# BUSINESS PLAN: PPD MUSIC ACADEMY

Kittiphong PIANBANYAT[1]

1 The Degree of Master of Management in Entrepreneurship, Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; kittiphong.p66@rsu.ac.th

**ARTICLE HISTORY**

**Received:** 14 June 2024 **Revised:** 28 June 2024 **Published:** 12 July 2024

## ABSTRACT

PPD Music Academy emphasizes the quality of its instructors, who are directly qualified and experienced in music education, particularly in teaching children. The teaching approach is predominantly private, utilizing standard musical instruments and focusing on enjoyable learning experiences. After each class, instructors provide feedback to parents regarding their child's progress, emotional state, and areas for improvement, demonstrating a level of care beyond typical service. The institute promotes fun learning for all students and encourages performances on stage. The total investment in PPD Music Academy amounts to 993,820 Baht, with four business partners holding shares: one at 40.25%, two at 10.06% each, and one at 9.44%. The payback period is within 1.1 years, with a net present value (NPV) of 1,568,716.79 Baht and an internal rate of return (IRR) of 79%, indicating that investing in PPD Music Academy is both promising and worthwhile.

**Keywords:** Business Plan**,** Music Academy, Music Course

**CITATION INFORMATION:** Pianbanyat, K. (2024). Business Plan: PPD Music Academy. *Procedia of Multidisciplinary Research, 2*(7), 8

# แผนธุรกิจ: สถาบันดนตรีพีพีดี

กิตติพงษ์ เพียรบัญญัติ[1]

1 หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; kittiphong.p66@rsu.ac.th

## บทคัดย่อ

สถาบันดนตรี พีพีดี เน้นด้านคุณภาพของอาจารย์ผู้สอน เป็นผู้ที่มีคุณวุฒิในด้านดนตรีโดยตรง และมีประสบการณ์ในการสอนโดยตรง (โดยเฉพาะการสอนเด็กๆ) การเรียน การสอน ที่เน้นแบบ Private รวมถึงเครื่องดนตรีที่ได้มาตรฐาน และเน้นการเรียนการสอนที่สนุกสนาน โดยหลังจากจบคลาสเรียนทุกครั้ง อาจารย์ผู้สอนจะมีการให้ Feedback กับผู้ปกครองของนักเรียน ถึงพัฒนาการ หรือ ความรู้สึกทางอารมณ์ของนักเรียน ว่าเป็นอย่างไร ควรส่งเสริม หรือ ปรับแก้ในด้านใด บ่งบอกถึงความใส่ใจ ที่มากกว่าบริการโดยทั่วๆ ไป รวมถึงส่งเสริมให้นักเรียนทุกคน เน้นความสนุกสนาน และ ขึ้นแสดงดนตรีบนเวที ทุกคนที่เป็นนักเรียนของสถาบันดนตรี พีพีดี การลงทุนทำธุรกิจ สถาบันดนตรี พีพีดี ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 993,820 บาท มีหุ้นส่วนธุรกิจ 4 คน คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 40.25 จำนวน 2 คน ร้อยละ 10.06 จำนวน 1 คน ร้อยละ 9.44 จำนวน 1 คน ใช้ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ภายใน 1.1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) 1,568,716.79 บาท และมีอัตราผลตอบแทน (Internal Rate of Return : IRR) เท่ากับร้อยละ 79 ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่า สถาบันดนตรี พีพีดี เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและคุ้มค่ากับการลงทุน

**คำสำคัญ:** แผนธุรกิจ, สถาบันสอนดนตรี, หลักสูตรดนตรี

**ข้อมูลการอ้างอิง:** กิตติพงษ์ เพียรบัญญัติ. (2567). แผนธุรกิจ: สถาบันดนตรี พีพีดี. *Procedia of Multidisciplinary Research, 2*(7), 8

## บทนำ

ประกอบธุรกิจในรูปแบบของบริษัท ภายใต้ชื่อ PPD MUSIC ACADEMY สถาบันดนตรี พีพีดี ซึ่งเป็นสถาบันดนตรีและศิลปะที่ทันสมัยและครบวงจร ประกอบด้วย ห้องสตูดิโอดนตรี และห้องเรียน จำนวน 8 ห้อง พร้อมด้วยอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ครบวงจร บนพื้นที่ตกแต่งที่ทันสมัย บรรยากาศดี และเหมาะกับการเรียนการสอน พร้อมด้วยคณะอาจารย์ทีมงาน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านดนตรีในสาขาต่างๆ ดังเช่น เปียโน ไวโอลีน ขับร้อง กีต้าร์ เบส กลอง ซึ่งเปิดสอนนักเรียนอายุตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป จนถึงนักเรียน นักศึกษา คนทำงาน และระดับองค์กรชั้นนำ ฯลฯ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า สถาบันดนตรี พีพีดี เป็นสถาบันที่มีมาตรฐานการเรียนการสอนที่มาจากอาจารย์ผู้สอนที่ชำนาญเฉพาะทาง พร้อมจะเป็นสถาบันที่ส่งเสริมทักษะทางด้านดนตรีให้กับนักเรียน จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ: สถาบันดนตรี พีพีดี” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ สถาบันดนตรี พีพีดีเพื่อให้ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ สถาบันดนตรี พีพีดี

## การทบทวนวรรณกรรม

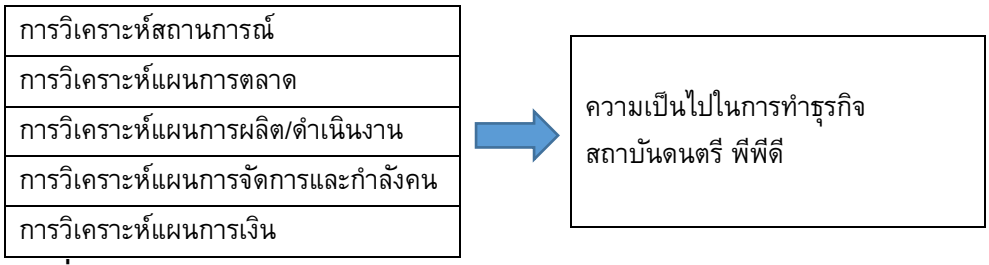
ปัจจุบันดนตรีเริ่มมีความสำคัญมากขึ้น เห็นได้จากการมีสถาบันการศึกษาระดับสามัญที่มีการพัฒนาหลักสูตรด้านดนตรีและการร้องเพลงเข้าไปยังหลักสูตรสถาบัน และการขยายตัวของสถาบันกวดวิชาด้านความสามารถพิเศษ เพื่อส่งเสริมศักยภาพของผู้เรียนรู้ด้านความสามารถพิเศษเกี่ยวกับด้านดนตรีและการร้องเพลงมากยิ่งขึ้น โดยสำหรับกลุ่มโรงเรียนสอนร้องเพลงในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการสอนตั้งแต่ระดับเด็กเล็กไปจนถึงผู้ใหญ่ โดยมีหลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับพื้นฐานไปจนถึงมืออาชีพ กลุ่มผู้ปกครองของนักเรียนในยุคปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มทักษะด้านความสามารถพิเศษมากยิ่งขึ้น การเพิ่มทักษะและศักยภาพเฉพาะของบุคคลโดยเน้นให้ผู้เรียนสามารถเติบโตและมีทิศทางการใช้ชีวิตและการประกอบการอาชีพในสังคมในอนาคตได้ดีมากขึ้นโดยในช่วงอายุ (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2564)

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

สถาบันดนตรี พีพีดี หมายถึง สถาบันดนตรีและศิลปะที่ทันสมัยและครบวงจร ประกอบด้วย ห้องสตูดิโอดนตรี พร้อมด้วยอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ครบวงจรเหมาะกับการเรียนการสอน พร้อมด้วยคณะอาจารย์ทีมงาน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านดนตรีในสาขาต่างๆ ดังเช่น เปียโน ไวโอลีน ขับร้อง กีต้าร์ เบส กลอง ซึ่งเปิดสอนนักเรียนอายุตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป จนถึงนักเรียน นักศึกษา คนทำงาน และระดับองค์กรชั้นนำ ฯลฯ

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** ธุรกิจโรงเรียนดนตรีเอกชนในกรุงเทพมหานครประสบปัญหามีจำนวนผู้เรียนลดลงในหลายแห่งคล้ายคลึงกัน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนเห็นด้วยกับปัจจัยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในระดับมากที่สุด และเห็นด้วยกับปัจจัยสิ่งกระตุ้นอื่นๆ และปัจจัยลักษณะของผู้ซื้อเท่ากัน ในระดับมาก โดยปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการซื้อคอร์สเรียนดนตรีต่อเนื่อง กล่าวคือ หากผู้ปกครองนักเรียนได้รับการกระตุ้นด้วยปัจจัยสิ่งกระตุ้นทั้ง 3 ด้านมาก จะมีโอกาสตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนดนตรีต่อเนื่องสูงขึ้น ณิชา แสนไชย (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการซื้อคอร์สเรียนดนตรีต่อเนื่องในโรงเรียนดนตรีเอกชน กรุงเทพมหานคร

**กรอบแนวคิดการศึกษา**




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิด

## กรอบแนวคิดในการวิธีการศึกษา

โดยวิธีการในการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ โดยมีหัวข้อวิเคราะห์ดังนี้

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์การ โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์การ

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PEST)

1.1) สถานการณ์สภาพแวดล้อมด้านการเมือง (Political)

จากสถานการณ์ด้านนโยบายประจำปี 2567 กระทรวงศึกษาธิการดำเนินการภารกิจหลักตามยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ ตั้งเป้าพัฒนาผู้เรียนทุกช่วงวัยในทุกมิตินโยบาย โดยมุ่งหวังให้ผู้เรียนทุกช่วงวัยได้รับการพัฒนาในทุกมิติ ทางสถาบันดนตรี พีพีดี ซึ่งเป็นสถาบันดนตรีที่มุ่งเน้นการพัฒนานักเรียน ในมิติด้านพัฒนาสติปัญญา ด้านอารมณ์ พร้อมทั้งการสร้างทักษะการแสดงออกในด้านดนตรี

1.2) สถานการณ์และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic)

จากสถานการณ์และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นถึงแนวโน้มเศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวได้ประมาณ ร้อยละ 4.6 ต่อปี ในปี 2567 ประกอบกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ทำให้มีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งส่งผลให้ผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของ สถาบันดนตรีพีพีดี มีกำลังในการจับจ่ายที่สูงขึ้น

1.3) ค่านิยมทางวัฒนธรรมและสังคม (Social and Cultural Values)

จากค่านิยมทางวัฒนธรรมและสังคมที่กล่าวมาข้างต้น ต้องยอมรับว่าค่านิยมที่ว่า “ ซื้อสังคมให้ลูก ให้บุตรหลาน ” เป็นค่านิยม ความเชื่อ ที่มีสื่อทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง จากเหตุปัจจัยที่ต้องจะให้ ลูก หรือบุตรหลาน มีความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในการแข่งขัน ในด้านวิชาการและความรู้อื่นๆ ที่ผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสในการสร้างธุรกิจของสถาบันดนตรี พีพีดี ที่ตอบโจทย์ค่านิยมทางสังคม

1.4) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technology)
จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมองว่า การเรียนการสอนที่มีเทคโนโลยีเข้ามาให้ปรับใช้เลือกใช้ ได้เป็นอย่างมาก ส่งผลต่อการยืดหยุ่น ในการเรียนการสอน แบบ On-site แบบ On-line ก็สามารถทำได้ระหว่างผู้สอนกับผู้ปกครอง หรือนักเรียน
2) การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้
2.1) แข่งขันรายใหม่เข้าสู่ตลาด (Threats of Entrants): น้อย
เนื่องจากธุรกิจสถาบันสอนดนตรี จะต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางเป็นผู้สอนดนตรีนั้นๆ และต้องกำหนดหลักสูตรที่ชัดเจน เพื่อประกอบการการใบอนุญาตในการเปิดสถาบันดนตรี
2.2) อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers): น้อย
เนื่องจากหลักสูตรของสถาบันสอนดนตรี ในแต่ละชนิดดนตรี คิดอัตราที่เป็นคอร์ส หรือ คิดตามจำนวนชั่วโมง ซึ่งมีอัตราค่อนข้างมาตราฐานและใกล้เคียงกันในหลายๆ สถาบัน ทำให้ผู้ซื้อ มีอำนาจในการต่อรองราคาที่น้อย
2.3) แรงกดดันจากสินค้าทดแทน (Pressure from Substitute Products): มาก
เนื่องจากปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่างๆ รวมถึงแหล่งเข้าถึงข้อมูล ทำได้ง่ายขึ้น ผู้ปกครองบางท่าน สามารถใช้อินเตอร์เนตให้ในการค้นหาหลักสูตรการเรียนดนตรีเบื้องต้น
2.4) อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Power of Suppliers) : มาก
นอกจากอุปกรณ์เรื่องดนตรี ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนดนตรี ณ.ที่นี้ รวมไปถึง อาจารย์ผู้สอน ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเครื่องดนตรีนั้นๆ เป็นธุรกิจที่เฉพาะทาง จึงทำให้อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ ผู้ผลิตจำหน่ายเครื่องดนตรี รวมไปถึง อาจารย์ผู้สอน
2.5) การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry Competitors) : มาก
ธุรกิจสถาบันสอนดนตรี จะมีสถาบันชั้นนำที่มีความน่าเชื่อถือสูง ที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมถึงสถาบันอื่นๆ ขนาดกลาง เล็ก ส่งผลให้ธุรกิจสถาบันมีความแข่งขันมาก
3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้
3.1) จุดแข็งของกิจการ (Strengths)
- เจ้าของสถาบันดนตรี มีประสบการณ์ในการสอนดนตรีให้กับเด็กมากกว่า 10 ปี
- เจ้าของสถาบันดนตรี จบการศึกษา เกี่ยวข้องกับธุรกิจ คือ ปริญญาโท ด้านดนตรี
- สถาบันตั้งอยู่พื้นที่ห้างมาร์เก็ตวิลเลจ ถนน รังสิต-นครนายก คลอง 4 ซึ่งสะดวกในการเดินทาง ที่จอดรถ
- สถาบันมีกิจกรรมส่งเสริมให้นักเรียน มีการแสดงสด เพื่อโชว์ผลลัพธ์การเรียน
- สถาบันดนตรีมีความยืดหยุ่นในการเรียน การสอน ทั้งแบบ On-Site และ On-line พร้อมการติดตาม Feedback การเรียนการสอนกับผู้ปกครองนักเรียน
- สถาบันดนตรี สร้างคุณภาพ โดยการวัดและการประเมินผลการเรียน ผ่านการสอบที่มีมาตราฐานสากล TRINITY COLLEGE LONDON / ABRSM
3.2) จุดอ่อน (Weaknesses)
- เป็นสถาบันดนตรี ใหม่ในวงการสถาบันดนตรี การทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักสถาบันและเชื่อในสถาบัน
- สถาบันตั้งอยู่ ย่านชานเมืองอาจทำให้เป็นปัญหา สำหรับลูกค้าที่สนใจ ที่อาศัยอยู่ในเมือง ในเรื่องการเดินทาง
- เจ้าของสถาบันสองท่านเป็นอาจารย์สอนเปียโนและไวโอลินเอง ส่วนขับร้อง กีตาร์ กลอง จำเป็นต้องว่าจ้างอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญสอนวิชาดังกล่าว
- ธุรกิจเริ่มการเปิดสถาบันเป็นแรก ประสบการณ์ในการบริหารจัดการที่ไม่มากนัก
- มีวิชาให้นักเรียนเลือกเรียน แค่ 6 วิชา ซึ่งยังน้อยเมื่อเทียบกับสถาบันที่มีชื่อเสียง
3.3) โอกาส (Opportunities)

- วัฒนธรรมการส่งบุตรหลานได้รับการศึกษาดีๆ จากผู้ปกครองที่มีกำลังสูง จึงเป็นโอกาสในการทำธุรกิจ
- จากสถานการณ์และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ผู้วิจัยเห็นถึงแนวโน้มเศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 4.6 ต่อปี ในปี 2567 ประกอบกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐจะเป็นแรงบวก
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่สามารถสอน On-line ได้ ทำให้สถาบันและผู้เรียนมีความยืดหยุ่นในการเรียน
- วัฒนธรรมการส่งเสริมให้บุตรหลานเรียนในสิ่งที่ชื่นชอบ เปิดกว้างมากขึ้นกว่ายุคสมัยเก่า
- ดนตรีเป็นสิ่งที่เข้าถึงคนได้ง่าย ทุกเพศทุกวัย ส่งผลดีต่อตัวสถาบัน

3.4) อุปสรรค (Threats)

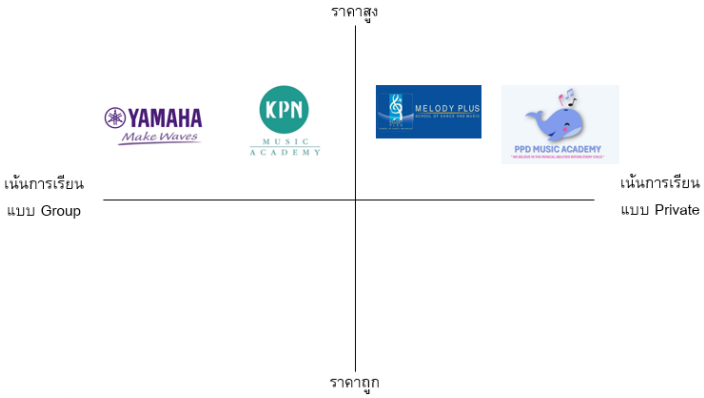
- ผู้ปกครอง ส่งเสริมให้บุตรหลาน ศึกษาดนตรีและเรียน จาก YouTube
- ผู้ปกครองอาจจะให้ความสนใจกับสถาบันที่มีชื่ออยู่แล้วมากกว่า สถาบันใหม่ๆ
- ความผันผวนทางเศรษฐกิจที่ยังมีสูง ผลกระทบจากโรคระบาด อุทกภัย ต่างๆ อาจส่งผลต่อสถาบันสอนดนตรี
- ปัญหาเรื่อง วิกฤตเด็กไทยเกิดน้อย จากค่านิยมที่คนสมัยใหม่ที่มักจะไม่มีลูก
- การเรียน การสอน ดนตรี เป็นความสนใจเฉพาะกลุ่ม

**การวิเคราะห์ด้านการตลาด**

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการซื้อบริการแต่ไม่ได้ใช้บริการ ซึ่งเป็นผู้ที่ส่งบุตรหลาน เข้าเรียนดนตรีกับสถาบันดนตรี พีพีดี

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)




**ภาพที่ 2** ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคนสุดท้ายของสถาบันดนตรี พีพีดี

2.1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ทางสถาบันใช้กลยุทธ์ความแตกต่างเฉพาะกลุ่ม (Differentiation Focus Strategy) คือ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเรียนการสอน ที่ส่งมอบคุณค่าให้นักเรียนเหนือกว่าคู่แข่งในตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เน้นการเรียนการสอนแบบ Private และเน้นการผ่านการสอบที่มีมาตราฐานสากล TRINITY COLLEGE LONDON พร้อมการติดตาม Feedback การเรียนการสอนกับผู้ปกครองนักเรียน มีกิจกรรมส่งเสริมให้นักเรียน มีการแสดงสด เพื่อโชว์ผลลัพธ์การเรียน

2.2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ทางสถาบันดนตรี พีพีดี เลือกใช้กลยุทธ์การตั้งราคาสูงกว่าตลาด โดยเน้นคุณภาพการเรียนการสอนที่ดีกว่า คุณค่าแตกต่างจากคู่แข่ง สอดคล้องกับความเชื่อพื้นฐานด้านราคาที่ว่า ราคาสูง-คุณภาพดี / ราคาถูก-คุณภาพพอใช้ได้

2.3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

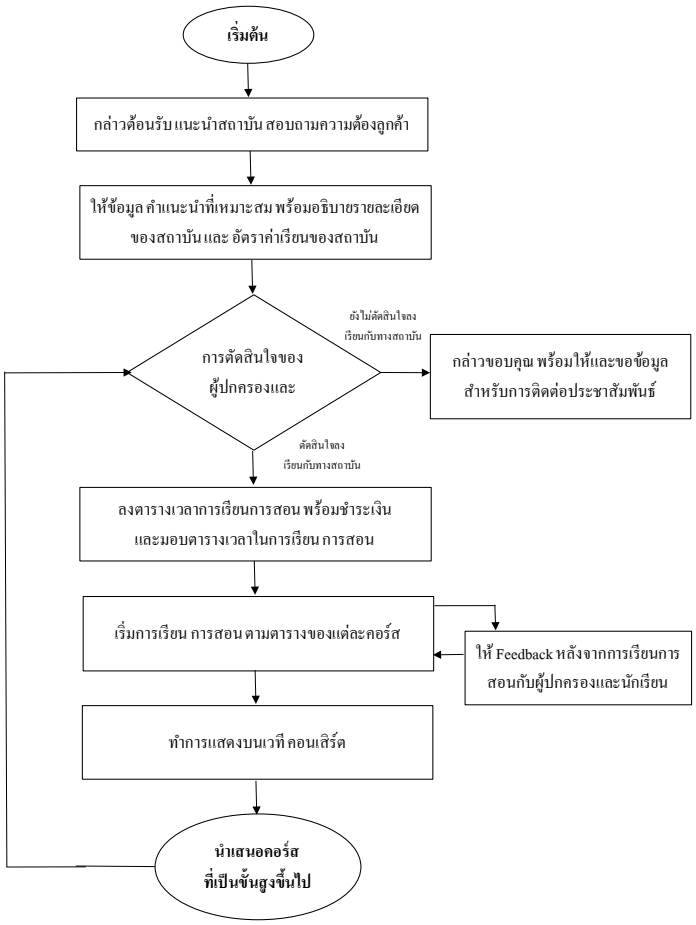
สถาบันดนตรี พีพีดี มุ่งเน้นให้เป็นที่รู้จัก นอกจากสถานที่จะตั้งอยู่ในห้างและใกล้แหล่งชุมชน เพื่อให้สังเกตเห็นได้ง่าย อีกทั้งยังมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น เช่น อินสตราแกรม เฟสบุ๊ค เป็นต้น

2.4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในช่วงแรกจะจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สามารถส่งข่าวสารไปถึงผู้รับสารได้อย่างทั่วถึงภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเนื่องจากในปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีความรวดเร็วในการสื่อสารและแพร่กระจาย จึงจะใช้เป็นอีกช่องทางในการทำการโฆษณาเป็นหลัก ให้ส่วนลด 1,000 บาทสำหรับผู้เข้าเรียนที่ชวนเพื่อนหรือแนะนำมาสมัครเรียน 1 คน โดยราคาคอร์สเรียนจะถูกปรับลงทันที นอกจากนี้ สถาบันมีการส่งเสริมยังมีการจัดการคอนเสิร์ตหรือการประกวดความสามารถทางดนตรี
2.5) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People Strategy)
ภายในสถานดนตรี พีพีดี จะมีอาจารย์ผู้สอนประจำอยู่ที่สถาบัน อาจารย์ทุกคนเป็นผู้มีคุณวุฒิในวิชาดนตรีโดยตรง และมีความเชี่ยวชาญในการสอนดนตรีให้กับเด็ก เพื่อให้ผู้ปกครอง เกิดความมั่นใจ และเชื่อถือในสถาบันดนตรี พีพีดี
2.6) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)
ก่อนการสมัครเรียนกับสถาบันดนตรี พีพีดี (Pre-Transaction Service)
- ใช้ Online Marketing เช่น Facebook, Line เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า
- ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง offline ต่างๆ เช่น ใบปลิว ป้ายโฆษณา
- มีการใช้ Influencer เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้นทำให้เกิด Word of Mouth ต่อสถาบันดนตรี
ระหว่างใช้บริการ (During -Transaction Service)
- รับสมัครผ่าน 2 ช่องทาง คือ สถาบันดนตรี พีพีดี และช่องทางออนไลน์ (Online) คือ หน้า Website หรือบริการไลน์ (Line Official เฉพาะผู้ใช้บริการครั้งแรก)
- เลือกเครื่องดนตรี ระดับคอร์ส สำหรับการเรียนการสอน พร้อมชำระเงิน และแจกตารางการเรียน การสอน
- ทำการเรียน ตามตาราง พร้อมให้การบ้าน และ Feedback แก่ นักเรียนและผู้ปกครอง ทุกครั้ง
- ส่งเสริมให้นักเรียนทุกคน ขึ้นแสดงดนตรีบนเวที
หลังการเข้ารับบริการ (Post-Transaction Service)
- มีแบบประเมิน ให้ผู้ปกครองและนักเรียนลงคะแนน วัดความพึงพอใจในด้านต่างๆ
- มีการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ หรือ คอร์สที่ขั้นสูงขึ้นไปให้กับผู้ปกครองและนักเรียน
2.7) กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการบริการ (Physical Evidence Strategy)
สถาบันดนตรี พีพีดี เป็นสถานที่ ที่มีห้องเรียน อุปกรณ์การเรียน การสอนและเฟอร์นิเจอร์ทุกชิ้นถูกออกแบบให้เหมาะกับนักเรียนที่มาเรียนกับสถาบัน มีสีสันของสถานที่ ที่ดึงดูดเด็กๆ
อาจารย์ผู้สอน รวมถึงบุคลากรทุกคน ในสถาบัน ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีจิตใจที่ดีต่อเด็กๆ เน้นการส่งเสริมให้เด็กๆ สนุกสนานไม่เครียดกับการเรียนดนตรี กับทางสถาบัน
เน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง อาจารย์ผู้สอน กับ นักเรียนและผู้ปกครอง เพื่อให้เกิดรู้สึกได้ว่าสถาบันดนตรี พีพีดี เป็นได้มากกว่า สถาบันดนตรีอื่นๆ ทั่วไป
มีที่จอดรถรองรับ เนื่องจากสถาบันอยู่ใน ห้างมาร์เก็ตวิลเลจ รังสิต
**การวิเคราะห์แผนการผลิต**
1) กำลังการอัตราการบริการ
สถาบันดนตรี พีพีดี เปิดทำงาน วันอังคาร-ศุกร์ ช่วงเวลา 15:00-19:00 น. รวม 4 ชั่วโมงต่อวัน / วันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 10:00-19:00 น. รวม 8 ชั่วโมงต่อวัน (พัก 1 ชั่วโมง) หยุดทำการทุกวันจันทร์ของสัปดาห์ โดยมีห้องเรียนดังนี้ เปียโน 2 ห้อง ไวโอลิน 2 ห้อง ขับร้อง 1 ห้อง กีต้าร์ 1 ห้อง เบส 1 ห้อง กลอง 1 ห้อง
ทางสถาบันฯ ได้ประมาณการยอดขายการให้บริการการเรียนการสอนทั้งหมด ซึ่งคำนวณได้จากคอร์สการเรียนการสอนโดยแบ่งแต่ละชนิดเครื่องดนตรี ยอดรวมทั้งหมด และสัดส่วน ดังนี้

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 | ปีที่ 6 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| คอร์สการสอนเปียโน | 1,537,920.00 | 1,631,579.33 | 1,730,942.51 | 1,836,356.91 | 1,948,191.04 | 2,066,835.88 |
| คอร์สการสอนไวโอลิน | 1,537,920.00 | 1,631,579.33 | 1,730,942.51 | 1,836,356.91 | 1,948,191.04 | 2,066,835.88 |
| คอร์สการสอนขับร้อง | 766,080.00 | 812,734.27 | 862,229.79 | 914,739.58 | 970,447.22 | 1,029,547.46 |
| คอร์สการสอนกีต้าร์ | 766,080.00 | 812,734.27 | 862,229.79 | 914,739.58 | 970,447.22 | 1,029,547.46 |
| คอร์สการสอนเบส | 385,920.00 | 409,422.53 | 434,356.36 | 460,808.66 | 488,871.91 | 518,644.21 |
| คอร์สการสอนกลอง | 766,080.00 | 812,734.27 | 862,229.79 | 914,739.58 | 970,447.22 | 1,029,547.46 |
| **รวม** | **5,760,000.00** | **6,110,784.00** | **6,482,930.75** | **6,877,741.23** | **7,296,595.67** | **7,740,958.35** |

แสดงรายได้จาการขายคอร์สการเรียนการสอน ทั้งหมดของสถาบันดนตรี พีพีดี โดยแสดงรายได้ในปีที่ 1 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 5,760,000 บาท รายได้ในปีที่ 2 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 6,110,784 บาท รายได้ในปีที่ 3 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 6,482,930 บาท รายได้ในปีที่ 4 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 6,877,741 บาท รายได้ในปีที่ 5 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 7,296,595 บาท รายได้ในปีที่ 6 มีรายได้รวมทั้งสิ้น 7,740,958 บาท

2) ขั้นตอนการบริการ




**การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน**

ธุรกิจใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่ (Functional Organization)

สถาบันดนตรี พีพีดี มีแผนการกำหนดและดำเนินงานเกี่ยวกับนโยบายและแผนปฏิบัติการต่าง ๆ ด้านกำลังคน บุคคลากรเพื่อให้สถาบันมี การบริหารทีมงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการ การเรียนวิชาดนตรี ของ

นักเรียนและผู้ปกครอง ตามนโยบายของทางสถาบัน คือ เน้นการเรียนรู้ที่สนุกสนาน พัฒนาทักษะทางดนตรี ในการเรียนการสอน ภายใต้สถานการณ์แวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

**ภาพที่ 3** แสดงแผนภูมิองค์การ

**การวิเคราะห์แผนการเงิน**

สถาบันฯ ลงทุนในธุรกิจ ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 993,820 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 5,760,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 6,110,784 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 6,482,930 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 6,877,741 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 7,296,595บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 416,585 บาท ปีที่ 2 เท่า 839,572 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1,344,044 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 1,936,361 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,623,315 บาท ใช้ระยะเวลาคืนทุน (PAYBACK PERIOD) ภายใน 1.1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NET PRESENT VALUE : NPV) 1,568,719.79 บาท และมีอัตราผลตอบแทน (INTERNAL RATE OF RETURN : IRR) เท่ากับร้อยละ 79

## สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ สถาบันดนตรี พีพีดี ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งธิดา โสภณ (2565) การออกแบบธุรกิจต้นแบบ โรงเรียนสอนร้องเพลงที่จำแนกตามความถนัดเพื่อตอบโจทย์ของผู้เรียนยุคใหม่ วิสิฐ์นี ชัยบริพันธ์ (2559) แผนธุรกิจโรงเรียนสอนร้องเพลงผู้สูงอายุซีแอนด์ซันบายเฟรนด์ (Sea and sun by friends) อัจฉรา สนสารวย (2563) แผนธุรกิจ MUSIC & ART HOUSE APARTMENT

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ สถาบันดนตรี พีพีดี มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ ผู้วิจัยพบว่า จากสถานการณ์สภาพแวดล้อมด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี ที่ส่งผลในทิศทางบวก และมีโอกาสสำหรับธุรกิจ สถาบันดนตรี พีพีดี ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ดีต่อการทำธุรกิจ

2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ผู้วิจัยพบว่า ทางสถาบันฯ มีจุดแข็งที่ชัดเจนในการเรียนการสอน สามารถนำไปเป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรค อีกทั้งช่องทางในการทำการตลาดชัดเจน และตรงกลุ่มเป้าหมาย

3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต ทางสถาบันฯ มีการจัดการด้านกำลังการให้บริการ ปริมาณชั่วโมงการเรียนการสอนที่ตอบโจทย์กับเวลาของลูกค้า และยังสามารถรองรับการขยายของฐานลูกค้าได้

4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน ทางสถาบันฯ มีการจัดการด้านบุคลากรที่ชัดเจน และเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทำให้สามารถบริหารจัดการด้านกำลังคนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน การลงทุนทำธุรกิจ สถาบันดนตรี พีพีดี ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 993,820 บาท ใช้ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ภายใน 1.1 ปี

## เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจกาค้า. (2566). *สถาบันการสอนการดนตรี 237 แห่งที่มีการจดทะเบียนโรงเรียนสอนการดนตรี*. สืบค้นจาก https://datawarehouse.dbd.go.th/business/85422/.

กรุงเทพธุรกิจ. (2566). *นโยบายและจุดเน้นของกระทรวงศึกษาธิการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2567*. สืบค้นจาก https://moe360.blog/2023/03/19/department-of-learning-promotion/.

คมสันต์ วงค์วรรณ์. (2546). *คำอธิบายเกี่ยวกับคำว่าดนตรี*. สืบค้นจาก https://musiclib.psu.ac.th/data/western-musuc/Chapter1/Chap%201%20How%20to%20 listening.htm.

จิรัชญา ชัยชุมขุน. (2563). *ค่านิยมส่งบุตรหลานเพื่อเข้าถึงการศึกษาที่ดี*. สืบค้นจาก https://thematter.co/social/buying-quality-of-life/124843.

ณิชา แสนไชย. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองนักเรียนในการซื้อคอร์สเรียนดนตรีต่อเนื่องในโรงเรียนดนตรีเอกชน กรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/2262/1/TP%20BM.032%202560.pdf.

วิสิฐ์นี ชัยบริพันธ์. (2559). *แผนธุรกิจโรงเรียนสอนร้องเพลงผู้สูงอายุซีแอนด์ซันบายเฟรนด์ (Sea and sun by friends)*. สืบค้นจาก https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/2450.

ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS ทีม Marketing Strategy. (2565). *ประเมินเศรษฐกิจไทยในปี 2566 มีแนวโน้มเติบโตที่ ร้อยละ 3 ต่อปี ต่ำกว่าตัวเลขซึ่งเคยมองไว้ที่ ร้อยละ 3.4 ต่อปี*. สืบค้นจาก https://krungthai.com/th/krungthai-update/news-detail/2645.

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2564). *ข้อมูลเจนเนอร์เรชั่นของนักเรียนที่ผู้ปกครองสนับสนุนให้เรียน*. สืบค้นจาก https://www.okmd.or.th/okmd-opportunity/opportunities-2021/4185/.

หนึ่งธิดา โสภณ. (2565). การออกแบบธุรกิจต้นแบบ โรงเรียนสอนร้องเพลงที่จำแนกตามความถนัดเพื่อตอบโจทย์ของผู้เรียนยุคใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 25*(2).

อัจฉรา สนสารวย. (2563). *แผนธุรกิจ MUSIC & ART HOUSE APARTMENT*. สืบค้นจาก https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:184598.

**Data Availability Statement:** The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

**Conflicts of Interest:** The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

**Publisher's Note:** All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.

**Copyright:** © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).