




**โครงการการประชุมวิชาการทางบริหารธุรกิจ
และศิลปศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 2**

เรื่อง “การเสนอผลงานประชุมวิชาการ”

วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2559
ณ ศูนย์ประชุมแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่

Business Administration and Liberal Arts
OF RMUTL

 THE 2ND CONFERENCE
Business Administration and Liberal Arts
OF RMUTL
2016



คำสั่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ที่ ๑๗๖๖/๒๕๕๘

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกและภายใน งานประชุมวิชาการ
คณะกรรมการธุรกิจและศิลปศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ ๒

เพื่อให้การดำเนินงานงานประชุมวิชาการคณะกรรมการธุรกิจและศิลปศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๒ (Proceeding) เป็นไปด้วยความเรียบร้อยเหมาะสมและบรรลุวัตถุประสงค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จึงแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกและภายในเพื่อตรวจพิจารณาผลงาน ดังนี้

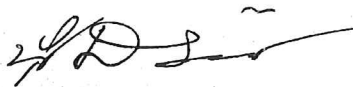
๑. ศาสตราจารย์มนัส	สุวรรณ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์สมเดช	มุงเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ป้าจรรย์	ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
๔. รองศาสตราจารย์ธเนศ	ศรีวิชัยลำพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๕. รองศาสตราจารย์ธีรภัทร	วรรณฤมล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๖. รองศาสตราจารย์จำเนียร	บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๗. รองศาสตราจารย์อารีย์	เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๘. รองศาสตราจารย์อภิรักษ์	จินตะณี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๙. รองศาสตราจารย์อรัญญา	ดุษฎีภรณ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
๑๐. รองศาสตราจารย์พรหทัย	ต๋อมจิตานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อมรรัตน์	ท้าวรุ่งโรจน์	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญทวารณ	วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๑๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิรัชศักดิ์	สมยานะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๑๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิ่งดาว	จินดาเทวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๑๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นงลักษณ์	เรืองวิทยากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
๑๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทริกา	มณีพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์	อินตะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๑๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อินดา	รัชเวทย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๑๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนันตกุล	อินทรผดุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
๒๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทศพงศ์	อวิโรธนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยยศ	สัมฤทธิ์สกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อายุส	หมู่เย็น	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชาภพ	พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยพายัพ
๒๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูษณิศา	เดชเถกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๒๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชนิวรรณ	บุญอนนท์	มหาวิทยาลัยกำแพงเพชร
๒๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสรี	ปานขาง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปานฉัตร	อากาภิรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒนา	ยีนยง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพชร	บุคสีทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๓๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประยูทธ...

๓๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประยูท	วรรณอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
๓๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จตุรภัทร	วงศ์สิริสถาพร	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรวีร์	ชัยอมรไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๓๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลทิพย์	คำใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๓๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลณัฐ	พลวัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๓๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุษยากร	ตีระพุดติกุลชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
๓๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นวพร	ประสมทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
๓๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิศิรา	เหล่าบำรุง	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
๓๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิราวัฒน์	ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
๓๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา	สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๔๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ	บัวชุม	มหาวิทยาลัยรังสิต
๔๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสนีย์	พวงยามณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
๔๒. นายวรวิทย์	เลาหะเมธานี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๓. นายรัฐนันท์	พงศวิริทธิ์ธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๔. นางสาวลัดดา	ปิ่นตา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๕. นายตะวัน	วาทกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๔๖. นางสาวเทียน	เลรามัญ	มหาวิทยาลัยพายัพ
๔๗. นางสาวรุติกุล	ไชยวรรณ	มหาวิทยาลัยพายัพ
๔๘. นางสาวปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๔๙. นางสาวกัญญาพัสรี	กลุ่มธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
๕๐. นางสุภาวดี	ขุนทองจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๕๑. นางสาวจวีร์	วิชิตรนบดี	มหาวิทยาลัยพายัพ
๕๒. นายนพดล	พันธุ์พานิช	มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น
๕๓. นายอุเทน	เลาน้ำทา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
๕๔. นายวรรณโณ	ฟองสุวรรณ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง
๕๕. นางสาวกาญจนา	สุระ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๕๖. นางสาวพรณิภา	เกสัชพิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๕๗. นายนิติศักดิ์	เจริญรูป	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๕๘. นางวีรวรรณ	เจริญรูป	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๕๙. นางณภัทร	ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๖๐. นางสาวอัจฉราพร	แปลงมาลัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๘



(รองศาสตราจารย์นายยุทธ สงค์ธนาพิทักษ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชน
สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

Consumers' Willingness to Pay for Princess Galyani Vadhana Institute of Music
Youth Orchestra's Classical Music Concert Fee

พลอยไพลิน พงษ์ศิริแสน* และ ธีระวัฒน์ จันทิก

Ploypailin Pongsirisan* and Thirawat Chantuk

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Public and Private Management Faculty of Management Science Silpakorn University.

*Corresponding author E-mail: ploy.pgvim@gmail.com.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดการรวม วาทยกร ครูผู้ฝึกอบรม และนักดนตรี ที่เกี่ยวข้องกับวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา จำนวน 13 คน ใช้กระบวนการสัมภาษณ์และนำไปวิเคราะห์ตามทฤษฎี SWOT Analysis และตามทฤษฎี TOWS Matrix ผลการวิจัยพบว่า 1. สถานการณ์การแข่งขันได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ได้แก่ 1.1) โปรแกรมการแสดงน่าสนใจ 1.2) มีวิธีการสื่อสารบทเพลงที่หลากหลาย 1.3) นักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพในการแสดงคอนเสิร์ต 1.4) คุณภาพการแสดงของวงได้รับการยอมรับในวงการดนตรีคลาสสิก 1.5) สามารถเข้าชมการแสดงได้ตลอดทั้งปี 1.6) ภาพรวมการแสดงมีความหลากหลายในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน และ 1.7) มีแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้ง 2. การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเชิงบริบท พบว่า จากสถานการณ์เชิงได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตที่ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งผู้บริโภคจะพิจารณาจากปัจจัย ดังนี้ 2.1) โปรแกรมการแสดงมีความหลากหลายและน่าสนใจ 2.2) การสื่อสารบทเพลงมีวิธีการที่หลากหลาย 2.3) การบรรเลงเพลงของนักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพ 2.4) คุณภาพการแสดงดนตรีคลาสสิกของวงได้รับการยอมรับจากผู้ฟัง 2.5) ผู้ชมสามารถเข้าชมการแสดงตามความต้องการได้ 2.6) ภาพรวมการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งมีความหลากหลายและแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความเต็มใจจ่าย, ค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิก, ดนตรีคลาสสิก, วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี กัลยาณีวัฒนา

Abstract

This research aims to study the consumers' willingness to pay for a classical music concert fee of Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra. This research is a qualitative one, adopting in-depth interview given by orchestra manager, conductor, music supervisors, and musicians concerning with Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra, in the total number of 13 people. The result, after the interview is applied with SWOT Analysis and TOWS Matrix, indicates 1. Advantages of Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra which are:- 1.1) interesting program 1.2) various media to help express music 1.3) professional musicians 1.4) accepted quality of performances 1.5) year-round concerts 1.6) great variety of overview images of concerts and 1.7) fund for each concert 2. The contextual analysis of the consumers' willingness to pay for a classical music concert fee of Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra indicates that most advantages of Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra concern with the style of concert, and that the consumers will consider these factors:- 2.1) program 2.2) various media to help express music 2.3) professional musicians 2.4) quality of the orchestra 2.5) availability of the concerts and 2.6) variety of concerts' overview images.

Keywords: Willingness to Pay, Classical Music Concert Fee, Classical Music, Princess Galyani Vadhana Institute of Music Youth Orchestra.

บทนำ

สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา เกิดจากความร่วมมือระหว่าง คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรและกระทรวงวัฒนธรรม ที่จัดตั้งเป็นโครงการสถาบันดนตรีในรูปแบบของ Conservatory เพื่อเฉลิมพระเกียรติในมงคลโอกาสที่สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณีวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ทรงเจริญพระชนมายุ 84 พรรษา ในวันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2550 และเพื่อสนองพระปณิธานของพระองค์ท่านที่จะพัฒนาดนตรีคลาสสิกในประเทศไทยให้ก้าวหน้าทัดเทียมนานาชาติ จนกระทั่งวันที่ 26 พฤษภาคม 2555 สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาได้กลายเป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษาภายใต้การกำกับของรัฐ ตามพระราชบัญญัติสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา พ.ศ. 2555 ที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรดุริยางคศาสตร์บัณฑิต ที่ดำเนินการมุ่งพัฒนาศักยภาพเยาวชนดนตรีของประเทศไทยให้มีความเป็นเลิศเฉพาะทางด้านดนตรีคลาสสิกผ่านการเรียนการสอนทั้งวิชาทักษะและวิชาดนตรีแบบบูรณาการอย่าง

สมบูรณ์ (วันครบรอบการสถาปนาสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2556, 2556)

นอกจากนี้ สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ยังได้เล็งเห็นความสำคัญของดนตรีคลาสสิกกับการให้บริการวิชาการแก่ชุมชน สังคม และการทำงานบำรูงศิลปวัฒนธรรม อย่างต่อเนื่องจึงได้จัดตั้ง “โครงการวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา” ขึ้นในปี พ.ศ. 2556 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและพัฒนาทักษะความสามารถเป็นเลิศทางด้านดนตรีของนักดนตรีเยาวชนไทยในการบรรเลงร่วมกันในวงออร์เคสตราหรือที่เรียกว่าวงดุริยางค์เยาวชน ซึ่งจะเป็นประสบการณ์ในการเรียนรู้ของนักดนตรีเยาวชนและเป็นการเปิดโอกาสให้ครอบครัวของนักดนตรีเยาวชน อีกทั้งสาธารณชนทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าถึงหรือเข้าฟังดนตรีคลาสสิกได้มากขึ้น โดยผ่านการชมการแสดงคอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาที่มีการจัดการแสดงคอนเสิร์ตเป็นฤดูกาลอย่างต่อเนื่องจนก้าวเข้าสู่ปีที่ 3 (สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา รายงานประจำปีงบประมาณ 2557,2557)

แต่อย่างไรก็ตามการจัดคอนเสิร์ตการแสดงของ วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาที่ผ่านมา ไม่มีการเก็บค่าเข้าชมการแสดงหรือเป็นการให้ชมการแสดงดนตรีคลาสสิกฟรี เนื่องจากวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี กัลยาณีวัฒนาดำเนินการอยู่ภายใต้สถาบันการศึกษาที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลในการบริหารจัดการแสดงคอนเสิร์ตดังกล่าว ประกอบกับวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเพิ่งถูกก่อตั้งขึ้นมาใหม่จึงยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับผู้ชมดนตรีคลาสสิกโดยเฉพาะ และบุคคลทั่วไปมากนัก แต่ถ้าหากในอนาคตวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเริ่มมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของผู้ชมดนตรีคลาสสิกแล้ว และอาจไม่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาลในการจัดการแสดงคอนเสิร์ตดังกล่าว จึงส่งผลทำให้วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาอาจจะต้องมีการเก็บค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ในการบริหารจัดการเนื่องจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาสถานการณ์เชิงได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาที่ส่งผลให้ผู้บริโภครู้จักและสนใจเข้าชมดนตรีคลาสสิกด้วยความเต็มใจของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิก วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเนื่องจากผู้บริโภคหรือผู้ฟังดนตรีคลาสสิกเป็นบุคคลที่สำคัญในการเผยแพร่และพัฒนาวงการดนตรีคลาสสิกในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การแข่งขันได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาจากการสัมภาษณ์ ผู้จัดการวง วาทยกร ครูผู้ฝึกอบรม และนักดนตรี ที่เกี่ยวข้องกับวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

2. เพื่อวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเชิงบริบท

คำถามงานวิจัย

ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา เป็นอย่างไร จากสถานการณ์การแข่งขันได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ที่แตกต่างจากวงดุริยางค์เยาวชนวงอื่น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา” ผู้วิจัยได้ศึกษาและทำความเข้าใจแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎี SWOT

SWOT หมายถึง เทคนิคหรือเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ถูกรวบรวมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนนำมาใช้ในการวิเคราะห์หรือใช้ในการประเมินสถานการณ์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำมากำหนดเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร อีกทั้งนำมากำหนดเป็นโอกาสและอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งสามารถนำผลจากการวิเคราะห์ SWOT มากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการและพัฒนาองค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป

ที่มาของ SWOT มาจากตัวย่อภาษาอังกฤษ 4 ตัว ดังนี้

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง เป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรไปในทางที่ดีหรือทางบวก ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้

W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน เป็นปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรไปในทางที่ไม่ดีหรือเป็นปัญหาและข้อบกพร่อง ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียเปรียบในการแข่งขัน ซึ่งองค์กรควรจะหาวิธีในการแก้หรือจำกัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้หมดไป

O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส เป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรไปในทางที่ดีหรือเป็นสถานการณ์ภายนอกที่เข้ามาเอื้ออำนวยและเป็นประโยชน์ อีกทั้งยังส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค เป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรไปในทางที่ไม่ดีหรือเป็นสถานการณ์ภายนอกที่เป็นปัญหาเข้ามาขัดขวาง ไม่เป็นประโยชน์ และสร้างความเสียหายต่อการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

นอกจากนี้ องค์กรจะต้องระมัดระวังในเรื่องของโอกาสและอุปสรรคที่เกิดจากปัจจัยภายนอกให้ดี เพราะบางครั้งสถานการณ์ภายนอกต่างๆ ที่เกิดขึ้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงจึงทำให้โอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรค และในทางตรงกันข้ามอุปสรรคกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ดังนั้น องค์กรจะต้องมี

การปรับเปลี่ยนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลาให้เท่าทันสถานการณ์แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และจะต้องพยายามจัดอุปสรรคให้น้อยลงหรือหมดไป (อัมพร ไหลประเสริฐ, 2558)

2. ทฤษฎี TWOS Matrix

TWOS Matrix เป็นวิธีการหรือเครื่องมืออย่างหนึ่งที่หลายๆ องค์กรมักจะนำมาใช้ควบคู่กับการวิเคราะห์ SWOT เสมอ เพราะเมื่อมีการวิเคราะห์ SWOT โดยประเมินสถานการณ์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แล้วก็จะมีการนำเอาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรเหล่านั้นมาจับคู่กัน เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์และสร้างความได้เปรียบในการดำเนินงานให้แก่องค์กร

การจัดทำ TWOS Matrix ทำให้เกิดกลยุทธ์ออกมาเป็น 4 ประเภทดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์ SO หรือ กลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ความเข้มแข็งภายในฉวยประโยชน์จากจากสถานการณ์หรือเหตุการณ์ภายนอก โดยเป็นการนำเอาปัจจัยภายในคือ จุดแข็งของการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กรไปรวมกับปัจจัยภายนอก คือ โอกาส ที่เอื้ออำนวยและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ทุกองค์กรต้องการและแสวงหา เพื่อนำไปเสริมจุดแข็งและนำไปฉวยประโยชน์จากสถานการณ์หรือเหตุการณ์ภายนอกที่องค์กรมีความได้เปรียบกว่าคู่แข่ง

กลยุทธ์ที่ 2 : กลยุทธ์ WO หรือ กลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรจะต้องดำเนินการลดจุดอ่อน โดยนำเอาโอกาสจากภายนอกมารวมกับจุดอ่อนเพื่อฉวยประโยชน์จากสถานการณ์หรือเหตุการณ์ภายนอก

ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่างๆ ภายในองค์กรได้จนทำให้จุดอ่อนกลายเป็นจุดแข็ง

กลยุทธ์ที่ 3 : กลยุทธ์ ST หรือ กลยุทธ์จุดแข็ง
กับอุปสรรค เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ความเข้มแข็ง
ภายในหลีกเลี่ยงสถานการณ์ภายนอกที่เป็นปัญหาเข้า
มาขัดขวางการดำเนินงานขององค์กร โดยเป็นการ
นำเอาปัจจัยภายใน คือ จุดแข็งของการดำเนินงาน
ต่างๆ ขององค์กรไปรวมกับปัจจัยภายนอก คือ ภัย
คุกคาม ที่ไม่เอื้ออำนวยและไม่เป็นประโยชน์ต่อ
องค์กร เพื่อนำจุดแข็งขององค์กรที่มีอยู่มาใช้เพิ่ม
ความเข้มแข็งให้กับองค์กรซึ่งจะช่วยลดปัญหาและ
อุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์หรือ
เหตุการณ์ภายนอกที่มากกระทบต่อการดำเนินงานของ

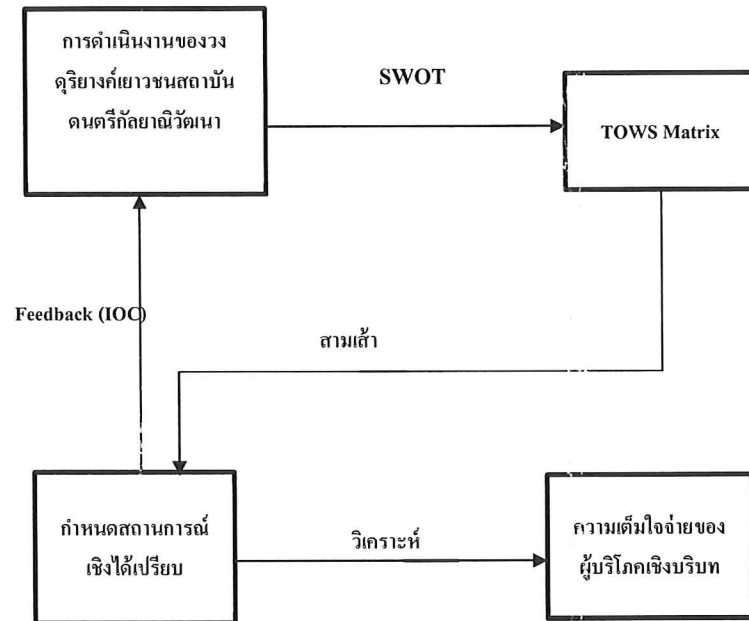
องค์กรได้ ซึ่งบางครั้งการนำจุดแข็งเข้ามาช่วยจะ
ส่งผลให้ภัยคุกคามที่เกิดขึ้นอาจเปลี่ยนเป็นโอกาสได้

กลยุทธ์ที่ 4 : กลยุทธ์ WT หรือ กลยุทธ์จุดอ่อน
กับอุปสรรค เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ช่วยในการปกป้อง
องค์กร โดยเป็นการนำปัจจัยภายใน คือ จุดอ่อน มา
รวมกับปัจจัยภายนอก คือ อุปสรรค ซึ่งทั้งสองปัจจัย
นี้จะส่งผลต่อองค์กรในสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่
นำเป็นห่วงจนอาจทำให้องค์กรล้มละลาย ดังนั้น
องค์กรจึงต้องพยายามลดปัญหาทั้งคู่ไม่ให้เกิดขึ้นหรือ
เกิดขึ้นกับองค์กรน้อยที่สุดเพื่อให้องค์กรสามารถอยู่
รอดต่อไปได้ (เอกชัย บุญยาทิษฐาน, 2553)

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	S	W
O	SO	WO
T	ST	WT

ภาพที่ 1 ตาราง TWOS Matrix

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการวิจัยเป็นเชิงคุณภาพโดยวิธีการ ดังต่อไปนี้

1. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง คือ ผู้จัดการวงวาทกกร ครูผู้ฝึกอบรม และนักดนตรี ที่เกี่ยวข้องกับวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา จำนวน 13 คน

2. ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษามุมมองความคิดและประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้คำตอบที่ซ้ำกันไม่มีประเด็นอะไรใหม่แล้วถึงแม้ว่าจะเก็บข้อมูลต่อไปก็จะได้ข้อมูลสัมภาษณ์แบบเดิมๆ หรือที่เรียกว่าทฤษฎีชนเพดานหรือทฤษฎีถึงจุดอิ่มตัว

(Theoretical Saturation) ผู้วิจัยจึงหยุดเก็บข้อมูลสัมภาษณ์และเริ่มขั้นตอนต่อไปในกระบวนการวิจัย คือ ดำเนินการวิเคราะห์ตามทฤษฎี SWOT และดำเนินการวิเคราะห์ตามทฤษฎี TOWS Matrix เพื่อได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเพื่อนำไปกำหนดสถานการณ์เชิงได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Method) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์เชื่อมโยงกำหนดสถานการณ์เชิงได้เปรียบวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณิวัฒนา (ประคอง สารธรรม, 2555)

3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่วิเคราะห์ เชื่อมโยงกำหนดสถานการณ์เชิงได้เปรียบวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาที่ได้ย้อนกลับไป สอบถามผู้ให้สัมภาษณ์รายเดิมด้วยวิธีการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) เพื่อตรวจสอบข้อมูล ว่าเป็นจริงตามการรับรู้ของผู้ให้สัมภาษณ์ (ธีรวุฒิ เอกกะกุล, 2543)

4. นำข้อมูลที่วิเคราะห์ เชื่อมโยงกำหนด สถานการณ์เชิงได้เปรียบวงดุริยางค์เยาวชนสถาบัน ดนตรีกัลยาณีวัฒนามาดำเนินการวิเคราะห์ความเต็ม ใจง่ายของผู้บริโภคร่วมที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวง ดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี กัลยาณีวัฒนาเชิง บริบท

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำ ให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลคำตอบของการวิจัยในเรื่อง ความ เต็มใจง่ายของผู้บริโภคร่วมที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรี คลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณี วัฒนา โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. การศึกษาสถานการณ์การเชิงได้เปรียบของ วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาจาก การสัมภาษณ์ ผู้จัดการวง วาทยกร ครูผู้ฝึกอบรม และ นักดนตรี ที่เกี่ยวข้องกับวงดุริยางค์เยาวชนสถาบัน ดนตรีกัลยาณีวัฒนา พบว่า สถานการณ์การเชิง ได้เปรียบ (SO) ของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี กัลยาณีวัฒนา ได้แก่

1.1 โปรแกรมการแสดงน่าสนใจ เนื่องจากการ จัดแสดงคอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบัน ดนตรีกัลยาณีวัฒนาในแต่ละครั้งจะมีโปรแกรมการ แสดงบทเพลงที่หลากหลาย เช่น เพลงคลาสสิกในยุค ต่างๆ ได้แก่ ยุคบาโรก คลาสสิก โรแมนติก รวมทั้ง บทเพลงสมัยใหม่ อีกทั้งมีการนำเพลงพื้นบ้าน ได้แก่ เพลงช้าง เพลงจำปาพระตะบอง เพลงต้นตระกูลไทย

ของพลตรี หลวงวิจิตรวาทการ และบทเพลงที่เป็น เพลงจากละครเพลงบรอดเวย์ เป็นต้น

1.2 มีวิธีการสื่อสารบทเพลงที่หลากหลาย เนื่องจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตดนตรีคลาสสิกโดย ปกติส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารบทเพลงที่มาจากนัก ดนตรีเล่นเครื่องดนตรี ซึ่งการจัดการแสดงของวง ดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี กัลยาณีวัฒนาในบาง คอนเสิร์ตการแสดงมีการนำภาพมาฉายประกอบการ บรรเลงดนตรีเพื่อสื่อสารให้ผู้ชมดนตรีคลาสสิกมี ความเข้าใจในบทเพลงมากยิ่งขึ้น และมีการเชิญดารา หรือที่เรียกว่าศิลปินเดี่ยว (Soloist) ที่มีชื่อเสียงในด้าน ดนตรีคลาสสิก โดยเฉพาะมาร่วมแสดง เช่น โด่ สักคีสิทธิ์ เวชสุภาพร (นักแสดงเดี่ยวเปียโน) อาจารย์ จามร สุขผล (นักแสดงเดี่ยวเปียโน) และศิโยน ดาว รัตนหงษ์ (นักร้อง) เป็นต้น

1.3 นักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพในการแสดง คอนเสิร์ต เนื่องจกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี กัลยาณีวัฒนามีการคัดเลือกนักดนตรีเยาวชนที่มี มาตรฐานค่อนข้างสูง อีกทั้งมีระบบการสอบคัดเลือก เข้ามาเป็นสมาชิกภายในวงมีความเข้มข้นและ ยุติธรรม จึงทำให้วงมีนักดนตรีที่มีทักษะและ ความสามารถดี อีกทั้งนักดนตรีหลายคนมี ประสบการณ์ในการบรรเลงเพลงในวงออร์เคสตรา อื่นมาบ้างแล้ว

1.4 คุณภาพการแสดงของวงได้รับการยอมรับ ในวงการดนตรีคลาสสิก เนื่องจากการจัดแสดง คอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรี กัลยาณีวัฒนา จะมีการแจกโน้ตเพลงให้กับนักดนตรี ไปเตรียมความพร้อมในการฝึกซ้อมล่วงหน้ามา ก่อนที่จะฝึกซ้อมร่วมกับผู้อื่น และเมื่อถึงวันฝึกซ้อม ย่อยจะมีการแบ่งกลุ่มตามประเภทของเครื่องดนตรี โดยมีครูผู้ฝึกซ้อมเฉพาะทางแต่ละเครื่องดนตรีมาทำ หน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจในการบรรเลงเพลง นอกจากนั้นเมื่อจบการแสดงดนตรีจะมีแบบสอบถาม

ให้นักดนตรีประเมินภาพรวมของการแสดงในแต่ละครั้งอยู่เสมอเพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพการแสดงของนักดนตรี

1.5 สามารถเข้าชมการแสดงได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนส่วนใหญ่จะจัดการแสดงเพียงจำนวน 2 – 3 ครั้งต่อปี แต่สำหรับวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาจะจัดการแสดงคอนเสิร์ตเป็นซีรีส์หรือฤดูกาลจำนวน 8 – 9 ครั้ง/ปี ซึ่งมากกว่าวงดุริยางค์เยาวชนอื่น

1.6 ภาพรวมการแสดงมีความหลากหลายในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน เนื่องจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตในแต่ละครั้งจะมีการคัดเลือกโปรแกรมเพลงที่มีความหลากหลายมาบรรเลง มีการคัดเลือก วาทยากร/ผู้อำนวยเพลง (Conductor) ที่เป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์ในการอำนวยเพลงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มี

การเชิญศิลปินเดี่ยว (Soloist) ที่เป็นมืออาชีพทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาแสดงร่วมกับวงในแต่ละครั้งการแสดงที่แตกต่างกันไป อีกทั้งยังมีการนำเอาเครื่องดนตรีประเภทอื่นมาร่วมการแสดง หรือมีการจัดการแสดงอุปรากร เป็นต้น

1.7 มีแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้ง เนื่องจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ดำเนินงานภายใต้สถาบันการศึกษาที่เป็นสถาบันในกำกับของรัฐบาล จึงส่งผลให้มีเงินทุนสนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตตลอดฤดูกาล อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากองค์กรอื่นที่เป็นทั้งภาครัฐบาล เช่น กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการต่างประเทศ และภาคเอกชน เช่น บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

ผลการดำเนินงานของวงดุริยางค์เยาวชน สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	Strength (S) – จุดแข็ง	Weakness (W) – จุดอ่อน
	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการศึกษาแนวทางการจัดตั้งวงดุริยางค์เยาวชนจากต่างประเทศมาก่อน 2. นักแสดงดนตรีเยาวชนมีพลังในการบรรเลงที่แตกต่างจากผู้ใหญ่ 3. มีการคัดเลือกนักดนตรีที่มีทักษะและความสามารถเข้ามาแสดงร่วมกันภายในวง 4. มีการคัดเลือกคณะกรรมการตัดสินที่มีประสบการณ์ในแต่ละเครื่องดนตรี 5. ผู้สอนแต่ละเครื่องดนตรีมาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำที่มีชื่อเสียงในประเทศ 6. วาทยากร/ผู้อำนวยเพลง (Conductor) ที่มาแสดงร่วมกับวงมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ 7. วาทยากร/ผู้อำนวยเพลง (Conductor) ที่มาแสดงร่วมกับวงมีความสามารถและ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งมีต้นทุนสูง 2. คุณภาพการแสดงอาจไม่ดีเท่าที่ควรเนื่องจากระยะเวลาในการซ้อมมีจำกัด 3. โปรแกรมการแสดงไม่น่าสนใจ 4. มีการแสดงอื่นที่น่าสนใจกว่า 5. โสคูปกรณ์ในการสื่อสารเพิ่มเติม นอกเหนือการบรรเลงเพลง ไม่เพียงพอ เช่น ภาพประกอบการบรรเลงเพลง 6. เจ้าหน้าที่ในการบริหารจัดการวงมีจำนวนไม่เพียงพอ 7. ระบบการสำรองที่นั่งยังไม่เป็นแบบออนไลน์ 8. ขาดการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสาร เช่น รายการ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

	<p>เป็นมืออาชีพ</p> <p>8. โปรแกรมการแสดงมีความหลากหลายและแตกต่างกันในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงแต่ละครั้ง</p> <p>9. มีการจัดคอนเสิร์ตการแสดงเป็นซีรีส์หรือฤดูกาล (ประมาณ 8 – 9 ครั้ง/ฤดูกาล)</p> <p>10. บทเพลงที่แสดงเลือกจากสถานการณ์ปัจจุบันในสังคม</p> <p>11. พิธีกรมีความสามารถในการเล่าเรื่องราวบทเพลงที่บรรเลงให้ผู้ฟังเข้าใจและสามารถจินตนาการตามได้</p> <p>12. ได้รับงบประมาณจากภาครัฐในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้ง</p>	<p>9. การเดินทางไม่สะดวก</p>
<p>Opportunity (O) – โอกาส</p> <p>1. ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เช่น งบประมาณ หรือการบริการน้ำดื่มข้างและชาเขียว โออิชิแก่ผู้เข้าชม</p> <p>2. เกิดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐหรือภาคเอกชนในการจัดคอนเสิร์ตการแสดง</p> <p>3. มีการไปจัดคอนเสิร์ตการแสดงในต่างประเทศ</p> <p>4. เกิดการว่าจ้างจากภาครัฐหรือภาคเอกชนในการจัดคอนเสิร์ตการแสดง</p> <p>5. ถ้าการจัดคอนเสิร์ตการแสดงแบบมีสื่อผสม เช่น ภาพประกอบการบรรเลงเพลง จะทำให้ผู้ชมเข้าใจการฟังดนตรีคลาสสิกมากขึ้น</p> <p>6. ถ้าเชิญศิลปินเดี่ยว (Soloist) เช่น โค้ดักส์ลิสท์ เวชสุภาพร ที่มีชื่อเสียงมาร่วมแสดงกับวงจะทำให้ผู้ชมการคอนเสิร์ตการแสดงให้ความสนใจเป็นอย่างมาก</p> <p>7. ถ้าจัดคอนเสิร์ตการแสดงอย่างต่อเนื่องแล้วเกิดการบอกต่อจะทำให้วงดุริยางค์เยาวชนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น</p> <p>8. ผู้ที่ชมคอนเสิร์ตการแสดงดนตรีคลาสสิกเป็นประจำเริ่มให้ความสนใจเพราะเป็นวงดุริยางค์ที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่</p>	<p>กลยุทธ์ SO</p> <p>1. โปรแกรมการแสดงน่าสนใจ (S10,S11,O8)</p> <p>2. มีวิธีการสื่อสารบทเพลงที่หลากหลาย เช่น มีภาพประกอบการบรรเลงเพลง หรือมีการเชิญดาราที่มีชื่อเสียงด้านดนตรี โดยเฉพาะมาร่วมแสดง เป็นต้น (S8,O5,O6)</p> <p>3. นักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพในการแสดงคอนเสิร์ต (S1,S2,S3,S4,O4)</p> <p>4. คุณภาพการแสดงของวงได้รับการยอมรับในวงการดนตรีคลาสสิก (S5,O2)</p> <p>5. สามารถเข้าชมการแสดงได้ตลอดทั้งปี (S9,O7)</p> <p>6. ภาพรวมการแสดงมีความหลากหลายในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน (S6,S7,S8,S10,S11,O3)</p> <p>7. มีแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้ง (S12,O1)</p>	<p>กลยุทธ์ WO</p> <p>1. ทำความร่วมมือระหว่างกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนทุนการจัดคอนเสิร์ตการแสดงทุกครั้ง (W1,O1,O2)</p> <p>2. การนำสื่อผสมมาเพิ่มเติมและมีการเชิญดาราที่มีชื่อเสียงมาร่วมแสดงจะทำให้การแสดงน่าสนใจและมีคนเข้าชมเป็นจำนวนมาก (W2,W3,W4,O5,O6)</p> <p>3. นำเงินที่ได้รับจากการสนับสนุนมาบริหารจัดการการดำเนินงานให้เพียงพอสำหรับการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้ง (W5,W6,W7,O1)</p> <p>4. ควรใช้วิธีการบอกต่อด้วยปากต่อปาก ซึ่งเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลอย่างรวดเร็ว (W8,O7)</p>

Threats (T) – อุปสรรค	กลยุทธ์ ST	กลยุทธ์ WT
1. ผู้ชมทั่วไปอาจยังไม่รู้จักวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา 2. โปรแกรมที่แสดงอาจไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้ชม 3. คนทั่วไปไม่ให้ความสนใจหรือเข้าถึงได้ยากในการชมดนตรีคลาสสิก 4. ผู้ชมดนตรีคลาสสิกมีจำนวนน้อย 5. ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงต่อเนื่อง 6. คนทั่วไปคิดว่าการเข้าชมคอนเสิร์ตการแสดงของวงดุริยางค์เยาวชนส่วนใหญ่เป็นการเข้าชมฟรี ซึ่งในความเป็นจริงการบริหารจัดการแสดงคอนเสิร์ตในแต่ละครั้งมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง	1. จัดการประชาสัมพันธ์ผ่านมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับดนตรีคลาสสิกและมหาวิทยาลัยชั้นนำที่มีชื่อเสียงในประเทศ (S5,T1) 2. มีการสำรวจโปรแกรมการแสดงที่ผู้ชมคาดหวังก่อนนำไปปรับปรุงการแสดงในครั้งต่อไป (S8,T2) 3. มีการคัดเลือกบทเพลงที่คนส่วนใหญ่รู้จักมาแสดง และมีการให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้ชมในการชมดนตรีคลาสสิกให้เกิดความเข้าใจ (S10,S11,T3,T5) 4. ควรมีการสรุปข้อมูลด้านการบริการจัดการงบประมาณในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งหรือจบฤดูกาลแสดงให้แก่ผู้ชมทราบ (S12,T5,T6)	1. ควรจัดคอนเสิร์ตการแสดงที่แปลกใหม่ (W2, W4,W9,T3) 2. ควรนำเสนอรูปแบบการบรรเลงเพลงลักษณะใหม่ (W3,W5,T2) 3. ควรมีระบบสำรองที่นั่งแบบออนไลน์ไว้ให้บริการแก่ผู้ชมเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการสำรองที่นั่ง (W7,T4) 4. ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เช่น Website Facebook Line เป็นต้น (W8,T1) 5. ควรจัดรถบริการรับ-ส่ง ผู้ชมจากบริเวณหน้าปากซอยมายังบริเวณที่ทำการแสดง (W9,T3) 6. ควรมีการเปิดเผยข้อมูลด้านงบประมาณในการบริหารจัดการแต่ละคอนเสิร์ตหรือแต่ละฤดูกาลที่จบการแสดง (W1,T5,T6)

ภาพที่ 3 ผลการศึกษาการดำเนินงานของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

2. การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเชิงบริบท พบว่า จากสถานการณ์เชิงได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตที่ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงคอนเสิร์ต โดยผู้บริโภคจะพิจารณาจากปัจจัย ดังนี้

2.1 โปรแกรมการแสดงมีความหลากหลายและน่าสนใจ โดยวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาได้มีการคัดเลือกโปรแกรมการแสดงที่ไม่เหมือนการแสดงของวงดุริยางค์เยาวชนอื่น โดยนำบทเพลง เช่น เพลงคลาสสิกในยุคต่างๆ เพลงพื้นบ้าน บทเพลงที่เป็นเพลงจากละครเพลงบรอดเวย์ เป็นต้น มาจัดเป็นโปรแกรมการแสดงในแต่ละคอนเสิร์ตที่ไม่

เหมือนกัน ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงเพื่อเข้ามาฟังบทเพลงที่ตนเองชื่นชอบและมีความหลากหลาย

2.2 การสื่อสารบทเพลงมีวิธีการที่หลากหลาย วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาได้มีการนำภาพวีดีโอเคลื่อนไหวที่สามารถสื่อสารการฟังดนตรีคลาสสิกให้สามารถเข้าใจได้ง่ายกว่าการฟังการบรรเลงเพลงอย่างเดียวและมีการเชิญดาราหรือที่เรียกว่าศิลปินเดี่ยว (Soloist) ที่มีชื่อเสียงในด้านดนตรีคลาสสิกโดยเฉพาะมาร่วมแสดง เช่น โต้ ศักดิ์สิทธิ์ เวชสุภาพร (นักแสดงเดี่ยวเปียโน) อาจารย์จ๋ามร สุขผล (นักแสดงเดี่ยวเปียโน) และศิโยน ดาวรัตน์หงษ์ (นักร้อง) เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงเพื่อมาดูวิธีการใช้สื่อที่สนูปกรณ์ที่ทันสมัยซึ่งสามารถนำมาช่วยเพิ่มความเข้าใจในการ

ฟังเพลงดนตรีคลาสสิก หรือเพื่อมาดูฝีมือการแสดงของคาราหรือที่เรียกว่าศิลปินเดี่ยว (Soloist) ที่ตนเองชื่นชอบ

2.3 การบรรเลงเพลงของนักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพ วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนามีนักดนตรีที่มีทักษะและความสามารถดี อีกทั้งนักดนตรีหลายคนมีประสบการณ์ในการบรรเลงเพลงในวงออร์เคสตราอื่นมาบ้างแล้ว จึงทำให้การบรรเลงบทเพลงหรือการแสดงออกมาเทียบเท่ากับฝีมือการแสดงของวงดุริยางค์วงอื่นที่มีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน อาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงเพื่อมาดูฝีมือการแสดงของนักดนตรีเยาวชนที่มีความเป็นมืออาชีพ

2.4 คุณภาพการแสดงดนตรีคลาสสิกของวงได้รับการยอมรับจากผู้ฟัง เนื่องจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา มีการใส่ใจรายละเอียดการแสดงในแต่ละครั้งเป็นอย่างดี ทั้งการเลือกสรรโปรแกรมการแสดง มีการเลือกคัดเลือก วาทยากร/ผู้อำนวยเพลง (Conductor) รุ่นใหม่ที่เป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์มากมายจากการอำนวยเพลงทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีการเชิญศิลปินเดี่ยว (Soloist) ที่เป็นมืออาชีพและมีชื่อเสียงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาแสดงร่วมกับวง โดยในแต่ละครั้งการแสดงจะมีความแตกต่างกัน อีกทั้งยังมีการนำเอาเครื่องดนตรีประเภทอื่นมาร่วมการแสดง หรือมีการจัดการแสดงในรูปแบบของอุปรากร เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงเนื่องจากรูปแบบการแสดงในแต่ละคอนเสิร์ตมีความน่าสนใจและมีความแปลกใหม่แตกต่างกันออกไปอยู่เสมอ จึงส่งผลทำให้ผู้บริโภครู้สึกมีทางเลือกในการตัดสินใจเข้าชมคอนเสิร์ตในแต่ละครั้งที่แตกต่างกันออกไป

2.5 ผู้ชมสามารถเข้าชมการแสดงตามความต้องการได้ เนื่องจากการจัดการแสดงคอนเสิร์ตของ

วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาจะจัดการแสดงคอนเสิร์ตเป็นซีรีส์หรือฤดูกาลจำนวน 8 – 9 ครั้ง/ปี ซึ่งมากกว่า วงดุริยางค์เยาวชนวงอื่น ถือเป็นทางเลือกหนึ่งให้แก่ผู้ชมดนตรีคลาสสิกสามารถเลือกวันและเวลาที่สะดวกในการเข้าชมได้ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงดนตรีคลาสสิกโดยเลือกวันและเวลาที่เหมาะสมสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.6 ภาพรวมการจัดการคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งมีความหลากหลายและแตกต่างกัน เนื่องจากการจัดแสดงคอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาในแต่ละครั้งจะมีการคัดเลือกโปรแกรมเพลงที่มีความหลากหลายมาบรรเลง มีการคัดเลือก วาทยากร/ผู้อำนวยเพลง (Conductor) ที่เป็นมืออาชีพและมีประสบการณ์ในการอำนวยเพลงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีการเชิญศิลปินเดี่ยว (Soloist) ที่เป็นมืออาชีพและมีชื่อเสียงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาแสดงร่วมกับวง โดยในแต่ละครั้งการแสดงจะมีความแตกต่างกัน อีกทั้งยังมีการนำเอาเครื่องดนตรีประเภทอื่นมาร่วมการแสดง หรือมีการจัดการแสดงในรูปแบบของอุปรากร เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงเนื่องจากรูปแบบการแสดงในแต่ละคอนเสิร์ตมีความน่าสนใจและมีความแปลกใหม่แตกต่างกันออกไปอยู่เสมอ จึงส่งผลทำให้ผู้บริโภครู้สึกมีทางเลือกในการตัดสินใจเข้าชมคอนเสิร์ตในแต่ละครั้งที่แตกต่างกันออกไป

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา พบว่า สถานการณ์การแข่งขันได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ได้แก่

- 1.1) โปรแกรมการแสดงน่าสนใจ
- 1.2) มีวิธีการสื่อสารบทเพลงที่หลากหลาย

1.3) นักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพในการแสดงคอนเสิร์ต

1.4) คุณภาพการแสดงของวงได้รับการยอมรับในวงการดนตรีคลาสสิก

1.5) สามารถเข้าชมการแสดงได้ตลอดทั้งปี

1.6) ภาพรวมการแสดงมีความหลากหลายในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน

1.7) มีแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งซึ่งสถานการณ์เหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานบริหารจัดการภาพรวมของวงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตการแสดงได้เป็นอย่างดี ทำให้วงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาได้เปรียบกว่าวงดุริยางค์เยาวชนวงอื่นที่เป็นคู่แข่งกัน ซึ่งความได้เปรียบในเรื่องของรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ได้แก่

2.1) โปรแกรมการแสดงมีความหลากหลายและน่าสนใจ

2.2) การสื่อสารบทเพลงมีวิธีการที่หลากหลาย

2.3) การบรรเลงเพลงของนักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพ

2.4) คุณภาพการแสดงดนตรีคลาสสิกของวงได้รับการยอมรับจากผู้ฟัง

2.5) ผู้ชมสามารถเข้าชมการแสดงตามความต้องการได้

2.6) ภาพรวมการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งมีความหลากหลายและแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจและความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา” ซึ่งผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการศึกษาสถานการณ์การแข่งขันได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาจากการสัมภาษณ์ ผู้จัดการวง วาทยกร ครูผู้ฝึกอบรมและนักดนตรี ที่เกี่ยวข้องกับวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา พบว่า สถานการณ์การแข่งขันได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ได้แก่

1.1 โปรแกรมการแสดงน่าสนใจ

1.2 มีวิธีการสื่อสารบทเพลงที่หลากหลาย

1.3 นักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพในการแสดงคอนเสิร์ต

1.4 คุณภาพการแสดงของวงได้รับการยอมรับในวงการดนตรีคลาสสิก

1.5 สามารถเข้าชมการแสดงได้ตลอดทั้งปี

1.6 ภาพรวมการแสดงมีความหลากหลายในการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน

1.7 มีแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้ง ซึ่งสถานการณ์การแข่งขันได้เปรียบเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องในส่วนของรูปแบบการจัดคอนเสิร์ตการแสดงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิดา ฉวีวงศ์ (2551) พบว่า รูปแบบการจัดแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยสถาน (โจ หลุยส์) เป็นสถานการณ์ได้เปรียบของการดำเนินงานที่ส่งผลต่อความคาดหวังและความต้องการของผู้ชมการแสดง

2. ผลการวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเชิงบริบท พบว่า จากสถานการณ์แข่งขันได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับรูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตที่ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจจ่ายค่าเข้าชมการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งผู้บริโภคจะพิจารณาจากปัจจัย ดังนี้

2.1 โปรแกรมการแสดงผลมีความหลากหลายและน่าสนใจ

2.2 การสื่อสารบทเพลงมีวิธีการที่หลากหลาย

2.3 การบรรเลงเพลงของนักดนตรีมีความเป็นมืออาชีพ

2.4 คุณภาพการแสดงดนตรีคลาสสิกของวงได้รับการยอมรับจากผู้ฟัง

2.5 ผู้ชมสามารถเข้าชมการแสดงตามความต้องการได้

2.6 ภาพรวมการจัดคอนเสิร์ตการแสดงในแต่ละครั้งมีความหลากหลายและแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548) ที่พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจหรือเต็มใจจ่ายเงิน เพื่อซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรี ผู้ชมการแสดงส่วนใหญ่จะพิจารณาจากการรูปแบบการแสดง เช่น ตัวศิลปิน แนวเพลงในการแสดง ประสบการณ์ความสามารถและชื่อเสียงของศิลปินหรือวงดนตรี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยที่เกิดจากการวิเคราะห์ตามทฤษฎี TWOS Matrix ได้ปรากฏผลของสถานการณ์ที่เสียเปรียบเชิงรับ (WT) ของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาเช่นกัน ซึ่งมีปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ควรจัดคอนเสิร์ตการแสดงที่แปลกใหม่
2. ควรนำเสนอรูปแบบการบรรเลงเพลงลักษณะใหม่
3. ควรมีระบบสำรองที่นั่งแบบออนไลน์ไว้ให้บริการแก่ผู้ชม เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการสำรองที่นั่ง
4. ควรเพิ่มช่องทางกรประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เช่น Website Facebook Line เป็นต้น จากปัจจัยสถานการณ์ที่เสียเปรียบเหล่านี้ สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาควรดำเนินการ

ประชุมหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา เพื่อสรุปผลภาพรวมของการจัดคอนเสิร์ตการแสดงที่ผ่านมา ตลอดจนดูเวลาที่เกิดปัญหาหรืออุปสรรคจากปัจจัยใดที่ก่อให้เกิดผลเสียแก่วง สถาบันฯ จะต้องดำเนินการนำปัญหาหรืออุปสรรคเหล่านั้นมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อนำไปวางแผนพัฒนาการดำเนินงานการจัดคอนเสิร์ตการแสดงให้เป็นแบบมืออาชีพในฤดูกาลต่อไปและสร้างชื่อเสียงของวงให้เป็นที่รู้จักในวงการดนตรีคลาสสิกต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในอนาคตควรนำสถานการณ์ที่ได้เปรียบของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนามาสร้างเป็นแบบสอบถามสถานการณ์รูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ตามแนวคิดเกี่ยวกับวิธีสมมุติเหตุการณ์ ให้ประเมินค่า (Contingent Valuation Method : CVM) เพื่อให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนเก็บค่าเข้าชมดนตรีคลาสสิกของวงดุริยางค์เยาวชนสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนาและวงดุริยางค์เยาวชนอื่นในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยาณีวัฒนา ธีระชนชัยกุล. 2558. การพัฒนาองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. ซีอีดูเคชั่น.
- ธีระวุฒิ เอกะกุล. 2543. บทที่ 9 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.udru.ac.th/website/attachments/eicaming/01/10.pdf>. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558.

- ประคอง สารธรรม. 2555. การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าในการวิจัยเชิงคุณภาพ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/399468>. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2558.
- ภาวีกา ฉวีวงศ์. 2551. การศึกษาความต้องการจำเป็นของผู้ชมการแสดงหุ่นละครเล็กของโรงละครนาฏยศาลา. โจ หลุยส์. งานวิจัยเฉพาะ. ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รุ่งรัตน์ ปริญญาคุปต์. 2554. พฤติกรรมการซื้อบัตรชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในกลุ่มนักศึกษา. งานวิจัยเฉพาะ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เศรษฐพงศ์ จรรย์ารชน. 2557. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาการเรียนการสอนของวงออร์เคสตราเยาวชนในประเทศไทย. งานวิจัยเฉพาะ. ครุศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา. 2556. วันครบรอบการสถาปนาสถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2556. กรุงเทพฯ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สถาบันดนตรีกัลยาณีวัฒนา. 2557. รายงานประจำปีงบประมาณ 2557. กรุงเทพฯ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- เอกชัย บุญยาพิษฐาน. 2553. คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. ปัญญาชน.
- อดิศักดิ์ ไชยยศ. 2547. การวิเคราะห์การผลิตจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรครูปหล่อทองเหลืองภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลพบุรี. งานวิจัยเฉพาะ. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อัมพร ไหลประเสริฐ. 2558. การวิเคราะห์ห้วงค์กรโดยใช้เทคนิค SWOT analysis. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiJsLGS48TJAhVHkY4KHSdRA50QFggMAM&url=http%3A%2F%2F61.19.86.230%2Fmanage%2FPlan_pic%2F20120923145921.doc&usg=AFQjCNEITyopj1l6x-GNHnTzIS D0-Ve4-Q&sig2=ul ceefmxw2QI3OEHCduQ. สืบค้นเมื่อ วันที่สืบค้น 8 พฤศจิกายน 2558.