



แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่  
จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสังคีตวิจัยและพัฒนา แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อสอดคล้องกับ  
ชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสังคีตวิจัยและพัฒนา แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

DEVELOPMENT GUIDELINE THE NEW NORMALFOR MUSIC SCHOOL  
MANAGEMENT IN BANGKOK AREA



By  
MR. Chawanon POTPRASAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Music (Music Research and Development)  
Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2020  
Copyright of Graduate School, Silpakorn University



61701322 : สังคีตวิจัยและพัฒนา แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : โรงเรียนดนตรีเอกชน, ชีวิตวิถีใหม่, ไวรัสโควิด-19

นาย ชวนนท์ พจน์ประสาท: แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครเพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์สิทธิ์ ราชรักษ์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 3. สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) แบ่งออกเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ราย ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจากเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ จากผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ในการบริหารโรงเรียนดนตรี คือการที่บุคลากรครูผู้สอนภายในโรงเรียนดนตรีส่วนใหญ่เรียนจบทางด้านดนตรีมาโดยเฉพาะ ไม่ได้มีความรู้ความสามารถในด้านการสอน และปัญหาจากการเกิดของชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในส่วนของกลยุทธ์: แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (P-A-O-E) นั้นมี 4 กลยุทธ์ ประกอบไปด้วย 1. การมีบุคลากรภายในโรงเรียนที่ดี (Personnel) 2. มีสถานที่ที่พร้อมรับมือกับสถานการณ์ โควิด-19 (Ambience) 3. มีช่องทางการเรียนการสอนออนไลน์ (Online Learning) 4. มีช่องทางการลงทะเบียนเรียนและการชำระเงินที่ดี (Easy Payment) โดยผลการศึกษาในครั้งนี้จะสมารถนำไปเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาโรงเรียนดนตรี ให้สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นแนวทางการต่อยอดพัฒนาโรงเรียนดนตรีอีกด้วย



61701322 : Major (Music Research and Development)

Keyword : MUSIC SCHOOL MANAGEMENT, NEW NORMAL, COVID-19

MR. CHAWANON POTPRASAT : DEVELOPMENT GUIDELINE THE NEW NORMAL FOR MUSIC SCHOOL MANAGEMENT IN BANGKOK AREA  
THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR SAKSIT RACHRUK

This research aimed to develop guideline the new normal for music school management in Bangkok area. For this purpose, the problems and obstacles encountering individual music school management that managing their music teachers are sought and critically reviewed. Also, the Service Marketing Mix variables that affect consumer's make a decision for individual music school service' Expertise of music teachers is the most important factor for consumers in order to make decision to spend service at individual music school. The methodology of this research is mix of qualitative and quantitative research including 2 part following. The qualitative research in the first part. The quantitative research in second part. First, 3 individual music school administrators in Bangkok area. Second, 400 questionnaires are collected from Music school consumer in Bangkok area. To analyze, this research use statistic tools including distribution of frequency, percentage, mean and standard deviation. The research concludes that significant problems and obstacles managing their music school plan knowledge. Moreover, Expertise of music teachers is the most important factor for consumer decision. For music school development guideline, there are 4 strategies including P (Personnel), A (Ambience), O (Online Learning), E (Easy Payment).

## กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาครั้งนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้หากผู้วิจัยมิได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลดังต่อไปนี้

อาจารย์ ดร.นฤกุล แดงภูมิ ผู้เป็นอาจารย์ที่เป็นผู้สอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย คอยชี้แนะแนวทางในด้านวิชาการ เป็นผู้ที่ยินดีจะให้คำปรึกษาแก่ผู้วิจัยได้เสมอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์สิทธิ์ ราชรักษ์ ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ และยังเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจดนตรีและอุตสาหกรรมดนตรี สร้างความคิดมุมมองใหม่ๆ และยังเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต ให้กับผู้วิจัยได้พัฒนาตนเองต่อไปได้อย่างเต็มภาคภูมิ

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัยทุกท่าน ดร.พิเศษ จิยาศักดิ์ อาจารย์พรพิมล เหลืองทอง อาจารย์อวิสตากานต์ ภูมิ ที่สละเวลาส่วนตัวในการตรวจเครื่องมือวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน คุณภาวดี เอนกวรกุล คุณดวงพร ศักดิ์ศิริศิลป์ คุณสรุทธ์ชนันท์ มุมานะจิตต์ และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาส่วนตัวในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม และมีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์จากการวิจัยครั้งนี้

เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ครูสอนดนตรีและเจ้าหน้าที่ธุรการในการช่วยเหลือผู้วิจัย ไม่ว่าจะเป็นช่วยในการฝากแจกแบบสอบถาม การแชร์แบบสอบถาม รวมไปถึงกำลังใจให้กับผู้วิจัย

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาสังคมวิทยาและพัฒนา รหัส 61 และ รหัส 62 ทุกคนที่มีส่วนร่วมในการฝ่าฟันปัญหาต่างๆ ทั้งในวิชาที่เรียนร่วมกันและการทำวิจัยร่วมกัน

และสุดท้าย คุณแม่ยุวณูช พจน์ประสาท กับ คุณพ่อนพพร พจน์ประสาท และคนในครอบครัวของผู้วิจัย ที่เป็นผู้คอยให้กำลังใจกับผู้วิจัยเสมอ

ชวนนท์ พจน์ประสาท



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ช
บทที่ 1 .....	1
บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
กรอบแนวคิดในการทำวิจัย.....	6
ประโยชน์ของงานวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 .....	8
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. ที่มาและความสำคัญของโรงเรียนดนตรีเอกชน.....	8
1.1 ความเป็นมาของโรงเรียนดนตรีเอกชนของประเทศสหรัฐอเมริกา .....	8
1.2 ความเป็นมาของโรงเรียนดนตรีเอกชนของประเทศไทย .....	9
ความสำคัญของโรงเรียนดนตรีเอกชน.....	11
2. ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal).....	11
3. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior).....	12
4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) .....	14
5. ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix - 7P's).....	15

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
บทที่ 3 .....	18
วิธีการดำเนินการวิจัย .....	18
ลำดับขั้นตอนกิจกรรมการวิจัย.....	18
กิจกรรมการวิจัย.....	19
วิธีการดำเนินการวิจัย .....	21
บทที่ 4 .....	27
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	27
ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1).....	27
ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยสำรวจความคิดเห็นจากผู้ให้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2).....	31
ส่วนที่ 3 กรอบกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อ สอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19.....	52
บทที่ 5 .....	53
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	53
สรุป53	
อภิปรายผล.....	75
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	76
ภาคผนวก.....	77
รายการอ้างอิง .....	88
ประวัติผู้เขียน.....	91



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

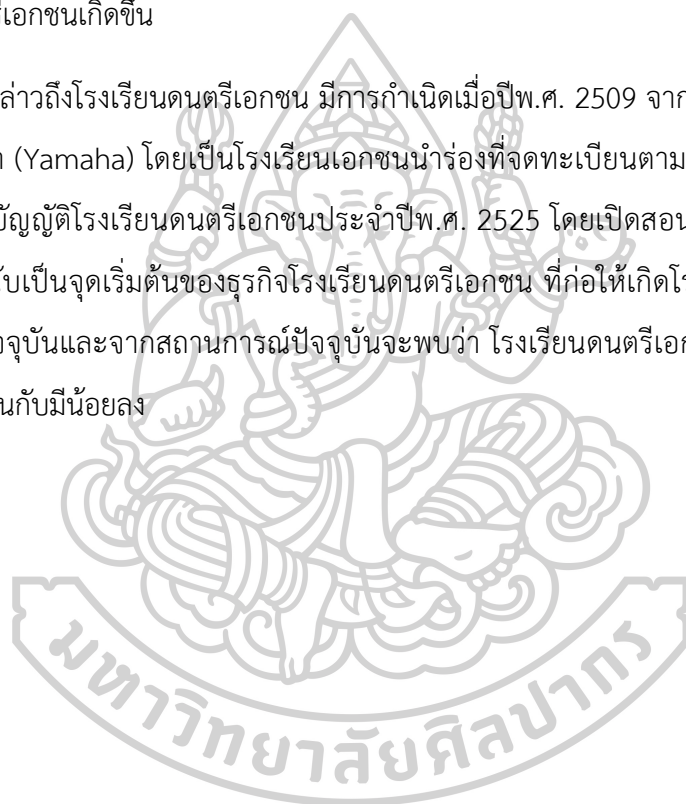
เมื่อกล่าวถึง “ดนตรี” จะพบว่าเป็นสิ่งที่ธรรมชาติให้มาพร้อมกันกับชีวิตมนุษย์โดยที่มนุษย์เองนั้นไม่รู้ตัว เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์มีความสุข ความสนุกสนาน รื่นเริง และช่วยผ่อนคลายความเครียดให้กับมนุษย์ กล่าวคือในการดำรงชีวิตของมนุษย์จะต้องมีส่วนที่มนุษย์เข้าไปเกี่ยวข้องกับดนตรีอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ดังคำกล่าวที่ว่า “คนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดาน เป็นคนชอบกลนัก” ซึ่งเป็นบทพระราชนิพนธ์แปลที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 แปลมาจาก *The Merchant of Venice* ของ William Shakespeare ให้ความหมายไว้ชัดเจนถึงความสำคัญของดนตรีต่อมนุษย์ทุกคน ivaว่าการที่บุคคลใดก็ตามที่ไม่มีความรู้สึกถึงคุณค่าของบทเพลง ท่วงทำนองของเสียงดนตรีนั้น ถือได้ว่าเป็นบุคคลที่แตกต่างไปจากบุคคลอื่นโดยทั่วไป ดนตรีจึงมีความสำคัญต่อมนุษย์ในการเป็นเครื่องมือขัดเกลา ยกกระดับจิตใจให้มีความอ่อนโยน เต็มเต็มจินตนาการ และเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้แก่มนุษย์ได้เป็นอย่างดี

นอกจากความสำคัญดังกล่าวแล้วดนตรียังมีส่วนช่วยในการพัฒนาสมอง (Collins, 2013) จากการทดลองโดยการที่ให้ผู้ทดลองเข้าไปในเครื่องที่มีชื่อว่า fMRI และ PET scanner เจ้าเครื่องนี้มีหน้าที่แสดงถึงการทำงานของสมอง ทำการทดลองจากการให้ผู้ทดลองอ่านหนังสือ คิดโจทย์เลข ทำให้เห็นถึงการที่มนุษย์ใช้สมองคนละส่วนกันเพื่อที่จะทำงานคนละแบบกัน แต่พอทดลองมาถึงให้ผู้ทดลองลองฟังเพลงก็เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น หน้าจอของเครื่องแสดงถึงมนุษย์ใช้สมองทุกส่วนในการฟังเพลง นั้นหมายถึงว่าการที่มนุษย์ฟังเพลงแล้วจับจ้องตามนั้น ใช้สมองทุกส่วนพร้อมๆกัน พอเห็นเช่นนั้นทำให้ถ้าเปลี่ยนจากการฟังดนตรีเป็นการเล่นดนตรีละจะเกิดอะไรขึ้น จึงทำให้เกิดการทดลองกับผู้เล่นดนตรี และก็เป็นผลลัพธ์ที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก คือสมองทำงานทุกส่วนพร้อมๆกันและทำงานหนักมากกว่าแค่การฟังดนตรี และสรุปผลได้ว่าการเล่นดนตรีนั้นมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสมองเป็นอย่างมาก เปรียบเสมือนกับการออกกำลังกายของสมองเลยทีเดียว

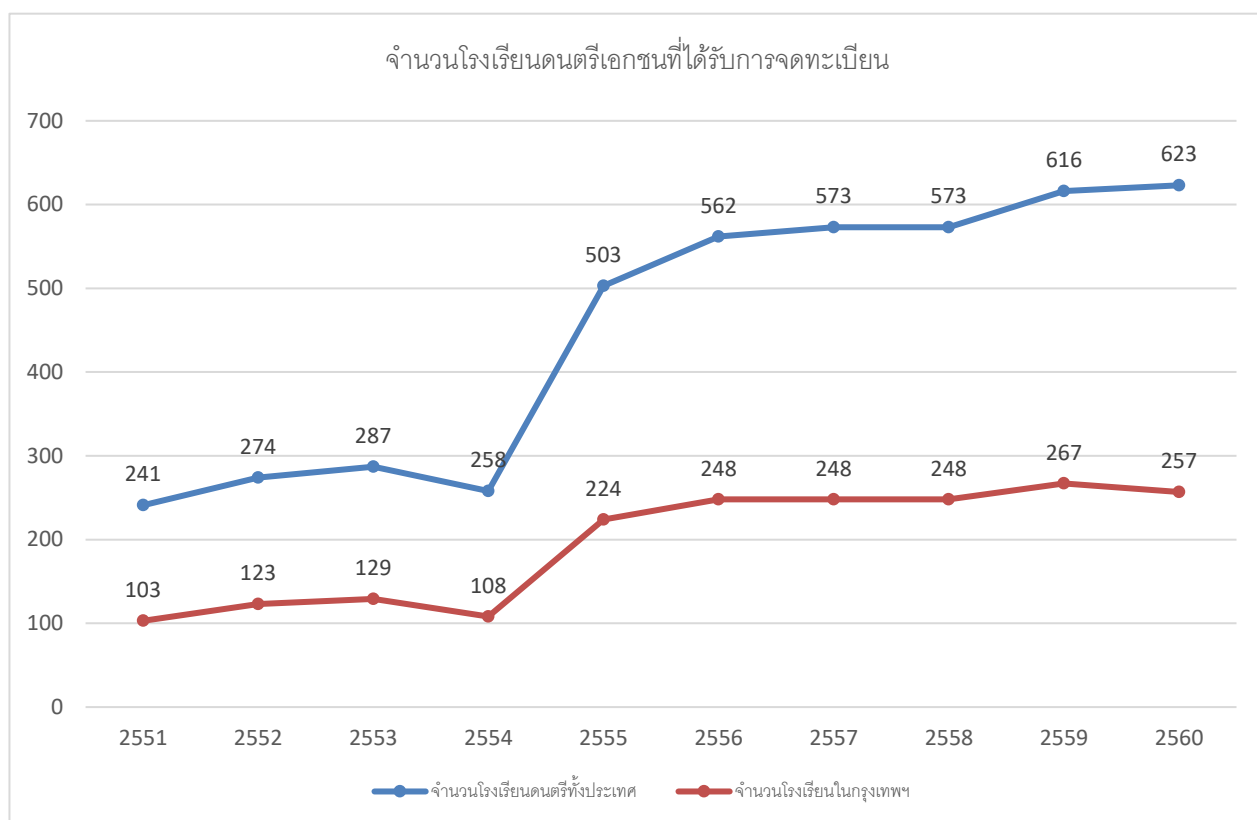
จากความสำคัญดังกล่าว ณ ปัจจุบัน ดนตรีจึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับสังคม หนึ่งในนั้นคือด้านการศึกษาโดยมีการจัดการเรียนการสอนด้านดนตรีตั้งแต่ใน ระดับประถม ระดับมัธยม โดยสอนดนตรีในระดับพื้นฐานสำหรับคนทั่วไป และยังมีการเรียนการสอนดนตรีในระดับมหาวิทยาลัย ที่

สอนดนตรีให้สำหรับคนที่ต้องการจะเข้าใจดนตรีในระดับที่ลึกซึ้ง เช่น คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาลัษณ์มหิดล วิทยาลัยดนตรี มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นต้น เมื่อดนตรีเข้ามามีบทบาททางการศึกษามากขึ้น การเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยก็ต้องมีการจัดการเรียนการสอนเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าศึกษาต่อ ในขณะที่ผู้ปกครองบางท่านก็มีความต้องการให้บุตรหลานมีความสามารถพิเศษในด้านดนตรีเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นที่มาในการจัดตั้งให้มีโรงเรียนดนตรีเอกชนเกิดขึ้น

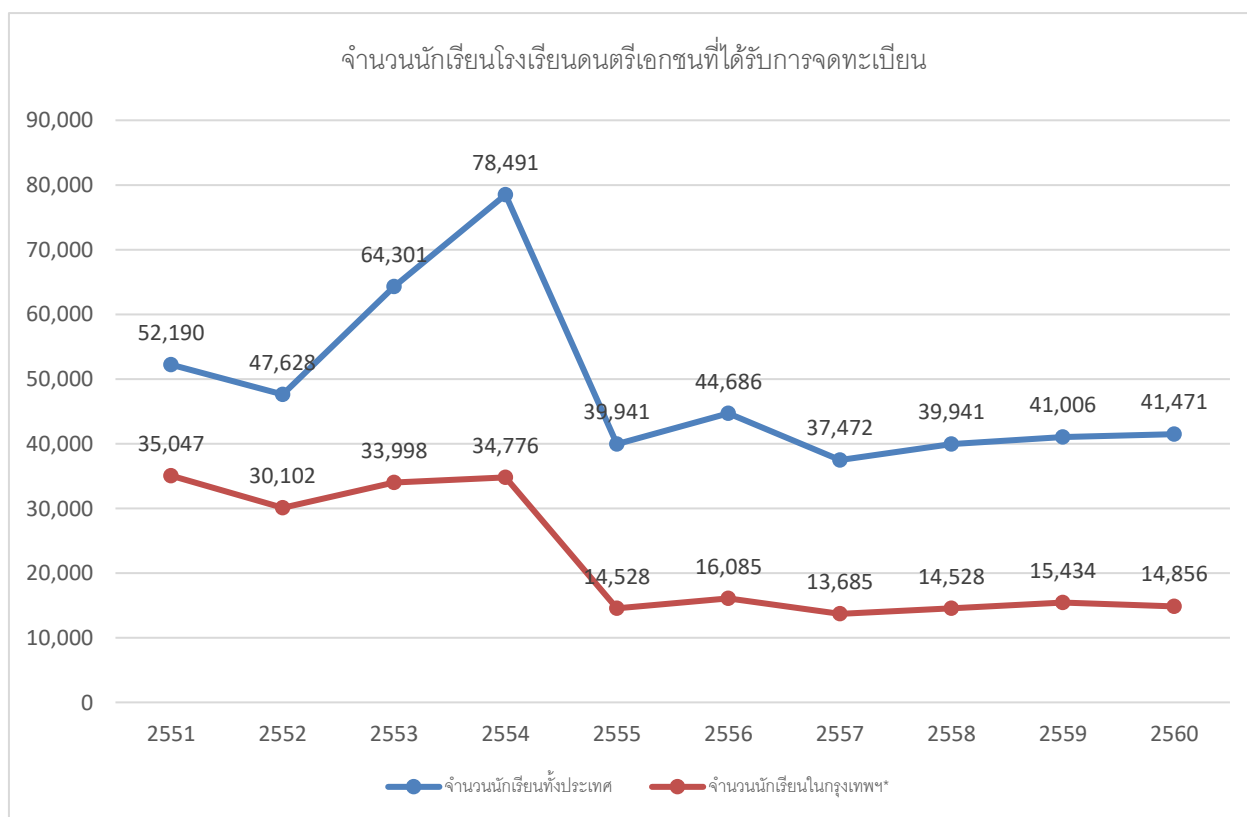
เมื่อก้าวถึงโรงเรียนดนตรีเอกชน มีการกำเนิดเมื่อปีพ.ศ. 2509 จากการเปิดตัวของโรงเรียนดนตรียามาฮา (Yamaha) โดยเป็นโรงเรียนเอกชนนำร่องที่จดทะเบียนตามกฎหมายมาตรา 15 (2) ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนดนตรีเอกชนประจำปีพ.ศ. 2525 โดยเปิดสอนวิชากลุ่มดนตรี ขั้บร้อง การใช้เสียง นับเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน ที่ก่อให้เกิดโรงเรียนดนตรีเอกชนขึ้นมากมายในปัจจุบันและจากสถานการณ์ปัจจุบันจะพบว่า โรงเรียนดนตรีเอกชนเกิดขึ้นเยอะมากแต่จำนวนนักเรียนกลับมีน้อยลง



**สถิติที่ 1** จำนวนโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ได้รับการจดทะเบียน พ.ศ. 2551-2560  
ทั้งประเทศและในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร



**สถิติที่ 2** จำนวนนักเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ได้รับการจดทะเบียน พ.ศ. 2551-2560  
ทั้งประเทศและในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร



ที่มา: กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานปลัด, ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สถิติปี  
การศึกษาฉบับย่อปีการศึกษา 2551-2560. (สารสนเทศเพื่อการศึกษาแห่งชาติ, 2551-2560)  
เข้าถึงข้อมูลจาก <http://www.mis.moe.go.th/> เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2563

จากข้อมูลสถิติอ้างอิงข้างต้น ทำให้เห็นถึงจำนวนของโรงเรียนดนตรีเอกชนในแต่ละปีมี  
จำนวนเพิ่มขึ้น โดยไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนของผู้เข้ารับบริการที่มีจำนวนลดน้อยลง  
ส่งผลให้ธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะในจังหวัดกรุงเทพมหานคร  
ที่มีจำนวนโรงเรียนดนตรีคิดเป็นร้อยละ 41 เปอร์เซนต์ ของจำนวนโรงเรียนในประเทศไทย

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) หมายถึงการก้าวข้ามยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในส่วนของพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม รวมไปถึงสภาพแวดล้อม อย่างฉับพลัน อันเกิดมาจากการเกิดขึ้นของโรคอุบัติใหม่ สถานะเศรษฐกิจ หรือสถานการณ์ที่ส่งผลให้พฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม เกิดการเปลี่ยนแปลง “New Normal” ถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดย บิลล์ กรอส (Gross, 2008) ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ชาวอเมริกัน โดยใช้ในการอธิบายถึงสถานะเศรษฐกิจโลก หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ในสหรัฐฯ ช่วงระหว่างปี 2007-2009

ส่วนในชีวิตวิถีใหม่ในงานวิจัยชิ้นนี้เกิดจากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 เกิดขึ้นในประเทศในช่วงปลาย พ.ศ. 2562 นั้น เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก ในด้านของการสาธารณสุขของเมืองไทย โดย ศบค. มีการประกาศมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโควิด-19 ที่ทุกคนต้องให้ความร่วมมือและปฏิบัติตาม ดังนี้ 1. สวมใส่หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเสมอ 2. ต้องเว้นระยะห่าง 2 เมตร 3. ล้างมือบ่อยๆ พกเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ 4. หลีกเลียงสถานที่แออัด 5. หลีกเลียงกลุ่มเสี่ยง หรือผู้ที่มีอาการป่วย (กรมสุขภาพจิต, 2563)

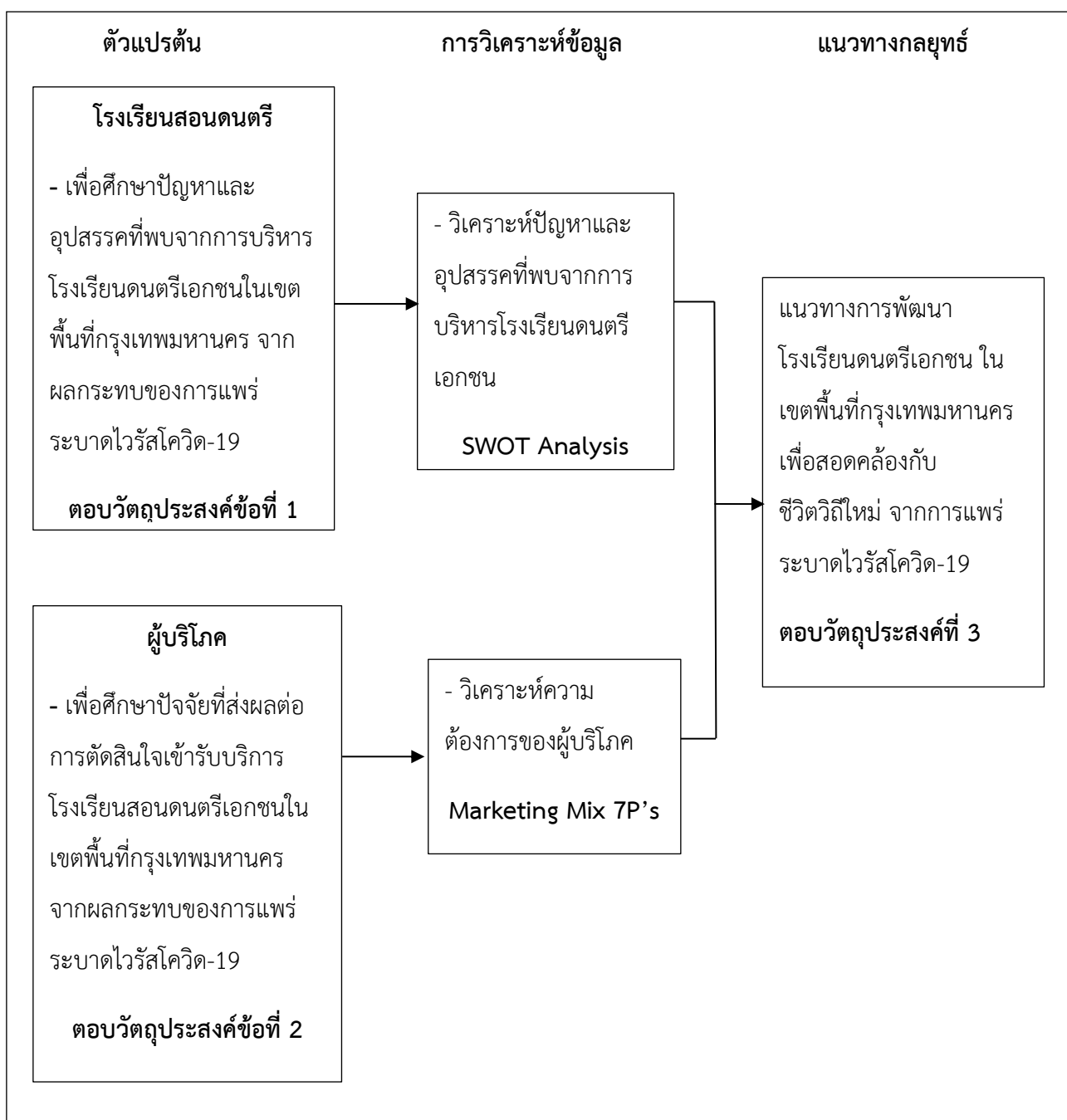
จากสภาพปัญหาของโรงเรียนดนตรีเอกชนที่พบในปัจจุบัน ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงในชีวิตวิถีใหม่ จึงเป็นโจทย์สำคัญที่โรงเรียนดนตรีเอกชนต้องมีการปรับตัวให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จึงเป็นที่มาของงานวิจัยแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19
3. สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19



### กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



ภาพที่ 1 :กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

### ประโยชน์ของงานวิจัย

1. ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
2. ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในการเข้ารับบริการโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
3. ได้แนวทางการพัฒนาโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
4. เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารและบุคลากรของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โรงเรียนสอนดนตรีเอกชน หมายถึง โรงเรียนที่เปิดทำสอนวิชาดนตรีในรูปแบบโรงเรียนเอกชน ที่ได้รับการจดทะเบียนและอนุมัติอย่างถูกต้องจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ตามมาตรา 15(2) ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน
2. ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) หมายถึง ชีวิตวิถีใหม่ในสถานะของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
3. สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสาร แบ่งปันสารไปยังผู้รับสาร ผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันได้ ทั้งระหว่างผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารและผู้รับสารไปยังผู้รับสารด้วยตัวเอง

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวคิดและหลักในการทำวิจัย จะแสดงไว้ตามลำดับต่อไปนี้

1. ที่มาและความสำคัญของโรงเรียนดนตรีเอกชน
2. ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)
3. ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)
4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)
5. ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix - 7P's)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ที่มาและความสำคัญของโรงเรียนดนตรีเอกชน

จุดเริ่มต้นของโรงเรียนดนตรีเอกชนในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 2 ที่ 1.1 ความเป็นมาของโรงเรียนดนตรีเอกชนของประเทศสหรัฐอเมริกา 1.2 ความเป็นมาของโรงเรียนดนตรีเอกชนของประเทศไทย เพื่อให้เห็นถึงความเป็นมาของโรงเรียนดนตรีเอกชนได้ครอบคลุมทั้งในสหรัฐอเมริกาและในประเทศไทย

##### 1.1 ความเป็นมาของโรงเรียนดนตรีเอกชนของประเทศไทย

โรงเรียนดนตรีเอกชนของประเทศไทยเริ่มต้นขึ้นจากการฝึกซ้อมประสานเสียงภายในคณะนักร้องโบสถ์ เพื่อใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา แต่ต่อมามีการพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นธุรกิจขึ้น โดยเป็นการพัฒนาการของโรงเรียนดนตรีเอกชนในประเทศไทย ถูกแบ่งออกเป็นยุคต่างๆดังนี้ (Stanford, 2015)

ในช่วงศตวรรษที่ 18 โรงเรียนดนตรีเอกชนแห่งแรกของประเทศสหรัฐอเมริกาเปิดให้บริการในปี ค.ศ. 1717 ในเมืองบอสตัน รัฐแมสซาชูเซต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอนทักษะในการอ่านโน้ตดนตรีสากล และการขับร้องเพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งในระยะเวลาไม่นานก็มีการขยายตัวมีผู้เปิดบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและยังมีการเขียนหนังสือแบบเรียน โดยมีบทเพลงทางศาสนาใส่เข้าไปสำหรับการฝึกซ้อม และนำไปใช้ในการบรรเลงในโบสถ์ได้อีกด้วย

ในช่วงศตวรรษที่ 19 สถาบันดนตรีบอสตัน (The Boston Academy of Music) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1832 ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของโรงเรียนดนตรีเอกชน ที่วิชาดนตรีสากลในโรงเรียนอย่างเต็มรูปแบบ และยังมีหลักสูตรที่สอนด้านทฤษฎีดนตรีโลเวล เมสัน (Lowell Mason) และคู่มือการสอนสำหรับครูผู้สอน (Manual of Instructions) เป็นจุดสำคัญในการเกิดของโรงเรียนดนตรีเอกชนและยังเป็นจุดเริ่มต้นของการนำหลักสูตรวิชาดนตรีนี้เข้าไปสอนในโรงเรียนอีกด้วย

ในช่วงศตวรรษที่ 20 จากเหตุการณ์ในช่วงศตวรรษที่ 19 ทำให้เกิดมหาวิทยาลัย ได้มีการบรรจุวิชาดนตรีลงไปเป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยมีสถาบันดนตรีโอเบอร์ลินแห่งรัฐโอไฮโอ (The Oberlin Conservatory of Ohio) เป็นสถาบันแรก และต่อมานอกจากการเรียนดนตรีในมหาวิทยาลัยแล้ว โรงเรียนมัธยมก็มีการเรียนการสอนดนตรีจริงจังขึ้นมีการก่อตั้งวงโยธวาทิตและวงซิมโฟนีภายในโรงเรียนขึ้นเพื่อส่งเสริมกิจกรรมภายในโรงเรียน และเป็นการเริ่มต้นการเรียนดนตรีก่อนที่จะต่อยอดไปเรียนในระดับมหาวิทยาลัยได้ดีซึ่งเหตุการณ์ข้างต้นนั้นก็เป็เหตุการณ์สำคัญที่สร้างอิทธิพลต่อการเรียนการสอนดนตรีในประเทศสหรัฐอเมริกาจนถึงในปัจจุบัน

## 1.2 ความเป็นมาของโรงเรียนดนตรีเอกชนของประเทศไทย

จุดเริ่มต้นของโรงเรียนดนตรีเอกชนในประเทศไทย เกิดจากการเรียนการสอนดนตรีของคนที่มีฐานะ เช่น สังคมของเจ้าขุนมูลนายและพลเรือนที่มีฐานะดีเท่านั้น ไม่ได้มีโรงเรียนดนตรีอยู่ทั่วไปเหมือนปัจจุบัน

การเกิดขึ้นของโรงเรียนดนตรีเอกชนนั้นเกิดขึ้นในปีพ.ศ. 2477 โดยพระเจนดุริยางค์ ซึ่งในขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้ควบคุมวงดุริยางค์แห่งกรมศิลปากร ได้ก่อตั้งโรงเรียนดนตรีเอกชนแห่งแรกของประเทศไทย ใช้ชื่อว่า “วิทยาลัยดนตรีสถาน” มีที่ตั้งอยู่ที่ถนนอัษฎางค์ ใกล้เชิงสะพาน

มอญ เพื่อผลิตนักดนตรีมืออาชีพหรือผู้สนใจเข้ารับบริการ โดยเปิดหลักสูตรทั้งด้านทฤษฎีดนตรีและปฏิบัติดนตรี เปิดให้บริการเวลา 17.00-19.00 น. มีกำหนดการเรียน 2 วันต่อสัปดาห์ คิดค่าเข้าเรียน 3 บาท ต่อ 1 เดือน ซึ่งโรงเรียนวิทยาลัยสาขากลอนดนตรีสถานนี้ก็เปิดโรงเรียนที่ผลิตนักดนตรีที่มีชื่อเสียงหลายท่าน เช่น อาจารย์มนตรี ตราโมท อาจารย์เอื้อ สุนทรสนาน อาจารย์นารถ ถาวรบุตร เป็นต้น แต่โรงเรียนวิทยาลัยสาขากลอนดนตรีสถานก็เปิดทำการได้เพียงแค่ 2 ปีก็ต้องปิดกิจการลงไป เนื่องจากพระเจนดุริยางค์ได้รับทุนจากรัฐบาลเพื่อไปปฏิบัติงานยังต่างประเทศ จึงไม่สามารถหาครูดนตรีมาดำเนินการต่อได้ (ชลนุเคราะห์, 2524)

ต่อมาในปีพ.ศ. 2479 อาจารย์เอื้อ สุนทรสนาน ได้ร่วมมือกับอาจารย์ดนตรีชาวไทยอีกหลายท่านเพื่อเปิดโรงเรียนดนตรีเอกชนขึ้นอีกครั้งโดยได้ใช้ชื่อโรงเรียนว่า “โรงเรียนคอนคอร์ดเดียร์” เพื่อสร้างนักดนตรีรุ่นใหม่ และยังสร้างเพื่อป้อนเข้าสู่วงดนตรี “สุนทราภรณ์” ซึ่งเป็นวงดนตรีที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงอย่างมากในยุคนั้น แต่โรงเรียนคอนคอร์ดเดียร์ดำเนินการได้ไม่นานนัก ก็ต้องปิดตัวลง (วรดิถ, 2532)

ถึงแม้โรงเรียนดนตรีเอกชนในช่วงแรกจะมีอายุของกิจการไม่มากนัก แต่สังคมไทยก็ยังให้ความสำคัญและสนใจกับการเรียนดนตรี ทำให้ยังมีโรงเรียนดนตรีเอกชนเกิดขึ้นตามมาอีกมาก เพียงแต่ไม่ได้เป็นโรงเรียนดนตรีเอกชนที่เป็นรูปเป็นร่างเหมือนกับในปัจจุบัน จนกระทั่งปีพ.ศ. 2504 การเรียนดนตรีในรูปแบบของเอกชนเริ่มมีระบบความเป็นสากลมากขึ้นจากการที่ Trinity College of London ได้นำรูปแบบการสอบวัดระดับเข้ามาภายในประเทศไทยให้กับนักเรียนดนตรีชาวไปต้องสอบเพื่อการประเมินความสามารถในการบรรเลงดนตรีเป็นครั้งแรก (หาญกล้า, 2539)

หลังจากการเข้ามาของการสอบวัดระดับ Trinity College of London เข้ามาในประเทศไทยก็เกิดโรงเรียนดนตรีเอกชนขึ้นมากมาย รวมถึง “โรงเรียนดนตรีสยามกลการ” ที่ก่อตั้งและยังอยู่มาจนถึงในยุคปัจจุบัน โดยที่โรงเรียนดนตรีสยามกลการ ก่อตั้งโดย ดร.ถาวร พรประภา ในปีพ.ศ. 2509 ซึ่งได้นำหลักสูตรมาจากสถาบันดนตรียามาฮาจากประเทศญี่ปุ่นมาใช้เป็นหลักสูตร เดิมโรงเรียนดนตรีสยามกลการจึงมีชื่อว่า “โรงเรียนดนตรียามาฮา” ก่อนที่จะเปลี่ยนมาเป็น “โรงเรียนดนตรีสยามกลการ” เรียกได้ว่าเป็นโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยที่เปิดเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ และมีสาขากระจายไปทั่วประเทศ เป็นแบบอย่างให้กับธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนในอีกหลายๆแห่ง

## ความสำคัญของโรงเรียนดนตรีเอกชน

โรงเรียนดนตรีเอกชนเป็นโรงเรียนที่มีหลักสูตรในการสอนวิชาการปฏิบัติดนตรีและทฤษฎีดนตรี มีประโยชน์ต่อการสร้างศักยภาพทางด้านความคิดต่อผู้เข้ารับบริการได้โดยตรง โดยแบ่งออกได้เป็น 7 ลักษณะดังนี้ 1. ช่วยในด้านความคิดสร้างสรรค์ 2. ช่วยในการพัฒนาความรู้สึในด้านอารมณ์ 3. ช่วยพัฒนาในด้านภาษา 4. ช่วยพัฒนาในด้านร่างกาย 5. ช่วยพัฒนาในด้านปัญญา 6. ช่วยพัฒนาในด้านเอกบุคลิก 7. ช่วยพัฒนาในด้านสุนทรีย์

จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด ทำให้เห็นถึงที่มาและความสำคัญของโรงเรียนดนตรีเอกชน ผู้วิจัยจึงอยากจะทำให้โรงเรียนดนตรีเอกชนในประเทศไทย สามารถรับมือกับสื่อใหม่ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อให้โรงเรียนดนตรีเอกชนพัฒนาและพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) หมายถึงการก้าวข้ามยุคที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในส่วนของพฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม รวมไปถึงสภาพแวดล้อม อย่างฉับพลัน อันเกิดมาจากการเกิดขึ้นของโรคอุบัติใหม่ สถานะเศรษฐกิจ หรือสถานการณ์ที่ส่งผลให้พฤติกรรมส่วนบุคคล ครอบครัว สังคม เกิดการเปลี่ยนแปลง “New Normal” ถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดย บิลล์ กรอส (Gross, 2008) ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ชาวอเมริกัน โดยใช้ในการอธิบายถึงสถานะเศรษฐกิจโลก หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ในสหรัฐฯ ช่วงระหว่างปี 2007-2009

ส่วนในชีวิตวิถีใหม่ในงานวิจัยชิ้นนี้เกิดจากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 เกิดขึ้นในประเทศในช่วงปลาย พ.ศ. 2562 นั้น เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก ในด้านของการสาธารณสุขของเมืองไทย โดย ศบค. มีการประกาศมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโควิด-19 ที่ทุกคนต้องให้ความร่วมมือและปฏิบัติตาม ดังนี้ 1. สวมใส่หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเสมอ 2. ต้องเว้นระยะห่าง 2 เมตร 3. ล้างมือบ่อยๆ พกเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ 4. หลีกเลี่ยงสถานที่แออัด 5. หลีกเลี่ยงกลุ่มเสี่ยงหรือผู้ที่มีอาการป่วย (กรมสุขภาพจิต, 2563)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับเกี่ยวกับชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) นักวิชาการหลายท่านจะกล่าวถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ ในชีวิตวิถีใหม่โดยมีพฤติกรรมต่างๆ ดังนี้

1. การทำงานจากที่บ้าน (Work From Home)
2. การดำเนินการทางธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Online Business)
3. การเรียนออนไลน์ (Online Learning)
4. การแพทย์และสาธารณสุขในการปรึกษาออนไลน์

### 3. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงโดยได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) ไว้ว่า พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการศึกษาคำซื้อ การใช้ การประเมินผลต่อสินค้าและบริการ โดยเกิดจาก สิ่งกระตุ้น ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ การตอบสนองของผู้ซื้อ เข้าไว้ด้วยกัน

จากบทความข้างต้นกล่าวถึงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (Consumer Behavior Model) เป็นโมเดลในการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยเริ่มจากตัวกระตุ้น (Stimulus) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) และการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) (เสวีรัตน์, 2538)

**สิ่งกระตุ้น (Stimulus)** สิ่งกระตุ้นในที่นี้หมายถึงสิ่งกระตุ้นที่อาจเกิดจากปัจจัยภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากปัจจัยภายนอก (Outside Stimulus) ทั้ง 2 ส่วนเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

**สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้ในการควบคุม สร้างให้เกิดกระตุ้นขึ้นโดยจะเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ที่ประกอบไปด้วย Product, Price, Place, Promotion

**สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นที่เปิดขึ้นโดยนักการตลาดไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic), สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี

(Technological), สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Politics), สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

**ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)** เป็นการเปรียบเทียบความคิดของผู้บริโภคเหมือนกับกล่องดำ (Black Box) ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถรู้ได้ จึงต้องมีวิธีในการค้นหาข้อมูลความรู้สึกลึกซึ้งของผู้บริโภค ทั้งในส่วนของลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

**ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics)** ลักษณะของผู้ซื้อจะเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ มารวมกันโดยได้แบ่งออกเป็นดังนี้ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม, ปัจจัยด้านสังคม, ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

**กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process)** ประกอบไปด้วย การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูลเพื่อสนองความต้องการ การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและความรู้หลังการซื้อ

**การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)** ประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice), การเลือกตราสินค้า (Brand Choice), การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice), การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) และการเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)



#### 4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

SWOT Analysis เป็นทฤษฎีการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมที่เน้นในการวิเคราะห์ในแง่บวก และแง่ลบที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจสินค้าหรือบริการ และวิเคราะห์ในสภาวะภายในที่นักธุรกิจสามารถควบคุมได้และสภาวะภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อที่จะมาหากลยุทธ์ที่จะรับมือกับสภาวะต่างๆที่เกิดขึ้น (เสรีรัตน์, 2541)

##### ส่วนประกอบของ SWOT จะประกอบไปด้วย

###### ปัจจัยภายใน

**จุดแข็ง (Strengths)** เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งของธุรกิจ เป็นลักษณะเด่นของสินค้าหรือบริการ ที่สร้างความน่าสนใจ ความดึงดูดใจแก่ผู้บริโภค โดยที่เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจสินค้าหรือบริการของคู่แข่งแล้ว เป็นสิ่งที่ธุรกิจสินค้าหรือบริการของเราทำได้ดีกว่าเด่นกว่าคู่แข่ง

**จุดอ่อน (Weaknesses)** เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนของธุรกิจ สิ่งที่เป็นจุดด้อยของธุรกิจสินค้าหรือบริการ ที่ส่งผลในทางด้านลบต่อผู้บริโภค โดยที่เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจสินค้าหรือบริการของคู่แข่งแล้ว เป็นสิ่งที่ธุรกิจสินค้าหรือบริการของเราทำได้แย่กว่า ด้อยกว่าคู่แข่ง

###### ปัจจัยภายนอก

**โอกาส (Opportunities)** เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน มีปัจจัยอะไรที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจสินค้าหรือบริการของเรา ได้รับผลประโยชน์ หรือได้เปรียบกว่าคู่แข่ง ซึ่งจะเป็นสภาวะที่เกิดขึ้นเองโดยเราไม่สามารถควบคุมมันได้

**อุปสรรค (Threats)** เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายนอกที่เราไม่สามารถควบคุมได้ และทำให้ธุรกิจสินค้าหรือบริการของเราได้รับผลกระทบในทางลบ ไม่ว่าจะเป็นภัยคุกคามที่เกิดจากคน หรือภัยคุกคามที่เกิดจากธรรมชาติ

## 5. ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix - 7P's)

เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจาก Marketing Mix (4P's) ที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตัวสินค้าของธุรกิจ โดย Service Marketing Mix (7P's) เป็นการเพิ่มมุมมองจากการมองแค่เป็นสินค้าแต่เพิ่มมุมมองการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมเป็นธุรกิจบริการ โดยประกอบไปด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Process และ Physical Evidence มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (เสรีรัตน์, 2541)

**Product** คือตัวสินค้าหรือบริการในเรื่องคุณภาพของสินค้าหรือบริการ การบรรจุภัณฑ์และความโดดเด่นไม่เหมือนใคร โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1. ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible) 2. ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) คือ บริการ (Service) สิ่งที่จับต้องไม่ได้ที่มอบให้กับลูกค้า ส่งมอบประสบการณ์ให้กับลูกค้า

**Price** คือราคาของสินค้าหรือบริการ ไม่ใช่เป็นการกำหนดราคาที่มีมองแต่เพียงกำไร แต่ควรกำหนดราคาให้เหมาะสม

**Place** ช่องทางในการจัดจำหน่ายและช่องทางในการกระจายสินค้า รวมไปถึงการจัดการกับคลังสินค้า การกระจายสินค้าและการขนส่งสินค้าอีกด้วย ควรจัดการให้เหมาะสมและเข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวก

**Promotion** คือ การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม และยังเป็นทำการทำให้ลูกค้ารู้จักกับสินค้าหรือบริการของเรามากขึ้นอีกด้วย ทั้งในทาง Offline และ Online

**People** คือการจัดการเกี่ยวกับคนภายในบริษัทเป็นการวิเคราะห์ตั้งแต่การเลือกจ้างพนักงาน การอบรมพนักงาน การจัดการ Complain จากลูกค้า และการรับมือกับจำนวนของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

**Process** คือกระบวนการในธุรกิจบริการที่ส่งผลกระทบต่อลูกค้า เช่น ขั้นตอนในการให้บริการ ขั้นตอนในการรอคิวเข้ารับบริการของลูกค้า ควรมีความสม่ำเสมอและชื่อตรงต่อลูกค้า

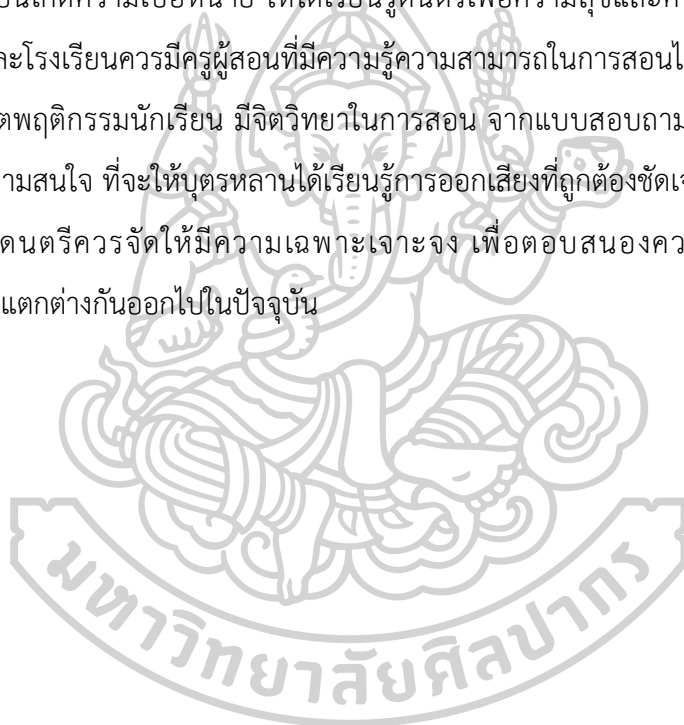
**Physical Evidence** คือสิ่งต่างๆทางกายภาพ บริเวณร้านค้าในที่นี้รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของลูกค้า ได้แก่ การมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การรับรู้อารมณ์ และความรู้สึกทางการสัมผัส ควรส่งผลในแง่บวกให้กับลูกค้า

## 6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ประสิทธิ์ศุภการ พึ่งบุญ ณ อยุธยา** ศึกษาในหัวข้อเรื่อง “กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับบริการในโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ได้พบประเด็นสำคัญ ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนนั้นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนนั้น มาจากการที่โรงเรียนดนตรีเอกชนมี ระบบปฏิบัติงานราบรื่น (Non-stop Process) คือ ระบบต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานภายในโรงเรียนมีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมไปถึงการจัดการกิจกรรมต่างๆภายในโรงเรียนด้วยอีกทั้งยังมีการกำหนดเวลาและรายละเอียดที่ชัดเจนในการดำเนินงานล่วงหน้า เพื่อสร้างความพอใจต่อผู้เข้ารับบริการโรงเรียนอนุบาล (UrbanMusicSchool) เพื่อสอดคล้องกับรูปแบบชีวิตคนเมือง ที่ต้องการความสะดวกสบายในด้านของสถานที่ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นทำเลที่เหมาะสม พื้นที่จอดรถที่เพียงพอ สภาพบรรยากาศภายในโรงเรียนที่สะอาดและปลอดภัย รวมถึงยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับผู้เข้ารับบริการ อีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญคือ บุคลากรคุณภาพ (Knowledgeable Staff) อันหมายถึงครูผู้สอนที่มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชาการด้านดนตรี ควบคู่ไปกับจิตวิทยาในการชักจูงผู้เรียนให้มีความสนใจต่อเนื้อหาการเรียน รวมถึงเจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ และแก้ปัญหาหรือให้คำตอบ ให้กับผู้เข้ารับบริการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ทั้งนี้บุคลากรทั้งสองส่วนยังต้องมีบุคลิกภาพที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้ารับบริการได้แต่แรกเห็น หลักสูตรสร้างสรรค์ (Inventive Course) คือ การเลือกหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการทางด้านวิชาการของผู้เรียน และสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ของผู้ปกครอง และนักเรียนได้อย่างตรงจุด ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อผลการให้บริการ และนวัตกรรมบริการ (Innovation Service) หรือการนำเอาระบบเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการให้บริการ เช่น ระบบการจัดเก็บข้อมูล ระบบการบันทึกจำนวนการเข้าเรียน รวมไปถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือโปรแกรมประยุกต์เข้ามาช่วย ในการส่งข้อมูลไปยังลูกค้า อาทิ Line, Facebook เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในช่วงเวลาปัจจุบัน ส่งผลให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้ารับบริการได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

**ธัญญ์นรี วิณากกร** ศึกษาในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชน หลักสูตรวิชาขับร้อง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาข้อมูล

เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชน หลักสูตรวิชาขับร้อง ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่เคยส่งบุตรหลานเรียนปฏิบัติเครื่องดนตรีเปียโนมาก่อนมากที่สุด และนอกจากการเรียนดนตรีแล้ว ผู้ปกครองยังต้องการส่งเสริมให้บุตรหลานเรียนรู้กิจกรรมการเสริมทักษะเกี่ยวกับการแสดง ซึ่งจะเป็นการฝึกให้เด็ก ๆกล้าแสดงออก ส่งเสริมบุคลิกภาพที่ดีในการดำเนินชีวิตและข้อมูลสำคัญ คือการทราบถึงความต้องการของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน กิจกรรมการเรียนการสอนนั้น ผู้ปกครองส่วนใหญ่ ต้องการให้มีความหลากหลาย ไม่ทำให้นักเรียนเกิดความเบื่อหน่าย ให้ได้เรียนรู้ดนตรีเพื่อความสุขและความผ่อนคลายเป็นหลัก นอกจากนี้แต่ละโรงเรียนควรมีครูผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถในการสอนได้หลากหลายสไตล์เพลง และรู้จักสังเกตพฤติกรรมนักเรียน มีจิตวิทยาในการสอน จากแบบสอบถามทำให้เราได้ทราบอีกว่า ผู้ปกครองมีความสนใจ ที่จะให้บุตรหลานได้เรียนรู้การออกเสียงที่ถูกต้องชัดเจนมากขึ้น ครูผู้สอนและทางโรงเรียนดนตรีควรจัดให้มีความเฉพาะเจาะจง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปในปัจจุบัน



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19” ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ประกอบไปด้วย ส่วนแรกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนในปัจจุบัน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยในเชิงสำรวจ (Survey Research Method) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่วนที่ 3 กรอบกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 โดยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

#### ลำดับขั้นตอนกิจกรรมการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีลำดับขั้นตอนในการวิจัยทั้งสิ้น 3 ขั้นตอนด้วยกัน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

## กิจกรรมการวิจัย

1.1 ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของโรงเรียนดนตรี เอกชนที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ

1.1.1 เป็นกิจกรรมการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน ที่ได้รับการจดทะเบียนอย่างถูกต้องจากสำนักงานการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ โดยผู้วิจัยใช้คำถามในการสัมภาษณ์ ที่อยู่ในกรอบของทฤษฎีหรือแนวคิดจากการบททวนวรรณกรรม

1.1.2 ผู้วิจัยทำการสรุป และนำเสนอผลการศึกษา วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ

1.2 ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

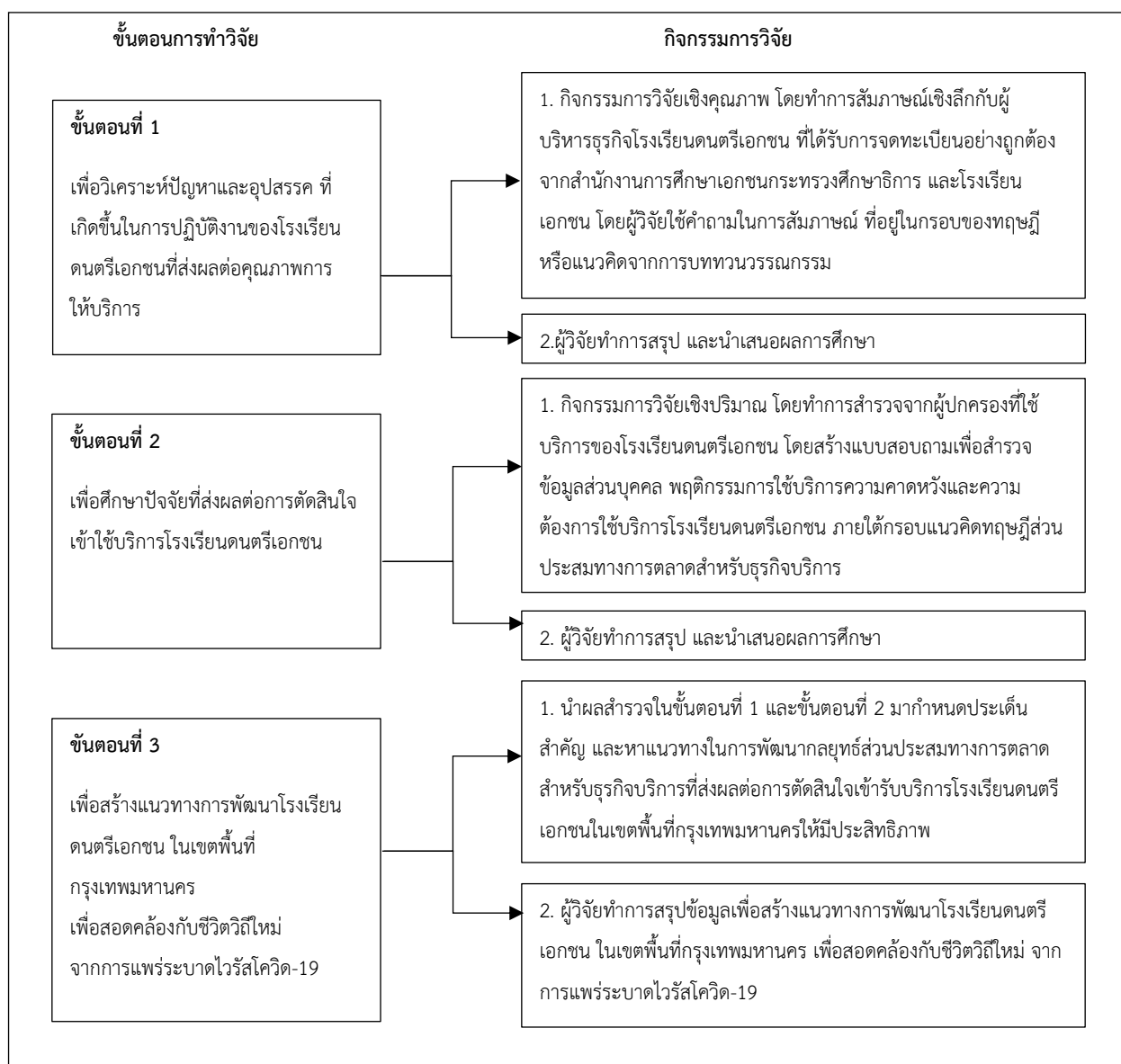
1.2.1 เป็นกิจกรรมการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการสำรวจจากผู้ปกครองที่ใช้บริการของโรงเรียนดนตรีเอกชน โดยสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและความต้องการใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

1.2.2 ผู้วิจัยทำการสรุป และนำเสนอผลการศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและความต้องการของผู้ปกครองในการเข้ารับบริการจากโรงเรียนดนตรีเอกชน

1.3 ขั้นตอนที่ 3 สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

1.3.1 นำผลสำรวจในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มากำหนดประเด็นสำคัญ และหาแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.3.2 ผู้วิจัยทำการสรุปข้อมูลเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19



ภาพที่ 2 :สรุปขั้นตอนกิจกรรมการวิจัย

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการในการศึกษาวิจัยในแต่ละขั้นตอนโดยนำเสนอตามลำดับขั้น ดังนี้

### 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 2.2 เครื่องมือการวิจัย

#### 2.2.1 การสร้างเครื่องมือ

#### 2.2.2 การพัฒนาเครื่องมือ

### 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

### 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

**ขั้นตอนที่ 1** วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ (เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) มีกิจกรรมการวิจัยดังนี้

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของโรงเรียนดนตรีเอกชนครั้งนี้ คือผู้บริหารธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ได้รับการจดทะเบียนอย่างถูกต้องจากสำนักงานการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

#### กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ มาจากเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริหารของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3 ราย ดังนี้

1. พื้นที่กรุงเทพฯ เขตชั้นใน Pacapo Music School เขตปทุมวัน
2. พื้นที่กรุงเทพฯ เขตชั้นกลาง JC academy เขตลาดพร้าว



3. พื้นที่กรุงเทพฯ เขตชั้นนอก PlaySound Bambini Villa Sukhumvit 26

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรค ในการให้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเข้ารับบริการในโรงเรียนดนตรีเอกชน อีกทั้งเพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งในกำหนดแบบสอบถาม ในขั้นต่อไป โดยมีวิธีการสร้างและคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ การดำเนินงานของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน
2. นำชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก ภายใต้กรอบทฤษฎีหรือแนวคิดของการทบทวนวรรณกรรม
3. นำชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกเสนอผู้ลึกเสนอผู้เชี่ยวชาญทางด้านการบริหารจัดการเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ทั้งในด้านโครงสร้าง ความครอบคลุมเนื้อหา และภาษาที่ใช้ของคำถามในเบื้องต้น
4. ปรับปรุง และจัดพิมพ์ชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก
5. นำชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก ที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ไปใช้จริงต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขออนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสอบถามการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการปฏิบัติงาน

2. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามกิจกรรมการวิจัยโดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

**ขั้นตอนที่ 2** ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) ดำเนินกิจกรรมวิจัยดังนี้

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคในการเข้ารับบริการจากโรงเรียนดนตรีเอกชนครั้งนี้ ผู้ปกครองที่มีอำนาจตัดสินใจแทนบุตรหลานในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและความต้องการในการรับบริการของผู้บริโภคในการเข้ารับบริการจากโรงเรียนดนตรีเอกชน มาจากการเลือกแบบสุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยผู้ทำแบบสอบถามคือ ผู้ปกครองที่เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,676,648 ราย (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, 2562) เลือกมาเป็นจำนวน 400 ราย โดยเทียบตามตารางของ (Yamane, 1967)

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่แบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลใช้และความต้องการใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ ซึ่งมีวิธีการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลการเลือกใช้และความต้องการใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชนภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการโดยแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

2.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ (Checklist)

2.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคในการรับบริการจากโรงเรียนดนตรีเอกชน มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ (Checklist)

2.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงเรียนดนตรีเอกชน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

5 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจใช้บริการ มากที่สุด

4 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจใช้บริการ มาก

3 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจใช้บริการ ปานกลาง

2 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจใช้บริการ น้อย

1 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจใช้บริการ น้อยที่สุด

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อใช้ในการแปลความหมาย ทั้งรายชื่อ รายด้าน และโดยรวม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายหาค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

2.4 ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบโดยอิสระ (Open Ended)

3. นำแบบสอบถามเสนอคณะกรรมการจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ทั้งในด้านโครงสร้าง ความครอบคลุมเนื้อหา และภาษาที่ใช้ของแบบสอบถามเบื้องต้น

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบเบื้องต้นจากคณะกรรมการบัณฑิตวิทยาลัยไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้านโครงสร้างความครอบคลุมเนื้อหาและภาษาที่ใช้

5. นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนผู้ที่ใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

6. ปรับปรุงแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

7. นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแล้วไปใช้จริงต่อไป

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขออนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามความคาดหวังและความต้องการในการใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ผู้วิจัยลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยทำการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าคุณภาพของแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีการดำเนินการโดยใช้การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

2. การศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชนได้ใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของผู้บริโภคแบบโพพชูเมอร์ที่เข้าใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชนโดยใช้สถิติ ได้แก่ Independent-sample F-test

4. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชนจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโดยใช้สถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

**ขั้นตอนที่ 3** สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

1. นำผลสำรวจในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มากำหนดประเด็นสำคัญเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ผู้วิจัยทำการสรุปข้อมูล เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาข้อมูลจากผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่วนที่ 2 เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) จากแบบสอบถาม โดยรวบรวมจากผู้ใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลในสองส่วนโดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ข้อมูลในส่วนนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดของผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้การสำรวจจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในส่วนนี้ได้แก่ โรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 แห่งโดยมีรายละเอียดดังนี้

มุมมองต่อการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในแง่ของ จุด  
แข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยอ้างอิงจากแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม  
องค์กร (SWOT Analysis)

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรของโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่  
กรุงเทพมหานครในด้านจุดแข็ง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis)
	จุดแข็ง
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 1	ตัวผู้บริหารโรงเรียนดนตรี มีประสบการณ์ในการเป็นครูสอนดนตรี นักเรียน ดนตรี และผู้ปกครองที่ส่งนักเรียนเรียนดนตรี ทำให้ตัวผู้บริหารมีความเข้าใจ ในตัวผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake Holder) ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนดนตรี เอกชน มองเห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการ ผู้ปกครอง และครูผู้สอน ภายในโรงเรียน
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 2	ตัวผู้บริหารโรงเรียนดนตรี มีประสบการณ์ในด้านดนตรี เป็นครูผู้สอนดนตรี ทำให้สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกกับตัวผู้ปกครองได้ เน้นในด้านความสะอาด ภายในโรงเรียน ความใส่ใจในความต้องการของผู้ปกครอง
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 3	เน้นเรื่องบรรยากาศภายในโรงเรียนให้มีความอบอุ่น สนุก มีจินตนาการ มี ความเป็นกันเอง มีกิจกรรมแสดงดนตรีอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารเป็นครูผู้สอน ภายในโรงเรียนเองด้วย

ตารางที่ 2 สรุปข้อมูลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรของโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่  
กรุงเทพมหานครในด้านจุดอ่อน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis)
	จุดอ่อน
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 1	จากการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชนทำให้พบว่า ความสามารถของครูผู้สอน ภายในโรงเรียนดนตรี ครูดนตรีส่วนใหญ่เรียนจบ วิชาดนตรี ไม่ได้เรียน วิธีการสอน ทำให้ขาดความรู้ความสามารถในการสอนเด็กนักเรียน

ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 2	การมีครูผู้สอนจำนวนมาก ทำให้การดูแลครูผู้สอนไม่ทั่วถึง จึงมีการอบรมครูผู้สอนก่อนเข้าทำการสอนภายในโรงเรียน เพื่อให้ครูตอบสนองได้ตรงจุด กลุ่มลูกค้าของโรงเรียนดนตรี
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 3	โรงเรียนมีเครื่องดนตรีให้เลือกเรียนเพียง 5 ชิ้น 1.เปียโน 2.อูคูเลเล่ 3.กีตาร์ 4.ไวโอลิน 5.เชลโล

ตารางที่ 3 สรุปข้อมูลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรของโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในด้านโอกาส

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis)
	โอกาส
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 1	โรงเรียนของรัฐบาลและโรงเรียนเอกชนในปัจจุบันมีการใส่ใจในการสอนวิชาดนตรีมากขึ้น แต่ด้วยจำนวนนักเรียนที่มาก ต่อครูเพียง 1 ท่าน ภายในโรงเรียน ไม่เพียงพอที่จะทำให้นักเรียนทุกคนมีความรู้ความสามารถในการเล่นดนตรี ผู้ปกครองจึงใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน เพื่อให้นักเรียนได้รับความรู้ความสามารถในการเล่นดนตรี ได้อย่างดี
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 2	จากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เกิดการปิดโรงเรียน ทำให้นักเรียนต้องหยุดเรียน ผู้ปกครองให้ความเห็นว่านักเรียนส่วนใหญ่จะสนใจแต่การเล่นอินเทอร์เน็ต ผ่านทางสมาร์ทโฟน เพราะไม่สามารถออกไปทำกิจกรรมอื่นๆได้ ทำให้หลังจากสถานการณ์นี้ ผู้ปกครองมีความสนใจที่จะให้นักเรียนเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี เพื่อที่นักเรียน จะได้สนใจทำกิจกรรมอื่นๆนอกจากการเล่นอินเทอร์เน็ต ผ่านทางสมาร์ทโฟนเพียงอย่างเดียว
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 3	มีการเปิดการสอนออนไลน์ ในช่วงสถานการณ์โรคระบาด



ตารางที่ 4 สรุปข้อมูลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรของโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครในด้านอุปสรรค

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis)
	อุปสรรค
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 1	ปัญหาเรื่องโรคระบาด ทั้งเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 และไวรัส RSV ส่งผลกระทบต่อโรงเรียนดนตรีเอกชน ทั้งในเรื่องการปิดโรงเรียน ในเรื่องสภาพเศรษฐกิจของผู้ปกครอง ส่งผลให้ยอดการใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชนลดลง
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 2	ตัวผู้ปกครองที่ใช้บริการโรงเรียนดนตรีในพื้นที่ ค่อนข้างมีความระมัดระวังต่อเรื่องโรคโควิด 19, โรค RSV ภายในเด็กเล็ก, และ PM 2.5 เป็นอย่างมาก ทำให้เมื่อการสถานการณ์เหล่านี้ขึ้น การใช้บริการโรงเรียนดนตรีก็จะลดลง
ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 3	จากสถานการณ์ปัจจุบันโรงเรียนดนตรีมีการใช้บริการที่ลดลง เนื่องจากระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 และด้วยสถานที่ตั้งของตัวโรงเรียนทำให้ได้รับผลกระทบจากม็อบ ต้องปิดการให้บริการ



ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยสำรวจความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อสำรวจข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการความคาดหวังและความต้องการใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น 3 หัวข้อในการวิเคราะห์การเก็บข้อมูลดังนี้

หัวข้อที่ 1 ผลการสำรวจ คุณลักษณะ พฤติกรรมการเข้ารับบริการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน และความเห็นต่อการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน

ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการเข้ารับบริการ และความคิดเห็นของผู้เข้ารับบริการต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนเอกชน โดยใช้สถิติอธิบายผลสำรวจประกอบไปด้วย ค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) Independent-sample F-test การทดสอบความแปรปรวนแปรทางเดียว (One-way ANOVA) โดยขอลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมการเข้ารับบริการ ความต้องการ และความคาดหวัง
3. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้บริโภค
4. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน

5. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ระหว่างลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ด้วย Independent - sample T-test กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA)

สำหรับข้อมูลในส่วนนี้ เป็นการศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ความต้อง และความคาดหวังในการรับบริการจากโรงเรียนดนตรีเอกชน มาจากการเลือกแบบสุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 5,676,648 ราย (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, 2562) กลุ่มผู้ปกครองที่มีอำนาจตัดสินใจแทนบุตรหลานในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมที่นำมาใช้ศึกษาในครั้งนี้ จำนวน 400 ราย โดยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มผู้ปกครอง โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ของครัวเรือนต่อ 1 เดือน ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม “เพศ”

เพศ	Frequency	Percent
ชาย	130	32.5
หญิง	270	67.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม “อายุ”

อายุ	Frequency	Percent
ระหว่าง 20 - 30 ปี	7	1.8
ระหว่าง 31 - 40 ปี	139	34.8
ระหว่าง 41 - 50 ปี	217	54.3
ระหว่าง 51 - 60 ปี	27	6.8
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	10	2.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม “ระดับการศึกษาสูงสุด”

ระดับการศึกษาสูงสุด	Frequency	Percent
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	5.3
ปริญญาตรี	310	77.5
ปริญญาโท	63	15.7
ปริญญาเอก	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม “อาชีพ”

อาชีพ	Frequency	Percent
พนักงานเอกชน	145	36.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	8.7
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ	136	34
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	40	10
รับราชการ / พนักงาน ของรัฐ / ลูกจ้างของ หน่วยงานราชการ	44	10.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม “สถานภาพสมรส”

สถานภาพสมรส	Frequency	Percent
โสด	9	2.3
สมรส / อยู่ด้วยกัน	383	95.8
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	8	2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม “รายได้ของครัวเรือนต่อ 1 เดือน”

รายได้ของครัวเรือนต่อ 1 เดือน	Frequency	Percent
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3	0.8
ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท	3	0.8
ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท	14	3.5
ระหว่าง 60,001 - 100,000 บาท	184	46
สูงกว่า 100,001 บาท	196	49
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

## 2. พฤติกรรมการเข้ารับบริการ ความต้องการ และความคาดหวัง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มผู้ปกครอง ในส่วนของการศึกษาพฤติกรรม การเข้ารับบริการ ความต้องการ และความคาดหวังในการเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ปราบกฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 11 อายุของบุตรหลานที่เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน

อายุ	Frequency	Percent
ต่ำกว่า 5 ปี	13	3.3
ระหว่าง 5 - 10 ปี	221	55.3
ระหว่าง 11 - 15 ปี	152	38
ระหว่าง 16 - 20 ปี	10	2.4
มากกว่า 20 ปีขึ้นไป	4	1
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 12 เหตุผลสำคัญที่สุด ที่ทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี

เหตุผลสำคัญ	Frequency	Percent
มีหลักสูตรที่ดี และมีการวัดระดับที่มีคุณภาพ	76	19
มีค่าเล่าเรียนที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนดนตรีที่อื่น	4	1
มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และสะดวกต่อการเดินทางมารับบริการ	44	11
เป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ	42	10.5
มีครูผู้สอนที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญในการสอน	225	56.3
ขั้นตอนในการเข้ารับบริการ มีความสะดวกไม่ซับซ้อน (เช่น การลงทะเบียน การชำระค่าเล่าเรียน)	3	0.6
มีสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนที่ดีและเหมาะสมกับการเรียน	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 13 ผลลัพธ์ที่ผู้ปกครองต้องการจากการส่งบุตรหลานเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีมากที่สุด

ผลลัพธ์ที่ผู้ปกครองต้องการ	Frequency	Percent
พัฒนาสมรรถนะของผู้เรียน	102	25.5
ให้ผู้เรียนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	81	20.3
ให้ผู้เรียนมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น	110	27.5
ให้ผู้เรียนผ่อนคลายความเครียด โดยการเล่นดนตรี	74	18.5
ให้ผู้เรียนนำเอาความรู้ไปใช้ศึกษาต่อในอนาคต	32	8
อื่นๆ	1	0.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 14 วิชาที่ผู้ปกครองอยากให้บุตรหลานเข้ารับบริการจากโรงเรียนดนตรีเอกชน

รายวิชา	Frequency	Percent
เปียโน	349	87.3
ซัปร้อง	187	46.8
กีตาร์	230	57.5
เบส	43	10.8
อูคูเลเล่	134	33.5
กลอง	79	19.8
เครื่องดนตรีไทย	19	4.8
เครื่องเป่า	26	6.5
เครื่องสาย (ไวโอลิน, เชลโล)	53	13.3
ทฤษฎีดนตรี, โสตทัศนศึกษา	44	11
อื่นๆ	1	0.3

### 3. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้ปกครองที่เข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเอกชน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มผู้ปกครอง ในส่วนของการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้ปกครองที่เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 15 อุปกรณ์สื่อสารที่ผู้ปกครองใช้ในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์

อุปกรณ์สื่อสาร	Frequency	Percent
โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน / แท็บเล็ต	397	99.3
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	55	13.8
โน้ตบุ๊ก	249	62.3

ตารางที่ 16 สื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ปกครองเข้าใช้งาน

สื่อสังคมออนไลน์	Frequency	Percent
Facebook	397	99.3
Instagram	280	70
Line	389	97.3
Twitter	61	15.3
Youtube	318	79.5
Pantip	66	16.5
อื่นๆ	4	1



ตารางที่ 17 การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ปกครอง

การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์	Frequency	Percent
สื่อสารพูดคุย	387	96.8
รีวิวสินค้าหรือบริการ	168	42
โพสรูปภาพ	357	89.3
โพสวิดีโอ	203	50.7
สร้างเพจขายสินค้าหรือบริการ	34	8.5
เขียนบล็อกส่วนตัว	17	4.3
ขายสินค้าหรือบริการ	105	26.3
ซื้อสินค้าหรือบริการ	239	59.8
เล่นเกมส์	207	51.7
ฟังเพลง	338	84.5
การค้นหาข้อมูลต่างๆ	343	85.8

#### 4. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการโรงเรียน

##### ดนตรีเอกชน

ตารางที่ 18 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี

ปัจจัยที่ส่งผล	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน		
	Mean	Std. Deviation	ระดับความสำคัญ
1. หลักสูตรมีความหลากหลาย	4.01	0.564	มาก
2. หลักสูตรเป็นที่ยอมรับในระดับสากล	4.17	0.528	มาก
3. ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จัก	3.79	0.770	มาก
4. มีประกันคุณภาพผลการศึกษาของผู้เรียน	3.90	0.643	มาก

5. มีคลิปวิดีโอแสดงพัฒนาการของผู้เรียนในทุกชั่วโมงที่เรียน	3.81	0.567	มาก
6. มีการสอนผ่านการติดต่อสื่อสารออนไลน์ (Video Call)	3.65	0.680	มาก
7. การกำหนดค่าเล่าเรียนในแต่ละระดับอย่างเหมาะสม	4.25	0.579	มาก
8. อัตราค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนดนตรีอื่นๆ	3.99	0.568	มาก
9. มีการจำหน่ายเครื่องดนตรีในราคาที่เหมาะสม	3.59	0.868	มาก
10. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	4.24	0.711	มาก
11. ค่าเล่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้	4.16	0.785	มาก
12. สถานที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกต่อการเดินทาง	4.47	0.604	มาก
13. มีที่สำหรับจอดรถ	4.64	0.566	มากที่สุด
14. มีช่วงเวลาเปิดปิดที่เหมาะสม	4.18	0.765	มาก
15. มีพื้นที่สำหรับผู้ปกครองขณะรอรับบุตรหลาน	4.14	0.714	มาก
16. มีคลิปวิดีโอสื่อการเรียนการสอนแบบออนไลน์	4.28	0.829	มาก
17. มีช่องทางสื่อออนไลน์ในการสื่อสารส่งข้อมูลให้ผู้รับบริการส่วนตัว(เช่น Line, Facebook, IG)	3.29	0.735	ปานกลาง
18. มีเว็บไซต์ของโรงเรียนในการแจ้งข้อมูลให้กับผู้รับบริการ	3.03	0.835	ปานกลาง
19. มีกลุ่มการให้ข้อมูลในผ่านสื่อออนไลน์ให้เฉพาะสำหรับกลุ่มผู้เข้ารับบริการ (เช่น กลุ่ม Line, กลุ่ม Facebook)	3.16	0.731	ปานกลาง

20. มีการมอบส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่รับบริการ	4.13	0.563	มาก
21. มีการมอบส่วนลดพิเศษตามเทศกาลหรือโอกาสต่างๆ	4.07	0.622	มาก
22. มีสิทธิพิเศษในการรับชมวีดีโอสื่อการสอนแบบส่วนตัว	4.01	0.688	มาก
23. ครูผู้สอนมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีทางด้านวิชาดนตรี	4.79	0.524	มากที่สุด
24. ครูผู้สอนมีการรายงานพัฒนาการของนักเรียนต่อผู้ปกครองหลังจบคาบเรียน	3.95	0.677	มาก
25. ครูผู้สอนมีทักษะทางภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี	4.41	0.757	มาก
26. ครูผู้สอนมีเทคนิคในการจูงใจผู้เรียนต่อบทเรียน	4.79	0.434	มากที่สุด
27. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ	4.78	0.447	มากที่สุด
28. เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความสุภาพ อ่อนน้อม	4.26	0.625	มาก
29. เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.25	0.627	มาก
30. มีระบบการลงทะเบียนที่ดีเข้าใจง่าย	4.72	0.596	มากที่สุด
31. มีระบบการลงทะเบียนเรียนออนไลน์	3.42	0.727	ปานกลาง
32. มีการจัดเก็บข้อมูลของผู้เรียนที่รัดกุมและเป็นความลับ	4.52	0.620	มากที่สุด
33. มีการประเมินและรายงานผลการศึกษาเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน	4.01	0.728	มาก
34. มีระบบติดต่อร้องเรียนของลูกค้าต่อผู้บริหารโดยตรง	3.77	0.773	มาก
35. รูปแบบการตกแต่งของโรงเรียนมีความ	4.67	0.664	มากที่สุด

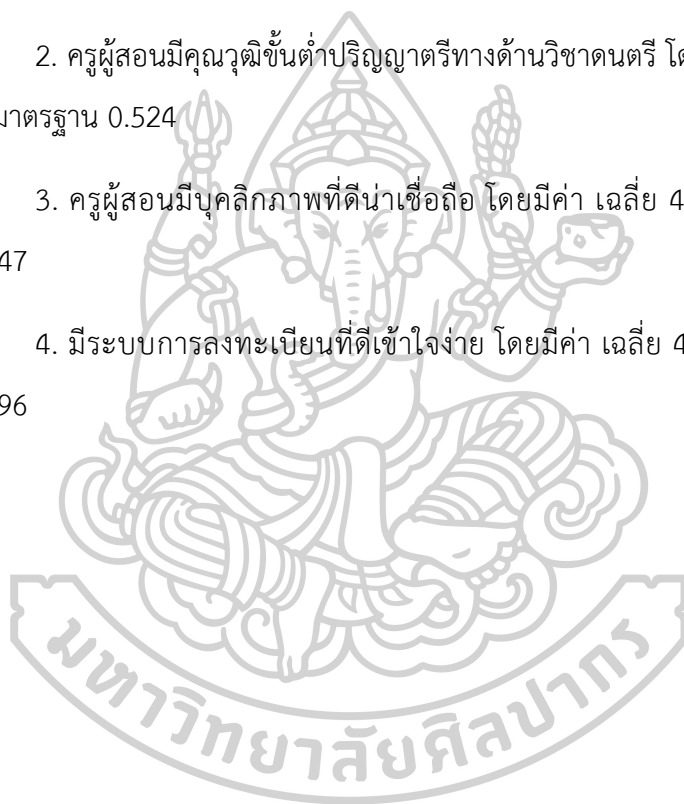
สวยงามและทันสมัย			
36. อุณหภูมิและอากาศภายในโรงเรียนมีความเหมาะสม ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์	4.43	0.604	มาก
37. มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi)	4.30	0.699	มาก
38. มีบริการน้ำดื่ม	4.12	0.781	มาก
39. เอกสารและรายงานในโรงเรียนจัดพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัยและน่าเชื่อถือ	4.43	0.668	มาก
40. แสงไฟที่ใช้ในโรงเรียนมีความสว่างเพียงพอ	4.63	0.615	มากที่สุด

จากตารางระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมาก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีในสองลำดับได้ดังนี้



ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในระดับ มากที่สุด จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

1. ครูผู้สอนมีเทคนิคในการจูงใจผู้เรียนต่อบทเรียน โดยมีค่า เฉลี่ย 4.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.434
2. ครูผู้สอนมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีทางด้านวิชาดนตรี โดยมีค่า เฉลี่ย 4.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.524
3. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดูน่าเชื่อถือ โดยมีค่า เฉลี่ย 4.78 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.447
4. มีระบบการลงทะเบียนที่ตีเข้าใจง่าย โดยมีค่า เฉลี่ย 4.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.596



## หัวข้อที่ 2 ผลวิจัยเชิงสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาดบริการของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน

ขั้นตอนการตรวจสอบความเหมาะสมของชุดข้อมูลว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ ด้วยการใช้ KMO and Bartlett's Test ซึ่งโดยทั่วไปแล้วถ้าได้ค่า KMO มากกว่า 0.50 และค่า Bartlett's Test ในส่วนของค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน และมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ได้

ตารางที่ 19 การตรวจสอบค่าความเหมาะสมของข้อมูล ผ่านการแสดงค่า KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.843
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6203.817
	df	780
	Sig.	.000

จากตารางที่ 19 แสดงค่า KMO เท่ากับ 0.851 ค่า Bartlett's Test ในส่วนของค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ข้างต้น คือได้ค่า KMO มากกว่า 0.50 และค่า Bartlett's Test ในส่วนของค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าจากชุดข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ได้

จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยหลักด้วยวิธี Principle Component Analysis (PCA) และใช้วิธีหมุนแกนของปัจจัย (Factor Rotation) แบบมุมฉากด้วยวิธี Othogonal Rotation แบบ Varimax ตามลำดับโดยสามารถสกัดองค์ประกอบออกมาได้ 11 องค์ประกอบ โดยทั้ง 11 องค์ประกอบดังกล่าวได้ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 21

ตารางที่ 20 การกำหนดรหัสตัวแปร เพื่อใช้ในการจัดกลุ่มปัจจัยที่ส่งผล

ลำดับ ที่	ตัวแปรที่ส่งผล	รหัสตัว แปร
1.	หลักสูตรมีความหลากหลาย	A1
2.	หลักสูตรเป็นที่ยอมรับในระดับสากล	A2
3.	ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จัก	A3
4.	มีประกันคุณภาพผลการศึกษของผู้เรียน	A4
5.	มีคลิปวิดีโอแสดงพัฒนาการของผู้เรียนในทุกชั่วโมงที่เรียน	A5
6.	มีการสอนผ่านการติดต่อสื่อสารออนไลน์ (Video Call)	A6
7.	การกำหนดค่าเล่าเรียนในแต่ละระดับอย่างเหมาะสม	A7
8.	อัตราค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนดนตรีอื่นๆ	A8
9.	มีการจำหน่ายเครื่องดนตรีในราคาที่เหมาะสม	A9
10.	มีช่องทางทางการเงินที่หลากหลาย	A10
11.	ค่าเล่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้	A11
12.	สถานที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกต่อการเดินทาง	A12
13.	มีที่สำหรับจอดรถ	A13
14.	มีช่วงเวลาเปิดปิดที่เหมาะสม	A14
15.	มีพื้นที่สำหรับผู้ปกครองขณะรอรับบุตรหลาน	A15
16.	มีคลิปวิดีโอสื่อการเรียนการสอนแบบออนไลน์	A16
17.	มีช่องทางสื่อออนไลน์ในการสื่อสารส่งข้อมูลให้ผู้รับบริการส่วนตัว(เช่น Line, Facebook, IG)	A17
18.	มีเว็บไซต์ของโรงเรียนในการแจ้งข้อมูลให้กับผู้รับบริการ	A18
19.	มีกลุ่มการให้ข้อมูลในผ่านสื่อออนไลน์ให้เฉพาะสำหรับกลุ่มผู้เข้ารับบริการ (เช่น กลุ่ม Line, กลุ่ม Facebook)	A19
20.	มีการมอบส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่รับบริการ	A20
21.	มีการมอบส่วนลดพิเศษตามเทศกาลหรือโอกาสต่างๆ	A21
22.	มีสิทธิพิเศษในการรับชมวิดีโอสื่อการเรียนการสอนแบบส่วนตัว	A22
23.	ครูผู้สอนมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีทางด้านวิชาดนตรี	A23

24.	ครูผู้สอนมีการรายงานพัฒนาการของนักเรียนต่อผู้ปกครองหลังจบคาบเรียน	A24
25.	ครูผู้สอนมีทักษะทางภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี	A25
26.	ครูผู้สอนมีเทคนิคในการจูงใจผู้เรียนต่อบทเรียน	A26
27.	ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ	A27
28.	เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความสุภาพ อ่อนน้อม	A28
29.	เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	A29
30.	มีระบบการลงทะเบียนที่ดีเข้าใจง่าย	A30
31.	มีระบบการลงทะเบียนเรียนออนไลน์	A31
32.	มีการจัดเก็บข้อมูลของผู้เรียนที่รัดกุม และเป็นความลับ	A32
33.	มีการประเมินและรายงานผลการศึกษาเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน	A33
34.	มีระบบติดต่อร้องเรียนของลูกค้ำต่อผู้บริหารโดยตรง	A34
35.	รูปแบบการตกแต่งของโรงเรียนมีความสวยงามและทันสมัย	A35
36.	อุณหภูมิและอากาศภายในโรงเรียนมีความเหมาะสม ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ (เครื่องฟอกอากาศฝุ่น PM 2.5)	A36
37.	มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi)	A37
38.	มีบริการน้ำดื่ม	A38
39.	เอกสารและรายงานในโรงเรียนจัดพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัยและน่าเชื่อถือ	A39
40.	แสงไฟที่ใช้ในโรงเรียนมีความสว่างที่เพียงพอ	A40
<b>รวมทั้งสิ้น 40 ตัวแปร</b>		



ตารางที่ 21 ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบการหมุนแกน Othogonal Rotation แบบ Varimax  
จากความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้ารับบริการโรงเรียน  
ดนตรีเอกชน

รหัส ตัว แปร	Component										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
A26	.787										
A27	.772										
A30	.753										
A23	.747										
A35	.697										
A25	.598										
A32	.598										
A16	.537										
A40	.423										
A10	.401										
A19		.831									
A18		.828									
A17		.810									
A21			.765								
A20			.668								
A22			.658								
A29				.847							
A28				.832							
A38					.815						
A37					.719						
A39					.553						
A13						.699					

A12						.635					
A14						.614					
A15						.512					
A2							.738				
A3							.611				
A4							.563				
A1							.532				
A33								.779			
A34								.742			
A31									.692		
A9									.501		
A11									.461		
A8										.774	
A7										.746	
A36											.583
A5											.476
A6											.429
A24											.395

### สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยเชิงสำรวจ

จากตารางที่ 21 พบว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) สามารถจัดกลุ่มจากตัวแปรทั้งสิ้น 40 ตัวแปร โดยสามารถสกัดองค์ประกอบได้ทั้งสิ้น 11 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ปัจจัยที่ 1 คุณภาพของครูผู้สอน

1. ครูผู้สอนมีเทคนิคในการจูงใจผู้เรียนต่อบทเรียน (A26 = 0.787)
2. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ (A27 = 0.772)
3. มีระบบการลงทะเบียนที่ดีเข้าใจง่าย (A30 = 0.753)
4. ครูผู้สอนมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีทางด้านวิชาดนตรี (A23 = 0.747)
5. รูปแบบการตกแต่งของโรงเรียนมีความสวยงามและทันสมัย (A35 = 0.697)
6. ครูผู้สอนมีทักษะทางภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี (A25 = 0.598)
7. มีการจัดเก็บข้อมูลของผู้เรียนที่รัดกุม และเป็นความลับ (A32 = 0.598)
8. มีคลิปรีดิโอสื่อการเรียนการสอนแบบออนไลน์ (A16 = 0.537)
9. แสงไฟที่ใช้ในโรงเรียนมีความสว่างที่เพียงพอ (A40 = 0.423)
10. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย (A10 = 0.401)

#### ปัจจัยที่ 2 ช่องทางการสื่อสารออนไลน์

1. มีกลุ่มการให้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ให้เฉพาะสำหรับกลุ่มผู้เข้ารับบริการ เช่น กลุ่ม Line, กลุ่ม Facebook (A19 = 0.831)
2. มีเว็บไซต์ของโรงเรียนในการแจ้งข้อมูลให้กับผู้รับบริการ (A18 = 0.828)
3. มีช่องทางสื่อออนไลน์ในการสื่อสารส่งข้อมูลให้ผู้รับบริการส่วนตัว เช่น Line, Facebook, IG (A17 = 0.810)

### ปัจจัยที่ 3 สิทธิพิเศษให้กับผู้ใช้บริการ

1. มีการมอบส่วนลดพิเศษตามเทศกาลหรือโอกาสต่างๆ (A21 = 0.765)
2. มีการมอบส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่รับบริการ (A20 = 0.668)
3. มีสิทธิพิเศษในการรับชมวีดีโอสื่อการสอนแบบส่วนตัว (A22 = 0.658)

### ปัจจัยที่ 4 ความใส่ใจต่อลูกค้าของเจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียน

1. เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (A29 = 0.847)
2. เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความสุภาพ อ่อนน้อม (A28 = 0.832)

### ปัจจัยที่ 5 อุปกรณ์ภายในโรงเรียนที่ให้บริการแก่ลูกค้าภายในโรงเรียน

1. มีบริการน้ำดื่ม (A38 = 0.815)
2. มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi) (A37 = 0.719)
3. เอกสารและรายงานในโรงเรียนจัดพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัยและน่าเชื่อถือ (A39 = 0.553)

### ปัจจัยที่ 6 สถานที่ที่สะดวกสบายต่อการเข้ารับบริการ

1. มีที่สำหรับจอดรถ (A13 = 0.699)
2. สถานที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกต่อการเดินทาง (A12 = 0.635)
3. มีช่วงเวลาเปิดปิดที่เหมาะสม (A14 = 0.614)
4. มีพื้นที่สำหรับผู้ปกครองขณะรอรับบุตรหลาน (A15 = 0.512)

### ปัจจัยที่ 7 โรงเรียนที่มีคุณภาพ

1. หลักสูตรเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (A2 = 0.738)
2. ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จัก (A3 = 0.611)
3. มีประกันคุณภาพผลการศึกษาของผู้เรียน (A4 = 0.563)
4. หลักสูตรมีความหลากหลาย (A1 = 0.532)

### ปัจจัยที่ 8 การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้ารับบริการ

1. มีการประเมินและรายงานผลการศึกษาเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน (A33 = 0.779)
2. มีระบบติดต่อร้องเรียนของลูกค้ำต่อผู้บริหารโดยตรง (A34 = 0.742)

### ปัจจัยที่ 9 ช่องทางการลงทะเบียนและชำระเงินที่มีคุณภาพ

1. มีระบบการลงทะเบียนเรียนออนไลน์ (A31 = 0.692)
2. มีการจำหน่ายเครื่องดนตรีในราคาที่เหมาะสม (A9 = 0.501)
3. ค่าเล่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้ (A11 = 0.461)

### ปัจจัยที่ 10 ความคุ้มค่าของการเข้ารับบริการ

1. อัตราค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนดนตรีอื่นๆ (A8 = 0.774)
2. การกำหนดค่าเล่าเรียนในแต่ละระดับอย่างเหมาะสม (A7 = 0.746)

### ปัจจัยที่ 11 คุณภาพในการเรียนการสอน

1. อุณหภูมิและอากาศภายในโรงเรียนมีความเหมาะสม ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ เครื่องฟอกอากาศฝุ่น PM 2.5 (A36 = 0.583)
2. มีคลิปวิดีโอแสดงพัฒนาการของผู้เรียนในทุกชั่วโมงที่เรียน (A5 = 0.476)
3. มีการสอนผ่านการติดต่อสื่อสารออนไลน์ (Video Call) (A6 = 0.429)
4. ครูผู้สอนมีการรายงานพัฒนาการของนักเรียนต่อผู้ปกครองหลังจบคาบเรียน (A24 = 0.395)



### ส่วนที่ 3 กรอบกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19

ในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ได้ดังนี้

P (Personnel)	หมายถึง บุคลากรที่ดี
A (Ambience)	หมายถึง สถานที่ที่พร้อมรับมือกับสถานการณ์โควิด-19
O (Online Learning)	หมายถึง การเรียนการสอนดนตรีออนไลน์
E (Easy Payment)	หมายถึง การลงทะเบียนเรียนและการชำระเงิน

ซึ่งสามารถสรุปความหมายทั้ง 4 กลยุทธ์ได้ดังนี้

กลยุทธ์สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 **P (Personnel)** มีบุคลากรที่เข้าใจในหน้าที่ของตนเอง เข้าใจในการพัฒนาตนเองเพื่อให้มีบริการที่ดีและตรงตามความต้องการของผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี **A (Ambience)** มีสถานที่ภายในโรงเรียน ที่พร้อมที่จะให้บริการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 **O (Online Learning)** มีทางเลือกในการเรียนการสอนออนไลน์ให้กับผู้เข้ารับบริการ **E (Easy Payment)** มีช่องทางการลงทะเบียนเรียนและการชำระเงิน ที่สะดวกให้กับผู้เข้ารับบริการ การนำกลยุทธ์ P-A-O-E ไปใช้ในการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชนจะก่อให้เกิดความพร้อมที่จะรับมือกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้อย่างดี

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19” ชั้นนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) แบ่งออกเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งมาจากการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้บริหารธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ราย ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบสุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยจากเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับโดยเทียบตามตารางของ Taro Yamane (1973) จากผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Stand Deviation) และการค้นหาปัจจัยสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จากวิธีการศึกษาวิจัยที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### สรุป

จากการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19” ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณแล้ว สามารถสรุปผลการวิจัยออกได้เป็น 3 ส่วนด้วยกัน ดังนี้

1. ผลวิจัยเชิงคุณภาพ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)
2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)
3. กรอบกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

โดยมีรายละเอียดของข้อมูลทั้ง 3 ส่วน ดังนี้



### ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ข้อมูลส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสอบถามความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้รับมาทั้งหมดจากส่วนนี้ได้ผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล แล้วนำมาเสนอในรูปแบบของความเรียงเพื่อให้เห็นมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญอย่างชัดเจน โดยเรียงลำดับการนำเสนอข้อมูลตามหัวข้อ ดังนี้

#### ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร(ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสรุปประเด็นสัมภาษณ์จากผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ได้ดังนี้

#### ประเด็นที่ 1 จุดแข็งที่ใช้ในการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการให้สัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีนั้น มีจุดร่วมในเรื่อง ตัวผู้บริหารโรงเรียนดนตรี มีประสบการณ์จากการเป็นครูสอนดนตรี นักเรียนดนตรี และผู้ปกครองที่ส่งนักเรียนเรียนดนตรี ทำให้ตัวผู้บริหารมีความเข้าใจในตัวผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake Holder) ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนดนตรีเอกชน มองเห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการ ผู้ปกครอง และครูผู้สอนภายในโรงเรียน อีกทั้งเรื่องสภาพแวดล้อมและความสะอาดภายในโรงเรียนเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ผู้เข้ารับบริการมั่นใจในการเข้ารับบริการโรงเรียน

#### ประเด็นที่ 2 จุดอ่อนที่พบจากการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการให้สัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีนั้น มีจุดร่วมในเรื่อง บุคลากรครูผู้สอนภายในโรงเรียนดนตรีส่วนใหญ่เรียนจบทางด้านดนตรีมาโดยเฉพาะ ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการสอน

ประเด็นที่ 3 โอกาสที่พบจากสภาวะปัจจุบัน ในการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการให้สัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีนั้นมีจุดร่วมในเรื่อง จากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ทำให้โรงเรียนดนตรีเอกชนมีการให้บริการในการสอนออนไลน์

**ประเด็นที่ 4** อุปสรรคที่พบจากสภาวะปัจจุบัน ในการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการให้สัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีนั้นมีจุดร่วมในเรื่อง ผู้ใช้บริการโรงเรียนดนตรีค่อนข้างมีความระมัดระวังต่อเรื่องโรคโควิด 19, โรค RSV ภายในเด็กเล็ก, และ PM 2.5 เป็นอย่างมาก จากการเกิดสถานการณ์เหล่านี้ขึ้น การใช้บริการโรงเรียนดนตรีจึงลดลง

#### ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ข้อมูลในส่วนนี้มาจากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ด้วยวิธีการสุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น ซึ่งมาจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane โดยเรียงลำดับการนำเสนอข้อมูลตามหัวข้อ ดังนี้

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มผู้ใช้บริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41- 50 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน สถานภาพสมรส อยู่ด้วยกัน รายได้ของครัวเรือนต่อ 1 เดือนอยู่ที่ สูงกว่า 100,000 บาท

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเข้ารับบริการ ความต้องการ และความคาดหวัง

นักเรียนที่เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 5 - 10 ปี เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี คือ การมีครูผู้สอนที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญในการสอน ผลลัพธ์ที่ต้องการจากการเข้ารับบริการโรงเรียน คือ ให้ผู้เรียนมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น เครื่องดนตรีที่สนใจให้นักเรียนเข้ารับบริการมากที่สุด คือ เปียโน

**ส่วนที่ 3** พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

อุปกรณ์สื่อสารที่ผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนใช้มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนใช้มากที่สุด คือ Facebook ผู้เข้ารับบริการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในด้านการสื่อสารพูดคุยมากที่สุด

**ส่วนที่ 4** การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพและรายได้ของครัวเรือนต่อ 1 เดือน

สรุปผลการเปรียบเทียบได้ ดังนี้

1. **เพศ** ที่แตกต่าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.329 ซึ่งถือว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. **อายุ** ที่แตกต่าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.238 ซึ่งถือว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

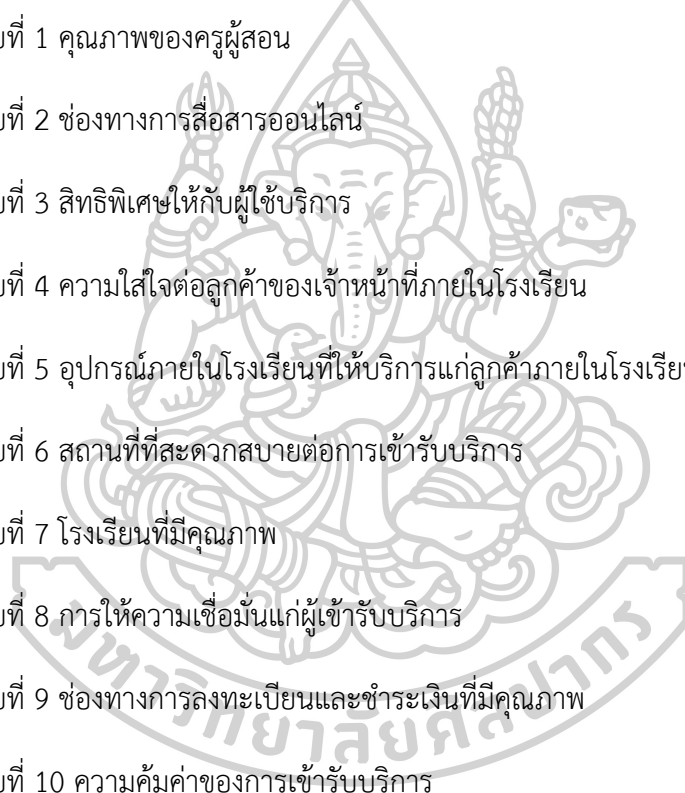
3. **ระดับการศึกษาสูงสุด** ที่แตกต่าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.169 ซึ่งถือว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. **อาชีพ** ที่แตกต่าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.387 ซึ่งถือว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. **รายได้ของครัวเรือน** ที่แตกต่าง มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.183 ซึ่งถือว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ส่วนที่ 5** ข้อมูลและระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางการตลาดบริการของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis:EFA) จากจำนวนตัวแปรทั้งสิ้น 40 ตัวแปร สามารถสกัดองค์ประกอบออกมาได้ทั้งสิ้น 11 ปัจจัย ประกอบไปด้วย

- 
- ปัจจัยที่ 1 คุณภาพของครูผู้สอน
  - ปัจจัยที่ 2 ช่องทางการสื่อสารออนไลน์
  - ปัจจัยที่ 3 สิทธิพิเศษให้กับผู้ใช้บริการ
  - ปัจจัยที่ 4 ความใส่ใจต่อลูกค้าของเจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียน
  - ปัจจัยที่ 5 อุปกรณ์ภายในโรงเรียนที่ให้บริการแก่ลูกค้าภายในโรงเรียน
  - ปัจจัยที่ 6 สถานที่ที่สะดวกสบายต่อการเข้ารับบริการ
  - ปัจจัยที่ 7 โรงเรียนที่มีคุณภาพ
  - ปัจจัยที่ 8 การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้ารับบริการ
  - ปัจจัยที่ 9 ช่องทางการลงทะเบียนและชำระเงินที่มีคุณภาพ
  - ปัจจัยที่ 10 ความคุ้มค่าของการเข้ารับบริการ
  - ปัจจัยที่ 11 คุณภาพในการเรียนการสอน

ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นในระดับมาก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีในสองลำดับได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในระดับ มากที่สุด จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

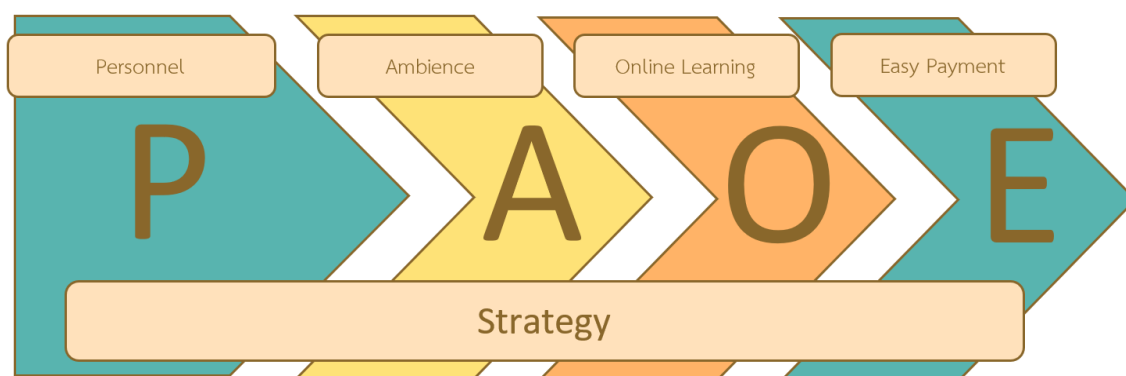
1. ครูผู้สอนมีเทคนิคในการจูงใจผู้เรียนต่อบทเรียน โดยมีค่า เฉลี่ย 4.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.434
2. ครูผู้สอนมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีทางด้านวิชาดนตรี โดยมีค่า เฉลี่ย 4.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.524
3. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ โดยมีค่า เฉลี่ย 4.78 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.447
4. มีระบบการลงทะเบียนที่ตีเข้าใจง่าย โดยมีค่า เฉลี่ย 4.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.596

2. ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในระดับ มาก จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

1. สถานที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกต่อการเดินทาง โดยมีค่า เฉลี่ย 4.48 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.604
2. เอกสารและรายงานในโรงเรียนจัดพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัยและน่าเชื่อถือ โดยมีค่า เฉลี่ย 4.44 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.668
3. อุณหภูมิและอากาศภายในโรงเรียนมีความเหมาะสม ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ (เครื่องฟอกอากาศฝุ่น PM 2.5) โดยมีค่า เฉลี่ย 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.604
4. ครูผู้สอนมีทักษะทางภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี โดยมีค่า เฉลี่ย 4.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.757

### กิจกรรมกลยุทธ์เชิงนวัตกรรม (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเอาผลการวิจัยที่ได้กล่าวไปในข้างต้นในชื่อกลยุทธ์ “PAOE” มา ยกตัวอย่างเป็นกิจกรรมกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เพื่อให้เห็นถึงแนวทางในการนำกลยุทธ์นี้ไปใช้จริง ซึ่งจะทำให้โรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครสามารถมีความ ได้เปรียบด้านการแข่งขันและสร้างผลตอบแทนในเชิงบวกต่อผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน โดยมี แนวทางการบริหารจัดการดังนี้



#### P Strategies (Personnel Strategies)

แนวคิดกลยุทธ์ สำหรับ “P Strategies” คือกลยุทธ์สำหรับการบริหารบุคลากรภายใน โรงเรียนดนตรี เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ จะแบ่ง ออกเป็น 3 ส่วน 1. ผู้บริหาร 2. ครูผู้สอน 3.เจ้าหน้าที่ธุรการ

#### ผู้บริหาร

ผู้บริหารต้องมีความรู้ความเข้าใจในทุกๆส่วนของโรงเรียนดนตรี มีทักษะในการวิเคราะห์ ครูผู้สอนแต่ละคนได้อย่างชัดเจนในด้านความสามารถทางดนตรีและด้านจิตวิทยาในการสอน เข้าใจ ในหลักสูตรต่างๆและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้เข้ารับบริการ เข้าใจในหน้าที่ ต่างๆภายในโรงเรียน

## ครูผู้สอน

ครูผู้สอนเป็นส่วนสำคัญมากสำหรับโรงเรียนดนตรีเอกชน ต้องมีหน้าที่ดูแลผู้เข้ารับบริการ (นักเรียน, ผู้เรียน) และผู้ปกครองที่มาส่งนักเรียนเข้ารับบริการ ครูผู้สอนที่ดีจำเป็นต้องมีคุณลักษณะ 3 ส่วน ดังนี้

ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน คือ ความสามารถเชิงลึกในรายวิชาที่ครูผู้สอนรับผิดชอบในการสอนวิชานั้นๆ ซึ่งสะท้อนมาจากวุฒิการศึกษาของตัวครูผู้สอน ประสบการณ์การทำงาน ผลงานทางด้านดนตรี เพื่อทำให้ผู้เข้ารับบริการเห็นถึงศักยภาพทางด้านดนตรีของครูผู้สอนแต่ละคนได้

จิตวิทยาในการสอน คือ ความสามารถในการชักจูงให้ผู้เรียนมีความสนใจในบทเรียน สนุกสนานไปกับการเรียน และได้รับผลลัพธ์ที่ดีจากการเรียน สร้างความประทับใจให้กับผู้เรียน และผู้ปกครอง เพื่อส่งผลดีในระยะยาวให้กับโรงเรียนดนตรีเอกชน

เป็นผู้ที่ตรงต่อเวลา คือ เป็นอีกคุณสมบัติที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้เข้ารับบริการ ได้อย่างดี แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบเรื่องเวลา และความเอาใจใส่ในการสอน

## เจ้าหน้าที่ธุรการ

คุณสมบัติที่เจ้าหน้าที่ธุรการควรมี 1. ใส่ใจในการให้บริการ 2. เข้าใจในหลักสูตรต่างๆของโรงเรียนดนตรี 3. มีทัศนคติที่ดีต่อเด็กนักเรียน

ใส่ใจในการให้บริการ เป็นคุณสมบัติที่เจ้าหน้าที่ธุรการควรมีเพราะจะต้องมีหน้าที่รับบริการจากผู้เข้ารับบริการอยู่ตลอดเวลา ต้องสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เข้ารับบริการ รวมทั้งยังต้องประสานงานนัดวันเวลาในการสอนให้กับนักเรียนและครูผู้สอนได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

เข้าใจในหลักสูตรต่างๆของโรงเรียนดนตรี เพื่อให้สามารถตอบคำถามกับผู้มาเข้ารับบริการได้เจ้าหน้าที่ธุรการจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักสูตรของโรงเรียนดนตรี อีกทั้งต้องรู้ถึงความถนัดในการสอนของครูแต่ละคนเพื่อให้สามารถเลือกครูให้เหมาะสมกับผู้เข้ารับบริการได้อย่างดี

มีทัศนคติที่ดีต่อเด็ก เจ้าหน้าที่ธุรการต้องมีการรับมือกับเด็กโดยเฉพาะเด็กเล็ก จึงจำเป็นต้องมีทัศนคติที่ดีต่อเด็ก เพื่อให้สามารถรับมือกับผู้เข้ารับบริการที่เป็นเด็กได้อย่างดี

## A Strategies (Ambience Strategies)

แนวคิดกลยุทธ์ สำหรับ “A Strategies” คือกลยุทธ์การจัดเตรียมพื้นที่ ที่เหมาะสมกับ โรงเรียนดนตรี เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเรื่อง ความสะอาดภายในโรงเรียน แสงไฟที่สว่างเพียงพอ พื้นที่การรองรับนักเรียนที่เหมาะสม การบริการ อินเทอร์เน็ต WiFi น้ำดื่ม เครื่องฟอกอากาศ

### ความสะอาดพื้นที่หรือบริเวณที่มีการสัมผัสร่วมกันภายในโรงเรียนดนตรี

ความสะอาดพื้นที่หรือบริเวณที่มีการสัมผัสร่วมกันภายในโรงเรียนดนตรี พื้นที่โดยรอบที่มีการสัมผัสร่วมกัน เช่น ประตู เก้าอี้ โต๊ะ อุปกรณ์ภายในห้องเรียน เป็นต้น ควรทำความสะอาดด้วย แอลกอฮอล์ 70% หรือโซเดียมไฮโปคลอไรท์ (น้ำยาฟอกขาว) 0.1% และควรจัดเป็นตารางในการทำความสะอาดเพื่อให้ทำความสะอาดได้อย่างถูกต้องและครบทุกจุด

ตารางที่ 22 ตัวอย่างตารางเวลาการทำความสะอาดของโรงเรียนดนตรี

หน้าที่	ช่วงเวลา							
	9.30 - 10.00	10.01 - 11.00	11.01 - 12.00	12.01 - 13.00	14.01 - 15.00	15.01 - 16.00	16.01 - 17.00	17.01 - 18.00
ดูแลความสะอาดในส่วนต้อนรับ	■		■		■			■
เช็ดทำความสะอาดตามชั้นวางของ		■		■		■		
จัดเรียงสมุดนิตยสาร						■		■
ดูแลความสะอาดห้องน้ำ	■		■		■		■	
เก็บถุงดำจากถังขยะ	■							■
ทำความสะอาดภายในห้องเรียน	■							■
เช็ดกระจกตามจุดต่างๆ	■				■			■



จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นถึงความรอบคอบในการทำความสะอาดภายในโรงเรียนเพื่อให้พื้นที่ในทุกๆจุดได้รับการทำความสะอาดอย่างทั่วถึง

### **การสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าและเฟซชีลด์ตลอดเวลา**

การสวมหน้ากากอนามัยและเฟซชีลด์เป็นหนึ่งในการป้องกันเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังเป็นการแสดงให้เห็นให้ผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเห็นถึงความพร้อมของบุคลากรภายในโรงเรียนที่พร้อมที่จะให้บริการในสถานการณ์ชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

### **มีจุดการให้บริการล้างมือหรือแอลกอฮอล์เจล**

เป็นจุดสำคัญสำหรับโรงเรียนดนตรีเนื่องจากอุปกรณ์เครื่องดนตรีบางชนิดไม่สามารถทำความสะอาดได้ด้วยแอลกอฮอล์ จึงควรมีจุดบริการล้างมือหรือแอลกอฮอล์เจล ในการทำความสะอาดมือก่อนและหลังจากการสัมผัสกับเครื่องดนตรี

### **มีการคัดกรองไข้ และอาการไอ หอบ เหนื่อย จาม หรือเป็นหวัด**

มีการคัดกรองไข้ และอาการไอ หอบ เหนื่อย จาม หรือเป็นหวัด หรือมีอุณหภูมิร่างกายมากกว่า 37.5 ขึ้นไป ต้องแจ้งแจ้งเหตุการให้บริการและนำไปพบแพทย์

### **การเว้นระยะห่างหรือฉากันภายในห้องเรียน**

สำหรับโรงเรียนที่มีพื้นที่สำหรับการเว้นระยะห่างภายในห้องเรียนก็ควรทำการเว้นระยะห่างเป็นระยะ 1.5 - 2 เมตร ถ้าพื้นที่ภายในห้องเรียนมีน้อย ก็ควรมีฉากกั้นระหว่างครูผู้สอนกับตัวนักเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับวิชาร้องเพลง เพราะจำเป็นต้องให้ครูและนักเรียนถอดหน้ากากขณะทำการเรียนการสอน

### **มาตรการโควิด**

การเปิดโรงเรียน สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัย โรงเรียนหรือสถาบันกวดวิชาและการจัดให้มีการเรียนการสอนแบบครบจำนวน ครอบห้องเรียน ครอบชั้นเรียนโดยต้องปฏิบัติตามมาตรการ

ควบคุมโรค (ออกตามความในมาตรา ๙ แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. ๒๕๔๘) ดังนี้

1. ทำความสะอาดพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อย ๆ ทั้งก่อนและหลังการเรียนการสอน การฝึกอบรม สัมมนา รวมถึงห้องสุขา และให้กำจัดขยะมูลฝอยทุกวัน
2. ให้ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ ครู อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง และผู้ร่วมกิจกรรม สำหรับการเรียนการสอน สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลา เว้นในระหว่างการออกกำลังกาย
3. ให้มีจุดบริการล้างมือด้วยสบู่ หรือแอลกอฮอล์เจล หรือน้ำยาฆ่าเชื้อโรคที่เพียงพอ เพื่อการล้างมือ ก่อนเข้าห้องเรียน และก่อนรับประทานอาหาร
4. มีมาตรการคัดกรองไข้ และอาการไอ หอบ เหนื่อย จาม หรือเป็นหวัด สำหรับผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ ครู อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง และผู้ร่วมกิจกรรม ก่อนเข้าอาคาร หรือรับ - ส่งนักเรียน โดยเจ้าหน้าที่โรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาที่ผ่านการอบรมการตรวจคัดกรอง อาการป่วย และรายงานหน่วยงานรับผิดชอบ กรณีพบผู้ที่เข้าเกณฑ์สอบสวนโรคตามแนวทางที่กำหนด
5. ให้มีการจัดการเรียนการสอนภายในอาคารเรียน หรือห้องเรียน ได้ครบตามจำนวนนักเรียนในทุกชั้นเรียน ทั้งนี้ ให้เว้นระยะนั่งหรือยืนให้ห่างกันตามขนาดพื้นที่ โดยถือหลักหลีกเลี่ยงการติดต่อสัมผัสระหว่างกัน
6. ให้ควบคุมจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมสำหรับการเรียนการสอนบริเวณภายนอกอาคารเรียน หรือห้องเรียน โดยมีให้แออัด หรืออาจให้เว้นระยะนั่งหรือยืนห่างกัน หรืออาจลดเวลาในการทำกิจกรรมเท่าที่จำเป็น
7. การจำหน่ายหรือบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตามมาตรการป้องกันโรคตามที่ราชการกำหนด ข้อ ๑ ก. แนบท้ายคำสั่ง ศบค. ที่ ๓/๒๕๖๓ ลงวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๖๓ สำหรับการนั่งรับประทานอาหารให้มีการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ และระหว่างที่นั่ง รวมถึงระยะห่างระหว่างการเดินทางอย่างน้อย ๑ เมตร โดยจำนวนผู้ร่วมโต๊ะให้เป็นไปตามความเหมาะสมของสถานที่

8. ให้ส่วนราชการที่รับผิดชอบพิจารณาให้โรงเรียน หรือสถาบันการศึกษาดำเนินกิจการหรือจัดกิจกรรมได้ตามความเหมาะสม รวมทั้งให้คณะกรรมการบริหารสถานศึกษา หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบลงทะเบียนยืนยันการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคที่ทางราชการกำหนดก่อนเปิดกิจการหรือจัดการเรียนการสอน หรือฝึกอบรม สัมมนา

9. ให้มีการควบคุมทางเข้าและออก ลงทะเบียนก่อนเข้าและออกจากสถานที่และเพิ่มมาตรการใช้แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนด หรือใช้มาตรการควบคุมด้วยการบันทึกข้อมูลและรายงานทดแทนได้

10. จัดให้มีการระบายอากาศที่ดีภายในอาคาร รวมถึงห้องสุขา ทั้งนี้ ให้ทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ และจัดการฆ่าเชื้อโรคอย่างสม่ำเสมอ

11. จัดให้มีระบบคิว และมีพื้นที่รอคิวที่มีที่นั่งหรือยืนห่างกัน อย่างน้อย 1 เมตร ทั้งบริเวณจุดรับประทานอาหาร ห้องน้ำ

12. จัดให้มีการแนะนำผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ ครู อาจารย์ นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง และผู้ร่วมกิจกรรม รวมถึงให้มีการตรวจตรา ควบคุม กำกับการเรียนการสอน การฝึกอบรม สัมมนา และงานธุรการที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นไปตามมาตรการควบคุมหลักอย่างเคร่งครัด

13. รายงานผลการปฏิบัติตามมาตรการป้องกัน ควบคุม โรคของโรงเรียนและสถาบันการศึกษา ตามเกณฑ์ที่กำหนดให้หน่วยงานที่รับผิดชอบทราบทุกสัปดาห์

14. ให้พิจารณาพัฒนานวัตกรรมการลงทะเบียน ก่อนเข้าและออกจากสถานที่ และระบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ เพื่อให้มีการเรียนการสอน การฝึกอบรมรูปแบบใหม่ในระยะยาว

15. กรณีนักเรียนผู้ไม่ใช่สัญชาติไทย ซึ่งเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาของสถานศึกษาในประเทศไทย ให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการตามมาตรการป้องกันโรค สำหรับผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรด้วย

## O Strategies (Online Learning Strategies)

แนวคิดกลยุทธ์ สำหรับ “O Strategies” คือกลยุทธ์การจัดเตรียมการเรียนการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมกับโรงเรียนดนตรี เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ในเรื่องอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการสอนออนไลน์ ช่องทางในการสอนออนไลน์ ข้อจำกัดในการเรียนการสอนดนตรีออนไลน์

### อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการสอนออนไลน์

อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการสอนออนไลน์จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารภาพและเสียงที่ดี เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการได้รับภาพและเสียงที่ดีจากครูผู้สอน ซึ่งในปัจจุบันสามารถใช้ โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก หรือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ในการสอนออนไลน์ได้ทั้งสิ้น

### ช่องทางในการสอนออนไลน์

ในปัจจุบันมีโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันที่ใช้รองรับในการสอนออนไลน์ได้หลายรูปแบบ เช่น Google Classroom, Google Hangouts, Zoom, Skype เป็นต้น ซึ่งรูปแบบในการสอนของโรงเรียนดนตรีในวิชาส่วนใหญ่ของโรงเรียนดนตรีเป็นการสอนแบบ Private เป็นการเรียนแบบตัวต่อตัว ซึ่งทำให้อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันในการสอนออนไลน์ จะสามารถใช้เป็นโปรแกรมที่นิยมใช้ในการสื่อสารพูดคุยได้เช่น Line, Messenger, Facetime เป็นต้น เพื่อเป็นทางเลือกให้ความสะดวกแก่ผู้เข้ารับบริการ

### ข้อจำกัดในการเรียนการสอนดนตรีออนไลน์

ประเด็นที่เป็นข้อจำกัดในการสอนออนไลน์

1. อายุของนักเรียน นักเรียนที่มีอายุต่ำกว่า 10 ขวบควรมีผู้ปกครองคอยช่วยระหว่างการเรียนการสอน และช่วยในเรื่องระบบการติดต่อระหว่างครูกับนักเรียน
2. การสื่อสารที่มีดีเลย์ เป็นปัญหาสำหรับการสอนดนตรีเพราะทำให้ครูผู้สอนกับนักเรียนไม่สามารถบรรเลงดนตรีไปพร้อมกันได้ จึงจำเป็นที่ครูผู้สอนควรมีการบันทึกเสียงก่อนการ

เรียนการสอน แล้วส่งไฟล์เสียงให้กับนักเรียนสำหรับใช้ในการฝึกฝนการบรรเลงดนตรีร่วมกันกับไฟล์เสียงแทน

### E Strategies (Easy Payment Strategies)

แนวคิดกลยุทธ์ สำหรับ “E Strategies” คือกลยุทธ์การจัดการระบบการลงทะเบียนและการชำระหนี้ที่สะดวก ดี และเข้าใจง่าย ที่เหมาะสมกับโรงเรียนดนตรี เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ระบบการลงทะเบียนควรมีระบบการลงทะเบียนทั้งในรูปแบบออนไลน์และแบบออนไลน์เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีได้เลือกใช้บริการได้ตามสะดวก การชำระหนี้ที่หลากหลายทั้งในช่องทางออนไลน์เช่น จ่ายเงินสด, จ่ายบัตรเครดิต, การผ่อนชำระ หรือช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง, พร้อมเพย์ เป็นต้น



### การวิเคราะห์กลยุทธ์สู่การใช้งานจริง (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

จากกลยุทธ์ “PAOE” ซึ่งเป็นกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สามารถนำกลยุทธ์มาวิเคราะห์ในแต่ละขั้นตอนได้ดังนี้

ตารางที่ 23 วิเคราะห์กลยุทธ์ P - Personnel

กระบวนการ หัวข้อ	Input (วิธีคิด)	Process (วิธีทำ)	Output (ผลที่ได้)
P1 ผู้บริหาร	วิเคราะห์ในจุดต่างๆ ของการบริหาร โรงเรียนดนตรีว่าตัว ผู้บริหารยังขาดความรู้ ความเข้าใจในส่วนไหน ที่ต้องศึกษาหาความรู้ เพิ่มเติมเพื่อให้เข้าใจใน การบริหารโรงเรียน ดนตรีได้อย่างแท้จริง	ศึกษาหาความรู้ความ เข้าใจในทุกๆส่วนของ โรงเรียนดนตรี สร้าง ทักษะในการวิเคราะห์ ครูผู้สอนแต่ละคนได้ อย่างชัดเจนในด้าน ความสามารถทาง ดนตรีและด้านจิตวิทยา ในการสอน เข้าใจใน หลักสูตรต่างๆและ สามารถปรับเปลี่ยนได้ ตามความต้องการของ ผู้เข้ารับบริการ เข้าใจ ในหน้าที่ต่างๆภายใน โรงเรียน	สามารถบริหาร โรงเรียนดนตรีได้อย่าง เข้าใจและสามารถ ปรับตัวได้ความ สถานะการที่เกิดขึ้น สร้างความน่าสนใจ การเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีให้กับผู้ เข้ารับบริการโรงเรียน ดนตรีได้ดี
P2 ครูผู้สอน ความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	เข้าใจถึงความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ในวิชาต่างๆของ โรงเรียนดนตรีเพื่อให้	วุฒิการศึกษา ประสบการณ์การ ทำงาน และผลงาน ทางด้านดนตรีของตัวเอง	สร้างความมั่นใจใน เรื่องความรู้ ความสามารถในด้าน ดนตรีของครูผู้สอน

	เลือกหรือพัฒนา ครูผู้สอนภายใน โรงเรียนได้อย่าง ถูกต้อง	ครูผู้สอนเป็นสิ่งสำคัญ ที่แสดงให้เห็นถึงความ เชี่ยวชาญเฉพาะด้านใน การสอนดนตรี และใช้ ในการเลือกหรือพัฒนา ครูผู้สอนได้	ภายในโรงเรียน ให้กับ ผู้เข้ารับบริการ
P3 ครูผู้สอน จิตวิทยา ในการสอน	ครูที่สอนได้สนุก สร้าง ความผูกพันให้กับ นักเรียน ทำให้นักเรียน อยากที่จะมาเข้าเรียน กับโรงเรียนดนตรี	มีเทคนิคในการจูงใจให้ นักเรียนสนใจในการ เรียนดนตรี ทำให้ นักเรียนเรียนดนตรีได้ อย่างมีความสุข	สร้างความสัมพันธ์ ระหว่างครูกับนักเรียน ทำให้นักเรียนอยากที่ จะเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีไปตลอด
P4 ครูผู้สอน เป็นผู้ ที่ตรงต่อเวลา	สร้างความสำคัญใน การมาก่อนเวลาสอน	สร้างกฎในการมาก่อน เวลาเพื่อเตรียมสอน และสร้างบทลงโทษใน การมาสายสำหรับ ครูผู้สอน	สร้างความเชื่อถือให้กับ โรงเรียน แสดงให้เห็น ความรับผิดชอบใน เรื่องเวลา
P5 เจ้าหน้าที่ธุรการ	เข้าใจถึงความสำคัญ ของเจ้าหน้าที่ธุรการ ที่ ต้องทำหน้าที่ในการ ต้อนรับผู้เข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีทุกคนที่ ผ่านเข้ามาภายใน โรงเรียนดนตรี	เลือกหรือพัฒนา เจ้าหน้าที่ธุรการให้ตรง กับคุณสมบัติที่ เจ้าหน้าที่ธุรการควรมี 1. ใส่ใจในการ ให้บริการ 2. เข้าใจใน หลักสูตรต่างๆของ โรงเรียนดนตรี 3. มี ทัศนคติที่ดีต่อเด็ก นักเรียน	สร้างความน่าเข้ารับ บริการให้กับโรงเรียน ดนตรี

ตารางที่ 24 วิเคราะห์กลยุทธ์ A - Ambience

กระบวนการ หัวข้อ	Input (วิธีคิด)	Process (วิธีทำ)	Output (ผลที่ได้)
A1 ความสะอาดพื้นที่หรือบริเวณที่มีการสัมผัสร่วมกันภายในโรงเรียนดนตรี	พื้นที่หรือบริเวณที่มีการสัมผัสร่วมกันภายในโรงเรียนเป็นจุดที่มีโอกาสที่จะเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	ทำความสะอาดก่อน-หลัง พื้นที่ที่มีผู้เข้ารับบริการสัมผัสร่วมกันภายในโรงเรียนอยู่อย่างสม่ำเสมอ และมีตารางเวลาในการทำความสะอาด เพื่อให้มีการทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึงในทุกๆจุด	พื้นที่หรือบริเวณที่มีการสัมผัสร่วมกันภายในโรงเรียนมีความสะอาดและแสดงถึงความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายในโรงเรียนได้อย่างดี
A2 การสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าและเฟซชีลด์ตลอดเวลา	ปาก จมูกและตา เป็นพื้นผิวที่ไวรัสโควิด-19 สามารถแพร่กระจายเชื้อเข้าสู่ร่างกายได้ เมื่อมีการสัมผัสกับตัวเชื้อ	สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าและเฟซชีลด์ตลอดเวลาเพื่อปิดพื้นผิวสัมผัสบริเวณ ปาก จมูกและตา เป็นการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโควิด-19	การสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าและเฟซชีลด์ตลอดเวลาจะแสดงถึงความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายในโรงเรียนได้อย่างดี
A3 มีจุดการให้บริการล้างมือหรือแอลกอฮอล์เจล	“มือ” เป็นอวัยวะสำคัญที่เราใช้สัมผัสผู้อื่น ใช้จับสัมผัสสิ่งของต่าง ๆ มากที่สุด จึงเสมือนเป็นสื่อกลาง	มีจุดการให้บริการล้างมือหรือแอลกอฮอล์เจลเพื่อฆ่าเชื้อโรคก่อนที่จะใช้จับสัมผัสกับประตู แก้ว โต๊ะ	การมีจุดการให้บริการล้างมือหรือแอลกอฮอล์เจลจะแสดงถึงความปลอดภัยจากการแพร่ระบาด



	ในการแลกเปลี่ยนเชื้อโรคจากภายนอกเข้าสู่ตัวเรา และเชื้อโรคจากร่างกายเราไปสู่ผู้อื่นได้ในเวลาเดียวกัน	อุปกรณ์ภายในห้องเรียน	ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายในโรงเรียนได้อย่างดี
A4 มีการคัดกรองไข้และอาการไอ หอบเหนื่อย จาม หรือเป็นหวัด	การมีไข้ ไอ หอบเหนื่อย จาม หรือเป็นหวัด เป็นอาการที่บ่งบอกถึง การมีเชื้อโรคอยู่ในร่างกายซึ่งอาจจะ เป็นเชื้อไวรัสโควิด-19	มีการคัดกรองไข้ และอาการไอ หอบ เหนื่อย จาม หรือเป็นหวัด ให้ผู้ที่มีอาการเหล่านั้นงดใช้ บริการโรงเรียนดนตรี	มีการคัดกรองไข้ และอาการไอ หอบ เหนื่อย จาม หรือเป็นหวัดจะแสดงถึงความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายในโรงเรียนได้อย่างดี
A5 การเว้นระยะห่างหรือฉากันภายในห้องเรียน	เพราะเชื้อไวรัสโควิด-19 ติดต่อกันทางฝอยละอองน้ำลายจากผู้ติดเชื้อ การพูดคุยใกล้ๆ กันมีโอกาสที่จะทำให้เชื้อไวรัสโควิด-19 ติดต่อกันได้	การเว้นระยะห่าง 1.5 - 2 เมตร หรือฉากันภายในห้องเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ วิชาร้องเพลงควรมีฉากันระหว่างครูกับนักเรียนภายในห้องเรียน	การเว้นระยะห่างหรือฉากันภายในห้องเรียนจะแสดงถึงความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายในโรงเรียนได้อย่างดี

ตารางที่ 25 วิเคราะห์กลยุทธ์ O - Online Learning

กระบวนการ หัวข้อ	Input (วิธีคิด)	Process (วิธีทำ)	Output (ผลที่ได้)
O1 อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการสอนออนไลน์	เพื่อให้ได้ภาพและเสียงที่มีคุณภาพในการสอนออนไลน์	เตรียมอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการสอนออนไลน์ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก หรือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	ได้ภาพและเสียงที่มีคุณภาพในการสอนออนไลน์
O2 ช่องทางในการสอนออนไลน์	เพื่อความสะดวกสบายในช่องการเรียนการสอนระหว่างครูกับนักเรียน	เลือกใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันที่ครูและนักเรียนมีความสะดวกในการใช้งานการเรียนการสอนดนตรีออนไลน์	ได้ความสะดวกสบายในช่องการเรียนการสอนระหว่างครูกับนักเรียน
O3 ข้อจำกัดในการเรียนการสอนดนตรีออนไลน์	เพื่อให้เห็นถึงปัญหาในการสอนดนตรีออนไลน์	1. อายุของนักเรียน นักเรียนที่มีอายุต่ำกว่า 10 ขวบควรมีผู้ปกครองคอยช่วยระหว่างการเรียนการสอน และช่วยในเรื่องระบบการติดต่อระหว่างครูกับนักเรียน 2. การสื่อสารที่มีดีเลย์เป็นปัญหาสำหรับการสอนดนตรีเพราะทำให้ไม่สามารถบรรเลงดนตรีไปพร้อมกันได้	แก้ปัญหาในการเรียนการสอนออนไลน์ได้

		ครูผู้สอนควรมีการ บันทึกเสียงก่อนการ เรียนการสอน แล้วส่ง ไฟล์เสียงให้กับนักเรียน สำหรับการฝึกฝน การบรรเลงดนตรี รวมกันกับไฟล์เสียง แทน	
--	--	--	--

ตารางที่ 26 วิเคราะห์กลยุทธ์ E - Easy Payment

กระบวนการ หัวข้อ	Input (วิธีคิด)	Process (วิธีทำ)	Output (ผลที่ได้)
E1 จัดระบบการ ลงทะเบียนและการ ชำระเงินช่องทาง ออนไลน์	ความคุ้นเคยของ ผู้บริโภคจากการ ลงทะเบียนเรียนแบบ ออนไลน์ภายใน โรงเรียนและช่องทาง การ จ่ายเงินสด, จ่ายบัตร เครดิต, การผ่อนชำระ	มีช่องทางลงทะเบียน เรียนแบบออนไลน์ ภายในโรงเรียน มี ช่องทางการจ่ายเงินสด , จ่ายบัตรเครดิต, การ ผ่อนชำระ ให้บริการ กับผู้เข้ารับบริการ	สร้างความสะดวก สบายในการ ลงทะเบียนเรียนและ การชำระเงินให้กับผู้ เข้ารับบริการ
E2 จัดระบบการ ลงทะเบียนและการ ชำระเงินช่องทาง ออนไลน์	เพิ่มช่องทางใหม่ๆ ให้กับผู้เข้ารับบริการ สร้างทางเลือกใหม่ที่ทำให้ ความสะดวกสบายกับ ผู้เข้ารับบริการ	เพิ่มช่องทางการ ลงทะเบียนเรียนแบบ ออนไลน์และการชำระ เงินผ่านช่องทาง ออนไลน์ต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง, พร้อมเพย์ เป็นต้น	สร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้เข้ารับบริการใน การลงทะเบียนเรียน และการชำระเงินแบบ ออนไลน์

## แนวทางกลยุทธ์ PAOE ไปใช้เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) หลังจากสถานการณ์ โควิด - 19 (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) หลังจากสถานการณ์โควิด - 19 เมื่อประชากรโลกได้รับวัคซีนเพียงพอที่จะสร้าง “ภูมิคุ้มกันหมู่” (Herd immunity) จะเกิดการผ่อนปรนมาตรการโควิด - 19 จะทำให้ประชากรบางส่วนกลับไปใช้ชีวิตชีวิตในแบบเดิม แต่จะมีประชากรบางส่วนเสพติดวิถีชีวิตในแบบใหม่ โรงเรียนดนตรีเอกชนจึงต้องมีกลยุทธ์ในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น

**กลยุทธ์ P - Personnel** บุคลากรภายในโรงเรียนดนตรี ยังคงส่วนสำคัญที่ใช้ในการขับเคลื่อนโรงเรียนดนตรี จำเป็นจะต้องมีคุณลักษณะที่ดีตามตำแหน่งหน้าที่ และพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

1. ผู้บริหาร ต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลมองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อที่จะปรับเปลี่ยนจุดยืนของโรงเรียนดนตรี ให้มีช่องทางในการดำเนินธุรกิจไปได้ในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์
2. ครูผู้สอน ในวิถีชีวิตใหม่ครูผู้สอนจะจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในการสร้างโปรไฟล์ชื่อเสียง ในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อแสดงถึงความรู้ความสามารถของครูผู้สอน ที่สะท้อนมาจากยอดการเข้าชม กดไลค์ กดติดตาม และนำไปต่อยอดเป็นการสร้างการสอนออนไลน์ที่ดีและมีคุณภาพ
3. เจ้าหน้าที่ธุรการ ในวิถีชีวิตใหม่เจ้าหน้าที่ธุรการจะมีหน้าที่ในการดูแลช่องทางออนไลน์ของโรงเรียนดนตรีเอกชนที่เพิ่มขึ้นมา จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในการ ดูแลสื่อช่องทางออนไลน์ในทุกๆ ช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงผู้เข้ารับบริการที่มีชีวิตวิถีใหม่ได้

**กลยุทธ์ A - Ambience** บรรยากาศภายในโรงเรียนดนตรี ถึงแม้จะผ่านสถานการณ์โควิด - 19 ไปแล้วแต่พื้นที่ภายในโรงเรียนยังควรมีการใช้มาตรการป้องกันอยู่ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี โดยแบ่งออกเป็น 5 มาตรการ 1. ความสะอาดพื้นที่หรือบริเวณที่มีการสัมผัสร่วมกันภายในโรงเรียนดนตรี 2. การสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าและเฟซชีลด์ตลอดเวลา 3. มีจุดการให้บริการล้างมือหรือแอลกอฮอล์เจล 4. มีการคัดกรองไข้ และอาการไอ หอบ เหนื่อย จาม หรือเป็นหวัด 5. การเว้นระยะห่างหรือฉากันภายในห้องเรียน ซึ่งสามารถผ่อนปรนมาตรการได้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

**กลยุทธ์ O - Online Learning** การเรียนการสอนดนตรีออนไลน์ เป็นสิ่งที่สามารถนำไปพัฒนารูปแบบสื่อการสอนออนไลน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนผ่านสื่อ การสอนการ Live สด ผ่านจากช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น Youtube Facebook เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้จากการสมัครสมาชิกรายเดือน ด้วยการมอบสิทธิพิเศษต่างๆ สร้างทางเลือกรูปแบบใหม่ๆ ให้กับผู้ใช้รับบริการโรงเรียนดนตรี

อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการสอนออนไลน์ การเรียนการสอนออนไลน์จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการสอนออนไลน์ที่ดี เพื่อให้ถ่ายทอดภาพและเสียงที่ดีให้กับผู้ใช้รับบริการ ยิ่งวิชาดนตรีเป็นการเรียนการสอนเกี่ยวกับเสียง การถ่ายทอดเสียงที่ดีเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เรียนได้ผลของการเรียนดนตรีที่ดีไปด้วย จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ในการบันทึกเสียง (Audio Interface) ในการเรียนการสอน

ช่องทางในการสอนออนไลน์ ในชีวิตวิถีใหม่ช่องทางการเรียนออนไลน์สามารถเป็นได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสอนแบบตัวต่อตัวผ่านช่องทางการติดต่อส่วนตัว การสอนผ่านวิดีโอที่ทำการบันทึกไว้ การสอนผ่านช่องทางสื่อออนไลน์แบบแสดงสด (Live) ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการหลากหลายรูปแบบมากขึ้น

**กลยุทธ์ E - Easy Payment** การจัดการระบบการลงทะเบียนและการชำระเงินที่สะดวก ดี และเข้าใจง่าย ยังคงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับโรงเรียนดนตรี เพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าถึงโรงเรียนดนตรีได้ง่าย สะดวก และดี

## อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19” พบประเด็นสำคัญที่ได้จากการประมวลผลข้อมูลทั้งสองส่วนคือ ข้อมูลเชิงคุณภาพ และ ข้อมูลเชิงปริมาณ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริหารจัดการโรงเรียนดนตรีเอกชนต่อไปในอนาคต จึงได้นำเสนอเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

### 1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร นั้นเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ได้ข้อมูลว่าปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการโรงเรียนดนตรีเอกชน ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ การขาดความรู้ความเข้าใจในวิธีการสอนของครูดนตรีที่สอนภายในโรงเรียน เพราะครูภายในโรงเรียนส่วนใหญ่จะเรียนจบดนตรีมาโดยตรง และการมีครูสอนดนตรีในโรงเรียนจำนวนมากทำให้ผู้บริหารไม่สามารถสร้างความเข้าใจในการสอนดนตรีให้ไปในทิศทางเดียวกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่ ประสิทธิ์ศุภการ พิงบุญ ณ ออยุธยา ได้พบว่าคุณภาพของครูผู้สอน ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนดนตรี การคัดเลือกครูเข้ามาทำการสอนจึงต้องเน้นครูที่มี “ประสบการณ์” ในการสอน เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่าเมื่อผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีของเราแล้วจะเกิดพัฒนาการ (อยุธยา, 2557) อีกทั้ง ว่าที่ร้อยตรีจิราโรจน์ ธรรมสโรช พบว่าโรงเรียนของตนเองมีจุดเด่นที่ครูและนักเรียนจะมีความใกล้ชิดเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว มีความเป็นกันเอง มีความอบอุ่นเหมือนเป็นบ้านหลังหนึ่งไม่ใช่เพียงโรงเรียน (ธรรมสโรช, 2557) อ้างถึง ธีฎณันรี วิณากร พบว่าครูผู้สอนต้องมีความรู้ความสามารถ และควรจบการศึกษาด้านในหลักสูตรข้อร้องโดยตรง และมีประสบการณ์ในการสอนมาก่อนพอสมควร (วิณากร, 2557) และอุปสรรคจากการเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นใหม่ ที่ทำให้โรงเรียนดนตรีเอกชน ควรมีการปรับตัวเพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

## 2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

จากเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้ข้อมูลว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มากที่สุดได้แก่ **ครูผู้สอนมีเทคนิคในการจูงใจผู้เรียนต่อบทเรียน** เพื่อให้ให้นักเรียนมีความสนใจในใจบทเรียน และได้ผลลัพธ์จากการเรียนที่ดี อีกทั้ง **ครูผู้สอนมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีทางด้านวิชาดนตรี** แสดงให้เห็นถึงความรู้ความสามารถของครูผู้สอน และเพื่อให้ได้ความน่าเชื่อถือกับผู้เข้ารับบริการ รวมไปถึง **ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดีน่าเชื่อถือ** สร้างความประทับใจแรก (First Impression) ให้กับผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน อีกทั้ง **มีระบบการลงทะเบียนที่ดีเข้าใจง่าย** เพื่อสร้างความสะดวกสบายในการลงทะเบียนให้กับผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเอกชน

## 3. สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

กลยุทธ์สร้างแนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 โรงเรียนดนตรีเอกชนจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้พร้อมรับมือกับชีวิตวิถีใหม่ที่จะเกิดขึ้น **P (Personnel)** มีบุคลากรที่เข้าใจในหน้าที่ของตนเอง เข้าใจในการพัฒนาตนเองเพื่อให้มีบริการที่ดีและตรงตามความต้องการของผู้เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี **A (Ambience)** มีสถานที่ภายในโรงเรียน ที่พร้อมที่จะให้บริการในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 **O (Online Learning)** มีทางเลือกในการเรียนการสอนออนไลน์ให้กับผู้เข้ารับบริการ **E (Easy Payment)** มีช่องทางการลงทะเบียนเรียนและการชำระเงิน ที่สะดวกให้กับผู้เข้ารับบริการ การนำกลยุทธ์ P-A-O-E ไปใช้ในการบริหารโรงเรียนดนตรีเอกชนจะก่อให้เกิดความพร้อมที่จะรับมือกับชีวิตวิถีใหม่ จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการบริหารจัดการเรื่องเวลาที่ดีขึ้น การใช้เวลาในการประสานงานเพื่อขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและการแจกแบบสอบถามใช้เวลาค่อนข้างมาก
2. ควรมีการนำเอาผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้นำไปใช้จริงในธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชน





ตารางที่ 32 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน
ดร.พิเศษ จิยาศักดิ์	ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักกฎหมายและสนับสนุน บริษัท คาราบาวตะวันตก จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพย์สินทางปัญญา
อาจารย์พรพิมล เหลืองทอง	อาจารย์พิเศษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาดนตรีสากล มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
อาจารย์อวิสตากานต์ ภูมิ	อาจารย์ประจำสาขาวิชาดนตรี คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาดนตรีสากล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตารางที่ 33 รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง / หน่วยงาน
คุณภาวดี เอนกอรกุล	ผู้บริหารโรงเรียน Pacapo Music School
คุณดวงพร ศักดิ์ศิริศิลป์	ผู้บริหารโรงเรียน JC Academy
คุณสฐลัชนันท์ มุมานะจิตต์	ผู้บริหารโรงเรียน PlaySound Bambini Villa Sukhumvit 26



แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนดนตรี (In-depth interview)

เรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19

วัน/เดือน/ปี ที่ให้สัมภาษณ์ \_\_\_\_\_ สถานที่ที่ให้สัมภาษณ์ \_\_\_\_\_

ประเด็นการสัมภาษณ์

1. ท่านมีจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีของท่านอย่างไร

---



---



---

2. ท่านคิดว่าจุดใด ควรพัฒนาปรับปรุงในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีของท่าน

---



---



---

3. ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีของท่าน

---



---



---

4. ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ปัจจัยใดเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีของท่าน

---



---



---



### แบบสอบถามประกอบการศึกษาวิทยานิพนธ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ จากผลกระทบของการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 เพื่อประกอบการศึกษาในหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษาและพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยได้รับแรงบันดาลใจจากการที่ผู้วิจัยเป็นผู้ที่ทำงานอยู่ในโรงเรียนดนตรีเอกชน และมีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนให้มั่นคง และก่อให้เกิดการพัฒนาของประเทศที่ยั่งยืน ซึ่งผลจากการวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนในไทย โดยการศึกษาจะใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผสานกับวิธีการวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถามที่ท่านจะเป็นผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในส่วนนี้เพื่อสนับสนุนให้การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นสมบูรณ์

ในแบบสอบถามชุดนี้มีจำนวน 54 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน

มีหัวข้อสำรวจดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปกครอง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเข้ารับบริการ ความต้องการ และความคาดหวัง

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงเรียนดนตรีเอกชน

จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ข้อมูลครบถ้วนตามความเป็นจริงทุกข้อ โดยข้อมูลที่ท่านเปิดเผยจะได้รับการปกปิดเป็นความลับ และมีการนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณที่ท่านได้กรุณาใช้เวลาให้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้

(นายชวนนท์ พจน์ประสาท)

นักศึกษานิพนธ์โท มหาวิทยาลัยศิลปากร

**ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปกครอง**

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของท่าน

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

ระหว่าง 20 - 30 ปี  ระหว่าง 31 - 40 ปี  ระหว่าง 41 - 50 ปี

ระหว่าง 51 - 60 ปี  มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี

ปริญญาโท  ปริญญาเอก

4. อาชีพ

พนักงานเอกชน  พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / อาชีพอิสระ  พ่อบ้าน / แม่บ้าน

รับราชการ / พนักงานของรัฐ / ลูกจ้างของหน่วยงานราชการ

อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

5. สถานภาพสมรส

โสด  สมรส / อยู่ด้วยกัน

หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

6. รายได้ของครัวเรือนต่อ 1 เดือน

ต่ำกว่า 20,000 บาท  ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท

ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท  ระหว่าง 60,001 - 100,000 บาท

สูงกว่า 100,001 บาท

**โรงเรียนดนตรีเอกชน** ในที่นี้ หมายถึง โรงเรียนที่เปิดทำการสอนทางด้านวิชาการดนตรี เช่น ขลุ่ย เปียโน กีตาร์ กลอง เครื่องสาย และเครื่องเป่า โดยต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเข้ารับบริการ ความต้องการ และความคาดหวัง**

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความต้องการ และความคาดหวังของท่าน

1. บุคลากรที่ท่านส่งเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีมีอายุเท่าใด

- ต่ำกว่า 5 ปี                       ระหว่าง 5 - 10 ปี
- ระหว่าง 11 - 15 ปี               ระหว่าง 16 - 20 ปี
- มากกว่า 20 ปี ขึ้นไป

2. เหตุผลสำคัญที่สุด ที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงเรียนดนตรี (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- มีหลักสูตรที่ดี และมีการวัดระดับที่มีคุณภาพ
- มีค่าเล่าเรียนที่ถูกกว่าโรงเรียนอื่นๆ
- มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และสะดวกต่อการเดินทางมารับบริการ
- เป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ
- มีครูผู้สอนที่มีคุณภาพและเชี่ยวชาญในการสอน
- ขั้นตอนในการเข้ารับบริการ มีความสะดวกไม่ซับซ้อน (เช่น การลงทะเบียน การชำระค่าเล่าเรียน)
- มีสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนที่ดีและเหมาะสมกับการเรียน
- อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

3. ท่านต้องการผลลัพธ์ใดจากการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี มากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- พัฒนาสมาธิของผู้เรียน
- ให้ผู้เรียนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
- ให้ผู้เรียนมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น
- ให้ผู้เรียนผ่อนคลายความเครียด โดยการเล่นดนตรี
- ให้ผู้เรียนนำเอาความรู้ไปใช้ศึกษาต่อในอนาคต
- อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

4. ท่านอยากให้บุตรหลานเข้ารับบริการวิชาใดจากโรงเรียนดนตรี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เปียโน                       ซ้ำบร็อง                       กีตาร์                       เบส
- ออคูเลเล่                       กลอง                       ดนตรีไทย                       เครื่องเป่า
- เครื่องสาย (ไวโอลิน, เชลโล)
- ทฤษฎีดนตรี, โสตทัศนศึกษา
- อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

**สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)** ในที่นี้ หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบ กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง

**ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของผู้บริโภค**

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความต้องการ และความคาดหวังของท่าน

1. ท่านใช้อุปกรณ์สื่อสารใดในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน / แท็บเล็ต  คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

โน้ตบุ๊ก

2. ท่านใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

Facebook  Instagram

Line  Twitter

Youtube  Pantip

อื่นๆ (โปรดระบุ) \_\_\_\_\_

3. ท่านใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สื่อสารพูดคุย  รีวิวสินค้าหรือบริการ

โฟטרูปภาพ  โฟสวิดีโอ

สร้างเพจขายสินค้าหรือบริการ  เขียนบล็อกส่วนตัว

ขายสินค้าหรือบริการ  ซื้อสินค้าหรือบริการ

เล่นเกมส์  ฟังเพลง

การค้นหาข้อมูลต่างๆ

โรงเรียนดนตรีเอกชน ในที่นี้ หมายถึง โรงเรียนที่เปิดทำการสอนทางด้านวิชาการดนตรี เช่น ขลุ่ย โปงเล้ง เปียโน กีตาร์ กลอง เครื่องสาย และเครื่องเป่า โดยต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ

ตอนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงเรียนดนตรีเอกชน

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นที่ตรงกับพฤติกรรมในการเข้ารับบริการของท่าน ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1	2	3	4	5	
1. หลักสูตรมีความหลากหลาย						
2. หลักสูตรเป็นที่ยอมรับในระดับสากล						
3. ชื่อเสียงของโรงเรียนเป็นที่รู้จัก						
4. มีประกันคุณภาพผลการศึกษาของผู้เรียน						
5. มีคณบดีที่โอ้อวดพัฒนาการของผู้เรียนในทุกชั่วโมงที่เรียน						
6. มีการสอนผ่านการติดต่อสื่อสารออนไลน์ (Video Call)						
7. การกำหนดค่าเล่าเรียนในแต่ละระดับอย่างเหมาะสม						
8. อัตราค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนดนตรีอื่นๆ						
9. มีการจำหน่ายเครื่องดนตรีในราคาที่เหมาะสม						
10. มีช่องทางชำระเงินที่หลากหลาย						
11. ค่าเล่าเรียนสามารถผ่อนชำระได้						
12. สถานที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกต่อการเดินทาง						



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1	2	3	4	5	
13. มีที่สำหรับจอดรถ						
14. มีช่วงเวลาเปิดปิดที่เหมาะสม						
15. มีพื้นที่สำหรับผู้ปกครองขณะรอรับบุตรหลาน						
16. มีคลิปวิดีโอสื่อการเรียนการสอนแบบออนไลน์						
17. มีช่องทางสื่อออนไลน์ในการสื่อสารส่งข้อมูลให้ผู้รับบริการส่วนตัว(เช่น Line, Facebook, IG)						
18. มีเว็บไซต์ของโรงเรียนในการแจ้งข้อมูลให้กับผู้รับบริการ						
19. มีกลุ่มการให้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ให้เฉพาะสำหรับกลุ่มผู้เข้ารับบริการ (เช่น กลุ่ม Line, กลุ่ม Facebook)						
20. มีการมอบส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าที่รับบริการ						
21. มีการมอบส่วนลดพิเศษตามเทศกาลหรือโอกาสต่างๆ						
22. มีสิทธิพิเศษในการรับชมวิดีโอสื่อการเรียนการสอนแบบส่วนตัว						
23. ครูผู้สอนมีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรีทางด้านวิชาดนตรี						
24. ครูผู้สอนมีการรายงานพัฒนาการของนักเรียนต่อผู้ปกครองหลังจบคาบเรียน						
25. ครูผู้สอนมีทักษะทางภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี						
26. ครูผู้สอนมีเทคนิคในการจูงใจผู้เรียนต่อบทเรียน						
27. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ						
28. เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความสุภาพ อ่อนน้อม						
29. เจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ						
30. มีระบบการลงทะเบียนที่ดีเข้าใจง่าย						
31. มีระบบการลงทะเบียนเรียนออนไลน์						
32. มีการจัดเก็บข้อมูลของผู้เรียนที่รัดกุม และเป็นความลับ						
33. มีการประเมินและรายงานผลการศึกษาเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน						
34. มีระบบติดต่อร้องเรียนของลูกค้าต่อผู้บริหารโดยตรง						
35. รูปแบบการตกแต่งของโรงเรียนมีความสวยงามและทันสมัย						

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	1	2	3	4	5	
36. อุณหภูมิและอากาศภายในโรงเรียนมีความเหมาะสม ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ (เครื่องฟอกอากาศฝุ่น PM 2.5)						
37. มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi)						
38. มีบริการน้ำดื่ม						
39. เอกสารและรายงานในโรงเรียนจัดพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ มีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัยและน่าเชื่อถือ						
40. แสงไฟที่ใช้ในโรงเรียนมีความสว่างที่เพียงพอ						

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการให้บริการโรงเรียนคนตรีเอกชน

---



---



---



---



---

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลา

## รายการอ้างอิง

Collins, A. (2013). *Music Education and the Brain: What Does It Take to Make a Change.* National Association for Music Education.

Gross, B. (2008). *New Normal.*

Stanford. (2015). *History of Music Education in the United States.* Retrieved from <http://www.edu-nova.com/history-of-music-education-in-theus.html>

Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Anaysis.* Harper and Row.

เสรีรัตน์, ศ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. *วิสิทธ์พัฒนา*, 110-112.

เสรีรัตน์, ศ. (2541). การบริหารตลาดยุคใหม่. *ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.*

กรมสุขภาพจิต. (2563). *New Normal ชีวิตวิถีใหม่.* Retrieved from <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>

กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ. (2562). *สถิติกรุงเทพมหานคร 2562.* Retrieved from <http://www.bangkok.go.th/pipd/page/sub/16647/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%9E%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3-2562>

ชลนุเคราะห์, ช. (2524). *ดนตรีฝรั่งในยุครัตนโกสินทร์ เอกสารประกอบการเรียนวิชา History and Development of Music in Thailand.*

ธรรมส์โรช, ว. (2557). *กลยุทธ์ศักยภาพเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนดนตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร,*

วรดิถ, ส. (2532). *สุนทรภรณ์ครึ่งศตวรรษ. เพื่อนชีวิต.*

วิณากร, ธ. (2557). *ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนดนตรีเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร,*

*สารสนเทศเพื่อการศึกษาแห่งชาติ. (2551-2560). สถิติปีการศึกษาบับย่อปีการศึกษา (2551-2560).* Retrieved from <http://www.mis.moe.go.th/>

หาญกล้า, ว. (2539). *"โรงเรียนดนตรีเอกชน : การศึกษาสภาพปัญหาการเรียนการสอน". บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล,*

อยุธยา, ป. พ. ณ. (2557). *กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับบริการในโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร,*





## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ชวนนท์ พจน์ประสาท
วัน เดือน ปี เกิด	13 พฤศจิกายน 2533
สถานที่เกิด	กรุงเทพฯ
ที่อยู่ปัจจุบัน	98/307 ถนนลาดปลาเค้า แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10220

