

## บทที่ 2

### การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ความหมายของคิตส์ซาเนีย

คิตส์ซาเนีย คือ ศูนย์การเรียนรู้รูปแบบใหม่สำหรับเด็กในรูปแบบเมืองจำลองย่อส่วนที่เปิดโอกาสให้เด็กที่อายุ 4-14 ปี ได้ทดลองสวมบทบาทอาชีพของผู้ใหญ่ที่เด็กๆฝันอยากเป็นในอนาคต พร้อมทั้งยังเป็น

ศูนย์ความบันเทิงและการศึกษาของครอบครัว (Family entertainment and education center) โดยใช้สื่อแบบใหม่เพื่อการทำธุรกิจ (New media for corporations) ภายใต้การบริหารงานของ บริษัท คิตส์ เอ็ดดูเทนเมนท์ โฮลดิ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด

#### 2.2 ความหมายและวัฒนธรรมของ คิตส์ซาเนีย

คิตส์ซาเนีย (Kidzania) คือ ดินแดนแห่งเด็กฉลาด ( Land of Kool Kids)

Kid – มาจากคำว่า Kinder ในภาษาเยอรมัน (children)

Zany – มาจากภาษาอังกฤษโบราณเอง โกล-แซกซอน (wittiness, wacky, fun)

Ania – มาจากคำต่อท้ายในภาษาลาติน (land of, territory of)

วัฒนธรรมของคิตส์ซาเนีย คือ การทักทาย สวัสดี แบบชาวเมืองคิตส์ซาเนียใช้คำว่า “kai” การอำลาแบบชาวเมืองคิตส์ซาเนียใช้คำว่า “Z-U” การแสดงความขอบคุณใช้คำว่า “Zank-U”

#### 2.3 วิวัฒนาการของคิตส์ซาเนียในประเทศไทย

คิตส์ซาเนียได้เข้ามาลงทุนทำธุรกิจก่อตั้ง คิตส์ซาเนีย กรุงเทพฯ ที่ห้างสรรพสินค้าพารากอน (SiamParagon) ในวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2556 โดยสาขาที่ประเทศไทยเป็นสาขาที่ 12 ของโลก

โดยมี Mr.David Salim ดำรงตำแหน่ง President of Kidzania Bangkok, CEO และ Mr.Denis Zhu ดำรงตำแหน่ง Chief Executive Officer อีกทั้งยังมีผู้ร่วมลงทุนจากหลายบริษัท อาทิเช่น SCG, AirAsia, Brands junior, Chang, Bsc, Roza, Cp-Meiji, Hoya, Ptt, Koh-Kae, Honda, SiamParagon, Truevisions, 7eleven, B-quick, Cocacola, Oishi greentea, McDonald's, เมืองไทยประกันชีวิต, Canon, Qhouse, Smartheart Me-o, Kirei Kirei, Dulux เป็นต้น

## 2.4 ความหมายของลูกค้า

ลูกค้า (Customers) หมายถึง ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท โดยนักการตลาดจะต้องทำการศึกษาตลาดลูกค้าอย่างใกล้ชิดเนื่องจากตลาดแต่ละประเภทก็จะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน

ตลาดลูกค้า (Customer market) สามารถแบ่งออก เป็น 5 ประเภท คือ

1. ตลาดผู้บริโภค (Consumer markets) หมายถึง บุคคลหรือครัวเรือนที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล ตัวอย่างเช่น ลิลลี่ซื้อข้าวสารเพื่อไปบริโภคในครอบครัว เป็นต้น
2. ตลาดธุรกิจ (Business markets) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำไปผลิตต่อ หรือนำไปใช้ในกระบวนการผลิต ตัวอย่างเช่น ลิลลี่ซื้อข้าวสารเพื่อทำข้าวผัดขายที่ตลาดนัด เป็นต้น
3. ตลาดผู้ขายต่อ (Reseller markets) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อขายต่อ ตัวอย่างเช่น ลิลลี่ซื้อข้าวสารเพื่อนำไปขายต่อที่ร้านค้าหน้าบ้าน เป็นต้น
4. ตลาดรัฐบาล (Government markets) หมายถึง หน่วยงานของรัฐที่ซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อนำไปให้บริการแก่สาธารณชน ตัวอย่างเช่น รัฐบาลสั่งซื้อข้าวสารจำนวน 20 กระสอบ เพื่อนำไปบริจาคแก่ผู้ประสบภัยน้ำท่วมภาคใต้ เป็นต้น
5. กลุ่มสาธารณชน (Publics) หมายถึง กลุ่มที่มีความสนใจหรือมีผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินงาน และการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น ผู้ถือหุ้น สื่อมวลชน รัฐบาล ชุมชนในท้องถิ่น กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น
6. คู่แข่งขัน (Competitors) ตามหลักแนวความคิดทางการตลาด (The marketing concept) ที่ว่าบริษัทจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจได้เหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องทำมากกว่าการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เป้าหมาย แต่ต้องสามารถวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในจิตใจของลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่งด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงมีความจำเป็นต้องทำการศึกษาคู่แข่งขันที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันและมีขนาดที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน

ประเภทของคู่แข่ง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 6.1 คู่แข่งขันทางตรง เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เช่น คู่แข่งขันทางตรงของเนสกาแฟคือ มอคโคนา เขาช่อง

6.2 คู่แข่งขันทางอ้อม เป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้แต่ไม่สมบูรณ์ เช่น คู่แข่งขันทางอ้อมของเนสกาแฟ คือ เครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นชา น้ำผลไม้ น้ำอัดลม เป็นต้น

6.3 ทุกบริษัทเป็นคู่แข่งกัน เพราะถือว่ามาแย่งอำนาจซื้อของผู้บริโภคที่มีอยู่จำกัด

## **2.5 ความหมายของหนังสือคู่มือ**

หนังสือคู่มือ (Handbook) คือ หนังสือคู่มือเป็นหนังสืออ้างอิงประเภทหนึ่งจัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมเรื่องราวและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ บุคคล เหตุการณ์ แนวโน้มเฉพาะด้านหรือเรื่องราวที่น่าสนใจเฉพาะด้านหรือเรื่องในสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง โดยเฉพาะ โดยให้รายละเอียดของเรื่องราวนั้นอย่างสั้น ๆ หรืออาจใช้เป็นคู่มือในการปฏิบัติงานและใช้ เป็นแหล่งอ้างอิงหาข้อเท็จจริงที่จะตอบคำถาม

## **2.6 วัตถุประสงค์ของหนังสือคู่มือ**

- 2.6.1. ให้เรื่องราวและความรู้ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป
- 2.6.2. เป็นคู่มือในการตอบคำถามเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งอย่างรวดเร็ว
- 2.6.3. เป็นคู่มือในการศึกษาปฏิบัติงานในด้านหนึ่ง ๆ ได้เป็นอย่างดี

## **2.7 ประโยชน์ของหนังสือคู่มือ**

หนังสืออ้างอิงประเภทนี้จะช่วยให้ทราบถึงข้อเท็จจริง ตัวเลข สถิติต่าง ๆ ตลอดจนเรื่องราวที่ควรรู้ใน สาขาวิชาต่างและคู่มือปฏิบัติในวิชาใดวิชาหนึ่งเช่น คู่มือในวิชาเคมี เป็นต้น ประเภทของหนังสือคู่มือ หนังสือคู่มือมี 4 ประเภทได้แก่

- 2.7.1. คู่มือช่วยปฏิบัติงาน เป็นหนังสือที่ทำหน้าที่แนะนำแนวทางให้คำสั่งสอนและแนะนำเช่น หนังสือแนะนำ อาชีพ ตำราประกอบอาหาร คู่มือซ่อมรถ เป็นต้น
- 2.7.2. หนังสือรวบรวมความรู้เบ็ดเตล็ด เป็นหนังสือที่รวบรวมความรู้ที่ค้น ได้ยากในสาขาวิชาต่าง ๆ
- 2.7.3. หนังสือคู่มือเป็นหนังสือที่ให้คำอธิบายและตีความหมายของเรื่องราวของเนื้อหาวิชาใดวิชาหนึ่งในแง่มุม หลาย ๆ ด้าน

2.7.4. หนังสือที่ให้เรื่องราวหรือเนื้อหาสำคัญ โดยย่อเป็นหนังสือที่ให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเฉพาะเรื่องที่สำคัญ โดยย่อภายใต้หัวข้อหรือชื่อเรื่องที่เกี่ยวข้อง

## **2.8 ความหมายของข้อมูลที่ทันสมัย**

ข้อมูลที่ทันสมัย คือ ความทันสมัยของข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการนำผลลัพธ์หรือสารสนเทศที่ได้จากการนำข้อมูลนั้นมาประมวลผลแล้วนำสารสนเทศนั้นไปใช้งานต่อไปเพราะข้อมูลที่ล้าสมัยไม่เป็นปัจจุบัน อาจทำให้สารสนเทศที่ได้ไม่ทันสมัยมีผลให้ผู้ใช้หรือผู้บริหารที่นำสารสนเทศนั้นไปใช้เกิดความเข้าใจผิดคาดการณ์ในเรื่องต่างๆผิดพลาดได้ ข้อมูลที่ดีนั้นนอกจากจะเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้แล้วจะต้องเป็นข้อมูลที่ทันสมัยทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำเอาผลลัพธ์ที่ได้ไปใช้ได้ทันเวลา นั่นคือจะต้องเก็บข้อมูลได้รวดเร็วเพื่อทันความต้องการของผู้ใช้

## **2.9 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ**

ในด้านการจัดการเรียนการสอน และความสนใจเฉพาะสาขาวิชาของผู้เรียน โรบินสัน (Robinson 1991 : 3) ได้กล่าวถึงลักษณะของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะไว้ ดังนี้

2.9.1. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะจะมุ่งเน้นที่เป้าหมายในการเรียนซึ่งผู้เรียนต้องการที่จะเรียนตามวัตถุประสงค์ของตนที่ต้องการนำไปทำงาน ไม่ได้เรียนเพราะว่าสนใจในด้านภาษา และวัฒนธรรม

2.9.2. การจัดหลักสูตรสำหรับภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะต้องเหมาะสมกับเวลาที่จัดไว้

2.9.3. การจัดหลักสูตรสำหรับภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะสำหรับรายวิชาผู้เรียนจะมีความต้องการและมีเป้าหมายในการเรียนที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน

2.9.4. ผู้เรียนส่วนใหญ่ที่เรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะจะเป็นผู้ใหญ่ การสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะเป็นวิธีการสอนที่สนองต่อการประกอบอาชีพและกระบวนการสอนก็จะแตกต่างกับการสอนภาษาอังกฤษทั่วไปภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นการสอนภาษาที่สนองตอบความต้องการด้านอาชีพมีจุดมุ่งหมายในการนำภาษาไปใช้ในการฝึกอบรมด้านอาชีพและจุดมุ่งหมายเหล่านี้จะ

เกี่ยวข้องกับความต้องการในการศึกษาเพื่อความเชี่ยวชาญทางด้านอาชีพ ไม่ได้เน้นภาษาที่เรียนจาก  
แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความหมายและลักษณะของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ  
ดังกล่าวสรุปได้ว่า ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นหลักสูตรที่เป็นไปตามความต้องการ  
ของผู้เรียนเฉพาะกลุ่มเพื่อสนองตอบความต้องการในการใช้ภาษาของผู้เรียนด้านอาชีพ

