



กลยุทธ์การพัฒนารุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร



โดย

นางสาวภรณ์รัตน์ รัตนจันทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสังคีตวิจัยและพัฒนา แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร



กลยุทธ์การพัฒนารุขกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสังคีตวิจัยและพัฒนา แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

STRATEGY TO DEVELOP BUSINESS OF THE ELDERLY MUSIC SCHOOL IN
BANGKOK



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Music (Music Research and Development)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2019
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ กลยุทธการพัฒนารัฐกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่
กรุงเทพมหานคร
โดย ภาวัญชนม์ รัตนจันทร์
สาขาวิชา สังคีตวิจัยและพัฒนา แผนก ก แบบ ก 2 ระดับปริญญา
มหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกราช เจริญนิิตย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต

..... คุณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จ.ไรรัตน์ นันทานิซ)
พิจารณาเห็นชอบโดย
..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยศ วณีสอน)
..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกราช เจริญนิิตย์)
..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ศาสตราจารย์ ดร.วีรชาติ เปรมานนท์)

60701319 : สังคีตวิจัยและพัฒนา แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

คำสำคัญ : โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ, สังคมสูงอายุ, ผู้สูงอายุ, ผู้ดูแลผู้สูงอายุ

นางสาว ภรณ์รัตน์ รัตนจันทร์: กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกราช เจริญนิตย์

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการด้านการเรียนของผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบผสมผสานซึ่งได้มาจากการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งหมด 3 ท่าน และทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กับผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีอำนาจในการตัดสินใจเข้ารับบริการแทนผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย และนำมาผลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

จากผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นนั้นได้นำมาสร้างเป็นกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ กลยุทธ์ “BWR” ประกอบไปด้วย B (Best Service) หมายถึง กระบวนการบริการครบวงจรอย่างเต็มประสิทธิภาพ W (Wonder Learning) หมายถึง การเรียนอย่างมีความสุข และ R (Real Loyalty) หมายถึง การสร้างความภักดีจากภายใน

60701319 : Major (Music Research and Development)

Keyword : Elderly Music School, Aging Society, Elderly, Elderly Carer

MISS BHAWARAN RATANACHAN : STRATEGY
TO DEVELOP BUSINESS OF THE ELDERLY MUSIC SCHOOL IN BANGKOK THESIS
ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR DR. EK-KARACH CHAROENNIT

The objective of this research is to study the problems and obstacles encountered by the music school business that has elderly service in Bangkok and to study the behavior and educational needs of the elderly that affect the decision to attend the music school service for the elderly. In order to use the results to analyze and define as a strategy to develop business of The Elderly Music School in Bangkok.

This research is a mixed method research. Qualitative data was collected from in-depth data of 3 key respondents. Quantitative data was collected from a viewer of 400 key respondents. The data analysis and statistical consist of frequencies distribution, percentage, mean, standard deviation and factor analysis.

From the results, therefore can created The Strategy to develop business of The Elderly Music School in Bangkok. The Strategy is “BWR” B (Best Service) is comprehensive service process fully effective. W (Wonder Learning) is happy learning. R (Real Loyalty) is building loyalty from within.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิทยานิพนธ์ชิ้นสำเร็จไปได้ด้วยดีนั้น เนื่องคุณอาจารย์และบุคลากรภายในคณะที่สละเวลาอันมีค่า เพื่อกอปรให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา และมอบความรู้อันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยตลอดมา ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณผู้ที่คอยให้ความช่วยเหลือและคอยสนับสนุนเป็นอย่างดี มา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. เอกราช เจริญนิติก์ ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับผู้วิจัย ซึ่งอาจารย์ได้ให้คำแนะนำ รวมไปถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่การทำงานวิจัยชิ้นนี้ นอกจากนี้ก็ยังคอยให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ ทางด้านการเรียน

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. นฤกุล แดงภูมิ ที่ให้ความรู้ทั้งในด้านการเรียน การเขียนงานวิจัย และขอขอบคุณสำหรับการให้กำลังใจ และคำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จด้วยดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณพี่ก๊วยที่คอยดูแลและให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ ทั้งด้านการให้คำแนะนำในเรื่องของการลงทะเบียนเรียน การสอบในแต่ละครั้ง และด้านการติดต่อประสานงานต่างๆ ทำให้ตลอดการเรียนในระดับปริญญาโทของผู้วิจัยเป็นได้อย่างราบรื่น

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ที่ให้ข้อมูลสำคัญในการทำงานวิจัยเล่มนี้ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย และสังคมไทยเป็นอย่างมาก

และสุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ และน้อง ที่คอยให้การสนับสนุนในด้านการเรียนเสมอมา และขอขอบคุณกำลังใจจากเพื่อนที่เป็นเสมือนแรงผลักดันให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี

ภาวรัญชน์ รัตนจันทร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
กรอบแนวคิดในการทำวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	10
1.1 สังคมผู้สูงอายุ.....	10
1.2 ความหมายของผู้สูงอายุ.....	11
1.3 ความต้องการของผู้สูงอายุ.....	13
2. แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร(SWOT).....	14
3. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's (Marketing Mix).....	16
4. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior).....	22

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
ลำดับขั้นตอนการทำวิจัย	26
กิจกรรมการวิจัย.....	27
วิธีดำเนินการวิจัย	28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจ โรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ตอบวัตถุประสงค์ข้อ ที่ 1).....	33
ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยให้ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการตัดสินใจเข้ารับบริการ และปัจจัยความต้องการที่ส่งผลการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (ตอบ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) โดยแบ่งหัวข้อเป็น 3 ส่วนดังนี้	39
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	77
สรุป77	
อภิปราย.....	105
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....	110
รายการอ้างอิง.....	111
ภาคผนวก.....	114
ประวัติผู้เขียน.....	125

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “เพศ”	40
ตารางที่ 2 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “สถานภาพ”	41
ตารางที่ 3 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “อายุ”	41
ตารางที่ 4 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “ระดับการศึกษา”	41
ตารางที่ 5 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “อาชีพ”	43
ตารางที่ 6 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “รายได้ต่อเดือน”	44
ตารางที่ 7 ช่วงวัยของผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร	45
ตารางที่ 8 เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร	46
ตารางที่ 9 สิ่งที่คาดหวังในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร	47
ตารางที่ 10 ท่านต้องการเข้ารับบริการการเรียนเครื่องดนตรีใดจากโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	48
ตารางที่ 11 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ	49
ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ	53
ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพ	54
ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอายุ	54

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด .	55
ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอาชีพ	55
ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้	56
ตารางที่ 18 การกำหนดรหัสตัวแปรเพื่อใช้ในการจัดกลุ่มปัจจัยที่ส่งผล	57
ตารางที่ 19 การตรวจสอบค่าความเหมาะสมของชุดข้อมูลผ่านการแสดงค่า KMO and	61
ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์คิแวนองค์ประกอบการหมุนแกน Othogonal Rotation แบบ Varimax จากความคิดเห็นของกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	62
ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามปลายเปิดภาพรวม.....	67
ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามปลายเปิดโดยแยกตามประเด็น ที่ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น	68



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1	แนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งประเทศ	2
ภาพที่ 2	สัดส่วนของประชากรที่อายุต่ำกว่า 15 ปี และ ประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป.....	2
ภาพที่ 3	ภาพกรอบแนวคิดในการทำวิจัย.....	8
ภาพที่ 4	ภาพกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร..	84
ภาพที่ 5	รถรับส่งผู้สูงอายุที่มีทางลาดเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ	86
ภาพที่ 6	ทางลาดชัน บันได และราวจับ ที่เหมาะกับผู้สูงอายุ.....	87
ภาพที่ 7	ทางลาดชัน บันได และราวจับ ที่เหมาะกับผู้สูงอายุ.....	87
ภาพที่ 8	ทางลาดชันที่ใช้วัสดุและสีที่แตกต่างจากทางปกติ	88
ภาพที่ 9	ภาพประตูเลื่อน และพื้นเรียบเสมอกันทั้งภายนอกและภายใน	88
ภาพที่ 10	แสงธรรมชาติที่ทั่วถึงและการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่ไม่เบียดชิดจนเกินไป.....	89
ภาพที่ 11	สัดส่วนห้องน้ำที่เอื้ออำนวยความสะดวกและเหมาะกับผู้สูงอายุ	90
ภาพที่ 12	บางกอกอินเตอร์แควร์การบริการ.....	94
ภาพที่ 13	ภาพตัวอย่างลำดับขั้นตอนการสมัครเรียน.....	95
ภาพที่ 14	ภาพจำลองการลงทะเบียนออนไลน์ ส่วนที่หนึ่ง.....	96
ภาพที่ 15	ภาพจำลองการลงทะเบียนออนไลน์ ส่วนที่สอง	96
ภาพที่ 16	ภาพจำลองการลงทะเบียนออนไลน์ ส่วนที่สาม.....	97
ภาพที่ 17	ภาพตัวอย่างช่องทางการชำระเงินออนไลน์	97
ภาพที่ 18	ตัวอย่างช่องทางการชำระค่าบริการผ่านบัตรเดบิต และบัตรเครดิต	98
ภาพที่ 19	ตัวอย่างขั้นตอนการผ่อนชำระค่าบริการในระบบออนไลน์	98
ภาพที่ 20	ตัวอย่างขั้นตอนการยืนยันการชำระค่าบริการด้วยเงินสดในระบบออนไลน์.....	99
ภาพที่ 21	ภาพตัวอย่างการยืดกล้ามเนื้อและเส้นเอ็นของผู้สูงอายุ	101

ภาพที่ 22 ตัวอย่างระดับสมาชิก	103
ภาพที่ 23 ตัวอย่างการแจ้งยอดสะสมแต้ม	104
ภาพที่ 24 ตัวอย่างการใช้แต้มสะสมเพื่อแลกของสมนาคุณ	104
ภาพที่ 25 ภาพตัวอย่าง School Mobile Unit	105



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์กรสหประชาชาติ ได้ให้นิยามคำว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง ประชากรเพศชายและหญิงที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สามารถแบ่งระดับสังคมหรือประเทศที่มีการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุได้ 3 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การแบ่งระดับจากจำนวนผู้สูงอายุในแต่ละประเทศ คือ

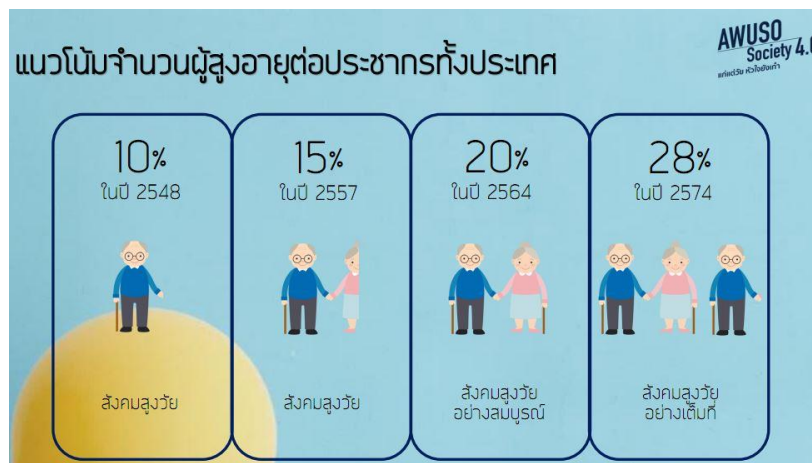
1. ระดับก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือ สังคมที่มีจำนวนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 จากจำนวนประชากรทั้งหมด หรือ สังคมที่มีจำนวนประชากรที่อายุเกิน 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 7 จากจำนวนประชากรทั้งหมด

2. ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ คือ สังคมที่มีจำนวนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 จากจำนวนประชากรทั้งหมด หรือ สังคมที่มีจำนวนประชากรที่อายุเกิน 65 ปีขึ้นไป ร้อยละ 14 จากจำนวนประชากรทั้งหมด

3. ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ คือ สังคมที่มีจำนวนประชากรที่อายุเกิน 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 จากจำนวนประชากรทั้งหมด

สำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่าประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยมีประชากรเป็นผู้สูงอายุร้อยละ 10.4 ของประชากรทั้งประเทศ และในปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ จากการอ้างอิงจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนประชากรของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ระบุว่า ประเทศไทยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 67.6 ล้านคน เป็นชาย 33 ล้านคน หญิง 34.6 ล้านคน และมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 11.3 ล้านคน หรือ ร้อยละ 16.7 ของจำนวนประชากรทั้งหมด วัยทำงานอายุ 15-59 ปี จำนวน 44.60 ล้านคน วัยเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 11.60 ล้านคน และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ โดยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 20 จากจำนวนประชากรทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะเข้าสู่

สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 28 จากจำนวนประชากรทั้งหมด

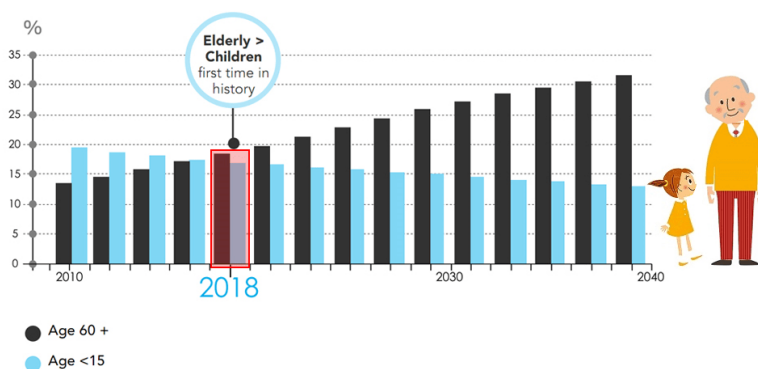


ภาพที่ 1 แนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุต่อประชากรทั่วประเทศ

ที่มา : สังคมผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน พ.ศ. 2561

<https://brandinside.asia/insight-aging-society/>

Proportion of the Population under Age 15 and 60 Years or Over: 2010 - 2040



มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ
Foundation for Older Persons' Development (FOPDEV)

ภาพที่ 2 สัดส่วนของประชากรที่อายุต่ำกว่า 15 ปี และ ประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป

ที่มา : สังคมผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน พ.ศ. 2561

<https://fopdev.or.th/สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์/>

จากข้อมูลทางสถิติของจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยเห็นได้ว่า ในแต่ละปีส่วนต่างระหว่างจำนวนของประชากรที่เป็นผู้สูงอายุมีมากกว่าจำนวนประชากรที่เป็นเยาวชนมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่เข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ และมีแนวโน้มอย่างมากที่จะเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม ค่านิยม และทัศนคติของคนในยุคปัจจุบัน เช่น คนแต่งงานช้าลง ซึ่งส่งผลให้อัตราการมีบุตรลดน้อยลง รวมไปถึงความสำเร็จของนโยบายที่รัฐบาลไทยที่ให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมให้คนหันมาดูแลสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย การรับประทาน อาหารที่มีประโยชน์ และการให้ความรู้เกี่ยวกับการคุมกำเนิดอย่างถูกวิธี ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้อัตราการเกิดและอัตราการตายลดลงอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้สัดส่วนประชากรในประเทศที่เป็นเยาวชนมีจำนวนลดลง สวนทางกับจำนวนประชากรวัยผู้ใหญ่ที่จะเป็นประชากรผู้สูงอายุในอนาคต ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ประเทศไทยมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว

ผู้สูงอายุ เป็นวัยที่มีความเปลี่ยนแปลงทางสภาวะด้านร่างกาย จิตใจ และสถานภาพทางสังคมที่กำหนดให้คนมีมุมมองและทัศนคติกับผู้สูงอายุว่าเป็นวัยที่มีประสิทธิภาพเสื่อมถอยลง โดยสำนักงานส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้ระบุว่า ความต้องการของผู้สูงอายุแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ทางด้านร่างกาย ทางด้านจิตใจ และทางด้านสังคม กล่าวคือ ความต้องการทั้ง 3 ด้าน ส่งผลกระทบอย่างมากทางด้านอารมณ์ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ที่พบได้มากในผู้สูงอายุ คือ อารมณ์ซึมเศร้า วิตกกังวล หงุดหงิดง่าย ซึ้นน้อยใจ ฯลฯ อารมณ์ที่เปลี่ยนแปลงเหล่านี้ นอกจากส่งผลอย่างมากทางด้านจิตใจแล้วยังส่งผลกระทบต่อร่างกายโดยตรง เช่น โรคซึมเศร้าส่งผลให้ร่างกายอ่อนแอลง เนื่องมาจากการนอนหลับไม่เต็มอิ่ม ไม่มีแรง ไม่มีสมาธิ ความจำแย่ลง เบื่ออาหารและส่งผลไปยังระบบย่อย เพราะฉะนั้นการหากิจกรรมที่ช่วยฟื้นฟูทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมของผู้สูงอายุนั้นจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งหนึ่งในกิจกรรมที่จะช่วยยกระดับทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพคือกิจกรรมทางด้านดนตรี

ดนตรีเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถช่วยฟื้นฟูผู้สูงอายุให้มีสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจที่แข็งแรงขึ้น เนื่องจากกิจกรรมดนตรีเป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันเป็นกลุ่มได้ทำให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์จากการเข้าสังคม ช่วยทำให้เกิดความผ่อนคลาย ได้บริหารกล้ามเนื้อมัดเล็กและบริหารสมองในส่วนของความจำ นอกจากนี้ยังได้มีการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์แล้วว่าดนตรีสามารถส่งผลต่ออารมณ์ของมนุษย์ได้โดยตรง กล่าวคือ สามารถทำให้ผู้เล่นและผู้ฟังมีความเกิดอารมณ์ความรู้สึกคล้อยตามไปกับทำนองของบทเพลง เช่น อารมณ์สนุกสนาน อารมณ์เศร้า อารมณ์ปลุกใจ ฯลฯ จากบทความบนเว็บไซต์ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยที่บ้านเฮลท์แธทโฮม (health at home) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับดนตรีกับผู้สูงอายุไว้ว่า ดนตรีสามารถช่วยกระตุ้นความทรงจำได้ กล่าวคือถ้าหากเพลงทำให้เรานึกถึงความทรงจำเก่าๆได้ สำหรับผู้ป่วยอัลไซเมอร์ก็เช่นกัน งานวิจัยหลายชิ้นพบว่าเพลงที่ฟังมีอิทธิพลต่อความทรงจำ เพราะเพลงสามารถเชื่อมโยงกับสมองในส่วนของความรู้สึก และความทรงจำในระยะยาวได้ ซึ่งการรักษาผู้สูงอายุและผู้ป่วยอัลไซเมอร์ด้วยดนตรีนั้นมีการนำไปใช้จริงในองค์กร Music and Memory เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในประเทศอเมริกา หลังจากที่เปิดการรักษาผู้สูงอายุด้วยดนตรีปรากฏว่าได้ผลตอบรับที่ดีมาก จากการรักษาพบว่าผู้ป่วยที่เสียและมีภาวะซึมเศร้ารู้สึกดีขึ้นจากการฟังดนตรี รวมถึงผู้สูงอายุที่ขยับตัวได้น้อยก็สามารถขยับตัวได้มากขึ้น จากบทความข้างต้นแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของดนตรีว่าไม่ใช่เพียงแค่สิ่งที่สร้างความบันเทิง แต่ยังสามารถรักษาอาการป่วยต่างๆได้ เพราะฉะนั้นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุในประเทศไทยได้เรียนและได้รู้จักดนตรีมากขึ้นนั้นถือเป็นสิ่งที่ดีจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะดนตรีจะช่วยฟื้นฟูผู้สูงอายุให้ห่างจากภาวะซึมเศร้าได้ เห็นได้ว่าสิ่งที่ตอบสนองทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และการเข้าสังคมแก่ผู้สูงอายุ คือ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ เพราะการมาโรงเรียนดนตรีนอกจากจะทำให้ผู้สูงอายุได้มีกิจกรรมยามว่างจากการเล่นและพัฒนาทักษะทางด้านดนตรีเพื่อผ่อนคลายแล้ว ยังได้พบปะผู้คนที่หลากหลายทำให้ผู้สูงอายุไม่รู้สึกโดดเดี่ยว

โรงเรียนดนตรีในประเทศไทยส่วนใหญ่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ เช่น โรงเรียนดนตรี Yamaha, KPN, PMS, SCA, Melody Plus ฯลฯ นั้นมีหลายสาขาทั่วประเทศ แต่หลักสูตรที่โรงเรียนดนตรีเหล่านี้ให้ความสำคัญเป็นหลักคือหลักสูตรสำหรับเด็ก ซึ่งเป็นหลักสูตรที่เน้นในด้านของการเรียนเพื่อพัฒนาทักษะทางด้านร่างกาย สมาธิ และเป็นการเรียนเพื่อการสอบเทียบระดับ

ในส่วนของโรงเรียนที่มีหลักสูตรสำหรับผู้สูงอายุนั้นเริ่มเกิดขึ้นบ้าง แต่ยังมีเพียงไม่กี่แห่ง เช่น โรงเรียนดนตรีคาไว, โรงเรียนดนตรีจิวไรต์, โรงเรียนดนตรีมีภูมิ ซึ่งหลักสูตรสำหรับผู้สูงอายุนั้นจะเน้นไปในทางตรงกันข้ามกับหลักสูตรสำหรับเด็ก คือ หลักสูตรสำหรับผู้สูงอายุเป็นการเรียนแบบเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เป็นหลักสูตรที่มีความยืดหยุ่นสูงเพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะด้านตามที่ต้องการ เพราะผู้เรียนที่อยู่ในวัยสูงอายุมักต้องการเรียนเพื่อความผ่อนคลาย ลดความเครียด เพื่อเป็นกิจกรรมยามว่าง และเพื่อเข้าสังคม ฯลฯ ซึ่งเป็นการเรียนในเชิงกิจกรรมยามว่าง และในเชิงดนตรีบำบัด

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเรียนดนตรีในผู้สูงอายุถึงแม้จะมีประโยชน์และตอบรับการมาของยุคสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในอนาคตกลับไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากโรงเรียนดนตรีส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับหลักสูตรสำหรับเด็กมากกว่าหลักสูตรสำหรับผู้สูงอายุ ในขณะที่ประเทศไทยกำลังอยู่ในสังคมผู้สูงอายุและกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า จากการศึกษาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรี มี 2 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่

1. ปัจจัยภายใน คือ การกำหนดราคาค่าเล่าเรียน การหาครูที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการ ชื่อเสียงของโรงเรียนเปิดใหม่และยังไม่เป็นที่รู้จัก และสถานที่ตั้งเข้าถึงได้ยาก
2. ปัจจัยภายนอก คือ สภาพคล่องตัวที่น้อยลงของเศรษฐกิจ นโยบายทางด้านการศึกษา สื่อออนไลน์เน็ต และช่วงวันหยุดเทศกาล

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าประเด็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีและธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีความเกี่ยวเนื่องกัน กล่าวคือ ในด้านของปัจจัยภายในที่ยังขาดครูที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการ ชื่อเสียงของโรงเรียนที่เปิดใหม่และยังไม่เป็นที่รู้จัก สถานที่ตั้งของโรงเรียนที่ผู้บริโภคมองเข้าถึงได้ยาก และในด้านของปัจจัยภายนอกคือ นโยบายทางด้านการศึกษาที่ยังไม่ให้ความสำคัญมากนักกับการศึกษาวิชาดนตรีทำให้คนส่วนใหญ่ไม่เห็นถึงประโยชน์ของดนตรีที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต รวมไปถึงสภาพคล่องตัวที่น้อยลงของเศรษฐกิจ ส่งผลให้คนตัดสินใจคิดว่าไม่จำเป็นในการดำรงชีวิตออกซึ่งการเรียนดนตรีถือเป็นอันดับแรกๆ เพราะฉะนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงสภาพปัญหาและความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุเพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านต่างๆของผู้สูงอายุ จึงเป็นที่มาในการทำวิจัยครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้เป็นที่นิยมของผู้คนในสังคม โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตการวิจัยด้านทฤษฎี
 - 1.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร(SWOT Analysis)
 - 1.1.1 จุดแข็ง (Strength)
 - 1.1.2 จุดอ่อน (Weakness)
 - 1.1.3 โอกาส (Opportunities)
 - 1.1.4 อุปสรรค (Threat)
 - 1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's (Service Marketing Mix)
 - 1.2.1 ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)
 - 1.2.2 ส่วนประสมด้านราคา (Price)
 - 1.2.3 ส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
 - 1.2.4 ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
 - 1.2.5 ส่วนประสมด้านบุคคล (People)
 - 1.2.6 ส่วนประสมด้านกระบวนการ (Process)
 - 1.2.7 ส่วนประสมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

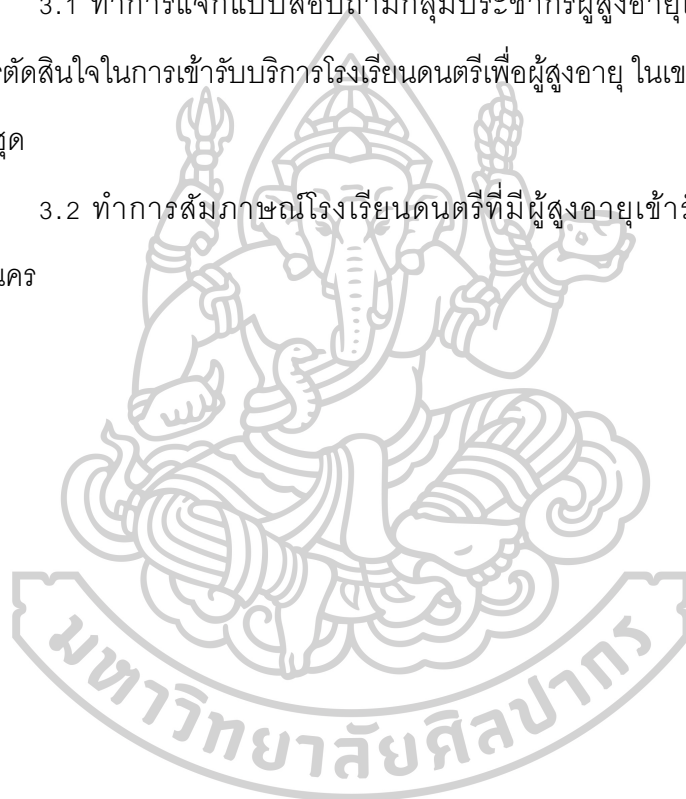
2. ขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหาของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมด้านความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ และนำข้อมูลมาสรุปผลเป็นกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

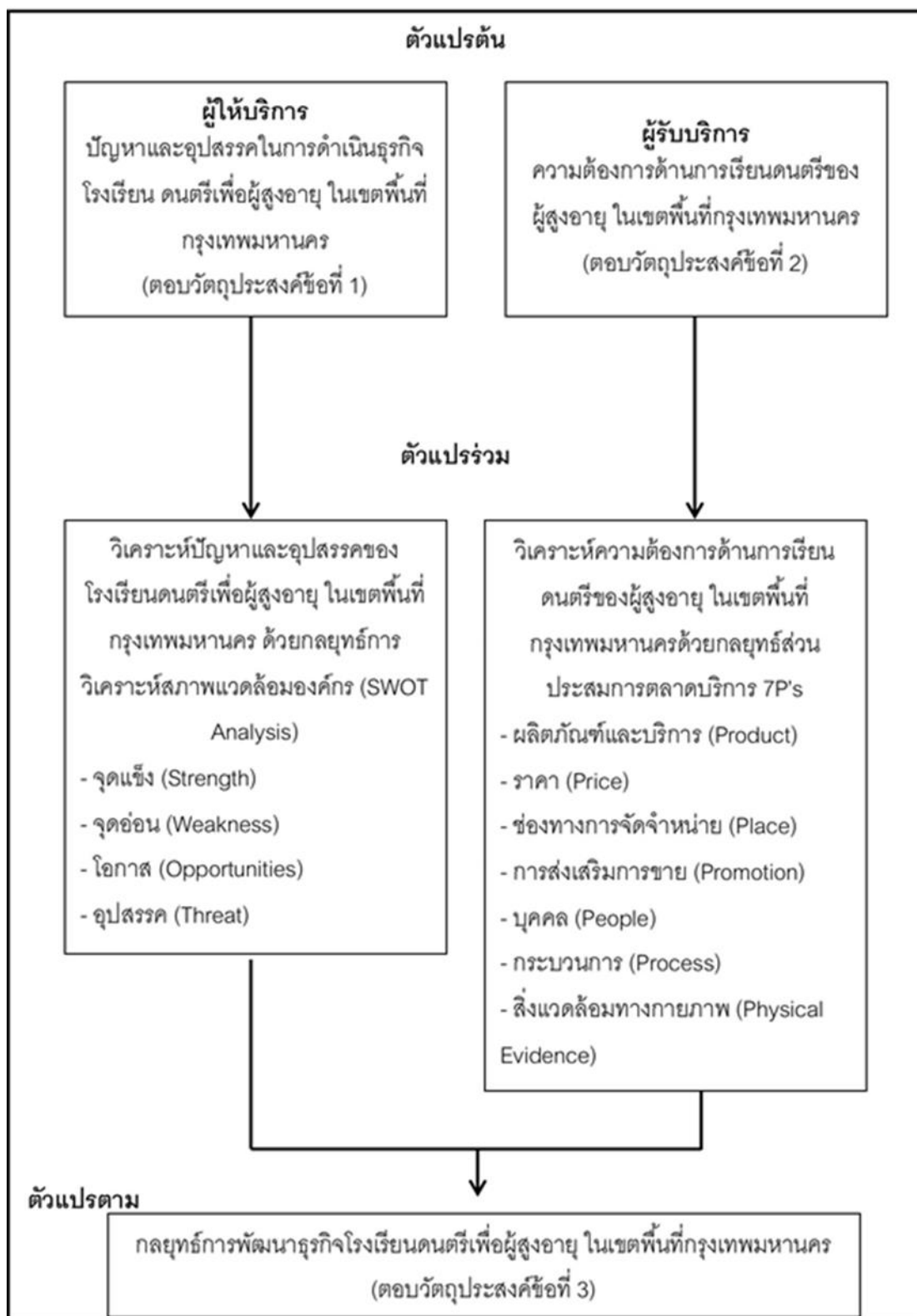
3. ขอบเขตการวิจัยด้านประชากร

3.1 ทำการแจกแบบสอบถามกลุ่มประชากรผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด

3.2 ทำการสัมภาษณ์โรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร



กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



ภาพที่ 3 ภาพกรอบแนวคิดในการทำวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนผู้สูงอายุเข้ารับบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงสิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. ได้กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุสามารถช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุรวมทั้งบุคคลที่กำลังจะเข้าสู่ช่วงวัยของผู้สูงอายุในสังคมไทย
5. เพื่อเป็นแนวทางที่ชัดเจนแก่ผู้ที่สนใจในด้านการพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้สูงอายุ หมายถึง ประชากรเพศชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
2. ผู้ดูแลผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่ดูแลผู้สูงอายุ และมีอำนาจในการตัดสินใจรับบริการการเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ
3. โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ หมายถึง โรงเรียนดนตรีที่มีหลักสูตรสอนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ
4. สังคมผู้สูงอายุ หมายถึง สังคมที่มีจำนวนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 10 จากจำนวนประชากรทั้งหมด หรือ สังคมที่มีจำนวนประชากรที่อายุเกิน 65 ปีขึ้นไป มากกว่า ร้อยละ 7 จากจำนวนประชากรทั้งหมด

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการศึกษาทบทวนข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิด และทฤษฎี เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
 - 1.1 สังคมผู้สูงอายุ
 - 1.2 ความหมายของผู้สูงอายุ
 - 1.3 ความต้องการของผู้สูงอายุ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis)
3. แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's (Services Marketing Mix)
4. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

1.1 สังคมผู้สูงอายุ

ปีทมา ว่าพัฒนางวศ์ และ ปราโมทย์ ปราสาทกุล (2548) กล่าวว่า ในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีประชากร 62.2 ล้านคน และมีอัตราเพิ่มประชากรร้อยละ 0.6 ต่อปี การเพิ่มของประชากรไทยยังคงเพิ่มขึ้นแต่อัตราเพิ่มของประชากรในแต่ละปีค่อยๆลดลง และคาดว่าในปี พ.ศ. 2565 จะเป็นปีที่ประชากรไทยถึงจุดอิมตัว อัตราเกิดจะอยู่ในระดับใกล้เคียงกับอัตราตาย ทำให้อัตราการเพิ่มของประชากรใกล้เคียงกับศูนย์ จำนวนเกิดในแต่ละปีพอ ๆ กับจำนวนตาย หลังจากนั้น เป็นไปได้ว่าอัตราเพิ่มประชากรจะติดลบคือต่ำกว่าศูนย์บ้างเล็กน้อย ทำให้จำนวนประชากรแต่ละปีลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ นายภูษพงศ์ โนนไธสง ผู้อำนวยการสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.) (2561) กล่าวว่า จากฐานข้อมูลจำนวนประชากรของประเทศไทย ปี 2560 ที่ผ่านมา พบว่ามี

จำนวนประชากรทั้งสิ้น 67.6 ล้านคน เป็นชาย 33 ล้านคน หญิง 34.6 ล้านคน และมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 11.3 ล้านคน หรือ ร้อยละ 16.7 ของจำนวนประชากรทั้งหมด คาดการณ์ว่า ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในปี 2564 ซึ่งจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป สัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 20 และในปี พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึง ร้อยละ 28 โดยองค์การสหประชาชาติได้แบ่งสังคมผู้สูงอายุออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) และระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) โดยให้นิยามของแต่ละระดับไว้ ดังนี้

1.1.1 ระดับก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรโดยรวมทั้งหมด หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรโดยรวมทั้งหมด

1.1.2 ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรโดยรวมทั้งหมด หรือมีประชากรอายุ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรโดยรวมทั้งหมด

1.1.3 ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรโดยรวมทั้งหมด

จากการศึกษาข้อมูลประชากรสรุปได้ว่า ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในสังคมผู้สูงอายุ เนื่องจากมีอัตราที่เพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่องในทุกปี ซึ่งสวนทางกับอัตราการเกิดที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในทุกปี ส่งผลให้ประเทศไทยมีจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 จากจำนวนประชากรทั้งหมดและมีแนวโน้มว่าอัตราที่เพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุจะเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในอนาคตอันใกล้

1.2 ความหมายของผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ (United Nation, UN) และองค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตามปฏิทินตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่ทั้งนี้ยังไม่มีการให้คำนิยามและจำแนกกลุ่มผู้สูงอายุไว้อย่างชัดเจน เนื่องจากในแต่ละประเทศทั่วโลกมีการให้คำนิยามของคำว่าผู้สูงอายุที่

ต่างกันจากการนิยามด้วยเหตุปัจจัยที่ต่างกัน เช่น ประชากรศาสตร์ ชีววิทยา สังคมวิทยา วัฒนธรรม ฯลฯ

ประเทศไทยได้มีการบัญญัติคำว่า “ผู้สูงอายุ” เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2505 โดย พลตำรวจตรี อรรถสิทธิ์ สิทธิสุนทร ต่อมาในปี พ.ศ. 2525 ประเทศไทยมีการกำหนดนิยามของผู้สูงอายุเพื่อให้เป็นมาตรฐานสอดคล้องกับที่ประชุมสมัชชาโลกขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยผู้สูงอายุ ที่กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรเลีย (World Assembly on Aging) ว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2553) ได้ให้นิยามของคำว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปี บริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาวดี พุฒิน้อย (2556) กล่าวว่า ลักษณะของผู้สูงอายุจะแตกต่างกันตามช่วงอายุ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1.2.1 ผู้สูงอายุวัยต้น คือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60-69 ปี ยังมีพลังกำลังและสามารถช่วยเหลือตนเองได้

1.2.2 ผู้สูงอายุวัยกลาง คือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 70-79 ปี เริ่มเข้าสู่วัยเสื่อม โดยร่างกายจะเริ่มอ่อนแอ มีอาการเจ็บป่วย มีโรคประจำตัวหรือมีโรคเรื้อรัง

1.2.3 ผู้สูงอายุวัยปลาย คือ ประชากรที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป เข้าสู่วัยเสื่อม โดยร่างกายมีความเสื่อมสภาพลง อาจมีภาวะทุพพลภาพ

นอกจากนี้ศาสตราจารย์เกียรติคุณ แพทย์หญิง พวงทอง ไกรพิบูลย์ (2560) ได้กล่าวว่า ผู้สูงอายุ เป็นวัยที่มีความแตกต่างจากวัยอื่น เนื่องจากเป็นวัยบั้นปลายของชีวิต เพราะฉะนั้นปัญหาของผู้สูงอายุในทุกด้านโดยเฉพาะด้านสังคม และสาธารณสุขจะแตกต่างจากวัยอื่นอย่างสิ้นเชิง ในปัจจุบันจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ซึ่งทางรัฐบาลไทยและทั่วโลกได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงได้มีการรณรงค์อย่างต่อเนื่องให้ทุกคนตระหนัก เข้าใจ และพร้อมที่จะดูแลผู้สูงอายุให้เหมือนกับที่ดูแลประชากรในกลุ่มอายุอื่นๆ

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า ในปัจจุบันยังไม่สามารถกำหนดนิยามคำว่า “ผู้สูงอายุ” ได้อย่างเป็นมาตรฐานสากล แต่ในลักษณะทางชีววิทยาของคำว่าผู้สูงอายุในแต่ละนิยามนั้นไม่แตกต่างกัน คือ ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีสภาวะสมรรถภาพถดถอยตามธรรมชาติทางด้าน

กายภาพมักมีปัญหาทางด้านสุขภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งในปัจจุบันผู้สูงอายุมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก จึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญและหาสิ่งที่มารองรับเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ รวมไปถึงการดูแลและใส่ใจเช่นเดียวกับประชากรในกลุ่มอายุอื่นๆ

1.3 ความต้องการของผู้สูงอายุ

จากบทความของเว็บไซต์สำนักส่งเสริมสุขภาพกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข หัวข้อ การเปลี่ยนแปลงและเตรียมตัวเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ. (29 กันยายน 2561. สืบค้นจาก <http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/health/prepared/topic002.php>) ระบุไว้ว่า ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีสภาพร่างกาย จิตใจ และสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปตามธรรมชาติโดยสามารถแบ่งความต้องการได้ทั้งหมด 3 ด้าน คือ

1.3.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ การได้รับการตรวจสุขภาพอย่างต่อเนื่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีผู้ดูแลคอยช่วยเหลืออย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุต่างๆ รวมไปถึงที่อยู่อาศัยควรจะเป็นสถานที่ที่ดีและสะอาด

1.3.2 ความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ การรับรู้ การแสดงออกทางอารมณ์ ความสนใจสิ่งแวดล้อม และการสร้างวิถีการดำเนินชีวิตของตนเอง ผู้สูงอายุมักยึดติดกับความคิดของตนเองและสนใจเฉพาะสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้การรับรู้สิ่งใหม่จึงเป็นไปได้ยาก นอกจากนั้นผู้สูงอายุมักเกิดความน้อยใจ ท้อแท้ จากการได้รับบทบาททางสังคมน้อยลง จึงมักคิดว่าตนไม่ได้รับความสำคัญเหมือนที่เป็นมา กล่าวคือ ผู้สูงอายุมีอารมณ์ที่อ่อนไหวหากได้รับการกระทบกระเทือนทางจิตใจเพียงเล็กน้อยจะส่งผลต่ออารมณ์ของผู้สูงอายุได้ และการสร้างวิถีดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุแต่ละรายจะแตกต่างกันไปตามการยอมรับความเปลี่ยนแปลง เช่น บางคนมุ่งสร้างชีวิตให้กับตนเอง

1.3.3 ความต้องการทางด้านสังคม ผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องการการยอมรับ และความใส่ใจจากครอบครัว สังคม รวมไปถึงชุมชน สิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้สูงอายุเป็นที่ยอมรับของสังคมคือการได้มีบทบาทในสังคมตามความถนัดของตน และสิ่งที่ควรระวังคือการแสดงออกถึงความเมตตาสงสารที่มากเกินไป เพราะเป็นสิ่งที่มีความกระทบทางด้านจิตใจของผู้สูงอายุ

ซึ่งมีความสอดคล้องกับ สุทธิพงษ์ บุญผดุง (2554) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลง 3 ด้านด้วยกันคือ การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ และ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายจะมีลักษณะไปในทางเสื่อมมากกว่าการเสริมสร้าง ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์และการปรับตัวเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุโดยมักจะมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและสังคม ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมจะเป็นในลักษณะที่ผู้สูงอายุไม่สามารถแสดงบทบาทต่างๆ ได้ เช่นเดิมจึงส่งผลทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกขาดคุณค่า ขาดความภาคภูมิใจในตัวเอง

จากการศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุสามารถสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีความต้องการโดยรวมทั้งหมด 3 ด้าน คือ ทางด้านร่างกาย ทางด้านจิตใจ ทางด้านสังคม ซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้ล้วนส่งผลเกี่ยวโยงซึ่งกันและกัน และสิ่งที่จะสามารถช่วยฟื้นฟูและตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุทั้ง 3 ด้านได้อย่างครบถ้วน คือ การส่งเสริมกิจกรรมที่มีผลดีสามารถพัฒนาศักยภาพทางด้านสุขภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลต่อไปยังด้านสังคม คือ เมื่อผู้สูงอายุมีสุขภาพร่างกายที่ดีก็สามารถมีบทบาทร่วมกับคนในสังคม ซึ่งส่งผลต่อไปยังด้านจิตใจ คือ ผู้สูงอายุจะเห็นคุณค่าของตนเอง โดยการส่งเสริมกิจกรรมที่มีผลดีต่อผู้สูงอายุ คือ การประกอบกิจกรรมยามว่างร่วมกันเป็นสังคม เช่น กิจกรรมดนตรี กิจกรรมการทำอาหาร กิจกรรมการออกกำลังกาย เป็นต้น

2. แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร(SWOT)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร คือ การวิเคราะห์สภาพของธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่อาจส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัย 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สภาวะรอบด้านของสินค้าและบริการทั้งในแง่บวกและแง่ลบ เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอด และปรับปรุงแก้ไข เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและลดการเกิดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2534) ให้ความหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรไว้ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาส ที่ส่งผลกระทบต่อด้านดีกับธุรกิจ รวมไปถึงจุดอ่อนและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

เอกวินิต พรหมรักษา (2555) ให้ความหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรไว้ว่าเป็นการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (situation analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค

Sandhusan, 2008 ให้ความหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรไว้ว่า เป็นการวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบระหว่าง สภาวะภายในองค์กรคือ จุดแข็งและจุดอ่อน และสภาวะภายนอกองค์กร คือ โอกาสและอุปสรรค

Kotler, 2012 ให้ความหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรไว้ว่า เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจจาก จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

แนวคิดแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรได้โดยแบ่งเป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ

2.1 ปัจจัยภายใน คือ สภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ผู้ประกอบการธุรกิจมีอำนาจในการควบคุมและเปลี่ยนแปลง แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

2.1.1 จุดแข็ง (Strength) คือ จุดเด่นขององค์กร เป็นการวิเคราะห์ข้อดีภายในองค์กรที่ส่งผลให้ธุรกิจมีความสามารถเหนือคู่แข่ง เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.1.2 จุดอ่อน (Weakness) คือ จุดด้อยภายในองค์กร เป็นการวิเคราะห์ข้อเสียภายในองค์กรเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.2 ปัจจัยภายนอก คือ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ผู้ประกอบการไม่มีอำนาจในการควบคุม ได้แก่ กฎหมายและนโยบายของรัฐบาล สภาพเศรษฐกิจ สภาพสังคม และเทคโนโลยี แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ

2.2.1 โอกาส คือ ปัจจัยด้านดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่สามารถส่งผลดีและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้กับองค์กรในอนาคต ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ เป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

2.2.2 อุปสรรค คือ ปัจจัยด้านลบที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่สามารถส่งผลเสียต่อองค์กรในอนาคต ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ เช่น

สภาพอากาศที่ไม่ดี สภาพเศรษฐกิจที่ถดถอย เป็นการวิเคราะห์เพื่อเตรียมความพร้อมในการปรับปรุงและแก้ไขการดำเนินงานเพื่อรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้น

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถทราบถึงสภาวะภายในและสภาวะภายนอกของธุรกิจ ทั้งในแง่บวกและในแง่ลบ คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่สามารถส่งผลกระทบต่อทางธุรกิจ เพื่อหากกลยุทธ์มาใช้ในพัฒนาต่อยอด ปรับปรุงแก้ไข พัฒนาสินค้าและบริการ เป็นการวางกลยุทธ์เพื่อตอบสนองได้ตรงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's (Marketing Mix)

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการดำเนินการตลาด และกิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2547) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดซึ่งใช้ร่วมกันในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยสามารถเรียกสั้นๆว่า 4P's

Zeithanl and Bitner (ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2549) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดสำหรับการบริการ ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม คือ 4P's ได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมกับองค์ประกอบอีก 3 ส่วน ได้แก่ บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการบริการ (Process) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

3.1 สินค้า (Product) หมายถึง สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการนำเสนอต่อตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในแบบรูปธรรม คือ สินค้าที่สามารถจับต้องได้ มีอายุการใช้งาน และในแบบนามธรรม คือ สินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยสามารถแบ่งสินค้าได้เป็น 3 ประเภท คือ

3.1.1 สินค้าไม่ทนทาน (Nondurable goods) คือ สินค้าที่เป็นรูปธรรม สามารถจับต้องได้ และมีอายุการใช้งานสั้น

3.1.2 สินค้าทนทาน (Durable goods) คือ สินค้าที่เป็นรูปธรรม สามารถจับต้องได้ และมีอายุการใช้งานนาน

3.1.3 การบริการ (Services) คือ สินค้าที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องและไม่สามารถเก็บไว้ได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ เช่น การศึกษา ร้านสปา เป็นต้น

จิววัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมด้านสินค้าและบริการไว้ว่า เป็นสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีความสอดคล้องกับ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) ที่ได้ให้ความหมายของส่วนประสมด้านสินค้าและบริการไว้ว่า เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการกิจสร้างและพัฒนาขึ้น ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ การบรรจุภัณฑ์ การรับประกันคุณภาพสินค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า สินค้าและบริการ คือ สินค้าหรือบริการในแบบรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

3.2 ราคา (Price) คือ การกำหนดมูลค่าของสินค้าในรูปแบบของเงิน ซึ่งการกำหนดราคานี้จะต้องคำนึงถึง การยอมรับของผู้บริโภคในคุณค่าของสินค้าว่าสูงกว่าราคา ต้นทุน และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องของสินค้า คู่แข่ง และปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น สภาพของเศรษฐกิจที่ถดถอย เป็นต้น

Phillip Kotler & Gary Armstrong (2012) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมด้านราคาไว้ว่า เป็นเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของ

ผู้บริโภค และ ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548) ได้ให้รายละเอียดของคำว่าราคามากขึ้น คือ การกำหนดระดับราคา ส่วนลด ค่าจ้าง ต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ สูดาดวง เรื่องรุจิระ (2543) ที่ได้ให้ความเห็นว่า ราคาเป็นตัวกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขาย จึงจะทำให้การซื้อขายนั้นประสบความสำเร็จได้

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ส่วนประสมด้านราคา คือ ตัวเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ซึ่งการกำหนดมูลค่าของสินค้าหรือบริการขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้า และความพึงพอใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า เป็นสิ่งที่กำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามา จะต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

Rajendra Nargundkar (2009) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ว่า เป็นสถานที่ที่ใช้ในการผลิตและส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Richard L. Sandhusen (2008) ได้ให้ความหมายด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ว่า เป็นสถานที่ที่มีสินค้าหรือบริการปรากฏให้ผู้บริโภคได้เห็นและรับรู้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แต่ สูดาดวง เรื่องรุจิระ (2543) ได้ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการไม่ทราบว่าจะนำสินค้าหรือบริการจำหน่ายในช่องทางไหน ส่งผลให้สินค้าหรือบริการนั้นๆ มีประโยชน์แก่ผู้บริโภคกลุ่มเล็กๆ เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับ พิษณุ จงสถิตวัฒนา (2544) ได้ให้ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ว่า ต่อให้สินค้าหรือบริการเหล่านั้นจะมีคุณภาพดีและเป็นที่ต้องการมากแค่ไหนก็ตาม อาจไม่มีความหมายเลยถ้ามีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผิดและไม่เหมาะสม เพราะผู้บริโภคไม่มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ส่วนประสมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สถานที่ซึ่งเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้แก่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย โดยจะต้องเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย ทั้งในด้านของทำเลที่ตั้ง เวลา รวมไปถึงความสะดวกสบายของผู้บริโภคในการซื้อสินค้านั้นๆ

3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้า เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อชักจูงผู้ซื้อ โดยการใช้พนักงาน หรือทางสื่อต่างๆ

Phillip Kotler & Gary Armstrong (2012) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาด ไว้ว่า เป็นการสื่อสารหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ Richard L. Sandhusen (2008) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า เป็นการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยมีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน และ พิษณุ จงสถิตวัฒนา (2544) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างสิ่งเร้าและเกิดการชักจูงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ โดยจะเกิดขึ้นระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งมีความสอดคล้องกับ พิบูล ทีปะปาล (2549) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาดไว้ว่า เป็นการโน้มน้าวจิตใจเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการให้ความหมายของนักวิชาการข้างต้นมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นหนึ่งในรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่นิยมมากในธุรกิจบริการ เพื่อสร้างความรับรู้และความเข้าใจ และสามารถสร้างความสนใจให้แก่ผู้บริโภคได้

3.4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งผู้ส่งข่าวจะรับรู้ถึงความเข้าใจของผู้รับข่าวได้ทันที

3.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sells Promotion) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นในระยะสั้นเพื่อช่วยกระตุ้นการตอบสนองของผู้บริโภค ซึ่งการส่งเสริมการขายอาจทำได้โดยวิธีทางไปรษณีย์ แคตตาล็อก สิ่งพิมพ์ จากบริษัทผู้ผลิต

3.4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) เป็นการให้ข่าวโดยเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการหรือนโยบายบริษัทผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

3.4.5 การบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับธุรกิจบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้บริโภคจะถ่ายทอดประสบการณ์ที่ตนได้รับต่อไปยังผู้อื่น ถ้า

หากผู้บริโภคมีความรู้สึกประทับใจจะเกิดการบอกต่อไปยังคนรู้จัก รวมไปถึงการแนะนำให้ไปใช้บริการ ซึ่งสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาได้มาก

3.4.6 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง กล่าวคือ วิธีต่างๆที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมสินค้ากับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อให้เกิดการตอบสนองในทันที ได้แก่ การเสนอขายทางโทรศัพท์ การเสนอขายโดยใช้จดหมาย การเสนอขายโดยใช้แคตตาล็อก การเสนอขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนอง เช่น คุปองแลกซื้อ

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการวางแผนและการกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจนในการสื่อสาร เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การบอกเล่าปากต่อปาก และการตลาดทางตรง

3.5 บุคลากร (People) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในด้านสินค้าและการให้บริการ โดยบุคลากรที่ทำงานภายในองค์กรต้องผ่านการคัดเลือก การฝึกอบรม เพื่อสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ รวมถึงควรมีทัศนคติที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กร

Rajendra Nargundkar (2009) ได้ให้ความหมายของบุคลากรไว้ว่า การดำเนินธุรกิจบริการจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับส่วนประสมด้านบุคลากรเป็นหลัก เพราะเป็นเหมือนผู้สะท้อนภาพลักษณ์ที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้รับบริการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) ได้ให้ความหมายของบุคลากรไว้ว่า เป็นปัจจัยสำคัญในการประสบผลสำเร็จของธุรกิจบริการ โดยจำเป็นต้องมีการคัดเลือกหรืออบรมมากเป็นอันดับหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด และ ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2549) ได้ให้ความหมายของบุคลากรไว้ว่า บุคลากรที่ดีจะสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการ ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบคู่แข่งทางธุรกิจ

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า บุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจบริการ เพราะเป็นสิ่งที่สะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรและมีผลต่อผู้บริโภคโดยตรง จึง

ต้องให้ความสำคัญในการคัดเลือกและอบรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

3.6 กระบวนการบริการ (Process) เป็นขั้นตอนในการส่งมอบคุณค่าของสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพซึ่งสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคได้ เช่น ความรวดเร็วในการสมัครเรียน ความต่อเนื่องในการเรียนการสอน เป็นต้น

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ได้ให้ความหมายของกระบวนการบริการไว้ว่าเป็นการกำหนดขั้นตอนการให้บริการ การส่งมอบบริการ และความสามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2547) ได้ให้ความหมายของกระบวนการบริการไว้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพราะผู้บริโภคคำนึงถึงความสะดวกและรวดเร็วเป็นปัจจัยหลักในการรับบริการ เพราะฉะนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีการวางขั้นตอนที่มีความกระชับและรัดกุม แต่ Rajendra Nargundkar (2009) ได้ให้ความหมายของกระบวนการบริการไว้ว่า เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องรับรู้และศึกษาให้เข้าใจเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ตรงความต้องการของตนเองมากที่สุด

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า กระบวนการบริการเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจบริการ เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความสะดวกและรวดเร็วเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ การกำหนดขั้นตอนการให้บริการ และการส่งมอบของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3.7 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างคุณค่าและความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค เช่น การแต่งตัวเรียบร้อย ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ พื้นที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการ เป็นต้น

ศิริฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2555) ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไว้ว่าเป็นการออกแบบ การเลือกใช้อุปกรณ์ และการสร้างบรรยากาศที่ดี เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremler (2006) ที่ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไว้ว่า เป็นบรรยากาศสภาพแวดล้อมต่างๆที่อยู่ระหว่างการให้บริการ ซึ่งสื่อถึงคุณภาพของการให้บริการ

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อมต่างๆ ที่อยู่รอบตัวในขณะการให้บริการ เช่น การแต่งกายของพนักงาน ความสะอาดของสถานที่ ซึ่งสิ่งแวดลอมทางกายภาพแสดงออกถึงคุณภาพขององค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

4. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค คือการแสดงออกถึงพฤติกรรมและกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนั้นๆ ได้ คือ ทราบถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังซื้อ

Philip Kotler (2012) ได้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นการกระทำของผู้บริโภคบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการซึ่งเชื่อมโยงกับ Schiffman, Kanuk (1987) ที่ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการแสดงออกถึงความต้องการในการเสาะแสวงหาสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2535) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการค้นหา การใช้ และเปรียบเทียบสินค้าและบริการต่างๆ ในกลุ่มของสินค้าและบริการนั้นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

จากการทบทวนบทวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือกระบวนการการกระทำของผู้บริโภคในทุกขั้นตอนที่ทำซ้ำเป็นประจำต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ตั้งแต่การสืบค้นข้อมูล การเปรียบเทียบสินค้าและบริการกับมูลค่า หรือสินค้าและบริการในกลุ่มนั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2543) และ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคว่ามีปัจจัยหลายด้านที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค

การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคนั้นมีปัจจัยหลายด้านเข้ามาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการซื้อ เช่น สภาพคล่องทางการเงิน ความสะดวกสบายในการเข้าถึง ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น ด้วยปัจจัยที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคลจึงส่งผลให้พฤติกรรมการ

เลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันออกไป โดยกระบวนการในการตัดสินใจของผู้บริโภคมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ความต้องการ หรือการรับรู้ความต้องการ (Need Arousal or Problem Recognition)

เป็นกระบวนการแรกที่ส่งผลให้ผู้บริโภคสนใจและหันมาตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำมากระตุ้นให้ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ ความต้องการ และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

4.2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search)

หลังจากที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการในตัวสินค้าและบริการนั้นๆ แล้ว การแสวงหาข้อมูลจะเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงจากความต้องการในสินค้าและบริการ โดยการสืบค้นข้อมูลต่างๆ ของสินค้าและบริการว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ข้อมูลเสียงตอบรับจากผู้บริโภครายอื่นที่เคยใช้สินค้าและบริการ และการบริการหลังการขาย เป็นต้น โดยมีแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการสืบค้นข้อมูลของผู้บริโภค เช่น แหล่งข้อมูลออนไลน์ การโฆษณาสินค้าและบริการ ข้อมูลจากพนักงานขาย รวมไปถึงคนใกล้ชิดที่เคยใช้สินค้าและบริการนั้นๆ

4.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

หลังจากผู้บริโภคสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และได้ข้อมูลมาเพียงพอ จึงเข้าสู่กระบวนการประเมินทางเลือกโดยนำข้อมูลที่สืบค้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ มาทำการเปรียบเทียบ โดยพิจารณาจากลักษณะต่างๆ เช่น จุดเด่น จุดด้อย ข้อดี ข้อเสีย ความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ และเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการในกลุ่มของสินค้าและบริการนั้นๆ เพื่อเลือกสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด

4.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

หลังจากผ่านกระบวนการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะสามารถเลือกสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากที่สุด แต่อาจมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้ เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม ด้านความไม่เหมาะสมกับฐานะ ไม่เป็นที่ยอมรับจากคนรอบข้าง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลให้ผู้บริโภค

ตัดสินใจเปลี่ยนตราสินค้า โดยซื้อสินค้าและบริการจากผู้ผลิตรายอื่นที่ขายสินค้าและบริการประเภทเดียวกัน

4.5 พฤติกรรมหลังซื้อ (Post-purchase Behavior)

สิ่งสำคัญหลังจากการซื้อขายจบลง คือ พฤติกรรมหลังการซื้อขาย เพราะจะสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ อยากที่จะใช้สินค้าและบริการในตราสินค้าเดิมอย่างต่อเนื่องจนเกิดความเชื่อมั่นและไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการตราสินค้าอื่น และเกิดการบอกต่อซึ่งเป็นการรักษาสถานะลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ ในทางกลับกันหากสินค้าและบริการไม่เป็นที่พอใจต่อผู้บริโภค อาจส่งผลให้ผู้บริโภคยุติการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ และเกิดการบอกต่อในด้านลบ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมหลังการซื้อเพื่อส่งมอบความประทับใจให้กับผู้บริโภคให้เกิดความเชื่อมั่นและจงรักภักดีในสินค้าและบริการ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยเลือกงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกับเรื่องที่ศึกษาอย่างมากที่สุด เพื่อนำข้อมูลและผลสรุปมาเชื่อมโยงให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษา โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ประสิทธิ์ศุภการ พึ่งบุญ ณ อยุธยา(2557) ได้ทำวิจัยในหัวข้อ “กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับบริการในโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed Method Research) จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริหารโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และกลุ่มผู้ปกครองที่ตัดสินใจให้บุตรเรียนดนตรีในโรงเรียนดนตรีเอกชน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แล้วได้เป็นกลยุทธ์ NUKII Model ประกอบไปด้วย N Strategies(Non-Stop Process) เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนกระบวนการให้บริหารภายในองค์กร U Strategies(Urban Music School) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดสภาพแวดล้อมองค์ เช่น สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ K Strategies(Knowledgable Staff) เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการคัดเลือกและอบรมบุคลากรภายในธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อให้มี

คุณภาพที่เหมาะสมต่อการให้บริการ I1 Strategies(Inventive Course) เป็นการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านหลักสูตรการเรียนเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง

I2 Strategies (Innovation Service) เป็นกลยุทธ์ในการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริการ

วิภาสินี เมลลานนท์(2555) ได้ทำวิจัยในหัวข้อ “ศึกษาแนวทางทางการตลาด และการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ” ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed Method Research) จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 61-70 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้อยู่ที่ 20,000 - 30,000 บาท และมีโรคประจำตัว ซึ่งมีความต้องการในการเรียนดนตรีโดยที่วิชาร้องเพลงเป็นวิชาที่ได้รับความสนใจมากที่สุด ทางด้านความต้องการสามารถสรุปได้ว่าผู้สูงอายุต้องการเรียนดนตรีกับครูสอนดนตรีที่มีความเชี่ยวชาญในการสอนผู้สูงอายุโดยตรง และควรกำหนดค่าเรียนในช่วงราคาที่เหมาะสม ในด้านสภาพแวดล้อมของโรงเรียนผู้สูงอายุต้องการโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในที่ที่พบเจอได้ง่าย เดินทางได้อย่างสะดวก มีอากาศถ่ายเท รวมไปถึงมีห้องพยาบาลหรืออยู่ใกล้สถานพยาบาล และในอนาคตควรพิจารณาให้มีการจัดรถรับส่งผู้เรียน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Research Method) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อนำไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย และนำมาวิเคราะห์สรุปผล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

ลำดับขั้นตอนการทำวิจัย

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครมีลำดับขั้นตอนการวิจัยทั้งสิ้น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

ขั้นตอนที่ 3 สร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

กิจกรรมการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ โดยผู้วิจัยใช้คำถามในการสัมภาษณ์ที่อยู่ในกรอบของทฤษฎีหรือแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม

2. ผู้วิจัยทำการสรุปผลและนำเสนอผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's (Services Marketing Mix)

2. ผู้วิจัยทำการสรุปผลและนำเสนอผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรม และความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 3 สร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1. นำผลสรุปจากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับบริการในโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ผู้วิจัยทำการสรุปข้อมูลเพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอนโดยนำเสนอตามลำดับขั้น
ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มี
ผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีกิจกรรมการวิจัยดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจ
โรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในเขตกรุงเทพมหานคร คือ
ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหารโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนิน
ธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มาจากการเลือกแบบ
เฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหารโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้า
รับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 3 โรงเรียน ดังนี้

1. ผศ.ดร.เอกราช เจริญนิติย์ ตำแหน่ง ผู้ทรงคุณวุฒิร่างหลักสูตรดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ (สช.)
2. คุณปรกรบงกช จงวิทยาดี ตำแหน่ง ผู้บริหารโรงเรียนดนตรียามาฮ่า สาขาเอ็มโพเวียม
3. คุณศุภกิจ พิสิษฐุฒินันท์ ตำแหน่ง ผู้บริหารโรงเรียนดนตรี Muse Music Academy

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงปัญหา
และอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่

กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ เพื่อพัฒนาโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดและการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. สร้างชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกภายใต้กรอบทฤษฎีและแนวคิดของการทบทวนวรรณกรรม
3. นำชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกนำเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และให้มีความครอบคลุมทั้งด้านเนื้อหา รวมไปถึงภาษาที่ใช้ในชุดคำถาม
4. ปรับปรุง และจัดพิมพ์ชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก
5. นำชุดคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปใช้จริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขออนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสอบถามวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามกิจกรรมการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และสรุปผล

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีกิจกรรมการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มาจากการเลือกแบบสุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ของจังหวัดกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2560 จำนวน 5,682,415 ราย (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 ราย

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเพื่อใช้สำรวจข้อมูลพฤติกรรม ความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งมีวิธีการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ และแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลและความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่
 - 2.1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยลักษณะการประเมินแบบรายการ (Checklist)
 - 2.2 ข้อมูลพฤติกรรมความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยลักษณะการประเมินแบบรายการ (Checklist)
 - 2.3 ความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

- 5 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรี มากที่สุด
- 4 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรี มากที่
- 3 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรี ปานกลาง
- 2 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรี น้อย
- 1 หมายถึง มีน้ำหนักในการตัดสินใจเลือกเรียนดนตรี น้อยที่สุด

หลังจากได้ข้อมูลความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุแล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ มาทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อใช้ในการแปลความหมาย โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหาค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ดี
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ค่อนข้างดี
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ค่อนข้างไม่ดี
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่ดี

2.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ทำการเสนอความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (Open Ended)

3. นำแบบสอบถามที่สร้างมอบให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา ทั้งในด้านโครงสร้าง ความครอบคลุมของเนื้อหา รวมถึงภาษาที่ใช้ในชุดคำถาม

4. นำชุดแบบสอบถามเชิงลึกที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปใช้จริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำการขออนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามความต้องการของผู้เข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยการเก็บและรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ในการหาค่าความเชื่อมั่น(Realiability) ของแบบสอบถามผู้วิจัยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค(Cronbach)
2. การศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติค่าความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ(Factor Analysis) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-way ANOVA)

ขั้นตอนที่ 3 กลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีกิจกรรมการวิจัยดังนี้

1. นำผลสำรวจในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อกำหนดหาประเด็นสำคัญเพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ผู้วิจัยทำการสรุปข้อมูลเพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัย ออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การเก็บข้อมูลจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ และส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยในเชิงสำรวจ (Survey Research Method) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลทั้ง 2 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเพื่อทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบโรงเรียนดนตรีจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. ผศ.ดร.เอกราช เจริญนิത്യ ตำแหน่ง ผู้ทรงคุณวุฒิร่างหลักสูตรดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ (สช.)
2. คุณปรกรบงกช จงวิทยาดิ ตำแหน่ง ผู้บริหารโรงเรียนดนตรีริยามาฮ่า สาขาเอ็มโพเรียม
3. คุณศุภกิจ พิสิษฐุณินันท์ ตำแหน่ง ผู้บริหารโรงเรียนดนตรี Muse Music Academy

หลังจากทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาสรุปประเด็นสำคัญและจำแนกประเด็นคำถามออกเป็น 3 ประเด็นด้วยกัน โดยจะขอนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ประเด็นคำถามที่ 1 “สภาพปัจจุบันที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุทั้งในด้านบวกและด้านลบ”

1.1 จุดแข็ง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านโรงเรียนดนตรีทั้ง 3 ท่าน ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับจุดแข็งตรงกันว่า คุณภาพและศักยภาพของครูผู้สอน ความเป็นมืออาชีพของบุคลากร ความชัดเจนของกฎระเบียบกระบวนการที่รวดเร็วและแม่นยำ เป็นจุดแข็งที่สำคัญที่สามารถขับเคลื่อนธุรกิจโรงเรียนดนตรีให้หยุดและเหนือกว่าคู่แข่ง โดยคุณปรบงกช จงวิทยาดี ผู้บริหารโรงเรียนดนตรียามาฮ่า สาขาเอ็มโพเรียม กล่าวว่า จุดแข็งของโรงเรียนดนตรียามาฮ่า สาขาเอ็มโพเรียม อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญก็คือ ทำในสิ่งที่โรงเรียนอื่นไม่ทำกัน คือเปิดบริการทุกวัน โดยโรงเรียนดนตรีทั่วไปนั้นจะปิดบริการในวันจันทร์ นอกจากนั้น ผศ.ดร.เอกราช เจริญนิത്യ ได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่า ในปัจจุบันธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุนั้นเป็นที่ต้องการในตลาดแต่ยังไม่มีใครทำหลักสูตรขึ้นมาอย่างจริงจัง ถ้าใครเริ่มทำได้ก่อนก็จะสามารถสร้างกำไรได้มาก

1.2 จุดอ่อน

ในส่วนของคุณจุดอ่อน ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้ให้ความเห็นตรงกันในเรื่องของหลักสูตร เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีหลักสูตรที่แน่นอนของผู้สูงอายุแต่จะมีหลักสูตรของเด็กเท่านั้น ซึ่งหลักสูตรสำหรับเด็กเป็นหลักสูตรที่มีจุดประสงค์ต่างจากความต้องการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุที่เข้ามาเรียนโดยสิ้นเชิง โดย ผศ.ดร.เอกราช เจริญนิത്യ กล่าวว่า ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความต้องการมากกว่าและละเอียดอ่อนมากกว่าวัยอื่นๆ ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีการทำวิจัยอย่างจริงจังในเรื่องความต้องการของผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลให้ยังขาดผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของคุณปรบงกช จงวิทยาดี ผู้บริหารโรงเรียนดนตรียามาฮ่า สาขาเอ็มโพเรียม และคุณศุภกิจ พิสิษฐุฒินันท์ ที่กล่าวว่า ในปัจจุบันโรงเรียนของตนยังไม่มีหลักสูตรการเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ

1.3 โอกาส

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายขึ้น กล่าวคือ ในปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาระบบคมนาคมให้สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัดเวลามากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มขยายเส้นทางคมนาคมโดย

รถไฟฟ้า ทำให้การเดินทางในการไปถึงโรงเรียนดนตรีสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น และยังสามารถช่วยลดการที่ต้องเจอกับปัญหาการจราจรติดขัดได้อีกด้วย ซึ่งในส่วนของ การเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับโรงเรียนดนตรี เพราะเป็นสิ่งแรกที่กลุ่มลูกค้าจะตัดสินใจในการเลือกโรงเรียน

1.4 อุปสรรค

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ข้อมูลไปในทางเดียวกันว่า อุปสรรคของโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุคือ การไม่มีโมเดลต้นแบบสำหรับโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ จึงทำให้โรงเรียนดนตรียังไม่มียุทธศาสตร์สำหรับผู้สูงอายุโดยตรง และเนื่องจากผู้สูงอายุในประเทศไทยนั้นมีวัฒนธรรมและการใช้ชีวิตที่ค่อนข้างแตกต่างกับผู้สูงอายุในต่างประเทศ จึงไม่สามารถใช้หลักสูตรมาทดแทนในส่วนนี้ได้ นอกจากนี้ ผศ.ดร.เอกราช เจริญนิติก ได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมไว้ว่า อุปสรรคของโรงเรียนดนตรีคือความรู้สึกของผู้สูงอายุ เช่น ผู้สูงอายุบางคนต้องการเรียนกับเด็กเพราะอาจทำให้กระชุ่มกระชวย และสดชื่น แต่สำหรับผู้สูงอายุอีกกลุ่มหนึ่งจะรู้สึกไม่อยากเรียนร่วมกับเด็ก

ประเด็นคำถามที่ 2 “ปัญหาที่พบจากการประกอบธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ”

2.1 ด้านการบริการ

โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ข้อมูลไว้ว่า โรงเรียนจะมีการบริการพิเศษ อย่างเช่น การเปิดโรงเรียนให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเข้ามาซ้อมที่โรงเรียนได้ เพราะจะทำให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทางด้านการเล่นได้ดียิ่งขึ้น และ ผศ.ดร.เอกราช เจริญนิติก ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการหลักสูตรสำหรับผู้สูงอายุไว้ว่าเนื่องจากหลักสูตรสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีความหลากหลายน้อยมาก เนื่องจากไม่มีการทำวิจัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ทำให้โรงเรียนไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างที่ผู้สูงอายุต้องการ ทั้งในด้านอุปกรณ์ภายในโรงเรียนที่มีความเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ อย่างเช่น หนังสือเรียนสำหรับผู้สูงอายุ รวมไปถึงทักษะ และเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การปรับเพลงให้สามารถเล่นได้ง่ายขึ้น เพราะผู้สูงอายุส่วนมากที่มาเรียนเพราะต้องการความผ่อนคลาย ไม่ต้องการที่จะเป็นเลิศทางด้านดนตรีเพราะฉะนั้นการให้เรียนตามที่ยุติต้องการจะสามารถตอบสนองของผู้สูงอายุได้โดยตรง

2.2 ด้านราคา

สำหรับข้อมูลในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ข้อมูลไว้ตรงกันว่า ราคาสำหรับการเรียนนั้นจะถูกกำหนดตามสภาพชุมชนโดยรอบเพื่อนำข้อมูลมาสร้างเป็น value ให้กับโรงเรียนแล้วจึงตั้งราคาที่สุดอดคล้องกับคุณภาพค่าสาธารณูปโภค สถานที่ คุณภาพของการบริการ และคุณภาพของครู เช่น ถ้าหากตั้งราคาต่ำเกินไปในชุมชนที่มีทุนทรัพย์ในการจ่ายสูง อาจส่งผลให้โรงเรียนดูไม่มีความน่าเชื่อถือ

2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านนั้นได้มีความเห็นตรงกันว่า ปัจจุบันช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายส่วนมากจะเป็นช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการทำหน้าเฟสบุ๊ค ทำเพจ เพื่ออัปเดตข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม เกร็ดความรู้ รวมไปถึงช่องทางในติดต่อ รายละเอียดสถานที่และการเดินทางที่ชัดเจน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าโรงเรียนได้อย่างสะดวกรวดเร็ว แต่ถึงอย่างไร ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ก็จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออฟไลน์ด้วย โดยการเลือกช่องทางนั้นจะคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ เช่น โรงเรียนยามาฮา สาขาเอ็มโพเรียม ใช้นิตยสาร warm magazine ซึ่งเป็นนิตยสารแจกฟรีในประเทศญี่ปุ่น เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายชาวญี่ปุ่น ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เข้ามาใช้บริการในโรงเรียน

2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

ในส่วนของการส่งเสริมการขาย ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลไว้ว่าโรงเรียนไม่เน้นในการจัดการส่งเสริมโดยการลดราคาแต่จะเน้นในการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ เช่น การฝึกอบรมให้พนักงานในโรงเรียนอำนวยความสะดวก และยินดีให้บริการลูกค้าอย่างมากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และสร้างความภักดีได้ในระยะยาว และในส่วนของผศ.ดร.เอกราช เจริญนิത്യ และคุณศุภกิจ พิสิษฐุฒินันท์จะไม่เน้นในการจัดกิจกรรมภายนอกโรงเรียน เนื่องจากมองว่าการเดินทางเป็นสิ่งที่ยากลำบากสำหรับผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุแต่ละคนก็จะมีเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน และให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าการจัดกิจกรรมควรจัดเป็นกิจกรรมแบบกลุ่ม เนื่องจากผู้สูงอายุต้องการร่วมกิจกรรมเพื่อพบปะ พูดคุยกัน เกิดเป็นสังคมสูงวัย มากกว่าการต้องการแสดงความสามารถส่วนตัว

2.5 ด้านบุคคล

โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านให้ข้อมูลที่ตรงกันว่าบุคลากรส่วนใหญ่ถูกจัดวางมาเพื่อเด็กทั่วไป โรงเรียนดนตรีส่วนมากจะมองกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นวัยเด็กเพียงอย่างเดียว แต่สำหรับโรงเรียนผู้สูงอายุนั้นบุคลากรภายในโรงเรียนจำเป็นต้องมีความเข้าใจทั้งด้านจิตใจ และร่างกายของผู้สูงอายุ กล่าวคือโรงเรียนควรมีการจัดการอบรมบุคลากรภายในว่าจะบริการอย่างไรให้ถูกใจผู้สูงอายุ ทำอย่างไรให้ผู้สูงอายุรู้สึกสบายใจทุกครั้งที่มาโรงเรียน เนื่องจากวัยผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความละเอียดทางอารมณ์มากกว่าวัยอื่น สิ่งที่ทำให้รู้สึกขัดใจเพียงเล็กน้อยสามารถส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก ซึ่งในส่วนนี้จะส่งผลกระทบต่อไปยังชื่อเสียงของโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ

2.6 ด้านกระบวนการ

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ข้อมูลตรงกันในเรื่องของการกระบวนการที่มีความสะดวกรวดเร็ว แม่นยำและชัดเจน และที่สำคัญต้องไม่ซับซ้อน เช่น การลงทะเบียนเพื่อสมัครเรียน โรงเรียนจะตัดข้อมูลในส่วนที่ไม่จำเป็นออกเช่น วุฒิการศึกษา และให้ผู้สมัครกรอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นอย่างชื่อ ที่อยู่ เบอร์ติดต่อ และอายุ โดยคุณปรภพภท จงวิทยาดี ได้ให้ข้อมูลว่าทางโรงเรียนจะใช้การกรอกข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์ เพราะสามารถช่วยยกระดับเวลาการลงทะเบียนให้รวดเร็วมากขึ้น และมีความแม่นยำปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูล

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า สิ่งสำคัญที่สุด คือความสะดวกสบายของผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุจะชอบความสะดวกสบาย เช่น ทางเข้าถึงโรงเรียนไม่ควรมีบันได ไม่ควรอยู่ในที่ไกลจากสังคม เปิดประตูลงจากรถแล้วเดินสามารถเข้าไปได้เลย ทางที่ดีทำเลที่ตั้งของโรงเรียนควรเป็นแบบร้านสะดวกซื้อ คือ เดินไปก็เจอเลยจึงจะเหมาะสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่ง ผศ.ดร. เอกราช เจริญนิติก ได้ให้ความเห็นว่าโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นตัวโรงเรียนก็ได้ แต่อาจจะอยู่ในสนามกีฬา สนามกอล์ฟหรือในสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัวของผู้สูงอายุ โดยทุกอย่างต้องอยู่ในความสะดวกสบายเป็นหลัก คำนี้ถึงผู้เข้ารับบริการทั้งผู้ที่มาเรียนและผู้ที่มานั่งรอ และคุณศุภกิจ พิสิษฐุณินันท์ ได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมว่า ควรเพิ่มความสว่างภายในโรงเรียนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ

ประเด็นคำถามที่ 3 “ความคิดเห็นต่อแนวโน้มของสภาพธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในอนาคต รวมทั้งมีแนวทางการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคต”

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า ควรเน้นการตลาดในช่องทาง Offline เพิ่มขึ้นเพื่อจับกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ เช่น นิทรรศการ แผ่นพับในโรงพยาบาล การนอกจากนั้น ผศ.ดร.เอกราช เจริญนิത്യ ได้ให้ความเห็นว่า แนวโน้มของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ คือ ถ้าใครทำธุรกิจตรงนี้ได้ก่อนจะมีโอกาสสูงกว่า ยิ่งในในอนาคตประเทศไทยก็เป็นสังคมผู้สูงอายุแน่ๆ ถ้าทำได้ก่อนก็รวยก่อน เช่น ในอดีตโรงเรียนสยามกลการเอาเงินที่ได้จากการทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีมาเปิดบริษัทรถยนต์(สยามกลการ) โดยการทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุอาจจะเริ่มจากการชักชวนให้ผู้ใหญ่ที่พาเด็กมาเรียนดนตรีแล้วนั่งรอมาลงเรียนดนตรีด้วย แต่การทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุไม่ควรทำเดี่ยว ควรจะทำงานร่วมกับสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัวของผู้สูงอายุ เช่น ร่วมกับโรงพยาบาล

คุณปรกรบงกช จงวิทยาดี ได้ให้ความเห็นว่า เนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเล่นดนตรีและไม่รู้คุณภาพของการเรียนดนตรีอย่างถูกต้อง ทำให้กระแสการเรียนดนตรี Online มาแรงและคนให้ความสนใจเป็นอย่างมากเพราะสะดวกสบาย ไม่ต้องเดินทาง อยากรเรียนแบบไหนเมื่อไหร่ก็เลือกได้ ซึ่งที่จริงแล้วการเรียนดนตรี Online นั้นขาดคุณภาพเพราะผู้เรียนไม่ได้ทำการสื่อสารกับครูผู้สอน ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเล่นดนตรีได้อย่างถูกต้อง เพราะฉะนั้นการแก้ปัญหาก็คือการทำ Ads ใน Facebook เพื่อบอกให้ผู้คนเข้าใจว่าการเรียนแบบตัวต่อตัวนั้นดีอย่างไร โดยใช้ศิลปินมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ และมีการออกบูธที่ Donki เพื่อจับกลุ่มเป้าหมายหลักก็คือชาวญี่ปุ่น

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยให้ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการตัดสินใจเข้ารับบริการ และปัจจัยความต้องการที่ส่งผลการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) โดยแบ่งหัวข้อเป็น 3 ส่วนดังนี้

หัวข้อที่ 1 ผลการสำรวจคุณลักษณะ พฤติกรรม ปัจจัยความต้องการที่ส่งผลการตัดสินใจเข้ารับบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คุณลักษณะ พฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมไปถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมโดยใช้สถิติอธิบายผลการสำรวจ ประกอบด้วย ค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) Independent-sample F-test การทดสอบความแปรปรวนแปรทางเดียว (One-way ANOVA) โดยมีลำดับ การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. พฤติกรรมในการเลือกรับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

สำหรับข้อมูลในส่วนนี้เป็นการศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มาจากการเลือกแบบสุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) จากจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 5,676,648 ราย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่นำมาใช้ศึกษาในครั้งนี้ เป็นจำนวนทั้งหมด 400 ราย โดยได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจจากผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครโดยจำแนก ตาม เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน ซึ่งพบข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “เพศ”

เพศ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ชาย	110	27.5	27.5	27.5
หญิง	290	72.5	72.5	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 290 ราย คิดเป็น ร้อยละ 72.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5

ตารางที่ 2 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “สถานภาพ”

สถานภาพ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
โสด	277	69.3	69.3	69.3
สมรส	113	28.2	28.2	97.5
หย่าร้าง	10	2.5	2.5	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 277 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาตามลำดับคือ สถานภาพสมรส จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 3 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “อายุ”

อายุ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-30 ปี	236	59.0	59.0	59.0
31-40 ปี	65	16.3	16.3	75.3
41-50 ปี	34	8.5	8.5	83.8
51-60 ปี	49	12.3	12.3	96.0
61 ปีขึ้นไป	16	4.0	4.0	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 236 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาตามลำดับคือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 65 รายคิดเป็นร้อยละ 16.3 อายุ 51-60 ปี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 อายุ 41-50 ปี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “ระดับการศึกษา”

ระดับการศึกษา	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ประถมศึกษา/ มัธยมศึกษาตอนต้น	3	.8	.8	.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	21	5.3	5.3	6.0
อนุปริญญา/ปวส.	79	19.8	19.8	25.8
ปริญญาตรี	207	51.7	51.7	77.5
ปริญญาโทขึ้นไป	90	22.5	22.5	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 207 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาตามลำดับคือ สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท ขึ้นไป จำนวน 90 ราย คิดเป็น ร้อยละ 22.5 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 และสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 5 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “อาชีพ”

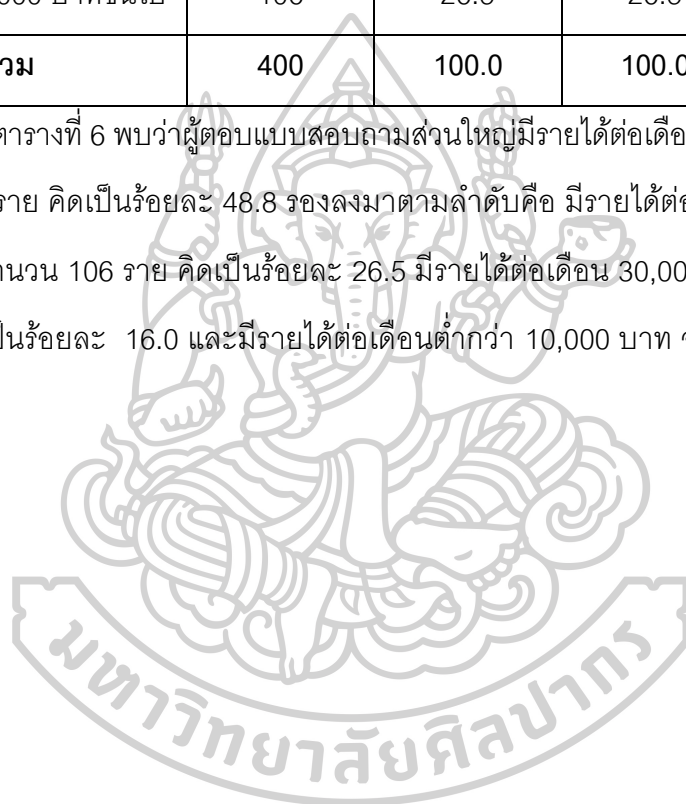
อาชีพ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
นักศึกษา	60	15.0	15.0	15.0
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	3.3	3.3	18.3
พนักงานบริษัทเอกชน	219	54.8	54.8	73.0
ธุรกิจส่วนตัว	80	20.0	20.0	93.0
เกษียณอายุ	12	3.0	3.0	96.0
อื่นๆ	16	4.0	4.0	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 219 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาตามลำดับประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 เป็นนักเรียนนักศึกษา จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0 ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 และเป็นผู้เกษียณอายุ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 6 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำแนกตาม “รายได้ต่อเดือน”

รายได้ต่อเดือน	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 10,000 บาท	35	8.8	8.8	8.8
10,001-30,000 บาท	195	48.8	48.8	57.5
30,001-50,000 บาท	64	16.0	16.0	73.5
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	106	26.5	26.5	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-30,000 บาท จำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาตามลำดับคือ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.8



2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุในเขตพื้นที่
กรุงเทพมหานคร พบข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 7 ช่วงวัยของผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่
กรุงเทพมหานคร

ช่วงวัยของผู้สูงอายุ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
60-65 ปี	276	69.0	69.0	69.0
66-70 ปี	92	23.0	23.0	92.0
ตั้งแต่ 71 ปีขึ้นไป	32	8.0	8.0	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 7 พบว่าช่วงวัยของผู้สูงอายุที่สามารถเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อ
ผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครได้ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 60-65 ปี จำนวน 276 ราย คิด
เป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาตามลำดับคือ อายุระหว่าง 66-70 ปี จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ
23.0 และอายุตั้งแต่ 71 ปีขึ้นไป จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 8 เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

เหตุผลที่ตัดสินใจ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ค่าให้บริการที่เหมาะสม	36	9.0	8.0	9.0
โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะมีจำนวนจำกัด	56	14.0	14.0	23.0
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลครบถ้วน	25	6.3	6.3	29.3
กระบวนการเข้ารับบริการ สะดวกไม่ซับซ้อน	15	3.8	3.8	33.0
ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	28	7.0	7.0	40.0
คุณภาพของครูผู้สอน	34	8.5	8.5	48.5
สะดวกในการเดินทาง	73	18.3	18.3	66.8
สภาพแวดล้อมในโรงเรียน	21	5.3	5.3	72.0
มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ	112	28.0	28.0	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 8 พบว่าเหตุผลสำคัญส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาตามลำดับคือ สะดวกในการเดินทาง จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะมีจำนวนจำกัด จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 ค่าให้บริการที่เหมาะสม จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0 คุณภาพของครูผู้สอน จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 ภาพลักษณ์ของโรงเรียน จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลครบถ้วน จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 และกระบวนการเข้ารับบริการสะดวกไม่ซับซ้อน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 9 สิ่งที่คาดหวังในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่
กรุงเทพมหานคร

สิ่งที่คาดหวัง	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เสริมสร้างศักยภาพ	119	29.8	29.8	29.8
เป็นกิจกรรมยามว่าง	172	43.0	43.0	72.8
ตอบสนองความต้องการ เล่นดนตรีของผู้สูงอายุ	22	5.5	5.5	78.3
เป็นช่องทางสร้าง ปฏิสัมพันธ์ของผู้สูงอายุ	87	21.8	21.8	100.0
รวม	400	100.0	100.0	

จากตารางที่ 9 พบว่าสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดหวังจากการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ เป็นกิจกรรมยามว่าง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาตามลำดับคือ เสริมสร้างศักยภาพ จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.8 เป็นช่องทางสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้สูงอายุ จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.8 และตอบสนองความต้องการเล่นดนตรีของผู้สูงอายุ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 10 ทานต้องการเข้ารับบริการการเรียนเครื่องดนตรีใดจากโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

เครื่องดนตรี	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เปียโน				
ไม่เลือก	205	51.2	51.2	51.2
เลือก	195	48.8	48.8	100.0
ขลุ่ย				
ไม่เลือก	211	52.8	52.8	52.8
เลือก	189	47.3	47.3	100.0
กีตาร์				
ไม่เลือก	316	79.0	79.0	79.0
เลือก	84	21.0	21.0	100.0
ไวโอลิน				
ไม่เลือก	370	92.5	92.5	92.5
เลือก	30	7.5	7.5	100.0
ดนตรีไทย				
ไม่เลือก	286	71.5	71.5	71.5
เลือก	114	28.5	28.5	100.0
อื่นๆ				
ไม่เลือก	390	97.5	97.5	97.5
เลือก	10	2.5	2.5	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเรียนวิชาเปียโน จำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.8 วิชาขลุ่ย จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาตามลำดับคือ วิชาดนตรีไทย 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.5 วิชากีตาร์ 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.0 วิชาไวโอลิน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 และวิชาอื่นๆ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ
โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 11 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ

ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถาม		
	Mean	Std. Deviation	ระดับความ สำคัญ
1. หลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้สูงอายุได้ (ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสังคม)	4.41	.698	มากที่สุด
2. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความหลากหลาย และเหมาะสม กับผู้สูงอายุ	4.30	.681	มากที่สุด
3. มีการจัดกิจกรรมการแสดงเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน เพื่อ เป็นการสร้างกิจกรรมนันทนาการ และเป็นพื้นที่ แสดงออกซึ่งความสามารถของผู้สูงอายุ	4.02	.820	มาก
4. สื่อการเรียนการสอนมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ (เช่น กระดาษ ขนาดของตัวอักษร และสีที่เหมาะสม)	4.28	.724	มากที่สุด
5. ราคาค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม	4.26	.748	มากที่สุด
6. สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้	4.02	.834	มาก
7. มีการระบุราคาค่าเล่าเรียนอย่างชัดเจน	4.33	.730	มากที่สุด
8. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าใหม่ที่ลงทะเบียนและชำระค่า เล่าเรียนเต็มจำนวนล่วงหน้าภายในระยะเวลาที่กำหนด	4.14	.753	มาก

9. มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิมที่ชำระค่าเล่าเรียนล่วงหน้าครบ 4 คอร์ส	4.14	.837	มาก
10. สถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในบริเวณที่มีระบบขนส่งสาธารณะ (เช่น รถประจำทาง รถไฟฟ้า)	4.36	.746	มากที่สุด
11. สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง	4.51	.682	มากที่สุด
12. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.42	.717	มากที่สุด
13. มีมุมพักผ่อนสำหรับผู้เข้ารับบริการ (เช่น มีชา กาแฟ น้ำดื่ม นิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ โทรทัศน์ เป็นต้น)	4.34	.732	มากที่สุด
14. มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยการแสดงดนตรีภายในและนอกโรงเรียน	4.03	.823	มาก
15. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงเรียนผ่านระบบโซเชียลมีเดียต่างๆที่หลากหลาย (เช่น Facebook, Youtube)	4.04	.783	มาก
16. มีภาพและคลิปตัวอย่างบรรยากาศการเรียนเผยแพร่ทางระบบโซเชียลมีเดีย	4.11	.809	มาก
17. มีการให้ผู้สูงอายุได้ทดลองเรียนฟรี 1 ครั้ง	4.41	.734	มากที่สุด
18. มีของที่ระลึกมอบให้ผู้เรียนตามเทศกาล	3.87	.878	มาก
19. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี และมีความน่าเชื่อถือ	4.48	.656	มากที่สุด
20. ครูผู้สอนมีวุฒิขั้นต่ำอยู่ในระดับปริญญาตรีทางด้านดนตรีโดยตรง	4.25	.754	มากที่สุด

21. ครูผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุ	4.70	2.60	มากที่สุด
22. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการบริการ	4.45	.669	มากที่สุด
23. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความสุภาพ และให้เกียรติผู้รับบริการ	4.51	.663	มากที่สุด
24. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความเข้าใจ และสามารถบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง และครบถ้วน	4.49	.656	มากที่สุด
25. มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้ารับบริการอย่างเป็นความลับ	4.35	.754	มากที่สุด
26. มีการให้ข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจน	4.43	.683	มากที่สุด
27. ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	4.15	.798	มาก
28. กระบวนการเข้ารับบริการมีความสะดวกไม่ซับซ้อน	4.29	.746	มากที่สุด
29. มีการเพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียที่สะดวกในการติดต่อสื่อสารข้อมูลไปยังผู้รับบริการ (เช่น Line, Facebook)	4.17	.771	มาก
30. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ	4.19	.774	มาก
31. มีระบบร้องเรียนไปยังผู้บริหารโรงเรียนเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจ เพื่อความเป็นธรรมต่อผู้รับบริการ และเพื่อการแก้ไขปัญหาที่อย่างรวดเร็ว	4.26	.708	มากที่สุด
32. สามารถชำระค่าคอร์สเรียนผ่านระบบบัตรเครดิต	4.19	.779	มาก

33. สามารถจองคอร์สเรียนและชำระเงินผ่านระบบออนไลน์	4.12	.799	มาก
34. ภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีความน่าเชื่อถือ	4.48	.686	มากที่สุด
35. ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี ความสะอาดและปราศจากกลิ่นอันไม่พึงประสงค์ เชื้อต่อการเรียน และเหมาะสมกับผู้สูงอายุ	4.54	.662	มากที่สุด
36. มีการบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WiFi)	4.20	.757	มาก
37. จำนวนห้องน้ำเพียงพอและมีการรักษาความสะอาดสม่ำเสมอ	4.50	.656	มากที่สุด
38. ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ (เช่น มีราวจับ ทางลาด และวัสดุปูพื้นที่ป้องกันการลื่น)	4.59	.618	มากที่สุด
39. มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด	4.45	.685	มากที่สุด
40. มีเว็บไซต์แจ้งข้อมูลข่าวสาร และรายละเอียดต่างๆ ของโรงเรียนอย่างชัดเจน	4.25	.733	มากที่สุด
ภาพรวม	4.30	0.783	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด โดยสามารถเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเรียงจากระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ

1. ครูผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.60

2. ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ (เช่น มีราวจับ ทางลาด และวัสดุปูพื้นที่ป้องกันการลื่น) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .618

3. ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี ความสะอาดและปราศจากกลิ่นอันไม่พึงประสงค์ เอื้อต่อการเรียน และเหมาะกับผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .662

4. ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ระหว่างลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัยด้วย Independent-sample T-test กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA)

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ

ความคิดเห็น		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร	Between Groups	.502	1	.502	.933	.335
	Within Groups	213.976	398	.538		
	Total	214.478	399			

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .335

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ
โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็น		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร	Between Groups	2.855	2	1.428	2.678	.070
	Within Groups	211.622	397	.533		
	Total	214.478	399			

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่
ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .070

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ
โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอายุ

ความคิดเห็น		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร	Between Groups	8.159	4	2.040	3.905	.004
	Within Groups	206.319	395	.522		
	Total	214.477	399			

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่
แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .004

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ
โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความคิดเห็น		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร	Between Groups	3.461	4	.865	1.620	.168
	Within Groups	211.017	395	.534		
	Total	214.478	399			

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .168

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ
โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็น		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร	Between Groups	2.454	5	.491	.912	.473
	Within Groups	212.024	394	.538		
	Total	214.478	399			

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .473

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการเข้ารับบริการ
โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามรายได้

ความคิดเห็น		Sum of Square	df	Mean Squar e	F	Sig.
ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร	Between Groups	2.247	3	.749	1.398	.243
	Within Groups	212.230	396	.536		
	Total	214.477	399			

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .243

หัวข้อที่ 2 ผลการวิจัยเชิงสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี
เพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ
ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ถือเป็นข้อมูลที่มีบทบาทความสำคัญต่องานวิจัยนี้เป็นอย่างมาก
เนื่องจากผลข้อมูลที่ได้มานั้นเป็นข้อมูลที่บอกถึงความต้องการ สิ่งที่คุณเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี
เพื่อผู้สูงอายุคาดหวังว่าจะได้รับการเข้ารับบริการ และทำให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาด
บริการต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรี
เพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อให้โรงเรียนดนตรีที่กำลังดำเนินธุรกิจและผู้ที่มีสนใจ
ดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรี สามารถนำไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถตอบสนอง
ความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและวิจัยเพื่อพัฒนา (Research and Development) ซึ่ง
เป็นการศึกษาค้นคว้าเพื่อการพัฒนาทฤษฎี และสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ ที่จะประโยชน์ต่อการ
สร้างแนวทางทางการตลาดบริการ จึงเลือกใช้ เทคนิค “การวิเคราะห์องค์ประกอบ”(Factor-

Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งถือเป็นวิธีการทางสถิติขั้นสูง ที่มีการรวมกลุ่มตัวแปรที่สัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน ซึ่งวิธีนี้จะสามารถสร้างองค์ประกอบหรือพัฒนาตัวแปรใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นได้

การใช้เทคนิคทางสถิติขั้นสูงในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในงานวิจัยเล่มนี้ได้เลือก การวิเคราะห์องค์ประกอบในรูปแบบของ “การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ” (Exploratory Factor Analysis : EFA) มาใช้ในการศึกษาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ เนื่องจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจนี้เป็นวิธีการที่เหมาะสมในการค้นคว้าหากลยุทธ์ใหม่ๆ หรือสร้างทฤษฎีใหม่ ๆ เป็นอย่างมาก และมีการวิเคราะห์ปัจจัยหลัก ด้วยวิธี Principle Component Analysis (PCA) และใช้วิธีหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) แบบมุมฉากด้วยวิธี Othogonal Rotation แบบ Varimax โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกตัวแปรที่มีความสำคัญ และสัมพันธ์กันจาก องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการหมุนแกนคือตัวแปรสำคัญ แต่ละองค์ประกอบจำเป็นต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ และ คะแนนองค์ประกอบ (Factor Coefficients) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไปเท่านั้น ซึ่งค่าดังกล่าวจะถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่มีความ สำคัญ จากการวิเคราะห์ที่ได้ผล การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 18 การกำหนดรหัสตัวแปรเพื่อใช้ในการจัดกลุ่มปัจจัยที่ส่งผล

ลำดับที่	ตัวแปรที่ส่งผล	รหัสตัวแปร
1	หลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ (ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสังคม)	A1
2	หลักสูตรที่เปิดสอนมีความหลากหลาย และเหมาะสมกับผู้สูงอายุ	A2
3	มีการจัดกิจกรรมการแสดงเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน เพื่อเป็นการ สร้างกิจกรรมนันทนาการ และเป็นพื้นที่แสดงออกซึ่ง ความสามารถของผู้สูงอายุ	A3

4	สื่อการเรียนการสอนมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ (เช่น กระดาษ ขนาดของตัวอักษร และสีที่เหมาะสม)	A4
5	ราคาค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม	A5
6	สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้	A6
7	มีการระบุราคาค่าเล่าเรียนอย่างชัดเจน	A7
8	มีส่วนลดสำหรับลูกค้าใหม่ที่ลงทะเบียนและชำระค่าเล่าเรียน เต็มจำนวนล่วงหน้าภายในระยะเวลาที่กำหนด	A8
9	มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิมที่ชำระค่าเล่าเรียนล่วงหน้า ครบ 4 คอร์ส	A9
10	สถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในบริเวณที่มีระบบขนส่งสาธารณะ (เช่น รถประจำทาง รถไฟฟ้า)	A10
11	สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง	A11
12	มีที่จอดรถเพียงพอ	A12
13	มีมุมพักผ่อนสำหรับผู้เข้ารับบริการ (เช่น มีชา กาแฟ น้ำดื่ม นิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ โทรทัศน์ เป็นต้น)	A13
14	มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยการแสดงดนตรีภายใน และนอกโรงเรียน	A14
15	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงเรียนผ่านระบบโซเชียลมีเดีย ต่างๆที่หลากหลาย (เช่น Facebook, Youtube)	A15
16	มีภาพและคลิปตัวอย่างบรรยากาศการเรียนเผยแพร่ทางระบบ โซเชียลมีเดีย	A16

17	มีการให้ผู้สูงอายุได้ทดลองเรียนฟรี 1 ครั้ง	A17
18	มีของที่ระลึกมอบให้ผู้เรียนตามเทศกาล	A18
19	ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี และมีความน่าเชื่อถือ	A19
20	ครูผู้สอนมีวุฒิขั้นต่ำอยู่ในระดับปริญญาตรีทางด้านดนตรีโดยตรง	A20
21	ครูผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุ	A21
22	เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการบริการ	A22
23	เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความสุภาพ และให้เกียรติผู้รับบริการ	A23
24	เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความเข้าใจและสามารถบอกถึง รายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการได้อย่างชัดเจนถูกต้อง และ ครบถ้วน	A24
25	มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้ารับบริการ อย่างเป็นความลับ	A25
26	มีการให้ข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจน	A26
27	ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	A27
28	กระบวนการเข้ารับบริการมีความสะดวกไม่ซับซ้อน	A28
29	มีการเพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียที่สะดวกในการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลไปยังผู้รับบริการ (เช่น Line, Facebook)	A29
30	มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ	A30

31	มีระบบร้องเรียนไปยังผู้บริหารโรงเรียนเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจ เพื่อความเป็นธรรมต่อผู้รับบริการ และเพื่อการแก้ไข ปัญหาที่อย่างรวดเร็ว	A31
32	สามารถชำระค่าคอร์สเรียนผ่านระบบบัตรเครดิต	A32
33	สามารถจองคอร์สเรียนและชำระเงินผ่านระบบออนไลน์	A33
34	ภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีความน่าเชื่อถือ	A34
35	ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี ความสะอาดและปราศจาก กลิ่นอันไม่พึงประสงค์ เอื้อต่อการเรียน และเหมาะกับผู้สูงอายุ	A35
36	มีการบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WiFi)	A36
37	จำนวนห้องน้ำเพียงพอและมีการรักษาความสะอาดสม่ำเสมอ	A37
38	ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ(เช่น มีราวจับ ทางลาด และวัสดุปูพื้นที่ ป้องกันการลื่น)	A38
39	มีการติดตั้งกล่องวงจรปิด	A39
40	มีเว็บไซต์แจ้งข้อมูลข่าวสาร และรายละเอียดต่างๆของโรงเรียนอย่างชัดเจน	A40
รวมทั้งสิ้น 40 ตัวแปร		

ตารางที่ 19 การตรวจสอบค่าความเหมาะสมของชุดข้อมูลผ่านการแสดงค่า KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.957
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	12920.191
	df	780
	Sig.	.000

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการตรวจสอบค่าความเหมาะสมของชุดข้อมูลว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยทั่วไปแล้วค่า KMO จำเป็นต้องมีค่ามากกว่า 0.50 จึงจะถือได้ว่าชุดแบบสอบถามนั้นมีความเหมาะสมในการใช้เทคนิค Factor Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากตารางที่ 19 พบว่าค่า KMO แสดงผลลัพธ์เท่ากับ 0.957 และค่า Bartlett's Test of Sphericity มีผลลัพธ์เท่ากับ .000 จึงถือว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่ได้มีการกำหนดไว้ข้างต้น คือได้ค่า KMO จากการทดสอบต้องมีค่ามากกว่า 0.50 และค่า Bartlett's Test of Sphericity มีค่าที่มีนัยสำคัญ (Sig. = 0.000 < 0.05) แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน จึงสามารถสรุปได้ว่าจากชุดข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของชุดข้อมูลที่จะใช้ในการวิเคราะห์แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยหลักโดยวิธี Principle Component Analysis (PCA) และใช้วิธีหมุนแกนของปัจจัย (Factor Rotation) แบบมุมฉากด้วยวิธี Othogonal Ration แบบ Varimax

ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบการหมุนแกน Orthogonal Rotation แบบ Varimax จากความคิดเห็นของกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Rotated Component Matrix					
	Component				
	1	2	3	4	5
A35	.779				
A38	.765				
A11	.753				
A23	.752				
A22	.731				
A24	.716				
A34	.692				
A12	.651				
A19	.645				
A37	.637				
A10	.602				
A39	.594				
A31	.575				
A17	.481				
A27		.696			
A29		.680			
A32		.644			
A25		.630			
A33		.621			
A28		.615			
A30		.609			

A40		.600			
A26		.536			
A36		.442			
A20		.379			
A3			.751		
A14			.700		
A18			.696		
A15			.609		
A13			.551		
A16			.526		
A4				.649	
A2				.641	
A1				.629	
A7				.558	
A5				.534	
A8				.302	
A6					.604
A9					.546

สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยเชิงสำรวจ

จากตารางที่ 20 พบว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) สามารถจัดองค์ประกอบได้ทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยที่ 1 บริการครบวงจร (Integrated Service)

ปัจจัยนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 14 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.779-0.481 โดยมีประเด็นเกี่ยวข้องเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) จากค่ามากไปน้อย ดังนี้

1. ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี ความสะอาดและปราศจากกลิ่นอันไม่พึงประสงค์ เอื้อต่อการเรียน และเหมาะกับผู้สูงอายุ (A35=0.779)
2. ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ(เช่น มีราวจับ ทางลาด และวัสดุปูพื้นที่ป้องกันการลื่น) (A38=0.765)
3. สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง (A11=0.753)
4. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความสุภาพและให้เกียรติผู้รับบริการ (A23=0.752)
5. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการบริการ (A22=0.731)
6. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความเข้าใจและสามารถบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการได้อย่างชัดเจนถูกต้อง และครบถ้วน (A24=0.716)
7. ภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีความน่าเชื่อถือ (A34=0.692)
8. มีที่จอดรถเพียงพอ (A12=0.651)
9. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี และมีความน่าเชื่อถือ (A19=0.645)
10. จำนวนห้องน้ำเพียงพอและมีการรักษาความสะอาดสม่ำเสมอ (A37=0.637)
11. สถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในบริเวณที่มีระบบขนส่งสาธารณะ (เช่น รถประจำทาง รถไฟฟ้า) (A10=0.602)
12. มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด (A39=0.594)
13. มีระบบร้องเรียนไปยังผู้บริหารโรงเรียนเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจ เพื่อความเป็นธรรมต่อผู้รับบริการ และเพื่อการแก้ไขปัญหาที่อย่างรวดเร็ว (A31=0.575)

14. มีการให้ผู้สูงอายุได้ทดลองเรียนฟรี 1 ครั้ง (A17=0.481)

ปัจจัยที่ 2 กระบวนการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ (Efficient Operational Processes)

ปัจจัยนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 11 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.696-0.379 โดยมีประเด็นเกี่ยวข้องเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) จากค่ามากไปน้อย ดังนี้

1. ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย (A27=0.696)
2. มีการเพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียที่สะดวกในการติดต่อสื่อสารข้อมูลไปยังผู้รับบริการ (เช่น Line, Facebook) (A29=0.680)
3. สามารถชำระค่าเล่าเรียนผ่านระบบบัตรเครดิต (A32=0.644)
4. มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้ารับบริการอย่างเป็นความลับ (A25=0.630)
5. สามารถจองคอร์สเรียนและชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ (A33=0.621)
6. กระบวนการเข้ารับบริการมีความสะดวกไม่ซับซ้อน (A28=0.615)
7. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ (A30=0.609)
8. มีเว็บไซต์แจ้งข้อมูลข่าวสาร และรายละเอียดต่างๆ ของโรงเรียนอย่างชัดเจน (A40=0.600)
9. มีการให้ข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจน (A26=0.536)
10. มีการบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WiFi) (A36=0.442)
11. ครูผู้สอนมีวุฒิขั้นต่ำอยู่ในระดับปริญญาตรีทางด้านดนตรีโดยตรง (A20=0.379)

ปัจจัยที่ 3 เรียนอย่างมีความสุข (Study Happily)

ปัจจัยนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.751-0.526 โดยมีประเด็นเกี่ยวข้องเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) จากค่ามากไปน้อย ดังนี้

1. มีการจัดกิจกรรมการแสดงเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน เพื่อเป็นการสร้างกิจกรรมนันทนาการ และเป็นพื้นที่แสดงออกซึ่งความสามารถของผู้สูงอายุ (A3=0.751)

2. มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยการแสดงดนตรีภายในและนอกโรงเรียน (A14=0.700)
3. มีของที่ระลึกมอบให้ผู้เรียนตามเทศกาล (A18=0.696)
4. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงเรียนผ่านระบบโซเชียลมีเดียต่างๆที่หลากหลาย (เช่น Facebook, Youtube) (A15=0.609)
5. มีมุมพักผ่อนสำหรับผู้เข้ารับบริการ (เช่น มีชา กาแฟ น้ำดื่ม นิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ โทรทัศน์ เป็นต้น) (A13=0.551)
6. มีภาพคลิปตัวอย่างบรรยากาศการเรียนเผยแพร่ทางระบบโซเชียลมีเดีย (A16=0.526)

ปัจจัยที่ 4 หลักสูตรเหมาะสม (Suitable Courses)

ปัจจัยนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.649-0.302 โดยมีประเด็นเกี่ยวข้องเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) จากค่ามากไปน้อย ดังนี้

1. สื่อการเรียนการสอนมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ (เช่น กระดาษ ขนาดของตัวอักษร และสีที่เหมาะสม) (A4=0.649)
2. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความหลากหลาย และเหมาะสมกับผู้สูงอายุ (A2=0.641)
3. หลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ (ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสังคม) (A1=0.629)
4. มีการระบุราคาค่าเล่าเรียนอย่างชัดเจน (A7=0.558)
5. ราคาค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม (A5=0.534)
6. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าใหม่ที่ลงทะเบียนและชำระค่าเล่าเรียนเต็มจำนวนล่วงหน้า ภายในระยะเวลาที่กำหนด (A8=0.302)

ปัจจัยที่ 5 ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

ปัจจัยนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรทั้งหมด 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.604-0.546 โดยมีประเด็นเกี่ยวข้องเรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) จากค่ามากไปน้อย ดังนี้

1. สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้ (A6=0.604)
2. มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิมที่ชำระค่าเล่าเรียนล่วงหน้าครบ 4 คอร์ส (A9=0.546)

หัวข้อที่ 3 ผลวิจัยเชิงสำรวจข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามปลายเปิดภาพรวม

ผลการตอบแบบสอบถาม	Frequency	Percent
ผู้ตอบแบบสอบถาม	7	1.75
ผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม	393	98.25
รวม	400	100.0

จากตาราง 21 พบว่าจากผู้ที่ให้ข้อมูลทั้งสิ้นมีจำนวน 400 ราย ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด (Open-Ended) เกี่ยวกับพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 1.75 ในส่วนที่เหลือเป็นผู้ที่ไม่ประสงค์ตอบแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 98.25

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามปลายเปิดโดยแยกตามประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

ความคิดเห็น	Frequency	Percent
ต้องการให้มีหลักสูตรที่ช่วยในการรักษาอาการอัลไซเมอร์ หรือโรคซึมเศร้า หรือช่วยให้ผู้สูงอายุได้รับการผ่อนคลายมากขึ้น	3	48.85
ควรมีการจัดกิจกรรมแนะนำถึงประโยชน์ในการเรียนดนตรีเพื่อเป็นแนวทางหลัง วัยเกษียณของวัยทำงาน	1	14.28
ครูที่สอนในโรงเรียนเพื่อผู้สูงอายุควรเป็นครูที่มีความเข้าใจถึงสภาพร่างกาย อารมณ์ผู้สูงอายุ และมีความสามารถและมีความเข้าใจในการสอนผู้สูงอายุ	2	28.59
ต้องการให้มีการทำโรงเรียนเพื่อผู้สูงอายุอย่างจริงจัง	1	14.28
รวม	7	100.0

จากตาราง 22 สามารถสรุปได้ว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นในส่วนของแบบสอบถามปลายเปิดทั้งสิ้นเป็นจำนวน 7 ราย ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ทั้งหมด 4 ประเด็นตามลำดับต่อไปนี้ ในประเด็นที่มีผู้ตอบ แบบสอบถามมีความเห็นตรงกันมากที่สุดคือ ต้องการให้โรงเรียนดนตรีมีหลักสูตรที่ช่วยในการรักษาอาการอัลไซเมอร์ หรือโรคซึมเศร้า หรือช่วยให้ผู้สูงอายุได้รับการผ่อนคลายมากขึ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42.85 รองลงมาตามลำดับคือ ครูที่สอนในโรงเรียนเพื่อผู้สูงอายุควรเป็นครูที่มีความเข้าใจถึงสภาพร่างกาย อารมณ์ผู้สูงอายุ และมีความสามารถและ มีความเข้าใจในการสอนผู้สูงอายุ คิดเป็นร้อยละ 28.59 และในประเด็นควรมีการจัดกิจกรรมแนะนำถึงประโยชน์ในการเรียนดนตรีเพื่อเป็นแนวทางหลังวัยเกษียณของวัยทำงาน กับประเด็นต้องการให้มีการทำโรงเรียนเพื่อผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

การวิจัยในหัวข้อกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ รวมไปถึงรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากทั้งในส่วนของผู้ให้บริการและผู้รับบริการมาวิเคราะห์ร่วมกันและนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจและผู้ที่ต้องการทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ และนอกจากนี้งานวิจัยชิ้นนี้ยังสามารถตอบสนองความต้องการของสังคมไทยในปัจจุบันที่กำลังอยู่ในสภาวะสังคมสูงอายุ และต่อไปยังอนาคตที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ในอีกไม่ช้า

เมื่อผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้ทั้งสองประเภทมาวิเคราะห์ร่วมกันและนำมาสรุปแต่ละประเด็นสำคัญ เพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยประเด็นที่นำเสนอั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารโรงเรียนดนตรีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำการสอบถามปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ และข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจะนำเสนอในรูปแบบความเรียง ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1. สภาพปัจจุบันที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการทั้งในด้านบวกและด้านลบ (SWOT Analysis)

1.1 จุดแข็ง

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านจุดแข็งได้ว่า ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรในแต่ละหน้าที่ การรักษาภาวะระเบียบอย่าง

เคร่งครัดและให้ความสำคัญเป็นธรรมแก่ครูและผู้เรียน กระบวนการที่รวดเร็วและแม่นยำ เป็นจุดแข็งที่จะขับเคลื่อนธุรกิจโรงเรียนดนตรีให้ไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ คุณภาพของบุคลากรทุกฝ่ายเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุเนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความละเอียดอ่อนมากกว่าวัยอื่นๆ ผู้ที่จะมาทำหน้าที่ให้บริการในส่วนนี้จะต้องเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมด้านอารมณ์ ทักษะ และมีความรู้ทางด้านกายภาพของผู้สูงอายุ เพื่อที่จะเข้าใจถึงความต้องการของผู้สูงอายุและสามารถให้บริการผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การรักษากฎระเบียบอย่างเคร่งครัดและให้ความสำคัญเป็นธรรมแก่ครูและผู้เรียน กล่าวคือ การแจ้งข้อตกลงและกฎระเบียบตั้งแต่แรกเริ่มทำให้ไม่มีปัญหาที่จะตามมาภายหลัง เช่น การลาเรียนสามารถลาได้ไม่เกิน 2 ครั้งต่อ 1 คอร์ส และไม่สามารถนำชั่วโมงที่ลาเรียนมาต่อท้ายคอร์สให้ยาวออกไปได้ ผู้เรียนจะต้องชำระค่าเรียนตรงตามเวลาปกติและหาเวลาว่างที่ตรงกันกับครูผู้สอนเพื่อเรียนชดเชยเพื่อให้ความสำคัญเป็นธรรมแก่ทั้งครูผู้สอนและผู้เรียน รวมไปถึงกระบวนการที่รวดเร็วและแม่นยำเพื่อมอบความสะดวกรบายให้แก่ผู้รับบริการ เช่น การลงทะเบียนเรียนจะทำการตัดข้อมูลในส่วนที่ไม่จำเป็นของผู้สมัครออกเป็นการลดระยะเวลาในการลงทะเบียนลงเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ และการโทรศัพท์ติดต่อผู้เรียนเพื่อยืนยันคลาสเรียนทุกครั้งก่อนเริ่มเรียน จากเดิมวิธีการยืนยันคลาสเรียนคือการให้ผู้เรียนนำบัตรมายื่นให้กับพนักงานธุรการเพื่อประทับตราซึ่งอาจเกิดปัญหาการทำบัตรหาย การลืมนำบัตรมา ซึ่งทำให้เกิดปัญหาข้อมูลการเข้าเรียนระหว่างโรงเรียนกับผู้เรียนไม่ตรงกัน การยืนยันคลาสเรียนก่อนเริ่มเรียนทุกครั้งจะเป็นการแก้ปัญหาและลดขั้นตอนกระบวนการก่อนเข้าเรียนเพราะผู้เรียนไม่ต้องพกบัตร เมื่อผู้เรียนเดินทางมาถึงโรงเรียนก็สามารถเข้าไปยังห้องเรียนได้ทันที

1.2 จุดอ่อน

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านจุดอ่อนได้ว่า จุดอ่อนของธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ คือ ไม่มีการทำวิจัยในเรื่องความต้องการของผู้สูงอายุ ส่งผลให้ไม่มีหลักสูตรการเรียนดนตรีที่แน่นอนของผู้สูงอายุ ทำให้ขาดผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ กล่าวคือ ในปัจจุบันการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุเป็นการเรียนการสอนตามความต้องการของผู้สูงอายุโดยไม่มีหลักสูตรมารองรับ ซึ่ง

ทำให้การเรียนของผู้สูงอายุเป็นการเรียนระยะสั้นเนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่มาเรียนดนตรีเพื่อใช้เวลาว่างจึงไม่มีแนวทางที่ชัดเจน

1.3 โอกาส

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านโอกาสได้ว่า โอกาสของธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ คือ สถานที่ตั้งที่เข้าถึงง่ายและการคมนาคมที่สะดวกสบาย กล่าวคือ ผู้สูงอายุเป็นวัยที่ร่างกายไม่แข็งแรงเท่าวัยอื่นๆ การเดินทางจึงเป็นอุปสรรคใหญ่ต่อการเรียนดนตรี การเลือกสถานที่ตั้งของโรงเรียนที่อยู่ใกล้ชุมชนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะอำนวยความสะดวกและส่งผลให้ผู้สูงอายุเข้ามาใช้บริการได้ง่ายขึ้น และโอกาสสำคัญอีกสิ่งหนึ่ง คือ ยังไม่มีธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะเปิดให้บริการ กล่าวคือ ในปัจจุบันโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการจะใช้การเรียนการสอนแบบตามใจผู้สูงอายุ ทำให้เป็นการเรียนระยะสั้น เนื่องจากเป็นการเรียนการสอนแบบไม่มีแนวทางที่เห็นผลชัดเจน ซึ่งหากมีผู้ประกอบการใดริเริ่มทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะก่อนก็จะเป็นการเปิดตลาด และสามารถสร้างมูลค่าให้กับโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุได้อย่างมาก

1.4 อุปสรรค

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านอุปสรรคได้ว่า อุปสรรคใหญ่ของโรงเรียนคือการที่ในปัจจุบันยังไม่มีโมเดลต้นแบบสำหรับการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ทำให้ยังขาดรูปแบบการดำเนินงาน หลักสูตรที่เหมาะสม ซึ่งหากจะนำหลักสูตรจากต่างประเทศมาใช้ก็อาจยังไม่เหมาะสม เนื่องจากการใช้ชีวิตและความต้องการของผู้สูงอายุในแต่ละประเทศนั้นแตกต่างกัน และอีกหนึ่งอุปสรรคใหญ่ คือ ความรู้สึกนึกคิดของตัวผู้สูงอายุเอง กล่าวคือผู้สูงอายุแต่ละคนต้องการเรียนกับครูที่แตกต่างกัน จึงทำให้ต้องใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความแตกต่างกันทั้งเพศและวัยมาตอบสนองความต้องการทางด้านการเรียนของผู้สูงอายุ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยยังขาดบุคลากรทางดนตรีที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านผู้สูงอายุ

ประเด็นที่ 2 “ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการประกอบธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ”

2.1 ด้านการบริการ

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านการบริการได้ดังต่อไปนี้ สำหรับทางด้านการบริการ โรงเรียนจะมีการบริการพิเศษเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เรียน อย่างเช่นการเปิดโรงเรียนเพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสเข้ามาทำการซ้อม ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะทางด้านการปฏิบัติเครื่องดนตรีได้เร็วมากยิ่งขึ้น และสำหรับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุนั้นยังไม่มีโมเดลในการดำเนินธุรกิจที่เฉพาะเจาะจง จึงทำให้โรงเรียนยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์การเรียนการสอน หรืออุปกรณ์ใช้สอยที่มีความเหมาะสม และสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุได้ ความเหมาะสมของบทเพลงที่ไม่ยากจนเกินไป

2.2 ด้านราคา

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านราคาได้ดังต่อไปนี้ ราคาการเรียนถูกตั้งตากลมภาพชุมชนรอบข้างโรงเรียน เนื่องจากจำเป็นต้องประเมินชุมชน และสร้างเป็น value ให้กับโรงเรียนก่อนแล้วจึงตั้งราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับคุณภาพของโรงเรียน กล่าวคือ หากมีการตั้งราคาที่ต่ำเกินไปในขณะที่โรงเรียนตั้งอยู่ในชุมชนที่มีความสามารถในการจ่ายสูง อาจส่งผลให้โรงเรียนดูไม่มีความน่าเชื่อถือ

2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปด้านช่องทางการจำหน่ายได้ดังต่อไปนี้ ในปัจจุบันการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจะใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น ทำเพจ Facebook, Youtube Channel เพื่อลงรายละเอียดช่องทางการติดต่อสื่อสารและสถานที่ตั้ง นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางในการแจ้งข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของโรงเรียน รวมไปถึงลงเกร็ดความรู้และติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความคุ้นเคยและสร้างความเชื่อมั่นให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกใกล้ชิดกับโรงเรียนมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงต้องเน้นช่องทางออฟไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุจะใช้เอกสารแผ่นพับเพื่อแจกในโรงพยาบาลหรือสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัวของผู้สูงอายุ เช่น สนามกอล์ฟ เป็นต้น

2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านการส่งเสริมการขายได้ดังต่อไปนี้ ในด้านของการจัดการส่งเสริมการขายนั้นโรงเรียนจะเน้นเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มผู้รับบริการ โดยทางโรงเรียนจำเป็นต้องมีการจัดการอบรมบุคลากรภายในโรงเรียนให้มีใจรักในการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจซึ่งนำมาสู่ความภักดีของผู้รับบริการ อย่างไรก็ตามการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีปฏิสัมพันธ์กันนั้นเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้เพราะการจัดการจัดกิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรี และการจัดกิจกรรมนั้นต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้สูงอายุเป็นหลักเนื่องจากการเดินทางเป็นสิ่งที่ลำบากสำหรับผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุแต่ละคนนั้นมีเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน การจัดกิจกรรมนอกสถานที่นั้นจึงไม่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ หากต้องการจัดกิจกรรมการออกกำลังกายในโรงเรียนเป็นทางเลือกที่ดีซึ่งควรจัดเป็นกิจกรรมในรูปแบบรวมกลุ่มให้ผู้สูงอายุได้พูดคุย สร้างปฏิสัมพันธ์ เพื่อสร้างสายสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นขึ้นภายในโรงเรียน

2.5 ด้านบุคคล

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านบุคคลได้ดังต่อไปนี้ โดยส่วนใหญ่บุคลากรและโรงเรียนดนตรีทั่วไปมักจะมุ่งไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเพียงอย่างเดียวจึงไม่ต้องอาศัยจิตวิทยา การมีใจรักการบริการ ความเข้าอกเข้าใจมากเท่ากับการมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้สูงวัย และเนื่องจากผู้สูงวัยเป็นวัยที่มีความละเอียดอ่อนทางด้านอารมณ์ความรู้สึกเป็นอย่างมาก โรงเรียนจึงควรมุ่งเน้นทางด้านการบริการให้เป็นที่ เป็นเลิศ เพราะฉะนั้นโรงเรียนควรมีการจัดการอบรมบุคลากรภายในโรงเรียนให้มีทัศนคติที่ดี เข้าใจธรรมชาติของอารมณ์ ร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ รู้ว่าบริการอย่างไรผู้สูงอายุจึงประทับใจ และรู้สึกสบายใจทุกครั้งที่มาโรงเรียนเพื่อก่อให้เกิดความภักดีและกลับมาใช้บริการต่อไป

2.6 ด้านกระบวนการ

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านกระบวนการได้ว่า กระบวนการที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ปฏิบัติงานภายในโรงเรียนคือกระบวนการที่มีความชัดเจน รวดเร็ว กระชับฉับไว และสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือสิ่งหนึ่ง

คือความแม่นยำ เช่น การลงทะเบียนเพื่อสมัครเรียนควรจะต้องตัดข้อมูลบางส่วนที่ไม่สำคัญออกให้เหลือเพียงข้อมูลส่วนสำคัญที่ใช้ในการติดต่อกับผู้รับบริการเท่านั้น และเป็นการลดระยะเวลาในการดำเนินการด้วยการนำข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์ นอกจากจะช่วยลดระยะเวลาในการดำเนินงานแล้วยังมีความแม่นยำและปลอดภัยมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปข้อมูลด้านลักษณะทางกายภาพได้ว่า ความสะดวกสบายของผู้สูงอายุเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดเนื่องจากผู้สูงอายุมีสภาพร่างกายที่เสื่อมถอยมากกว่าคนวัยอื่นๆ เพราะฉะนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ คือ ต้องมั่นใจว่าโรงเรียนมีความปลอดภัย และสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุได้อย่างเต็มที่ เช่น โรงเรียนไม่ควรมีบันไดเพราะอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้ โรงเรียนไม่ควรอยู่ไกลจากชุมชนและควรเข้าถึงได้ง่าย นอกจากความสะดวกสบายในเรื่องของสถานที่และการเดินทางแล้วการอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เช่น การติดตั้งหลอดไฟที่เพิ่มแสงสว่างมากขึ้นจากเดิมภายในโรงเรียนเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกทางการมองเห็นของผู้สูงอายุ

ประเด็นที่ 3 “ท่านมีความคิดเห็นต่อแนวโน้มของสภาพธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในอนาคต รวมทั้งมีแนวทางการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคตอย่างไร”

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุนั้นเป็นธุรกิจที่สามารถตอบสนองของความต้องการของสังคมไทยในปัจจุบัน และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุเป็นเป้าหมายที่มีความเฉพาะเจาะจง ก็ควรเน้นการตลาดในช่องทางที่เฉพาะเจาะจงเช่นกัน และช่องทาง Offline นั้นเป็นทางเลือกที่ดีเพราะช่องทางที่ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลข่าวสารเนื่องจากช่องทาง Offline เป็นช่องทางที่ผู้สูงอายุได้พบในชีวิตประจำวัน เช่น โรงพยาบาล สนามกอล์ฟ หรือแม้กระทั่งการบริการสอนตามบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่ไม่สะดวกในการเดินทาง

ประเด็นที่ 4 “ศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร”

จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณพบว่าปัจจัยทางตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีภาพรวมอยู่ใน 3 อันดับแรก ได้แก่

1. ครูผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุ
2. ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ
3. ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี มีความสะอาดและปราศจากกลิ่นอันไม่พึงประสงค์เอื้อต่อการเรียน และเหมาะกับผู้สูงอายุ

B Strategies

กลยุทธ์ B (Best Service) หมายถึง กระบวนการบริการครบวงจรอย่างเต็มประสิทธิภาพ เป็นกลยุทธ์ที่เน้นด้านกระบวนการบริการอย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยกระบวนการจะต้องมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน มอบความปลอดภัยและความสะดวกสบายให้กับผู้เข้ารับบริการอย่างสูงสุด ตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนจบกระบวนการ เช่น ช่องทางในการเข้าถึงโรงเรียน แฉ่งข่าวสารต่างๆ การชำระค่าเรียน เป็นต้น และ บุคลากรภายในโรงเรียนจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ มีความกระตือรือร้น สุภาพและให้เกียรติผู้เข้ารับบริการ ซึ่งบุคลากรแต่ละฝ่ายจะต้องมีความเป็นมืออาชีพในหน้าที่ของตนเอง เช่น เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเข้าใจในงานและสามารถอธิบายรายละเอียดของคอร์สเรียนได้อย่างถูกต้องชัดเจน ครูผู้สอนเข้าใจถึงขีดจำกัดทางด้านกายภาพของผู้สูงอายุและสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุตามความต้องการของผู้เรียนได้อย่างสูงสุด และ สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ คือ สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ มีความสะอาด และมีระบบรักษาความปลอดภัยทั้งภายในและรอบบริเวณโรงเรียน เพื่อดูแลความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุได้อย่างทั่วถึง

W Strategies

กลยุทธ์ W (Wonder Learning) หมายถึง การเรียนรู้อย่างมีความสุข สำหรับกลยุทธ์นี้จะเป็นการปรับหลักสูตรให้เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ โดยเป็นหลักสูตรที่มีความหลากหลายทั้ง

ทางด้านกรเลือกเครื่องดนตรี มีความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้เรียน และสิ่งสำคัญการปรับสภาพร่างกายของผู้สูงอายุทั้งก่อนและหลังเรียนเพื่อความปลอดภัย เนื่องจากสิ่งที่ผู้สูงอายุคาดหวังจากการเรียนคือการได้ทำกิจกรรมยามว่าง เพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับตนเอง เพราะฉะนั้นการจัดหลักสูตรการเรียนจะเป็นไปตามความต้องการของผู้เรียนเพื่อให้หลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้อย่างสูงสุด

R Strategies

กลยุทธ์ R (Real Loyalty) หมายถึง การสร้างความภักดีจากภายใน เป็นกลยุทธ์ที่เน้นทางด้านกรสร้างความพึงพอใจ ความเชื่อใจ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยการสร้างสังคมแห่งความสุข เพราะประเด็นสำคัญที่ผู้สูงอายุต้องการจากการรับบริการ และส่งผลให้ผู้สูงอายุตัดสินใจกลับมาใช้บริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ คือ การใช้เวลาว่างเพื่อความผ่อนคลายและสร้างปฏิสัมพันธ์ โดยทางโรงเรียนจะจัดเป็นกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการสานสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประสบการณ์ระหว่างผู้สูงอายุด้วยกัน ซึ่งทำให้สถานที่ภายในโรงเรียนกลายเป็นจุดนัดพบของผู้สูงอายุ



บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเล่มนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยทำการศึกษาและเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหารโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยข้อมูลเชิงปริมาณได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ คือ ผู้สูงอายุและผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 400 ราย โดยอ้างอิงข้อมูลล่าสุดจากสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าข้อมูลจำนวนประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งสิ้น จำนวน 5,682,415 ราย และนำข้อมูลจำนวนประชากรที่ได้มาเทียบเคียงกับตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติผู้วิจัยได้ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการทดสอบสมมติฐานโดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

สรุป

จากการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเมื่อทำการเก็บข้อมูลในรูปแบบของข้อมูลเชิงคุณภาพและในรูปแบบของข้อมูลเชิงปริมาณจะสามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ
2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

3. กลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในส่วนของผลการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปผล และนำเสนอในรูปแบบความเรียง เพื่อที่จะทราบถึงข้อมูลในประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้

1.1 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการประกอบธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ

ในส่วนของปัจจัยภายใน ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ข้อมูลด้านจุดแข็งและจุดอ่อนโดยรวมไว้ว่า ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรในแต่ละหน้าที่ การรักษาภาวะเปียบบอย่างเคร่งครัด และให้ความเป็นธรรมชาติแก่ครูและผู้เรียน รวมไปถึงกระบวนการที่รวดเร็วและแม่นยำ เป็นจุดแข็งที่จะขับเคลื่อนธุรกิจโรงเรียนดนตรีให้ไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในส่วนของจุดอ่อนนั้น ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ข้อมูลโดยรวมไว้ว่า ในปัจจุบันการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุเป็นการเรียนการสอนตามความต้องการของผู้สูงอายุโดยไม่มีหลักสูตรรองรับ ซึ่งทำให้การเรียนของผู้สูงอายุเป็นการเรียนระยะสั้น เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่มาเรียนดนตรีเพื่อใช้เวลาว่างจึงไม่มีแนวทางที่ชัดเจน

ในส่วนของปัจจัยภายนอก ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ข้อมูลด้านโอกาสและอุปสรรคโดยรวมไว้ว่า ธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุนั้นเป็นธุรกิจที่เป็นที่ต้องการของสังคมไทย เนื่องจากสังคมไทยนั้นจัดอยู่ในสภาวะสังคมสูงอายุ แต่ในขณะเดียวกันโรงเรียนดนตรีในประเทศไทยยังไม่มีหลักสูตรสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ รวมไปถึงไม่มีโมเดลการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุนั้นมีความไม่ชัดเจน และมีความไม่แน่นอนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจในด้านต่างๆ

1.2 ส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.2.1 ด้านการบริการ

สามารถสรุปได้ว่าสำหรับทางด้านการบริการ โรงเรียนจะมีการบริการพิเศษเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เรียน อย่างเช่นการเปิดโรงเรียนเพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสเข้ามาทำการซ่อม ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะทางด้านการปฏิบัติเครื่องดนตรีได้เร็วมากยิ่งขึ้น และสำหรับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุนั้นยังไม่มีโมเดลในการดำเนินธุรกิจที่เฉพาะเจาะจง จึงส่งผลให้โรงเรียนยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นด้านของการใช้อุปกรณ์การเรียนการสอน หรืออุปกรณ์ใช้สอยที่มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ และสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ รวมไปถึงความเหมาะสมของบทเพลงที่ไม่ยากจนเกินไป

1.2.2 ด้านราคา

สามารถสรุปข้อมูลด้านราคาได้ว่าราคาค่าเรียนนั้นถูกกำหนดจากสภาพชุมชนรอบข้างโรงเรียน เนื่องจากโรงเรียนจำเป็นต้องทำการประเมินชุมชนโดยรอบ และสร้างเป็น value ให้กับโรงเรียนก่อนแล้วจึงกำหนดราคาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับคุณภาพของโรงเรียน กล่าวคือ หากมีการตั้งราคาที่ต่ำจนเกินไปในขณะที่โรงเรียนตั้งอยู่ในชุมชนที่กลุ่มเป้าหมายมีความสามารถในการจ่ายสูง อาจส่งผลให้โรงเรียนดูไม่มีคุณภาพมากพอ และไม่มีที่น่าเชื่อถือและจะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายไม่กล้าใช้บริการโรงเรียน

1.2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย

สามารถสรุปข้อมูลด้านช่องทางการจำหน่ายได้ว่าในปัจจุบันการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจะใช้ช่องทางออนไลน์ อย่างการทำเพจ Facebook, Youtube Channel เพื่อลงรายละเอียดช่องทางการติดต่อสื่อสารและสถานที่ตั้ง นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางในการแจ้งข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของโรงเรียน รวมไปถึงการเผยแพร่เกร็ดความรู้และติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความคุ้นเคยและสร้างความเชื่อมั่นให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกใกล้ชิดกับโรงเรียนมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงต้องเน้นช่องทางออฟไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุจะใช้เอกสารแผ่นพับเพื่อแจกในโรงพยาบาลหรือสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัวของผู้สูงอายุอย่างเช่นสนามกอล์ฟ สวนสาธารณะ เป็นต้น

1.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

สรุปข้อมูลด้านการส่งเสริมการขายได้ว่า ในด้านของการจัดการส่งเสริมการขายนั้น โรงเรียนจะเน้นเป็นการสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มผู้เข้ารับบริการ โดยทางโรงเรียนจำเป็นต้องมีการจัดการอบรมบุคลากรภายในโรงเรียนให้มีความรักในการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจซึ่งนำมาสู่ความภักดีของผู้รับบริการ อย่างไรก็ตามการจัดการกิจกรรมเพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีปฏิสัมพันธ์กันนั้นเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้เพราะการจัดการกิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์มิตร และการจัดการกิจกรรมนั้นต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้สูงอายุเป็นหลัก เนื่องจากการเดินทางเป็นอุปสรรคสำหรับผู้สูงอายุ และผู้ที่สำคัญสูงอายุแต่ละคนนั้นมีเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน การจัดการกิจกรรมนอกสถานที่นั้นจึงไม่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ หากต้องการจัดการกิจกรรมการจัดการกิจกรรมภายในโรงเรียนเป็นทางเลือกที่ดีซึ่งควรจัดเป็นกิจกรรมในรูปแบบรวมกลุ่มให้ผู้สูงอายุได้พูดคุยสร้างปฏิสัมพันธ์ เพื่อสร้างสายสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นขึ้นภายในโรงเรียน

1.2.5 ด้านบุคคล

สามารถสรุปข้อมูลด้านบุคคลได้ว่าโดยส่วนใหญ่บุคลากรและโรงเรียนดนตรีทั่วไปมักจะมุ่งไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเพียงอย่างเดียว เพราะโรงเรียนดนตรีส่วนมากมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก จึงไม่ต้องอาศัยจิตวิทยา การมีใจรักการบริการ มีความเข้าอกเข้าใจมากเท่ากับการมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้สูงอายุ และเนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความละเอียดอ่อนทางด้านอารมณ์และความรู้สึกเป็นอย่างมาก โรงเรียนจึงควรมุ่งเน้นทางด้านการบริการให้เป็นเลิศ เพราะฉะนั้นโรงเรียนควรมีการจัดการอบรมบุคลากรภายในโรงเรียนให้มีทัศนคติที่ดี เข้าใจธรรมชาติของอารมณ์ร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ รู้ว่าบริการอย่างไรผู้สูงอายุจึงประทับใจ และรู้สึกสบายใจทุกครั้งที่มาโรงเรียนเพื่อก่อให้เกิดความภักดีและกลับมาใช้บริการต่อไป

1.2.6 ด้านกระบวนการ

สรุปข้อมูลด้านกระบวนการได้ว่า กระบวนการที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ปฏิบัติงานภายในโรงเรียนคือกระบวนการที่มีความชัดเจน รวดเร็ว กระชับจับใจ และสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือสิ่งหนึ่งคือความแม่นยำ เช่น การลงทะเบียนเพื่อสมัครเรียนควรจะต้องตัดข้อมูลบางส่วนที่ไม่สำคัญออกให้เหลือเพียงข้อมูลส่วนสำคัญที่ใช้ในการติดต่อกับผู้รับบริการเท่านั้น และเป็นการลดระยะเวลาในการดำเนินการด้วยการนำข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์ นอกจากจะช่วยลดระยะเวลาในการดำเนินงานแล้วยังมีความแม่นยำและปลอดภัยมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

1.2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

สามารถสรุปข้อมูลด้านลักษณะทางกายภาพได้ว่า ความสะดวกสบาย และความปลอดภัยของผู้สูงอายุเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เนื่องจากผู้สูงอายุมีสภาพร่างกายที่เสื่อมถอยมากกว่าคนวัยอื่นๆ เพราะฉะนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ คือ ต้องมั่นใจว่าโรงเรียนมีความปลอดภัย และสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุได้อย่างเต็มที่ เช่น โรงเรียนไม่ควรมีบันไดเพราะอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้ โรงเรียนไม่ควรอยู่ไกลจากชุมชนและควรเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ความสะดวกสบายในเรื่องของสถานที่และการเดินทางแล้วการอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เช่น การติดตั้งหลอดไฟที่เพิ่มแสงสว่างมากขึ้นจากเดิมภายในโรงเรียนเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกทางการมองเห็นให้แก่ผู้สูงอายุ

1.3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวโน้มของสภาพธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในอนาคต รวมทั้งมีแนวทางการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคต

สามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุนั้นเป็นธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมไทยในปัจจุบัน และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุเป็นเป้าหมายที่มีความเฉพาะเจาะจง ก็ควรเน้นการตลาดในช่องทางที่เฉพาะเจาะจงเช่นกัน และช่องทาง Offline นั้นเป็นทางเลือกที่ดีเพราะช่องทางที่ผู้สูงอายุได้รับข้อมูลข่าวสารเนื่องจากช่องทาง Offline เป็นช่องทางที่ผู้สูงอายุได้พบในชีวิตประจำวัน เช่น โรงพยาบาล สนามกอล์ฟ หรือแม้กระทั่งการบริการสอนตามบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่ไม่สะดวกในการเดินทาง

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

2.1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000-30,000 บาท โดยข้อมูลของผู้สูงอายุที่อยู่ในการพิจารณาตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ มีอายุระหว่าง 60-65 ปี

2.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ

ข้อมูลของผู้สูงอายุที่อยู่ในการพิจารณาตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ มีอายุระหว่าง 60-65 ปี เหตุผลสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการคือ โรงเรียนจะต้องมีสิ่ง

อำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และสิ่งที่คุณเข้ารับบริการคาดหวังจากการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุคือ เป็นกิจกรรมยามว่างเพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือวิชาเปียโน และรองลงมาคือวิชาขับร้องซึ่งมีจำนวนผู้สนใจใกล้เคียงกัน

2.3 ปัจจัยทางตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีภาพรวมอยู่ใน 3 อันดับแรก ได้แก่

1. ครูผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.60
2. ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ (เช่น มีราวจับ ทางลาด และวัสดุปูพื้นป้องกันการลื่น) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.61
3. ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี มีความสะอาดและปราศจากกลิ่นอันไม่พึงประสงค์เอื้อต่อการเรียน และเหมาะกับผู้สูงอายุ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.66

2.4 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2.4.1 จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .335

2.4.2 จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .070

2.4.3 จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .004

2.4.4 จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .168

2.4.5 จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .473

2.4.6 จากการเปรียบเทียบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. อยู่ที่ .243

2.5 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) สามารถจัดกลุ่มตัวแปรจากจำนวนทั้งสิ้น 40 ตัวแปร สามารถสกัดองค์ประกอบได้ทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยที่ 1 บริการครบวงจร (Integrated Service)

ปัจจัยที่ 2 กระบวนการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ (Efficient Operational Processes)

ปัจจัยที่ 3 เรียนอย่างมีความสุข (Study Happily)

ปัจจัยที่ 4 หลักสูตรเหมาะสม (Suitable Courses)

ปัจจัยที่ 5 ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

3. กรอบกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

หัวข้อนี้เป็นการสรุปผลจากประเด็นสำคัญที่ได้จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบกลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุดังต่อไปนี้

B (Best Service)	หมายถึง กระบวนการบริการครบวงจรอย่างเต็มประสิทธิภาพ
W (Wonder Learning)	หมายถึง การเรียนรู้อย่างมีความสุข
R (Real Loyalty)	หมายถึง การสร้างความภักดีจากภายใน



ภาพที่ 4 ภาพกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

การดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครจะสำเร็จได้ จะต้องให้ความสำคัญทั้งหมด 3 ด้าน คือ B (Best Service) กระบวนการบริการครบวงจรอย่างเต็มประสิทธิภาพตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนจบกระบวนการ กล่าวคือ สถานที่โรงเรียนสามารถเดินทางได้สะดวกเข้าถึงได้ง่าย ขั้นตอนการเข้ารับบริการง่ายไม่ซับซ้อน มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ สถานที่และบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ มีระบบการรักษาความปลอดภัย นอกจากนี้หลักสูตรต้องตอบสนองความต้องการด้านการเรียนของผู้สูงอายุได้ กล่าวคือต้องมีหลักสูตรที่หลากหลาย มีความยืดหยุ่น และเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ W (Wonder Learning) ซึ่งดำเนินโดยบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุและต้องมีทัศนคติที่ดีต่อผู้เข้ารับบริการ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ผู้เรียน นอกจากนี้จำเป็นต้องมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่จะช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ให้กับผู้สูงอายุ และยังสามารถสร้างความอบอุ่นให้เกิดขึ้นภายในโรงเรียน ทำให้เกิดเป็นสังคมแห่งความสุข R (Real Loyalty) ทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกที่ดีต่อโรงเรียนและต้องการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. กิจกรรมกลยุทธ์เชิงนวัตกรรม

ในหัวข้อนี้เป็นการนำกลยุทธ์ที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ มานำเสนอในรูปแบบแนวทางการปฏิบัติ เพื่อให้เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้จริงในการประกอบธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมทั้งบุคคลที่อยู่ในช่วยวัยที่กำลังจะเข้าสู่วัยเกษียณ

B Strategies

“B-Strategies” เป็นกลยุทธ์ที่เน้นในด้านกระบวนการบริการและการปฏิบัติงาน โดยกระบวนการจะต้องมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน มอบความปลอดภัยและความสะดวกสบายให้กับผู้เข้ารับบริการอย่างสูงสุด ตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนจบกระบวนการเพื่อสร้างความประทับใจและมอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้เข้ารับบริการโดยจะอธิบายเป็นลำดับขั้นดังต่อไปนี้

1. การเดินทางและสถานที่

ขั้นตอนแรกก่อนผู้รับบริการจะเริ่มเข้าสู่กระบวนการรับบริการตลอดจนเข้าสู่

กระบวนการรับบริการนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการใช้เป็นเหตุผลในการตัดสินใจเข้ารับบริการ เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีความเสื่อมถอยทางกายภาพมากกว่าวัยอื่นๆ การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางและสถานที่จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเปิดทางให้ผู้รับบริการตัดสินใจเข้ารับบริการได้ง่ายขึ้น

1.1 การเดินทาง หากโรงเรียนเปิดอยู่ท่ามกลางชุมชนที่เป็นสถานที่ที่เข้าถึงง่าย ใกล้ระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย เช่น รถไฟฟ้า หรืออยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้า ปัญหาในด้านการเดินทางเข้าถึงโรงเรียนก็จะหมดไป แต่ถ้าหากโรงเรียนเปิดห่างไกลจากชุมชนเหล่านี้ ก็ควรมีบริการรถรับส่งหรือ Shuttle Bus ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ ตามจุดสำคัญในชุมชนหรือแหล่งที่เป็นใจกลางสำคัญ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟฟ้า เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุที่ยังสามารถเดินทางเองได้



ภาพที่ 5 รถรับส่งผู้สูงอายุที่มีทางลาดเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ

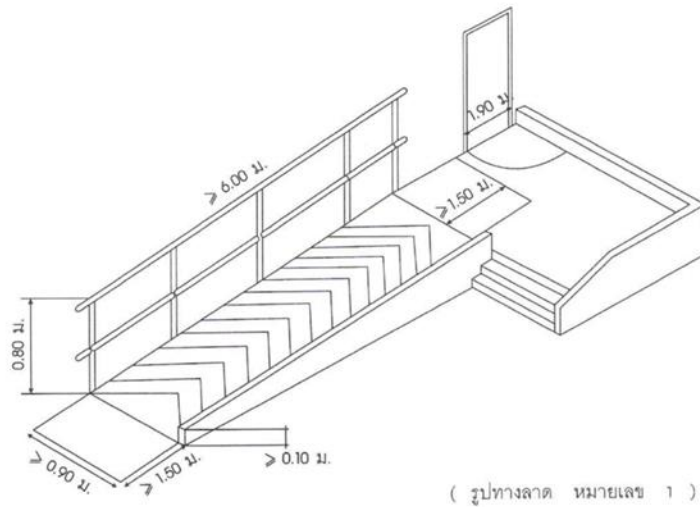
ที่มา : Senior Transportation เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

<https://sosyalforum.org/senior-citizen-bus-fare>

1.2 สถานที่ ภายนอกและบริเวณรอบโรงเรียนเป็นประสบการณ์แรกที่จะสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ เพราะฉะนั้นภายนอกและรอบบริเวณโรงเรียนจะต้องมีบรรยากาศดี ร่มรื่น สะอาด มีระบบรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ เช่น รววจับ พื้นยางกันลื่น และทางลาดชัน เป็นต้น

1.2.1 การออกแบบเพื่อความสะดวกและปลอดภัย จากบทความในเว็บไซต์ thinkofliving.com หัวข้อการออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ. (13 กุมภาพันธ์ 2559. สืบค้นจาก <https://thinkofliving.com/article/การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ-298312-อื่นๆ/>) ได้กล่าวถึงรายละเอียดการออกแบบสถานที่เพื่ออำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่ผู้สูงอายุ ดังนี้

ทางลาดชัน ควรใช้สัดส่วน 1:12 กล่าวคือ ถ้าพื้นสูง 10 เซนติเมตร จะต้องมีทางลาดยาวไปถึง 120 เซนติเมตร และต้องใช้วัสดุที่แตกต่างจากทางปกติเพื่อป้องกันการมองเห็นของผู้สูงอายุ

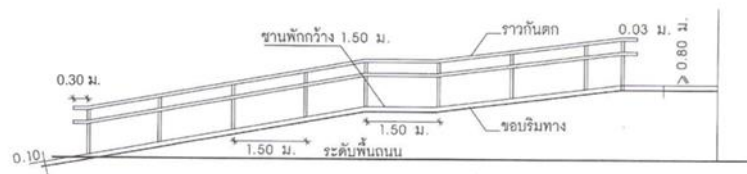
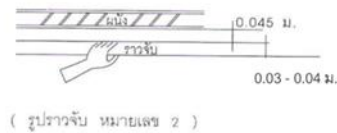


รูปทางลาด ความชันไม่เกิน 1:12

ภาพที่ 6 ทางลาดชั้น บันได และราวจับ ที่เหมาะกับผู้สูงอายุ

ที่มา : ทางลาดชั้นที่มาตรฐาน เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

http://www.openbase.in.th/files/2picture_กฎกระทรวง.pdf



รูปทางลาดพร้อมราวจับ

ภาพที่ 7 ทางลาดชั้น บันได และราวจับ ที่เหมาะกับผู้สูงอายุ

ที่มา : ทางลาดชั้นที่มาตรฐาน เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

http://www.openbase.in.th/files/2picture_กฎกระทรวง.pdf



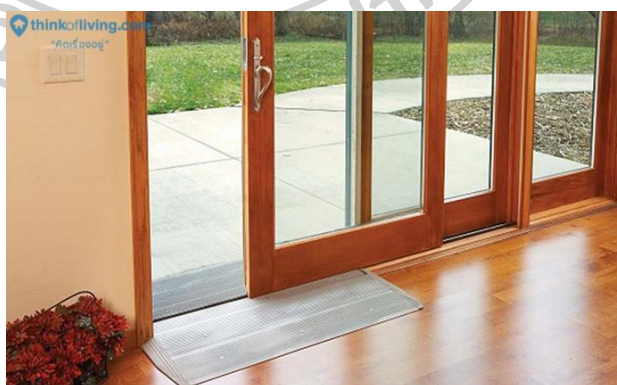
ภาพที่ 8 ทางลาดชันที่ใช้วัสดุและสีที่แตกต่างจากทางปกติ

ที่มา : Wheelchair ramp เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

<http://sisook.co/portable-handicap-ramp/>

พื้น ต้องเรียบเสมอกัน ไม่มีธรณีประตูและพื้นที่ต่างระดับ วัสดุปูพื้น จะต้องไม่ลื่น หากเป็นกระเบื้องจะต้องเลือกกระเบื้องชนิดที่ไม่ลื่นและไม่มีลวดลายเยอะจนเกินไปเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ

ประตู ใช้ประตูแบบบานเลื่อนเปิดปิดที่มีขนาดกว้างกว่าปกติ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็น และพื้นต้องไม่มีธรณีประตู ต้องเรียบเสมอกันกับพื้นด้านนอกเพื่อป้องกันการอุบัติเหตุสะดุดล้ม



ภาพที่ 9 ภาพประตูเลื่อน และพื้นเรียบเสมอกันทั้งภายนอกและภายใน

ที่มา : การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

<https://thinkofliving.com/article/การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ-298312-อื่นๆ/>

แสงสว่างที่เพียงพอ ควรมีหน้าต่างและช่องแสงเพื่อให้แสงธรรมชาติส่อง
ได้ทั่วทุกจุดโรงเรียนเป็นการลดอุบัติเหตุ และทำให้ไม่รู้สึกอึดอัด รวมไปถึงการติดตั้งไฟที่
ให้แสงสว่างเพียงพอโดยใช้แสงสีนวลโดยเฉพาะทางเดิน บันได และห้องน้ำ

เฟอร์นิเจอร์ เลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ดูเรียบง่าย เว้นระยะพื้นที่ไม่ให้เบียดชิด
จนเกินไป เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ



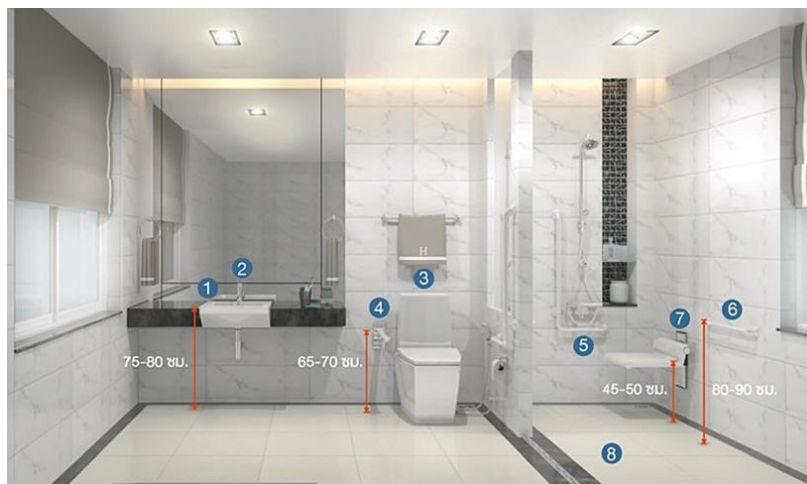
ภาพที่ 10 แสงธรรมชาติที่ทั่วถึงและการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่ไม่เบียดชิดจนเกินไป

ที่มา : การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

<https://thinkofliving.com/article/การออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ-298312-อื่นๆ/>

สวิตช์และปลั๊กไฟ ควรติดตั้งในจุดที่แสงสว่างส่องถึง และเข้าถึงสะดวก
ระดับของสวิตช์ไฟควรอยู่ที่ 120 เซนติเมตรจากพื้น และระดับของปลั๊กไฟควรอยู่ที่ 90
เซนติเมตรจากพื้น เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้สูงอายุ

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ พื้นห้องน้ำควรเป็นพื้นยางกันลื่น
และติดตั้งราวจับเพื่อช่วยในการทรงตัว โถสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำควรสูงจากพื้นประมาณ
43-45 เซนติเมตร และเลือกใช้ที่ก้นน้ำโถสุขภัณฑ์แบบคันโยก รวมไปถึงติดตั้งสายชำระไว้
ด้านข้างหรือใช้ระบบอัตโนมัติเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ



ภาพที่ 11 สัดส่วนห้องน้ำที่เอื้ออำนวยความสะดวกและเหมาะกับผู้อยู่อาศัย

ที่มา : การออกแบบที่อยู่อาศัยเพื่อผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

<https://thinkofliving.com/article/การออกแบบที่อยู่อาศัยเพื่อผู้สูงอายุ-298312-อื่นๆ/>

นอกจากการออกแบบเพื่อความสะดวกและปลอดภัยเหมาะสมกับผู้สูงอายุแล้ว โทนสีของโรงเรียนที่สบายตาสร้างความรู้สึกน่าเชื่อถือ กลิ่นที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ยังเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้เช่นกัน

1.2.2 โทนสี จากบทความในเว็บไซต์ Verywellmind หัวข้อ How Colors Impact Moods, Feelings, and Behaviors. (25 กรกฎาคม 2562. สืบค้นจาก <https://www.verywellmind.com/color-psychology-2795824>) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของสีที่มีต่ออารมณ์ความรู้สึกและพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ว่า สีเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทรงพลังและสามารถส่งผลต่อการกระทำ อารมณ์ แม้กระทั่งมีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาทางสรีรวิทยา เช่น ความดันโลหิตที่เพิ่มขึ้น การเผาผลาญที่เพิ่มขึ้น และส่งผลให้เกิดอาการปวดตา นอกจากนี้ยังมีข้อมูลอ้างอิงจากบทความเรื่อง สร้างความแตกต่างของสีสำหรับบ้านเพื่อผู้สูงอายุ. (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <https://www.scgbuildingmaterials.com/th/LivingIdea/NewBuild/FYI-สร้างความแตกต่างของสี-บ้านผู้สูงอายุ.aspx>) และนอกไปจากสีที่ใช้อย่างเหมาะสมในด้านร่างกายของผู้สูงอายุแล้ว สีที่ใช้ในโรงเรียนควรมีความเหมาะสมกับอารมณ์และจิตใจของผู้สูงอายุด้วย จากข้อมูลในหัวข้อ เรื่องของตาในผู้สูงอายุ. (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <http://www.kluaynamthai2.com/Forum>

/forum-info.php?id=5) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่าผู้สูงอายุไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างของสีม่วงและสีน้ำเงินได้ชัดเจนแต่จะแยกแยะความแตกต่างของสีแดงและสีเหลืองได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นเลนส์ตาของผู้สูงอายุจะกลายเป็นสีเหลืองจึงยอมให้แสงสีเหลืองและสีแดงผ่านได้ดีมากขึ้น เพราะฉะนั้นโทนสีที่ใช้ภายในโรงเรียนนั้นจะเลี่ยงในการใช้สีม่วงและสีน้ำเงิน แต่จะใช้เป็นโทนสีเหลืองแทนเนื่องจากแนวความคิดออกแบบเพื่อทุกคน (Universal design) ของประเทศ ญี่ปุ่นมาปรับใช้อย่างเหมาะสม โดยแนวคิดนี้ถูกพบว่าการเลือกใช้สีที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่คนตาบอดสีประเภทต่างๆ และผู้สูงอายุนั้นพบว่าการใช้สีแดงนั้นดูเด่นชัดสำหรับบุคคลทั่วไป แต่เห็นได้ยากสำหรับกลุ่มคนที่ตาบอดสีแดงและเขียว ในขณะที่สีเหลืองนั้นสามารถเห็นได้ชัดกว่าสำหรับกลุ่มคนตาบอดสี และผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน ในขณะเดียวกันสีเหลืองนั้นมีความสดใส ซึ่งเป็นโทนสีที่แสดงออกถึงความสุข ความร่าเริง การมองโลกในแง่ดีและยังสื่อถึงความอบอุ่นได้อีกด้วย นอกจากนี้สีเหลืองยังเป็นสีที่ช่วยในเรื่องของการเจริญอาหาร และช่วยกระตุ้นการทำงานของสมองและมีส่วนช่วยด้านความจำอีกด้วย เพราะฉะนั้นการนำโทนสีเหลืองมาปรับใช้ภายในโรงเรียนถือเป็นโทนสีที่เหมาะสมทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจของผู้สูงอายุ เพราะฉะนั้นเราจึงปฏิเสธไม่ได้ว่าโทนสีนั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และสำหรับธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุนั้นทางโรงเรียนจำเป็นต้องให้การดูแลอย่างใกล้ชิด ต้องคอยใส่ใจรายละเอียดต่างๆ เรื่องเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเหตุอันตรายต่างๆ เพราะหากผู้สูงอายุประสบอุบัติเหตุร่างกายจะซ่อมแซมช้ากว่าวัยอื่น ๆ ส่งผลให้แผลหายช้าจึงอาจเกิดภาวะแทรกซ้อนต่างๆ ได้ โดยปัญหาใหญ่สำหรับผู้สูงอายุคือเรื่องสายตา เนื่องจากอายุที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เลนส์สายตาขุ่นขึ้น รวมไปถึงโรคทางสายตาอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นต้อกระจก ต้อลม ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ผู้สูงอายุมองเห็นภาพได้ไม่ชัด นอกจากนั้นความเสื่อมของสายตาก็ทำให้ผู้สูงอายุมองสีเพี้ยนไปจากเดิม เพราะฉะนั้นธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุควรคำนึงถึงรายละเอียดในการใช้สีเพื่อให้เหมาะกับสภาพร่างกายของผู้สูงอายุด้วย โดยสีที่โรงเรียนจะใช้นั้นจะเป็นสีที่เอื้อในการมองเห็นของผู้สูงอายุ เป็นสีที่ตัดกันอย่างเช่นความเข้ม-อ่อน เพื่อให้เกิดการตัดกันของเฉดสีอย่างชัดเจนเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุที่ไม่คาดคิดขึ้น โดยพื้นที่ๆจะใช้โทนสีตัดกันคือส่วนที่เป็นบริเวณห้องน้ำ บันได พื้นต่างระดับ ผนังทางเดิน และประตู ดังนี้

ห้องน้ำ ควรเลือกใช้สีพื้นและผนังห้องน้ำให้ตัดกับสีของเครื่องสุขภัณฑ์อย่างชัดเจน โดยส่วนมากเครื่องสุขภัณฑ์จะมีสีขาวเพราะฉะนั้นโรงเรียนจะเลี่ยงการทำพื้น และผนังเป็นสีขาว แต่จะเลือกเป็นโทนสีที่ตัดกับสีขาวชัดเจน อย่างเช่นสีดำ

บันได โรงเรียนจะพยายามเลี่ยงการใช้นันไดให้น้อยที่สุด และหากจำเป็นจำเป็นต้องใช้นันไดจริงๆ จะมีการติดตั้งไฟบริเวณชั้นบันไดเพื่อให้ผู้สูงอายุมองเห็นชั้นบันไดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสำหรับทางต่างระดับควรเป็นสติ๊กเกอร์แถบติดเพื่อให้ผู้สูงอายุเห็นชัดเจนและสามารถก้าวได้ถูกต้อง เพื่อลดอุบัติเหตุต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

พื้น พื้นของโรงเรียนหรือพื้นส่วนต่างๆ ควรใช้สีเพื่อแบ่งโซน และไม่ใช้พื้นที่มีลายมากเกินไป เพราะอาจส่งผลให้ผู้สูงอายุมองเห็นได้ผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง เช่น มองเห็นพื้นต่างระดับเป็นพื้นที่ราบ อาจส่งผลให้ก้าวพลาดและเสียการทรงตัวนำมาซึ่งอุบัติเหตุได้

ผนังและประตู ส่วนมากมักใช้ผนังและประตูเป็นโทนสีที่ใกล้เคียงกันเพื่อความสวยงาม ทันสมัย แต่โทนสีในรูปแบบนี้ไม่เหมาะที่จะนำมาใช้กับผู้สูงอายุ ผนังกับประตูควรเป็นสีที่ตัดกันชัดเจน เช่น ผนังสีครีม ประตูไม้สีน้ำตาล เพื่อให้ผู้สูงอายุมองเห็นประตูได้ชัดเจน โดยประตูที่ไม่ควรใช้มากที่สุดคือประตูกระจกเนื่องจากผู้สูงอายุจะมองไม่ชัดว่าเป็นกระจกและอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ หากจำเป็นต้องใช้กระจกจริงๆ ควรเป็นกระจกที่ติดสติ๊กเกอร์สี หรือลายเพื่อให้ตัดกับส่วนอื่น และระมัดระวังผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

1.2.3 สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของโรงเรียน เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจว่าผู้สูงอายุจะตัดสินใจเข้ารับบริการหรือไม่ ความสะอาดและกลิ่นภายในโรงเรียนก็ถือเป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญอย่างหนึ่ง โรงเรียนจำเป็นต้องดูแลและทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้โรงเรียนดูสะอาด และน่าอยู่ นอกไปจากนั้นทางโรงเรียนจะสร้างให้เกิด บรรยากาศที่สามารถผ่อนคลายผู้สูงอายุได้โดยจะนำกลิ่นหอมระเหยที่สามารถช่วยทำให้ผู้สูงอายุเกิดความผ่อนคลาย มาใช้ภายในโรงเรียน โดยกลิ่นหอมระเหยที่ใช้จะเป็นกลิ่นของลาเวนเดอร์เนื่องจากกลิ่นของน้ำมันหอมระเหยดอก ลาเวนเดอร์นั้นสามารถลดความดันโลหิตและลดอุณหภูมิของผิวได้ และที่สำคัญยังสามารถช่วยลดอาการวิตกกังวล และอาการซึมเศร้าได้เช่นกัน เพราะกลิ่นของพืชชนิดนี้จะไปกระตุ้น Brain Pathways ทำให้เกิดการตอบสนองทาง ด้านอารมณ์ และอีกกลิ่นที่

โรงเรียนเลือกใช้คือกลิ่นมะลิเนื่องจากกลิ่นมะลินั้นสามารถช่วยฟื้นฟูร่างกาย และจิตใจได้ มีฤทธิ์ช่วยบรรเทาอาการปวดเกร็งของกล้ามเนื้อ เพราะน้ำมันหอมระเหยนั้นจะช่วยลดระดับฮอร์โมนคอร์ติซอลในร่างกายให้ลดน้อยลง จึงส่งผลให้กล้ามเนื้อมีความผ่อนคลายมากขึ้น นอกจากนี้กลิ่นมะลียังสามารถช่วยให้ผู้ที่ได้กลิ่น เกิดความสงบจึงส่งผลให้เกิดความผ่อนคลาย และลดความเครียดลงได้ โดยข้อมูลข้างต้นอ้างอิงจากบทความของ เว็บไซต์ HonestDocs ในหัวข้อ 5 น้ำมันหอมระเหยที่ช่วยให้คุณผ่อนคลาย. (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <https://www.honestdocs.co/5-essential-oils-that-help-you-relax>) ซึ่งมีความสอดคล้องกับบทความใน เว็บไซต์ Thai senior market ในหัวข้อ ชวนผู้สูงอายุผ่อนคลายความเครียด. (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <http://www.thaiseniormarket.com/article-detail/444>) ได้แสดงความคิดเห็นถึงการนำกลิ่นมาใช้ในการผ่อนคลายความเครียดให้กับผู้สูงอายุไว้ว่าการสูดกลิ่นหอมที่เป็นหอมของพืชธรรมชาติอย่างเช่นดอกไม้ต่างๆ ส่งผลให้ ประสาทสัมผัสของผู้สูงอายุนั้นเกิดการตื่นตัว และยังช่วยกระตุ้นพลังงานจิตได้เป็นอย่างดี จึงส่งผลให้ผู้สูงอายุนั้นมี สุขภาพจิตที่ดี สามารถคลายความวิตกกังวลต่างๆ ลงได้

1.2.4 พื้นที่รับรองเพื่อการผ่อนคลายก่อนและหลังเรียนของผู้สูงอายุ นอกจากการเรียนดนตรีในห้องเรียนแล้ว การสร้างให้โรงเรียนเป็นตัวกลางสำหรับผู้สูงอายุเพื่อผ่อนคลาย ใช้เวลาภายในโรงเรียนเพื่อพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ของผู้สูงอายุก็เป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ นอกจากโรงเรียนจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบทุกอย่างที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น ในเรื่องของการใช้แสงสว่างที่เพียงพอเหมาะแก่การมองเห็นของผู้สูงอายุ แก้วที่ที่เหมาะสมกับสรีระของผู้สูงอายุแล้ว จะต้องศึกษาถึงสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะเจาะจง การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะเจาะจงนั้นด้วยสิ่งทีเฉพาะเจาะจงจะทำให้กลุ่มเป้าหมายใช้เวลาภายในโรงเรียนมากขึ้น เช่น มีต้นไม้ประดับจำนวนมากเพื่อความผ่อนคลาย เสียงธรรมชาติเช่นเสียงน้ำไหล บริการน้ำร้อน และน้ำอุ่น น้ำอุณหภูมิห้อง รวมไปถึงชาสมุนไพร เป็นต้น

1.2.5 การจัดอบรมบุคลากร โดยปกติแล้วโรงเรียนดนตรีทั่วไปไม่จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจหรือจิตวิทยาเพื่อเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการมากนัก แต่สำหรับโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุนั้น ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้เลยเนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัย

ที่มีความอ่อนไหวทางด้านอารมณ์อย่างมาก เพราะฉะนั้นการจัดอบรมบุคลากรก่อนเริ่มทำงานจึงเป็นสิ่งที่จะช่วยในการดำเนินธุรกิจนี้ได้อย่างราบรื่น และยังช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการอีกด้วย



Bangkok Intercare School
(เลขที่ใบอนุญาต กส. 84/2558) **รับรองหลักสูตรโดยกระทรวงศึกษาธิการ**

หลักสูตรดูแลผู้สูงอายุ ภาคปกติ เรียน จันทร์-ศุกร์

การเรียนการสอน แบ่งออกเป็น

1. เข้าเรียนภาคทฤษฎีและฝึกภาคปฏิบัติในห้องปฏิบัติการให้ครบ 20 รายวิชา
2. เรียนวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 09.00-16.00 น.

ภาพที่ 12 บางกอกอินเตอร์แคร์การบริบาล

ที่มา : บางกอกอินเตอร์แคร์การบริบาล เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

<https://www.bkk-intercare.com/>

ในการจัดกิจกรรมอบรมบุคลากรนั้นจำเป็นต้องมีวิทยากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านของผู้สูงอายุโดยการร่วมกันกับโรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจทางด้านอารมณ์ ด้านกายภาพ ของผู้สูงอายุ และปรับมุมมองทัศนคติของบุคลากรในองค์กรได้ หลังจากอบรมบุคลากรจะได้รับใบรับรองเพื่อยืนยันว่าผ่านการอบรมแล้วจึงสามารถร่วมทำงานกับองค์กรได้ เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานและคุณภาพของบุคลากรภายในโรงเรียนให้อยู่ในระดับที่ผู้รับบริการพึงพอใจ รวมทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าให้กับโรงเรียนอีกด้วย จากบทความเรื่องอะไรที่พนักงานใหม่ต้องเรียนรู้. (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <https://hrcenter.co.th> > file > columns > hr_f_20170509_163123) อาจารย์วัชรพงษ์ สุนันติ ได้กล่าวว่า การอบรมสิ่งที่ควรกำหนดให้บุคลากรเรียนรู้แบ่งออกเป็น 6 เรื่องด้วยกัน คือ ความรู้เกี่ยวกับองค์กรและสิทธิต่างๆที่พนักงานได้รับ ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานหรือระบบที่องค์กรได้รับการรับรอง ความรู้ตามที่กฎหมายกำหนด การปูพื้นฐานความรู้ทางด้านทักษะให้พนักงานใหม่เข้าใจถึงกระบวนการทำงาน ความรู้หรือสิ่งที่องค์กรต้องการเน้นย้ำ ปัจจัยที่จะทำให้ผ่านทดลองงาน

นอกจากนี้การปรับปรุงนิเทศให้กับบุคลากรใหม่ยังเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรด้วยกัน และบุคลากรกับองค์กร ซึ่งส่งผลให้องค์กรมีความแข็งแกร่งมากขึ้น

1.2 มีการทดสอบและประเมินว่าผ่านการทดสอบหลังอบรมหรือไม่ โดยทำเป็น Checklist

1.3 ส่งจดหมายต้อนรับพนักงานใหม่ สร้างความประทับใจให้กับบุคลากร

2. กระบวนการในการลงทะเบียน และชำระค่าบริการ

จากเดิมโรงเรียนดนตรีจะมีระบบลงทะเบียนที่มีความซับซ้อนหลายขั้นตอน และใช้ระยะเวลาในการกรอกเอกสารเพื่อที่จะส่งให้เจ้าหน้าที่นำไปลงระบบอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งมีความเสี่ยงในด้านความผิดพลาด และการสูญหายของข้อมูล นอกจากนี้ยังถือเป็นกระบวนการทำงานซ้ำซ้อนอีกด้วย เพราะฉะนั้นการนำเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาในปัจจุบันเข้ามาช่วยลดระยะเวลาในการทำงานนั้นถือเป็นสิ่งที่เหมาะสมอย่างยิ่ง นอกจากจะลดเวลาในกระบวนการทำงานแล้วยังมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น และยังเป็นการลดภาระหน้าที่ของพนักงานเพื่อที่พนักงานจะสามารถดำเนินงานในขั้นตอนที่จำเป็นได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

2.1 ขั้นตอนการลงทะเบียนทางโรงเรียนจะใช้การลงทะเบียนที่ทันสมัยผ่านระบบออนไลน์



ภาพที่ 13 ภาพตัวอย่างลำดับขั้นตอนการสมัครเรียน

ที่มา : บางกอกอินเตอร์แคร์การบริบาล เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

<https://www.bkk-intercare.com/>

แบบฟอร์มลงทะเบียนเรียน

* Required

คำนำหน้าชื่อ

นาย

นาง

นางสาว

ชื่อ-นามสกุล *

Your answer

ชื่อเล่น *

Your answer

อายุ *

Your answer

เบอร์ติดต่อ *

Your answer

LINE ID *

จะเผยแพร่โทรศัพท์ของท่านใช้ในการสื่อสารผ่านโปรแกรมไลน์

Your answer

ภาพที่ 14 ภาพจำลองการลงทะเบียนออนไลน์ ส่วนที่หนึ่ง

แบบฟอร์มลงทะเบียนเรียน

* Required

บุคคลที่สามารถติดต่อได้ยามฉุกเฉิน

ชื่อ-นามสกุล *

Your answer

ความสัมพันธ์ *

Your answer

เบอร์ติดต่อ *

Your answer

BACK NEXT

Never submit passwords through Google Forms.

ภาพที่ 15 ภาพจำลองการลงทะเบียนออนไลน์ ส่วนที่สอง

ภาพที่ 16 ภาพจำลองการลงทะเบียนเรียนออนไลน์ ส่วนที่สาม

ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัยและรวดเร็ว เช่น บัตรเครดิตและบัตรเดบิต และเพิ่มการชำระค่าบริการทางช่องทางออนไลน์ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ,QR Code ซึ่งเป็นการลดขั้นตอนของกระบวนการลงทะเบียน และยังเป็นการประหยัดต้นทุนในส่วนของการประชาสัมพันธ์ รวมถึงมีช่องทางชำระเงินผ่านบัตรเครดิต

เลือกวิธีการชำระเงิน	
บัตรเครดิต/บัตรเดบิต	>
อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง มีเคพลี	>
โบบายแบงก์กิ้ง/เอทีเอ็ม แนะนำโบบายแบงก์กิ้ง (ไม่มีค่าธรรมเนียม)	>
ทรูมันนี่ วอลเล็ท	>
ชำระเงินผ่านทางเคาเตอร์เซอร์วิส	>
การเก็บเงินปลายทาง	>
ยอดรวม	๒28,800.00
รวมทั้งสิ้น	๒28,800.00

ภาพที่ 17 ภาพตัวอย่างช่องทางการชำระเงินออนไลน์
ที่มา : แอปพลิเคชัน LAZADA เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

บัตรเครดิต/บัตรเดบิต

เพิ่มบัตรเครดิต/บัตรเดบิต SECURITY GUARANTEED

VISA

หมายเลขบัตร

ชื่อผู้ถือบัตร

Expiration (MM/YY) CVV ⓘ

ยอดรวม 28,800.00

รวมทั้งสิ้น **28,800.00**

ชำระเงิน

ภาพที่ 18 ตัวอย่างช่องทางชำระค่าบริการผ่านบัตรเดบิต และบัตรเครดิต
ที่มา : แอปพลิเคชัน LAZADA เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

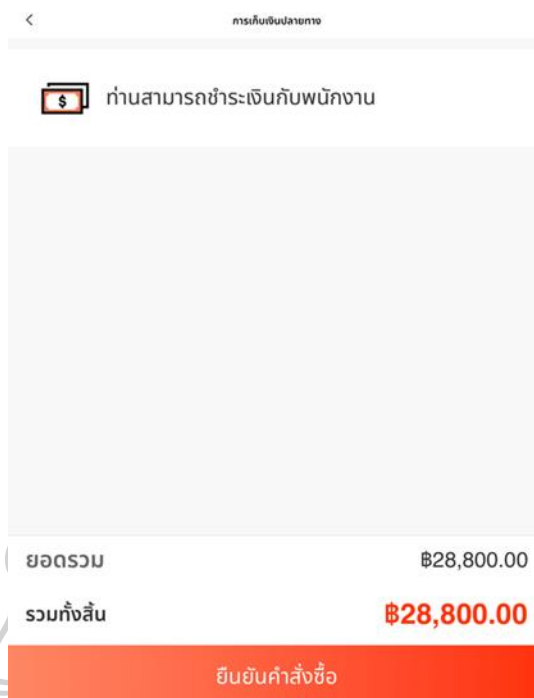
ตัวเลือกการผ่อนชำระ

฿9,600.00 * 3 Months
ดอกเบี้ย 0%

฿4,800.00 * 6 Months
ดอกเบี้ย 0%

฿2,880.00 * 10 Months
ดอกเบี้ย 0%

ภาพที่ 19 ตัวอย่างขั้นตอนการผ่อนชำระค่าบริการในระบบออนไลน์
ที่มา : แอปพลิเคชัน LAZADA เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562



ภาพที่ 20 ตัวอย่างขั้นตอนการยืนยันการชำระค่าบริการด้วยเงินสดในระบบออนไลน์
ที่มา : แอปพลิเคชัน LAZADA เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

W Strategies

“W-Strategies” สำหรับกลยุทธ์นี้จะเน้นในการปรับองค์ประกอบที่ใช้ในการเรียนการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น ในส่วนของด้านการเรียนดนตรีหลักสูตรจะสอดแทรกพื้นฐานในการเล่นเครื่องดนตรีที่ถูกต้อง และผู้สูงอายุสามารถเลือกเพลงที่เรียนตามความต้องการของตนเองได้โดยปรับเปลี่ยนโน้ตให้ง่ายขึ้นและเขียนขึ้นมาใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถพื้นฐานของผู้สูงอายุแต่ละคน เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนมากเรียนดนตรีเพื่อที่จะทดแทนเวลาว่างที่ตนมี และสร้างความผ่อนคลายให้กับตนเอง ไม่ใช่การเรียนที่ต้องการผลลัพธ์อย่างเข้มข้นจริงจัง นอกจากนี้หลักสูตรที่ใช้ในการสอนผู้สูงอายุนั้นจะคำนึงถึงประโยชน์ทั้งทางด้านการเรียนรวมไปจนถึงด้านร่างกายของผู้สูงอายุทั้งหมด ซึ่งการออกกำลังกายนั้นมีความสำคัญกับผู้สูงอายุเป็นอย่างมากโดยอ้างอิงจากบทความในเว็บไซต์ paolophahol ในหัวข้อ หลักการง่าย แนวทางออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ. (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <https://www.paolophahol.com/th-TH/Article/Details/บทความ-กระดุกและข้อ/การออกกำลังกาย>)

สำหรับผู้สูงอายุ) ซึ่งกล่าวถึงหลักการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุว่า ระยะเวลาในการออกกำลังกายแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ ช่วงอบอุ่นร่างกายรวมถึงการเหยียด ยืด กล้ามเนื้อ ประมาณ 5-10 นาที ช่วงออกกำลังกายไม่ต่ำกว่า 12 นาที และช่วงฟื้นฟูร่างกายสู่สภาพปกติ ประมาณ 5-10 นาที และการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การออกกำลังกายเฉพาะส่วน และการออกกำลังกายโดยทั่วไป กล่าวคือเวลาที่ใช้ในการเรียน 60 นาที จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

ช่วงที่ 1 เตรียมความพร้อมก่อนเรียน ใช้เวลาประมาณ 15 นาที จะเป็นช่วงที่ให้ผู้เรียนได้เตรียมความพร้อมก่อนเรียนด้วยวิธีการอบอุ่นร่างกาย 5 นาที การเหยียด ยืด กล้ามเนื้อ 5 นาที ด้วยวิธีที่เหมาะสมกับการเรียนเครื่องดนตรีที่แตกต่างกันรวมถึงข้อจำกัดของผู้สูงอายุแต่ละคน และการทำกิจกรรมประกอบจังหวะเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเรียนดนตรี 5 นาที เช่น การร้องเพลง และตบมือตามจังหวะ การก้าวขาตามจังหวะซ้ำๆ เป็นต้น โดยอ้างอิงจากบทความในเว็บไซต์กรมอนามัยในหัวข้อ การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ. (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก http://resource.thaihealth.or.th/system/files/documents/kaarkkamlangkaayainphuu-suungaayu_0.pdf) ได้กล่าวถึงเรื่องการอบอุ่นร่างกายว่า การอบอุ่นร่างกายทำให้เลือดไปเลี้ยงอวัยวะส่วนต่างๆได้ดีขึ้น ทำให้ร่างกายมีความพร้อมและป้องกันอาการบาดเจ็บของเอ็นและกล้ามเนื้อ เช่น การบริหารข้อมือ ข้อไหล่ เป็นต้น

สำหรับประโยชน์ของกิจกรรมนี้นอกจากจะสามารถช่วยให้ร่างกายของผู้สูงอายุมีความพร้อมก่อนการเรียนมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุมีทักษะในด้านการฟังที่ดีขึ้น และสามารถเข้าใจจังหวะได้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาด้านการเรียนดนตรีได้ดีมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 21 ภาพตัวอย่างการยืดกล้ามเนื้อและเส้นเอ็นของผู้สูงอายุ

ที่มา : การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 30 สิงหาคม 2562

http://resource.thaihealth.or.th/system/files/documents/kaarkkamlangkaayainphuusuung_aayu_0.pdf

ช่วงที่ 2 การเรียนปฏิบัติเครื่องดนตรี ใช้เวลาประมาณ 40 นาที ซึ่งในระหว่างเรียน ครูผู้สอนสามารถปรับเปลี่ยนเวลาในการเรียนและเวลาพักให้เหมาะสมตามผู้เรียนแต่ละคน เช่น ผู้เรียนที่อายุมากอาจต้องการมีช่วงการพักและผ่อนคลายระหว่างการเรียน แต่สำหรับผู้เรียนบางคนอาจจะไม่ต้องการเวลาพัก

ช่วงที่ 3 การผ่อนคลายหลังการเรียน ใช้เวลาประมาณ 5 นาที จากบทความโดย รศ.พญ. วิไล คุปต์นิรัติศัยกุล ในหัวข้อ การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ (Exercise for the Elderly). (2 กันยายน 2562. สืบค้นจาก <http://rehabmed.or.th/main/wp-content/uploads/2014/03/exercise1.doc>) ได้กล่าวถึงช่วงผ่อนคลายว่า ช่วงผ่อนคลายเป็นช่วงที่ร่างกายกำลังปรับตัวเพื่อคืนสู่สภาวะปกติ เป็นช่วงที่สำคัญสำหรับผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก โดยในช่วงนี้เป็นช่วงหลังจากที่เรียนปฏิบัติเครื่องดนตรีเสร็จแล้ว ผู้เรียนในช่วงเวลานั้นๆจะมาพบปะกันที่ห้องรับรองเพื่อทำกิจกรรมผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และได้พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งประโยชน์ที่ผู้เรียนได้รับในช่วงนี้คือกล้ามเนื้อและสมองได้รับการผ่อนคลายหลังจากจบการเรียน สามารถทำกิจกรรมอื่นๆต่อไปได้อย่างสบาย และยังสามารถได้พบปะพูดคุยกับผู้เรียนในช่วงวัยเดียวกัน ซึ่งถือเป็นการสร้างสังคมผู้สูงอายุภายในโรงเรียน จะส่งผลให้ผู้เรียนมีความสุข และต้องการมาเรียน มาพบปะกลุ่มเพื่อนๆ มากยิ่งขึ้น

R Strategies





“R-Strategies” กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่เน้นในด้านการสร้างความภาคภูมิใจจากภายใน มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจ ความเชื่อใจให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งความพึงพอใจ และความเชื่อใจส่งผลให้ผู้ใช้บริการอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยการสร้างเป็นสังคมแห่งความสุข เพราะประเด็นสำคัญที่ผู้สูงอายุต้องการจากการรับบริการ และส่งผลให้ผู้สูงอายุตัดสินใจกลับมาใช้บริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ คือ การใช้เวลาร่วมกันเพื่อคลายเครียดและสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยทางโรงเรียนจะจัดเป็นกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการสานสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประสบการณ์ระหว่างผู้สูงอายุด้วยกัน ซึ่งทำให้สถานที่ภายในโรงเรียนกลายเป็นจุดนัดพบของผู้สูงอายุ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

1. จัดกิจกรรมให้ความรู้โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมความรู้ทางด้านการดูแลสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมไปถึงความรู้ด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันที่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุได้ คือ กิจกรรมการเชิญวิทยากรมาบรรยายในหัวข้อต่างๆ เช่น การดูแลสุขภาพ และโภชนาการของผู้สูงอายุ โดยโรงเรียนจะมีการจัดกิจกรรมการบรรยายในหัวข้อที่มีความสอดคล้องกับวัยผู้สูงอายุ อย่างเช่น การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย โภชนาการ การผ่อนคลายความเครียดที่เหมาะสมกับวัยผู้สูงอายุ และเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันที่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้สูงอายุ โดยจะมีจัดการบรรยายในระยะเวลาที่เหมาะสม เช่น ระยะเวลา 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง เป็นต้น ซึ่งการจัดกิจกรรมจะมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางมาเพื่อให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุ กิจกรรมดังกล่าวจะช่วยให้ผู้สูงอายุได้รับความรู้ในด้านการดูแลตนเองอย่างเหมาะสม และยังเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมสำคัญที่ก่อให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อที่ผู้สูงอายุแต่ละคนจะได้พบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งมีส่วนช่วยให้สังคมในโรงเรียนนั้นกลายเป็นสังคมแห่งความสุข นอกจากนั้นผู้สูงอายุจะรู้สึกถึงประโยชน์รอบด้านในการตัดสินใจเรียนโรงเรียนดนตรีแห่งนี้ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกประทับใจและนำไปสู่ความภาคภูมิใจต่อโรงเรียนในระยะยาว กล่าวคือผู้สูงอายุที่ตัดสินใจเรียนดนตรีกับโรงเรียนแห่งนี้นอกจากจะได้ใช้เวลาว่างรับความรู้ทางด้านดนตรีแล้วยังช่วยให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับร่างกาย ได้สร้าง

ปฏิสัมพันธ์และยังได้รับความรู้รอบตัวเกี่ยวกับการดูแลตนเองในด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุจากการจัดกิจกรรมบรรยายอีกด้วย

2. โปรโมชันสะสมคะแนนเลื่อนระดับสมาชิก สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีฐานะ สิ่งสำคัญที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ก็คือ การบริการที่ดีเป็นสำคัญ การจัดโปรโมชันสำหรับผู้ลงทะเบียนเรียนและการเข้าเรียนอย่างต่อเนื่องเพื่อสะสมแต้มยกระดับลูกค้าและสามารถรับสิทธิประโยชน์สำหรับลูกค้าแต่ละระดับ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของโรงเรียน โดยใช้ระบบออนไลน์เข้ามาช่วย ซึ่งภายในระบบออนไลน์จะมีการบอกระดับของผู้เรียนอย่างชัดเจน รวมไปถึงมีการบอกคะแนนที่ผู้เรียนได้รับ โดยคะแนนที่ได้รับจะมาจากชำระค่าเล่าเรียน การชำระค่าอุปกรณ์การเรียน รวมไปถึงการซื้อสินค้าของพาร์ทเนอร์ในราคาพิเศษผ่านโรงเรียนซึ่งเป็นตัวกลาง โดยคะแนนที่ได้รับผู้เรียนสามารถนำไปแลกรับสิทธิพิเศษต่างๆ กับพาร์ทเนอร์ของโรงเรียน ซึ่งสามารถกดรับสิทธิพิเศษได้จากในระบบออนไลน์ โดยแบนด์ที่จะมาร่วมเป็นพาร์ทเนอร์จำเป็นต้องเป็นแบนด์ที่มีกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน และต้องมั่นใจว่าจะได้ผลประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย แบนด์ที่เหมาะสมในการเป็นพาร์ทเนอร์ให้กับโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ เช่น โรงพยาบาลผู้สูงอายุกล้วยน้ำไท 2 แบนด์สปาและนวดเพื่อผู้สูงอายุ แบนด์ควารี่บำบัดเพื่อผู้สูงอายุ แบนด์อาหารเสริมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น เอนซัวร์ เป็นต้น

Member Level Guide

Member Levels	Points Required
 Silver Member	1-100
 Gold Member	101-500
 Platinum Member	501-1500
 Diamond Member	>1500

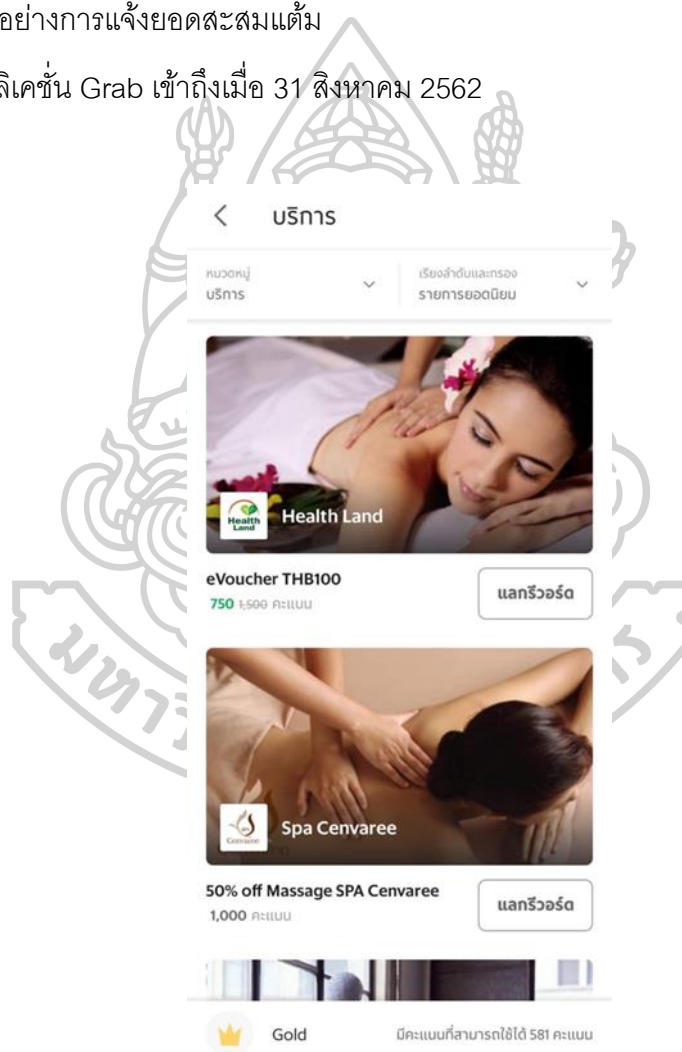
ภาพที่ 22 ตัวอย่างระดับสมาชิก

ที่มา : แอปพลิเคชัน Grab เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562



ภาพที่ 23 ตัวอย่างการแจ้งยอดสะสมแต้ม

ที่มา : แอปพลิเคชัน Grab เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562



ภาพที่ 24 ตัวอย่างการใช้แต้มสะสมเพื่อแลกของสมนาคุณ

ที่มา : แอปพลิเคชัน Grab เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม 2562

3. การทำ School Mobile Unit เพื่อประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงอย่างผู้สูงอายุจึงเป็นทางเลือกที่ดีเนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ช่องทางออนไลน์มากนัก การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ช่องทางที่เฉพาะเจาะจงจึงเป็นสิ่งที่ทำให้โรงเรียนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า โดยเริ่มจากการประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมตัว เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้สัมผัส สร้างประสบการณ์ และทำความรู้จักกับโรงเรียน เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้กับกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 25 ภาพตัวอย่าง School Mobile Unit

ที่มา : School Mobile Unit เข้าถึงเมื่อ 30 สิงหาคม 2562

https://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID=53660&Key=news_Surac

อภิปราย

จากการวิจัยในหัวข้อ “กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ทำให้ได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เป็นประเด็นสำคัญในการนำมาสร้างกลยุทธ์ของงานวิจัยขึ้น โดยการนำ ข้อมูลสำคัญทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลเชิงปริมาณ ที่ได้สรุปมาร่วมวิเคราะห์แล้วสร้างเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับ งานวิจัยชิ้นนี้ โดยข้อมูลเชิงคุณภาพ นั้นได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดสิ้น 3 ราย ซึ่งได้ทราบถึง ปัญหาและอุปสรรค ที่พบในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ และในส่วนของข้อมูลเชิงปริมาณ

นั้นได้มาจากการเก็บ แบบสอบถามจากผู้สูงอายุ หรือผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีความสนใจในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ทราบถึงพฤติกรรมและสิ่งที่คาดหวังจากการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุใน เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร นอกจากนั้นยังได้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรี เพื่อผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน หลังจากที่ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลและได้มาวิเคราะห์ร่วมกันจนเกิดเป็นกลยุทธ์ การพัฒนาธุรกิจ โรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะขอนำมา อภิปรายและนำเสนอตามลำดับของ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งให้ข้อมูลในแง่มุมมองของ ปัญหา และ อุปสรรคที่พบในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัย สามารถสรุปข้อมูลได้ว่าปัญหา และอุปสรรคที่พบในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร คือ การที่ยังไม่มีหลักสูตร และแนวทางในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ จึงส่งผลให้การดำเนินธุรกิจนั้นไม่มีแบบอย่างในการดำเนินงาน ทั้งในด้านของหลักสูตร และสถานที่ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน รวมไปถึงสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมของโรงเรียนและห้องเรียน นอกจากนั้นโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุนั้น ยังไม่เป็นที่รู้จัก กล่าว คือโรงเรียนไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ที่สนใจเรียนได้มาก เท่ากับแบรนด์ชั้นนำที่มีมาก่อนเป็นเวลานาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมใน หัวข้อแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's โดย สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543) และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2547) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ไปในทางที่สอดคล้องกันไว้ว่า

สินค้าหรือบริการต่างๆ นั้นจำเป็นต้องมีส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านที่เหมาะสม และนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้อย่างสูงสุด เพราะฉะนั้นหากไม่มีการคำนึงถึงความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดอาจส่งผลให้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการและไม่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ และอีกสิ่งสำคัญที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครคือ ผู้สูงอายุนั้นมีสภาพจิตใจและอารมณ์ที่ละเอียดอ่อนไหวง่าย รวมไปถึงข้อจำกัดในด้านของร่างกายเช่นกัน จึงส่งผลให้การดำเนินธุรกิจนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลในประเด็นนี้มีความสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องความต้องการของผู้สูงอายุ ซึ่งสำนักส่งเสริมสุขภาพกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุขได้ให้รายละเอียดไว้สอดคล้องกับสุทธิพงศ์ บุญผดุง (2554) ไว้ว่าเนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้านจึงส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจและสถานภาพทางสังคม เพราะฉะนั้นสิ่งที่จะช่วยในการฟื้นฟูผู้สูงอายุ และตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุครบถ้วนนั้นคือการส่งเสริมการทำกิจกรรมที่สามารถพัฒนาศักยภาพทางด้านสุขภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลต่อไปถึงด้านจิตใจและสังคม กล่าวคือเมื่อผู้สูงอายุมีสุขภาพร่างกายที่ดีจะส่งผลให้ผู้สูงอายุสามารถมีบทบาทร่วมกับคนอื่น ๆ ซึ่งในสังคมจะส่งผลต่อไปในด้านจิตใจคือจะทำให้ผู้สูงอายุเห็นคุณค่าของตนเอง เพราะฉะนั้นกิจกรรมการรวมกลุ่มโดยมีโรงเรียนดนตรีเป็นตัวกลางนั้นจึงเป็นกิจกรรมที่มีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ครบทั้ง 3 ด้าน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการด้านการเรียนดนตรีของผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยได้มาจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย โดยการแจกชุดแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลข้อมูลได้ว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อ เดือน 10,000-30,000 บาท โดยข้อมูลของผู้สูงอายุที่อยู่ในการพิจารณาตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูง อายุ มีอายุ

ระหว่าง 60-65 ปี เหตุผลสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการคือ โรงเรียนจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกให้กับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และสิ่งที่ผู้เข้ารับบริการคาดหวังจากการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุคือ เป็นกิจกรรมยามว่างเพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือวิชาเปียโน และพบว่าปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครใน 3 อันดับแรกคือ

1. ครูผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 และมี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.60

2. ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ (เช่น มีราวจับ ทางลาด และวัสดุปูพื้น ป้องกันการลื่น) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.59 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.61

3. ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี มีความสะอาดและปราศจากกลิ่นอันไม่พึงประสงค์เอื้อต่อการเรียน และเหมาะกับ ผู้สูงอายุ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.66

และในส่วนของคุณข้อเสนอแนะเพิ่มเติมพบว่าข้อคิดเห็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นตรงกันมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ

1. ต้องการให้โรงเรียนดนตรีมีหลักสูตรที่ช่วยในการรักษาอาการอัลไซเมอร์ หรือโรคซึมเศร้า หรือช่วยให้ผู้สูงอายุได้รับการ ผ่อนคลายมากขึ้น

2. ครูที่สอนในโรงเรียนสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นครูที่มีความเข้าใจถึงสภาพร่างกาย อารมณ์ผู้สูงอายุ และมีความสามารถ และมีความเข้าใจในการสอนผู้สูงอายุ

3. การเรียนดนตรีเพื่อเป็นแนวทางหลังวัยเกษียณของวัยทำงาน และต้องการให้มีการทำโรงเรียนสำหรับผู้สูงอายุ อย่างจริงจัง

โดยจากการเก็บข้อมูลในข้างตรงเมื่อสรุปแล้วมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของภิกษาณี เมลาพันธ์ (2555) ซึ่งมีข้อมูลว่าผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะเรียนดนตรีกับครูที่มีความเชี่ยวชาญในการสอนผู้สูงอายุโดยตรง รวมไปถึงสภาพแวดล้อมของโรงเรียนควรตั้งอยู่ในที่ๆ พบเจอได้ง่าย เดินทางสะดวก สะอาดและมีอากาศถ่ายเท

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อสร้างกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลในส่วนของการสร้างกลยุทธ์นั้นเกิดจากการนำปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 3 ท่าน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับผลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย เพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งกลยุทธ์ของงานวิจัยเล่มนี้คือ กลยุทธ์ B W R เป็นกลยุทธ์ที่ทำงานสอดคล้องกัน ประกอบไปด้วย B (Best Service) หมายถึง กระบวนการบริการครบวงจรอย่างเต็มประสิทธิภาพ คือ กลยุทธ์ที่เน้นในด้านกระบวนการและการปฏิบัติงาน โดยกระบวนการจะต้องมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน มอบความสะดวกสบายให้กับผู้เข้ารับบริการอย่างสูงสุด ตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนจบกระบวนการ คือ ตั้งแต่การเดินทางของผู้รับบริการโรงเรียนจะต้องอำนวยความสะดวกโดยมีรถรับส่งผู้เรียนตามจุดที่สำคัญ เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ลำดับต่อมาคือสถานที่บริเวณโรงเรียนและภายในโรงเรียนต้องออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกและคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และดำเนินงานโดยบุคลากรที่ผ่านการอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจผู้สูงอายุอย่างแท้จริง มีความเข้าใจระบบการดำเนินงาน รวมไปถึงมีระบบการดำเนินงานที่ไม่ซับซ้อน รวดเร็วและมอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการผ่านทางระบบออนไลน์หลายช่องทาง เพื่อสร้างความประทับใจและมอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้เข้ารับบริการ และในลำดับขั้นตอนต่อมาคือการเรียน คือกลยุทธ์ W (Wonder Learning) หมายถึง การเรียนรู้อย่างมีความสุข โดยการเรียนของผู้สูงอายุนั้นไม่ได้เรียนเพื่อความเก่งแต่เรียนเพื่อความผ่อนคลาย ดังนั้นการเรียนของผู้สูงอายุจึงเป็นการเรียนที่ยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้สูงอายุ โดยคำนึงถึงข้อจำกัดทางด้านกายภาพของผู้สูงอายุแต่ละคน

R (Real Loyalty) หมายถึง การสร้างความภักดีจากภายในโดยเริ่มจากการสร้างทัศนคติที่ดี โดยให้ความสำคัญในเรื่องของสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการโดยการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ที่สำคัญกับผู้สูงอายุ การสะสมแต้มเลื่อนระดับสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ และการประชาสัมพันธ์โดยโรงเรียนเคลื่อนที่เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. นำเอาผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มาเป็นแนวทางเพื่อประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจด้านการเรียนการสอนโดยเฉพาะเจาะจงเป็นรายวิชา เช่น วิชาขับร้อง เปียโน เป็นต้น
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในแง่มุมอื่นๆ เพื่อทราบถึงโอกาสทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ
3. ควรศึกษาข้อมูลในเขตพื้นที่อื่นนอกเหนือจากเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้สูงอายุในแต่ละพื้นที่ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ
4. นำเอาผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มาเป็นแนวทางเพื่อประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพด้านอื่นๆ ให้กับผู้สูงอายุ



รายการอ้างอิง

Kotler, P. a. G. A. (2012). "Principles of Marketing. 14th ed. Pearson:Essex."

Nargundkar, R. (2009). "Services Marketing: Text and Cases. 2nd ed. New Delhi: Tata-McGrawHill."

Sandhusen, R. L. (2008). "Marketing. 4th ed. New York: Barron's."

Sattra Rattanopas (2561). "ดนตรีกระตุ้นความทรงจำ เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก <https://healthathome.in.th/blog/?s=+ดนตรี>."

Schiffman, K. (1987). "Consumer Behaviour. Englewood Cliffs. NJ: Prentice."

Zeithaml, A. V., Mary J. Bitner and Dwayne, D. Gremler, (1996). "Services Marketing 4th ed. McGraw-Hill: Singapore."

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2561). "การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก

http://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge_th_20162508144025_1 "

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2561). "ข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับประชากรสูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก <http://www.dop.go.th/th/know/1/5>."

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2561). "สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ในปี 2560 เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1533055363-125_1.pdf "

กระทรวงสาธารณสุข (2561). "การเปลี่ยนแปลงและเตรียมตัวเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก

<http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/health/prepared/topic002.php>."

กระทรวงสาธารณสุข (2561). "นโยบายการส่งเสริมสุขภาพ เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก <http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/about/soongwai/> "

กระทรวงสาธารณสุข (2561). "ผู้สูงอายุในประเทศไทย : แนวโน้ม คุณลักษณะ และปัญหา เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก <http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/about/soongwai/> "

จิรภรณ์ อังวิทยาธร (2560). "ดนตรีบำบัด เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก

<https://www.pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/395/ดนตรีบำบัด/>."

- จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์ (2554). การตลาดท่องเที่ยวและการบริการ. กรุงเทพมหานคร, บ้านเสีรัตน์.
 ฉัตยาพร เสมอใจ (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร, ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชมพูนุท พรหมภักดี (2556). "การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561
 เข้าถึงได้จาก http://library.senate.go.th/document/Ext6078/6078440_0002.PDF."
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2556). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร, ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ทวีศักดิ์ สิริวัฒน์เรขา (2560). "ดนตรีบำบัด เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก
<http://www.happyhomeclinic.com/a06-musictherapy.htm>."
- แบรนดอินไซด์ (2561). "เจาะลึก "อาวุโส มาร์เก็ตติ้ง" จับตลาดคนสูงวัยอย่างไรให้อยู่หมัด เข้าถึงเมื่อ
 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก <https://brandinside.asia/insight-aging-society/>."
- ประสิทธิ์ศุภการ พึ่งบุญ ณ อยุธยา (2557). กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการ
 ตัดสินใจรับบริการในโรงเรียนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. สาขาสังคมศึกษา
 และพัฒนา, มหาวิทยาลัยศิลปากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.
- ปัทมา ว่าพัฒนางศ์ และ ปราโมทย์ ประสาทกุล (2548). "ประชากรไทยในอนาคต เข้าถึงเมื่อ 29
 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก
<http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSR/AnnualConference/ConferenceII/Article/Article02.htm>."
- พวงทอง ไกรพิบูลย์ (2560). "ผู้สูงอายุ (Older person) เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก
<http://haamor.com/th/ผู้สูงอายุ/>."
- พิบูล ทีปะปาล (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร, อมรรการพิมพ์.
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา (2544). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ (2561). "สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เข้าถึงเมื่อ 29
 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก <https://fopdev.or.th/สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์/>."
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิภาสินี เมลาณนท์ (2555). ศึกษาแนวทางการตลาด และการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้
 ผู้สูงอายุ. สาขาสังคมศึกษาและพัฒนา, มหาวิทยาลัยศิลปากร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหาบัณฑิต.
- ศรียรรณ เสีรัตน์ (2547). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร, พัฒนาการศึกษา.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร, ท้อป.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2547). Service Marketing กรุงเทพมหานคร, แบรินด์เอจ.

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2561). "สังคมผู้สูงอายุกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย
เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561 เข้าถึงได้จาก

http://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2561/jul2561-1.pdf."

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร, สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขต
เทคนิคกรุงเทพมหานคร.

สุภาวดี พุฒิน้อย (2556). "ผู้สูงอายุและกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน 2561
เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/55112>."

อยุธยา, ธ. น. ณ. (2549). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.





ภาคผนวก



แบบสอบถามประกอบศึกษาวิทยานิพนธ์

เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อประกอบการศึกษาในหลักสูตรดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคีตวิจัยและพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยแบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในปัจจุบันรวมถึงการพัฒนาและส่งเสริมโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในแบบสอบถามชุดนี้มีจำนวน 40 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในครั้งนี้ใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลนี้จะถูกปกปิด เป็นความลับ

ทำยนี้ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณที่ท่านได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในครั้งนี้

(นางสาวภรณ์รัตน์ รัตนจันทร์)

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ใน หรือเติมคำในช่องว่างให้สมบูรณ์ถูกต้อง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง

3. อายุ

20 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51 - 60 ปี

61 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

อนุปริญญา/ปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

นักศึกษา

รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

เกษียณอายุ

อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,001 - 30,000 บาท

30,001 - 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ
ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ใน หรือเติมคำในช่องว่างให้สมบูรณ์ถูกต้อง

- ช่วงวัยของผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุมีอายุอยู่ในช่วงใด

60 - 65 ปี 66 - 70 ปี ตั้งแต่ 71 ปีขึ้นไป
- เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

มีการกำหนดค่าให้บริการที่เหมาะสม

โรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะมีจำนวนจำกัด

เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน

กระบวนการเข้ารับบริการมีความสะดวกไม่ซับซ้อน เช่น การชำระค่าเล่าเรียน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียนดูน่าเชื่อถือ

คุณภาพของครูผู้สอน

สะดวกในการเดินทาง

สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน

มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ
- สิ่งที่ท่านคาดหวังในการเข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

เสริมสร้างศักยภาพการทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุ (เช่น ด้านความจำ ด้านกล้ามเนื้อ)

เป็นกิจกรรมยามว่างเพื่อสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้สูงอายุ

ตอบสนองในด้านความต้องการเล่นดนตรีของผู้สูงอายุ

ถือเป็นช่องทางที่ผู้สูงอายุสามารถพบปะผู้คนในวัยเดียวกันเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์
- ท่านต้องการเข้ารับบริการการเรียนเครื่องดนตรีใดจากโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เปียโน ขลุ่ย กีตาร์

ไวโอลิน ดนตรีไทย อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการโรงเรียนดนตรี
 เพื่อผู้สูงอายุในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
คำชี้แจง กรุณาเลือกระดับความต้องการ

ความต้องการมากที่สุด	5	คะแนน
ความต้องการมาก	4	คะแนน
ความต้องการปานกลาง	3	คะแนน
ความต้องการน้อย	2	คะแนน
ความต้องการน้อยที่สุด	1	คะแนน

ปัจจัยด้านความต้องการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เข้ารับบริการโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ					
1. หลักสูตรสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ (ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านสังคม)					
2. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความหลากหลาย และเหมาะสมกับผู้สูงอายุ					
3. มีการจัดกิจกรรมการแสดงเมื่อสิ้นสุดคอร์สเรียน เพื่อเป็นการสร้างกิจกรรมนันทนาการ และเป็นพื้นที่แสดงออกซึ่งความสามารถของผู้สูงอายุ					
4. สื่อการเรียนการสอนมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุ (เช่น กระดาษ ขนาดของตัวอักษร และสีที่เหมาะสม)					
ปัจจัยด้านราคา					
5. ราคาค่าเล่าเรียนมีความเหมาะสม					
6. สามารถผ่อนชำระค่าเล่าเรียนได้					
7. มีการระบุราคาค่าเล่าเรียนอย่างชัดเจน					
8. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าใหม่ที่ลงทะเบียนและชำระค่าเล่าเรียน					

เติมจำนวนล่วงหน้าภายในระยะเวลาที่กำหนด					
9. มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิมที่ชำระค่าเล่าเรียนล่วงหน้าครบ 4 คอร์ส					
ปัจจัยด้านสถานที่					
10. สถานที่ตั้งของโรงเรียนอยู่ในบริเวณที่มีระบบขนส่งสาธารณะ (เช่น รถประจำทาง รถไฟฟ้า)					
11. สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง					
12. มีที่จอดรถเพียงพอ					
13. มีมุมพักผ่อนสำหรับผู้เข้ารับบริการ (เช่น มีชา กาแฟ น้ำดื่ม นิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ โทรทัศน์ เป็นต้น)					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
14. มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โดยการแสดงดนตรีภายในและนอกโรงเรียน					
15. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงเรียนผ่านระบบโซเชียลมีเดียต่างๆที่หลากหลาย (เช่น Facebook, Youtube)					
16. มีภาพและคลิปตัวอย่างบรรยากาศการเรียนเผยแพร่ทางระบบโซเชียลมีเดีย					
17. มีการให้ผู้สูงอายุได้ทดลองเรียนฟรี 1 ครั้ง					
18. มีของที่ระลึกมอบให้ผู้เรียนตามเทศกาล					
ปัจจัยด้านบุคลากร					
19. ครูผู้สอนมีบุคลิกภาพที่ดี และมีความน่าเชื่อถือ					

20. ครูผู้สอนมีวุฒิขั้นต่ำอยู่ในระดับปริญญาตรี ทางด้านดนตรีโดยตรง					
21. ครูผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สูงอายุ					
22. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความกระตือรือร้นในการบริการ					
23. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความสุภาพ และให้เกียรติ ผู้รับบริการ					
24. เจ้าหน้าที่ภายในโรงเรียนมีความเข้าใจ และสามารถบอกถึง รายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการได้อย่างชัดเจนถูกต้อง และ ครบถ้วน					
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ					
25. มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้ารับบริการ อย่างเป็นความลับ					
26. มีการให้ข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจน					
27. ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย					
28. กระบวนการเข้ารับบริการมีความสะดวกไม่ซับซ้อน					
29. มีการเพิ่มช่องทางโซเชียลมีเดียที่สะดวกในการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลไปยังผู้รับบริการ (เช่น Line, Facebook)					
30. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ					
31. มีระบบร้องเรียนไปยังผู้บริหารโรงเรียนเมื่อเกิดความไม่พึง พอใจ เพื่อความเป็นธรรมต่อผู้รับบริการ และเพื่อการแก้ไขปัญหาที่ อย่างรวดเร็ว					
32. สามารถชำระค่าคอร์สเรียนผ่านระบบบัตรเครดิต					

33. สามารถจองคอร์สเรียนและชำระเงินผ่านระบบออนไลน์					
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมองค์กร					
34. ภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีความน่าเชื่อถือ					
35. ภายในโรงเรียนมีบรรยากาศที่ดี ความสะอาดและปราศจากกลิ่นอันไม่พึงประสงค์ เอื้อต่อการเรียน และเหมาะกับผู้สูงอายุ					
36. มีการบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (WiFi)					
37. จำนวนห้องน้ำเพียงพอและมีการรักษาความสะอาดสม่ำเสมอ					
38. ในห้องน้ำและบริเวณรอบโรงเรียนมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้สูงอายุ (เช่น มีราวจับ ทางลาด และวัสดุปูพื้นที่ป้องกันการลื่น)					
39. มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด					
40. มีเว็บไซต์แจ้งข้อมูลข่าวสาร และรายละเอียดต่างๆของโรงเรียนอย่างชัดเจน					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่สละเวลา -



แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรงเรียนดนตรี (In-depth interview)
เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนารุรกิจโรงเรียนดนตรีสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่
กรุงเทพมหานคร

ชื่อ ตำแหน่ง.....

วัน/เดือน/ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....สถานที่ให้สัมภาษณ์.....

ประเด็นการสัมภาษณ์

1. สภาพปัจจุบันที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการทั้งในด้านบวก
และด้านลบ

1.1 จุดแข็ง

.....

.....

.....

1.2 จุดอ่อน

.....

.....

.....

1.3 โอกาส

.....

.....

.....

1.4 อุปสรรค

.....

.....

.....

2. ปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจโรงเรียนดนตรีที่มีผู้สูงอายุเข้ารับบริการ

2.1 ด้านการบริการ

2.1.1 หลักสูตรเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ

.....
.....
.....

2.1.2 คุณภาพของครูผู้สอน

.....
.....
.....

2.1.3 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน

.....
.....
.....

2.1.5 การจัดกิจกรรมภายใน และภายนอกโรงเรียนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้

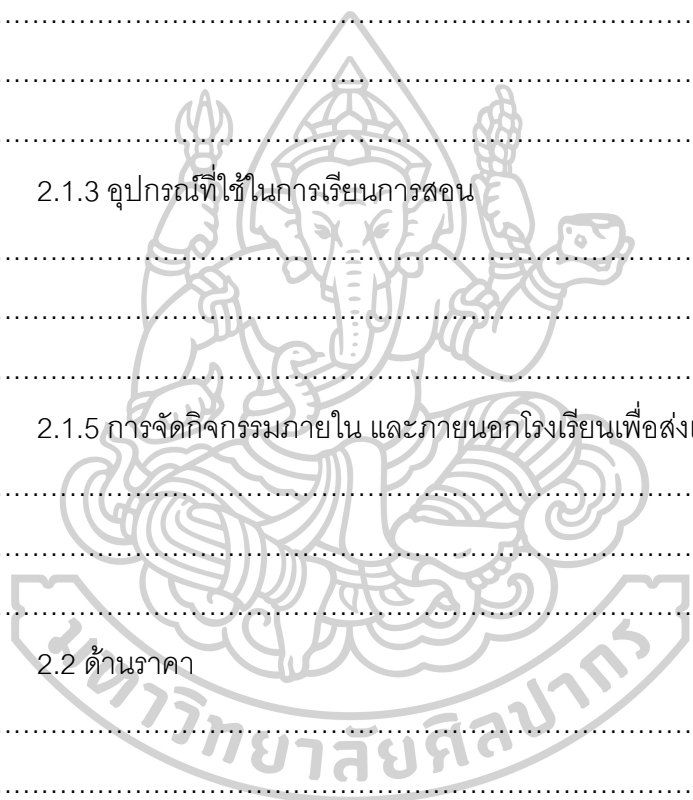
.....
.....
.....

2.2 ด้านราคา

.....
.....
.....

2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย

.....
.....
.....



2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

.....
.....
.....

2.5 ด้านบุคคล

.....
.....
.....

2.6 ด้านกระบวนการ

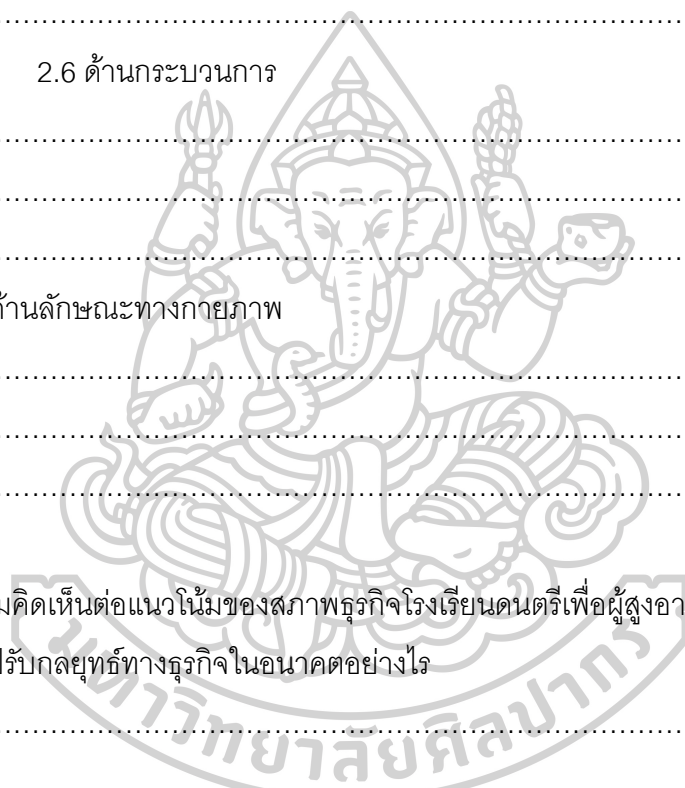
.....
.....
.....

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

.....
.....
.....

3. ท่านมีความคิดเห็นต่อแนวโน้มของสภาพธุรกิจโรงเรียนดนตรีเพื่อผู้สูงอายุในอนาคต รวมทั้งมีแนวทางกรปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในอนาคตอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวภวรัญชน์ รัตนจันทร์
วัน เดือน ปี เกิด	19 กันยายน 2532
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	270 ซอยเจริญนคร10 ถนนเจริญนคร แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600

