่งบุตรหลาน และเดินทางไปทำงานต่อ โดยในละแวกนี้ยังไม่มีเนอสเซอรี่ ที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพ

ที่ตั้งของบ้านปลูกปัญญา ตั้งอยู่ในหมู่บ้านศิรินทร์ ซึ่งมีทางออกสองทางเป็นหมู่บ้านที่เป็นทางตัน ไม่ใช้ทางผ่าน ทำให้มีความปลอดภัยเรื่องคนแปลกหน้าที่จะเข้ามาบริเวณบ้านมีโรงพยาบาลทั้งรัฐและเอกชน อยู่รอบละแวกที่ตั้ง ห่างออกไป 2-4 กิโลเมตร ทำให้ผู้ปกครองอุ่นใจกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

1.6.3 ปัจจัยด้านราคา

เนื่องจากใช้บ้านของผู้ประกอบเป็นสถานที่ จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายต่ำ โดยมีค่าตกแต่งสถานที่ใหม่ และค่าเสื่อมของบ้าน แต่ในแง่โปรแกรมการดูแลเด็ก และหลักสูตรที่ใช้จะมีความแตกต่างจากคู่แข่งโดนสิ้นเชิง ผู้ปกครองจะได้รับคุณภาพจากการพัฒนาศักยภาพของเด็ก และสามารถไว้วางใจได้ด้วยการมีบริการกล้อง CCTV จึงทำให้เมื่อเปรียบเทียบกับสถานรับเลี้ยงอื่นๆ ราคาของบ้านปลูกปัญญา จึงมีราคาไม่แพงจากเนอสเซอรี่ทั่วไปมากนักแต่ได้รับคุณภาพมากกว่า

1.6.4 ปัจจัยด้านบริการ

มีหลักสูตรแน่นชัด เน้นหลักสูตรการพัฒนาสมองซีกซ้ายและซีกขวาในเด็กก่อนวัยเรียน โดยคู่แข่งไม่มีหลักสูตรสำหรับพัฒนาเด็ก การบริการถือเป็นหัวใจหลักของบ้านปลูกปัญญา จะเน้นเรื่องการดูแลเด็กให้เด็กเกิดความสุข ในทุกๆ กิจกรรมการเรียนรู้ ผู้ดูแลเด็ก

จะเอาใจใส่เด็กๆ ทุกคนอย่างเท่าเทียมมีกระบวนการอย่างเป็นมาตรฐานปฏิบัติ อาทิการ
รับ-ส่งเด็กให้แก่ผู้ปกครอง หากมีคนแปลกหน้ามารับ จะมีกระบวนการตรวจสอบไปยัง
ผู้ปกครองเด็กทุกครั้ง เป็นต้น

1.6.5 ปัจจัยด้านสถานที่

บ้านปลูกปัญญา ใช้บ้านเป็นสถานประกอบการ ที่มีการตกแต่งใหม่ให้ดูอบอุ่น
และทันสมัย เน้นทำสถานที่ให้โปร่ง อากาศถ่ายเทสะดวก สะอาด มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่
อับชื้น ห้องน้ำแยกส่วนแห้งและเปียก เด็กๆ จะไม่ได้อยู่ในห้องแอร์ตลอดเวลา จะมีการคัด
แยกเด็กที่ป่วยด้วยโรคทั่วไป เช่นหวัด ให้อยู่ในห้องดูแลพิเศษ ที่มีกิจกรรมเบาๆ และมี
ผู้ดูแลพิเศษ กรณีที่เด็กเป็นโรคติดต่ออันตราย บ้านจะไม่รับเด็กดูแลในช่วงเวลานั้น เพื่อ
ไม่ให้เกิดการติดต่อไปสู่เด็กคนอื่น มีต้นไม้ใหญ่เพื่อให้ความร่มรื่นอย่างเป็นธรรมชาติ
เด็กจะได้สัมผัส และเรียนรู้ธรรมชาติทุกวัน สถานที่มีการออกแบบให้มีความปลอดภัยสูง
มีทางออกฉุกเฉินสำหรับกรณีเกิดเหตุเช่น ไฟไหม้ มีการติดตั้งอุปกรณ์ดับเพลิงตาม
กฎหมายกำหนด และตกแต่งสถานที่ให้มีความปลอดภัยสูงสำหรับเด็กๆ

1.7 สัดส่วนผู้ถือหุ้น

เจ้าของกิจการถือหุ้น 100%

1.8 เงินลงทุน

ใช้เงินลงทุน 505,000 บาท

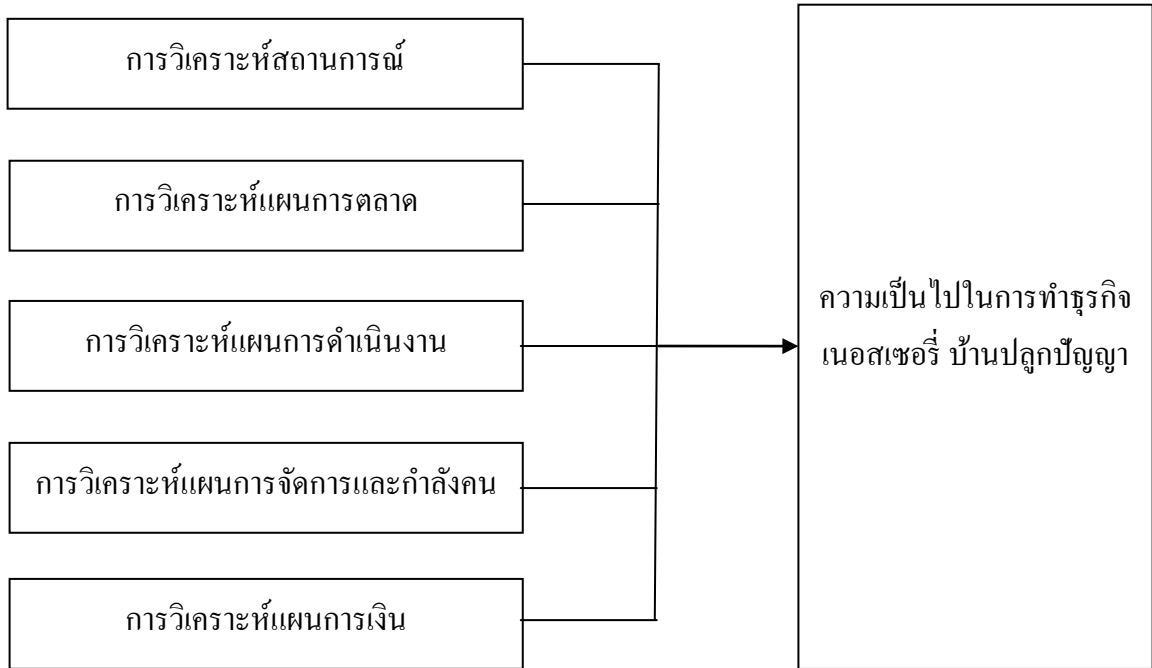
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ เนอสเซอริ บ้านปลูกปัญญา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจเนอสเซอริ
บ้านปลูกปัญญา

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจเนอสเซอรี่ บ้านปลุกปัญญา
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาตั้งแต่เดือนเดือนมีนาคม – เดือนมิถุนายน 2556

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. ที่นอนยางพารา หมายถึง
3. การวิเคราะห์สถานการณ์หมายถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาดหมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
5. การวิเคราะห์ด้านการผลิตหมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์การ
6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึงการกำหนดโครงสร้างองค์การ
7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลา กินทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 จุดแข็ง (Strength)

1. บ้านปลูกปัญญามีทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมต่อสู่ถนน 4 สายหลัก ซึ่งเป็นที่นิยมในการใช้เป็นเส้นทางลัด
2. บุคลากรที่ดูแลจะจำกัดการดูแล 1 คนต่อเด็กไม่เกิน 6 คน สำหรับเด็กอายุ 1-2 ปี ทำให้การดูแลทั่วถึง
3. มีโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพของเด็กอย่างชัดเจน สามารถวัดผลได้
4. เวลาการเปิดให้บริการที่ยืดหยุ่น โดยเลือกเวลาที่อยู่ในระหว่าง 7.00-17.00 น.
5. เป็นสถาน ประกอบ การที่ได้รับใบอนุญาตถูกต้องจากกระทรวง การพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
6. บุคลากรผู้ดูแลเด็กทุกคนผ่านการอบรมตามที่กระทรวงฯ กำหนด
7. มีความปลอดภัยสูง จะไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นเข้ามาในเขตบ้านฯ ในเวลาทำการ
8. มีกล้องวงจรปิด CCTV ผู้ปกครองสามารถใช้อุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าดูได้ทุกเวลาในเวลาทำการของบ้านปลูกปัญญา

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

1. ชื่อเสียงยังไม่เป็นที่รู้จักในเขตที่ตั้งของสถานประกอบการ ยังไม่เป็นที่ไว้วางใจของผู้ปกครอง ต้องอาศัยเวลานานในการทำให้เป็นที่ยอมรับ

2. บริเวณหน้าสถานประกอบการจะมีพื้นที่การจอดรถน้อย อาจมีการติดขัดในช่วงเวลาที่เร่งด่วน
3. มีค่าบริการ ที่สูงกว่า เมื่อเทียบกับสถานเลี้ยงเด็กที่เปิดให้บริการก่อนหน้านี้ ในระแวกพื้นที่เดียวกัน
4. การเปิดบริการใหม่ ยังไม่เป็นที่ไว้วางใจของผู้ปกครอง ต้องอาศัยเวลานานในการทำให้เป็นที่ยอมรับ
5. ไม่มีบริการรับ-ส่งเด็ก

2.3 โอกาส (Opportunity)

1. การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การอุปโภคบริโภคมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ทำให้ผู้มีครอบครัวต้องทำงานหนัก ไม่มีเวลาดูแลบุตรหลานในช่วงวันทำงาน
2. สถาบันครอบครัวของประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงจากระบบครอบครัวขยายมาเป็นครอบครัวเดี่ยว ทำให้ไม่มีผู้ดูแลเด็กเมื่อผู้ปกครองต้องออกไปทำงาน
3. กระแสความนิยมในการพัฒนาศักยภาพของเด็กก่อนวัยเรียน ที่เน้นการมีความสุข พร้อมๆกับ พัฒนาการในด้านร่างกายและ สติปัญญา
4. ข่าวงแลบเกี่ยวกับสถานที่ได้รับเลี้ยงเด็กมีมาก ทำให้ผู้ปกครองมองหาทางเลือกที่ทำให้มั่นใจได้ว่าบุตรหลานจะปลอดภัย และต้องการเห็นบุตรหลานอยู่ในสายตาตลอดเวลา

2.4 อุปสรรค (Threats)

1. การจัดตั้งเป็นสถานรับเลี้ยงเด็กเอกชนทางรัฐบาลกำหนดให้มีการจ่ายภาษีที่เกิดจากรายได้ ซึ่งเมื่อเทียบกับการจัดตั้งเป็น โรงเรียนอนุบาลและรับเด็กก่อนวัยเรียนเข้าไปดูแล รัฐบาลให้งบประมาณในการช่วยเหลือทำให้การตั้งโรงเรียนอนุบาลเอกชนจะได้เปรียบกว่าการตั้งสถานรับเลี้ยงเด็ก
2. ค่าครองชีพจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำผู้ดูแลเด็ก รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้การตั้งอัตราค่าบริการต้องปรับสูงขึ้นตาม

3. สังคมไทยยังนิยมส่งบุตรหลานให้ญาติเลี้ยงที่ต่างจังหวัด เพราะมีความไว้ใจญาติมากกว่า

3. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

3.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

บ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่ เลือกลุ่มหมาย ดังนี้

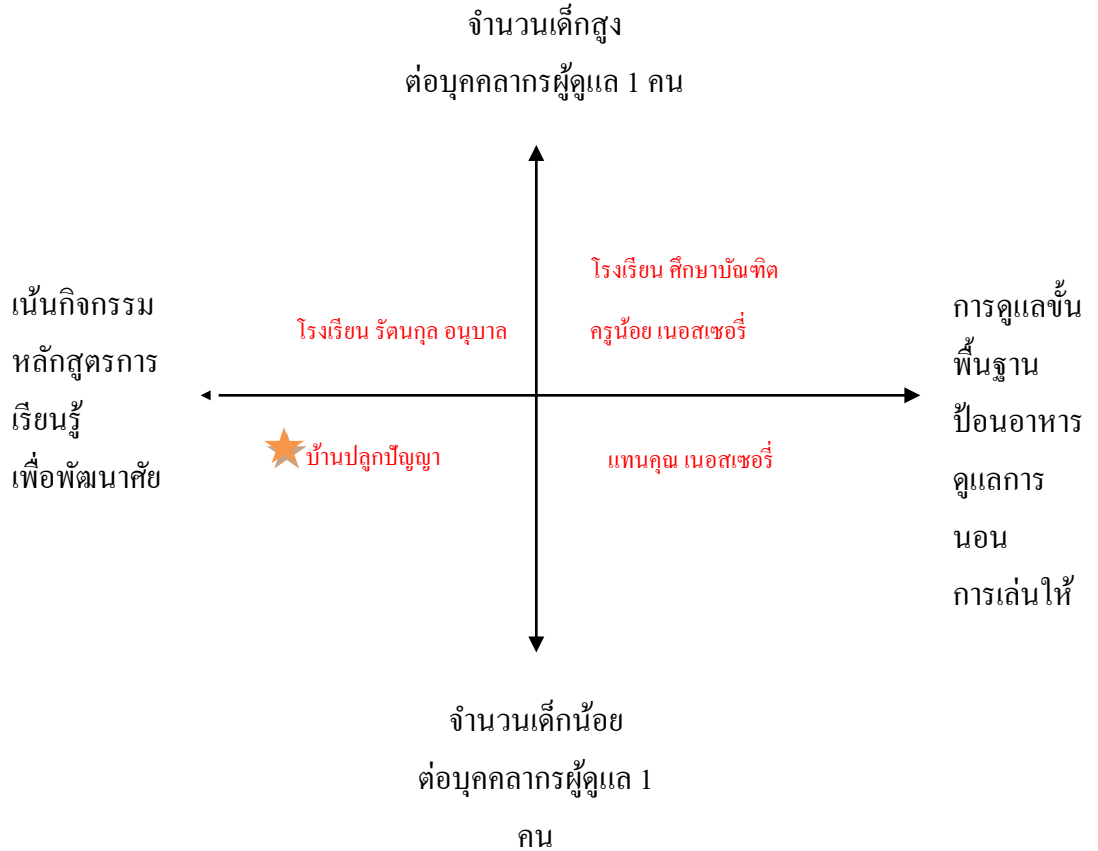
กลุ่มเป้าหมายหลัก

- จะเลือกผู้ที่อยู่อาศัยในจังหวัดนนทบุรี ในเขตอำเภอบางกรวย อำเภอเมือง และผู้ที่อาศัยในเขตรัศมีของที่ตั้งบ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่ ได้แก่ ผู้ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ในแขวงบางพลัด เขตบางกอกน้อย
- ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่อเดือนรวมกันครอบครัวละ 40,000 บาทขึ้นไป ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
- เป็นคนชนชั้นกลาง ระดับต่ำ-สูง

กลุ่มเป้าหมายรอง

- ผู้ปกครองที่มีการเดินทางในชีวิตประจำ เช่น ไปทำงาน โดยเดินทางผ่านเส้นทาง ลัด ถนนบางกรวย-ไทรน้อย เป็นประจำทุกวัน
- ผู้ปกครองที่มีรายได้ เดือนละ 40,000 บาทขึ้นไป
- ผู้ปกครองที่มีลักษณะครอบครัวขยาย แต่บุคคลในครอบครัวไม่สามารถเลี้ยงบุตรหลานได้

3.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)



จากภาพข้างต้น แสดงผลได้ ดังนี้

บ้านปลูกปัญญา เนอสเซอร์วางตำแหน่งทางการตลาด โดยเน้นความแตกต่างในด้านการพัฒนาศักยภาพของเด็ก ให้เหมาะสมตามวัย ให้มีความฉลาดทั้งด้านอารมณ์และจิตใจ มุ่งเน้นคุณภาพการบริการ โดยมีปริมาณเด็กน้อยต่อบุคคลากรผู้ดูแล 1 คน ถูกต้องตามกฎกระทรวง มุ่งเน้นบริการด้วยคุณภาพ อาทิ มีมาตรการที่สนับสนุนด้านความปลอดภัยสูง ผู้ปกครองสามารถเข้าตรวจสอบได้ตลอดเวลาทำการ ผ่านกล้อง CCTV

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ให้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่เป็นลูกค้า จะต้องการสถานรับเลี้ยงเด็กที่มีคุณภาพ จะมุ่งเน้นในเรื่องสุขภาพ อนามัย และการสร้างพัฒนาการทางทักษะในด้านต่างๆ อย่างครบถ้วน ในปัจจุบันแต่ละแห่งจะมีการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ซึ่งจะไม่ครบถ้วนเป็น อย่างที่ผู้ประกอบการต้องการทั้งหมด ดังนั้นการวางกลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ของบ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่ จะเน้นชูโปรแกรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของกิจกรรมประจำวัน เป็นหลัก และเน้นย้ำเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย และความสะอาด เด็กๆ ทุกคน จะต้องมีความสุขเมื่อเข้ามาอยู่ในบ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่

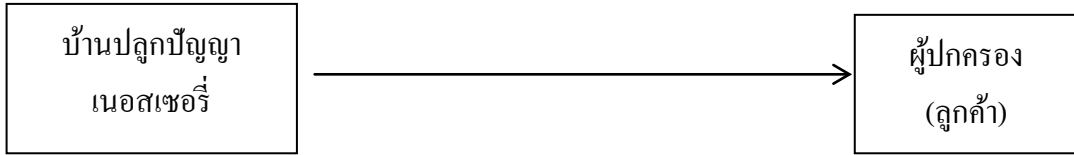
ด้านราคา (Price)

ในด้านราคา ผู้ประกอบการมักจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการของบ้านปลูกปัญญา เนอสเซอรี่ จะสูงกว่าคู่แข่ง เพราะจะเน้นคุณภาพของกิจกรรมต่างๆ และจะระบุระดับราคาในการให้บริการของแต่ละช่วงวัยอย่างชัดเจน โดยมีราคาที่เป็นมาตรฐาน และบริการเสริมที่เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองมีสิทธิ์เลือกใช้หรือไม่เลือกใช้บริการก็ได้ เช่น บริการสอนภาษาอังกฤษ ในระหว่างรอผู้ปกครองมารับ เป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

บริการเนอสเซอรี่ เป็นบริการที่ผู้ประกอบการจะทำการศึกษาหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และจึงตัดสินใจขั้นสุดท้ายโดยการเดินเข้ามาซื้อที่สถานประกอบการเอง กลยุทธ์ด้านนี้ จึงต้องเน้นเรื่องคุณภาพของสถานที่ ความสะอาด สะอาด ปลอดภัย ทำให้ผู้ปกครองเห็นถึงความพร้อมในการดูแลบุตรหลานอันเป็นที่รัก โดยหากไม่แลกบัตร จะไม่สามารถเข้ามาภายในบริเวณรอบบ้านได้ และผู้ที่ไม่ใช่บุคคลากรที่ดูแลเด็ก จะไม่มีสิทธิเข้ามาภายในตัวบ้าน

รูปแบบของช่องทางการให้บริการสามารถแสดงได้ ดังนี้

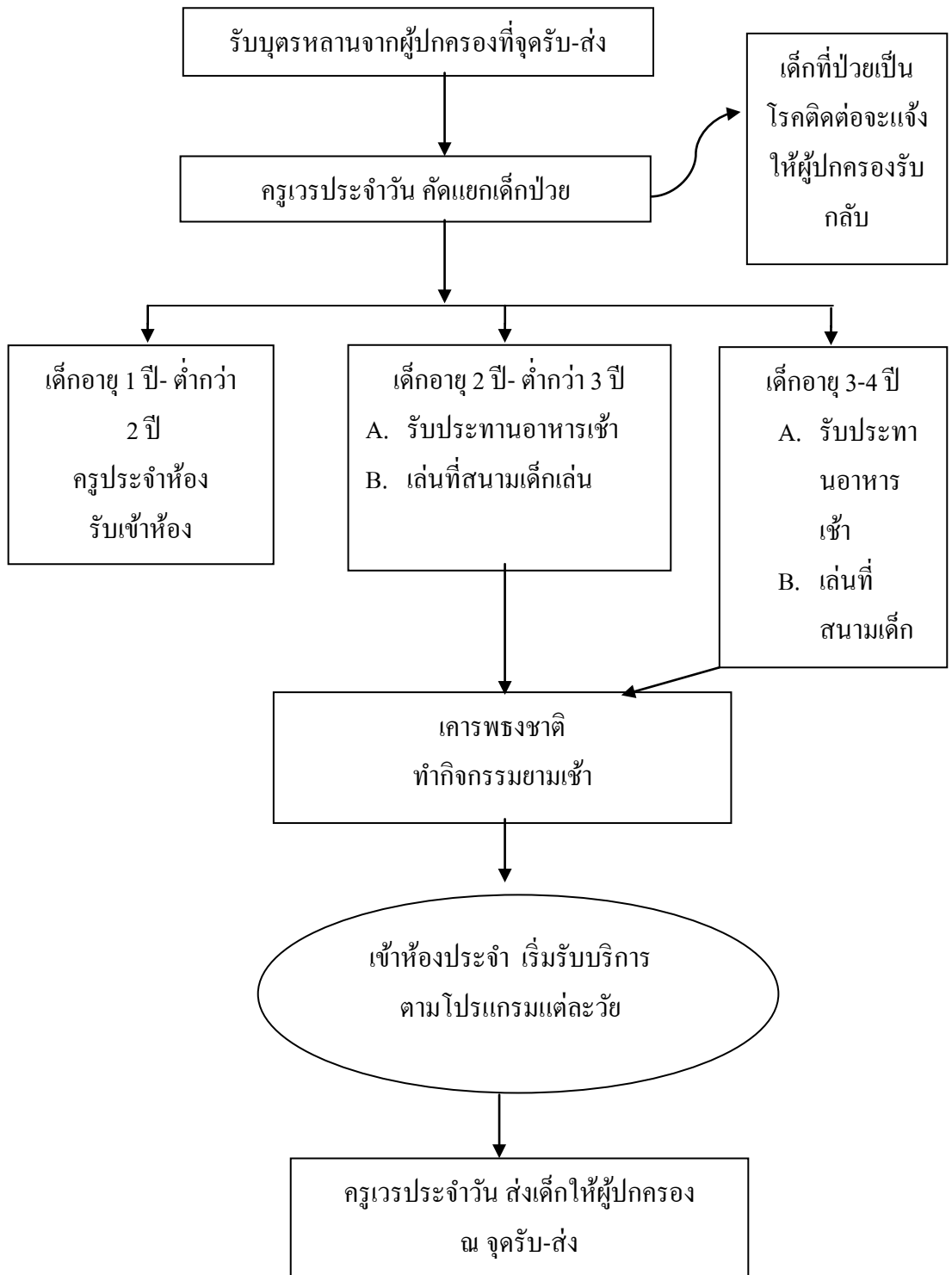


ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้ปกครองส่วนใหญ่ รู้จักสถานรับเลี้ยงเด็กที่มีในปัจจุบัน จากที่มีคนแนะนำหรือจากเพื่อนร่วมงาน ประกอบกับการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เช่น อ่านจากกระทู้ที่มีผู้ปกครองท่านอื่นแสดงความเห็นไว้

ในปีที่เปิดบริการเป็นปีแรก บ้านปลูกปัญญา จะมุ่งเน้นไปที่การทำตลาดโดยใช้การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ท้องถิ่น เพื่อเป็นการแนะนำให้ผู้บริโภคในพื้นที่เป้าหมายได้รู้จักบ้านปลูกปัญญาก่อน จะเน้นไปที่การตีแผ่ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และแจกใบปลิว ใส่ผู้รับจดหมายในหมู่บ้านที่มีกลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่ รวมถึงการร่วมทำกิจกรรมกับวัดและชุมชนในช่วงแรกๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเคยชื่อและเป็นที่รู้จัก ในขณะเดียวกัน ก็ทำโฆษณาแฝงทางสื่ออินเทอร์เน็ต ใช้การการตลาดแบบบอกต่อ (word-of-mouth) เช่นการเข้าไปแสดงความคิดเห็นในกระทู้ที่ผู้ปกครองมาสอบถามเรื่องหาเนอสเซอริให้ลูก

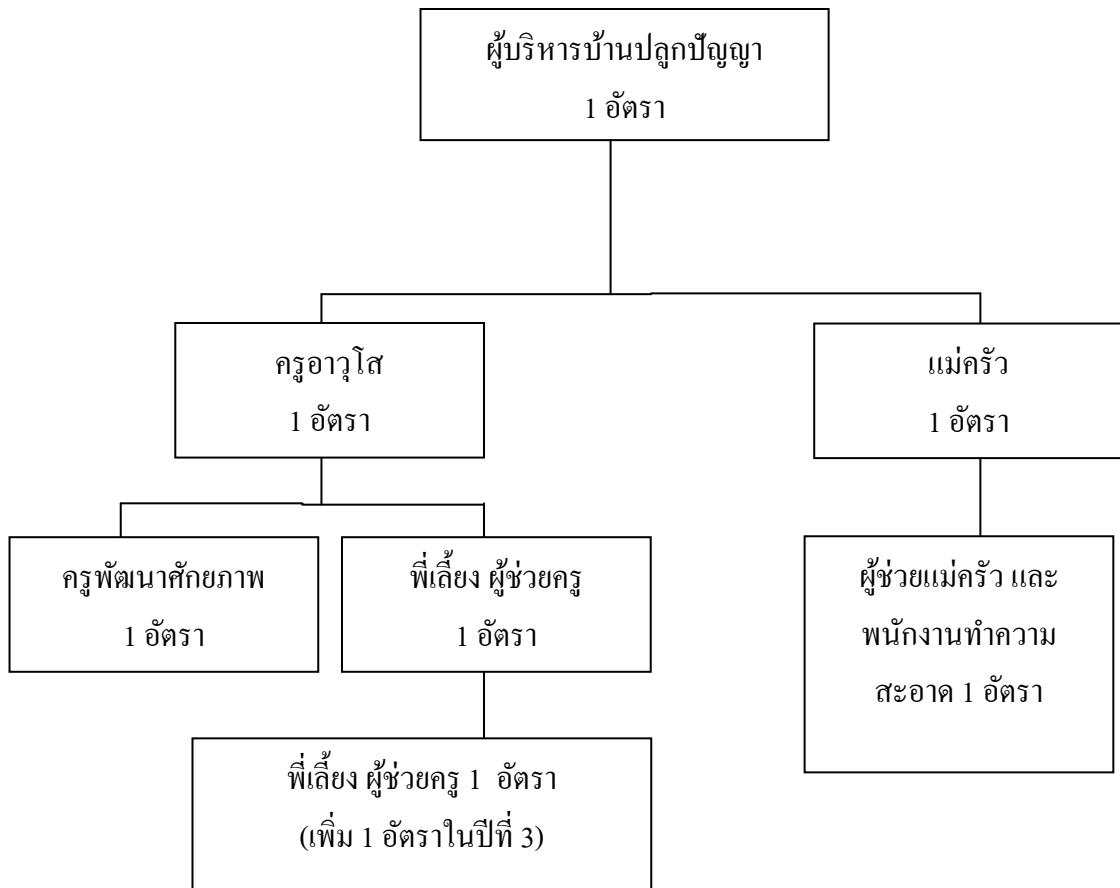
4. การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน



5. การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

เนื่องจากบ้านปลูกปัญญาธุรกิจที่เริ่มต้นใหม่ โดยเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มุ่งเน้นคุณภาพ และจำกัดการรับเด็กใน 2 ปีแรก เพียง 36 คน (รับเด็กสูงสุด 40 คนในปีที่ 3) จึงมีจำนวนบุคลากร ดังนี้

โครงสร้างองค์กร (Organization Chart)



6. การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 505,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 3,993,600 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 4,492,800 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 4,992,000 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 4,992,000 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 4,992,000 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 1,518,224 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,774,371 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 2,038,243 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2,002,268 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 1,938,821 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 2 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net

Present Value; NPV) เท่ากับ 6,311,257 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ 428.98%

7. สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจที่เนอสเซอริ์ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

8. บรรณานุกรม

กมลพรรณ ชิวพันธุ์ศรี. “พัฒนาการเด็กวัยต่างๆ.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.nccc.org/Child.Dev>, 2556.

ทวิศักดิ์ สิริรัตน์เรขา. “พัฒนาการเด็ก.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.happyhomeclinic.com/sp02-development.htm>, 2556.

ชนิกา ตูจินดา. **คู่มือเลี้ยงลูก**. กรุงเทพฯ : รักลูก, 2551.

ชนิสา เวชวุฒพ์. **แบบคัดกรองพัฒนาการเด็ก**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.dmh.go.th/test/cesd/child/>, 2556.

“โรงเรียนปlookปัญญา.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.plookpanya.ac.th/schoolweb/index.php>, 2556.