

กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี
Business development strategies for music studio in Muang Chonburi District

ศิริพร อยู่แก้ว, ดร.นุกุล แดงภูมิ

หลักสูตรปริญญาตรีวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและพัฒนา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

Email: ploycris@hotmail.com

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินการธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี 2.เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี 3.เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยแบบ ผสมผสาน(Mixed Method Research)โดยข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยจำนวน 3 ราย ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณนั้นได้มาจากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ราย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติใช้นั้นผู้วิจัยได้ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ(Percentage)ค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยของผู้ปกครองด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ(Factor Analysis)

ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินการธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี คือปัญหาในการบริหารจัดการในเรื่องต่างๆ เช่น ผู้สอนไม่รู้จักจุดประสงค์ของผู้เรียน ครูผู้สอนไม่ตรงต่อเวลา ครูผู้สอนไม่ใส่ใจในการสอน หลักสูตรในการเรียนเข้มงวดมากเกินไป นักเรียนมาสาย นักเรียนลาเกะทันหัน นักเรียนมาไม่ตรงชั่วโมงที่เรียน การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง รวมถึงปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

จากผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นนั้นได้นำไปสร้างเป็นกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี คือกลยุทธ์ SPACE ซึ่งประกอบไปด้วย S (Student Center leaning Technique)หมายถึงผู้เรียนคือคนสำคัญ P (Professional Staff) หมายถึง บุคลากรที่มีความสามารถ A (Accession and Participation)หมายถึง การเข้าถึงและมีส่วนร่วม C (Course and Time Flexibility) หมายถึง การจัดการที่มีความยืดหยุ่น E (Environment and Facilities)หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ดีและมีความพร้อม

คำสำคัญ : โรงเรียนดนตรีตามอัยาศัย/ผู้เรียนคือคนสำคัญ/บุคลากรที่มีความสามารถ

Abstract

The objective of this research were; 1) Study a problem of music studio business procedure in Muang Chonburi District. 2) Study influencing factors for parents in selecting music studio in Muang Chonburi District. 3) Create strategy business development strategies for music studio in Muang Chonburi District. The researcher use mixed research methods

involving qualitative and quantitative methodologies. This consisted of an in-depth interview with three music studio manager. The quantitative data was collected from a viewer of 400 key respondents. The data analysis and statistical consist of frequencies distribution, percentage, mean, and factor analysis.

The results showed as followings: A problem of music studio business procedure in Chonburi are environment and facilities, teacher, information, time management. This consisted of late teachers or students, missing class, pay no time, strictly course, inaccessible information

From the results, therefore can create the strategy for Business development strategies for music studio in Chonburi. The Strategy contained S (Student Center leaning Technique), P (Professional Staff) A (Accession and Participation C (Course and Time Flexibility) E (Environment and Facilities) These five factors are accorded to the results from qualitative research and quantitative research and conclude to a “SPACE” strategy, Business development strategies for music studio in Muang Chonburi District.

Keywords Music studio, Student Center leaning Technique, Professional Staff

บทนำ

ทะเลงาม ข้าวหลามอร่อย อ้อยหวาน จักสานดี ประเพณีวิ่งควาย คำขวัญของจังหวัดชลบุรีที่แสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงาม และการอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมที่ต่อเนื่องกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้จังหวัดชลบุรีมีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมากรองจากกรุงเทพมหานครฯ รวมทั้งมีการเจริญเติบโตทางด้านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของจังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรีนอกจากจะเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจแล้วยังให้ความสำคัญกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเป็นอย่างมาก จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) พบว่า จังหวัดชลบุรีนั้นเป็นจังหวัดที่มีธุรกิจโรงเรียนสอนพิเศษมากที่สุดเป็นอันดับที่สองของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานครฯ ซึ่งโรงเรียนสอนพิเศษที่เกิดขึ้นมีหลากหลายแขนงวิชา มีทั้งการเรียนทางด้านวิชาการเช่น วิชา ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ และการเรียนที่ผู้เรียนสนใจอยากจะศึกษา เช่น ศิลปะ ดนตรี กีฬา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษานั้นเป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินกิจการเป็นไปได้อย่างดี และเห็นได้ว่าธุรกิจโรงเรียนสอนพิเศษเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในจังหวัดชลบุรี

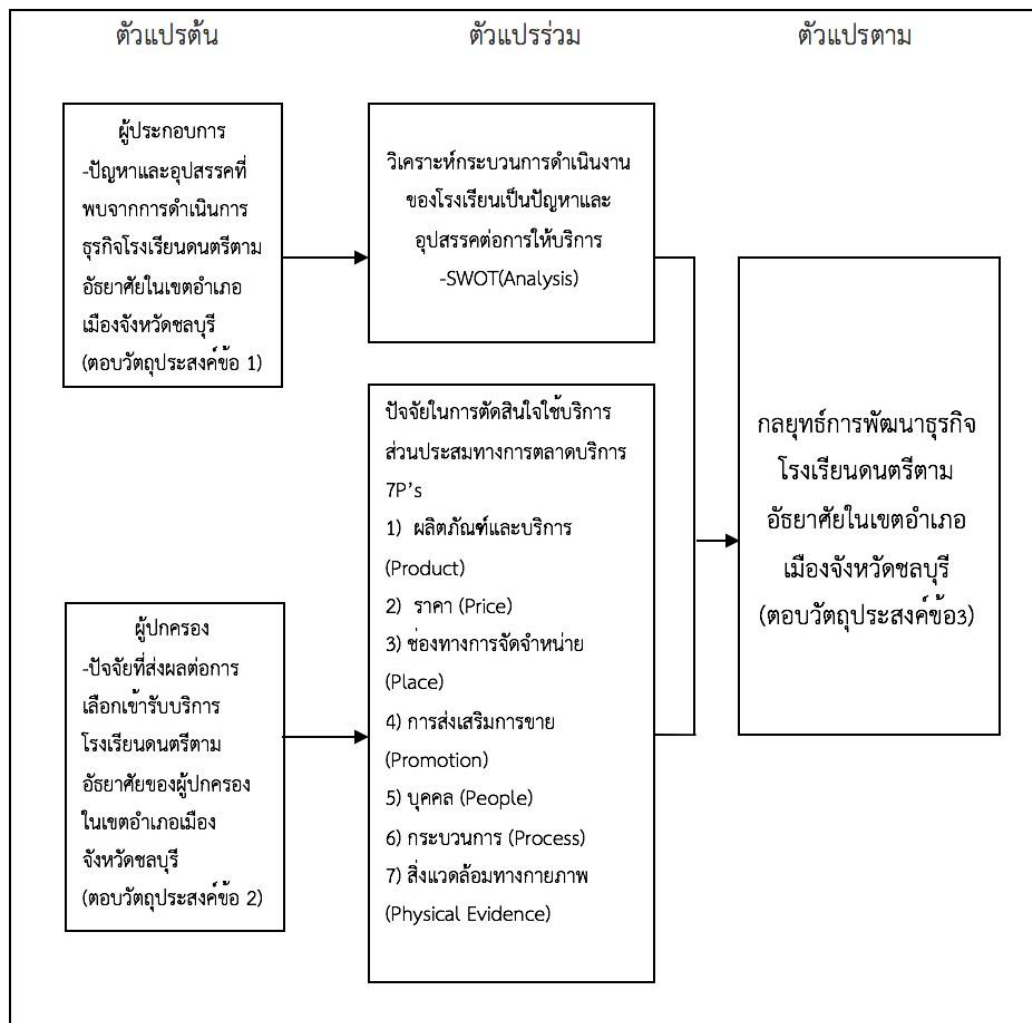
ธุรกิจโรงเรียนดนตรีจัดเป็นโรงเรียนสอนพิเศษทางด้านดนตรี ที่มีผู้เรียนนิยมศึกษากันเพิ่มมากขึ้น เพราะผู้ปกครองเห็นความสำคัญของดนตรีว่าการเรียนดนตรีเป็นส่วนประกอบสำคัญในการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กๆ จึงทำให้ธุรกิจโรงเรียนดนตรีเป็นหนึ่งในธุรกิจที่กำลังเติบโตขึ้นในจังหวัดชลบุรี ธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนที่เกิดขึ้นในจังหวัดชลบุรีเป็นธุรกิจแบบแฟรนไชส์ เช่น โรงเรียนดนตรีริมาฮ่า สถาบันดนตรีเคพีเอ็น และโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ผู้ประกอบการจัดตั้งขึ้นมา ซึ่งธุรกิจโรงเรียนดนตรีเหล่านี้จัดอยู่ใน โรงเรียนนอกระบบ ซึ่งหมายความว่าโรงเรียนนอกระบบ ในพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2550 คือ โรงเรียนที่จัดการศึกษาโดยมีความยืดหยุ่นใน การกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา ซึ่งในจังหวัดชลบุรีนั้นมีโรงเรียนดนตรี

เอกชนที่จดทะเบียนและดำเนินการอยู่ 20 แห่ง(ระบบฐานข้อมูลโรงเรียนเอกชน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน) และยังมีโรงเรียนดนตรีที่เป็นโรงเรียนนอกระบบที่ไม่ได้จดทะเบียนที่เกิดขึ้นอีกหลายโรงเรียน โรงเรียนดนตรีที่เปิดเป็นสตูดิโอ หรือการมาเรียนดนตรีที่บ้านของครูผู้สอน เรียกโรงเรียนเหล่านี้ว่าโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัย

ในปัจจุบันสถานประกอบการธุรกิจโรงเรียนตามอัธยาศัยเริ่มก่อตั้งเป็นจำนวนหนึ่ง โดยเนื่องจากครูสอนดนตรีในปัจจุบัน เริ่มมีความสามารถและศักยภาพที่จะสามารถประกอบธุรกิจเหล่านี้ โดยไม่ต้องพึ่งสถานประกอบการสถาบันโรงเรียนสอนดนตรี และผู้ประกอบการที่มีทุนในการเปิดกิจการธุรกิจโรงเรียนดนตรี ถึงแม้ว่าการแข่งขันจะไม่สูงมากแต่ก็มีโรงเรียนหลายแห่งที่เปิดกิจการขึ้นมาและปิดตัวไป ซึ่งมีปัญหาที่เกิดขึ้นมาหลายอย่างเช่น ครูสอนดนตรีหรือผู้ประกอบการบางส่วนนั้นยังไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการทำธุรกิจ เพราะโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยไม่ได้มีการกำหนดขอบเขต หลักสูตรการเรียนการสอน เหมือนกับโรงเรียนดนตรีเอกชนนอกระบบ จึงเป็นสาเหตุให้ธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยที่เปิดกิจการขึ้นมานั้นมีทั้งโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จดำเนินการต่อไปได้และทั้งที่ไม่ประสบความสำเร็จ (ณิชา ขาญสิทธิโชค 2556) กล่าวว่าเมื่อไม่มีการกำหนดองค์ประกอบรูปแบบที่ชัดเจนของโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยจึงทำให้ธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยบางส่วนประสบกับความล้มเหลวและไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้หรือบางส่วนไม่สามารถขยายกิจการหรือพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ รวมถึง การตัดสินใจเลือกโรงเรียนดนตรีของผู้ปกครอง ดังที่ (ทรรชนีย์ ปราบอักษร 2542) กล่าวว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่เลือกโรงเรียนดนตรีให้ลูกเพราะชื่อเสียงของโรงเรียน ร่องลงมาได้แก่ชื่อเสียงของครู ทำเลที่ตั้ง และคุณลักษณะของหลักสูตรที่ใช้สอนตามลำดับ จากที่กล่าวมานั้นโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยเป็นโรงเรียนที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ไม่มีชื่อเสียงเหมือนกับโรงเรียนดนตรีแฟรนไชส์ ทำให้ผู้ปกครองที่ต้องการเลือกโรงเรียนดนตรีให้แก่นุตรหลานนั้นขาดความเชื่อถือต่อโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัย จึงทำให้ผู้ประกอบการนั้นต้องมองหาโอกาสในการหาวิธีการที่จะทำให้โรงเรียนเปิดกิจการต่อไปได้ เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง เราจึงต้องการพัฒนากลยุทธ์ที่จะทำให้โรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยนั้นมีความน่าเชื่อถือ เติบโตในเชิงธุรกิจต่อไปได้และสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ประกอบการ

ด้วยปัจจัยที่กล่าวมานั้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกโรงเรียนดนตรีของผู้ปกครองรวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินการธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยของผู้ประกอบการ และแนวทางการพัฒนาทางด้านการกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้กับโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัย เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปวิเคราะห์พัฒนาเพื่อให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนรวมทั้งเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาไปสู่ธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีขนาดใหญ่ขึ้นในอนาคต สร้างกลยุทธ์ให้กับผู้ที่ต้องการพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี โดยหวังว่าจะเป็นประโยชน์กับผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับโรงเรียนดนตรีตามอัธยาศัยต่อไป

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด



วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนารูธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตการวิจัยด้านทฤษฎี ใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร(SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการประเมินสถานการณ์ ช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และ แนวคิดทางทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) มีดังนี้ 1.ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) 2. ส่วนประสมด้านราคา (Price) 3.ส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) 4. ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) 5. ส่วนประสมด้านบุคคล (People) 6. ส่วนประสมด้านกระบวนการ (Process) 7. ส่วนประสมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) 2.ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัยผู้วิจัยจะนำปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกโรงเรียนดนตรีของผู้ปกครอง ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการเข้ารับบริการในธุรกิจโรงเรียนดนตรีและการดำเนินธุรกิจโรงเรียน

ตามอัยาศัย ทั้งในมุมมองของผู้ประกอบการและผู้เข้ารับบริการ เพื่อนำผลมาสรุปเป็นกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตด้านสถานที่ ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตด้านสถานที่ โดยลงพื้นที่เพื่อทำการแจกแบบสอบถามผู้ปกครองตามโรงเรียนดนตรีในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี

4.ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลในช่วง ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2561

5.ขอบเขตการวิจัยประชากร

3.1 โดยผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามเชิงปริมาณให้กับกลุ่มผู้ปกครองที่สนใจส่งบุตรหลานมาเรียนดนตรีในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรีจำนวน 400 ราย

3.2 สัมภาษณ์เชิงคุณภาพกับผู้ประกอบการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัย ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี จำนวน 3 ราย

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิจัยเชิงคุณภาพนั้นได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัย จำนวน 3 ราย ส่วนข้อมูลส่วนข้อมูลเชิงปริมาณนั้นได้มาจากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ราย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติใช้นั้นผู้วิจัยได้ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution)ค่าร้อยละ(Percentage)ค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยผู้ปกครองด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ(Factor Analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรีสามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารของโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 จุดเริ่มต้นในการเปิดโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยมีความเป็นมาอย่างไร

ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยนั้นจุดเริ่มต้นจากการเรียนดนตรีมีความสนใจดนตรีและเริ่มจากการเป็นครูสอนดนตรีตามสถาบันต่างๆ ต้องการที่จะเปิดโรงเรียนสอนดนตรีของตนเอง โดยเริ่มจากสตูดิโอเล็กๆ และจุดที่สำคัญเพื่อตอบสนองในเรื่องแนวทางการสอน หลักสูตร ที่ไม่เหมือนกับสถาบันดนตรีอื่นๆ

ประเด็นที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

จุดแข็ง คือ การควบคุมหรือการชี้แนะแนวทางให้นักเรียนในเรื่องดนตรี ความยืดหยุ่นของเนื้อหาที่เรียนปรับเนื้อหาให้เข้ากับนักเรียนแต่ละคน และการจัดการในส่วนของการจัดการเช่น การลา ขดเซย เปลี่ยนเวลาเรียนของเด็กนักเรียน

จุดอ่อน คือ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงเรียน การตลาด การประชาสัมพันธ์ บุคลากรไม่เพียงพอต่อจำนวนนักเรียน สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

โอกาส คือ ผู้ปกครองช่วยบอกต่อประชาสัมพันธ์ให้กับโรงเรียนให้คนรู้จักมากขึ้น รวมถึงเศรษฐกิจของจังหวัดชลบุรี

อุปสรรค คือ โรงเรียนไม่มีการวัดผลแบบโรงเรียนดนตรีแฟรนไชส์หรือโรงเรียนดนตรีใหญ่ๆ ที่อื่นๆ ทำให้ผู้ปกครองอาจขาดความเชื่อถือ รวมถึงจะอย่างไรให้ได้แก่นักเรียนมีแรงจูงใจอยากมาเรียนตลอดเวลา

ประเด็นที่ 3 มีความคิดเห็นและวิธีการแก้ไขปัญหาจากการทำงานที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยอย่างไร

ปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดจาก การไม่ตรงเวลาของครูและนักเรียน เด็กนักเรียนลากระทันหัน ซึ่งวิธีการแก้ปัญหา คือ หากครูผู้สอนที่สามารถจะอยู่ที่โรงเรียนได้ทั้งวันเพื่อรอสอนเด็กนักเรียนที่มาไม่ตรงชั่วโมง ผู้ปกครองจ่ายเงินไม่ตรงเวลา แก้ปัญหาโดยการจ้างธุรการ มาทำหน้าที่นี้โดยเฉพาะ

ประเด็นที่ 4 โรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการสอนเพื่อเป็นตัวเลือกที่หลากหลายให้แก่ผู้เรียนหรือไม่อย่างไร

ไม่มีคอร์สสอนดนตรีออนไลน์ เพราะการมาเรียนที่โรงเรียนแบบตัวต่อตัวได้ความรู้ ความเข้าใจมากกว่าการเรียนออนไลน์ แต่มีการนำสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการติดต่อ ประสานงานและการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนดนตรีตามอัยาศัย

ประเด็นที่ 5 โรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยมีกลยุทธ์อะไรที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกับโรงเรียนดนตรีอื่นๆ

กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ ให้ผู้ปกครองมานั้นเรียนกับนักเรียนชิมชั้ไปกับนักเรียน ให้ผู้ปกครองเห็นถึงพัฒนาการของเด็กนักเรียน ปรับหลักสูตรให้เข้ากับเด็กแต่ละคน สิ่งนี้จะทำให้ผู้ปกครองเห็นความเปลี่ยนแปลงจากตัวเด็กนักเรียนได้ชัดว่ามีการพัฒนาอย่างไรบ้าง

ประเด็นที่ 6 ทิศทางของโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในอนาคตจะมีแนวโน้มและมีความเป็นไปอย่างไร

การเปิดโรงเรียนดนตรีที่บ้าน หรือเปิดเป็นสตูดิโอไม่จำเป็นต้องใช้ทุนเยอะ ใช้แต่วิชาความรู้ และในอนาคตก็สามารถขยายได้เรื่อยๆแบบค่อยเป็นค่อยไป อีกทั้งในปัจจุบันดนตรีเข้ามามีอิทธิพลกับทุกอย่างทำให้มีแนวโน้มในการเรียนดนตรีก็เพิ่มขึ้นอีกด้วย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

จากการศึกษาพบว่าผู้ปกครองที่ตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อิสระ มีรายได้ต่อเดือน 30001-50000 บาท ในส่วนของปัจจัยการตัดสินใจ พฤติกรรมเข้ารับบริการ ความต้องการ และคาดหวังในการเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยนั้น บุตรหลานที่ผู้ปกครองตัดสินใจแทนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ที่ 5-10 ปี ซึ่งเหตุผลสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัย คือ ครูผู้สอนมีความเชี่ยวชาญ วิชาดนตรีที่เลือกรับเข้าใช้บริการในโรงเรียนดนตรี คือ วิชาเปียโน ทักษะอื่นๆที่อยากให้ลูกหลานของผู้ปกครองได้รับจากการเรียนดนตรี คือ นักเรียนมีสมาธิมากขึ้น

ปัจจัยทางตลาดบริการที่มีผลต่อการผลวิจัยเชิงสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรีโดยมีภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ 1)โรงเรียนดนตรีมีรายวิชาดนตรีที่หลากหลาย เช่น เปียโน กีตาร์ กลอง ขั้บร้อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 2) หลักสูตรการเรียนการสอนที่ใช้ในโรงเรียนดนตรีเป็นหลักสูตรที่ได้รับการยอมรับระดับสากล โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 3) โรงเรียนดนตรีมีหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการของผู้ปกครอง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) สามารถจัดกลุ่มตัวแปรจากจำนวนทั้งสิ้น 42 ตัวแปร สามารถสกัดองค์ประกอบได้ทั้งหมด 6 ปัจจัย มีรายละเอียดดังนี้

- ปัจจัยที่ 1 บุคลากรและเจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพและมีความเชี่ยวชาญ
- ปัจจัยที่ 2 การใช้สื่อเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประสานงานและการประชาสัมพันธ์
- ปัจจัยที่ 3 การจัดการระบบภายในโรงเรียน
- ปัจจัยที่ 4 สถานที่และสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน
- ปัจจัยที่ 5 สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน
- ปัจจัยที่ 6 หลักสูตรการสอนที่มีคุณภาพ

อภิปรายผล

1.เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินการธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี

สภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินการธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรีนั้น จากการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารโรงเรียนดนตรี 3 ราย ให้ความเห็นไปทิศทางเดียวกันว่า ปัญหาหลักของการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยคือ 1.เจ้าหน้าที่และบุคลากรครูไม่เพียงพอต่อจำนวนนักเรียน เจ้าหน้าที่และครูลาป่วย ครูลาเกษียณ ครูไม่ใส่ใจในการสอน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมากเพราะผู้เรียนผู้ปกครองอาจจะไม่พึงพอใจต่อการมาเรียนที่โรงเรียน 2.การขยายพื้นที่ภายในโรงเรียน เช่นห้องเรียน โรงเรียนซึ่งเป็นสตูดิโอ เป็นโรงเรียนขนาดเล็กทำให้มีพื้นที่การใช้สอยอย่างจำกัด ทำให้ผู้เรียนและผู้ปกครอง บางท่านลงเวลาเรียนในช่วงที่สะดวกไม่ได้ ต้องลงตามตารางที่เรียนของโรงเรียน ซึ่งจุดนี้อาจจะทำให้ผู้ปกครองไม่พึงพอใจและไม่เลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยแห่งนั้นๆ ได้ 3.ภาพลักษณ์ของโรงเรียน เป็นจุดอ่อนที่สำคัญเพราะ โรงเรียนจัดตั้งขึ้นมาเองทำให้ผู้เรียนและผู้ปกครองขาดความเชื่อมั่นถึงศักยภาพทางด้านการสอน 4.สถานที่ตั้งของโรงเรียนก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญ ทำให้เกิดปัญหาที่ตามมาคือ ยากต่อการหาสถานที่ เดินทางไม่สะดวกรวมถึงสถานที่จอดรถที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ว่าที่ร้อยตรีจิรโรจน์ ธรรมสโรช (2557) ที่ได้วิจัยเรื่อง กลยุทธ์ศักยภาพเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจโรงเรียนดนตรีในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชัยภูมิ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ประเด็นปัญหาการดำเนินงานธุรกิจโรงเรียนดนตรีในจังหวัดชัยภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนดนตรี ในด้านของบุคลากรที่ยังไม่เพียงพอกับจำนวนนักเรียนและยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้ปกครองทำให้เป็นอุปสรรคของการขยายตัวของธุรกิจโรงเรียนดนตรี

2.เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการในโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยที่สำคัญที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ครูผู้สอนใช้คำพูดที่สุภาพกับนักเรียนมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและอัยาศัยดี เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพและเจ้าหน้าที่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิชาที่เรียนและตารางเรียนได้เป็นอย่างดี ครูผู้สอนมีการเตรียมการสอนและมีกิจกรรมต่างๆในห้องเรียนเพื่อสร้างแรงจูงใจผู้เรียนระหว่างการเรียนการสอน ครูผู้สอนมีคุณวุฒิและวิวุฒิที่เหมาะสมในการสอนและมีเอกสารรับรองการผ่านหลักสูตรดนตรี ครูผู้สอนมีการประเมินนักเรียนหลังสอนจบ เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนสามารถแก้ปัญหาและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ปกครองและผู้เรียน เครื่องดนตรีและอุปกรณ์การเรียนมีคุณภาพ โรงเรียนดนตรีมีการจัดกิจกรรมต่างๆที่เหมาะสมแก่ช่วงเวลาเรียน ซึ่งสอดคล้องกับ ตรารัตน์ ไชยทองขาว (2555) ที่ได้วิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาด

ของโรงเรียนดนตรีในจังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และจากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสม การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับครูผู้สอนสามารถจูงใจให้นักเรียนชอบดนตรี

3. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี

กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี เป็นกลยุทธ์ที่นำผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรี รวมกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการแทนบุตรหลาน เพื่อนำไปสู่กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรีและจากข้อมูลที่ได้รับมานั้นได้นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ “SPACE” โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ S (Student Center leaning Technique) หมายถึง ผู้เรียนคือคนสำคัญ คือ ผู้เรียนมีจุดประสงค์ในการเรียนอย่างไร และกำหนดหลักสูตรให้เข้ากับนักเรียนแต่ละคน ซึ่งการเลือกใช้หลักสูตรก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี โรงเรียนดนตรีจึงต้องมีหลักสูตรที่ครอบคลุมเพื่อให้ตรงความต้องการกับผู้เข้ารับบริการ

กลยุทธ์ P (Professional staff) หมายถึง บุคลากรที่มีความสามารถ เป็นกลยุทธ์ที่เน้นเกี่ยวกับบุคลากรครูและเจ้าหน้าที่ โรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยจึงต้องมีบุคลากรครูที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านดนตรี มีความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถืออัยาศัยดี รวมถึงมีการเตรียมการสอนและมีกิจกรรมต่างๆ และมีเจ้าหน้าที่สามารถรับมือกับสถานการณ์ภายในโรงเรียนเยอะที่สุด โรงเรียนดนตรีจึงต้องคัดเลือกเจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพอ่อนน้อม สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิชาที่เรียนและตารางเรียนได้เป็นอย่างดีและที่สำคัญคือเจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการและผู้เรียน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้เข้ารับบริการเชื่อถือโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยเพิ่มมากขึ้นและเชื่อว่าการมาเรียนดนตรีที่โรงเรียนนี้จะทำให้ได้ความรู้กลับไปอย่างแน่นอน

กลยุทธ์ A (Accession and Participation) หมายถึง การเข้าถึงและมีส่วนร่วม เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการประสานงานและการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยเป็นโรงเรียนที่ไม่มีชื่อเสียงมากนัก ทำให้ยากต่อการเข้าถึง ในปัจจุบันการใช้สื่อเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมากสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เราต้องการได้อย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ C (Course and Time flexibility) หมายถึง การจัดการที่มีความยืดหยุ่น การจัดการระบบภายในโรงเรียนที่มีความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลาและค่าเรียน โรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยเป็นโรงเรียนกำหนดการวางแผนการปฏิบัติงานภายในโรงเรียนขึ้นมาเอง ทำให้สามารถที่ยืดหยุ่นเรื่องเวลาและค่าใช้จ่าย

กลยุทธ์ E (Environment and Facilities) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ดีและมีความพร้อม เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายในบริเวณโรงเรียนที่ดีและมีความพร้อม ซึ่งสถานที่ โรงเรียนต้องอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้ารับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการประทับใจและพึงพอใจ ต่อการรับบริการโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยมากที่สุด

การจะพัฒนาโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยให้ประสบผลสำเร็จนั้นจะต้องทำให้ผู้เรียนคือคนสำคัญ S (Student Center leaning Technique) คือ ดูจากความชอบ ความต้องการ ของผู้เรียน ว่าต้องการอย่างไรและปรับการเรียนการสอนให้เข้ากับนักเรียน การที่จะสอนผู้เรียนให้เข้าใจถึงบทเรียนนั้นๆหรือให้คำแนะนำกับนักเรียนและผู้ปกครองครูผู้สอนและเจ้าหน้าที่นั้นโรงเรียนดนตรีจะต้องมี P (Professional Staff) บุคลากรที่มีความสามารถ อีกทั้งโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยเองยังต้องเข้าถึงผู้เรียน ผู้ปกครอง และบุคคลภายนอกและให้บุคคลเหล่านี้มีส่วนร่วมกับการเรียนดนตรี A (Accession and Participation) โดย

ประชาสัมพันธ์โรงเรียนดนตรี โดยการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร การจัดระบบภายในโรงเรียนก็เป็นเรื่องสำคัญ C (Course and Time Flexibility) คือ การจัดการมีความยืดหยุ่น ในเรื่องของเวลาเรียนและค่าเรียน และส่วนสุดท้ายที่สำคัญคือ E (Environment and Facilities) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนที่ดีและมีความพร้อมต่อผู้เรียนและผู้ปกครอง

ข้อเสนอแนะ

1. นำเอาผลการวิจัย เรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี ไปเป็นแนวทางในการทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรีและจังหวัดอื่นๆ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัยและใช้ประกอบการตัดสินใจ
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกโรงเรียนดนตรี เพื่อทราบถึงโอกาสทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัย

รายการอ้างอิง

- ณิชา ชาญสิทธิโชค. (2556). **ต้นแบบโรงเรียนดนตรีตามอัยาศัย**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาดนตรีวิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ว่าที่ร้อยตรีจิรโรจน์ ธรรมสโรช. (2557). **กลยุทธ์ศักยภาพเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนดนตรีในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชัยภูมิ**. ปริญญาดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคีตวิจยและพัฒนาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิภาสินี เมลานนท์. (2555). **ศึกษาแนวทางการตลาดและดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ**. ปริญญาดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคีตวิจยและพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ : ยวพลเทรดดิ้ง.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช
- Kotler, P. (1997). **Marketing management : analysis, planning implementation and control**. 9th ed. New Jersey : Asimmon & Schuster.