



# การประชุมวิชาการระดับชาติ

โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการ  
ด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2 และการประชุม  
วิชาการระดับชาติ “การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน  
ท้องถิ่นในการขับเคลื่อนประเทศสู่ยุค Thailand 4.0”



15<sup>th</sup> Anniversary  
Faculty of Management Science  
Silpakorn University

รายงาน  
ประชุมวิชาการ  
Proceeding

หนังสือรวม  
บทความวิจัย

บทความ  
ทางวิชาการ



โครงการเครือข่ายการศึกษา วิจัยและความสัมพันธ์ทางวิชาการ

ด้านรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 2

และการประชุมวิชาการระดับชาติ

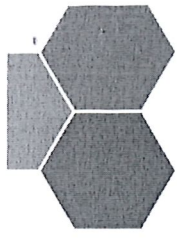
“การบริหารปกครองของภูมิภาค รัฐ ชุมชน ท้องถิ่นในการขับเคลื่อน

ประเทศสู่ยุค Thailand 4.0”

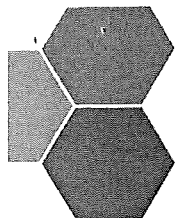
ระหว่างวันที่ 19 – 21 เมษายน พ.ศ. 2561

ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน อำเภอชะอำ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์





|                                                                                                                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| จารุจิตรรงค์ มามาก และดาวลอย กาญจนมณีเสถียร / ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้<br>คุณลักษณะงานกับความสุขในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน<br>จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่                                                                 | 240 |
| ชยาทิติ เชื้อจ่อหอ และธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ / การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง<br>ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและคุณค่าของตราสินค้าแบรนด์เมเจอร์<br>ซีนีเพล็กซ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร                                                      | 250 |
| อัญชญา โคกหม้อ และธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ / การตระหนักรู้ การเตรียมพร้อม<br>และบริบททางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ start up ของธุรกิจ<br>ในเขตอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี                                                         | 258 |
| นริศรา โคธิเสน, มินตรา เรืองเนตร, รุจิรัตน์ แสงสวัสดิ์, ทิพวรรณ กำศิริมงคล<br>และลลิตา ทองธีรภาพ / แรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ<br>และการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์<br>กรณีศึกษา: V Chinese by Kru Vee | 271 |
| ห้อง Khao Luang 2 ห้องปริญญาตรี 4 การจัดการภาครัฐและเอกชน                                                                                                                                                                          | 281 |
| ชุตติกาญจน์ แก้วงาม และอิสราภรณ์ ทนุผล / การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้สูงอายุ<br>ที่มีสุขภาพดี                                                                                                                                   | 282 |
| ทินารมภ์ เรืองสุขดี และอิสราภรณ์ ทนุผล / ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว<br>และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม<br>กรณีศึกษา ตลาดน้ำโบราณบ้านต้นตาล อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี             | 300 |
| สิริลักษณ์ แป้นแหลม และอิสราภรณ์ ทนุผล / การศึกษาการจัดการและควบคุม<br>ภายในของวัดหลวงกับวัดราษฎร์ พื้นที่อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี                                                                                          | 314 |
| กมลชนก โตสุวรรณ และดาวลอย กาญจนมณีเสถียร / ความสัมพันธ์ระหว่างความสุข<br>กับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีในจังหวัดเพชรบุรี                                                                                   | 328 |
| ณัฐมน บรรจงรักษา และดาวลอย กาญจนมณีเสถียร / การเปรียบเทียบ<br>ความเครียดของผู้ประกอบการขนาดเล็กในห้างสรรพสินค้าบุฟฟาร์ทหัวหิน<br>กับผู้ประกอบการในตลาดชิคเคต้าหัวหิน                                                               | 339 |
| นวพรรษ ศุกลรัตน์ และดาวลอย กาญจนมณีเสถียร / การเปรียบเทียบความสุข<br>ของผู้ประกอบการขนาดเล็กในห้างสรรพสินค้าบุฟฟาร์ทหัวหิน                                                                                                         |     |



แรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการบริหารจัดการกิจการ

ของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์

กรณีศึกษา: V CHINESE BY KRU VEE INSPIRATION, THE SERVICES MARKETING MIX AND  
BUSINESS MANAGEMENT OF ONLINE CHINESE TUTORIAL INSTITUTE

CASE STUDY: V CHINESE BY KRU VEE

นริศรา โคธิเสน<sup>20</sup>

Narisara Kothisen

มินตรา เรืองเนตร<sup>21</sup>

Narisara Kothisen

รุจีรัตน์ แสงสวัสดิ์<sup>22</sup>

Rujeerat Sangsawat

ทิพวรรณ กำศิริมงคล<sup>23</sup>

Tippawan Kamsirimongkol

ลลิตา ทองธีรภาพ<sup>24</sup>

Lalita Thongteerapap

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเปิดสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee 2. เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese By Kru Vee 3. เพื่อศึกษาถึงวิธีการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese By Kru Vee ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และไม่เป็นทางการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยเป็นดังนี้ 1) แรงจูงใจของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee คือเจ้าของสถาบันเล็งเห็นถึงแนวโน้มด้านการเรียนในระบบออนไลน์ว่าเป็นอนาคตของการศึกษา 2) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการให้ความสนใจในหลักสูตรความถนัดทางภาษาจีน ในราคา 3,600 บาท ต่อ 35 ชั่วโมง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นระบบออนไลน์ ด้านส่งเสริมการตลาด มีการตีพิมพ์ตามโรงเรียนโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ด้านบุคคล เจ้าของสถาบันดำเนินงานเองทั้งหมด ด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญกับหน้าเว็บไซต์ ด้านกระบวนการ มีบริการที่ง่ายและรวดเร็วในระบบออนไลน์ 3) การบริหารจัดการกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว จัดจ้างบุคลากรภายนอกด้านไอทีและดำเนินงานด้วยระบบออนไลน์เป็นหลัก

<sup>20,23</sup> สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Major of Business Management and English, Faculty of Management Science, Silpakorn University

<sup>4,5</sup> อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Lecturer at Faculty of Management Science, Silpakorn University



คำสำคัญ : แรงจูงใจ, ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, สถาบันกวดวิชาภาษาจีน, ออนไลน์

#### Abstract

This is a qualitative research that aimed 1) To know the inspiration to founded Online Chinese Tutorial Institute of V Chinese By Kru Vee 2) To know The Services Marketing Mix of Online Chinese Tutorial Institute of V Chinese by Kru Vee. 3. To know the business management of Online Chinese Tutorial Institute of V Chinese by Kru Vee. The researcher collected data by in-depth interviews, informal interviews and data were analyzed by Descriptive Analysis. The results were as follows: 1) Inspiration of Tutorial Institute V Chinese by Kru Vee; the owner found online education that is the trend in the future. 2) Marketing Mixes; Product; the most customer are interesting in PAT 7.4 with 3,600 baht per 35 hours, Place; focus on online system, Promotion; free tutoring, webvertising, People; the owner manage by herself Physical Evidence; attention to web page, Process; convenient registration and online payment. 3. Business management; single proprietorship, outsourcing and mainly online.

**Keywords:** Inspiration, The Services Marketing Mix, Chinese Tutorial Institute, Online

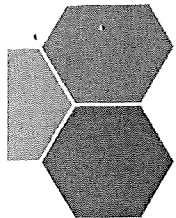
#### บทสรุปงานวิจัย

##### หลักการและเหตุผล

ในประเทศไทยภาษาจีนได้เข้ามามีบทบาทอย่างมาก เห็นได้ชัดจากการที่มีการบรรจุภาษาจีนลงในหลักสูตรภาคบังคับของกระทรวงศึกษาธิการในหลายโรงเรียน และยังมีบทบาทในด้านการค้าทางธุรกิจ ภาพยนตร์การบันเทิง จึงทำให้คนไทยให้ความสนใจกับภาษาจีนมากขึ้น ไม่แพ้ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น หรือภาษาอื่นๆในโลก ( หวาง กวน หวิน และเฉิน เหว่ย กวง, 2549 )

สำหรับยุคโลกาภิวัตน์นี้ถือได้ว่าเป็นยุคแห่งการแข่งขันที่มนุษย์ทุกคนพึงต้องมีความตื่นตัวในการเรียนและการทำงานอย่างมาก ซึ่งทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาทักษะเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ก็คือ การเรียนพิเศษ และคงปฏิเสธกันไม่ได้ว่ามีผู้คนสนใจหาความรู้ผ่านการเรียนพิเศษกันเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจสถาบันกวดวิชาจึงได้ถือกำเนิดขึ้นมาอย่างมากมายในปัจจุบันนี้ แต่เนื่องด้วยเทคโนโลยีที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาทำให้สถาบันกวดวิชาต่างๆไม่สามารถพึ่งพาอาศัยหลักการทำธุรกิจแบบเดิมๆเพื่อค้าจุนความเจริญรุ่งเรืองของตนได้อีกต่อไป ( สายฟ้า พล วายุ, 2542 ) ประกอบกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมากขึ้น ส่งผลให้บทบาทการเรียน การสอนผ่านระบบออนไลน์มีความสำคัญขึ้นตามมา ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์เชิงนโยบายของ Thailand 4.0 ที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยมีโมเดลคือ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน พร้อมทั้งมีโครงสร้างด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมที่มีคุณภาพ มีอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมประชากรมากที่สุด เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงทุกภาคส่วนได้อย่างไม่สะดุด ( UIH, 2560 )

หากกล่าวถึงธุรกิจสถาบันกวดวิชาออนไลน์แล้วนั้น ถือเป็นธุรกิจประเภทบริการที่สามารถทำเงินได้ดี และมีโอกาสเติบโตไปได้ในอนาคต ซึ่งถือเป็นหนึ่งในแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการริเริ่มสร้างธุรกิจสถาบันกวดวิชาออนไลน์ขึ้น



นอกจากนี้ผู้ประกอบการมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องรับรู้ถึง แนวทางด้านการตลาด ความเป็นมาเป็นไป การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและคู่แข่ง รวมถึงการคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นใน ภายภาคหน้าเพื่อเป็นการเพิ่มผลกำไรและธุรกิจสามารถอยู่รอดต่อไปได้ในสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันนี้ โดยหนึ่งใน แนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler ที่ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของสถาบัน กวดวิชา นั่นคือ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) หรือ 7Ps เพราะธุรกิจประเภท สถาบันกวดวิชาเป็นธุรกิจทางด้านบริการ จึงมีความเหมาะสมในการนำแนวคิดนี้มาใช้ศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการ ของผู้ใช้บริการและทราบถึงแก่นหลักของตัวธุรกิจให้มากที่สุด

ด้านสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ที่เลือกมาศึกษานั้น ผู้วิจัยได้เลือกสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese By Kru Vee ซึ่งผู้สอนมีประสบการณ์สอนมากกว่า 18 ปี และมีการสอนผ่านระบบออนไลน์ ประกอบไปด้วยหลาย หลักสูตร อาทิ ภาษาจีนเบื้องต้น ภาษาจีนระดับกลาง ทิวสอบ HSK ทิวเข้ม PAT ภาษาจีน (vchinesecenter, 2560) และสำหรับตัวผู้ประกอบการนั้นมีการนำเอาหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามคำสอนของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในด้านความพอประมาณเข้ามาใช้เป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ ในช่วงแรกเริ่ม คือ ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและ การบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2560)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงแรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และวิธีการบริหารจัดการของสถาบัน กวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ของ V Chinese By Kru Vee โดยผู้วิจัยหวังว่าการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ให้กับ ผู้ประกอบการรายเก่าหรือรายใหม่ที่มีความสนใจในธุรกิจนี้และเป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกสถาบันกวดวิชาให้แก่ ผู้ที่มีความสนใจจะศึกษาภาษาจีน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเปิดสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee
2. เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese By Kru Vee
3. เพื่อศึกษาถึงวิธีการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 1.แนวคิดและทฤษฎีของภาษาจีน

อักษรจีนถือเป็นระบบการเขียนที่เก่าแก่ที่สุดในโลก โดยนักภาษาศาสตร์ส่วนใหญ่เชื่อว่า การเขียนภาษาจีนมี อายุราว 957 – 407 ปี ก่อนพุทธศักราช ซึ่งถูกจารึกไว้บนกระดูกวัวและกระดองเต่า ภาษาจีนเป็นภาษาที่มีการใช้มา เป็นเวลานานที่สุด ใช้กันในพื้นที่กว้างขวางที่สุดและมีจำนวนคนที่ใช้มากที่สุดในโลก การใช้ตัวอักษรจีนไม่เพียงแต่ได้ทำ ให้วัฒนธรรมจีนพัฒนาไปเท่านั้น หากยังได้ส่งอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อการพัฒนาวัฒนธรรมโลกด้วย (แก้วอัปสร ภัทรา ดุลย์ และคณะ, 2559)

#### 2.แนวคิดและทฤษฎีของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (The Service Marketing Mix) ของ Philip Kotler คือ ธุรกิจ บริการจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง ซึ่งประกอบด้วย 1.ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่

ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ 2.ด้านราคา เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคาของบริการนั้น 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า 4.ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่ชักจูงให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการ 5.ด้านบุคคล เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ดี 6.ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า 7.ด้านกระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

### 3.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550) อ้างอิงจาก Abraham H.Maslow (1954: 80-106) ได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ โดยมีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งมีเบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ และแรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่การตอบสนอง ความพอใจ มาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็น 5 ระดับด้วยกัน ได้แก่

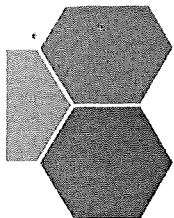
- 1.ความต้องการทางสรีระ หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกายซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต
  2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เพราะบุคคลไม่ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนในการดำรงชีวิต
  - 3.ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ หมายถึง ความต้องการที่จะเป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น และเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ
  4. ความต้องการที่จะรู้สึกว่ามีค่า หมายถึง ความปรารถนาที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูง เป็นที่น่าเคารพยกย่องจากทั้งตนเองและผู้อื่น ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถ มีคุณค่า มีเกียรติ มีตำแหน่งฐานะ
  5. ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริง หมายถึง ความต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจตนเองตามสภาพที่แท้จริง รู้จักค่านิยม ความสามารถและมีความจริงใจต่อตนเอง มีสติในการปรับตัว เปิดโอกาสให้ตนเองเผชิญกับความจริงของชีวิต และสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น
- 4.ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในภายนอก ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรู้รอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน (มูลนิธิพัฒนา, 2560)

### วิธีการศึกษา

#### ขอบเขตของการวิจัย

1. พื้นที่ในการวิจัย สถาบันกวตวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee
  2. ผู้ให้ข้อมูล ศึกษาข้อมูลโดยตรงทั้งจากเจ้าของสถาบันและผู้ให้บริการ ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องและครบถ้วน
  - 3.เวลา มีระยะเวลาการศึกษารวม 4 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 – เดือนธันวาคม 2560
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ



1. เพื่อทราบถึงแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสถาบันกวดวิชาออนไลน์และความสำคัญของภาษาจีนที่มีเพิ่มมากขึ้น
  2. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สนใจเปิดสถาบันกวดวิชาออนไลน์สามารถนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองได้
  3. เพื่อเป็นเทคนิคในการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจในยุค Thailand 4.0 ให้ประสบความสำเร็จ
- การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 5 คน คือ เจ้าของกิจการ และผู้ใช้บริการ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบที่มีการวางแผนและกำหนดแนวคำถามไว้ แบบพอประมาณ สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม และการสังเกตและจดบันทึก (Observation and Field-note) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลด้วยการสังเกต โดยการลงพื้นที่ ซึ่งได้รับการอนุญาตให้สามารถบันทึกเสียงการสนทนาและจดบันทึกประเด็นสำคัญที่จำเป็นต่อการศึกษาแรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การศึกษาเอกสาร เป็นการเตรียมตัวก่อน ระหว่างและหลังการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการเก็บข้อมูล จากการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในเรื่องแรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ไดมาโดยการ ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551 : 282) ประกอบด้วย

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 1 แหล่ง คือ บุคคล ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ครั้งแรก โดยการสัมภาษณ์จากตัวเจ้าของกิจการโดยตรง
2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ผู้วิจัยมีการรวบรวมข้อมูลด้านต่างๆก่อนการสัมภาษณ์ ในด้านคู่แข่ง ส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อนำข้อมูลไปสัมภาษณ์กับเจ้าของกิจการ
3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด
4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถามผู้ให้ข้อมูล หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาแรงจูงใจ และส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese By Kru Vee ซึ่งมีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แนวคำถาม ผู้วิจัย สัมภาษณ์ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล และเครื่องบันทึกเสียง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ( Descriptive Analysis ) โดยการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากเก็บรวบรวมข้อมูลการสังเกต และการสัมภาษณ์ การถอดเทป ซึ่งทำให้ทราบถึงข้อเท็จจริงของประเด็นที่ศึกษา โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ผู้วิจัยถอดเทปข้อมูลจากการบันทึกการสัมภาษณ์เพื่อนำมาเรียบเรียงบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลแบบคำต่อคำแล้วจึงนำข้อมูลที่ไดมาวิเคราะห์ว่าผู้ให้ข้อมูลมีการให้ข้อมูลหรือบอกเล่าถึงแรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V



Chinese by Kru Vee ไว้ว่าอย่างไรบ้าง รวมถึงข้อมูลทางด้านบุคลิกภาพ พฤติกรรม ขณะสัมภาษณ์ที่ได้บันทึกลงกล้อง  
ถ่ายภาพดิจิทัลทำให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูงสุด จากนั้นจึงอ่านข้อมูลการสัมภาษณ์ทั้งหมดโดยการอ่านข้อมูลจาก  
การสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ได้มา เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพรวมของข้อมูลทั้งหมดและสรุปผลการวิจัยได้อย่างมี  
ประสิทธิภาพ

### ข้อค้นพบ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการบริหาร  
จัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee โดยนำผลจากการสัมภาษณ์มาศึกษาตาม  
วัตถุประสงค์ต่อไปนี้

#### 1. แรงจูงใจของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee

คุณ มนัสวี พรหมสวางค์ หรือ ครูวี เจ้าของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee เกิดและ  
เติบโตที่ประเทศจีนก่อนย้ายเข้ามาที่ไทยเพื่อเรียนภาษาไทยในช่วงประถมศึกษา และเริ่มทำงานที่ธนาคารก่อนจะไปเป็น  
ครูสอนพิเศษในสถาบันสอนภาษาจีนแห่งหนึ่ง แต่ครูวีได้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อบกพร่องของหลักสูตรในสถาบัน รวมทั้ง  
มองเห็นถึงโอกาสการเติบโตของภาษาจีนในอนาคตว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นในการทำงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ  
ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงริเริ่มในการสร้างสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee นี้ขึ้นมา รูปแบบ  
โครงสร้างมีการบริหารงานในสถาบันเพียงคนเดียวรวมถึงมีการจัดจ้างงานจากภายนอก โดยเริ่มต้นจากการสอนสดและ  
พัฒนาไปเป็นการสอนผ่านระบบออนไลน์ ทั้งนี้ครูวีได้เล็งเห็นถึงแนวโน้มด้านการศึกษาว่าการเรียนในระบบออนไลน์คือ  
อนาคตของการศึกษา เพราะเป็นการเผยแพร่ความรู้โดยผู้สอนที่มีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ตัวผู้ประกอบการมอง  
ว่า คู่แข่งคือผู้ที่มีส่วนร่วมในการผลักดันให้เด็กไทยได้ใช้ภาษาจีนเป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีเป้าหมาย  
คือ อยากให้เด็กไทยได้รู้ภาษาจีนอย่างเต็มที่ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและชาติ ให้ด้วยใจไม่เน้นธุรกิจ

#### 2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee

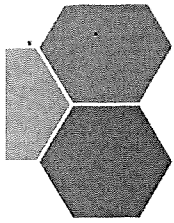
##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลิตภัณฑ์ คือ หลักสูตรการสอนซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1.1. หลักสูตรภาษาจีนระดับต้นและระดับกลาง โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ ระดับ A, B, C เหมาะสำหรับ  
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สายศิลป์ภาษาจีน

1.2. หลักสูตรการสอบวัดระดับความถนัดทางภาษาจีน (PAT 7.4) เป็นการสอบวัดความถนัดทางภาษาจีน  
จัดสอบโดยสถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (สทศ.) โดยทางสถาบันมีการสอนเรื่องคำศัพท์ สำนวน และไวยากรณ์  
เสริมเพิ่มเติมรวมถึงไวยากรณ์ของ ความถนัดทางภาษาจีน (PAT 7.4) เหมาะสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่  
ประสงค์ใช้คะแนนสอบเพื่อยื่นเข้าในระดับอุดมศึกษา และเป็นคอร์สที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการมากที่สุด

1.3. หลักสูตรการสอบวัดระดับ HSK 3 4 5 คือการวัดระดับความรู้ภาษาจีนสำหรับผู้ที่ใช้ภาษาจีนเป็นภาษา  
ที่สอง จัดโดยสำนักงานดูแลการสอนภาษาจีนเป็นภาษาที่สองของกระทรวงศึกษาธิการ ประเทศสาธารณรัฐประชาชน  
จีน สาขาที่มีการจัดสอบในประเทศไทย คือ การวัดระดับความรู้ภาษาจีนระดับพื้นฐาน ระดับต้น กลาง และระดับสูง  
เหมาะสำหรับผู้ที่สามารถใช้ภาษาเหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสอบวัดระดับเพื่อต่อยอดการทำงาน เช่น การเพิ่ม  
เงินเดือน และใช้เป็นใบเบิกทางในการสมัครงาน และการสอบชิงทุนไปศึกษาต่อในประเทศจีน

โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจในหลักสูตรการสอบวัดระดับความถนัดทางภาษาจีน (PAT 7.4)  
เนื่องจากต้องใช้ในการสอบเข้าระดับอุดมศึกษา



2. ด้านราคา ( Price ) มีการตั้งราคาตามคุณค่าที่ผู้ใช้บริการจะได้รับโดยอิงจากความเหมาะสมของคู่แข่ง เวลา และ ชั่วโมงเรียน เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อที่เพียงพอ ซึ่งทาง V Chinese by Kru Vee มีการกำหนดราคาดังนี้

2.1. หลักสูตรภาษาจีนระดับต้นถึงระดับกลาง ราคา 3,600 บาทต่อ 35 ชั่วโมง

2.2. หลักสูตรการสอบวัดระดับความถนัดทางภาษาจีน (PAT 7.4) ราคา 3,600 บาทต่อ 35 ชั่วโมง

2.3. หลักสูตรการสอบวัดระดับ HSK ระดับ 3, 4, 5 ราคา 3,600 บาทต่อ 35 ชั่วโมง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( Place ) V Chinese by Kru Vee เลือกใช้การนำเสนอบริการเพียงแค่ระบบออนไลน์ โดยสามารถเลือกเรียนผ่านระบบออนไลน์ได้ สองแบบคือ

3.1. เรียนออนไลน์ที่บ้าน ทำให้ผู้เรียนสามารถจัดสรรเวลาได้เองตามความเหมาะสม เหมาะสำหรับนักเรียนที่ไม่สะดวกในการเดินทางและไม่ได้อยู่ใกล้สาขาที่กำหนดไว้

3.2. เรียนออนไลน์ที่สถาบัน KPN สำหรับนักเรียนที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศการเรียนและอยากพบปะผู้คน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่สนใจเรียนออนไลน์ที่สถาบัน KPN มากกว่า เนื่องจากผู้ให้บริการมีเรียนพิเศษเพิ่มเติมในวิชาอื่น ด้วยจึงต้องการเปลี่ยนบรรยากาศในการเรียน

4. ด้านส่งเสริมการตลาด ( Promotion ) V Chinese by Kru Vee มีการตีวภาษาจีนฟรี ให้กับโรงเรียนต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจให้กับผู้ใช้บริการ และนอกจากนี้ยังสามารถแบ่งการส่งเสริมการตลาดได้เป็น 2 ประเภทคือ

4.1 การโฆษณา ( Advertising ) ใช้การโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ คือ Google advertising และ Facebook ด้วยการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า และการโต้ตอบที่รวดเร็ว ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ

4.2 การส่งเสริมการขาย ( Sales Promotion ) มีการจัดโปรโมชั่น ชี้ออร์สเรียนภาษาจีน 2 คอร์สเรียน แถมฟรีอีก 1 คอร์สเรียน

ผู้ใช้บริการรู้จักสถาบันกวตวิชา มาจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่คือ Facebook รองลงมาคือ Google Advertising และการบอกต่อของคนที่รู้จัก ทำให้การโฆษณาผ่านทาง Facebook และ Google Advertising ประสบผลสำเร็จ

5. ด้านบุคคล ( People ) ครูเจ้าของสถาบันนั้นเป็นคนดำเนินการและให้ข้อมูลรวมถึงตอบกลับผู้ใช้บริการเองทั้งหมด ทำให้ไม่เกิดปัญหาในเรื่องของการบริหารจัดการภายในองค์กร ด้านภาพลักษณ์ครูมีการแต่งกายที่ดูมีภูมิฐาน น่าเชื่อถือ มีการสอนที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย เพราะมีน้ำเสียงที่น่าฟังและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน ทำให้ผู้ใช้บริการสัมผัสได้ถึงความสะดวกที่ทาง V Chinese by Kru Vee มีให้กับผู้ใช้บริการอีกด้วยเนื่องจากครูเจ้าของสถาบันนั้นเป็นคนดำเนินการและให้ข้อมูล

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ( Physical Evidence ) V Chinese by Kru Vee เล็งเห็นว่าผู้ใช้บริการในปัจจุบันให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีมากขึ้น จึงมีการสร้างและนำเสนอคุณภาพโดยรวมให้กับผู้ใช้บริการผ่านทางหน้าเว็บไซต์ด้วยการใส่รายละเอียดที่ครบถ้วนทั้งการชำระเงิน หลักสูตรการสอน และช่องทางการติดต่อ ( เบอร์โทรศัพท์ Line Facebook ) ที่มีการให้บริการที่รวดเร็วและเจรจาอย่างสุภาพอ่อนโยนมี 2 ช่องทางดังนี้

6.1 เรียนออนไลน์ที่บ้าน มีการเข้าสู่ระบบการเรียนที่ไม่ซับซ้อน มีตัวอักษรและสีสันท่านน่าสนใจและวางมุมมองภาพรวมเว็บไซต์ให้ผู้ใช้บริการเข้าใจง่าย

6.2 เรียนออนไลน์ที่สถาบัน KPN มีบรรยากาศภายในห้องเรียนที่ปลอดโปร่ง แสงสว่างที่เพียงพอ และจำนวนที่เรียนต่อห้องไม่มากจนเกินไป อุปกรณ์ต่างๆที่ทันสมัยพร้อมแก่การใช้งาน ในกรณีที่เกิดปัญหานั้นงานสามารถแก้ปัญหาทั้งตัวระบบและสถานที่ให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว

7. ด้านกระบวนการ ( Process ) มีการกำหนดวิธีการให้บริการที่ง่ายและรวดเร็ว เริ่มตั้งแต่การลงทะเบียน ช่องทางการชำระเงิน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงการบริการได้อย่างสะดวกและสอดคล้องกับเสียงตอบรับของผู้ใช้บริการว่ารู้สึกประทับใจในการเข้าใช้งาน

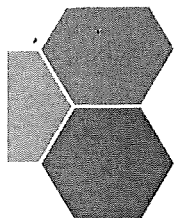
### 3.วิธีการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese By Kru Vee

V Chinese by Kru Vee มีการบริหารจัดการธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียวโดยไม่มีโครงสร้างองค์กร แต่ในการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) นั้นใช้การจัดจ้างบุคคลภายนอก (Outsourcing) เพื่อเข้าถึงทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น รวมถึงการเข้าเป็นพันธมิตรร่วมกับสถาบันกวดวิชา KPN Smart ในด้านการจัดการเรียนการสอนมีการปรับเปลี่ยนเทปการบันทึกการสอนอยู่เสมอเพื่อให้เหมาะกับปัจจุบันมากที่สุดโดยทั้งหมดนี้อยู่บนพื้นฐานของระบบออนไลน์ที่ตรงตามนโยบาย Thailand 4.0 คือการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งยึดหลักการเศรษฐกิจพอเพียงด้วยการขยายฐานธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป เริ่มตั้งแต่การสอนสด ฝากขาย จนกระทั่งมาเป็นการสอนในรูปแบบออนไลน์อย่างเต็มตัวและประสบความสำเร็จจนสามารถสร้างกำไรสุทธิได้ 200,000 บาทต่อเดือน และจำนวนผู้ใช้บริการที่แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในแต่ละเดือน

### ข้ออภิปราย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง แรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee พบว่า

1. แรงจูงใจในการเปิดสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee เจ้าของสถาบันมีความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) และไม่ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนในชีวิต เนื่องจากก่อนหน้านี้เจ้าของสถาบันทำงานอยู่ในภาคเอกชนซึ่งมีความไม่แน่นอนในการทำงานสูง จึงได้มองหาความมั่นคงในชีวิตโดยการมองหาโอกาสในการเติบโตของภาษาจีนในอนาคตว่ามีความสำคัญอย่างมากในด้านการเรียน การทำงาน และการดำเนินชีวิต ในช่วงที่เป็นครูสอนพิเศษในสถาบันสอนภาษาจีนแห่งหนึ่งเจ้าของสถาบันได้พบข้อบกพร่องของหลักสูตร จึงหันมาเปิดสถาบันกวดวิชาภาษาจีนเป็นของตนเองและปรับปรุงหลักสูตรใหม่ให้เข้ากับตัวนักเรียนมากที่สุด โดยนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เป็นสื่อหลักในการสอน รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจที่ซบเซาทำให้ผู้ใช้บริการต้องการลดค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสสำคัญที่ทำให้มีผู้สนใจในการเรียนผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น
2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee การใช้ส่วนประสมทางการตลาดโดยการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มเด็กมัธยมศึกษาตอนปลาย สายศิลป์ภาษาจีน 2) กลุ่มลูกค้าที่ต้องการสอบวัดระดับภาษาจีน ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการให้ความสนใจในหลักสูตรการตีความถนัดทางภาษาจีน (PAT 7.4) ด้านราคา มีการตั้งราคาตามคุณค่าที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ โดยใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำในราคา 3600 บาท ต่อ 35 ชั่วโมง ซึ่งมีราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับสถาบันกวดวิชาที่มีกลุ่มลูกค้า และรูปแบบการสอนผ่านระบบออนไลน์เหมือนกัน เช่น โรงเรียนสอนภาษาจีน เปย์จิงที่มีราคา 5400 บาท ต่อ 30 ชั่วโมง และ ภาษาจีน อ. อี้ ที่มีราคา 4200 บาท ต่อ 30 ชั่วโมง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นระบบออนไลน์เป็นหลักสอดคล้องกับ Thailand 4.0 ที่เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาประเทศ ด้านส่งเสริมการตลาด มีการตีพิมพ์ตามโรงเรียนต่างๆ และโฆษณาผ่านเว็บไซต์ เช่น Google Facebook รวมถึงลดราคาคอร์สตามช่วงเทศกาล ด้านบุคคล มีผู้บริหารดำเนินงานในธุรกิจทั้งหมดเพียงคนเดียว ด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญกับหน้าเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น ด้านกระบวนการ เน้นสร้างบริการที่ง่ายและรวดเร็วตั้งแต่การลงทะเบียนเลือกคอร์ส จนถึงช่องทางการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ โดยมีวิสัยทัศน์คือ สะดวก เข้าถึง และประหยัด



3. วิธีการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese By Kru Vee สถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee มีการลดค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น การจ้างพนักงานประจำ ค่าสาธารณูปโภค และค่าเช่าสถานที่ เป็นต้น และหันไปให้ความสำคัญกับระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทั้งการปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ การโฆษณา การให้ข้อมูลที่มีความสะดวก รวดเร็ว โดยการดำเนินงานทั้งหมดนี้ใช้การจ้างบุคคลภายนอก ( Outsourcing ) ด้วยกันทั้งสิ้น ถือเป็นการผลักดันประเทศไทยจากแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจแบบใหม่ที่ใช้นวัตกรรมในการหาโอกาสทางธุรกิจตามหลักนโยบาย Thailand 4.0 พร้อมไปกับการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาใช้ในการบริหารกิจการ ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถพึ่งพาตนเองได้ ไม่เป็ดเบียนซึ่งกันและกัน กล่าวคือ มีการสร้างธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความพอประมาณ ดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไปจนประสบความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้ทำให้สถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee ประสบความสำเร็จ ซึ่งเห็นได้จากกำไรสุทธิประมาณ 200,000บาทต่อเดือน รวมถึงจำนวนนักเรียนที่สามัคเรียน 60ต่อเดือนและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยพบว่า บทความออนไลน์ของ มนต์รี นิรมิตศิริพงศ์ (มนตรี นิรมิตศิริพงศ์, 2560) เรื่อง กวดวิชาเข้มงวดข้ามปี มองว่าภาพรวมของตลาดโรงเรียนกวดวิชาปี 2560 ยังคงติดลบอยู่ โอกาสเติบโตลำบากพอสมควร หากต้องการให้รายได้เพิ่มขึ้นคงต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือการลงทุนใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ผ่านแนวคิดของคุณ มนต์รี พรหมสวางค์ หรือ ครูวี เจ้าของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee ที่เล็งเห็นถึงแนวโน้มด้านการศึกษว่าการเรียนในระบบออนไลน์คืออนาคตของการศึกษา เพราะเป็นการเผยแพร่ความรู้โดยผู้สอนที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในรูปแบบที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่ำที่สุด รวมถึงบทความจากหนังสือของ อธิกิตติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (อธิกิตติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา, 2547) เรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ที่มีลักษณะแตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือ บริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้และที่สำคัญการบริการยังขึ้นอยู่กับระยะเวลาเป็นหลัก ดังนั้นองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดบริการจะต้องประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลัก (7Ps) คือ ผลิตภัณฑ์บริการ การกำหนดราคาบริการ การจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาดบริการ บุคคล หลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านส่วนประสมการตลาดบริการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee ที่มีองค์ประกอบครบถ้วนทั้ง 7 ประเภท และเน้นไปที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ และด้านส่งเสริมการตลาดผ่าน Google advertising และFacebook เป็นหลัก ซึ่งครูวีมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมและเต็มประสิทธิภาพจึงทำให้ครูวีประสบความสำเร็จ ในด้านการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีน V Chinese by Kru Vee ได้ให้ความสำคัญกับระบบออนไลน์มากขึ้น ทั้งการปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ การโฆษณา โดยการดำเนินงานด้วยตนเองทั้งหมด และขยายกิจการอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งสอดคล้องกับ บทความของ นพ. อธิเกียรติ เจริญเศรษฐศิลป์ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2560) ที่ให้ความหมายในเรื่อง Thailand 4.0 ไว้ว่า เป็นการมุ่งไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีแนวคิดสำคัญคือ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมโยงไทยสู่ประชาคมโลก ปรับเปลี่ยนจากเศรษฐกิจที่เคยพึ่งพาเทคโนโลยีจากภายนอกเป็นหลักไปสู่การพึ่งพาตนเองโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง แรงจูงใจ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการบริหารจัดการกิจการของสถาบันกวดวิชาภาษาจีนออนไลน์ V Chinese by Kru Vee ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเรียนให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขันในธุรกิจ



2.ผู้ประกอบการควรนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรศึกษารูปแบบสถาบันกวดวิชาออนไลน์ในลักษณะเดียวกันเพิ่มเติม เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกเรียนให้แก่ผู้ให้บริการที่มีความสนใจในการเรียนกวดวิชา

### เอกสารอ้างอิง

แก้วอัปสร ภัทธาดุลย์ และคณะ. (2559). Chinese for life[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/phasachinnaru/tn-kaneid-phasachinnaru>

ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธนัชการพิมพ์.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปัทมา นพรัตน์. (2560). ความหมายของการจัดการสอนแบบ E - Learning[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2560. เข้าถึงได้จาก [http://61.7.221.148/manage/Research\\_pic/20121027130915.doc](http://61.7.221.148/manage/Research_pic/20121027130915.doc)

พรหมสร เดากวินกุล. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนกวดวิชา ของนักศึกษาระดับประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์และการบัญชีบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฟิลิป คอตเลอร์. การตลาดสำหรับนักปฏิบัติ. แปลโดย สายฟ้า พลวายุ. กรุงเทพฯ: เอ อาร์ บีซิเนส เพรส, 2542.

มนัสวี พรหมสถาวรค์. (2560). เรียนภาษาจีน ทุกคอร์สของ V CHINESE[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. เข้าถึงได้จาก <https://www.vchinesecenter.com/private>

มูลนิธิชัยพัฒนา. (2560). จุดเริ่มต้นแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 มีนาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [http://www.chaipat.or.th/site\\_content/34-13/3579-2010-10-08-05-24-39.html](http://www.chaipat.or.th/site_content/34-13/3579-2010-10-08-05-24-39.html)

มนตรี นิรมิตศิริพงศ์. (2560). มติชนกรู๊ป: สแกนธุรกิจการศึกษาปี60 ตลาดพวยยาวจากศก.พันพิช[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 มีนาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [http://m.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1483592557](http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1483592557)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่: ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2560). Thailand 4.0 คืออะไร[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 18 มีนาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.modify.in.th/17994>

หวาง กวน หวิน และเฉิน เหว่ย กวง. (2549). ภาษาจีนสำหรับผู้เริ่มต้นใน 3 ก้าว. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้ากรู๊ป.

อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551). ระเบียบวิธีวิจัย. ภาควิชาการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.

it24hrs. (2560). Thailand 4.0 คืออะไร[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 มีนาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>

Khwannet Phinthong. (2015). ภาษาจีน[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. เข้าถึงได้จาก [http://chinesechen.blogspot.com/p/blog-page\\_12.html](http://chinesechen.blogspot.com/p/blog-page_12.html)