

ศึกษาการบริหารธุรกิจห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลซิตีอเวนิว เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร

A study of rehearsal rooms administration located on royal city avenue,

Khet Makkasan, Bangkok metropolis

คงพันธ์ ประภาศิริสุลี¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ) ศึกษาการบริหารห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลซิตีอเวนิว เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลซิตีอเวนิว เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร) และวิธีการที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลซิตีอเวนิว จำนวนทั้งสิ้น 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง (Structured interview) ผลการศึกษา พบว่า

1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการบริหารเป็นไปตามหลักการ POLC เพื่อประกอบธุรกิจห้องซ้อมดนตรีให้เกิดความสำเร็จแต่ประกอบธุรกิจเป็นอาชีพเสริม มีการวางแผนในการดำเนินธุรกิจระยะสั้น ด้านการจัดองค์กร มีการจัดโครงสร้างขององค์กรที่ชัดเจน โดยแบ่งหน้าที่ตามความรับผิดชอบและมีลักษณะการบริหารแบบครอบครัว ผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 24 – 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เลือกใช้บริการห้องซ้อมดนตรีเพราะใกล้สถานที่ทำงาน
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ตั้ง

คำสำคัญ: ห้องซ้อมดนตรี

Abstract

The purposes of this research were to 1) study of business administration of rehearsal rooms located on Royal City Avenue, Khet Makkasan, Bangkok Metropolis, 2) study the factors influencing on the decision in selecting services in rehearsal rooms located on Royal City Avenue, Khet Makkasan, Bangkok Metropolis. The population included 80 entrepreneurs and users. Data were collected using structured interview. The findings revealed as follows :

1. Most entrepreneurs are follows POLC planning to operate the rehearsal room business as a supplementary occupation and use a short time in business success. The organizational structure of the organization are divided according to their duties and responsibilities with the family management. Most users were male aged between 24 – 29, graduated with a Bachelor's degree and choose rehearsal room due to near the workplace.

¹ สาขาวิชาดนตรี(บริหารงานดนตรี) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

2. The factors influencing on the decision in selecting services in rehearsal rooms could be rated by mean score in descending order as follows: personnel, service process, physical environment, promotion, price, products, and location.

Keywords: rehearsal rooms

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันมีเยาวชน หันมาต้องการ เป็นนักร้อง นักดนตรี หรือศิลปินกันมาก จึงทำให้ความต้องการใช้บริการห้องซ้อมดนตรีเพิ่มมากขึ้น สาเหตุที่นักดนตรีไม่สามารถทำห้องซ้อมดนตรีขึ้นมาซ่อมกันได้อีกก็คือ สถานที่ที่ใช้สร้างห้องซ้อมดนตรีนั้น มีความต้องการพื้นที่อย่างน้อย 12 ตารางเมตร และเงินที่ต้องใช้ซื้ออุปกรณ์เครื่องดนตรีให้ครบวงนั้นมีราคาสูง (ชินธร อัครพัฒน์ , 2549) ทำให้มีผู้ประกอบการทำธุรกิจห้องซ้อมดนตรีเกิดขึ้นมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ผู้วิจัยกลับพบว่า มีธุรกิจห้องซ้อมดนตรีไม่มากนักที่สามารถประกอบตัวและประสบความสำเร็จอยู่ในธุรกิจนี้ได้ ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษากระบวนการบริหารห้องซ้อมดนตรีให้ประสบความสำเร็จนั้นเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา “การบริหารห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ เขต

มักกะสัน กรุงเทพมหานคร ” ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบไปด้วย

1. ผู้ประกอบการจำนวน 5 คน
2. ผู้ให้บริการ จำนวน 75 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นใครก็ได้โดยกำหนดเป็นคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป

1. ผู้ประกอบการผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เปิดกิจการห้องซ้อมดนตรี บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร

2. ผู้ให้บริการ ผู้วิจัยเลือกผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องซ้อมดนตรีห้องนั้น บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์จากผู้ตัดสินใจใช้บริการห้องซ้อมนั้นๆจำนวน 5 คน ต่อ 1 แห่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง (Structured interview) สำหรับสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบธุรกิจห้อง
ซ่อมดนตรี

ตอนที่ 2 กระบวนการจัดการของผู้ประกอบการ
ธุรกิจห้องซ่อมดนตรี ใน ด้าน POLC

2. แบบสอบถามสำหรับผู้ที่ตัดสินใจใช้บริการ
ห้องซ่อมดนตรี มี 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบ
แบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ
รายได้ เป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check list) จำนวน 5
ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการห้องซ่อมดนตรีใน เขตกรุงเทพมหานคร เป็น
แบบตรวจสอบรายการ(Check list) จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้
บริการของผู้ใช้บริการห้องซ่อมดนตรี เป็นแบบมาตรฐาน
ส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 46 ข้อ ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์(Product) จำนวน 5 ข้อ

ด้านราคา(Price) จำนวน 5 ข้อ

ด้านสถานที่(Place) จำนวน 6 ข้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)

จำนวน 6 ข้อ

ด้านบุคคล(Personal) จำนวน 8 ข้อ

ด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical evidence)

จำนวน 9 ข้อ

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

จำนวน 7 ข้อ

**ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพ
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
รายละเอียดที่ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับการ
บริหารธุรกิจ และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

7Ps เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา

2. การกำหนดเนื้อหาตามกรอบแนวคิดโดยผู้
ศึกษาได้แบ่งออกเป็น การบริหารแบบ POLC พฤติกรรม
ของผู้บริโภค และ ส่วนผสมทางการตลาด

3. สร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อ
เก็บรวบรวมข้อมูล ตามความมุ่งหมายโดยครอบคลุม
เนื้อหาตามกรอบแนวคิด

4. นำร่างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเสนอ
อาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบให้คำแนะนำและ
แก้ไข เพื่อความถูกต้อง

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์และ
แบบสอบถามตามคำแนะนำที่ได้รับจากอาจารย์ที่ปรึกษา
จนสมบูรณ์และถูกต้อง

6. จัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการ
เก็บข้อมูลจากประชากรในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่เก็บได้มาวิเคราะห์ตาม
ระเบียบวิธีการสถิติโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์

1.1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ แจกแจง
ความถี่ในรูปของตารางโดยใช้ค่าร้อยละ

1.2 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต
และเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่
ศึกษา

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของ
การศึกษา และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปของการ
พรรณนาวิเคราะห์(Descriptive analysis)

2. แบบสอบถาม

2.1 ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของ
แบบสอบถามทั้งหมดที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

2.2 นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนน
แบบสอบถามทุกข้อทุกฉบับตามเกณฑ์ที่กำหนดลงรหัส

ข้อมูลบันทึกข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมSPSS

- ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการโดยการหาค่าร้อยละ

- ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซ้อมดนตรีวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ยโดยการตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

มากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
มาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
น้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด 2541) มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

2.3 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซ้อมดนตรี ของผู้ใช้บริการว่ามีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยนำค่าเฉลี่ยของคะแนนจากข้อ 2 เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ F-test

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเรื่องการบริหารธุรกิจห้องซ้อม

ดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตี้ อเวนิว เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นเพศชาย มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการดำเนินงานมาแล้วมากกว่า 5 ปี มีเงินลงทุนส่วนใหญ่ 1,000,001 – 1,500,000 บาท และมีพนักงานส่วนใหญ่ มากกว่า 2 คน

1.2 การบริหารธุรกิจห้องซ้อมดนตรีสรุปผลตามหลักการPOLCที่ใช้เป็นหลักสากลได้ ดังนี้

ด้านการวางแผน(Planning) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อประกอบธุรกิจห้องซ้อมดนตรีเป็นอาชีพเสริม มีการวางแผนในการดำเนินธุรกิจในระยะสั้น เงินทุนส่วนใหญ่มาจากทุนส่วนตัวและกู้ยืมสถาบันการเงิน ลักษณะการบริหารงานเป็นแบบครอบครัว ทำงานเป็นทีม เน้นการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ เพราะธุรกิจมีการตั้งมาตรฐานใน 3 ส่วน คือ ส่วนของพนักงาน ส่วนของความปลอดภัย และส่วนของลูกค้าสัมพันธ์ มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรโดยเน้นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ใช้มีมาตรฐานและระบบความปลอดภัยเป็นอย่างดี

ด้านการจัดองค์กร (Organization) มีการจัดโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนโดยแบ่งหน้าที่ตามความรับผิดชอบ แต่การบริหารงานเป็นไปในลักษณะการบริหารแบบครอบครัว บุคลากรมีจำนวนน้อยไม่เกิน 10 คน ผู้ประกอบการธุรกิจห้องซ้อมดนตรีให้ความสำคัญในเรื่องของการประเมินผลของพนักงาน การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน การกำหนดอัตราค่าจ้างที่เป็นธรรมตามกฎหมายและยังให้ความสำคัญ ญมากกับการรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพราะเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

ด้านภาวะผู้นำ (Leading) ผู้ประกอบการมีการ

ตัดสินใจทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยมอบหมายให้ผู้จัดการเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบและให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยมีการจัดประชุมทุกเดือนเพื่อรับทราบปัญหา และแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างให้แก่พนักงานทราบ ผู้ประกอบการมีการจูงใจให้พนักงานทำงาน การสร้างความรู้สึกร่วมกันที่มีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงาน ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานทุกคน

ด้านการควบคุม (Controlling) โดยเน้นการสร้างคุณภาพบริการด้วยหลักของ 6S ที่ประกอบด้วย Smile, Speak, Speed, Sincere, Services, Satisfaction และเน้นให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ 4 ด้าน คือ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ และการให้บริการ มีการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานด้วยตนเอง

2. ผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตีโอเวนิว เขตมักกะสัลงกรุงเทพมหานคร แบ่งได้ดังนี้

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการสรุปได้ ดังนี้

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 24 – 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นลูกจ้างพนักงาน /บริษัท /ห้างร้าน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001 – 10,000 บาท มีสาเหตุในการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีเพราะใกล้ร้านที่ทำงานของวง ซึ่งเพื่อนร่วมวงจะเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือก จะใช้บริการ 3-4 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อการครั้งประมาณ 100 – 400 บาท จะใช้เวลาในการบริการประมาณ ชั่วโมง มาใช้บริการในวันเสาร์และอาทิตย์ โดยวงดนตรีจะมีจำนวนสมาชิกในวง 4-5 คน จะมีห้องซัอมดนตรีที่ไปใช้บริการมากกว่า 1 แห่ง และระหว่างการรอใช้บริการจะดูทีวี

2.2. ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อผู้ใช้บริการสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยโดยรวมและรายด้านทุกด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยรายด้านที่เห็นว่ามีค่ามากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ตั้ง

2.3. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีของผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพสรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าผู้ใช้บริการเพศหญิง ส่วนปัจจัยโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 30 - 35 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยสถานที่ตั้ง ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 18 – 23 ปีและ 24 -29 ปี ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 24 -29 ปีและ 30 -35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุ 18 -23 ปี

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.และปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสภาพแวดล้อมมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส.

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยโดยรวมและรายด้านทั้ง 7 ด้าน มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซ้อมดนตรีไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการบริหารธุรกิจห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตีโอเวนิว เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษานำประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1.การบริหารธุรกิจห้องซ้อมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตีโอเวนิว เขตมักกะสันกรุงเทพมหานคร

ด้านการวางแผนในธุรกิจห้องซ้อมดนตรีมีการวางแผนในระยะสั้นมากกว่าระยะยาวเนื่องจากธุรกิจห้องซ้อมดนตรีเป็นลักษณะของธุรกิจบริการ ที่เน้นความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้นธุรกิจห้องซ้อมดนตรีจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ในเรื่องของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่พบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ด้านการจัดโครงสร้างองค์กร ธุรกิจห้องซ้อมดนตรีบริหารงานโดยมีเจ้าของเพียงคนเดียว ดังนั้นการจัดโครงสร้างจึงเป็นลักษณะที่ง่ายและสั้น มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละคนไปโดยตรงซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรรณก ทิพรสและพิชัย ตั้งภิญโญพัฒคุณ (2548) กล่าวว่า ลักษณะการจัดโครงสร้างตามหน้าที่ ซึ่งบุคคลที่ทำหน้าที่ในตำแหน่งต่างๆ ต้องมีความรู้ความชำนาญโดยโครงสร้างแบบหน้าที่เฉพาะการจัดโครงสร้างที่เป็นประเภทการแยกงานออกไปตามลักษณะของงานนั้นๆ ซึ่งผู้ปฏิบัติต้องมีความรู้ความชำนาญของงานนั้น ๆ จึง

สามารถปฏิบัติงานได้ตามความรับผิดชอบอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ด้านการนำ ผู้ประกอบการมีการตัดสินใจเพื่อสั่งการทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยมอบให้ผู้ดูแลร้านเป็นผู้จัดการรับผิดชอบ ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารมีลักษณะเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว ดังนั้นการสั่งการจึงมักจะมาจากผู้เป็นเจ้าของกิจการซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปาริชาติ ดีฝึกვნ (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา พบว่า มีการสั่งการทั้งทางตรงและทางอ้อม มอบอำนาจหน้าที่ให้กับหัวหน้า โดยให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผู้ประกอบการมีการจูงใจให้พนักงานทำงาน โดยการสร้างความรู้สึกที่มีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของธุรกิจ ทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นคนสำคัญคนหนึ่งขององค์กร

ด้านการควบคุม ผู้ประกอบการมีกระบวนการควบคุมคุณภาพการบริการ โดยเน้นทางด้านการบริการ ดังนี้ การบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส การบริการด้วยความเป็นมิตร การบริการรวดเร็ว ทันใจ มีความจริงใจ บริการที่ดี มีคุณภาพ เน้นสร้างความพอใจให้ลูกค้า

2. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการธุรกิจห้องซ้อมดนตรีสรุปผลได้ ดังนี้

ด้านการวางแผน การส่งเสริมการขายยังไม่ดีเท่าที่ควรเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้สื่อบางตัวเท่านั้น ทำให้ลูกค้าบางส่วนไม่ทราบรายละเอียดในการให้บริการห้องซ้อมดนตรี

ด้านจัดองค์กร ส่วนมากจะมีปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรเกือบทุกแห่งเพราะพนักงานเข้าๆ ออกๆ และการดิ่งตัวกัน ทำให้เกิดปัญหาขาดบุคลากรและพนักงานที่เข้ามาจะไม่อยู่ถาวร พอถึงเวลาจะเปลี่ยนสถานที่ทำงานไปเรื่อยๆ เพื่อหาประสบการณ์

ด้านการนำ ผู้ประกอบการไม่ค่อยเข้าใจปัญหาของพนักงานอย่างแท้จริง เพราะส่วนใหญ่พวกที่ดูแลพนักงานคือผู้จัดการร้าน ซึ่งบางครั้งไม่รายงานให้ผู้ประกอบการทราบปัญหาเหล่านั้น จึงทำให้มีผลกระทบกับงาน

ด้านการควบคุม เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าไม่สามารถจับต้องแต่ต้องสัมผัสด้วยใจกับใจ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพยายามถ่ายทอดความเข้าใจในงานบริการให้ทุกคนเข้าใจ

3. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร จากการที่ศึกษาพบประเด็นสำคัญสมควรนำมาอภิปรายดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 24 -29 ปี ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการห้องซัอมดนตรีในวันเสาร์ – อาทิตย์ อาจเนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานและเป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัทห้างร้าน ซึ่งอาจมีวันหยุดเป็นวันเสาร์หรืออาทิตย์และเป็นวันที่สะดวกมาใช้บริการ โดยจะไปใช้บริการห้องซัอมดนตรีกับเพื่อนร่วมวงเล่น ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการห้องซัอมดนตรีมากกว่า 1 แห่ง สาเหตุอาจเนื่องมาจากมีความประทับใจต่อห้องซัอมดนตรีที่ใช้บริการอยู่

4. ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ จากการที่ศึกษาพบประเด็นสำคัญ สมควรนำมาอภิปราย คือปัจจัยทุกด้านมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคลิกภาพ รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ตั้งตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจากการเลือกใช้บริการ

ห้องซัอมดนตรีจะเน้นเรื่องบุคลิกภาพ เนื่องจากธุรกิจประเภทบริการต้องอาศัยทักษะความเชี่ยวชาญ ความรู้ความสามารถของบุคลิกภาพเป็นสำคัญจึงจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของฉัตรยาพร เสมอใจ(2547) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหลักที่จะช่วยให้การบริการสำเร็จได้คือคน" ซึ่งขึ้นอยู่กับทักษะ ความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคล ส่วนด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การจัดตกแต่งร้านที่น่าสนใจ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรี อาจเนื่องมาจาก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รู้สึกถึงความสวยงามและความแปลกใหม่ของการตกแต่งร้านให้สะดุดตาซึ่งสร้างบรรยากาศในการให้บริการทำให้รู้สึกผ่อนคลายกับบรรยากาศของร้าน ที่มีที่ตกแต่งที่สวยงามและมีความแตกต่างอย่างเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2541) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประกอบที่เป็นลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการโดยรวมถึงสภาพแวดล้อม การตกแต่งร้านและบรรยากาศ สีสันรูปแบบร้านที่บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ การมีความปลอดภัยในกระบวนการให้บริการและได้มาตรฐาน มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการให้บริการและได้มาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดี เกิดความเชื่อมั่นและเชื่อถือในการให้บริการของร้าน ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติ ความคิดที่มีบทบาทเป็นตัวจูงใจให้ใช้บริการ

5. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการห้องซัอมดนตรีที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตตี้เวิลด์ เขตมักกะสัน กรุงเทพมหานคร จากการที่ศึกษาพบประเด็นสำคัญ สมควรนำมาอภิปรายดังนี้

5.1 ผู้ใช้บริการเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าผู้ใช้บริการเพศหญิง อาจเนื่องมาจาก

เพศชายส่วนใหญ่ได้ใช้บริการห้องซ้อมดนตรีมากกว่าเพศหญิง ดังนั้นค่อนข้างจะให้ความสำคัญด้านราคาว่าการให้บริการเหมาะสมกับราคาหรือไม่ ซึ่งสอดคล้อง อกกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรวิรัตน์และคณะ (2541) ที่กล่าวว่า เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่างๆมีความแตกต่างกัน และมีผลต่อลูกค้าในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับบริการ โดยเทียบระหว่างราคาของการบริการและคุณภาพของการให้บริการ

5.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 30 – 35 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีอายุระหว่าง 30 – 35 ปี อยู่ในช่วงวัยที่มีประสบการณ์ในการทำงานสูง มีวุฒิภาวะสูง ดังนั้นในการตัดสินใจที่จะบริโภคบริการใดๆก็ตามจะเน้นเกี่ยวกับสถานที่ตั้งว่ามีความเหมาะสมเพียงใด อยู่ใกล้หรือไกลจากชุมชนหรือสะดวกต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด

บุคลากรของสถานบริการมีมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการมากน้อยเพียงใดและมีการให้บริการที่ได้รับความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่ายไปหรือไม่ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

5.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอาจเนื่องมาจากผู้ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีความคิดเห็นในแต่ละด้านไม่เหมือนกัน ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีอาจมีความเข้าใจในการใช้บริการที่มากกว่าและรอบคอบกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีทั้งนี้เพราะผู้ใช้บริการอาจคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับการให้บริการ ตลอดจนกระบวนการต่างๆที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นๆ

5.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยโดยรวมและรายด้านทั้ง 7 ด้านไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากว่าทุกอาชีพมองว่าทุกด้าน เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจบริการจึงให้ความสำคัญทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วรเดช โพธิ์ระ (2548) ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาที่มีอาชีพต่างกันเห็นว่าปัจจัยโดยรวมและ รายด้านทุกด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจ สปาไม่แตกต่างกันเนื่องจาก ผู้ใช้บริการมีความต้องการที่จะได้รับบริการที่มีความแปลกใหม่ มีเครื่องมือที่ทันสมัยและมีความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ไว้บริการและต้องการความเอาใจใส่ด้านบริการจากทางร้านที่ให้บริการไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้บริการที่มีอาชีพใดก็ตามก็ต้องการที่จะได้รับการบริการที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานตามที่กำหนด โดยได้รับประโยชน์สูงสุดและคุ้มกับเงินที่จ่ายไปในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจห้องซ้อมดนตรีควรมีแผนเตรียมพร้อมในวันที่มีผู้ใช้บริการน้อยโดยการ “บริหารช่วงเวลา” โดยเริ่มจากการสำรวจดูว่าช่วงไหนของสัปดาห์เป็นวันที่มีผู้ใช้บริการน้อยและช่วงไหนเป็นวันที่มีผู้ใช้บริการมาก นำเอาการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาในวันที่ไม่ค่อยมีผู้ใช้บริการ โดยให้ส่วนลดที่ดีที่สุดที่คิดว่าลดได้แต่ส่วนลดที่ให้ต้องจูงใจพอสมควร เพราะกลุ่มผู้ใช้บริการที่ชอบราคาพิเศษทั้งหลายก็จะหันมาใช้บริการในวันที่ไม่มีผู้ใช้บริการแทน ซึ่งวิธีนี้จะช่วยกระจายกลุ่มผู้ใช้บริการให้เฉลี่ยๆไปในแต่ละวันมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการได้ใช้ทรัพยากรในแต่ละวันให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

2. ผู้ประกอบการควรมีการบริการเสริมที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับบริการหลัก เช่น ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า

ก่อนบริการและหลังการรับบริการ เช่น มุมพักผ่อน
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อาหารและเครื่องดื่ม การจัด
พนักงานส่งถึงรถเวลาที่ฝนตก ฯลฯ ซึ่งการบริการเหล่านี้
เป็นการสร้างให้ผู้ใช้บริการเห็นความแตกต่างและจะช่วย
สร้างความประทับใจ ความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการมาก
ยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันต้องสร้างความแปลกใหม่ในการ
ให้บริการเพื่อให้เกิดจุดขายที่ผู้ใช้บริการประทับใจและเป็น
การดึงดูดผู้ใช้บริการต่อไปจะเห็นได้ว่าการบริการเป็นที่
ไม่สามารถสัมผัสได้ ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า
ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการที่ไหน อย่างไร ล้วนขึ้นอยู่กับ
สภาวะแวดล้อมทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาการบริหาร
ธุรกิจห้องซ้อมดนตรี ที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตีแควนิว เขต
มักกะสัน กรุงเทพมหานครเท่านั้น ควรมีการศึกษาธุรกิจ
ห้องซ้อมดนตรีในพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมา
ปรับปรุงธุรกิจ เกี่ยวกับบริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
และควรศึกษาการบริหารธุรกิจทางดนตรีในรูปแบบอื่นๆ
มีรูปแบบการบริหารเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กรกนก ทิพรสและพิชัย ตั้งภิญโญพัฒน์. (2548). KM
ก้าวต่อไปของการพัฒนาหน่วยงานราชการ
จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์

ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ
Service Marking. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท
ชินธร อัครพัฒน์. (2549). ห้องซ้อมดนตรี. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์เอ็ม ไอ เอส ซอฟท์เทคโนโลยี
บุญชม ศรีสะอาด (2541). วิธีการทางสถิติสำหรับภาค
วิจัยเล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สุวีริยา
สาส์น
ปาริชาติ ดีผักแว่น. (2547). การบริหารจัดการธุรกิจ
เครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอ
โชคชัย จังหวัดนครราชสีมา . การศึกษา
ปัญหาพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
วรเดช โพธิ์ระดม (2548). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการ
เลือกใช้บริการธุรกิจสปาในเขตอำเภอปาก
ช่อง จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาปัญหา
พิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ . (2541). กลยุทธ์ทาง
การตลาดและการบริหารการตลาด .
กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์