แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

นันทน์เทพ คำสอน[1] และ นพดล พันธุ์พานิช[2]

[1]นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

[2] อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

THE MANAGEMENT APPROACH OF PRIVATE MUSIC SCHOOLS FOR BUSINESS SUSTAINABILITY

Nonthathep Kamsorn[1] and Noppadol Punpanich[2]

[1]Doctoral Student of Business Administration Program, Western University, Thailand

[2] Dissertation Advisor of Business Administration Program, Western University, Thailand

E-mail address: noppol.pu@western.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 19 มิถุนายน 2562

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 8 พฤศจิกายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 22 มิถุนายน 2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเลือกแบบเจาะจงแบ่งเป็น 5 กลุ่ม จำนวน 15 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงจำนวน 3 คน ผู้จัดการโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนจำนวน 2 คน นักวิชาการดนตรีจำนวน 2 คน ผู้ปกครองจำนวน 4 คน และนักเรียนจำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง

ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมไปถึงปัจจัยทางการตลาด เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางด้านการดนตรี สำหรับแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่โรงเรียนจะต้องใช้ความสามารถในการบริหารจัดการกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างมีศักยภาพและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเน้นไปที่การตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า ด้านการเรียนการสอน หลักสูตร เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย รวมไปถึงคุณภาพและมาตรฐาน และปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งก็คือปัจจัยทางด้านการบริหารการตลาดที่โรงเรียนสอนดนตรีเอกชนจะต้องให้การทุ่มเทจึงจะทำให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนอย่างแท้จริง

คำสำคัญ : การบริหารจัดการ ธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

Abstract

The purposes of this research were : 1) to study private music schools that have any factors that affect sustainable management in Bangkok. 2) to propose guidelines for managing the private music school business for sustainable success. This research was qualitative research with content analysis from in-depth interview and group discussion, collecting information from key informants by using purposive sampling which were divided in 5 groups of 15 people, it consists of 3 senior executives, 2 private music school managers, 2 music scholars, 4 parents and 4 students. The data collected from semi structure in-depth interview.

The result of the research found that factors affecting sustainable management include economic factors, society and environment both inside and outside the organization including marketing factors, technology and innovation in music. As for the management guidelines for the private music schools business for sustainable success, it was a matter that schools must use their ability to effectively and efficiently manage the factors that contribute to success including continuous development and focusing on meeting customers' expectation of teaching and learning modern technology and innovation courses, including quality and standards and another important factors in the marketing management factor that the private music schools must put into make it truly sustainable.

Keywords: Management, Private music school business, Sustainable success

บทนำ

ดนตรีเป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลสูงต่อระดับพลังงานและความรู้สึกของมนุษย์ ที่สามารถแสดงออกได้ทางพฤติกรรมในหลายรูปแบบ โดยทั่วไปแล้วมีการแสดงออกทางเสียง บทเพลงและการเต้นรำ ดังนั้นดนตรีจึงเข้ามามีส่วนสำคัญในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ทุกชาติทุกภาษา ไม่ว่าชนชาติใดภาษาใด ดนตรีช่วยมอบความบันเทิงและ ช่วยกล่อมเกลาจิตใจของมนุษย์ให้มีความละเอียดอ่อน และมีสมาธิกับสิ่งที่ทำมากขึ้น (Cross, 2001) การสอนดนตรีในประเทศไทยได้มีการจัดทำหลักสูตรดนตรีขึ้นหลายครั้ง เช่น พ.ศ. 2544 โดยกรมวิชาการ นำหลักสูตรดนตรีใน พ.ศ. 2535 มาปรับปรุงใหม่โดยเอามารวมอยู่ในกลุ่มวิชาพื้นฐานและได้จัดออกเป็น 6 กลุ่มด้วยกันคือ 1) ดนตรีในชีวิตประจำวัน 2) เสียง 3) การขับร้อง 4) การปฏิบัติเครื่องดนตรี 5) ทฤษฎีโน้ตและองค์ประกอบดนตรี 6) ประวัติ ดนตรี ทั้งนี้จากการปรับปรุงหลักสูตรดนตรีในครั้งหลังสุดนั้น ยังไม่มีการปรับปรุงอีกเลยและได้นำหลักสูตร พ.ศ. 2544 มาดำเนินการสอนในโรงเรียนจนถึงทุกวันนี้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) เนื่องจาก ปีการศึกษา 2551 มีนักศึกษาซึ่งคาดว่าจะสำเร็จการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาไทย ทั้งภาครัฐและเอกชนออกไปประกอบอาชีพดนตรี ประมาณ 7,000 คน ในขณะที่มี

ชาวต่างชาติประกอบอาชีพดนตรีในประเทศไทยประมาณ 30,000 คน และยังมีศิลปินสัญจรมาทำการแสดงเป็น ครั้งคราวในเทศกาลต่าง ๆ อีกจำนวนมากเพราะประเทศไทย เป็นศูนย์กลางศิลปวัฒนธรรมของภูมิภาค มีชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวปีละ 16 ล้านคน ภาครัฐจึงควรหันมา ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมดนตรีบันเทิงพัฒนาสถาบัน ผลิตคนดนตรีออกไปรองรับความต้องการของสังคม รวมทั้งการรวมตัวเป็นกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งผลให้เกิดการรวมตัวของตลาดในด้านต่าง ๆ ด้วยจำนวนผู้บริโภคมากกว่า 600 ล้านคน เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งประเทศไทย มีข้อได้เปรียบประเทศสมาชิกอื่นในหลายด้าน ข้อมูลจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) ทำให้ทราบว่า มูลค่าของอุตสาหกรรมบันเทิงและดนตรีในประเทศไทยมีเม็ดเงินสะพัดราว 35,000 ล้านบาท ต่อปีมีแนวโน้มของอัตราการเติบโต ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี การผลิตและการพัฒนาบุคลากรคุณภาพเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดดังกล่าวของ ประเทศจึงยังเป็นปัญหา ต้องสั่งซื้อและนำเข้าทั้งซอฟต์แวร์ เครื่องดนตรีสื่อและอุปกรณ์ดนตรีทรัพยากรบุคคลด้านดนตรีจากต่างประเทศ ในแต่ละปีมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นถึง ปีละกว่า 300 ล้านบาท

การเรียนการสอนดนตรีในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ (Postmodern) ผู้ปกครองมีความเข้าใจและเห็นความสำคัญของวิชาดนตรีเป็นสำคัญ จึงนิยมส่งบุตรหลานเข้าเรียนดนตรีเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะการเรียนเปียโน (Piano) และเครื่องดนตรีอื่น ๆ เปียโนนั้นเป็นเครื่องดนตรีที่มีราคาแพง ใช้เงินลงทุนในการเรียนการสอนค่อนข้างสูง ทั้งนี้ความสามารถในการจัดการเรียนการสอนได้มีจำนวนน้อย ดังนั้น โรงเรียนดนตรีเอกชนจึงได้เข้ามามีบทบาททางการศึกษาและได้มีการจัดตั้งโรงเรียนดนตรีและจัดการสอน ทั้งในระดับพื้นฐาน ระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูง โดยแนวโน้มมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม โรงเรียนดนตรีเอกชนที่ทำการเปิดสอนอยู่ทั่วประเทศยังมีปัญหาหลายประการ ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน บรรยากาศในห้องเรียน ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน ผู้ปกครองและตัวผู้เรียนเอง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบในทางบวกหรือลบต่อผู้ที่กำลังเรียนดนตรีทั้งสิ้น สหรัฐ จันทร์เฉลิม (2545) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนวิชาดนตรีของนักเรียนทุกระดับชั้น (เกรด) ในกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เรียนมีการตัดสินใจเรียนดนตรีด้วยเหตุผล ต่าง ๆ กัน เช่น พ่อแม่บังคับให้เรียน เรียนเพื่อนำไปประกอบอาชีพ ทดลองเรียน ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และเรียนตามเพื่อน ซึ่งค่าเฉลี่ยมีจำนวนเท่า ๆ กัน ทั้งนี้ปัญหาการศึกษาที่กำลังคุกคามสังคมไทยอยู่ขณะนี้ คือ คุณภาพการศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาระดับพื้นฐาน พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการทุกวิชารวมทั้งวิชาดนตรี ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยไม่ถึงร้อยละ 50 (สมบัติ ธำรงธัญวงค์, 2555) ซึ่งเด็กเหล่านี้กำลังอยู่ในวัยเรียนและพัฒนาตนเอง มีอยู่ถึง 6 ล้านคน และมีโอกาสได้เรียนดนตรีเพียง 150,000 คนเท่านั้นและคุณภาพที่ได้ยังด้อยกว่าประเทศในอาเซียนหลายประเทศอีกด้วย ส่วนบรรยากาศการเรียนการสอนในโรงเรียนก็มีปัญหาเดียวกัน เช่น ครูไม่เพียงพอในการจัดสอนในอัตราครู 1 คน ต่อนักเรียน 1 คน ซึ่งโรงเรียนของรัฐไม่สามารถจัดการเรียนการสอนให้นักเรียนเรียนดนตรีทุกคนได้ โดยโรงเรียนของรัฐ มีอัตราส่วนเฉลี่ยนักเรียน 20-40 คนต่อครู 1 คน ถ้านักเรียนเหล่านั้นพลาดการ

เลือกโปรแกรม หรือมีจำนวนนักเรียนเกินเกณฑ์ก็ไม่สามารถเรียนดนตรีได้ ที่นักเรียนเหล่านั้นยังมีความสนใจที่จะเรียนดนตรีอยู่

ปัญหาด้านการบริหารการจัดการในโรงเรียนดนตรีเอกชน มีสาเหตุเนื่องจากผู้บริหารขาดภาวะผู้นำ ขาดความรู้ในการบริหาร ขาดทักษะในการจัดการ ขาดทักษะในเชิงธุรกิจ ไม่มีการพัฒนาความรู้ให้แก่บุคลากรภายในโรงเรียน เรื่องหลักสูตรและการสอน นักเรียนมักเลือกเรียนเครื่องดนตรีที่ตนเองชอบ มากกว่าการเรียนทฤษฎีดนตรี ทำให้ขาดความรู้ขั้นพื้นฐานทางดนตรี คุณภาพของผู้เรียนต่ำ ผู้เรียนขาดเทคนิคการเล่น ขาดการจินตนาการ และไม่มีโอกาสได้ประเมินตนเอง และภาวะผู้นำของครูผู้สอนก็มีปัญหาบางประการ เช่น ครูผู้สอนไม่เป็นตัวอย่างที่ดีแก่ผู้เรียน มีปัญหากับผู้บริหาร มีปัญหากับเพื่อนร่วมงาน มีอัตราการเข้า-ออกสูงทำให้ไม่สามารถ เชื่อมต่อสาระที่ต่อเนื่องได้ และสุดท้ายครูผู้สอนมีความร่วมมือกับผู้ปกครองน้อยทำให้ขาดการสื่อสาร โดยปกติแล้ว ครูกับผู้ปกครองมีการร่วมมือกันค่อนข้างสูงยกเว้นบางกรณีครูมีปัญหากับผู้เรียนซึ่งย่อมจะส่งผลต่อผู้ปกครองด้วย ปัญหาทั้งหมดนั้น ปัญญา รุ่งเรือง (2556) มีความเห็นว่า การเรียนการสอนดนตรีในประเทศไทยในเกือบทุกระดับทั้งในการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในโรงเรียนดนตรีของรัฐและในโรงเรียนดนตรีของเอกชนมีความล้มเหลวโดยสิ้นเชิง

ดังนั้น โรงเรียนสอนดนตรีเอกชนที่มีชื่อเสียงล้วนมีเครื่องหมายการันตีรับรองหลักสูตรการเรียนการสอนที่บ่งบอกถึงความมีประสิทธิภาพ และมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ผู้วิจัยสนใจแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ได้มาตรฐาน และคุณภาพ สมรรถนะของผู้บริหารและผู้ให้บริการ เพื่อให้เกิดศักยภาพและประสบความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

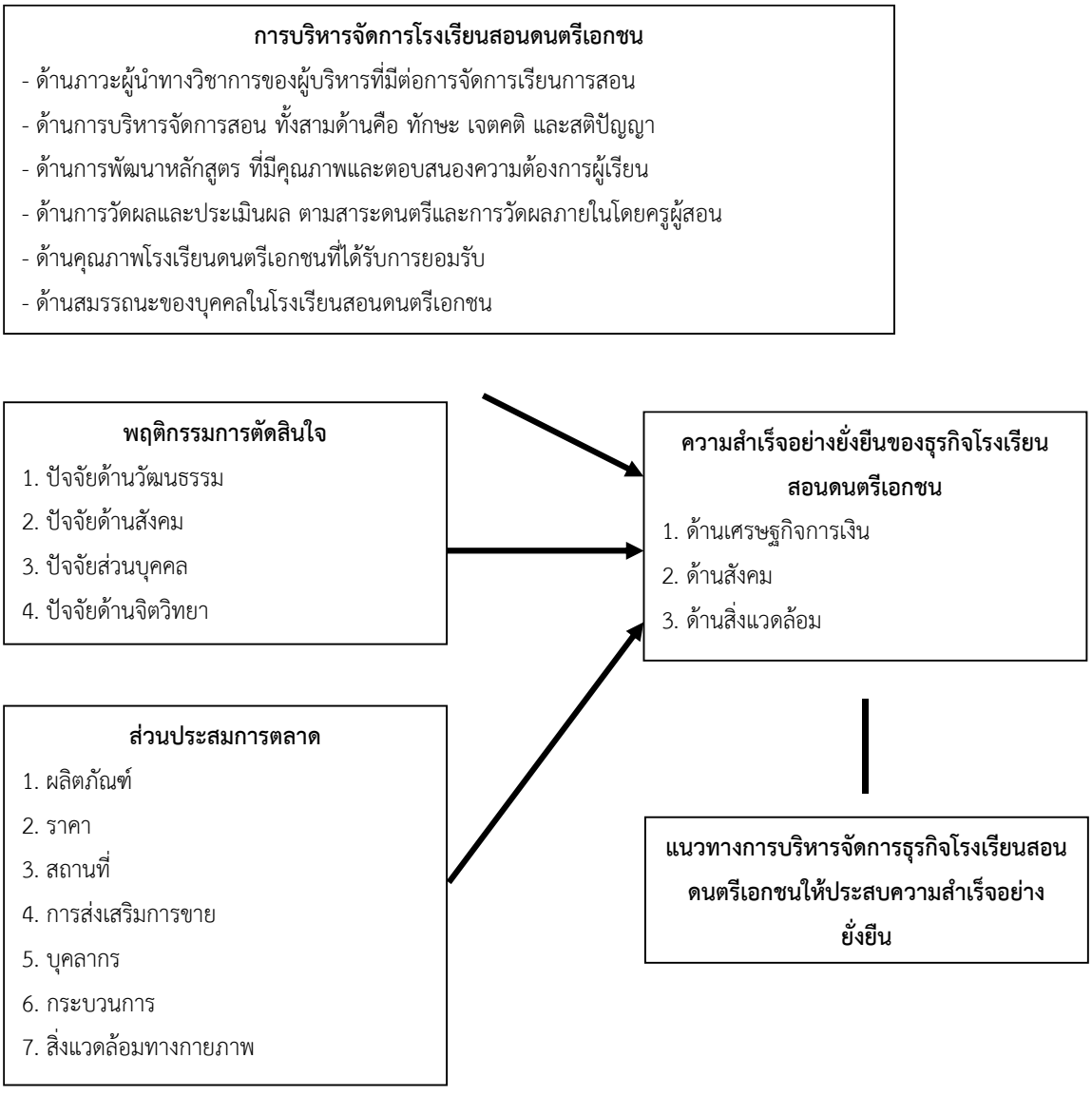
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงได้นำหลักแนวคิดและทฤษฎีของ Taylor Frederick W. (2002), Solomon M.R. (1996), Lubin, David A, and Esty, Daniel C. (2010) และ Kotler, Philip (1997) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎี

1. การจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน

การจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางทางธุรกิจที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวให้แก่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นด้วยการบริหารโอกาส จัดการความเสี่ยงในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จัดได้ว่าเป็นแนวโน้มหลักที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันต่อเนื่องไปในอนาคต องค์กรธุรกิจจะต้องปรับตัว ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และระบบการทำงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อคงความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Lubin and Esty, 2010)

ปัจจุบันทุนนิยมถูกกดดันจากสังคมมากขึ้น เนื่องจากสังคมเชื่อว่าการที่บริษัทส่วนใหญ่เจริญเติบโตก้าวหน้ามาจากค่าใช้จ่ายที่เป็นภาระของสังคมและชุมชน ถึงแม้ว่าหลายแห่งจะดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมแต่ก็ยังไม่เพียงพอ เพราะบริษัทส่วนใหญ่ติดอยู่กับกรอบวิธีการบริหารธุรกิจที่ล้าสมัยและมักจะเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลตอบแทนทางการเงินในระยะสั้นเพียงอย่างเดียวโดยละเลยความต้องการที่สำคัญของลูกค้าและไม่ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียซึ่งสามารถมีอิทธิพลกับกิจการ (Porter & Kramer, 2011)

การจัดการอย่างยั่งยืนจึงเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ของการจัดการธุรกิจที่นอกเหนือจากการเติบโตและสร้างผลกำไรตามแนวคิดดั้งเดิมแล้ว ธุรกิจยังต้องพยายามตอบสนองต่อเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ การยอมรับนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวให้เข้ากับประเด็นสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนไป และรูปแบบการแข่งขันทางธุรกิจจะต้องเปลี่ยนจากการมีต้นทุนต่ำไปสู่การสร้างผลผลิตโดยใช้ความรู้ความสามารถของพนักงาน ความเป็นหุ้นส่วนใกล้ชิดกับคู่ค้า ลูกค้า และองค์กรท้องถิ่น โดยบริษัทต้องมีความเข้าใจและปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่ซับซ้อนได้อย่างเป็นอย่างดีเพื่อลดระยะเวลาการขออนุมัติดำเนินโครงการหรือสามารถออกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ทันต่อการแข่งขันทั้งในตลาดหลักและตลาดต่างประเทศ (Porter & Kramer, 2011)

ลำดับขั้นของการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนเริ่มตั้งแต่การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมาย การมีศีลธรรมและจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากการดำเนินงาน การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท และการผสมผสานระหว่างความเสี่ยงกับแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P’s

ทฤษฎีส่วนประกอบทางการตลาดบริการ ของ (Payne Adrian, 1993 : 92) ประกอบด้วยปัจจัยที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดตำแหน่งของการบริการและกำหนดส่วนการตลาดของธุรกิจบริการ ส่วนประกอบแต่ละส่วนของส่วนประสมการตลาดจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน และต้องสอดคล้องกันเพื่อให้การดำเนินงานด้านการตลาดประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

คอตเลอร์ (Kotler, 2000 : 14) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Kotler, 1997 : 92) ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไป ประกอบด้วย 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แล้ว ส่วนประสมทางการตลาดบริการยังมีส่วนประกอบเพิ่มขึ้นมาอีก 3 ส่วนคือ บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดบริการจึงมีองค์ประกอบที่เพิ่มเติมจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป รวมเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ถือว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญต่อการตลาด

สมัยใหม่ ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้ มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนาแบบกลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการดนตรีเป็นผู้บริหารระดับสูงคือผู้อำนวยการโรงเรียนดนตรี 3 คน กลุ่มที่ 2 ผู้จัดการโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน 2 คน กลุ่มที่ 3 นักวิชาการด้านดนตรี 2 คน กลุ่มที่ 4 ผู้ปกครอง 4 คน กลุ่มที่ 5 นักเรียน 4 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีประเด็นสำคัญและแนวคำถามโดยแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง แบ่งออกเป็นประเด็นคือ 1) สถานภาพของผู้ถูกสัมภาษณ์ 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลและตีความเพื่อหาข้อสรุปองค์ประกอบทางธุรกิจสู่ความสำเร็จของธุรกิจโรงเรียนดนตรี

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ (credibility) ของข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ก่อนนำไปดำเนินการสัมภาษณ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 5 กลุ่ม ลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยแนวคำถามนั้นเป็นคำถามปลายเปิด โดยกำหนดและเตรียมกลุ่มผู้ร่วมประชุมกลุ่มลำดับแรกติดต่อเป็นการส่วนตัว อธิบายถึงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการศึกษา ตลอดจนขั้นตอนต่างๆ เพื่อขอความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมกลุ่ม พร้อมทั้งมอบเอกสารข้อมูลเบื้องต้นเพื่อการเตรียมการกับวันประชุมกลุ่มและนัดวันเวลา สถานที่ก่อนวันประชุมกลุ่ม ติดต่อยืนยันการนัดหมายเพื่อให้ผู้ร่วมประชุมกลุ่มได้เตรียมข้อมูลและความคิดสำหรับการประชุมกลุ่ม ได้ดำเนินงานตามกรอบแนวคิด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยทำการสรุปรูปแบบ และนำเสนอ มีโครงสร้างในประเด็น จากผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกัน ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสารการทบทวนวรรณกรรม แล้วเขียนเป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน จากนั้น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มในประเด็นสำคัญต่าง ๆ

โดยผู้วิจัยได้ดำเนินกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม โดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ร่วมด้วยเพื่อแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบ จากกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเริ่มต้นที่แนวคิด ทฤษฎี (Concept & Theory) นำไปสู่การสรุปเป็นข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ (Data & Finding) อันเป็นแนวทางประการสำคัญที่สามารถนำไปสู่การจัดทำ ข้อเสนอแนะในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารระดับสูง นักวิชาการ ผู้จัดการโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ผู้ปกครองและนักเรียน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารระดับสูง นักวิชาการ ผู้จัดการโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ความหมายความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนใกล้เคียงและสอดคล้องกับความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนวทางของสากลและหลักการการวัดผลลัพธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดของ Triple Bottom line (Elkington, 1999) ที่คำนึงถึงผลลัพธ์จากการดำเนินงานใน 3 ประการได้แก่ ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ ผลลัพธ์ทางสังคมและผลลัพธ์ทางสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ระบุความหมายการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน คือการพัฒนาองค์กรเติบโตโดยความสำเร็จอย่างยั่งยืนสำหรับธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนเป็นวัตถุประสงค์หลักในการทำให้ธุรกิจสอนดนตรีเอกชนมีความยั่งยืนจะมองไปในทางพัฒนาคือการพัฒนาเติบโตโดยที่สามารถเข้ากับสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานอย่างสมดุล และผู้ให้สัมภาษณ์ยังได้ระบุอีกว่านอกจากองค์กรจะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนสำหรับธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนเป็นวัตถุประสงค์หลักในการทำให้ธุรกิจสอนดนตรีเอกชนมีความยั่งยืนจะมองไปในทางพัฒนาบุคลากร รวมถึงลูกค้าให้ควบคู่กัน กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มเด็กเล็กมองถึงการพัฒนาสมอง ทักษะต่างๆ เพื่อให้เด็กสามารถเติบโตในการพัฒนาที่ดีจะต้องสร้างสมดุลแล้วองค์กรต้องพยายามที่จะขยายจุดสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อทุกฝ่ายจะได้รับประโยชน์ร่วมกันมากขึ้น ส่วนการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ปกครอง ซึ่งได้มองการบริหารธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนอย่างยั่งยืนในแง่การเป็นเครื่องมือที่นำมาเชื่อมโยงความท้าทายทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเข้ากับโอกาสทางธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนซึ่งในชั้นแรกของการดำเนินธุรกิจ องค์กรต้องรับผิดชอบด้วยการทำธุรกิจอย่างปลอดภัย ปฏิบัติตามกฎหมาย ให้ความสำคัญกับผู้เรียน ค่าใช้จ่ายของผู้ปกครอง การจัดการเรียนการสอน มีหลักสูตรหลากหลายและการบริหารโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนอย่างยั่งยืน ต้องมองคำว่ายั่งยืนหมายถึงการยั่งยืนของสังคมไม่ใช่ความยั่งยืนของธุรกิจการทำธุรกิจต้องมองที่ปลายทางของสังคมยั่งยืนก่อน สังคมที่ยั่งยืน การตลาดก็มีความมั่นคงจะมีลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ส่วนการสัมภาษณ์กลุ่มนักเรียนพบว่า นักเรียนมีมุมมองเกี่ยวกับโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต้องมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ นำสิ่งเหล่านี้มาในการบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้นักเรียนมีการพัฒนาได้ในหลายๆ ด้าน อาทิ ความรู้ใหม่กับอุปกรณ์ใหม่ๆ วิธีการเรียนใหม่ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งปัจจุบันนักเรียนมีการแข่งขันกันสูง ซึ่งผลจาก

วิวัฒนาการที่มีผลทำให้นักเรียนมีวัฒนธรรมด้านการมีคุณธรรมลดลง ดังนั้นจำเป็นต้องเสริมสร้างทางร่างกายและจิตใจไปพร้อมกันและมีความคิดเห็นอีกว่าโรงเรียนจะต้องมีจุดเด่นที่ครูมีความเป็นกันเอง มีความอบอุ่นเหมือนเป็นบ้านหลังหนึ่งไม่ใช่โรงเรียน

ตอนที่ 2 ผลการสนทนากลุ่ม (Result of Focus Group)

การสนทนากลุ่มในเรื่องแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยมีประเด็นที่สามารถสรุปได้ดังนี้

การที่จะบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั้นธุรกิจจะต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ต้องกระทบต่อศักยภาพของธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น สภาพแวดล้อมทางการเมือง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางสังคม และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี ดังนั้นธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนจะต้องวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ต่างๆ อย่างชัดเจนในแต่ละด้าน

การวิเคราะห์ศักยภาพของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการทำงานของโรงเรียน เช่น การวางตำแหน่งของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ซึ่งต้องการเข้าไปอยู่ในธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนที่กำลังมีการแข่งขันมากและมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านดนตรีดังนั้นจึงมีการกำหนดหลักสูตรและกิจกรรมต่างๆ ที่มีในโรงเรียนให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงเกิดเป็นวิชาต่างๆ รวมถึงกิจกรรมเช่นการจัดอบรม การจัดประกอบดนตรีเป็นต้น

การวางแผนในการทำธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ให้มีครบอย่างที่ผู้เรียนต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนการสอนเครื่องดนตรีต่างๆ ห้องซ้อมดนตรีเวทีหรือพื้นที่สำหรับจัดแสดงดนตรีและการฝึกอบรม การจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องดนตรี หนังสือ ตำราเรียนดนตรีต่างๆ รวมถึงการได้พบปะสังสรรค์ นักดนตรี และผู้ที่รักดนตรี

ส่วนประสมทางการตลาดก็คือตัวแปรหนึ่งที่จะทำให้สามารถควบคุมทิศทางของธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน เป็นการรวบรวมความต้องการของผู้บริโภคในตลาดและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องสุดท้ายในประเด็นการสนทนากลุ่ม

อภิปรายผล

ผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 คือ พัฒนาแนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ศึกษาโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในเขตกรุงเทพมหานคร

กรณีความหมายการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ที่ผู้วิจัยสรุปและตีความได้จากการสัมภาษณ์ว่า “เป็นการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยคำนึงถึงสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน ภายใต้หลักการ ด้านภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน ด้านการบริหารจัดการสอน ทั้งสามด้านคือ ทักษะ เจตคติ และ

สติปัญญา ด้านการพัฒนาหลักสูตร ที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการผู้เรียน ด้านการวัดผลและประเมินผล ตามสาระดนตรีและการวัดผลภายในโดยครูผู้สอน ด้านคุณภาพโรงเรียนดนตรีเอกชนที่ได้รับการยอมรับ ด้านสมรรถนะของบุคคลในโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนเพื่อประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน" นอกจากเป็นความหมายที่ชัดเจนแล้วยังเป็นความหมายเพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างธุรกิจกับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่มีแนวโน้มความขัดแย้งเพิ่มสูงขึ้น และจะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต

พิจารณาจากความพร้อมของปัจจัยต่าง ๆ ทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และเทคโนโลยีแม้แต่คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริหารที่มุ่งคุณภาพ แสดงให้เห็นว่าโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในกรุงเทพมหานครมีความพร้อมเพรียงทั้งด้านอาคารสถานที่ สื่อและวัสดุอุปกรณ์เทคโนโลยี และข้อมูลสารสนเทศ รวมทั้งผู้บริหารก็มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับการบริหารจัดการอีกด้วย ปัจจุบันนี้ผู้บริหารโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในกรุงเทพมหานคร มีการตื่นตัวกันมากในด้านการพัฒนาตนเองให้เกิดความก้าวหน้า ให้ทันยุคทันเหตุการณ์ สังเกตจากการเข้ารับการอบรมความรู้ด้านต่าง ๆ ทั้งด้าน การบริหารการจัดการศึกษาเพื่อนำมาพัฒนาโรงเรียน โดยเฉพาะด้านการบริหารยุคใหม่ที่สอดคล้องกับการปฏิรูปการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพการศึกษาเป็นสำคัญประกอบกับโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในกรุงเทพมหานคร ได้รับการปลูกฝังในด้านคุณภาพมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านระบบควบคุมคุณภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม (Westgard, 2000) อีกทั้งแต่ละโรงเรียนพยายามพัฒนาโรงเรียนของตนให้เป็นที่ยอมรับศรัทธาแก่ประชาชนโดยทั่วไป และตัวบ่งชี้ซึ่งเป็นที่ยอมรับได้แก่ คุณภาพของนักเรียน ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนจึงใช้แนวทางในการบริหารที่เน้นคุณภาพเพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพเป็นไปตามความต้องการของผู้ปกครอง

ความหมายของการบริหารจัดการธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับทฤษฎีการพัฒนาที่ยั่งยืนของ Brundtland (1987), Triple Bottom Line (Elkington, 1999) และทฤษฎีว่าด้วยผู้มีส่วนได้เสีย (Freeman, 1984) รวมไปถึงใกล้เคียงกับความหมายตามมาตรฐานอุตสาหกรรมว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม และการเป็นพลเมืองที่ดีของโลก (Un Global Compact, 2012) ทำให้ง่ายต่อการสื่อสารและสร้างความเข้าใจถึงแนวทางการจัดการอย่างยั่งยืนขององค์กร รวมทั้งเป็นที่ยอมรับแก่หน่วยงานประเมินภายนอกองค์กรที่เป็นสากล เช่น DJSI, GRI หรือ UN Global Compact หรือหน่วยงานประเมินภายในประเทศที่นำแนวทางการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนมาใช้ การรวมหลายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนเข้าด้วยกันทำให้อนาคตข้างหน้าสามารถใช้แนวทางการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนเป็นกรอบขนาดใหญ่ของการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดความสับสน และลดจำนวนกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกัน การที่ผู้บริหารโรงเรียนสอนดนตรีให้ความหมายการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับทฤษฎีทั้งระดับสากลและประเทศ สะท้อนถึงการที่องค์กรและผู้บริหารมีภาวะผู้นำ มีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักต่อปัญหาความขัดแย้งที่ธุรกิจกำลังเผชิญอยู่เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้บริหารมีการให้ข้อมูลที่ใกล้เคียงและสอดคล้องกันนั้น ถึงแม้จะมีบทบาทและหน้าที่การทำงานที่ต่างกัน อาจจะสะท้อนให้เห็นกลไกการบริหารองค์กรของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน มีประสิทธิภาพ มีการวางแผนและการนำองค์กรที่ดีซึ่งเป็นเรื่องที่ควรจะรักษาไว้ ในขณะที่การให้ความหมายการจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืนในลักษณะการเติบโตที่ต้องไม่สร้างความขัดแย้งระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นถึงการต้องได้รับฉันทามติ และการแบ่งปันทรัพยากรที่มีอยู่อย่างสมดุล ซึ่งอาจใช้หลักการแบ่งส่วนตามความจำเป็น หรือการเพิ่มขนาดของทรัพยากรให้มีขนาดเพิ่มขึ้นก่อนแล้วจึงค่อยแบ่งปัน ซึ่งเป็นหลักการทั่วไปของการบริหารความขัดแย้ง (วันชัย วัฒนศัพท์และคณะ, 2555)

ภาวะผู้นำยังมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เน้นเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า การจัดการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเนื่องจากประเด็นดังกล่าวเกี่ยวข้องกับอนาคตและขีดความสามารถหลักองค์กรซึ่งต้องใช้วิสัยทัศน์และความสามารถของผู้นำในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นลงไป ภาวะผู้นำจึงจำเป็นมากสำหรับองค์กรที่ต้องมีการสร้างและพัฒนาขึ้นมา ภาวะผู้นำยังคงมีบทบาทโดยส่งอิทธิพลทางอ้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรผ่านการจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันเชื่อกันว่าสิ่งแวดล้อมกับสังคมเป็นเรื่องที่แยกกันไม่ออก หากองค์กรมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของมนุษย์และสังคม (UN Global Compact, 2012)

เมื่อพิจารณาแนวทางการตลาด ของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน โดยปกตินักการตลาดยึดถือองค์ประกอบเบื้องต้น 4 ประการ คือ P-product (ผลิตภัณฑ์) P-price (ราคา) P-place (การจัดจำหน่าย) และP-promotion (การส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสาร) กล่าวคือทั้ง 4 ประการ หมายถึง 4Ps ของส่วนผสมการตลาด แต่อย่างไรก็ตามจากลักษณะเด่นพิเศษของการให้ความรู้ด้านดนตรี ทำให้จำเป็นต้องมีองค์ประกอบทางด้านกลยุทธ์อื่น ๆ เข้าไว้ด้วยในกลยุทธ์การบริการของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ในการบริหารแบบผสมผสานหรือบูรณาการ โดยเพิ่ม P-people (บุคลากร) เข้ามาในการวิเคราะห์หาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อวางแนวทางการตลาดได้อย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ถือว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญต่อการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้ มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย และผลงานวิจัยของพรยศ เสือน้อย (2553: 91) ศึกษาเรื่องผลกระทบของส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 (7 P’s) ต่อการตัดสินใจเรียนในสถาบันสอนดนตรีของผู้ใหญ่ จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยทั้งสิ้น 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนในสถาบันดนตรีของผู้ใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ โรงเรียนและหลักสูตร (Product) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process-Service) ค่าเล่าเรียน (Price) และกระบวนการเลือกรับบริการ (Process-Choose) และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ผลว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลดีต่อการพัฒนาการบริหารสถาบันสอนดนตรีของผู้ใหญ่เป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ผลการวิจัยนับว่าสอดคล้องกับแนวคิดของวิลสัน (Wilson. 2003 : Online) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีนั้น ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการบริหารงานและสนับสนุนคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริหารที่มุ่งคุณภาพ โดยเฉพาะคุณภาพนักเรียน ดังนั้นจึงต้องเตรียมความพร้อมของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นอาคารสถานที่ สื่อ อุปกรณ์ บรรยากาศในโรงเรียน รวมทั้งเทคโนโลยี (Collis; & Samways, 1996) ซึ่งสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในโรงเรียนมีส่วนสนับสนุนการบริหารโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนให้ประสบผลสำเร็จ เพราะนักเรียนสามารถศึกษาหาความรู้ได้ตลอดเวลา รวมทั้งช่วยให้การบริหารงานสะดวกรวดเร็วและบริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ในทำนองเดียวกันปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยียังช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถและคุณลักษณะและ พฤติกรรมของผู้บริหารอีกด้วย (Egger; Lipson; & Adams, 2000) นอกจากนี้ บรรยากาศที่สวยงาม และมีความพร้อมเพรียงจะช่วยพัฒนาจิตใจนักเรียนและบุคลากรให้มีความสุข (Tumuaki, 2002)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

1. ผู้บริหารโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ควรมีการศึกษาด้านเศรษฐกิจการเงิน สังคมและสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนสอนดนตรีในการนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงเรียน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความมั่นใจในการปรับปรุงและพัฒนาให้โรงเรียนสอนดนตรีเอกชนมีมาตรฐานและคุณภาพ สู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

2. ในด้านระบบการบริหารโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน สมควรมีการจัดการอบรมเกี่ยวกับหลักการและ ทฤษฎีการจัดการคุณภาพโดยรวมแก่ผู้บริหารโรงเรียนในระดับต่าง ๆ อีกทั้งส่งเสริมให้มีการปฏิรูประบบการบริหารและการจัดการให้ทันสมัยและสอดคล้องกับการปฏิรูปการศึกษาและนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนแต่ละโรงเรียน

3. โรงเรียนสอนดนตรีเอกชนหรือผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารงานของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนควรนำการบริหารโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปพิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกแนวทางที่จะทำให้โรงเรียนสอนดนตรีเอกชนได้นำไปใช้ในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาโรงเรียนต่อไปในระดับสากล

4. ครูผู้รับผิดชอบในการสอนดนตรีควรนำแนวทางการพัฒนาการบริหารโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาแก้ไข เพิ่มเติมในส่วนที่ยังขาดตกบกพร่องเพื่อให้โรงเรียนสอนดนตรีเอกชนมีคุณภาพในทุกด้านนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

5. ด้านหลักสูตรการสอนและเนื้อหาการเรียน ควรจะมีการพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาการ เพื่อให้เป็นตัวเลือกและสนองความต้องการในยุคปัจจุบัน ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เสริมสร้างคุณภาพของหลักสูตร เสริมการแสดงออก หลักสูตรเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีทางการสื่อสาร สำหรับผู้ใหญ่ เพื่อการแสดงและการออกงานสังคม หลักสูตรเพื่อการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้เรียนทุกช่วงวัย เป็นต้น ทั้งนี้หลักสูตรควรมีความทันสมัย

6. ด้านราคา ควรจะกำหนดราคาให้เหมาะสมกับโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน ความคุ้มค่า และผลลัพธ์ที่นักเรียนจะได้รับจากการฝึกฝนและเรียนรู้

7. ด้านสถานที่ตั้ง ควรใกล้แหล่งที่เดินทางสะดวก แหล่งการเรียนรู้ และมีที่จอดรถสะดวกต่อผู้ปกครองและนักเรียน

8. ส่งเสริมการตลาด ควรจะมีการส่งเสริมให้ผู้ปกครองกับนักเรียนได้เรียนรู้กิจกรรมการฝึกซ้อมเพิ่มเติมด้วยกัน

9. ด้านบุคลากรครู การสอนเด็กปฐมวัย ควรจะมีกิจกรรมในการดึงดูดความสนใจจากเด็กและใช้จิตวิทยาการสอนและการถ่ายทอดความรู้ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้กับนักเรียน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรนำเอาผลการวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรวิจัยศึกษาในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจทำธุรกิจโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน

3. ควรจะทำการวิจัยปัญหาและความต้องการของผู้ปกครองและนักเรียนเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน หลักสูตรในโรงเรียนสอนดนตรี ทั้งของรัฐบาล สังกัดกระทรวงศึกษาธิการเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมของโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนมากยิ่งขึ้น

4. ควรศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนสอนดนตรีเอกชนในภาพรวมหรือแต่ละองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการโรงเรียนสอนดนตรีเอกชน

5. ควรศึกษาวิจัยในแต่ละองค์ประกอบทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

6. ควรเปรียบเทียบการบริหารจัดการโรงเรียนสอนดนตรีทั้งภาครัฐที่มีขนาดใหญ่ และขนาดเล็กว่ามีการบริหารแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (รสพ.).

ปัญญา รุ่งเรือง. (2556). *ประวัติการดนตรีไทย.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

พรยศ เสือน้อย. (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนดนตรีในสถาบันสอนดนตรีของผู้ใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม). วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันชัย วัฒนศัพท์, บรรพต ตันธีรวงศ์, และศุภณัฐ เพิ่มพูนวิวัฒน์. (2555). *การจัดการความขัดแย้งและการขอโทษ*. นนทบุรี: ศูนย์สันติวิธีและธรรมาภิบาล สถาบันพระปกเกล้า.

สมบัติ ธำรงธัญวงค์. (2555). *นโยบายสาธารณะ: แนวความคิดการวิเคราะห์และกระบวนการ.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เสมาธรรม.

สหรัฐ จันทร์เฉลิม. (2545). *การเดี่ยวจะเข้าเพลงพญาโศก 3 ชั้น บทเรียนทางเพลงไทม* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาดนตรี). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

Brundtland, Harlem. (1987). *Our Common Future*. New York: Oxford University.

Collis, Betty., & Samways, Brian. (1996). *Education and Information Technologies*. Retrieved June 1, 2003, from www.edu.ge.ch/cptic/prospective/projects/ifip/publications/Educ_informv1_1.html/

Cross, Matthew. (2001). *Welcome to Leadership Alliance*. Retrieved from http://www.leadershipalliance.com/deming.htm.

Egger, Dominique., Lipson Debra., & Adams, Orvill. (2000). *Achieving The Right: The Role of Policy Making Processes in Managing Human Resources for Health Problem*. Retrieved from http://www.hrhtoolkit.forumone.com/mstrworkforce_policy/mstr_workforce_policy.doc.

Elkington, J. (1999). Triple bottom-line reporting: Looking for balance. *Australian CPA, 69*(2), 18–21.

Freeman, R. Edward. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Kotler, Phillip. (1997). *Principle of marketing*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Kotler, Phillip. (2000). Marketing Management (5th ed). New Jersey: Prentice-Hall.

Lubin, David A., & Esty, Daniel C. (2010). *The sustainability imperative*. Harvard Business Review: Harvard Business School.

Payne Adrian. (1993). *The Essence of Service Marketing*. Hertfordshire: Prentice Hall International (UK). Ltd.

Porter, Michael E., & Kramer, Mark R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review, 89*, 1-2.

Solomon, M.R. (1996). *Consumer Behavior*. Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.

Taylor, Frederick W. (2002). *The principle of Scientific Management*. New York: Harper.

Tumuaki. (2002). *School Principle*. Retrieved from http://ww.carrers.co.nz/job/13a_edu/j25413.html.

UN Global Compact. (2012). *United Nations Global Compact annual review 2012.* New York: UN Global Compact Office.

Westgard, Jame O. (2000). *Six Sigma Quality Management and Desirable Laboratory Precision.*: Retrieved from http://www.westgrad.com/essay35.htm.

Wilson, L.M. (2003). Chronic Renal Failure. In S.A. Price & L.M. Wilson (Eds), *Pathophysiology Clinical Concepts of Disease Processes* (5th ed) (pp.676-703). St.Luis: Mosby.