

โครงการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง
“IDOL ACADEMY STAR COACHING”
PERFORMING ART CENTER MODEL CASE STUDY



โครงการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง
“IDOL ACADEMY STAR COACHING”
“PERFORMING ART CENTER” MODEL CASE STUDY



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2552



(C) 2552

ฐิติวรรณ มหาวิจิตร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง
“ Idol Academy Star Coaching”

ผู้วิจัย นางสาวจิตติวรรณ มหาวิทยาลัย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ พรรณี คำรุ่ง)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬา เทียนไทย)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร. สุดารัตน์ ดิษขวรรณะ จันทร์วฒนากุล)

(อาจารย์ปีเตอร์ กั้น)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประธานที่ปรึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

วันที่ 23 เดือน กันยายน พ.ศ. 2552

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ผู้ศึกษาโครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการวางแผนการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนศิลปะการแสดงในชื่อ “Idol Academy Star Coaching” โดยดำเนินให้บริการด้านศึกษาศิลปะการแสดงเพื่อนำไปสู่ประกอบอาชีพนักแสดง สร้างฝันสู่การเป็นนักแสดงจริงให้กับผู้ที่เข้าศึกษากับศูนย์ฯ มีหลักสูตรที่หลากหลายเฉพาะเจาะจงไปยังสาขาอาชีพด้านการแสดงโดยเฉพาะรวมทั้งงานด้านการจัดหางานแสดงและบริหารจัดการนักแสดงในสังกัด โดยการเชื่อมโยงไปยังภาคธุรกิจการแสดงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจไว้ในระยะ 10 ปี นับจากปี 2552 ซึ่งโดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการประมาณ 1 ปี เงินลงทุนทั้งสิ้น 12,188,000 บาท โดยได้เริ่มเปิด “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะ” อย่างเป็นทางการในปี 2553

ผู้ศึกษาได้จัดทำสมมติฐานทางการเงินไว้เป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีได้รับผลกำไรมากที่สุด (Best Case) กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และในกรณีที่ได้รับผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) โดยมีเงื่อนไขแหล่งที่มาของรายได้จากส่วนของการขายคอร์สเรียนการแสดงมีความหลากหลายทั้งหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรระยะยาว รายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษ รายได้จากการสนับสนุนสินค้าบริการที่เข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรม รายได้จากการค่าจัดการดูแลนักแสดงในสังกัด และรายได้จากช่องทางอื่นๆ ซึ่งจากแผนการดำเนินงานทั้ง 3 กรณีนั้น ถูกกำหนดอัตราผลตอบแทน (Discount Rate) ไว้ที่ 8 % โดยสามารถสรุปผลทางการเงินได้ ดังนี้

	Best Case	Most Likely	Worst Case
Payback Period	1 ปี 10 เดือน	2 ปี 8 เดือน	4 ปี 11 เดือน
NPV	62,962,926	48,918,327	20,829,131
IRR	71.18 %	57.29 %	30.04 %
Discount Rate	8 %		

จากผลการศึกษาของโครงการพบว่า สภาพแวดล้อมของตลาดส่งเสริมให้ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะการแสดงมีความสามารถในการเติบโตอย่างต่อเนื่องเพราะเป็นธุรกิจที่รัฐบาลให้ความสนใจและสนับสนุนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยใช้เป็นนโยบายในแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน โดยเริ่มต้นที่การพัฒนา “คน” อันเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ซึ่งสถาบันสอนศิลปะการแสดงที่ได้รับความสนใจจากผู้เรียนได้นั้นต้องพัฒนาหลักสูตรหลากหลายเจาะจงสู่อาชีพในวงการบันเทิง เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพได้จริงในอนาคต โดย “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง” มีวางแผนอย่างเป็นทางการบูรณาการเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจการแสดงในประเทศและต่างประเทศ มีการทำสัญญาจัดหางานแสดงให้กับบริษัทต่างๆที่เป็นพันธมิตรที่ต้องการนักแสดงหน้าใหม่จำนวนมากในแต่ละปี เพื่อเป็นขยายช่องทางในการสร้างงานให้ผู้เรียนให้มีความต่อเนื่องและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ในด้านสถานที่ตั้ง ศูนย์ฯ อยู่ใจกลางเมือง มีรถประจำทาง ใกล้รถไฟฟ้ามหานคร ย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ห้องเรียนที่ได้มาตรฐาน บรรยากาศเอื้อต่อการเรียน มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น โลโก้ การตกแต่ง ชื่อสถาบันที่สื่อความหมายให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ชัดเจน ประกอบการใช้คณาจารย์ผู้สอนที่เป็นดารานักแสดงที่ประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงเป็นบุคคลกรที่มีคุณภาพด้านการแสดงแขนงต่างๆ และมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนนโยบายให้เข้ากับสถานการณ์ ขณะนั้น เพื่อให้ศูนย์ฯ มีความสามารถในการแข่งขันในตลาด สามารถเข้าตลาดได้และอยู่รอดได้อย่างมั่นคง

ทั้งนี้ในการประกอบธุรกิจสถาบันฝึกอบรมศิลปะการแสดงมีคู่แข่งเกิดขึ้นมากจะต้องอาศัยปัจจัยเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จหลายประการในการดำเนินกิจการ โดยเฉพาะการบริหารความเสี่ยงที่ดี มีความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของทั้ง ความคาดหวังของผู้เรียน การค้นหาความสนใจของตลาดอยู่เสมอ การขยายการสอนด้วยนวัตกรรมใหม่ในการเรียนการสอน ใช้ต้นทุนและทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงความร่วมมือภาคทางธุรกิจบันเทิงและสถานศึกษา รวมไปถึงสินค้าและบริการที่ต้องการความรู้ด้านศิลปะการแสดงที่ช่วยสนับสนุนให้ ศูนย์ฯ สามารถมีทีมงานให้กับผู้เรียนและมีรายได้อย่างต่อเนื่อง ตามแผนที่ได้วางไว้

กิตติกรรมประกาศ

กรณีศึกษาโครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง “IDOL ACADEMY STAR COACHING” สามารถสำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณา จาก รองศาสตราจารย์ พรรรัตน์ คำรุ่ง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละเวลา ช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการดำเนินการวิจัย ตลอดจนการพิจารณาตรวจแก้ไข ปรับปรุงงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง และดีใจ ที่ได้มี “ครู” มาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ปีเตอร์ กัน ที่ช่วยให้คำปรึกษาให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่อง ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านธุรกิจ แนวคิดด้านนวัตกรรม ให้ทำผู้ศึกษาได้ตระหนักถึงการบริหารจัดการทางธุรกิจและการเงินที่ต้องมาคู่กันเสมอ ขอขอบคุณ “ครูปีเตอร์” ที่ได้มอบแค่ความรู้ให้กับพวกเราแต่ยังช่วยดึงเอาศักยภาพในตัวของเราออกมาด้วย ขณะที่ศึกษาอยู่ในหลักสูตรนี้มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้ทั้งในการบริหารจัดการธุรกิจบันเทิงให้ได้เห็นคุณค่าและเข้าใจงานด้านการบริหารจัดการได้ดีมากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ผู้บริหารสถาบันสอนการแสดงทั้ง 3 ท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการสัมภาษณ์ ให้ข้อมูลประกอบการวิจัยนี้ รวมถึงให้ความช่วยเหลือในการให้เข้าไปเก็บข้อมูลภายในสถาบันทำให้การวิจัยนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และขอขอบคุณ คุณแม่ คุณพ่อ คุณป้า คุณลุง และเพื่อนๆ พี่น้องทุกคนที่เป็นกำลังใจให้ตลอดระยะเวลาของการวิจัย ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

นางสาวฐิติวรรณ มหาวิจิตร

20 ตุลาคม พ.ศ.255

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	๓
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัยของโครงการ	3
1.4 นิยามศัพท์	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ประวัติความเป็นมาของสถาบันสอนการแสดง	6
2.2 แนวคิดการจัดตั้งโรงเรียนเอกชนนอกระบบ	13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการการบริหารจัดการ	17
2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	27
3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	27
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	27
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.5 การรวบรวมข้อมูล	30
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	33
4.1 การสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรและผู้ประกอบการที่มีลักษณะคล้ายใกล้เคียง กับรูปแบบของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง (In-depth Interview)	33
4.2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)	53
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล (Descriptive Analysis)	75
บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	84
5.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	84
5.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	85
5.3 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร	91
5.4 การจัดองค์กร	97
5.5 แผนการตลาด	101
บทที่ 6 งบการเงิน	115
6.1 ข้อสมมติในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	115
6.2 การประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวม	117
6.3 การประมาณการต้นทุนการบริการ	118
6.4 การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืน	119
6.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	120
6.6 งบกระแสเงินสดกรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)	121
บทที่ 7 สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ	127
7.1 สรุปประเด็นปัญหาในการศึกษา	128
7.2 ข้อเสนอแนะ	129
7.3 การวางแผนสำรองกรณีได้ผลกำไรมากที่สุด (Best Case) หรือ ได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case)	130
บรรณานุกรม	133

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	136
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันสอนการแสดง	137
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงผู้ปกครอง	138
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงเด็กเยาวชน	142
ภาคผนวก ค แผนผังอาคารศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง	145
ประวัติการศึกษา	150



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของ บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	39
ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของ บ้านการแสดง สปีดวัน และ บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมนเนจเม้นท์ จำกัด	45
ตารางที่ 3 ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของสถาบัน การสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)	51
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างเด็กเยาวชน	53
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างเด็กเยาวชน	54
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง เด็กเยาวชน	54
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ ในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างเด็กเยาวชน	55
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อ ของกลุ่มตัวอย่างเด็กเยาวชน	55
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรู้จักสถาบันสอนการแสดง ของกลุ่มตัวอย่างเด็กเยาวชน	56
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง เด็กเยาวชน ในการเรียนเพื่อเสริมทักษะ	56
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสาขาที่กลุ่มตัวอย่าง สนใจเรียนการแสดง	57
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง เด็กเยาวชน ในการสมัครเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสัมพันธ์ของ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครอง	64
ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครอง	64
ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ปกครอง	65
ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้รวมทั้งครอบครัว(ต่อเดือน) ของกลุ่มตัวอย่าง	65
ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อของ ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่าง	66
ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรู้จักสถาบันสอน การแสดงของกลุ่มตัวอย่าง	66
ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะให้บุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง	67
ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสาขาการแสดงที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ	68
ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง	68
ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามโปรแกรมที่กลุ่มตัวอย่างจะ ให้บุตรหลานเรียน	69
ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจ ส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ใน การตัดสินใจ เลือกสถาบันสอนการแสดง ให้กับบุตรหลาน	70
ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ตั้งของสถาบัน ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ	71
ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่าง	71
ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรม ที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการให้บุตรหลานเข้าร่วมกับสถาบัน	72
ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสนใจ ของกลุ่มตัวอย่างให้ สถาบันสามารถจัดหางานด้านการแสดงให้กับบุตรหลาน	72
ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทการแสดง ที่กลุ่มตัวอย่าง สนใจอยากให้บุตรหลานเรียน	73
ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามหลักสูตรที่กลุ่มตัวอย่าง สนใจที่จะให้บุตรหลานเรียนมากที่สุด	73
ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอัตราค่าเรียน (12 ครั้ง 24 ชั่วโมง) ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสม	74
ตารางที่ 42 ตารางวิเคราะห์คู่แข่งชั้น	79
ตารางที่ 43 แสดงหน้าที่ และจำนวนอัตราบุคลากร	98
ตารางที่ 44 ตารางแสดงหลักสูตรและแสดงอัตราค่าเรียนของศูนย์ฝึก และพัฒนาศิลปะการแสดง	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 45 แสดงจำนวนผู้เรียนของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง	115
ตารางที่ 46 การประมาณเงินลงทุนถาวร (ก่อนดำเนินการ)	117
ตารางที่ 47 การประมาณการต้นทุนการบริการ	118
ตารางที่ 48 สรุปผลตอบแทนทางการเงิน	120
ตารางที่ 49 งบกระแสเงินสด; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)	122
ตารางที่ 50 คาดการยอดขายปี 2553 (Most Likely Case)	123
ตารางที่ 50 (ต่อ) คาดการยอดขายปี 2553 (Most Likely Case)	124
ตารางที่ 51 แสดงงบกำไรขาดทุน (Income Statement)	125
ตารางที่ 52 แสดงงบดุล (Balance Sheet)	126
ตารางที่ 53 งบกระแสเงินสด; กรณีที่มีผลกำไรมากที่สุด (Best Case)	131
ตารางที่ 54 งบกระแสเงินสด; กรณีที่มีผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case)	132

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรบริษัทกันทนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	36
ภาพที่ 2 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรบริษัท สปีควัน อาร์ทิส แมเนจเม้นท์ จำกัด	42
ภาพที่ 3 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง	48
ภาพที่ 4 ภาพแสดงรูปการตกแต่งอาคารและ ลักษณะห้องเรียน	90
ภาพที่ 5 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง	96



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมบันเทิงเป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มที่จะเติบโตในทิศทางที่ดี เพราะ ภาครัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยใช้เป็นแผนในแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และสร้างความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ด้วยการนำเอา “องค์ความรู้ดั้งเดิม” มาปรับใช้เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดย นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ประธานคณะกรรมการเศรษฐกิจไทยแลนด์ และที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี(ครีเอทีฟ ไทยแลนด์,2552) รัฐบาลให้การสนับสนุนงบประมาณแก่ผู้ประกอบการและนักคิดสร้างสรรค์ให้คิดค้น พัฒนาสินค้า บริการต่างๆทั้งในภาคอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะและวัฒนธรรม-รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเอกลักษณ์ด้านศิลปะและวัฒนธรรม โดยเล็งเห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพในอุตสาหกรรมบันเทิงทั้งด้านภาพยนตร์ ดนตรีและศิลปะการแสดง(Performing Arts) ซึ่งถ้าหากนำเอาแนวคิดดังกล่าวไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาให้เป็นสินค้าบริการแบบสร้างสรรค์ (Creative Product)แล้วจะเป็น โอกาสให้ผลงานของคนไทยนั้น มีความโดดเด่นและสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ได้ทั้งในประเทศและในตลาดโลก

นายอลงกรณ์ พลบุตร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (การกระทรวงพาณิชย์,2552)เปิดเผยว่าในการจัดงานมหกรรมอุตสาหกรรมบันเทิงไทย 52 ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ศักยภาพของอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศไทย และเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงให้เป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยในอนาคตและสร้างฐานให้พัฒนาสู่ “ศูนย์กลางอุตสาหกรรมบันเทิงของภูมิภาคเอเชีย” ซึ่งในการที่จะทำได้สำเร็จนั้น เราต้องมี “คน” ในการขับเคลื่อนที่สำคัญ ไม่ใช่เรื่องของเครื่องจักร หรือวัตถุดิบ หรือเม็ดเงินลงทุนเหมือนเช่นระบบเศรษฐกิจในยุคก่อน ผู้ศึกษาโครงการ เห็นว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือการพัฒนาบุคลากร เพราะบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมบันเทิงให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน แต่ปัญหาที่พบในปัจจุบันที่พบคือเหล่า ดารา นักแสดง ส่วนมากไม่ได้มีพื้นฐานความรู้ด้านการแสดงมาก่อนที่จะประกอบอาชีพนักแสดง คนที่ได้รับการคัดเลือกเป็นนักแสดงนั้น ต้องหน้าตาดี มีบุคลิกถูกใจผู้ชม หรือ มีความ

สนิทสนมส่วนตัวกับผู้คัดเลือกตัวแสดง ในอุตสาหกรรมบันเทิงมีนักแสดงหน้าใหม่เกิดขึ้นทุกวัน แต่เนื่องจากนักแสดงเหล่านี้ขาดทักษะด้านการแสดง อาชีพจึงไม่ยั่งยืน

วิชา “การแสดง” เป็นศาสตร์ที่มีความสำคัญยิ่งต่ออาชีพ นักแสดงทุกแขนงไม่ว่าจะเป็นละครเวที ละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ สถาบันที่เปิดสอน และฝึกทักษะ พื้นฐานการแสดง และการแสดงในชั้นสูง เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักแสดงเข้าใจ บทบาท และสามารถทำการแสดงออกมาได้สมจริง และเป็นที่ยอมรับของผู้ชม นอกจากความรู้ด้านศิลปะการละครที่นำมาใช้ในการทำงานศิลปะ และประกอบอาชีพแล้ว วิชาการแสดงยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ อื่นๆ และในชีวิตประจำวัน รศ.ศดส พิณธุมโกมล (2538) ได้กล่าวถึง การแสดง ในหนังสือศิลปะการแสดงว่า “ละครเป็นศิลปะที่สามารถนำมาใช้พัฒนามนุษย์ และสังคมในด้านต่าง ๆ ได้ เช่นเดียวกับศิลปะแขนงอื่น เนื่องจากการละครเป็นศิลปะที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ โดยการเลียนแบบชีวิตจริง เพื่อตีแผ่เรื่องราว ความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ และแสวงหาความเข้าใจชีวิตด้วยการรับชมละครที่สร้างสรรค์มากขึ้น”

แม้ว่าจะมีการสอน ศิลปะการละครในระดับอุดมศึกษาที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยตั้งแต่ปี 2514 และ ต่อมาขยายไปยังมหาวิทยาลัยอีกหลายแห่งจนกระทั่งในปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐ และเอกชนมีการเรียนการสอน วิชาด้านการแสดงใน คณะอักษรศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ และ ศิลปกรรม ถึง 18 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ และยังมีภาควิชาการทางศิลปะการละครไปบรรจุไว้ในหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2544 กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ กระทรวงศึกษาธิการ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงมัธยมศึกษาที่ 6 อีกทั้งยังมีโรงเรียนสอนการแสดงของ เอกชนอีกหลายแห่งที่เปิดสอนเพื่อพัฒนา ผู้สนใจทำงานสายอาชีพทางด้านการแสดง เช่น โรงเรียนการแสดงภัทราวดีเรียเตอร์ โรงเรียนการแสดงกัณดาครามาสกุล โรงเรียนการแสดงสปีดวัน โรงเรียนซูเปอร์สตาร์ อคาเดมี่ รวมถึงกลุ่มคนทำละครเวทีหรือคณะละครขนาดเล็ก ที่มีการบริหารงานด้วยบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านการแสดง คณาจารย์ ศิลปิน ดารา ที่เป็นมืออาชีพที่เป็นที่รู้จักของประชาชนคนทั่วไป

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า แม้จะมีสถาบันที่เปิดสอนด้านการแสดง และศิลปะการละครที่หลากหลาย แต่ก็ยังมีผู้ต้องการพัฒนาตนเอง เพื่อทำงานและเข้าไปสู่วงการอุตสาหกรรมบันเทิงจำนวนมาก จากเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความเห็นว่าควรจะมีการศึกษาหาความเป็นไปได้เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดตั้ง โครงการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ที่จะช่วยให้ผู้สนใจการทำงานในแขนงวิชาชีพนี้ ได้สามารถเข้ามาฝึกฝน ละมีช่องทางที่จะเข้าไปสู่การทำงานในสาขา

วิชาชีพนี้ได้จริงและตรงตามความต้องการของภาคธุรกิจการแสดงทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มี สถาบัน ที่ทำหน้าที่สอน วิชาชีพในสาขาการแสดงที่นำไปปฏิบัติได้จริง และยังสนับสนุนและประสานงานให้ผู้เรียนได้เข้าสู่การทำงานในอุตสาหกรรมบันเทิงในระดับภูมิภาคเอเชียอย่างจริงจัง โครงการจัดศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงที่จะจัดตั้งขึ้นน่าจะเป็นสถาบันที่ทำหน้าที่การพัฒนาความสามารถด้านศิลปะการแสดง ทุกด้าน ที่จำเป็นสำหรับการเป็นนักแสดงมืออาชีพ หรือใช้ในการทำงานเป็นนักแสดงระดับภูมิภาคเอเชียได้ วิชาการต่างๆ อาทิ เช่น ภาษาต่างประเทศ ความรู้ด้านกฎหมาย ศิลปะวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ รวมถึงเป็นตัวแทนในการจัดการบริหารงาน(Artist Management) ให้แก่นักแสดงในสังกัดในอนาคต ให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียมากขึ้น

ผู้ศึกษาโครงการได้มองเห็นโอกาสในการลงทุนที่จะเปิด “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง” ขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาบุคคลที่ต้องการเป็นนักแสดง ที่มีคุณภาพและสามารถมีอาชีพด้านการแสดงได้จริงเมื่อเรียนจบหลักสูตร ถึงแม้ว่าในตลาดจะมีสถาบันประเภทเดียวกันอยู่แล้ว และยังมีแข่งขันสูงก็ตาม แต่การเติบโตของกลุ่มเป้าหมายที่เติบโตขึ้นแบบทวีคูณก็เป็นแนวโน้มที่ดีในการลงทุนที่จะเปิดศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงขึ้น เพื่อพัฒนาให้วงการบันเทิงได้มีศิลปินที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมบันเทิงในอนาคต และมีนักแสดงไทยชื่อเสียงในระดับสากลเพิ่มขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจของศูนย์ฝึกและพัฒนาบุคลากรทางการแสดง

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- โครงการนี้พัฒนาขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง_
- เพื่อพัฒนาบุคลากรในสาขาการแสดงให้มีขีดความสามารถให้เป็นนักแสดงที่มีคุณภาพสามารถใช้ความรู้ ความสามารถในการประกอบอาชีพได้จริง
 - เพื่อศึกษาการลงทุนและผลตอบแทนและความเสี่ยงในการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในที่นี้หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง การแสดง การจัดจำหน่ายภาพยนตร์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งหมด

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในที่นี้หมายถึงแนวคิดเศรษฐกิจที่สะท้อนถึงกระบวนการซึ่งรวมเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกัน และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน จึงทำให้ โดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นมาท่ามกลางระบบการผลิตอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิม เพื่อทำให้เกิดโอกาสและความสามารถในการแข่งขันได้ โดย John Hawkins

อุตสาหกรรมบันเทิง ในที่นี้หมายถึง อุตสาหกรรม หรือบริษัท หรือที่เรียกกันว่า "องค์กรธุรกิจ" ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการแสดง ดนตรี ละครเวที ละครทางโทรทัศน์ โรงเรียนสอนการแสดง สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการแสดง สถานที่เปิดการแสดง รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการจัดสร้าง จัดแสดง อีกด้วย และในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงสถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการแสดง ด้วย

ศิลปะการแสดง ในที่นี้หมายถึงศิลปะการแสดง คือ ศิลปะที่เกิดขึ้นจากการนำภาพจากประสบการณ์และจินตนาการของ มนุษย์มาผูกเป็นเรื่อง และจัดเสนอในรูปแบบของการแสดง โดยมีผู้แสดงเป็นผู้สื่อความหมายและ เรื่องราวต่อผู้ชม" (สศส พันธ์ภูมิโกมล, 2524, น.1)

ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ในที่นี้หมายถึง สถาบันของตนเองที่ได้วางแผนไว้ว่าจะดำเนินการสอนศิลปะการแสดงที่เน้นด้านการแสดงเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพในวงการบันเทิง และ ทำหน้าที่เป็นตัวแทน (Agency) ในจัดหางานการแสดงที่ให้แก่นักเรียนหลังจบหลักสูตรเพื่อเชื่อมโยงนักเรียนไปยังภาคธุรกิจการแสดง โดยการคัดเลือก (Audition) จากความสามารถแสดง และคุณสมบัติที่เหมาะสมกับงานการแสดงนั้น ทั้งงานภาพยนตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้แก่นักเรียนตลอดระยะเวลาตามสัญญาที่ได้กำหนดไว้

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงร่วมสมัย กรุงเทพฯ ต่อไป
2. ทราบถึงข้อมูลสภาพตลาด และการแข่งขันปัจจุบันสำหรับนำไปเป็นวางกลยุทธ์การตลาด
ได้ที่เหมาะสม



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการจัดตั้ง"สถาบันพัฒนาศิลปะแสดงร่วมสมัย"เพื่อให้ทราบแนวทางในการจัดตั้งที่มีความเหมาะสม ผู้ศึกษาจึงรวบรวมแนวคิดที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาเป็นกรอบการศึกษาค้นคว้าได้ 4 ประเด็นหลัก

- 2.1 ประวัติความเป็นมาของสถาบันสอนการแสดง
- 2.2 แนวคิดการจัดตั้งโรงเรียนเอกชนนอกระบบ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการการบริหารจัดการ
- 2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติความเป็นมาของสถาบันสอนการแสดง

สถาบันสอนการแสดงแบบตะวันตก ที่มีหลักสูตรการเรียนการสอน และรายวิชาด้านศิลปการละคร (ละครสมัยใหม่) อย่างเป็นขั้นตอนนี้ ได้แก่ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีรองศาสตราจารย์ สดใส พันธุมโกมล เป็นผู้บุกเบิก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2507 ที่แผนกวิชาภาษาอังกฤษ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในพ.ศ.2509 (สำนักทะเบียนและประมวลผล, 2544) มีการเปิดป็นวิชาโทและวิชาเลือกสำหรับนิสิตคณะอักษรศาสตร์ และต่อมาในปีการศึกษา ในปี พ.ศ.2514 (กาญจนา นาคสกุล, 2525) มีการจัดตั้งแผนกวิชาศิลปการละครขึ้นในคณะอักษรศาสตร์ ทำให้นิสิตสามารถเลือกวิชาศิลปการละครเป็นวิชาเอกได้ โดยหลักสูตรวิชาเอกและวิชาโทของแผนกวิชาศิลปการละครมีรายวิชาที่สอนหลากหลาย ได้แก่ วิชาบทละครสมัยใหม่ การแสดง การกำกับการแสดง การออกแบบฉาก การออกแบบเครื่องแต่งกาย การแต่งหน้าเพื่อการแสดง เป็นต้น ปีการศึกษา 2517 มีบัณฑิตอักษรศาสตร์ที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิชาเอกศิลปการละครรุ่นแรก จำนวน 7 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล, 2544) จนถึงปัจจุบันมีนิสิตที่จบการศึกษาและได้รับความรู้จากภาควิชาศิลปการละคร (เปลี่ยนจากคำว่าแผนกวิชามาเป็นภาควิชา ในปี พ.ศ.2522) คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวนมาก นิสิตเหล่านี้เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว ได้เข้าทำงานในวงการละครเวที ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อสารมวลชน การโฆษณา แวดวงการศึกษา และวงการบันเทิง นักการละครเหล่านี้ สร้างผลงานที่มีคุณภาพ และสร้างชื่อเสียงให้แก่สถาบันเป็นอันมาก

ต่อมาเกิดสาขาวิชาวิชาทางการละครขึ้นอีกในมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ โดยศาสตราจารย์ ดร. มัทนี โมฆคารา รัตน์ ในปี พ.ศ.2518 มีการจัดหลักสูตรวิชาโท “การละคร” ที่คณะศิลปศาสตร์ และต่อมาเกิด สาขาการละครในลักษณะเดียวกันนี้ ที่มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐเหล่านี้ เข้าทำงานในองค์กรสร้างสรรค์ จำนวนมาก อันได้แก่ ธุรกิจโฆษณา สื่อสารมวลชน และในการศึกษา งานที่ทำนั้นมีงานด้านการแสดง กำกับ การแสดง และสร้างบทโทรทัศน์ และภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง แนวคิดเรื่องการเรียนการสอนวิชาด้านการแสดงและศิลปการละคร ในสาขาสื่อสารมวลชนจึงมีขึ้น ซึ่งจะพบว่า สาขาวิชาการทางการแสดง และการกำกับการแสดงในทศวรรษต่อมานั้นจะเริ่มพัฒนาหลักสูตรขึ้นเป็นภาควิชาในสาขานิเทศศาสตร์ และสื่อสารมวลชน และต่อมาพัฒนาการทำงานให้ประสานกับฝ่ายออกแบบ และนำเสนองานร่วมกับฝ่ายดนตรี และลีลา ทำให้ต่อมา การแสดง จะอยู่ในสาขาวิชาศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพเริ่มเปิดทำการสอนวิชาการแสดงในภาควิชาศิลปะการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ.2532 (ภาควิชาศิลปะการแสดง, 2551) เปิดสอนใน 2 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการแสดงและการกำกับการแสดง และสาขาวิชาการเขียนบท มหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งแรกที่บุกเบิกการเรียนการสอนด้านศิลปะการแสดงในระดับปริญญาตรี เอกลักษณะสำคัญของสาขาวิชาศิลปะการแสดงคือการเรียนที่เน้นทักษะปฏิบัติ และมุ่งสร้างบุคลากรที่รอบรู้และมีทักษะในสายงานการแสดงด้านต่างๆ เพื่อเป็นกำลังสำคัญของวงการศิลปะบันเทิง เนื้อหาและวิธีการสอนในแต่ละวิชาได้รับการพัฒนาเพื่อให้นักศึกษาได้รับประโยชน์สูงสุด ด้วยการจัดการเรียนการสอนและการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ อีกทั้งยังจัดให้มีโครงการการแสดงต่าง ๆ เพื่อเสริมหลักสูตร โดยมีศิลปินรับเชิญทั้งในและต่างประเทศมาร่วมให้ความรู้และคำแนะนำแก่นักศึกษา เพื่อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการคิดสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตอย่างเต็มที่ ประสิทธิภาพทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง ภาควิชาศิลปะการแสดงได้เปิดสอนวิชาการแสดง การกำกับการแสดง การเขียนบท การสร้างฉาก การออกแบบฉาก การออกแบบเครื่องแต่งกายและแต่งหน้า วรรณกรรมละครตะวันตกและตะวันออก ทฤษฎีวิจารณ์การแสดง โดยจะเปิดรับนักศึกษาในช่วงปีแรกเพียงปีละ 40 คนเท่านั้น ซึ่งภายหลังเริ่มผู้สนใจสมัครเข้าเรียนมากขึ้นจึงทำให้ต้องรับนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นด้วยเป็นปีละประมาณ 100 คน โดยนักศึกษาที่สนใจเรียนสาขาการแสดงจะต้องเข้าสอบคัดเลือกทดสอบความสามารถทางการแสดง กรณีไม่ผ่านการทดสอบก็จะได้

เรียนในสาขาการเขียนบทแทน ปัจจุบันภาควิชาศิลปการแสดงผลิตบัณฑิตออกไปแล้วหลายรุ่น บัณฑิตจากภาควิชาไปเป็นกำลังสำคัญของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในสาขาอาชีพต่าง ๆ เช่น อาจารย์ นักวิชาการ ผู้กำกับการแสดง ผู้ช่วยผู้กำกับการแสดง ผู้เขียนบท ผู้คัดเลือกนักแสดง ผู้กำกับศิลป์ และนักแสดง เป็นต้น

นอกจากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพแล้ว ปัจจุบันมีการเรียนการสอนวิชาการแสดงในคณะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เช่น ภาควิชาวาริชวิทยาและสื่อสารการศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือ คณะนิเทศศาสตร์ของสถาบันราชภัฏต่าง ๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามความต้องการบุคลากรด้านศิลปการแสดง การละคร นั้นไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในสถาบันการศึกษาเท่านั้น เมื่อมีบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเหล่านี้สู่ตลาดอาชีพของอุตสาหกรรมบันเทิงมากขึ้น จึงเริ่มมีนักแสดง ผู้จัดละครที่สำเร็จการศึกษา และใช้หลักวิชาแบบตะวันตกมาพัฒนาบทละคร โครงเรื่อง และการทำงานหลังจากอย่างมีขั้นตอน การฝึกฝนนักแสดง เริ่มเน้นเรียนการสอนโดยนักแสดงอาชีพ ที่เน้นหลักสูตรที่มีลักษณะเป็นภาคปฏิบัติ ผู้เรียนจะได้รับประสบการณ์ตรงจากการแสดงบนเวที เช่น โรงเรียนศิลปการแสดงภัทราวดีเชียงใหม่ เปิดค่ายอบรมศิลปะการแสดง ชัมเมอร์ เวอร์กชอป หลักสูตรการฝึกการแสดงของคณะละครมรดกใหม่ เป็นต้น

การพัฒนาศักยภาพของนักแสดงเริ่มอย่างจริงจังใน ปีพ.ศ.2535 (ประวัติของภัทราวดีเชียงใหม่, 2551) เมื่อประเทศไทยเกิดการจลาจล “พฤษภาทมิฬ” การแสดงต่างๆถูกยกเลิกทำให้นักแสดงว่างงานชั่วระยะหนึ่งภัทราวดีจึงจัดการแสดงละครเพลงเรื่อง สิงห์ไกรภพ หรือ นิทานข้างวัด นำนักแสดงทั้งหมดซึ่งเป็นนักเต้นรำมิเคยแสดงละครมาก่อนฝึกการแสดงและขับร้องโดยใช้บทละครของคุณมารีสา แสนกุลศิริศักดิ์ ซึ่งดัดแปลงมาจากบทประพันธ์ สิงห์ไกรภพของสุนทรภู่ มาจัดทำเป็นละครเพลงร่วมสมัย ใช้บทกลอนของสุนทรภู่บางบรรทัดมาเป็นบทร้อง และบทเจรจาบ้าง แต่งใหม่บ้างประพันธ์เพลงโดยคุณเทวัญ ทรัพย์แสนยากร ใช้ทำนองเพลงไทยเดิมในโอกาสที่เหมาะสม เช่น ทำนองม้าย่อง แต่งทำนองใหม่บ้าง ใช้เครื่องดนตรีไทยผสมกับดนตรีสากล ซึ่งเป็นการแสดงของกลุ่มละครภัทราวดีได้รับความสนใจนับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา ทำให้ภัทราวดีเชียงใหม่ซึ่งอยู่ในซอยเล็กๆ กลายเป็นโรงละครที่ผู้นิยมละครเวทีกล่าวถึงและติดตามผลงานอย่างสม่ำเสมอ

ในส่วนของการเรียนการสอนละครและการแสดงที่ปรากฏเป็นรูปแบบของโรงเรียนหรือสถาบันสอนการแสดงของหน่วยงานเอกชนนั้นเกิดขึ้นครั้งแรกในปีพ.ศ.2523 รศ.ศดใส พันธุมโกมล เป็นผู้บุกเบิกอำนวยการสอนการแสดงละคร โทรทัศน์ให้แก่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยก่อตั้ง “สถาบันศิลปการแสดง” (โรงเรียนการแสดงช่อง 3) เพื่อพัฒนาคุณภาพของนักแสดงรุ่นใหม่ และได้นำวิธีฝึกการแสดงและการกำกับการแสดงสมัยใหม่มาเผยแพร่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นับเป็นสถานีโทรทัศน์และสถาบันเอกชนแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับริเริ่มจัดตั้งโรงเรียนการแสดงขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะยกระดับการแสดงเพื่อสร้างนักแสดงที่มีพื้นฐานที่ดีแก่วงการ

โรงเรียนการแสดงช่อง 3 ได้เปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2523 (โรงเรียนการแสดงบางกอกการละคร, 2551) โดยมี รศ. ศดใส พันธุมโกมล เป็นผู้วางหลักสูตรการเรียนการสอน และ ผศ.สุนันท์ จันทร์ทิพย์ ดำรงตำแหน่งอาจารย์ใหญ่ พร้อมทั้งมีอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิอีกหลายท่าน อาทิ บรู๊ซ แก๊สตัน คณิต คุณวุฒิ มาเป็นอาจารย์ประจำสถาบัน สำหรับผู้ที่สนใจและได้รับคัดเลือกเข้าอบรมในสถาบันดังกล่าว ทางสถานีให้การอบรมฟรี ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าเล่าเรียนแต่อย่างใด

ตลอดระยะเวลา 10 ปี ที่ได้ดำเนินการนั้น ทางโรงเรียนการแสดงช่อง 3 ได้ผลิตนักแสดงและผู้ที่มีความสามารถให้กับวงการบันเทิงจำนวนมาก อาทิ ดิลก ทองวัฒนา ชงชัย ประสงค์สันติ ปวันรัตน์ นาคสุริยะ สุชาติ ชวางกูล กษมา นิสัยพันธ์ กฤษณ์ สุภระมงคล รัชญา ศิยานนท์ ชูดาภา จันท์เขตต์ พลรัตน์ รอดรักษา และผลศุ โสรรัตน์ เป็นต้น สำหรับผลงานที่นับว่าเป็นความสำเร็จอย่างสูงของสถาบันคือ การผลิตละครแนวสมจริงเรื่อง คำพิพากษา ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงและได้รับรางวัลเมขลาในฐานะละครยอดเยี่ยมประจำปี 2528 ผลงานของสถาบันอีก 2 เรื่องที่ได้รับการกล่าวขวัญถึงคือ โลกใบเล็กและคนดีศรีอยุธยา โรงเรียนการแสดงช่อง 3 ปิดตัวลงเนื่องจากปัญหาทางด้านบุคลากร

ในส่วนของโรงเรียนหรือสถาบันสอนการแสดงที่เปิดดำเนินการในรูปแบบของธุรกิจโดยมีบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการละครและการแสดง ได้แก่ สถาบันปฏิบัติการโทรทัศน์ K – PAT (KANTANA PROFESSIONAL ACADEMY FOR TELEVISION) ของบริษัทกันตนาและสถาบันสอนการแสดงของบริษัทสหมงคลฟิล์ม การเรียนการสอนทั้งสองสถาบันเก็บค่าเล่าเรียนจากผู้ที่มาเรียนโดยราคาแตกต่างกันไปตามรายวิชาที่เปิดสอน สถาบันปฏิบัติการโทรทัศน์ K – PAT นับเป็นสถาบันปฏิบัติการโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย (เพ็ญญา ศีประเสริฐวงศ์, 2538) ที่เป็น

ศูนย์กลางการฝึกอบรมเทคโนโลยีล่าสุดทางโทรทัศน์ให้แก่บุคคลที่สนใจ โดยผู้ให้การอบรมเป็น
 คนทำงานมืออาชีพทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ ม.จ.ชาตรี เฉลิมยุคล ฉลอง ภักดีวิจิตร
 ฉลวย ศรีรัตน และสุพล วิเชียรฉาย เป็นต้น สำหรับการเรียนการสอนวิชาการแสดงนั้นพรสุดา
 ต่ายนาวง เป็นผู้อบรม สถาบันปฏิบัติการโทรทัศน์ K – PAT ตั้งอยู่ที่ถนนรัชดาภิเษก โดยใช้เนื้อที่
 ร่วมกับสตูดิโอถ่ายทำของบริษัทซึ่งมีพื้นที่ถึง 11 ไร่ จุดแข็งของสถาบันปฏิบัติการโทรทัศน์ K –
 PAT คือการเรียนการสอนในอาคารที่มีห้องปฏิบัติการจริงทำให้นักเรียนสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจกับบทเรียนได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามสถาบันปฏิบัติการโทรทัศน์ K – PAT กลับต้องปิด
 ตัวลงภายในระยะเวลาไม่กี่ปีเนื่องจากประสบปัญหาหลายประการ อาทิเช่น ค่าเล่าเรียนมีราคาสูง
 (ประมาณ 10000 – 20000 บาท)

เมื่อค่าเล่าเรียนสูงนักเรียนที่มาเรียนจึงคาดหวังสูงกับสิ่งที่จะได้รับ นอกเหนือจากความรู้ที่
 จะได้รับจากการเรียนการสอนแล้วยังคาดหวังว่าจะได้มีโอกาสเข้ามาทำงานในวงการบันเทิงแต่เมื่อ
 ไม่ได้เป็นอย่างที่คาดหวังก็ทำให้ผิดหวังและมีการบอกเล่าปากต่อปาก หลักสูตรการเรียนการสอนของ
 สถาบันเป็นการเรียนการสอนที่ไม่ได้ใช้หลักวิชาการทางด้านการละครและการแสดงแต่เป็นการ
 บรรยาย การบอกเล่าจากผู้มีประสบการณ์ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนทำ
 ความคุ้นเคยกับมุกตลกหรือที่เรียกว่าทำให้เจตนาตลก เหมือนเป็นการสอยการ แสดงหน้ากล้องให้
 ผ่านไปเป็นฉาก ๆ (ก่อน กมลพัฒนะ, 2540) ประกอบกับผู้ให้การอบรมหลายท่านไม่มีประสบการณ์
 ทางด้านการสอนทำให้ไม่สามารถสอนหนังสือให้แก่ นักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและมี
 ประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้มาให้การอบรมส่วนใหญ่ไม่ใช่อาจารย์ประจำของทางสถาบันทำให้การ
 ควบคุมและการจัดการเป็นไปได้ยาก เพราะต้องใช้อาจารย์ร่วมกับสถาบันอื่น

จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าการเรียนการสอนการแสดงในรูปของโรงเรียนหรือสถาบัน
 เอกชนที่เปิดดำเนินการในรูปของธุรกิจนั้นส่วนใหญ่ ไม่ประสบความสำเร็จทางด้านรายได้สัก
 เท่าไรนัก ทำให้มีหลายสถาบันต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย เช่นเจาะ
 กลุ่มเฉพาะเด็ก หรือ กลุ่มเป้าหมายที่เน้นไปทางด้านละครเวทีเพื่อสังคม รวมถึงการสอนเพื่อไป
 ประกอบอาชีพจริงด้านการแสดง หรือ การเขียนบท เพราะมีผู้เข้ามาช่วยสนับสนุนให้สามารถมี
 กำลังเงินที่จะทำดำเนินธุรกิจต่อไปได้

อย่างไรก็ตามในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาได้มีโรงเรียนการสอนการแสดงเกิดขึ้นเพิ่มมาก
 ขึ้น เนื่องด้วยกระแสความนิยมของการเข้าประกวดแข่งขันในรายการประเภท เรียวริตี้โชว์ที่เกิดขึ้น
 มากมายหลายรายการ อาทิ เอกาเดมี่ แฟนเทเชีย เดอะสตาร์ มายาไอคอด ซูเปอร์สตาร์ หรือ แม้แต่

การออกฉันทันหานักแสดงหน้าใหม่ฟรีเซ็นเตอร์โฆษณา ทำให้สถาบันสอนการแสดงได้เปลี่ยนรูปแบบที่เน้นด้านพัฒนาบุคลากรด้านงานบันเทิงในทุกแขนง ทั้ง ร้องเพลง เดินรำ การแสดงต่างๆ รวมอยู่ในที่เดียวกันมากขึ้น โดยดำเนินการเปิดเป็นสถาบันการศึกษาเอกชนนอกหลักสูตร ถือว่าการเติบโตอีกครั้งของโรงเรียนหรือสถาบันสอนการแสดงในประเทศไทยได้รับความนิยมนและเติบโตขึ้นเป็นลำดับ โดยโรงเรียนการแสดงส่วนใหญ่ในยุคนี้มักจะก่อตั้งจากกลุ่มดาราวัยรุ่นและศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียงที่ผ่านเวทีการประกวดระดับประเทศ หรือ ครูสอนการแสดงของเวทีการประกวดต่างๆที่เป็นที่ยอมรับในความสามารถในสังคม อาทิ เช่น

ในปี 2551 บ้านการแสดง สปีด วัน (บ้านการแสดง สปีด วัน, 2552) ได้ก่อตั้งขึ้นโดย ยูย จิรนนท์ มะโนแจ่ม ร่วมกับกลุ่มเพื่อนดาราในสังกัดช่อง 7 สี อย่าง โอ้ เพชรดา - แพร พรรัสมิภา เปิดโรงเรียนบ้านการแสดง สปีด วัน ขึ้นเพื่อรับสอนการแสดงให้แก่ผู้ที่สนใจในศิลปการแสดง หรือต้องการปรับเปลี่ยนพัฒนาบุคลิกของตนเองให้เป็นที่ไปในทางที่ดีขึ้น รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่ร่วมกับผู้จัดละครอีกด้วย โดยมีหลักสูตรสอนการแสดงอย่างเป็นระบบโดยมืออาชีพอย่างแท้จริง ซึ่งอำนวยการสอน โดย ผศ.ดร.กิตติศักดิ์ เจริญสุขศรี ผู้เชี่ยวชาญทางการสอนการแสดง และมีการสอนเสริม ด้วยนักแสดงรุ่นพี่ในสังกัด สปีด วัน อาร์ติสเมนแนจเม้น ที่เป็นดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียงของทางช่อง 7 สีที่จะนำประสบการณ์จริงในการทำงาน มาถ่ายทอดสู่ นักเรียนถือและนี่ถือเป็นจุดแข็งของ บ้านการแสดง สปีด วัน ที่สามารถดึงดูดให้มึนนักเรียนเข้ามาเรียนอย่างต่อเนื่อง

และในปี 2552 ได้เกิด โรงเรียนดนตรีและศิลปะการแสดง ซูเปอร์สตาร์ (โรงเรียนศิลปะการแสดง ซูเปอร์สตาร์., 2552) ที่ก่อตั้งโดยผู้บริหารของโรงเรียน คือ คุณลลิตา ตะเวทิกุล ซึ่งเป็นรู้จักกันดีในสถานะผู้ชนะการประกวดร้องเพลงของสยามกลการ และ ผู้ผลิตรายการเรียลลิตี้โชว์ ซูเปอร์สตาร์ ที่มีความรักดนตรีจนได้ไปศึกษาต่อ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกาจนจบปริญญาตรีพร้อมเกียรตินิยมอันดับ 1 จากมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ทางด้านมิวสิคเทคโนโลโลยี

โรงเรียนดนตรีและศิลปะการแสดง มุ่งเน้นในการพัฒนาบุคลากรด้านการร้องและเต้นเพื่อค้นหาศิลปินหน้าใหม่เข้าสู่วงการ หลักสูตรจะเน้นความรู้ด้านดนตรีและการแสดงบนเวทีสำหรับนักร้องเป็นหลัก และมีหลักสูตรการสอนวิชาด้านการแสดงรองลงมา เปิดสอนให้แก่นักเรียนชาวไทยและนักเรียนชาวต่างชาติ ที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป และมีการสร้างความแตกต่างกับสถาบันอื่นๆ ที่เน้นคุณภาพและใส่ใจกับการเรียนการสอน สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของนักเรียน

แต่ละคนได้ วิเคราะห์ความต้องการของนักเรียนเพื่อนำข้อมูลมาจัดเป็นหลักสูตรที่เหมาะสมกับนักเรียนแต่ละคน เช่น การเตรียมความพร้อมเพื่อศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย การเรียนเพื่อการผ่อนคลาย การเรียนเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การเรียนเพื่อพัฒนาความมั่นใจ และสร้างแรงบันดาลใจสู่การเป็นศิลปิน แต่ที่เป็นจุดขายหลักที่สร้างความแตกต่าง โรงเรียนดนตรีและศิลปะการแสดง คือ การสร้างโอกาสช่องทางการก้าวสู่ศิลปินให้กับนักเรียนด้วยตัวสถาบันเอง จัดเป็นรูปแบบรายการประกวดแข่งขันระดับประเทศ เพื่อไปเป็น ศิลปินตัวจริงโดยให้ประชาชนทั่วประเทศเป็นผู้ตัดสิน พร้อมกับการเปิดออกดิชั่นเข้าโครงการ Young Superstar Contest 2009 ซึ่งจะผลิตเป็นรายการ The Trainer และ รายการ LG Entertainer จะเป็นรายการที่จัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้กับนักเรียนอายุ 4-12 ปีและ 13-22 ปี ที่อยากจะแสดงความสามารถของตนเองที่มีอยู่ในแต่ละศาสตร์การแสดง 4 ศาสตร์ ได้แก่ ร้องเพลง เต้น เล่นดนตรี และเดินแบบ มาเข้าแข่งขันประชันความสามารถกันในแต่ละสัปดาห์จะมีการแข่งขันทั้ง 4 ประเภทโดยมีคณะกรรมการที่ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงการแสดงในครั้งต่อไป ถ้ามิติใหม่ของการสร้างช่องทางการตลาดในการสร้างศิลปินหน้าใหม่ในเกิดในวงการ ได้จริง สร้างโอกาสทางการตลาดเพื่อตอบโจทย์การก้าวสู่อาชีพ ศิลปิน นักแสดง ได้จริง

ปัจจุบันมีแนวโน้มการขยายตัวของงานด้านการแสดงด้านงานแสดงเพิ่มขึ้นมีความต้องการนักแสดงหน้าใหม่เพิ่มขึ้น ทั้งงานด้านภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ละครเวที ละครเพลงในภาคธุรกิจด้านการแสดง ซึ่งยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการแสดง อีกทั้งสถาบันอุดมศึกษาของทั้งภาครัฐและเอกชนก็ยังมีขาดแคลนปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมให้บัณฑิตที่จบการศึกษาได้เข้าไปปฏิบัติงานจริงตามสาขาวิชาที่ได้เรียนมา หรือมีการสนับสนุนทักษะความชำนาญด้านวิชาชีพของบัณฑิตได้อย่างเพียงพอและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้ง เหล่าโรงเรียนสอนการแสดงส่วนใหญ่จะสอนการแสดงเพื่อให้เด็กเยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์มากกว่าการมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรสำหรับการประกอบอาชีพได้จริง ซึ่งจะเห็นว่าโรงเรียนการแสดงในยุคหลังจะมีจุดแตกต่างจากยุคแรก คือนักเรียนส่วนมากต้องการจะเรียนเพราะมีใจรักการแสดง แต่ในยุคนี้ นักเรียนต้องการ โรงเรียนที่จะเป็นผู้ส่งเสริมและชักนำให้เข้าสู่การทำงานในวงการบันเทิงได้จริง ตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้น จากการศึกษาข้อมูลของโรงเรียนการแสดงต่างๆพบว่า โรงเรียนที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องมีช่องทาง และ สร้างโอกาสเข้าไปสู่อาชีพนักแสดง ศิลปินซึ่งต้องมีการวางแผนรองรับนักเรียนหลังเรียนจบหลักสูตรต่างๆ ในได้ประกอบอาชีพในวงการบันเทิงตามต้องการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับโรงเรียนเอกชนนอกระบบ

จากข้อมูลเรื่อง โรงเรียนการแสดง ที่มีลักษณะเป็นสถาบันฝึกฝน และดำเนินการเป็นผู้จัดการศิลปิน ไปสู่การทำงานในระดับอาชีพ ซึ่งโรงเรียนที่มีการสอนนั้นมีลักษณะเป็นโรงเรียนศิลปะพิเศษเฉพาะทาง ที่มีความสามารถในการจัดตั้งเป็นโรงเรียนในลักษณะวิชาชีพได้ ซึ่งมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งสถาบันดังนี้

1. การศึกษานอกโรงเรียนสายอาชีพเป็นการศึกษาที่มุ่งให้ผู้เรียนมีอาชีพหรือเห็นช่องทางการทำงาน คิดเป็น แก้ปัญหาเป็น มีความรู้ ทักษะ และเจตคติที่ดีในการทำงานเพื่อการประกอบอาชีพอิสระ อาชีพในตลาดแรงงาน หรือ เพื่อปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง (สำนักงานการศึกษานอกระบบและศึกษาตามอัธยาศัย, 2552) รวมทั้งเพื่อเพิ่มวุฒิทางการศึกษาและการพัฒนาตนเองเกี่ยวกับหน้าที่การงานซึ่งสามารถใบประกาศนียบัตรรับรองกับผู้เรียนได้โดยเปิดสอนในระดับเทียบเท่ากับปริญญาตรีวิชาชีพ (ปวช.) และ ปริญญาตรีวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ซึ่งในปัจจุบันเป็นนิยมในต่างประเทศในภูมิภาคเอเชียเป็นหลักสูตรวิชาชีพเฉพาะทางในวิทยาลัยอาชีวศึกษา หรือที่เรียกว่า Senmon Gakkou นั้น เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่สอนตั้งแต่พื้นฐานและเน้นการปฏิบัติ ให้ผู้เรียนได้มีความชำนาญเฉพาะทาง เมื่อเรียนจบแล้วสามารถนำทักษะความรู้ความสามารถมาประกอบอาชีพได้จริง แม้ผู้เรียนไม่เคยมีความรู้ในด้านนั้น ๆ มาก่อนเลยก็สามารถเข้าเรียนได้ การเรียนในระดับวิทยาลัยลักษณะนี้ ในปัจจุบันจึงเป็นที่นิยมสำหรับนักศึกษาไทย ที่ต้องการเรียนรู้สาขาวิชาอื่น ๆ ที่แตกต่างไปจากสาขาวิชาที่เรียนจบมาในระดับปริญญาตรี ทุกสถาบันจะเน้นการฝึกฝนให้นักเรียนมีความรู้ความชำนาญในสาขาที่เรียน เมื่อจบการศึกษาแล้วจะสามารถออกมาทำงานได้อย่างมีอาชีพ ดังนั้น ในระหว่างที่เรียน จะต้องมีการฝึกงาน เพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสัมผัสประสบการณ์ในโลกของการทำงานจริง อีกทั้งยังมีการสนับสนุนเรื่องภาระงานให้นักเรียนทำหลังจบการศึกษา ซึ่งทำให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาสถาบันสอนการแสดงให้เป็นสถาบันศึกษาในรูปแบบ “วิทยาลัยอาชีวศึกษา” เพื่อสร้างจุดแข็งที่แตกต่างสร้างความน่าเชื่อถือ ให้กับสถาบันสอนศิลปะการแสดง

2. การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับโรงเรียนเอกชนนอกระบบเป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงแนวคิด หลักการ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตั้งสถานศึกษาเพื่อเป็นแนวทางให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในโครงการ ได้อย่างถูกต้อง และเตรียมงานในการจัดตั้งให้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักของโครงการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงในครั้งนี้

2.1.1 ข้อกำหนดในการจัดตั้งของโรงเรียนเอกชนนอกระบบ

จัดตั้งโรงเรียนเอกชน ตามมาตรา 15(2) แห่งพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525
หลักสูตรโรงเรียน ต้องมีการเตรียมอาคาร สถานที่ ตามที่กำหนดในระเบียบที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. โรงเรียนหลักสูตรอาชีวศึกษาและศิลปศึกษา

1.1 สถานที่และบริเวณโรงเรียน ต้องมีลักษณะกว้างขวางพอแก่กิจการของโรงเรียน ดังนี้

1) หลักสูตรที่โรงเรียนเปิดสอน ที่มีระยะเวลาเรียนไม่เกิน 6 เดือน และไม่เกิน 600 ชั่วโมง ต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 100 ตารางเมตร

2) หลักสูตรที่โรงเรียนเปิดสอนที่มีระยะเวลาเรียนเกิน 6 เดือน หรือไม่เกิน 1 ปี และไม่เกิน 1,200 ชั่วโมง ต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า 200 ตารางเมตร

ทั้งนี้ สถานที่ตั้งของโรงเรียนไม่ขัดต่อสุขลักษณะหรืออนามัยของนักเรียน การคมนาคมสะดวก ตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ไม่อยู่ใกล้โรงงานอุตสาหกรรม ที่อาจเกิดภัยอันตรายใด ๆ หรืออยู่ใกล้สถานที่ซึ่งไม่เหมาะสมแก่กิจการของโรงเรียน

1.2 ผู้ขอจัดตั้ง ต้องมีกรรมสิทธิ์ในที่ดินและอาคาร หรือกรณีเช่าต้องมีสัญญาเช่าอาคาร จากผู้มีสิทธิในการให้เช่าที่กำหนดระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยระบุวัตถุประสงค์การเช่าเพื่อใช้จัดตั้งโรงเรียน ยกเว้นการเช่าที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่ราชพัสดุ ที่ศาสนสมบัติกลาง ที่ธรณีสงฆ์ หรือท้องที่การของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ

1.3 อาคาร ต้องเป็นเอกเทศ หรืออาคารร่วม ต้องแยกเป็นสัดส่วนไม่ปะปนกับกิจการอื่น และเป็นอาคารที่มีความมั่นคงแข็งแรงเพียงพอที่จะใช้จัดการเรียนการสอน

1.4 ต้องเป็นอาคารที่ได้รับอนุญาตก่อสร้าง หรือใบอนุญาตต่อเติมอาคารจากทางราชการให้ใช้เป็นอาคารเรียนเพื่อการศึกษา เว้นแต่ในกรณีที่ไม่สามารถหาเอกสารจากทางราชการได้ ให้วิศวกรที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม ตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพวิศวกรรม เป็นผู้ตรวจสอบและรับรองความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร

1.5 ต้องจัดให้มีทางหนีไฟ และความปลอดภัยของอาคาร ตามกฎหมาย ว่าด้วยการควบคุมอาคารหรือตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 47 (พ.ศ. 2540) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ในเรื่องการป้องกันอัคคีภัย

1.6 ต้องติดตั้งอุปกรณ์ตัดวงจรไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ

1.7 ห้องเรียนและห้องประกอบอื่น ๆ มีดังนี้

1) ห้องเรียน ต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร และมีส่วนกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร กรณีจำเป็น หากจะจัดการเรียนการสอนหรือฝึกปฏิบัติเป็นรายบุคคล สามารถจัด

ห้องเรียนได้ตามความเหมาะสมของหลักสูตร

2) ห้องเรียน ห้องประกอบ ต้องมีแสงสว่างพอเพียงและมีระบบถ่ายเทอากาศ ที่ถูก
สุขลักษณะ

3) มีห้องธุรการและหรือห้องพัสดุแยกต่างหากจากห้องเรียน

4) จัดให้มีพื้นที่หรือห้องสำหรับพักผ่อนให้เพียงพอกับจำนวนนักเรียนที่มีอยู่

5) จัดให้มีน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สะอาดถูกสุขลักษณะให้เพียงพอตามจำนวนนักเรียนที่มี

6) มีห้องส้วมแยก ชาย – หญิง โดยถืออัตราส่วนจำนวนนักเรียน 35 คน ต่อ 1 ที่

หากเปิดสอนในแต่ละรอบเกิน 20 คน ขึ้นไป ให้เพิ่มอีก 1 ที่

1.8 คุณสมบัติครูใหญ่และครู

1) ครูใหญ่ จะต้องมีความรู้ปริญญาตรีและมีประสบการณ์เคยทำงานในสาขาที่
เกี่ยวข้องหรือทำการสอนมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี

2) ครู (ครูชาวไทย) ต้องมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- ต้องมีความรู้ปริญญาตรีในสาขาวิชาที่สอน

- ต้องมีความรู้ปริญญาตรีในสาขาอื่นและมีประกาศนียบัตรที่แสดงถึง

ความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่สอน

- ต้องมีความรู้ไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
และมีประสบการณ์เคยประกอบอาชีพในสาขาวิชาที่สอนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี

- สำหรับการสอนในสาขาวิชาที่ขาดแคลนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ต้องมี
ความรู้พื้นฐาน การศึกษาภาคบังคับหรือเทียบเท่า และมีความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์
เคยประกอบอาชีพในสาขาวิชาที่สอนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี

3) ครูชาวต่างประเทศ ต้องมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- ต้องมีความรู้ปริญญาตรีในสาขาวิชาที่สอน

- ต้องมีความรู้ปริญญาตรีในสาขาอื่นและมีประกาศนียบัตรที่แสดงถึง

ความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่สอน

- สำหรับการสอนในสาขาวิชาที่ขาดแคลน ต้องมีประกาศนียบัตรใน
สาขาวิชาที่สอนและมีความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์เคยประกอบอาชีพในสาขาวิชาที่
สอนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี

1.9 จำนวนครูต่อนักเรียน

- 1) ห้องเรียนภาคทฤษฎี จะต้องจัดให้มีครู 1 คน ต่อนักเรียนไม่เกิน 40 คน
- 2) ห้องเรียนภาคปฏิบัติ ต้องจัดให้มีครู 1 คน ต่อนักเรียนไม่เกิน 20 คน

1.10 หลักสูตรที่ใช้ในการสอน

1) ต้องเป็นหลักสูตรมีระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และไม่เกิน 1,200 ชั่วโมง ทั้งนี้สามารถแบ่งหลักสูตรเป็นระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง หรือเรียนรวมทุกระดับก็ได้ โดยผู้เรียนจบแต่ละระดับหรือเรียนรวมทุกระดับ สามารถนำไปประกอบอาชีพได้

2) การขอใช้หลักสูตรของโรงเรียนให้เป็นที่ไปตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานกำหนด และจะใช้ได้เมื่อกระทรวงศึกษาธิการ พิจารณาอนุญาตให้ใช้เท่านั้น

1.11 โรงเรียน ต้องมีอุปกรณ์การสอน เครื่องมือ และสถานที่ฝึกปฏิบัติที่เหมาะสมเพียงพอ และสอดคล้องกับหลักสูตร

1.12 ห้องเรียนภาคทฤษฎี ให้คำนวณความจุ 1.5 ตารางเมตร ต่อนักเรียน 1 คน สำหรับห้องเรียนภาคปฏิบัติ ให้คำนวณความจุนักเรียนตามจำนวนอุปกรณ์

1.13 โรงเรียนเป็นผู้ประเมินผลการเรียนและออกประกาศนียบัตรให้แก่นักเรียนตามเงื่อนไข ที่กำหนดในหลักสูตร โดยการออกประกาศนียบัตรต้องเป็นไปตามระเบียบที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด

1.14 การขอเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน ให้คำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการจัดการศึกษาของโรงเรียน สภาพท้องถิ่น และนโยบายของรัฐในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามระเบียบที่กระทรวงศึกษาธิการกำหนด

1.15 ให้ผู้ใบอนุญาตติดประกาศให้เห็นได้ชัดเจนในเรื่องต่อไปนี้

- 1) ใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียน
- 2) ใบอนุญาตให้เป็นผู้จัดการ
- 3) ใบอนุญาตให้เป็นครูใหญ่และครู
- 4) ใบอนุญาตให้เก็บค่าธรรมเนียมการเรียน
- 5) ข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น เช่น รายชื่อครู อาจารย์ หลักสูตร ระเบียบการ และรายการวัสดุ อุปกรณ์

1.16 ผู้อนุญาตอาจจะให้ผู้ยื่นคำขอจัดตั้งโรงเรียนวางเงินประกันตามที่เห็นสมควร เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานกำหนด

1.17 โรงเรียนต้องจัดทำรายงานการดำเนินงานการดำเนินการเสนอต่อผู้อนุญาตทุกปี และจะต้องมาขึ้นขอต่อใบอนุญาตทุก ๆ 3 ปี ตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานกำหนด

1.18 โรงเรียนที่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งอยู่ก่อนวันที่ระเบียบใช้บังคับ ให้เปิดทำการสอนต่อไปได้ ภายในเวลา 3 ปี หรือ หากมีการเปลี่ยนแปลงกิจการ โรงเรียนก็ให้ถือปฏิบัติตามระเบียบนี้ เว้นแต่โรงเรียนที่ได้รับอนุญาตเปิดทำการสอนหลักสูตรที่มีระยะเวลาเรียนเกิน 1 ปี และเกิน 1,200 ชั่วโมง ให้เปิดทำการสอนตามหลักสูตร ที่ได้รับอนุญาตต่อไปได้

ตามข้อมูลข้างต้น ในการจัดตั้งสถาบันด้านการศึกษา นั้นมีข้อกำหนดที่สถาบันนั้นจะต้องมีคุณสมบัติครบทุกประการ จึงจะสามารถเปิดสอนได้ และได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ ว่าเป็นโรงเรียนเอกชนนอกระบบผ่านการรับรอง ทั้งด้านหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน ห้องเรียนสถานที่ตั้ง ที่ถูกสุขลักษณะ มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเรียน และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ดังนั้นผู้วิจัยในไปใช้เพื่อการออกแบบ และ จัดหาที่ตั้งของสถาบันที่เหมาะสมต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

การศึกษาด้านการบริหารจัดการจะทำให้ทราบรูปแบบและวิธีการดำเนินการบริหารจัดการโรงเรียนได้อย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยการศึกษาทฤษฎีแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.3.1 แนวคิดการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ (Management) เป็นกระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ (Centro 2000:555) หรือเป็นกระบวนการออกแบบสภาพแวดล้อมขององค์กรเพื่อบุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการบริหารจัดการ (Management process) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1.การวางแผน (Planning) ประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมาย (Goals) กำหนดกลยุทธ์ (Strategy) และการพัฒนาแบบแผนย่อยเพื่อให้เกิดการประสานงานกิจกรรมต่าง ๆ

2.การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการกำหนดว่าจะทำงานอะไรบุคคลใดที่มีความเหมาะสมที่จะทำงานนั้น วิธีการจะจัดกลุ่มงาน ใครรายงานขึ้นตรงกับใคร และจุดใดจำเป็นต้องมีการตัดสินใจเกิดขึ้น การจัดองค์กรจะต้องมีการจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) และเลือกคนให้เหมาะสมกับงานที่ทำ (Put the Right man in The Right Jobs) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เป็นทางการเพื่อให้มั่นใจ

ว่าองค์กรมีพนักงานที่มีความสามารถในงานทุกระดับ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาว

3.การนำ (Leading) ประกอบด้วยการจูงใจ ด้วยผู้นำองค์กร และ ผู้ใต้บังคับบัญชา ให้ปฏิบัติตามสั่งการ การคัดเลือกช่องทางการสื่อสารขององค์กรที่มีประสิทธิผลสูงสุด ตลอดจนการแก้ปัญหาความขัดแย้ง

4.การควบคุม (Controlling) เป็นกิจกรรมการติดตามผลและการแก้ไขปรับปรุงสิ่งที่จำเป็นเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่างานบรรลุตามที่ได้วางไว้

โดยทรัพยากรที่ใช้ในการบริหารนั้นประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ตลอดจนทรัพยากรข้อมูลขององค์กร

ทฤษฎี และแนวคิดในการบริหารจัดการสามารถนำมาเป็นกรอบเพื่อควบคุมการดำเนินงานของโรงเรียนได้ เนื่องจากกระบวนการของการบริหารจัดการจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีความชัดเจนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการจัดศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงจะต้องมีการวางแผนเป้าหมายที่กำหนดไว้ และต้องมีการวางระบบงานบริหารอย่างเป็นระเบียบทั้งด้านการจัดองค์กรและการคัดสรรบุคคลเข้าทำงานในตำแหน่งที่เหมาะสมการจูงใจผู้ร่วมงานให้มีทัศนคติที่ตรงกันเพื่อให้การทำงานเป็นไปด้วยความราบรื่นปราศจากความขัดแย้ง รวมถึงการติดตามผลงานให้ทราบถึงข้อผิดพลาดต่างๆ เพื่อหาทางปรับปรุงแก้ไขได้ทันเวลาและบรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นการบริหารจัดการที่ดีจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อโรงเรียนในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.3.2 แนวคิดการบริหารการเงิน (Financial Management)

การบริหารการเงิน (Financial Management) (เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์, 2532) คือ งานที่ผู้บริหารหรือผู้นำในองค์กรธุรกิจนั้น ๆ จะต้องกระทำเพื่อให้มีการจัดการด้านการเงินที่ดีที่สุดต่อองค์กร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของธุรกิจคือสามารถอยู่รอดในตลาด และได้กำไร

เนื่องธุรกิจคือการลงทุน ซึ่งจะต้องมีผลตอบแทนกับมาเป็น ผลกำไรต่อการลงทุน โดยมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้ร่วมลงทุน เพื่อนร่วมงาน ลูกจ้าง เพื่อไปยังเป้าหมายได้เกิดความร่วมมือกันทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ดังนั้น การบริหารการเงินจึงต้องเกี่ยวข้อง

- การบริหารทั่วไป
- การวางแผนนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานของธุรกิจด้านการวางแผน
- การอำนวยความสะดวกหรือการจัดการธุรกิจด้วยการวิเคราะห์ต้นทุน

- การควบคุมเพื่อลดต้นทุนในการผลิตหรือการวางจำหน่าย
- การประเมินผลภายใต้ธุรกิจ

การลงทุน คือ การนำเงินลงทุน (Money) เครื่องจักร (Machine) วัตถุดิบ (Material) และคน (Man) มาประสานให้เป็นระบบงานที่สามารถทำงานได้โดยประสิทธิภาพเสร็จสิ้นออกมาเป็นผลผลิตที่ดี อาจเป็นสินค้าที่ดี หรือการบริการที่เยี่ยมในการจัดการที่ดีนั้น ผู้บริหารหรือเจ้าของจะต้องใช้ความสามารถจากตัวเองคือรู้จักคิดและวิเคราะห์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงานที่กำลังดำเนินการอยู่ และกำลังทำต่อไป ดังนี้

- ดูปัญหาจากงานปัจจุบัน
- พยายามแก้ไขด้วยการรวบรวมข้อมูลข่าวสารการตลาดและแนวโน้มธุรกิจของกลุ่มแข่งขัน รับประทานข่าวสารด้วยการคิดและวิเคราะห์ปัญหาเพื่อหาทางแก้ไขหลาย ๆ วิธี
- ตัดสินใจเลือกแนวทางที่คิดว่าดีที่สุดเพื่อดำเนินการ (โดยหาวิธีการสำรองด้วยหากเกิดการเบี่ยงเบนจากเป้าหมาย)
- ดำเนินการตามแนวทาง
- รับประทานผลงานและควบคุมงานให้ตรงตามเป้าหมาย

ปัญหาของการลงทุนเป็นปัญหาที่ยุ่ยากขององค์กร โดยเฉพาะในแง่ของความเหมาะสม หรือความคุ้มค่าของบริการ ที่จะต้องมีภาระด้านค่าใช้จ่าย ดังนั้นจึงควร

- ขุดหน่วยงานที่ไม่คุ้มค่าของการลงทุน
- เร่งผลผลิตให้ดีกว่าเก่า

การวัดผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on investment) คือ อัตราส่วนของรายได้ต่อทรัพย์สินการลงทุนจะเป็นอัตราส่วน

การวัดรายได้ส่วนเกิน (Return income) คือ วัดในรูปจำนวนเงินซึ่งคิดโดยการหักต้นทุนของทุนที่ใช้ไป (Capital Charge) ออกจากรายได้

2.3.3 แนวคิดการตลาดบริการ

เพื่อให้ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงเป็นที่รู้จัก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายการวางแผนตลาดจึงเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญ เพื่อให้สินค้าได้แก่บริการด้านการศึกษามุ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงยิ่งขึ้น

1.สภาพและความสำคัญของการบริการ (อดุลย์ จาตรงกุล, 2541)

ปัจจุบันธุรกิจบริการของตลาดใหญ่มาก จากการใช้จ่ายของผู้บริโภค ราคาของบริการเพิ่มเร็วกว่าราคาสินค้า เช่น การซ่อมสินค้า การรักษาพยาบาล สถานบันการศึกษา เป็นต้น บริการทั้งหมดต้องมีสินค้าสนับสนุน เช่น การขนส่งสินค้าทางอากาศต้องมีเครื่องบินและสินค้าก็ต้องมีบริการสนับสนุน เช่น ขายเสื้อต้องมีบริการจากพนักงานเก็บเงิน ดังนั้นสินค้าทุกอย่างเป็นส่วนผสมของสินค้าและบริการ

บริการแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

- เป็นวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายหลักของการติดต่อซื้อขาย
- เป็นตัวสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกในการขายสินค้า หรือเป็นบริการเสริม

2.การสร้างโครงการทางการตลาด

คุณสมบัติของการบริการ

1.จับต้องไม่ได้ จึงเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคมองทดลองตัวอย่างบริการด้วยการ ชิมรส ได้กลิ่น ได้ยิน รู้สึก ก่อนทำการซื้อ ดังนั้นการส่งเสริมการขายต้องมีความชัดเจนเกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่ได้รับจากบริการ ไม่ใช่เพียงแต่เน้นที่ตัวบริการ

2.ไม่สามารถแบ่งแยกได้ บริการแยกไม่ได้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ขาย บริการส่วนมากสร้างแจกจ่ายและบริโภคพร้อมกัน ในเวลาเดียวกัน หมายความว่าผู้จัดหาบริการทำการผลิตและการตลาดไปพร้อมกัน เช่น ทันตแพทย์สร้างและแจกจ่ายบริการทั้งหมดในเวลาเดียวกันและต้องการให้ผู้บริโภคมาปรากฏตัวเพื่อรับบริการในเวลาเดียวกันด้วย

3.ผลผลิตแตกต่างกัน เป็นไปไม่ได้ที่อุตสาหกรรมบริการทำการผลิตผลผลิตให้มีมาตรฐาน แต่ละหน่วยที่ผลิตขึ้นมาจะแตกต่างจากทุกหน่วยอื่น ๆ ที่มีการผลิตและขายบริการ เช่น การบินไทยไม่ได้ผลิตบริการที่มีคุณภาพเท่ากันทุกเที่ยวบิน และยากจะตัดสินใจว่าคุณภาพของบริการควรเป็นเช่นไร ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการผลิตด้วย

4.เสื่อมสลายง่ายเนื่องจากบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ และความต้องการบริการยังแปรผันไปตามฤดูกาล วัน และเวลาด้วย

การเลือกตลาดเป้าหมายต้องเข้าใจองค์ประกอบของประชากรและรายได้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าน่าสนใจ การรับรู้ทัศนคติ และบุคลิกภาพต่อตลาดบริการ ต้องมีการแบ่งส่วนการตลาดและเลือกเป้าหมายแล้วจึงทำโครงการทางการตลาดต่อไป

การวางแผนผลิตภัณฑ์

คุณสมบัติต่าง ๆ ของการบริการมีส่วนสำคัญต่อการวางแผนผลิตภัณฑ์ในตลาดบริการในแง่การวางแผนผลิตภัณฑ์นั้นการตลาดธุรกิจบริการต้องตัดสินใจดังนี้

จะขายบริการอะไร มีบริการใหม่ที่สามารถสนองความต้องการของลูกค้าและแตกต่างจากคู่แข่งอื่น อาจทำการเพิ่มลักษณะพิเศษเข้าไป

กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดบริการที่จะใช้คืออะไร (Product – mix strategies) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้กับบริการ เช่น การขยายสายผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่เดิมมีแค่การฝากออมทรัพย์และกระแสรายวัน ต่อมาเพิ่มบริการบัตรเครดิต โอนเงิน ฯลฯ และนอกจากการเพิ่มก็มีการลดบริการด้วย นอกจากนั้นต้องจัดการวงจรชีวิตของบริการด้วย เช่น เครดิตการ์ดอยู่ในขั้นตลาดเต็มอิมผู้ขายบริการต้องรักษาดูแลเจริญเติบโตไว้ด้วยการแสวงหาวิธีใหม่ ๆ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ การขายบริการไม่มีหีบห่อ ตรา และคุณภาพมีการใช้กันมากในอุตสาหกรรมบริการ การใช้ตรากับสินค้าบริการมีปัญหาที่การรักษาคุณภาพและการมองไม่เห็นสินค้าทำให้เอาตราไปติดกับตัวบริการไม่ได้ นักการตลาดบริการจึงต้องสร้างภาพพจน์ให้เกิดกับตราหีบห่อโดยทำการส่งเสริมบริการให้มันมากกว่ามีชื่อตราหีบห่อ และการใช้กลยุทธ์ดังนี้

- ใช้วัตถุที่จับต้องได้ (Tangible object) เพื่อสื่อสารภาพพจน์กับตราหีบห่อ
- สร้างคำขวัญที่จำได้ง่ายเพื่อผนวกกับตราหีบห่อ
- สร้างโครงการที่ใช้สีเด่นเป็นเอกลักษณ์ เช่น ใช้สีกับตัวอาคาร เครื่องแบบ

การบริหารคุณภาพของบริการ

คุณภาพของการบริการยากที่จะกำหนด วัดผล ควบคุม การติดต่อสื่อสารในตลาดบริการเป็นเรื่องสำคัญต่อความสำเร็จของบริการ แม้ยากที่จะกำหนดคุณภาพของบริการแต่ฝ่ายบริหารต้องเข้าใจในสองสิ่ง คือ

1. ลูกค้าเป็นผู้กำหนดคุณภาพ ไม่ใช่ผู้ผลิตหรือผู้ขาย
2. คุณภาพของบริการไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง จะทำให้ยอดขายจากลูกค้าปัจจุบันลดลง และไม่อาจจูงใจลูกค้าใหม่ได้

ฝ่ายบริหารต้องทำการกำหนดระดับความคาดหวังของตลาดเป้าหมายและพยายามรักษาคุณภาพบริการให้เท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวัง ความคาดหวังขึ้นกับข่าวสารจากแหล่งข่าวที่เป็นตัวบุคคลและแหล่งข่าวธุรกิจ คำสัญญาของผู้ให้บริการ และประสบการณ์ของลูกค้าจากการบริการ เมื่อรู้ความคาดหวังแล้วขั้นต่อไปก็คือ ทำบริการออกมาเป็นมาตรฐาน โดยทำผลผลิตบริการออกมามีติดต่อกันเรื่อย ๆ แต่อย่าลืมว่าบริการส่วนมากทำโดยบุคคลและพฤติกรรมของบุคคลก็ยากที่จะเป็นมาตรฐาน

โครงสร้างของราคา

เนื่องจากบริการเสื่อมสลายเร็ว เก็บรักษาไม่ได้ อุปสงค์ผันแปรขึ้นลงตลอดแต่ละอย่างมีผลกระทบต่อการตั้งราคา ในการวางโครงสร้างของราคามีงาน 2 อย่าง คือ กำหนดราคาหลักและเลือกกลยุทธ์มาปรับราคาดังกล่าว

การกำหนดราคาของกิจการที่มุ่งกำไร อาจใช้วิธีการตั้งราคาชนิดบวกเพิ่มต้นทุน หรือราคาอิงจากตลาด การกำหนดราคาของธุรกิจในการตั้งราคาจะแตกต่างกัน ราคาจะมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งมีแนวคิดในการตั้งราคาดังนี้

กลยุทธ์การตั้งราคา

1. การลดราคา อาจคิดราคาต่ำลงถ้าใช้บริการเป็นในช่วงแรก มีการเรียนอย่างต่อเนื่อง
2. กลยุทธ์ราคาล่องตัว เช่น เสนอราคาต่ำกว่าให้เด็ก
3. กลยุทธ์ราคาเดียว คิดราคาเท่ากันหมด
4. กลยุทธ์การตั้งราคาตามตลาด
5. กลยุทธ์การตั้งราคาสูง

ระบบการจัดจำหน่าย

1. การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายของบริการส่วนใหญ่มีช่องทางจึงเริ่มจากผู้ผลิตจบลงที่ลูกค้าไม่มีพ่อค้าคนกลาง
2. เลือกช่องทางที่สะดวกและจัดเครื่องอำนวยความสะดวกหากจัดจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต ไปถึงผู้ซื้อทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญมาก ปัจจุบันลูกค้ามุ่งที่ความสะดวก เจ้าของธุรกิจบางรายจึงขยายทำเลที่ตั้ง เช่น เปิดสาขาย่อย นอกจากนั้นก็ใช้สิ่งแวดล้อมทางวัตถุอื่น ๆ หรือบรรยากาศเพื่อก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ในบริการ

การส่งเสริมการขาย

บริการเป็นสิ่งที่แบ่งแยกไม่ได้ การขายโดยใช้พนักงานจึงมีบทบาทในการส่งเสริมตลาดบริการได้ เพราะเป็นการติดต่อกันแบบตัวต่อตัวระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย พนักงานจึงต้องมีความชำนาญด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า และสามารถผลิตบริการที่มีคุณภาพได้

การโฆษณา มีการใช้การโฆษณาอย่างกว้างขวาง เห็นได้ชัดในบริการและยังทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งรวมถึงการใช้จดหมายตรงในการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาคูปอง และสิ่งพิมพ์เผยแพร่แจกฟรี

จากแนวคิดที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า การบริหารและการจัดการโดยส่วนมากนั้น ให้ความสำคัญกับ “กระบวนการ” เพื่อที่จะบรรลุ “วัตถุประสงค์” หรือ “เป้าหมาย” ขององค์กร โดยกระบวนการนั้นก็คือ การวางแผน การจัดการ การสั่งการ และการควบคุม

2.3.4 การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ออคูลย์ จาตรงกุลม, 2547) หมายถึง แนวทางการบริหารงานเพื่อให้บรรลุความต้องการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรกำหนดกลยุทธ์นั้นเป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการวางแผนการจัดการเพื่อกำหนดเป้าหมาย แนวทาง และวิธีการปฏิบัติให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ จากแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดไปวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด สภาพแวดล้อม และคู่แข่งเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ได้ดังนี้

2.3.4.1 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์กร (Identify Vision, Mission and Goal) เพื่อระบุขอบเขตการดำเนินงานและเป้าหมาย
- 2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis) คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มในอนาคตทางการตลาด (SWOT Analysis) คือ
 - จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง ข้อได้เปรียบของบริษัทเหนือคู่แข่ง ซึ่งบริษัทสามารถในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบ

-จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง ข้อเสียเปรียบของบริษัทที่ด้อยกว่าคู่แข่ง อันเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงาน

-โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่เอื้อประโยชน์ หรือส่งผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ของบริษัท

- อุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยภายนอกอันเป็นภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร ทำให้บริษัทไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

3) กำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) คือ การสร้างทางเลือกรูปแบบกลยุทธ์จากข้อมูลวิเคราะห์ที่ได้เบื้องต้น และตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดอันเหมาะสมกับบริบทของสถานการณ์จริง

4) นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation) คือ การนำกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ไปปฏิบัติให้เกิดเป็นรูปธรรม

5) ประเมินกลยุทธ์ (Strategic Evaluation) เป็นขั้นตอนในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลว่าการดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ มีอุปสรรคอะไรเกิดขึ้น จะต้องแก้ไขปัญหา และปรับแผนกลยุทธ์อย่างไรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจะนำแนวคิดทั้งในการจัดตั้งสถาบันที่มีความแตกต่างและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และแนวคิดในการจัดองค์กร ไปเป็นแนวทางในการจัดตั้ง “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง” โดยวิเคราะห์หาความเป็นไปได้ร่วมกับข้อมูลวิจัยเพื่อจัดตั้ง ศูนย์ฯ ให้สามารถอยู่รอดต่อไป

2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงอยู่ ซึ่งมีผลงานวิจัยที่มีแนวคิดที่ใกล้เคียงและสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยได้ มีดังนี้

วรานุช วัฒนศัพท์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเยาวชน จังหวัดขอนแก่น เพื่อหาความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง สถาบันอีก ศิลปะ ดนตรี และการแสดง (Hug Academy ARTS Music and Performance) เพื่อให้บริการด้านการศึกษาศิลปะ ดนตรี และการแสดง ผลพบว่า มีความเป็นไปได้และโอกาสในการเติบโตที่ดี มีความโดดเด่นและมี

ความแตกต่าง และความน่าเชื่อถือของบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จ เพราะในปัจจุบันตลาดของจังหวัดขอนแก่น ยังไม่มีธุรกิจใดที่สนับสนุนการเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมให้แก่เยาวชนอย่างจริงจังและครบวงจรทั้งที่มีปัจจัยหลายด้าน ที่เอื้อต่อการพัฒนาเยาวชนทางด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น นโยบายของรัฐที่สนับสนุน การมีแหล่งวัตถุดิบ ทรัพยากรความรู้ และทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนี้การมีคณะทำงานและที่ปรึกษาของกิจการที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าเชื่อถือของคนจังหวัดขอนแก่น ซึ่งจะเป็นส่วนในการสนับสนุนโอกาสให้ทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีความแตกต่างจากสถาบันสอนศิลปะการแสดงเดิมที่มีอยู่ เพราะเป็นศูนย์กลางการบริการการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและครบวงจรทางด้านศิลปะ ดนตรีและการแสดง ในบรรยากาศและการเรียนรู้ที่ส่งเสริมและเหมาะสมกับการสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีให้แก่เยาวชน ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและนำมาซึ่งผลกำไรอย่างเพียงพอต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นหนึ่งทางการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมแก่เยาวชนในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง

พนิตนาฏ อดิศัพท์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง โรงเรียนสอนการแสดงในฐานะ SMEs: ลักษณะการจ้องค์กรและการจัดการ เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินการและการจ้องค์กรและการจัดการ สถาบันสอนการแสดงในรูปแบบธุรกิจขนาดย่อย ผลวิจัยพบว่า สถาบันสอนการแสดงมีปัจจัยหลักอยู่ คือ ความแตกต่างของหลักสูตรที่ชัดเจนในสาขาการแสดง คณาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ และผลงานหรือผลผลิตบุคคลกร (นักเรียน) ได้เห็นผลงานของนักเรียนที่ประสบความสำเร็จที่ชัดเจน โดยจะมีผู้สนับสนุนเป็นสถานีโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตละคร มารองรับนักเรียนหลังเรียนจบให้ได้ทำงานด้านการแสดง รวมไปถึงความมีชื่อเสียงของเจ้าของสถาบัน ในวงการบันเทิง และการวางแผนองค์กรที่มีระบบ ชัดเจน รัดกุม ซึ่งเป็นส่วนประกอบให้สถาบันนั้นก้าวไปสู่ความสำเร็จ

สกวาริน เกิดเปี่ยม(2549) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งโรงเรียนทางเลือกบ้านละครชุมชนมหาสารคามความเป็นไปได้ในการจัดตั้งและการวางรูปแบบองค์กรด้านการบริหารจัดการศิลปวัฒนธรรม ที่เป็นสถาบันให้บริการความรู้ทางด้านศิลปะการละครไปใช้เพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ทั้งในด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและการใช้ศิลปะการละครเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคลในชุมชนท้องถิ่นศึกษาโครงสร้างและวิธีการบริหารจัดการทั้งด้านการดำเนินงาน แนวทางการบริหาร และลักษณะขององค์กร ผลวิจัยพบว่า ในการดำเนินการจัดตั้งที่เป็นระบบทางเลือกใหม่ของชุมชนนั้นจะต้องทราบถึงความสนใจ ความต้องการของกลุ่มผู้เรียนและชุมชนเป็นหลัก โดยจะต้องมีการวางแผนการจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความ

น่าเชื่อถือ มีภาพลักษณ์ที่ดีและต้องสร้างผลงานให้เป็นที่ยอมรับของสังคม ในการวางแผนบริหารที่เป็นระบบที่ดี เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้ง รวมทั้งควรมีการวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อให้องค์กรเป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ในส่วนของการจัดการกิจกรรมเพื่อชุมชนควรมีการศึกษาสภาพความเป็นอยู่และความต้องการที่แท้จริงของชุมชนก่อนและวางรากฐานจากโรงเรียนก่อนเพื่อสร้างเครือข่ายและขยายผลได้ต่อไปในอนาคต

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าจะสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทาง ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงได้ทั้งใน ส่วนของการบริหารจัดการ การวางแผนการตลาด และกำหนดลักษณะของสถาบันให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ ทราบถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของสถาบันสอนการแสดง ทำให้มองเห็นโอกาสช่วงว่าง ของตลาด มองเห็นความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่ได้รับตอบสนอง และเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมอาชีพหลังจบการศึกษา

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้เป็นการโครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ต้องการศึกษาค้นคว้าวิจัยทั้งในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างขององค์กรการบริหารจัดการ ความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการจัดการทางการตลาดขององค์กร เพื่อนำผลไปศึกษาและวิเคราะห์ใช้เป็นแนวทางในการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- เพื่อศึกษาการดำเนินการธุรกิจประเภทโรงเรียนสอนการแสดงในปัจจุบัน
- เพื่อศึกษาพฤติกรรม และทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงเรียนสอนการแสดงที่มีอยู่ในปัจจุบัน
- เพื่อศึกษาหาแนวโน้มความต้องการ ความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโรงเรียนสอนการแสดงที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามวัตถุประสงค์การศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง (Compulsive Sample)

1.กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) ผู้บริหารองค์กรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ ศูนย์ศิลปะการแสดงเพื่อเกิดภาพที่ชัดเจนในการวิเคราะห์ถึงข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงาน ลักษณะการบริหาร จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค หลักการตลาดขององค์กร โดยมีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจาก 3 สถาบัน คือ บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดภายใต้ชื่อสถาบันกันตนา ดราม่า สตูด (Kantana Drama School) บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมนเนจเม้นท์ จำกัด ภายใต้ชื่อ บ้านการแสดง สปีดวัน (Speed- one Acting)และสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง ภายใต้ชื่อเจนเอ็กซ์ อคาเดมี่ (Gen x Academy) House

เนื่องจากทั้ง 3 สถาบัน มีลักษณะของกิจการ รูปแบบการเรียนการสอน หลักสูตรและการดำเนินการ และมีเป้าหมายที่คล้ายคลึงกับโครงการที่ผู้ศึกษาสนใจสามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการ ซึ่งผู้บริหารทั้ง 3 ท่านนั้นเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารสถาบันสอนศิลปะการแสดง ดังนี้

1.1 คุณวรุณี ทัดบรรทม ตำแหน่ง ผู้จัดการ กันตนา ดราม่า สตูดิโอ บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล

1.2 คุณศิวบูรณ์ จิระวานันท์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บ้านการแสดงสปีดวัน และ บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมเนจเม้นท์ จำกัด

1.3 คุณโชคชัย เจียเจริญ กรรมการผู้จัดการ เจนเอ็กซ์ อคาเดมี่ สถาบันพัฒนาบุคลากรสาขาอาชีพบันเทิง (Gen X Academy)

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการทดสอบแบบสอบถามผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบแบบสอบถามโดยวิธีเฉพาะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์ (Compulsive Sample) กลุ่มประชากร เพศชาย และเพศหญิงภายในกรุงเทพมหานคร โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาที่จะทำแบบสอบถามทั้งสิ้น 2 กลุ่มดังนี้

2.1 กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเยาวชน อายุระหว่าง 10 – 18 ปี จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง แจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่ความสนใจเข้าเรียนการแสดงตามสถาบันสอนการแสดงต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษา แนวคิด ทักษะ ความคาดหวัง และ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดง

2.2 กลุ่มผู้ปกครอง พ่อ แม่ หรือ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ จำนวน 100 คน โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ปกครองตามสถาบันสอนการแสดงต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษา แนวคิด ทักษะ ความคาดหวัง และ ความต้องการของผู้ปกครองที่มีต่อศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดง

3.2.1 แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาข้อมูลผู้ศึกษาใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภทคือแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเอกสารเป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัย ทั้งใน ประวัติสถาบันสอนการแสดง แนวคิดในการจัดโรงเรียนนอกระบบเอกชนแนวคิดด้านการบริหารจัดการ หลักการทางการตลาด เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งสถาบันหรือศูนย์ฯ ในลักษณะที่ใกล้เคียงกันเพื่อนำสู่การออกแบบเพื่อจัดตั้งการศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดงโดยแบ่งเอกสารเป็น 2 กลุ่ม

1. เอกสาร และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง
2. วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.2.1.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลภาคสนามที่ผู้วิจัยทำโครงการดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

3.2.1.2.1 ข้อมูลของกรณีศึกษาองค์กร ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับศูนย์ศิลปะการแสดงในกรุงเทพ โดยวิธีการสัมภาษณ์ในด้านการบริหารจัดการขององค์กร ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนการสอนที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน

3.2.1.2.2 ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจที่จะเรียนการแสดงทุกแขนง ทั้งที่เป็น ผู้เรียนการแสดง และ ผู้ที่มีอำนาจต่อการตัดสินใจสมัครเข้าเรียนในสถาบันของกลุ่มเป้าหมาย (Influencer) จำนวน 2 กลุ่ม คือ

- 1) เยาวชน
- 2) ผู้ปกครอง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบัน

เป็นลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกด้วยคำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง โดยมีหัวข้อในการสัมภาษณ์ให้มีความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจะกำหนดประเด็นต่างๆไว้อย่างครบถ้วน และ ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองเพื่อได้ค้นหาคำตอบตามประเด็นเป้าหมายที่กำหนดไว้

ผู้ศึกษา ได้เตรียมแบบสัมภาษณ์แบ่งคำถามเป็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของสถาบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และการดำเนินงานของสถาบัน

2. แบบสอบถาม

เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยกำหนดลักษณะของกลุ่มตัวอย่างไว้อย่างชัดเจน ซึ่งจะต้องเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และ ผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการเรียนการแสดง ที่สามารถให้ความร่วมมือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดง ซึ่งต้องทำแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ชุด เพื่อศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันสอนการแสดงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต

ผู้ศึกษาได้ออกแบบ แบบสอบถาม เพื่อสำรวจทัศนคติ ความคิดเห็น ความสนใจ และความต้องการ รวมถึงความคาดหวังที่กลุ่มเป้าหมายได้คาดหวังว่าจะได้รับการเข้าเรียน ในสถาบันสอนการแสดง

ตอนที่ 1 การเก็บข้อมูลทั่วไป ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการสมัครเข้าเรียนในโรงเรียนสอนการแสดงต่างๆ

ตอนที่ 3 การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความสนใจ ความต้องการ และ ความคาดหวังที่ได้หลังจากการเรียนจบหลักสูตร

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาจะนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยตรวจสอบ แก้ไขให้เนื้อหาเข้าใจได้ ถูกต้อง มีความชัดเจน นำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายประมาณ 30 คน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในภาษา เนื้อหา หลังจากนั้นจะนำเอาเครื่องมือมาปรับแก้ แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งและนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

3.5 การรวบรวมข้อมูล

ในกระบวนการการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาได้แบ่งขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลไว้ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ

ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร โดยผู้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล ทั้งแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย หนังสือ บทความ เอกสาร และเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการก่อตั้งศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดง และการบริหารการตลาด ซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องก็ถือเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในขั้นต่อไป

1.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ ศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดงเพื่อพัฒนาการแสดงของเยาวชนให้ไปสู่การเป็นศิลปิน อาทิ บ้านการแสดง สปีด วัน กั้นตนาครามา สตูด และ เจนเอ็ก เอกาเดมี่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับการออกแบบการจัดตั้งองค์กร ศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดง และนำมาเป็นส่วนหนึ่งของแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวในส่วนการเตรียมข้อมูลภาคสนาม

2. ข้อมูลปฐมภูมิ

ในส่วนที่หนึ่ง ผู้ศึกษาใช้การสนทนาเบื้องต้น ในการค้นหาประวัติและข้อมูลความเป็นมาขององค์กร และการดำเนินงานเพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการทำงาน หลังจากนั้นจะทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้บริหาร หรือผู้ก่อตั้งสถาบันอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยระหว่างการสัมภาษณ์จะมีการทำการบินเทปสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ต่อไป

2.1 ในส่วนที่สอง ผู้ศึกษาจะใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยที่มีผู้ช่วยจำนวน 3 คน โดยการออกไปสอบถามกลุ่มเป้าหมาย ตามช่วงอายุ คุณสมบัติที่กำหนดไว้ ในแหล่งตามสถาบันสอนการแสดงต่างๆ ที่มีที่กลุ่มเป้าหมายเข้าเรียนในเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานครที่ได้กำหนดไว้ โดยผู้สอบถามจะต้องมีการอธิบายขั้นตอนต่างๆ ให้ผู้เก็บข้อมูลทุกคนเข้าใจข้อมูลถูกต้องชัดเจน และให้ทดสอบทำแบบสอบถามเพื่อทดสอบความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งจะใช้เวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน – 30 เมษายน 2552 ให้เก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานครให้ได้ข้อมูลครบ ซึ่งเรียกว่าเป็นช่วงระยะเวลา การเก็บข้อมูลภาคสนาม ก่อนนำกลับคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์อย่างละจำนวน 100 ชุด ด้วยการประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Excel) ต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ เมื่อได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และได้แบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้ศึกษาจะตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในแต่ละชุด และ คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีข้อมูลถูกต้องสมบูรณ์ มาทำการลงรหัส (Coding) ทำตารางคู่มือการลงรหัสไว้เป็นเอกสารแสดงลักษณะของข้อมูลในแต่ละชุด เพื่อใช้ในการแปรผลข้อมูลที่ได้โดยนำแบบสอบถามมานับคะแนนในแต่ละส่วนดำเนินการหาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรม (Excel) โดยวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

- แสดงผลข้อมูลสถิติวิเคราะห์เชิงคุณภาพ
- แสดงผลข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

แล้วจะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์พรรณา โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีจากการศึกษา ข้อมูลด้านทฤษฎีมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ แล้วจึงนำข้อสรุปที่ได้นั้นแนวแนวทางในการจัดตั้ง ศูนย์ฯ ต่อไป โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการอธิบาย และแสดงผลงานวิจัยดังนี้

1. อธิบายลักษณะทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา โดยหาค่า ร้อยละและนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่
2. อธิบายลักษณะผลการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ ศูนย์ ศิลปะการแสดงเพื่อพัฒนาด้านการแสดงของเยาวชน
3. อธิบายลักษณะพฤติกรรม ความต้องการของผู้ที่สนใจเรียนการแสดง และ ผู้ปกครอง ของผู้ที่สนใจเรียนการแสดงที่มีต่อ โรงเรียนสอนการแสดงในปัจจุบัน



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยโครงการจัดตั้ง “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ” จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการองค์กรแห่งนี้ให้สามารถดำเนินการและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและมีความมั่นคง ยั่งยืน รวมถึงศึกษาการพัฒนาหลักสูตรการสอนที่เป็นประโยชน์ในการทำงานในธุรกิจบันเทิงได้จริง ทันสมัยที่เป็นที่ต้องการกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีกระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1 การสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรและผู้ประกอบการที่มีลักษณะคล้ายใกล้เคียงกับรูปแบบของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง (In-depth Interview)

4.2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล (Descriptive Analysis)

4.1 การสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรและผู้ประกอบการที่มีลักษณะคล้ายใกล้เคียงกับรูปแบบของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรและผู้ประกอบการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดงจำนวน 3 สถาบัน ได้แก่ บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ภายใต้อัฒิสถาบันกันตนา ธรรมมา สตูด (Kantana Drama School) สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิงภายใต้อัฒิ เจน เอ็กซ์ อคาเดมี่ (Gen x Academy) และ บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมนเนจเม้นท์ จำกัด ภายใต้อัฒิ บ้านการแสดง สปีดวัน (Speed- one Acting House) โดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดข้อมูลของแต่ละสถาบันดังนี้

4.1.1 บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ประเภท : บริษัทจำกัด ในเครือ กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ทุนจดทะเบียน : 75,000,000 บาท

ชื่อจดทะเบียนบริษัท : บริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ชื่อสถาบันสอนการแสดง: กันตนา ดราม่า สкул

ที่ตั้ง : อาคารสยามเซ็นเตอร์ ชั้น 4 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

จำนวนห้องเรียน: 2 ห้อง

กรรมการ : คุณปนัดดา ธนสถิตย์

คุณจิตรลดา ดิษยพันธ์

คุณสมชาติ อินทรสุตร

คุณจาดุก กัลย์จาดุก

คุณเอ็กซัน บินพะซัน

ประวัติความเป็นมา

เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2545 กันตนา ดราม่า สкул ได้ก่อตั้งขึ้นในนาม แพนกอบรมนักแสดงของฝ่าย Kantana Casting Center บริหารงานโดยบริษัท กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด สังกัด บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และเปิดทำการเรียนการสอนอย่างเป็นทางการครั้งแรก ณ อาคาร 577 แยกประชาอุทิศ ถนนประชาอุทิศ แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร โดยได้รับความสนใจจากผู้เรียนและผู้ปกครองรวมทั้งสื่อมวลชนต่างๆ มาร่วมทำข่าวและเป็นสักขีพยานของก้าวแรกของการก่อตั้งโรงเรียนสอนการแสดงแบบครบวงจรในรูปแบบด้วยคุณภาพการสอนกับบุคลากรที่คัดสรรอาชีพ ภัทราวดี มีชูชน คุณวจี กัลย์จาดุก คุณอรรถชัย อนันตเมฆ คุณพรสุดา ต่ายเนาวิง คุณละลิตา ฉันทศาสตร์โกศล และทีมครูสอนการแสดงจากกลุ่มละครที่มีชื่อเสียงและสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำต่างๆ

ในปี พ.ศ. 2549 กันตนา ดราม่า สкул ได้ย้ายที่ทำการใหม่จากอาคาร 577 แยกประชาอุทิศ กลับสู่บริษัทต้นสังกัดโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรองรับการเปิดหลักสูตรระดับปริญญาตรี โดยเป็นโครงการความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยนานาชาติมหาวิทยาลัยมหิดลและไปเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น กันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ (อินเตอร์ เนชั่นแนล) จำกัด และยังคงดำเนินการสอนภายใต้ชื่อ กันตนา ดราม่า ต่อมาได้รับความสนใจจากผู้เรียนและผู้ปกครองมากขึ้น โรงเรียน กันตนา ดราม่า สкул จึงได้ย้ายมาเปิดที่ทำการใหม่เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2550 ณ ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ เขตปทุมวัน ซึ่ง

อยู่ใจกลางกรุงเทพฯ ได้ปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้เรียน โดยมี ครูผู้สอนการแสดง อาทิ คุณมารุต สาโรวาท คุณเดือนเต็ม สาลิตุล คุณรสริน จันทรา คุณกรรทอง รัชตะวรรณ รวมถึงหลักสูตรพัฒนาบุคลิกภาพด้านต่างๆ อาทิ หลักสูตรการเดินเพื่อการแสดงออก หลักสูตรการเดินแบบและถ่ายแบบเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ หลักสูตรพิธีกร หลักสูตรที่พัฒนาขึ้น ได้รับความนิยมและได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายและได้เปิดสอนมาจนถึงปัจจุบัน

วิสัยทัศน์ขององค์กร

เป็นผู้นำอันดับที่หนึ่งทางด้านการสอนศิลปะการละครที่เป็นที่ยอมรับของประชาชน และเป็นที่ไว้วางใจในการศึกษาหาความรู้ในศิลปะวิชาการละครของวงการบันเทิงไทย

กลุ่มเป้าหมาย

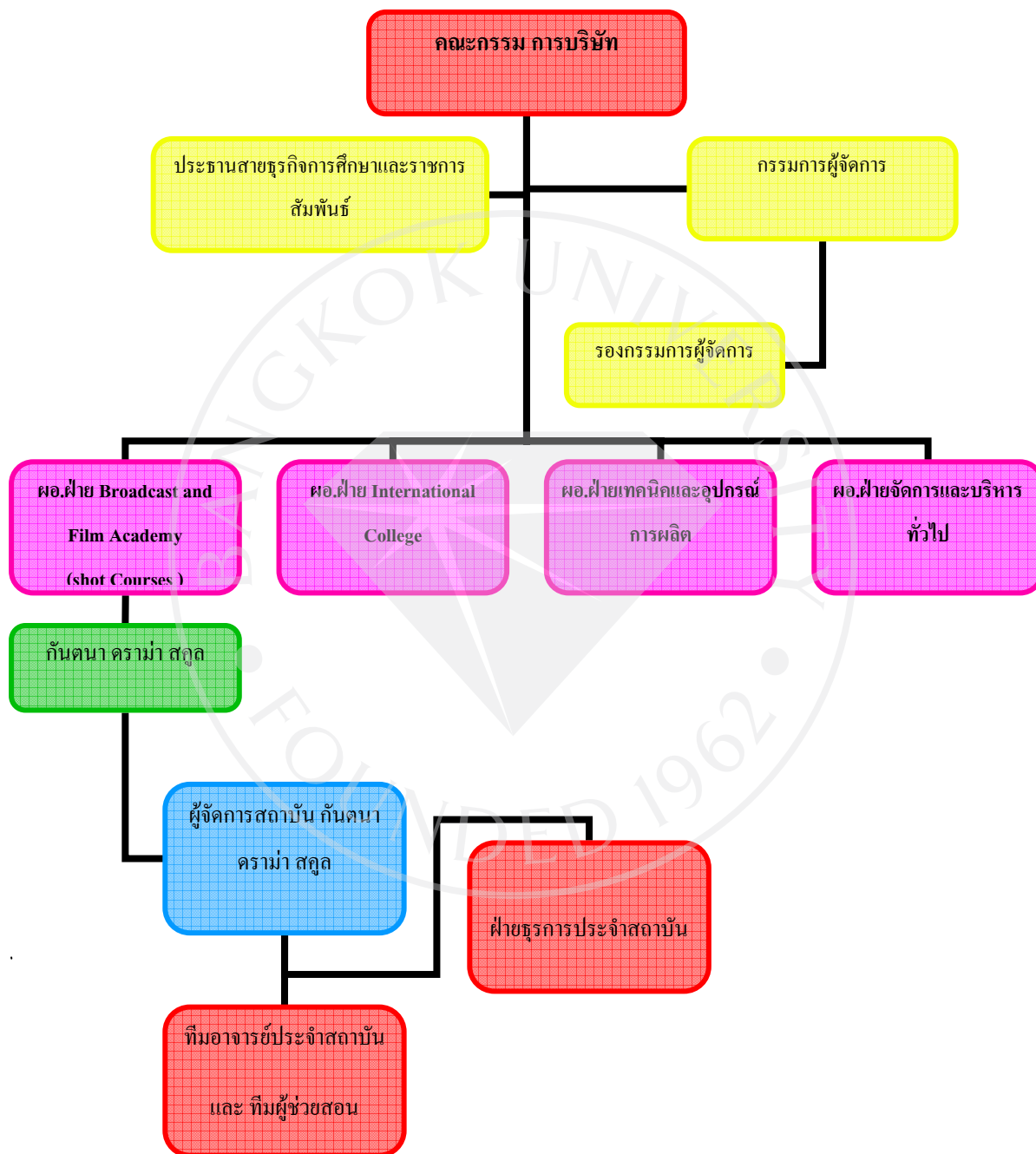
เด็กและเยาวชน อายุระหว่าง 3-12 ปี ผู้ที่สนใจในศิลปะการละครและต้องการพัฒนาความสามารถด้านการแสดงของตนเอง

ผลงานของสถาบัน

- โครงการสอนการแสดง หลักสูตรระยะสั้นร่วมกับ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อนำไปสอบตรงเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาการแสดง
- โครงการ กันตนา คราม่า สคูล ทัวร์ ออกันร่วมกับ สถาบัน SBS Broadcasting Academy ในประเทศเกาหลีใต้

การกำหนดโครงสร้างองค์กรของสถาบันสอนศิลปะการแสดง

ภาพที่ 1 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรบริษัทกัณตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด



ส่วนที่ 2: การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของ คุณวรวุฒิ ทัดบรรทม ตำแหน่ง ผู้จัดการประจำสถาบัน กันตนา ดราม่า สตูด มีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์และนโยบายของ

โรงเรียนสอนการละครกันตนา ดราม่า สตูด มีนโยบายเปิดอบรมศิลปะการละครในทุกแขนงวิชา ที่เกี่ยวข้องกับงานผลิตด้านการละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ โดย กันตนา ดราม่า สตูด ได้เปิดอบรมหลักสูตรต่างๆ ในช่วงวันเสาร์ วันอาทิตย์และช่วงปิดภาคเรียนของทุกปีซึ่งได้ทุกหลักสูตรที่เปิดสอนได้รับความนิยมมากจากเด็กเยาวชนและผู้ปกครอง

นอกจากนี้ยังรับออกแบบหลักสูตรและดำเนินการอบรมนอกสถานที่ให้กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ออกแบบหลักสูตรเป็นรายบุคคล (Private Class) หรือ แบบกลุ่มที่สนใจเรียนรู้ศิลปะการละครเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป ปัจจุบันได้เปิดอบรมหลักสูตรใหม่ขึ้นเป็นหลักสูตรอบรมศิลปะการละครร่วมมือกับสถาบันสอนการแสดงของสถานีโทรทัศน์ SBS Broadcasting ในประเทศเกาหลีใต้ และเปิดโอกาสให้ผู้ผ่านการอบรมในหลักสูตรดังกล่าวทดสอบความสามารถการแสดงเพื่อคัดเลือกเป็นนักเรียนการแสดงฝึกหัดของทางสถานีโทรทัศน์ SBS Broadcasting ด้วย

เป้าหมายของสถาบันและปัจจัยที่นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

1. ให้บริการสอนการแสดงด้วยความรู้ประสบการณ์ด้านศิลปะการละครจากประสบการณ์จริงของอาจารย์ผู้สอนที่เป็น คารานักแสดงอาชีพ
2. ทำหน้าที่คัดเลือกนักแสดงสำหรับละคร และ ภาพยนตร์ของบริษัท กันตนา กรุ๊ป
3. สร้างงานให้กับนักเรียนที่ผ่านการอบรมให้ได้ทำงาน ได้แสดงละครและภาพยนตร์ของบริษัทในเครือ กันตนา กรุ๊ป
4. จัดตั้งสถาบัน กันตนา ดราม่า สตูดให้เป็นสถาบันที่มีหลักสูตรเทียบเท่ากับการเรียนในระดับปริญญาตรี

ข้อได้เปรียบของสถาบัน

1. ใช้คณะอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงและใช้ประสบการณ์ในการทำงานจริงมาสอน
2. เป็นสถาบันที่อยู่ในกลุ่มผู้นำด้านของธุรกิจละครและภาพยนตร์ของไทย
3. มีช่องทางในการสร้างงานให้กับผู้จบหลักสูตรของตนเอง
4. สถาบันตั้งอยู่กลางใจเมืองย่านธุรกิจ แหล่งชุมชนวัยรุ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

ข้อเสนอแนะในการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง คือ หลักสูตรมีความหลากหลายและตอบสนองสอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียน ในขณะนั้นหลักสูตรที่นำความรู้ด้านการแสดงไปใช้ได้จริง ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีโรงเรียนสอนการแสดงแบบเอกชนออกระบบเหมือนในต่างประเทศที่เป็นโรงเรียนศิลปะ ส่วนประกอบสำคัญของโรงเรียนสอนการแสดงคือ คณะอาจารย์ทั้งความรู้ประสบการณ์จริงและมีเครือข่ายนักแสดงที่มีชื่อเสียง มีพันธมิตรทางธุรกิจบันเทิงที่จะช่วยสนับสนุนด้านบุคลากร อุปกรณ์ การสร้างโอกาสในการทำงานในวงการบันเทิง เป็นจุดที่น่าจะช่วยสร้างความแตกต่างและความสนใจในการเลือกสถาบันสอนการแสดงได้เป็นอย่างดี

จากข้อมูลของโรงเรียนสอนการละครกันตนา ธรรมมา สกูด ทำให้ทราบถึงรูปแบบ แนวทางในการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงให้สามารถอยู่รอดและมีความมั่นคงได้นั้นต้องคำนึงถึง หลักสูตรที่หลากหลาย สถานที่ตั้งสถาบัน คณะอาจารย์ผู้สอนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) โดยสรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของบริษัทกันตนา เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ตารางที่ 1 : ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของบริษัทกันตนา
เอ็ดดูเทนเมนท์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
<p>- เป็นสถาบันที่ชื่อเสียงในด้านการให้บริการด้านการศึกษาศิลปะการแสดงยาวนาน</p> <p>- มีบุคลากรในการสอนจำนวนมาก และเป็นอาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์จริงในการแสดงละครและภาพยนตร์ไทย</p> <p>- มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงหลายธุรกิจที่สามารถส่งเสริมหรือต่อยอดธุรกิจในเครือได้เป็นอย่างดี มีแหล่งเงินทุนที่มั่นคง</p>	<p>- หลักสูตรด้านการแสดงเป็นหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเป็นกิจกรรมเสริมทักษะของเด็ก</p> <p>- ไม่เน้นการฝึกฝนเพื่อสร้างอาชีพด้านการแสดงให้นักเรียนหลักเรียนจบ</p> <p>- เปิดสอนเฉพาะช่วงเสาร์ อาทิตย์ และปิดเทอมเท่านั้น</p>	<p>- ได้รับความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์ SBS Broadcasting Academy ในประเทศเกาหลีใต้ในการจัดหลักสูตรใหม่ในการได้ทั้งร่วมเรียนการแสดงในประเทศเกาหลีและได้มีโอกาสเข้าคัดเลือกเป็นนักแสดงในประเทศเกาหลี</p>	<p>- คู่แข่งในธุรกิจที่ใกล้เคียงกันมีจำนวนมากขึ้นการแข่งขันสูงขึ้น</p> <p>-เยาวชนมีความสนใจวัฒนธรรมเกาหลีและการแสดงละครของเกาหลีมากขึ้นมีความสนใจด้านศิลปะการละครไทยลดลง</p> <p>-รับนักเรียนมากควบคุมคุณภาพยาก</p>

จากตารางที่ 1: การวิเคราะห์เพื่อทราบ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) โรงเรียนสอนการละครกันตนา คว้ามา สกูล มีจุดแข็ง คือ เป็นบริษัทที่ดำเนินงานด้านธุรกิจบันเทิงที่ยาวนาน เป็นสถาบันชั้นนำในด้านการสอนศิลปะการละคร มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการศึกษาของรัฐบาล มีเครือข่ายธุรกิจสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีความมั่นคงสูง จุดอ่อน โรงเรียนสอนการละครไม่ได้มีแนวทางที่ชัดเจนในการเชื่อมโยงนำเอานักเรียนที่จบหลักสูตรไปทำงานจริง มีหลักสูตรเปิดกว้างสำหรับผู้สนใจศิลปะการแสดงและรับนักเรียนจำนวนมากทำให้ควบคุมคุณภาพได้ยาก โอกาสมีการพัฒนาเครือข่ายโดยร่วมมือกับสถาบันการสอนการแสดงในประเทศเกาหลีเพื่อตอบรับกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ต้องการไปเป็นศิลปิน ดารา ในประเทศเกาหลีได้

4.1.2 บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมเนจเม้นท์ จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ประเภท : บริษัทจำกัด

ทุนจดทะเบียน : 10,000,000 บาท

ชื่อจดทะเบียนบริษัท : บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมเนจเม้นท์ จำกัด

ชื่อสถาบันสอนการแสดง: บ้านการแสดงสปีดวัน แอ็คติ้ง เฮ้าส์ (Speed one Acting House)

ที่ตั้ง : ศูนย์การค้า อิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว ชั้น 3 โซนการศึกษา

จำนวนห้องเรียน: 1 ห้อง

กรรมการ : คุณศิวบูรณ์ จิระวรานันท์

ผศ.ดร.กิตติศักดิ์ เกิดอรุณสุขศรี

คุณจิระนันท์ มะโนแจ่ม

คุณนवल ภูวดล

คุณอติมา ธนเสนีวัฒน์

คุณพรรัสมิภา สุขได้พึง

ประวัติความเป็นมา

เมื่อปี 2547 ได้มีการก่อตั้ง บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมเนจเม้นท์ จำกัด ขึ้น โดย คุณศิวบูรณ์ จิระวรานันท์(ผู้จัดการนักแสดงที่มีประสบการณ์ในการดูแลศิลปิน ดารามากกว่า 10 ปี) ได้ร่วมทุนกับ คุณจิระนันท์ มะโนแจ่ม และกลุ่มศิลปินนักแสดงที่มีชื่อเสียงอีก 3 ท่าน โดยได้เปิดสอนครั้งแรกที่เลขที่สำนักงานตั้งอยู่ที่ 94/3 ม. 9 หมู่บ้านโฮมเพลส (รัตนานิเบศน์) ถ.บางกรวย-ไทรน้อย ต.บางเลน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี โดยดำเนินการครั้งแรกนั้นเพื่อเปิดเป็นบริษัทที่ทำหน้าที่รับดูงานจัดหางานให้นักแสดง ดาราในสังกัดก่อนหลังจากนั้น ในเมื่อปี 2548 ภายใต้นโยบายการพัฒนาบุคลากรคุณภาพ ความกล้าแสดงออกในทางที่ดี ของเด็กยุคใหม่ รวมถึงการพัฒนาการแสดงให้กับนักแสดงในวงการบันเทิงในประเทศไทยให้มีคุณภาพ โดยมี คณาจารย์ผู้สอนที่เป็นผู้รู้ทางด้านวิชาการแสดงผศ.ดร.กิตติศักดิ์ เกิดอรุณสุขศรีเคยทำงานเป็นผู้กำกับและผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ และมีทีมดารานักแสดงที่มีประสบการณ์ความสามารถจนได้รับรางวัลด้านการแสดง อาทิ ยู๊ย จิระนันท์ มะโนแจ่ม ได้รับรางวัลจากเวที Asian Television Awards Best Performance by Actress นักแสดงนำหญิงยอดเยี่ยมแห่งเอเชียประจำปี 2008 หลังจากนั้นได้ขยายธุรกิจไปสู่การจัดการกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการจัดหาศิลปิน ดารา นักแสดงโดยใช้สถาบันสอนการ

แสดงเป็นช่องทางหานักแสดงหน้าใหม่ ในช่วงปีแรกของการเปิดสอนการแสดงนั้นมึนักเรียนจำนวนน้อย เพราะมีปัญหาในการเดินทางไปยัง สถาบันอยู่ไกล ไม่ใช่ย่านธุรกิจการเดินทางไม่สะดวก จึงได้มีการหาที่ตั้งใหม่โดยเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2551 ได้ย้ายมายัง ศูนย์การค้า อิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว ชั้น 3 โซนการศึกษา โดยได้เปิดตัวสถาบันแห่งใหม่ในชื่อ “บ้านการแสดง สปีด วัน” พร้อมกับโครงการ Dream Star Search 2007 -2008 เพื่อค้นหานักแสดงหน้าใหม่ไปร่วมงานเป็นนักแสดงของโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งโครงการดังกล่าวช่วยสร้างชื่อเสียงทำให้สถาบันเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น นอกจากนี้แล้วสถาบันยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษร่วมกับทางห้างสรรพสินค้า อิมพีเรียล เช่น โครงการประกวดเต้น J-K pop , Cover Dance , ประกวดรำไทย และยังทำหน้าที่อบรมศิลปะการแสดงให้กับนักแสดงของโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ถือว่าเป็นสถาบันสอนการแสดงแห่งหนึ่งที่มีความศักยภาพในการสร้างนักแสดงหน้าใหม่เข้าสู่วงการบันเทิงที่เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจน มีนักแสดงหน้าใหม่ที่เกิดจากสถาบันหลายคน มีผลงานสู่สายตาประชาชนจริง รวมถึงมีระบบการบริหารจัดการนักแสดงในสังกัดได้เป็นอย่างดี มีนักแสดงในสังกัดที่มีผลงานทางด้านการแสดงกว่า 30 คนและมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นช่องทางหลักในการสร้างรายได้ให้แก่สถาบัน

วิสัยทัศน์ขององค์กร

เป็นสถาบันสอนศิลปะการแสดงที่มุ่งมั่นการพัฒนาการแสดงให้กับนักแสดงในวงการบันเทิงในประเทศไทยให้เป็นนักแสดงคุณภาพเป็นที่ยอมรับของประชาชน และต้องการให้ผู้เรียนศิลปะการแสดงสามารถนำไปใช้งานได้จริง

กลุ่มเป้าหมาย

เด็ก เยาวชน อายุระหว่าง 4- 18 ปี ผู้ที่สนใจอาชีพนักแสดง หรือ เป็น ดารา นักแสดง ที่พัฒนาทักษะการแสดงของนักแสดงอาชีพของนักแสดงในสังกัดหรือนอกสังกัดที่สนใจให้เพิ่มมีความสามารถรอบด้านทั้งร้อง เต้น เล่นละคร พุด เพื่อนำไปใช้ในอาชีพการแสดงหรือนำไปใช้กับชีวิตประจำได้

ผลงานของสถาบัน

กิจกรรมของสถาบัน

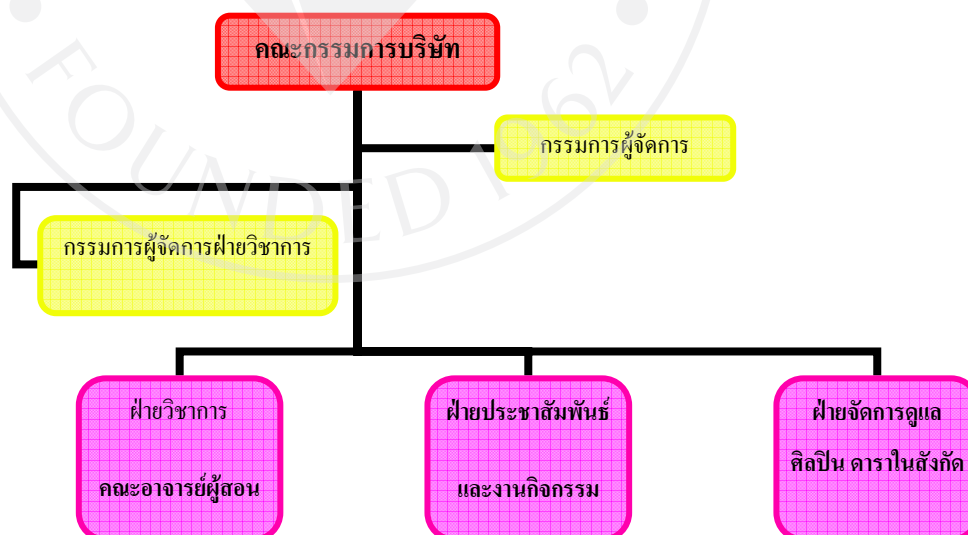
- การร่วมสอนการแสดง ในโครงการการอบรมนักแสดงของช่อง 7 ปี 2550
- การโชว์ ในงาน J-K POP Star Contest 2007
- การโชว์ในโครงการประกวด Dream Star Search 2007
- การโชว์ในโครงการประกวด Dream Star Search 2008

นักแสดงหน้าใหม่ของสถาบัน

- ชัน พิษขณย์ ผลงานละครคุณหนูเทวดา เมียหลวง
- ศรันรักษ์ ดิยะสวัสดิ์กุล วิวี ผลงานล่าสุดละครใจสู้มุ่งสู้ฝัน เคหาสน์แสงจันทร์
- นภพรินทร์ ภัทรายุทธวรรณ ผลงาน รักแท้แซบหลาย กุดแม่น้ำโขง
- อะตอม สัมพันธ์ภาพ ผลงาน คมคน ทอง 9 คุณหนูเทวดา สู้แสงตะวัน
- ภาครุ ธิดินันทร ผลงาน มิวสิควีดีโอ เพลงของอู๋ พันทาง ละครชุดฟ้ามีตา

การกำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อการบริหารจัดการสถาบัน

ภาพที่ 2: ภาพแสดงโครงสร้างองค์กรบริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมนเนจमेंท์ จำกัด



ส่วนที่ 2: การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของ คุณศิวบูรณ์ จีระวานันท์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บ้านการแสดงสปีดวัน และ บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมเนจเมนท์ จำกัด มีรายละเอียดดังนี้

นโยบายเป้าหมาย

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมเนจเมนท์ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านธุรกิจบันเทิงให้แก่ศิลปิน นักแสดง รับผิดชอบกิจกรรม งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ รับสอนการแสดง การพัฒนาบุคลิกภาพบริษัทได้แบ่งประเภทของการดำเนินการออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1.1 การจัดการศิลปินในสังกัด การจัดการดูแลจัดงาน ดูแลภาพลักษณ์ของศิลปิน ดารา นักแสดง (Artist Management Agency) การจัดหาศิลปิน ดารา นักแสดงทำงานแสดงละคร ภาพยนตร์ งานโชว์ตัว งานโฆษณา โดยเริ่มต้นจากนักแสดงในสังกัด คือ

- ยูย จีรนนท์ มะโนแจ่ม
- อุ๋ นวพล ภูวดล
- เมียง อติมา ธนเสนีวัฒน์
- แพร์ พรรัมภา สุขได้พึ่ง

1.2 การจัดการสอนการแสดง โดยใช้ชื่อว่าบ้านการแสดง สปีด วัน (Speed – one Acting House)

1.3 การจัดงานกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์และกิจกรรมพิเศษ (Event Organizer) เช่น รับผิดชอบงานเทศกาล งานการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

เป้าหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

1. ให้บริการสอนศิลปะการแสดงด้วยนักแสดงมืออาชีพให้เด็กเยาวชน
2. มีหลักสูตรสอนการแสดงที่หลากหลายและสามารถนำความรู้ไปใช้งานจริงได้
3. สร้างงานให้กับผู้เรียนได้โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิต ผู้สร้างละครโทรทัศน์
4. สร้างงานช่องทางสู่การเป็นนักแสดงมืออาชีพได้ด้วยตนเองและมีระบบการดูแลจัดการงานด้านบริหารศิลปินแบบครบวงจร

ข้อได้เปรียบของสถาบัน

1. เน้นการนำชื่อเสียงของเจ้าของสถาบันใช้ในการประชาสัมพันธ์
2. หลักสูตรพัฒนาเป็นศิลปิน ดารา และต้องการให้ผู้เรียนได้นำไปใช้งานจริง
3. เจ้าของและหุ้นส่วนของสถาบันมาศกยภาพในการจัดหางานให้กับนักเรียน และนักแสดงในสังกัดอย่างต่อเนื่อง
4. สถาบันมีธุรกิจเสริมนอกจากการสอนซึ่งเป็นการสร้างโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่มให้กับสถาบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

การจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงควรนำเสนอผลงานของผู้เรียนและจัดกิจกรรมให้นักเรียนของสถาบันได้แสดงความสามารถของตนเองสู่สายตาประชาชนคนทั่วไปเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ในการแสดงและความภูมิใจให้กับนักเรียนและผู้ปกครอง ตัวอย่างเช่น

1. สถาบันส่งผู้เรียนไปคัดเลือกตัวแสดงละคร โดยสถาบันเป็นผู้สนับสนุนทั้งให้คำแนะนำวิธีการคัดเลือกตัวแสดงและแนะนำให้ผู้เรียนได้รู้จักกับผู้ผลิตงานบันเทิงต่างๆ สร้างประสบการณ์จริงในการทำงานด้านบันเทิง เช่น งานละคร งานภาพยนตร์ งานโฆษณา งานร้องเพลง งานพิธีกร เป็นต้น
2. การพาผู้เรียนออกศึกษานอกสถานที่ เพื่อเข้าสัมผัสถึงการทำงานในวงการจริงๆ เช่น การพาไปดูงานตามกองถ่ายละคร
3. สถาบันได้ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีโอกาสได้แสดงบนเวทีจริง ในกิจกรรมของสถาบันเอง หรือส่งเข้าประกวดเวทีสำคัญระดับประเทศเพื่อสร้างชื่อเสียงให้สถาบัน
4. สถาบันสอนศิลปะการแสดงควรมีพันธมิตรด้านการค้าต่างๆที่เข้ามาช่วยสนับสนุนสถาบันในการใช้จัดหางานให้กับ ดารา ศิลปินในสังกัด และยังเป็นแหล่งรายได้สำคัญเพื่อที่จะต่อเลี้ยงบริษัทให้สามารถอยู่รอดได้ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

จากข้อมูลของ บัณฑิตการแสดงสปีดวัน ทำให้ทราบถึงรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างออกไปของสถาบันสอนการแสดงโดยจะเห็นได้ว่าการจะสร้างรายได้เพื่อให้สถาบันสอนการแสดงที่เปิดกิจการใหม่นั้นมีความสามารถที่จะอยู่รอดได้ ต้องคำนึงปัจจัยอีกทั้งสถานที่ตั้งสถาบัน ความสะดวกของกลุ่มเป้าหมาย แหล่งที่มาของรายได้หลัก และรายได้รอง การสร้างชื่อเสียงของสถาบัน ซึ่งผู้วิจัย

ได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของบ้านการ
แสดงสปีดวัน โดยสรุปได้ดังนี้

**วิเคราะห์ข้อมูล จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของบ้านการแสดงสปีดวัน และ บริษัท สปีด
วัน อาร์ทิส แมเนจเม้นท์ จำกัด**

ตารางที่ 2 : ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)
ของบ้านการแสดงสปีดวัน และ บริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมเนจเม้นท์ จำกัด

จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - เจ้าของสถาบันเป็นคณา นักแสดงที่มีชื่อเสียง - สถาบันทำหน้าที่การค้นหา นักแสดงหน้าใหม่กับช่อง 7 -มีการจัดกิจกรรมด้านการ แสดงให้กับนักเรียนได้ แสดงความสามารถจริง - มีธุรกิจที่สร้างรายได้หลาย ทาง อีเว้นท์และค่าจัดการ คณาศิลปะในสังกัด 	<ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรเน้นการแสดง พื้นฐานศิลปะการแสดง ไทย - จำนวนห้องเพียง 1 ห้อง -เน้นส่งเสริมงานเดิมของ บริษัทมากกว่าเน้นที่การ สอนการแสดง - สถานที่ในการเรียน ภาพลักษณ์ภายนอกดูไม่ ทันสมัย การตกแต่ง ภายในดูไม่น่าเชื่อถือ 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถสร้างโอกาสให้ นักเรียนได้ทดสอบตาม ความสามารถของตนเอง - มีความสัมพันธ์ที่ดีกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน การจัดหานักแสดง - ได้รับการสนับสนุน จากสินค้าต่างๆในการจัด กิจกรรมพิเศษ 	<ul style="list-style-type: none"> -คู่แข่งในตลาด เดียวกันมี นวัตกรรมในการ เรียนการสอนที่ ทันสมัยกว่าเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย - กลุ่มเป้าหมายมี ความสนใจการ แสดงสมัยใหม่ มากขึ้นซึ่งไม่มี หลักสูตรสอน

จากตารางที่ 2: การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของ
บ้านการแสดงสปีดวัน จุดแข็งคือ เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงในด้านการดูแลศิลปิน นักแสดงและมี
ผลงานในการสร้างนักแสดงใหม่เข้าสู่การบันเทิงได้จริง มีผลงานด้านการพัฒนานักแสดงร่วมกับ

องค์กรใหญ่ที่ได้รับความเชื่อถือจากคนทั่วไป จุดอ่อน คือ หลักสูตรมีหลากหลายแต่เปิดคอร์สที่เปิดสอนจริงน้อยมาก ห้องเรียนมีจำนวนจำกัด หลักสูตรมุ่งการสอนเด็กเล็ก หลักสูตรที่ต้องการนักแสดงหน้าใหม่ไม่ได้เปิดโอกาสให้กับทุกคนเพราะคัดเลือกที่หน้าตาดี บุคลิกภาพภายนอกก่อนเป็นคุณสมบัติสำคัญ ซึ่งทำให้ผู้ที่ไม่มีคุณสมบัติดังกล่าวนี้ไม่ได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกัน

4.1.3 สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ประเภท : บริษัทจำกัด

ทุนจดทะเบียน : 8,000,000 บาท

ชื่อจดทะเบียนบริษัท : สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง

ชื่อสถาบันสอนการแสดง: เจนเอ็กซ์ อคาเดมี่ (Gen X Academy)

ที่ตั้ง : 23/26-29 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง

กรุงเทพมหานคร

จำนวนห้องเรียน: 3 ห้อง

กรรมการ: คุณคณิต พฤกษ์พระกานต์

คุณ โชคชัย เกียรติเจริญ

คุณพงศ์พรหม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา

ประวัติความเป็นมา

ในปีพ.ศ. 2538 ได้มีการริเริ่มสร้างสตูดิโอ เพื่อทำงานด้านการจัดรายการวิทยุ ผลิดจึงเกิดผลิตสปอตวิทยุ ทำเพลงโฆษณา หลังจากนั้นได้ขยายงานเพิ่มขึ้นด้วยความสนใจและรักในงานด้านวิทยุ โดยได้จัดเป็นรายการวิทยุในนามของ เอทาม มิเคียร์ ทำให้มีสตูดิโอเป็นเป็นที่รู้จักมากขึ้น ก็มีเพื่อนๆและคนในวงการบันเทิงเข้ามาใช้บริการ และด้วยประสบการณ์ที่ผ่านมาด้านงานบันเทิงจึงทำให้เกิดแนวคิดใหม่ในการนำเอาความรู้และประสบการณ์ที่ได้สั่งสมมาเปิดอบรมให้คนที่สนใจทางด้านงานด้านการผลิตสื่อวิทยุและบุคคลกรด้านงานบันเทิงทั้งทำงานการผลิตเบื้องหลังขึ้นในช่วงแรกได้เปิดการเรียนการสอน โดยเช่าที่สถานที่ของมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อใช้เป็นที่สอนโดยยังไม่ได้มีสถาบันอย่างเป็นทางการ

เมื่อถึงปี พ.ศ. 2542 ได้เริ่มเปิดคอร์สอบรมการจัดรายการวิทยุ โดยจัดเป็นหลักสูตรระยะสั้น ภายใต้ชื่อว่า Gen x โดยใช้ประสบการณ์ที่เคยสอนในระดับมหาวิทยาลัย ได้มองเห็นช่องว่างของการเรียนของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะคณะนิเทศศาสตร์ในสมัยนั้น จะมีการเรียนที่ไม่ได้เจาะลึกในรายละเอียดเนื้อหาของงานด้านวิทยุทำให้ผู้เรียนเมื่อจบการศึกษาไม่สามารถทำงานด้านวิทยุได้

จริง จึงเป็นโอกาสให้สถาบัน ได้เปิดสอนหลักสูตรจึงตอบสนองต่ออาชีพได้ในเชิงลึก ต่อมาเริ่มมีหลักสูตรด้านผู้ประกาศ นักจัดรายการวิทยุ (ปัจจุบันไม่ได้เปิดสอน) และเป็นที่รู้จักมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ที่ทำงานคนในสายอาชีพบันเทิงอีกด้วย โดยได้รับร่วมมือผู้ที่ทำงานในวงการบันเทิงในการพัฒนาหลักสูตรที่มีการเรียนการสอนอย่างจริงจังตั้งแต่ในช่วงแรกเป็นหลักสูตรระยะสั้นเป็นหลัก มาจนถึงปี พ.ศ. 2546 เริ่มมีการสอนที่เป็นระบบมีการแบ่งหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายที่เกี่ยวข้องกับบุคคลกรในสายงานบันเทิง และหลักสูตรงานด้านการผลิตสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้รับความนิยมมาตลอดของสถาบัน และได้เปลี่ยนชื่อสถาบันเป็น Gen x Academy ในปี 2549 ได้รับความไว้วางใจให้ดูแลการจัดอาจารย์ผู้สอนสำหรับรายการเรียลลิตี้โชว์อะคาเดมี่ แฟนเทเชียเป็นส่วนสำคัญที่สร้างชื่อเสียงให้กับคณาจารย์ผู้สอนและสถาบันให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทำให้มีผู้ที่สนใจสมัครเข้าเรียนเพิ่มขึ้น สถาบันเน้นผลิตบุคคลกรสายงานการผลิตทั้งมีหลักสูตรหลายหลายเกี่ยวกับอาชีพด้านงานบันเทิง เช่นหลักสูตรสอนนักแต่งเพลง โปรดิวเซอร์ นักจัดรายการวิทยุ คลับดีเจ พิธีกร ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ รวมถึงพัฒนาบุคคลกรทำงานเบื้องหลังวงการบันเทิง และงานด้านมัลติมีเดียเพื่อเตรียมความพร้อมก่อน ก้าวเข้าสู่การทำงานในระดับที่เรียกว่ามืออาชีพอย่างต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน

วิสัยทัศน์ขององค์กร

มุ่งมั่นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถและทักษะที่ดีจำเป็นต่อมีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาควบคู่กัน ไป ดังนั้นปัจจัยความสำเร็จคือ ผู้เกี่ยวข้องที่เป็น Key Person ขององค์กรต้องสามารถที่จะฝึกสอน แนะนำและถ่ายทอดให้บุคลากรขององค์กรทุกระดับมีความรู้ความเข้าใจ ทักษะและทัศนคติที่พร้อม ที่จะร่วมกันสร้างคุณภาพและมาตรฐานการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิผล ประสิทธิภาพอย่างพร้อมเพรียงกัน

กลุ่มเป้าหมาย

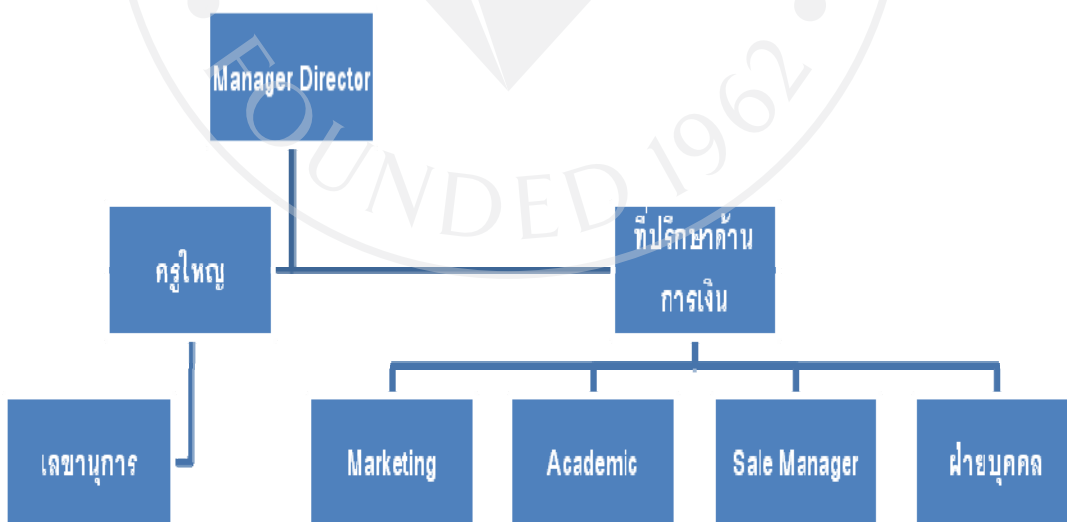
เยาวชน อายุ 18 ปีขึ้นไป ผู้ที่สนใจในอาชีพสายบันเทิงทั้งเบื้องหน้า และ เบื้องหลังและผู้ที่ต้องการพัฒนาการความสามารถในด้านวิทยุ โทรทัศน์

ผลงานของสถาบัน

1. ได้รับหน้าที่ในการ ดูแลในส่วนของ Artist Development โดยทีมอาจารย์ด้าน Voice และ ด้าน Acting เพื่อไปพัฒนาการแสดงของน้องนักร้อง Academy Fantasia Season 2-3
2. โครงการปั้นดาวรุ่ง ลูกทุ่งดวงใหม่ของเมืองไทยประกวดร้องเพลงลูกทุ่งระดับเยาวชนที่คัดเลือกตัวแทนศิลปินคุณภาพรุ่นใหม่จาก ทั่วทุกภูมิภาค เข้าสู่กิจกรรมฝึกฝนทักษะใน “บ้านดาวรุ่งลูกทุ่งไทยแลนด์ 2550” พร้อมด้วยการขึ้นโชว์ความสามารถในคอนเสิร์ตทุกๆ สัปดาห์
3. โครงการค้นหาพิธีกรวัยมัธยมที่มีสไตล์เป็นของตัวเอง กับโครงการ M150 MC Contest ซึ่งมีผู้เข้ารอบทั้งหมด 10 คน หลังจากที่ได้ผ่าน การประกวดแล้ว น้องๆยังได้มีโอกาสเข้าร่วม Work Shop การเป็นพิธีกรมืออาชีพ

ส่วนที่ 2 การกำหนดโครงสร้างองค์กรเพื่อการบริหารจัดการสถาบัน

ภาพที่ 3 ภาพแสดงโครงสร้างองค์กร สถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)



ส่วนที่ 2: การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของ คุณ โชคชัย เจียเจริญ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ เจนเอ็ก อะคาเดมี มีรายละเอียดดังนี้

นโยบายเป้าหมาย

วัตถุประสงค์และนโยบายของสถาบัน

มีนโยบายในการสร้างบุคลากรที่มีความสามารถสายอาชีพบัณฑิตเพื่อไปทำงานในวงการบันเทิงจริง โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกสายอาชีพในวงการบันเทิงได้ตามความต้องการ
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพได้จริงตามสายงานที่ตนเองสนใจ
3. ส่งเสริมให้คนที่อยู่ในวงการบันเทิงเพิ่มเติมความรู้ และความเชี่ยวชาญให้ผู้เรียนมีความสมบูรณ์ในสายอาชีพมากยิ่งขึ้นในแต่ละแขนงที่เลือก

เป้าหมายของสถาบันและปัจจัยที่สามารถนำสถาบันไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

1. ทำสถาบันให้ได้มาตรฐานของ สกอ. ตามที่วิชาชีพรับรอง เพื่อที่จะนำประกาศนียบัตรไปโอนเทียบ เพื่อต่อในระดับปริญญาตรีได้
2. สร้างบุคลากรให้มีอาชีพด้านบันเทิงที่ชัดเจนพัฒนาหลักสูตรมากขึ้นเพื่อรองรับกับตลาดและปรับปรุงเทคโนโลยีในการสอนให้ทันสมัยโดยวิทยากรผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ และความชำนาญเฉพาะด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน บันเทิงสื่อสารมวลชน และงานด้านมัลติมีเดีย โดยหลักสูตรการอบรมที่เข้มข้นไม่ว่าจะเป็นทางทฤษฎีหรือปฏิบัติเน้นการปฏิบัติจริงทุกขั้นตอนการผลิตด้วยอุปกรณ์ที่ทันสมัย

ข้อได้เปรียบของสถาบัน

1. มีการคัดเลือกบุคลากรที่อยู่ในสายวิชาชีพบันเทิง มีความชำนาญเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
2. ผู้สอนมีความสามารถในการถ่ายทอดวิชาความรู้อย่างเข้มข้นและจริงจัง
3. มีห้องเรียน ห้องสตูดิโอที่ได้มาตรฐาน
4. มีการพัฒนาหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยมีการอ้างอิงจากตำราเรียนจากหนังสือต่างประเทศหลายแหล่ง และใช้ผู้รู้จริงในการพัฒนาหลักสูตร
5. มีใบประกาศนียบัตรที่นำไปใช้ในการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะสำหรับจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

การจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงควรมีหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้เรียนซึ่งในขณะนี้กระแสของรายการเรียลิตี้โชว์ การประกวดการแข่งขันเพื่อก้าวไปสู่การเป็นศิลปินนักร้อง นักแสดง นั้นมีอิทธิพลอย่างมากในธุรกิจบันเทิงไทย ดังนั้นสถาบันสอนการแสดงต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานะการณ์ และให้ผลสำเร็จตามความคาดหวังของกลุ่มผู้เรียนในการเปิดสถาบันต้องมีความทุ่มเทมากตั้งใจ เอาใจใส่ผู้เรียน และต้องไม่เน้นมุ่งหวังกำไรเพียงอย่างเดียว ประกอบกับธุรกิจด้านการพัฒนาบุคลากรจะต้องใช้เวลาในการสร้างความเชื่อถือไว้วางใจ ทั้งยังต้องเปิดรับสิ่งใหม่อยู่เสมอ หาแนวทางการร่วมมือกันกับบุคคลในวงการบันเทิงเพื่อทำให้สถาบันมีความสมัยก้าวหน้า สามารถตอบสนองความคาดหวังในการได้ประกอบอาชีพในวงการบันเทิงได้จริง โดยเริ่มจากการพัฒนาหลักสูตรให้ตอบรับกับอาชีพในวงการบันเทิงที่หลากหลาย อาทิ

1. ควรมีการปรับปรุงหลักสูตรทุกๆ 6 เดือน หรือตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ ซึ่งในมหาวิทยาลัยมีการปรับปรุงหลักสูตรทุก 2 ปี ทำให้หลักสูตรเก่าและไม่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน
2. การจัดรูปแบบองค์กรไม่ควรซับซ้อน มีความยืดหยุ่นง่ายต่อการเปลี่ยนแปลง
3. ใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

จากข้อมูลของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ทำให้ทราบถึงรูปแบบของสถาบัน การบริหารจัดการ และแนวทางในการจัดตั้งสถาบันพัฒนาบุคลากรด้านงานบันเทิง ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ได้ดังนี้

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)

ตารางที่ 3 : ตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy)

จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
<p>- เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทำงานจริงในด้านที่ได้เรียนมา พร้อมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาส และประสบการณ์ในการทำงานด้านบันเทิงให้กับผู้เรียน</p> <p>- มีหลักสูตรในการพัฒนาบุคลากรด้านดนตรี คนเบื้องหลังที่เกี่ยวข้องกับเพลง</p>	<p>- ไม่สามารถเปิดหลักสูตรสำหรับผู้สนใจเป็นนักแสดง แต่เป็นหลักสูตรที่นำการแสดงไปประยุกต์ใช้งานเป็นหลัก</p> <p>- สถานที่เล็ก ไม่สามารถขยายห้องเรียนเพื่อรองรับนักเรียนได้</p>	<p>- แผนก Student Care ที่เป็นผู้ที่ดูแล รับข้อมูลข่าวสารจากภายนอก และจัดหาเวทีแสดงความสามารถให้กับผู้เรียนในการแสดงออก โชว์ผลงานของตัวเอง หางานให้ตรงกับที่ผู้เรียนต้องการ</p>	<p>- มีธุรกิจใกล้เคียงกัน สามารถทำการสอนในรูปแบบที่เหมือนกันได้</p> <p>- ต้นทุนในการลงทุนค่อนข้างสูงในเครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากรสูง</p>

จากตารางที่ 4: จุดแข็งของสถาบันการสอนอบรมด้านดนตรีและวิชาชีพการบันเทิง (Gen x Academy) ที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการบริหารจัดการสถาบันให้มีหลักสูตรให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้เรียน รวมถึงมองหาแนวโน้มความสนใจงานด้านบันเทิงของกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัย มีความพยายามหาความร่วมมือจากหน่วยงาน องค์กรต่างๆที่จะส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ทำงานจริงในวงการบันเทิง พร้อมทั้งเป็นสร้างโอกาสให้ได้โชว์ความสามารถของนักเรียนที่จบจากสถาบันอีกด้วย จุดอ่อนและอุปสรรคทางธุรกิจคือ ไม่สามารถเปิดหลักสูตรด้านศิลปะการแสดงเนื่องจากสภาพลักษณะของสถาบันเป็นสถาบันที่สร้างบุคลากรดนตรี วิทยุโทรทัศน์ ดิจิทัล พรีกอร์ เท่านั้น จุดอ่อนและอุปสรรค ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรที่ชัดเจน วางแผนการตลาด วางตำแหน่งทางการตลาดให้มีความชัดเจน รวมทั้งการวางแผนทางการเงินที่รัดกุม และค้นหาแนวทางในการร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปเป็นแนวทางในการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนา ศิลปะการแสดง โดยคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การสร้างชื่อเสียงและรักษาชื่อเสียงของสถาบันการวางแผนประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความไว้วางใจให้กับผู้เรียนและผู้ปกครอง
2. การพัฒนาบุคลากรนักแสดงที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของคนในวงการบันเทิง
3. หลักสูตรในการด้านการแสดงควรมีความหลากหลายตรงกับความสนใจของผู้เรียน
4. ต้องมีการส่งเสริมหรือหาช่องทางในการประกอบอาชีพให้ผู้เรียนเมื่อจบหลักสูตร
5. ต้องจัดหลักสูตรการแสดงสำหรับกลุ่มคนทั่วไปหรือผู้ใหญ่ที่สนใจการแสดงเพื่อเพิ่ม โอกาสในการสร้างรายได้ให้มากขึ้น
6. ควรมีปรับหลักสูตรให้ทันสมัย ตรงกับความสนใจของผู้เรียน ณ ขณะนั้น
7. มีนำผลงานของนักเรียนการแสดงของตนเองสู่สาธารณะชนเพื่อสร้างประสบการณ์จริง ให้กับผู้เรียน
8. ต้องหาองค์กรที่จะเข้ามาสนับสนุนกิจกรรมด้านงานแสดงหรือเข้ามามีส่วนร่วมในการ พัฒนาหลักสูตร
9. มีหลักสูตรที่ครอบคลุมทั้งเด็กเล็ก เยาวชน ผู้ใหญ่ รวมถึงหน่วยงานราชการและเอกชน
10. การสร้างภาพลักษณ์ภายนอกและภายในให้ดูมีความน่าเชื่อถือ มีความทันสมัย เป็นที่ ไว้วางใจของผู้ปกครองและคนทั่วไป
11. ต้องวางตำแหน่งทางการตลาดให้ชัดเจน (Positioning) ไม่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสับสน และเกิดความเข้าใจผิด

4.2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว ซึ่งวัดโดย สุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มเจาะจงในกลุ่มที่สนใจในสถาบันสอนศิลปะการแสดง และสนใจใน หลักสูตรทางการแสดง ในการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม ประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกเอง (Self-Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติ

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจดังกล่าว ได้แก่ ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิง เด็กเยาวชน อายุ 10 – 18 ปี จำนวน 100 คน ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จากสถาบันสอน ศิลปะการแสดงเขตกรุงเทพมหานครแบ่งออกได้ ดังนี้

1.สถาบันกัณฑ์นา ดราม่า สตูด (Kantana Drama School)	จำนวน 40 คน
2.บ้านการแสดง สปีดวัน (Speed- one Acting House)	จำนวน 30 คน
3.เจนเอ็กซ์ อคาเดมี่ (Gen x Academy)	จำนวน 30 คน
	รวม 100 คน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรกลุ่ม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	41	41
หญิง	59	59

จากตารางที่ 4: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59 และเป็นเพศชาย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41

ตารางที่ 5 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ปี	0	0
10 - 14 ปี	42	42
15 - 18 ปี	40	40
มากกว่า 18 ปี	18	18

จากตารางที่ 5: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ส่วนมากมีอายุระหว่าง 10-14 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมามีอายุระหว่าง 15-18 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และมีอายุมากกว่า 18 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18

ตารางที่ 6 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

3. การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ป.1-3	2	2
ป.4-6	15	15
ม.1-3	32	32
ม.4-6	35	35
อื่นๆ	16	16

จากตารางที่ 6 : พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 3 จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาศึกษาอยู่ในระดับอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมาศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 - 6 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 - 3 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 7 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในครอบครัว
ของกลุ่มตัวอย่าง

4. คนตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ	11	11
แม่	62	62
ตัวเอง	24	24
อื่นๆ	3	3

จากตารางที่ 7: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากแม่เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาตนเองเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมามีพ่อมีอำนาจในการตัดสินใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และบุคคลอื่นในครอบครัวมีอำนาจในการตัดสินใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติความสนใจในสถาบันสอนศิลปะการแสดง ความต้องการ การเลือกหลักสูตรการแสดง และ ราคาค่าเรียนที่เหมาะสมกับระยะเวลาการเรียนการสอน ความคาดหวังที่ได้หลังจากการเรียนจบหลักสูตร

ตารางที่ 8 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

5. รับรู้ข่าวสารจาก	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	42	42
วิทยุ	7	7
หนังสือพิมพ์	12	12
อินเทอร์เน็ต	62	62
ป้ายโฆษณา	44	44
แผ่นพับ/ใบปลิว	50	50
สื่อบริเวณสถาบัน	13	13

จากตารางที่ 8: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากรับรู้ข่าวสารจาก อินเทอร์เน็ต จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมารับรู้ข่าวสารจากแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมารับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมารับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมารับรู้ข่าวสารจากสื่อ บริเวณสถาบัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมารับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และรับรู้ข่าวสารจากวิทยุ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 9 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรู้จักสถาบันสอนการแสดงของกลุ่ม ตัวอย่าง

6. รู้จักสถาบันสอนการแสดงจาก	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโฆษณา	43	43
ผู้ปกครองท่านอื่นแนะนำ	20	20
เพื่อนแนะนำ	29	29
ไม่รู้จักร	2	2
อื่นๆ	6	6

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากรู้จักสถาบันสอนการแสดง จากสื่อโฆษณา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมารู้จักสถาบันสอนการแสดงโดยคำแนะนำ จากเพื่อน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมารู้จักสถาบันสอนการแสดงจากคำแนะนำของ ผู้ปกครอง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมารู้จักสถาบันสอนการแสดงจากคำแนะนำของ บุคคลอื่น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และไม่รู้จักรสถาบันสอนการแสดง จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 2

ตารางที่ 10 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง ในการ เรียนเพื่อเสริมทักษะ

7. สนใจให้ลูกเรียน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สนใจ	1	1
สนใจ	99	99

จากตารางที่ 10: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง มีความสนใจเรียนการแสดงเพื่อเสริมทักษะ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 99 และมีเพียง 1 คน ที่ไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 11 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสาขาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ

7.(ย่อย)สาขาที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ดนตรีสากล	17	17.17
การแสดง	39	39.39
ร้องเพลง	11	11.11
ดนตรีไทย	4	4.04
เต้น	27	27.27
รำไทย	1	1.01
อื่นๆ	0	0

จากตารางที่ 11: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 99 ตัวอย่างที่สนใจเรียนการแสดงเพื่อเสริมทักษะ ส่วนมากสนใจสาขาการแสดง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.39 รองลงมาสนใจสาขาเต้น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมาสนใจสาขาดนตรีสากล จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.17 รองลงมาสนใจสาขาร้องเพลง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 รองลงมาสนใจสาขาดนตรีไทย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.04 และสนใจสาขารำไทย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.01

ตารางที่ 12 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ในการสมัครเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง

8. สนใจสมัครเรียน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เรียน	2	2
เรียน	98	98

จากตารางที่ 12: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ต้องการสมัครเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง 98 คน คิดเป็นร้อยละ 98 และมีเพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ไม่ต้องการสมัครเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง

ตารางที่ 13 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตาม โปรแกรมที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะเรียน

โปรแกรมที่ต้องการจะให้เรียน	จำนวน	ร้อยละ
พื้นฐานการแสดง 1	69	70.41
พื้นฐานการแสดง 2	49	50
การแสดงขั้นสูง	29	29.59
การแสดงศิลปะตะวันตก	9	9.18
อื่นๆ	8	8.16

จากตารางที่ 13: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 98 ตัวอย่าง ที่ต้องการเข้าเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง ส่วนมากต้องการเรียนพื้นฐานการแสดง 1 จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 70.41 รองลงมาต้องการเรียนพื้นฐานการแสดง 2 จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาต้องการเรียนการแสดงขั้นสูง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.59 รองลงมาต้องการเรียนการแสดงศิลปะตะวันตก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.18 และต้องการเรียนโปรแกรมอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16

ตารางที่ 14 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่าง ตัดสินใจเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง

9. เหตุผลที่ส่งให้เรียน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	16	16
สนใจเรียนเอง	49	49
ต้องการเป็นนักแสดงในอนาคต	11	11
เพิ่มพูนทักษะด้านการแสดง	22	22
อื่นๆ	2	2

จากตารางที่ 14:พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากตัดสินใจเรียนการแสดง ในสถาบันสอนการแสดง เพราะสนใจเรียนเอง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาตัดสินใจเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะต้องการเพิ่มพูนทักษะด้านการแสดง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมาตัดสินใจเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมาตัดสินใจเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะต้องการเป็นนักแสดงในอนาคต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และตัดสินใจเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะสาเหตุอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 15 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนการแสดง

10. ปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางสะดวก	12	12
บรรยากาศดี	8	8
หลักสูตรเป็นที่ยอมรับ	24	24
คณาจารย์ที่มีชื่อเสียง	8	8
ราคาเหมาะสม	13	13
หลักสูตรที่สามารถประกอบอาชีพได้จริง	35	35

จากตารางที่ 15: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากตัดสินใจเลือกเพราะหลักสูตรที่เรียนสามารถนำไปประกอบอาชีพได้จริง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาตัดสินใจเลือก เพราะหลักสูตรเป็นที่ยอมรับ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาตัดสินใจเลือก เพราะราคาที่เหมาะสม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาตัดสินใจเลือก เพราะความสะดวกสบายในการเดินทาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และตัดสินใจเลือกเพราะบรรยากาศ และ ชื่อเสียงของคณาจารย์ในสถาบัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 เท่ากัน

ตารางที่ 16 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ตั้งของสถาบัน ที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการ

11. ควรจัดตั้งสถาบันการสอนที่	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้รถไฟฟ้า BTS	33	33
ใกล้สถาบันสอนพิเศษ	9	9
ห้างสรรพสินค้า	57	57
อื่นๆ	1	1

จากตารางที่ 16: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากคิดว่าสถาบันสอนการแสดงควรตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมาคิดว่าสถาบันควรตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคิดว่าสถาบันควรตั้งอยู่ใกล้สถาบันสอนพิเศษ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และคิดว่าสถาบันควรตั้งอยู่ที่อื่นๆ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 17 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่าง

12. สิ่งที่คาดหวังไว้	จำนวน	ร้อยละ
มีงานด้านการแสดง และได้เป็นดารา	50	50
พัฒนาบุคลิกภาพ	49	49
เทียบวุฒิในระดับมหาวิทยาลัยได้	1	1
อื่นๆ	0	0

จากตารางที่ 17: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากหวังว่าเมื่อเรียนในสถาบันสอนการแสดงแล้ว จะมีงานด้านการแสดง และได้เป็นดารา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคาดหวังว่าจะสามารถพัฒนาในเรื่องของบุคลิกภาพ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และหวังว่าจะนำวิชาที่เรียนในสถาบันไปใช้เทียบวุฒิในระดับมหาวิทยาลัยได้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 18 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรม ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเข้าร่วมกับสถาบัน

13. อยากรู้บุทรหลานร่วมกิจกรรมพิเศษ อะไรกับสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
ออกซิชั่น	49	49
การประกวดแข่งขัน	37	37
ทดสอบวัดผลการแสดง	5	5
แสดงผลงานต่อสาธารณะ	9	9
อื่นๆ	0	0

จากตารางที่ 18: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากต้องการร่วมกิจกรรมออกซิชั่น จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาต้องการเข้าร่วมการประกวดแข่งขัน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาต้องการเข้าร่วมการแสดงต่อหน้าสาธารณะชน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และต้องการทดสอบวัดผลการแสดง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 19 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสนใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ถ้าสถาบันสามารถจัดหางานด้านการแสดงให้ได้

14. สถาบันสามารถจัดหางานด้านการแสดงให้	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	98	98
ไม่สนใจ	2	2

จากตารางที่ 19 : พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมาก จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 98 มีความสนใจ ถ้าหากสถาบันสอนการแสดงสามารถหางานด้านการแสดงรองรับให้กลุ่มตัวอย่างได้ มีเพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ไม่สนใจ

ตารางที่ 20 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทการแสดง ที่กลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะเรียน

15. วิชาศิลปะการแสดงที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การแสดงสากลแบบร่วมสมัย	94	94
การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย	6	6

จากตารางที่ 20: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากสนใจที่จะเรียน การแสดงสากลแบบร่วมสมัย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 94 และสนใจที่จะเรียน การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 21 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามหลักสูตรที่กลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะเรียนมากที่สุด

16. หลักสูตรที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ	27	27
การแสดงสำหรับภาพยนตร์	6	6
การแสดงสำหรับละครโทรทัศน์	31	31
การแสดงสำหรับละครเวที/ละครเพลง	3	3
การแสดงบนเวทีสำหรับนักร้อง	25	25
การแสดงสำหรับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย	1	1
การแสดงสำหรับการนำเสนองาน	1	1
การแสดงสำหรับการถ่ายแบบแฟชั่น	6	6

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากสนใจการแสดงสำหรับละครโทรทัศน์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมาสนใจการแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาสนใจการแสดงบนเวทีสำหรับนักร้อง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาสนใจการแสดงสำหรับภาพยนตร์ และการแสดงสำหรับการถ่ายแบบแฟชั่น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 เท่ากัน รองลงมาสนใจการแสดงสำหรับละครเวที/ละครเพลง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และสนใจการแสดงสำหรับการนำเสนองาน และการแสดงสำหรับสอบเข้ามหาวิทยาลัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 เท่ากัน

ตารางที่ 22 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอัตราค่าเรียน (12 ครั้ง 24 ชั่วโมง) ที่
กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสม

17. อัตราค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,500	2	2
2,501 – 3,000	6	6
3,001 – 3,500	27	27
3,501 – 4,000	22	22
4,001 - 4,500	0	0
4,501 – 5,000	19	19
5,001 – 6,000	11	11
6,001 – 6,500	7	7
6,501 – 7,000	6	6

จากตารางที่ 22: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากคิดว่า ระหว่าง 3,001 – 3,500 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 3,501 – 4,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 4,501 – 5,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 5,001 – 6,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 6,001 – 6,500 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 2,501 – 3,000 บาท และราคาระหว่าง 6,501 – 7,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 เท่ากัน และคิดว่าราคาต่ำกว่า 2,500 คือราคาที่เหมาะสม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 เท่ากัน

นอกจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชนตามสถาบันสอนศิลปะการแสดงแล้ว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ปกครองทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 25 – 55 ปี จำนวน 100 คนที่สนใจส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนในสถาบันศิลปะการแสดง ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกสถาบันที่มีศักยภาพในการเรียนการแสดงให้แก่บุตรหลาน โดยสามารถสรุปผลและจำแนกได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครอง

ตารางที่ 23 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง

1. ความสัมพันธ์เป็น	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ	20	20
แม่	71	71
ผู้ปกครอง	9	9

จากตารางที่ 23: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง มีความสัมพันธ์เป็นแม่มากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71 รองลงมา มีความสัมพันธ์เป็นพ่อ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และมีความสัมพันธ์เป็นผู้ปกครอง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ตารางที่ 24 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 35 ปี	25	25
36 - 45 ปี	57	57
46 - 55 ปี	18	18
มากกว่า 56 ปี	0	0

จากตารางที่ 24: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ส่วนมากมีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมามีอายุน้อยกว่า 35 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และมีอายุระหว่าง 46-55 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18

ตารางที่ 25 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

3. อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	3	3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	4
พนักงานเอกชน	30	30
ทำธุรกิจส่วนตัว	45	45
แม่บ้าน	17	17
อื่นๆ	1	1

จากตารางที่ 25 :พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาเป็นแม่บ้าน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17 รองลงมาเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 รองลงมารับราชการจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และมีอาชีพอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 26 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้รวมทั้งครอบครัว(ต่อเดือน) ของกลุ่มตัวอย่าง

4. รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000 บาท	2	2
20,001 - 30,000 บาท	2	2
30,001 - 40,000 บาท	8	8
40,001 - 50,000 บาท	28	28
50,001 บาท ขึ้นไป	60	60

จากตารางที่ 26: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากมีรายได้รวมทั้งครอบครัว มากกว่า 50,001 บาท ต่อเดือน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา มีรายได้รวมทั้งครอบครัว 40,001 - 50,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมา มีรายได้รวมทั้งครอบครัว 30,001 - 40,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และมีรายได้รวมทั้งครอบครัว น้อยกว่า 20,000 บาท และมีรายได้ตั้งแต่ 20,001 - 30,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 เท่ากัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติความสนใจในสถาบันสอนศิลปะการแสดง ความต้องการ การเลือกหลักสูตรการแสดงผล และ ราคาการเรียนที่เหมาะสมกับระยะเวลาการเรียนการสอน ความคาดหวังที่ได้หลังจากการเรียนจบหลักสูตร

ตารางที่ 27 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

5. รับรู้ข่าวสารจาก	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	30	30
วิทยุ	9	9
หนังสือพิมพ์	23	23
อินเทอร์เน็ต	68	68
ป้ายโฆษณา	29	29
แผ่นพับ/ใบปลิว	57	57
สื่อบริเวณสถาบัน	39	39

จากตารางที่ 27: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมา รับรู้ข่าวสารจากแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมา รับรู้ข่าวสารจากสื่อบริเวณสถานศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมา รับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา รับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมา รับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และรับรู้ข่าวสารจากวิทยุ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ตารางที่ 28 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการรู้จักสถาบันสอนการแสดงของกลุ่มตัวอย่าง

6. รู้จักสถาบันสอนการแสดงจาก	จำนวน	ร้อยละ
สื่อโฆษณา	60	60
ผู้ปกครองท่านอื่นแนะนำ	19	19
บุตรของท่าน	23	23
ไม่รู้จัก	0	0
อื่นๆ	3	3

จากตารางที่ 28 : พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากรู้จักสถาบันสอนการแสดงจากสื่อโฆษณา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมารู้จักสถาบันสอนการแสดงจากบุตรหลาน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมารู้จักสถาบันสอนการแสดงจากผู้ปกครองคนอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และรู้จักสถาบันสอนการแสดงจากช่องทางอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 29 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะให้บุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง

7. สนใจให้ลูกเรียน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สนใจ	0	0
สนใจ	100	100

จากตารางที่ 29: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง มีความสนใจที่จะให้บุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดงทั้ง 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 30 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสาขาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ

7.(ย่อย)สาขาที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ดนตรีสากล	1	1
การแสดง	81	81
ร้องเพลง	11	11
ดนตรีไทย	1	1
เต้น	5	5
รำไทย	1	1
อื่นๆ	0	0

จากตารางที่ 30: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ที่มีความสนใจที่จะให้บุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง ส่วนมากสนใจสาขาการแสดง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 81 รองลงมาสนใจสาขาร้องเพลง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 รองลงมาสนใจสาขาเต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และสนใจสาขาดนตรีสากล ดนตรีไทย และรำไทย เท่ากันทั้ง 3 สาขา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 เท่ากัน

ตารางที่ 31 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง

8. ต้องการส่งลูกเข้าเรียน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ส่งเรียน	1	1
ส่งเรียน	99	99

จากตารางที่ 31: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ต้องการส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง 99 คน คิดเป็นร้อยละ 99 และมีเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ไม่ต้องการส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง

ตารางที่ 32 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามโปรแกรมที่กลุ่มตัวอย่างจะให้บุตรหลานเรียน

8.(ย่อย)โปรแกรมที่ต้องการจะให้เรียน	จำนวน	ร้อยละ
พื้นฐานการแสดง 1	85	85.85
พื้นฐานการแสดง 2	23	23.23
การแสดงขั้นสูง	10	10.10
การแสดงศิลปะตะวันตก	3	3.03
อื่นๆ	1	1.01

จากตารางที่ 32: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 99 ตัวอย่าง ที่ต้องการส่งบุตรหลานเข้าเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง ส่วนมากต้องการให้บุตรหลานเรียนพื้นฐานการแสดง 1 จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85.85 รองลงมาต้องการให้บุตรหลานเรียนพื้นฐานการแสดง 2 จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.23 รองลงมาต้องการให้บุตรหลานเรียนการแสดงขั้นสูง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 รองลงมาต้องการให้บุตรหลานเรียนการแสดงศิลปะตะวันตก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.03 และต้องการให้บุตรหลานเรียนโปรแกรมอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.01

ตารางที่ 33 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่าง ตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง

9. เหตุผลที่ส่งให้เรียน	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการให้บุตรหลานใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	30	30
ลูกสนใจเรียนเอง	53	53
ต้องการให้เป็นนักแสดงในอนาคต	10	10
เพิ่มพูนทักษะด้านการแสดงของลูก	6	6
อื่นๆ	1	1

จากตารางที่ 33: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะบุตรหลานสนใจเรียนเอง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะต้องการให้บุตรหลานใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะต้องการให้บุตรหลานของตนเป็นนักแสดงในอนาคต จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมาตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะต้องการเพิ่มพูนทักษะด้านการแสดงให้บุตรหลานของตน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และตัดสินใจส่งบุตรหลานเรียนการแสดงในสถาบันสอนการแสดง เพราะสาเหตุอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 34 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตัดสินใจเลือกสถาบันสอนการแสดง ให้กับบุตรหลาน

10. ปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางสะดวก	18	18
บรรยากาศดี	0	0
หลักสูตรเป็นที่ยอมรับ	23	23
คณาจารย์ที่มีชื่อเสียง	20	20
ราคาเหมาะสม	6	6
หลักสูตรที่สามารถประกอบอาชีพได้จริง	33	33

จากตารางที่ 34: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากตัดสินใจเลือกเพราะหลักสูตรที่เรียนสามารถนำไปประกอบอาชีพได้จริง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาตัดสินใจเลือก เพราะหลักสูตรเป็นที่ยอมรับ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาตัดสินใจเลือก เพราะชื่อเสียงของคณาจารย์ในสถาบัน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาตัดสินใจเลือก เพราะความสะดวกสบายในการเดินทาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และตัดสินใจเลือก เพราะราคาที่เหมาะสม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 35 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนกตามสถานที่ตั้งของสถาบันในกลุ่มตัวอย่าง
ต้องการ

11. ควรจัดตั้งสถานบันการสอนที่	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้รถไฟฟ้า BTS	46	46
ใกล้สถาบันสอนพิเศษ	2	2
ห้างสรรพสินค้า	50	50
อื่นๆ	2	2

จากตารางที่ 35: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากคิดว่าสถาบันสอนการ
แสดงควรตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคิดว่าสถาบันควร
ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และคิดว่าสถาบันควรตั้งอยู่ใกล้
สถาบันสอนพิเศษ หรือควรตั้งอยู่ที่อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 เท่ากัน

ตารางที่ 36: แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่าง

12. สิ่งที่คาดหวังไว้	จำนวน	ร้อยละ
มีงานด้านการแสดง และได้เป็นดารา	50	50
พัฒนาบุคลิกภาพ	45	45
เทียบวุฒิในระดับมหาวิทยาลัยได้	4	4
อื่นๆ	1	1

จากตารางที่ 36: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากหวังว่าเมื่อจบตรหลาน
เรียนในสถาบันฯจัดจะมีงานด้านการแสดง และได้เป็นดารา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50
รองลงมาคาดหวังว่าจบตรหลานจะมีการพัฒนาในเรื่องของบุคลิกภาพ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ
45 รองลงมาหวังว่าจบตรหลานจ่านำวิชาที่เรียนในสถาบันจะนำไปใช้เทียบวุฒิในระดับมหาวิทยาลัย
ได้ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และมีเพียง 1 คน มีความคาดหวังอย่างอื่น คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 37 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรม ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้
บุตรหลานเข้าร่วมกับสถาบัน

13. อยากรให้บุตรหลานร่วมกิจกรรมพิเศษ อะไรกับสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
ออกดิชั่น	34	34
การประกวดแข่งขัน	13	13
ทดสอบวัดผลการแสดง	10	10
แสดงผลงานต่อสาธารณะ	43	43
อื่นๆ	0	0

จากตารางที่ 37 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากต้องการให้บุตรหลาน
ร่วมแสดงผลงานต่อสาธารณชน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาเสียต้องการให้บุตร
หลานเข้าร่วมกิจกรรมออกดิชั่น จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาต้องการให้บุตรหลานเข้า
ร่วมการประกวดแข่งขัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และต้องการให้บุตรหลานทดสอบวัดผล
การแสดง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 38 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสนใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ถ้าสถาบัน
สามารถจัดหางานด้านการแสดงให้กับบุตรหลานของกลุ่มตัวอย่างได้

14. สถาบันสามารถจัดหางานด้านการแสดงให้	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	100	100
ไม่สนใจ	0	0

จากตารางที่ 38 : พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100 มีความสนใจ
ถ้าหากสถาบันสอนการแสดงสามารถหางานด้านการแสดงรองรับให้กับบุตรหลานของกลุ่ม
ตัวอย่างได้

ตารางที่ 39 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามประเภทการแสดง ที่กลุ่มตัวอย่าง สนใจอยากให้นักเรียน

15. วิชาศิลปะการแสดงที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การแสดงสากลแบบร่วมสมัย	94	94
การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย	6	6

จากตารางที่ 39 : พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากสนใจที่จะให้นักเรียน ได้เรียน การแสดงสากลแบบร่วมสมัย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 94 และสนใจที่จะให้นักเรียน ได้เรียน การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 40 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามหลักสูตรที่กลุ่มตัวอย่าง สนใจที่จะให้ นักเรียนเรียนมากที่สุด

16. หลักสูตรที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ	35	35
การแสดงสำหรับภาพยนตร์	19	19
การแสดงสำหรับละครโทรทัศน์	29	29
การแสดงสำหรับละครเวที/ละครเพลง	8	8
การแสดงบนเวทีสำหรับนักร้อง	4	4
การแสดงสำหรับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย	3	3
การแสดงสำหรับการนำเสนองาน	1	1
การแสดงสำหรับการถ่ายแบบแฟชั่น	1	1

จากตารางที่ 40: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากสนใจการแสดงเพื่อ พัฒนาบุคลิกภาพ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาสนใจการแสดงสำหรับละครโทรทัศน์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาสนใจการแสดงสำหรับภาพยนตร์ จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 19 รองลงมาสนใจการแสดงสำหรับละครเวที/ละครเพลง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8

รองลงมาสนใจการแสดงบนเวทีสำหรับนักร้อง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 รองลงมาสนใจการแสดงสำหรับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และสนใจการแสดงสำหรับการนำเสนองาน และการแสดงสำหรับการถ่ายแบบแฟชั่น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 เท่ากัน

ตารางที่ 41 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอัตราค่าเรียน (12 ครั้ง 24 ชั่วโมง) ที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสม

17. อัตราค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,500	1	1
2,501 – 3,000	3	3
3,001 – 3,500	4	4
3,501 – 4,000	9	9
4,001 - 4,500	0	0
4,501 – 5,000	26	26
5,001 – 6,000	45	45
6,001 – 6,500	11	11
6,501 – 7,000	1	1

จากตารางที่ 41: พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง ส่วนมากคิดว่า ระหว่าง 5,001 – 6,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 4,501 – 5,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 6,001 – 6,500 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 3,501 – 4,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 3,001 – 3,500 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 รองลงมาคิดว่า ระหว่าง 2,501 – 3,000 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และคิดว่าราคาต่ำกว่า 2,500 และราคาระหว่าง 6,501 – 7,000 คือราคาที่เหมาะสม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 เท่ากัน

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล (Descriptive Analysis)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงเป็นการศึกษาและวิเคราะห์ถึงสภาพทางธุรกิจประเภทสถาบันสอนศิลปะการแสดง เพื่อความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจและลดความเสี่ยงในการทุนดำเนินธุรกิจผู้วิจัยได้ศึกษามาสรุปเป็นประเด็นดังนี้

4.3.1 ความเป็นไปได้ทางการตลาด

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันสอนศิลปะการแสดง พบว่าโดยรวมของสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบันยังขาดประสิทธิภาพในการพัฒนาหลักสูตรที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่สนใจอาชีพนักแสดงรวมถึงความสามารถของสถาบันในการเข้าถึงกลุ่มธุรกิจบันเทิงที่จำเป็นต้องใช้นักแสดงใหม่อยู่เสมอ อีกทั้งสถาบันที่เปิดสอนส่วนใหญ่ให้สนใจเปิดสอนหลักสูตรวิชาการแสดงด้านละคร โทรทัศน์เป็นหลักเพียงอย่างเดียว และไม่ได้ให้คำแนะนำหรือการเตรียมพร้อมสู่การเป็นนักแสดงมืออาชีพหรือเพิ่มพูนความรู้ที่มีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพด้านการแสดง อาทิ เทคนิคการแต่งหน้าสำหรับการแสดง ภาษาต่างประเทศที่จำเป็นสำหรับนักแสดง กฎหมายสิทธินักแสดง สัญญาว่าจ้าง ซึ่งเป็นประโยชน์มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่จะก้าวไปเป็นนักแสดงอาชีพในอนาคต

นอกจากนี้แล้วปัจจุบันเริ่มมีการจัดคอร์สเรียนการแสดงร่วมกับสถาบันสอนการแสดงในต่างประเทศเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ด้านการแสดงแล้วยังช่วยสร้างวิธีการเรียนการสอนให้มีความแตกต่างจากสถาบันอื่นๆอีกด้วย และจากการรวบรวมข้อมูลวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในการแสดงที่หลากหลายทั้ง การแสดง การร้องเพลง การเต้นรำ ละครเพลง ละครเวที กานเดินแบบถ่ายแบบแฟชั่น และพัฒนาบุคลิกภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่ต้องทำการพัฒนาหลักสูตรให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำความสามารถทางด้านการแสดงไปใช้ประกอบอาชีพได้จริง

ดังนั้น จะค้นพบช่องว่างทางการตลาด คือ การพัฒนาและออกแบบหลักสูตรเรียนให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก (Customer Centric) ซึ่งในปัจจุบันยังไม่สถาบันใดที่สามารถออกแบบการเรียนการแสดงให้เป็นแบบเฉพาะบุคคลได้ โดยการวิเคราะห์จากวัตถุประสงค์ของผู้เรียนประกอบกับการทดสอบความสามารถทางด้านการแสดงของผู้เรียนจึงทำการออกแบบหลักสูตรให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของแต่ละคน รวมถึงสร้างเครือข่ายการเรียนการแสดงร่วมกับสถาบันสอนการแสดงในต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความชำนาญด้านการแสดงที่

แตกต่างกันในแต่ละประเทศ เป็นการยกระดับความรู้และพัฒนาความสามารถในการแสดงของคนไทย รวมถึงเป็นโอกาสและประสบการณ์ที่ดีที่ได้แสดงความสามารถในระดับนานาชาติ สร้างงานให้นักเรียนหลังจบหลักสูตร เพื่อเป็นการสร้างรายได้และสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันเป็นการสร้างจุดแข็ง สร้างความแตกต่าง มีความสามารถในการแข่งขันกับผู้นำในตลาดได้ สามารถเข้าสู่ตลาดได้ สร้างรายได้และทำส่วนแบ่งทางการตลาดได้

4.3.2 ความเป็นไปได้ทางการเมือง (Political)

ในปัจจุบันภาครัฐบาลได้เริ่มนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่ชัดเจนในการด้านการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการนำแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) มาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่ประเทศไทย ซึ่งแนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถ และทักษะพิเศษของบุคคล เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) ปัจจุบันธุรกิจที่จัดอยู่ในข่าย อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ งาน โฆษณา สถาปัตยกรรม งานฝีมือ และการออกแบบ แฟชั่น และเครื่องนุ่งห่ม ภาพยนตร์ และวิดีโอ การออกแบบกราฟิก ซอฟต์แวร์ เพื่อการศึกษา และการพักผ่อนหย่อนใจ ดนตรี ผลงานเพลง ศิลปะการแสดง และงานบันเทิง การเผยแพร่โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ผลงานทัศนศิลป์ และของเก่า งานเขียน และงานพิมพ์ต่างๆ

กฎหมายสนับสนุนให้ผู้สนใจธุรกิจประเภทสถาบันการศึกษาสามารถยื่นเอกสารขอจัดตั้งโรงเรียนหรือสถาบันศึกษาเอกชนนอกระบบได้ง่ายขึ้นกว่าในอดีต ด้วยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมพัฒนาการศึกษาในทุกๆด้านให้เพิ่มขึ้น สำหรับสถาบันที่ขึ้นทะเบียนเป็นสถานศึกษาก็จะได้รับสิทธิในการงดเว้นภาษี ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มทำรายได้ให้สถาบันได้มากขึ้น ทำให้สถาบันเหล่านี้มีโอกาสที่จะอยู่รอดได้ อย่างมั่นคง

4.3.3 ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ (Economic)

ปัจจุบันจากเศรษฐกิจที่ตกต่ำทั่วโลกทำให้คนทั่วไปนั้นใช้จ่ายกันอย่างประหยัดและลดปริมาณค่าใช้จ่ายลงให้เหมาะสมกับรายได้ แต่จากสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันทำให้ทราบว่าสำหรับธุรกิจเป็นโรงเรียนหรือสถาบันศึกษามีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการก็ได้เล็งเห็นโอกาสในการสร้างพัฒนาบุคลากรให้เป็นบุคคลกรที่มีคุณภาพ มีชื่อสร้างชื่อเสียง เพื่อให้ก้าวไปสู่อาชีพได้

อย่างมั่นคง สร้างโอกาสที่ดีให้กับบุตรหลานของตนเองในอนาคต ถึงแม้ว่าการศึกษากับสถาบันเอกชนนอกระบบนั้นจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงแต่ผู้ปกครองก็เห็นว่าคุ้มค่า จากข้อมูลจากแบบสอบถามว่าผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่เป็นผู้ปกครองซึ่งมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่ อีกทั้งผู้ปกครองจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านการศึกษาถือเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งของครอบครัวผู้ปกครองส่งผลให้การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ซึ่งผู้ปกครองจะมีการเปรียบเทียบความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายมากขึ้นดังนั้นสถาบันจึงเตรียมหลักสูตรการเรียนการสอนที่พอเหมาะสมที่ผู้ปกครองสามารถที่จะจ่ายได้ โดยมีปัจจัยหลายอย่างประกอบกันในการตัดสินใจ อาทิเช่น การนำความรู้ไปประกอบอาชีพได้จริง หลักสูตรเป็นที่ยอมรับ ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน จากแบบสอบถามผู้ปกครองส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ประมาณ 50,000 บาทต่อเดือน เป็นผู้ที่รายได้ในระดับที่สูง และมีความสามารถในการจ่ายค่าเล่าเรียนได้ที่ประมาณ 6,000 บาท ต่อการเรียน 24 ชั่วโมง ซึ่งผู้วิจัยจะข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในกำหนดกลยุทธ์ราคาของสถาบัน และ วางแผนการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้เรียน และ ผู้ปกครอง

4.3.4 ความเป็นไปได้ทางด้านสังคม (Social)

จากข้อมูลสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร ทำให้ได้ทราบว่า การเรียนศิลปะการแสดงเป็นที่สนใจของเยาวชนมากขึ้น เยาวชนมีความกล้าแสดงออกมากขึ้นกว่าในอดีต เพราะกลุ่มเป้าหมายได้รับกระแสของวัฒนธรรมจากต่างประเทศ ทั้งเอเชีย และอเมริกา เป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจในการเข้าร่วมการบันเทิงจะเห็นได้จากจำนวนผู้สมัครเข้าแข่งขันประกวดความสามารถในเวทีคัดเลือกศิลปินดารา นักแสดงหน้าใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย รวมถึงเวทีออกฉันทัดเลือกศิลปินของประเทศเกาหลีจะได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากมีคนไทยที่สามารถพัฒนาตนเองก้าวสู่การเป็นศิลปินเกาหลี เป็นแบบอย่าง(Role Model) ให้แก่เยาวชนที่มีความมุ่งมั่นพัฒนาตนเองจนก้าวไปสู่ความเป้าหมาย ความฝันของตนเองได้

จากข้อมูลจากแบบสอบถามผู้เรียนส่วนใหญ่ที่ความสนใจเรียนการแสดงนั้นมีความคาดหวังว่าการเรียนนั้นจะเป็นผู้นำพวกเขาไปสู่ความฝันที่จะเป็นดารา นักแสดงเป็นอันหนึ่งและต้องการเวทีในการแสดงความสามารถต่อสาธารณะชนเป็นอันดับรองลงมาเพราะเป็น โอกาสที่ดีในการได้แสดงความสามารถให้คนที่อยู่ในวงการบันเทิงได้เห็นความสามารถ และเป็นการส่งเสริมประสบการณ์ให้กับผู้เรียนได้โดยตรง จากปัจจัยดังกล่าวเห็นได้ว่าสภาวะทางสังคมน่าส่งผลดีต่อสถาบันฯ น่าจะการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี

4.3.5 ความเป็นไปได้ทางด้านเทคโนโลยี (Technology)

จากข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีมีผลต่อการรับรู้ของผู้ปกครองและ นักเรียน ได้รับข่าวสารของสถาบันสอนการแสดงผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้น การพัฒนาเว็บไซต์น่าจะเป็นเรื่องสำคัญที่สถาบันสอนการแสดงในปัจจุบันนั้นขาดการดูแล รวมถึงสร้างชุมชนนักแสดงบนในโลกอินเทอร์เน็ตนั้นยังมีน้อย(Community) เช่นการสร้างเว็บไซต์แบบ Social Networking ของกลุ่มที่เป็นผู้ที่สนใจงานด้านการแสดงให้เป็นจุดแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสารด้านการแสดงทั้งของไทยและต่างประเทศซึ่งยังไม่มีสถาบันใดทำมาก่อน ซึ่งเป็นการทำให้สถาบันมีความทันสมัย เข้ากับรู้แบบการรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย

จากสัมภาษณ์ผู้บริหาร ได้ทราบว่าการจะเข้าสู่การเป็นนักแสดงอาชีพนั้นคงจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญอันดับที่หนึ่ง คือ รูปร่าง หน้าตา อันดับรองลงมาคือ ความสามารถทางการแสดง บุคลิกภาพ ที่สามารถฝึกฝนพัฒนาฝีมือได้ แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยให้ผู้ที่มีความสามารถ แต่หน้าตาไม่ดี มีโอกาสเป็นนักแสดงได้เช่นกัน ด้วยเทคโนโลยีการแพทย์ด้านการศัลยกรรมมีความก้าวหน้าอย่างมาก สามารถแก้ไขจุดบกพร่องได้ตั้งแต่หัวจรดปลายเท้า และเทคนิคที่ช่วยเสริมบุคลิกและใบหน้าให้สวยงาม แก้ไขปัญหาองค์ประกอบของร่างกายมนุษย์ได้อย่างเป็นธรรมชาติ หรือ เทคนิคการแต่งหน้าสำหรับนักแสดงเพื่อเสริมบุคลิกภาพช่วยสร้างความมั่นใจ พร้อมสู้ก้าวแห่งความสำเร็จในหน้าที่การงานของตนเอง ผู้วิจัยจะนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาและเตรียมความพร้อมให้นักเรียนสามารถประสบความสำเร็จและได้ก้าวสู่อาชีพนักแสดงได้จริง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อใช้ในการช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียนทั้งการตรวจสอบตารางเรียนหรือพูดคุยปรึกษากับอาจารย์ผู้สอนได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นจุดอ่อนของสถาบันสอนการแสดงในปัจจุบัน

4.3.6 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง มีแนวคิดในการสอนการแสดงที่ต้องการให้ผู้เรียนนั้นสามารถนำไปใช้งานได้จริง ต้องการที่จะพัฒนานักแสดงของไทยให้เป็นนักแสดงมืออาชีพในระดับนานาชาติ และมีระบบการส่งเสริมอาชีพให้นักเรียนที่จบหลักสูตรอย่างเป็นทางการ เพื่อก้าวเข้าสู่อาชีพนักแสดงตามที่ได้คาดหวังไว้

ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์คู่แข่งทางตรง อาทิ กันตนา ธรรมมา สกล บ้านการแสดง สปีดวัน และ เฌนเอ็ก อคาเดมี่ ตามปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

ตารางที่ 42 : ตารางวิเคราะห์คู่แข่งชั้น

Key Complete		Your Strengths		You and Your competitions Strengths						You Business	
Factor	Weights			Competitor							
		Katana drama		Gen-x Academy		Speed one acting house					
อาจารย์ผู้สอน	0.1	6	0.6	8	0.8	8	0.8	7	0.7	8	0.8
หลักสูตรหลากหลาย	0.3	6	1.8	7	2.1	7	2.1	6	1.8	9	2.7
ชื่อเสียงสถาบัน	0.1	2	0.2	7	0.7	7	0.7	7	0.7	5	0.5
สถานที่ตั้ง	0.1	7	0.7	8	0.8	7	0.7	7	0.7	9	0.9
ราคา	0.05	7	0.35	7	0.35	7	0.35	7	0.35	7	0.35
จัดหางานผู้เรียน	0.2	7	1.4	6	1.2	7	1.4	8	1.6	9	1.8
หลักสูตรเชื่อมโยงกับต่างประเทศ	0.15	8	1.2	8	1.2	9	1.35	6	0.9	9	1.35
			6.25		7.15		7.40		6.75		8.40
Total Strategic	100 %	22.68 %		25.95%		26.86 %		24.50 %		N/A	
Current Market Share	100%	N/A		26.25%		11.00 %		62.75%		N/A	

4.3.7 สรุปการประเมินโครงการ และ ความเสี่ยง

โครงการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง สามารถสรุปโอกาสและความเสี่ยงได้ผลดังต่อไปนี้

โครงการมีจุดเด่นที่สามารถเข้าสู่ตลาดและทำส่วนแบ่งการตลาดของได้ อีกทั้งยังมีคุณสมบัติของธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งได้มองเห็นช่องว่างทางของตลาดและสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจโดยการสร้างความแตกต่างซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการดำเนินธุรกิจ โดยสรุปเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

ประเด็นด้านศักยภาพในการพัฒนาหลักสูตรเรียนการแสดงที่มีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สนใจการแสดงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้กับงานทางด้านการแสดงได้จริง เป็นการเรียนเพื่อการเตรียมพร้อมเพื่อก้าวไปสู่อาชีพนักแสดงมืออาชีพ รวมไปถึงงานด้านการพัฒนานักแสดง ศิลปิน รวมถึงดูแลทั้งในด้านภาพลักษณ์ภายนอก เพื่อพัฒนาความสามารถทางการแสดงให้มีความหลากหลาย ควบคู่กัน ที่เป็นจุดเด่นที่สร้างความแตกต่างที่ชัดเจนจากสถาบันสอนการแสดงคู่แข่งได้

ประเด็นด้านการตลาดการศึกษาของข้อมูลการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายทั้งเยาวชน และผู้ปกครองนั้นให้ความสนใจในการเรียนการสอนการแสดงมากขึ้น เยาวชนจำนวนร้อยละ 49 มีความสนใจศึกษาวิชาการแสดงด้วยตนเอง และมีผู้ปกครองร้อยละ 99 ให้ตอบว่ามีความสนใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียนสอนการแสดงต่างๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน อีกทั้งให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแสดงมากขึ้นเพราะมีความรู้และความเข้าใจว่า ความรู้ด้านการแสดงนั้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับชีวิตประจำวันและสามารถพัฒนาเป็นอาชีพของของบุตรหลานได้ในอนาคตในธุรกิจในการศึกษาด้านศิลปะการแสดงมีการขยายตัวสูงขึ้น เนื่องจากเยาวชนมีความกล้าแสดงออก ประกอบการสนับสนุนของรัฐบาลด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งครอบคลุมงานด้านศิลปะการแสดง(Performing Art) ซึ่งสถาบันเข้าข่ายที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่จะส่งเสริมให้บุคคลกรเหล่านั้น การนำองค์ความรู้ด้านการศิลปะการแสดงนั้นไปต่อยอดอย่างสร้างสรรค์สร้างนวัตกรรมด้านศิลปะการแสดง ทั้งยังสนับสนุนบุคคลกรพัฒนาการแสดงให้มีศักยภาพมากพอที่จะนำไปใช้ในการแข่งขันประกวดบนเวทีแสดงความสามารถที่เกิดขึ้นจำนวนมากในปัจจุบันซึ่งถือเป็น โอกาสสำหรับเด็กและเยาวชนที่มีความฝันที่อยากที่จะเป็นศิลปิน ดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียงต่อไป ซึ่งผู้ที่สนใจเข้าประกวดในเวทีต่างๆล้วนมองหาสถาบันสอนศิลปะการแสดงที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาทักษะทางด้านการแสดงให้เหมาะสมกับเวทีการประกวด ปัจจัยที่ส่งเสริมธุรกิจนั้นสามารถอยู่รอดได้นั้น

คือประเด็นการเจริญเติบโตของฐานลูกค้าที่มีความต่อเนื่อง สามารถสร้างได้รายได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงความสามารถการรักษาฐานลูกค้าไว้ให้ได้

การดำเนินธุรกิจ จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในปัจจุบัน ประกอบข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายได้ทำแบบสอบถามผู้วิจัยได้เห็น โอกาสและแนวทางในการเปิด การสอนหลักสูตรพิเศษให้กับผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการที่จะเป็นนักแสดง ดารา เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเยาวชนที่ต้องการจะเป็นนักแสดงอาชีพหลังจากศึกษาจบ หลักสูตรแล้ว ถึงร้อยละ 50 ซึ่งหลักสูตรสำหรับผู้ที่ต้องการเป็นนักแสดงจริงหลังเรียนจบนั้นจะมี ระยะเวลาในการเรียนที่ยาวกว่าหลักสูตร จะถูกระบุเป็นหลักสูตรระยะที่ต้องเรียนอย่างน้อย 72 ชั่วโมงขึ้นไป ระยะเวลาเรียนของแต่ละบุคคลนั้นไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับพัฒนาการทางด้านการแสดง ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง จึงต้องการพันธมิตรทางธุรกิจมาช่วยสนับสนุนการจัดการ นักเรียนหลังจบหลักสูตรเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อาทิ บริษัทไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น บริษัทจีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด บริษัท เดอะฟิล์ม แฟกตอรี จำกัด บริษัท บาแรมยู จำกัด คุณศุภชัย ศรีวิจิตร (ผู้จัดการนักแสดง) ที่จะเข้ามาสนับสนุนทั้งด้านบุคคลกรในการสอน และการจัดงานให้นักเรียนของศูนย์ฯ เป็นการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ทางศูนย์ฯ ได้โอกาสได้ผลิตนักแสดงหน้าใหม่ให้กับหน่วยงานที่ต้องการใช้นักแสดงหน้าใหม่ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการไปร่วมงานด้วย รวมถึงนักเรียนก็ได้มีโอกาสได้ทำงานด้านการแสดงจริงกับบุคคลกรมืออาชีพ ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมานั้นเป็นโอกาสที่สำคัญจำเป็นในการดำเนินธุรกิจสถาบันสอนการแสดงให้ประสบความสำเร็จ

ความเสี่ยงของโครงการ คือ การจัดหาอาจารย์ผู้สอน และการพัฒนาหลักสูตรการแสดงที่สร้างความเชื่อถือให้กับเยาวชนและผู้ปกครอง สถาบันจะต้องมีการเตรียมแผนสำรองในการเตรียมหาคุณอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถทัดเทียมกัน เพราะนักแสดงที่มีความสามารถส่วนใหญ่นั้นจะมีค่าจ้างในการสอนที่สูง ทำให้มีต้นทุนในการลงทุนสูง ส่งผลถึงอัตราค่าเล่าเรียนที่สูงขึ้น ซึ่งหากระดับราคาค่าเล่าเรียนนั้นสูงเกินความสามารถในการจ่ายของผู้ปกครองก็จะส่งผลให้มีผู้เรียนน้อย และทำให้โอกาสในการสร้างรายได้ลดลง ส่งผลต่อระยะเวลาในการคืนทุน ไม่สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาอันสั้น รวมไปถึงต้นทุนในการดำเนินธุรกิจในอนาคตมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น ค่าครองชีพที่สูงขึ้น มีผู้ที่ทำงานจำนวนมาก ความมั่นคงของเศรษฐกิจภายในกรอบครัวลดลง ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้จ่ายของครอบครัวที่ต้องมีความรอบคอบขึ้นด้วย

เงินทุนในธุรกิจนั้นต้องอิงงบประมาณในการลงทุนสูงเพื่อสร้างสถาบัน และสร้างภาพลักษณ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากช่วงแรกนั้นสถาบันยังไม่เป็นที่

รู้จักต้องใช้เวลาในการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในช่วงแรก แต่ถ้าไม่สร้างรายได้ตามที่คาดหมายไว้ก็จะทำให้เกิดภาระหนี้สินจำนวนมากตามมาได้จริงจำเป็นอย่างยิ่งในการวางแผนในการสื่อสารการตลาดให้ถูกกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างกิจกรรมในการเปิดตัวสถาบันให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว ในเวลาอันสั้นเพื่อลดความเสี่ยงลง

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันสอนการแสดงทั้ง 3 ท่านได้วิเคราะห์ถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค จนได้เป็นแนวคิดในการจัดการของจากทั้ง 3 สถาบันจะนำมาประกอบกับผลวิจัยจากแบบสอบถามทั้งด้านทัศนคติ และความสนใจด้านการแสดง ผู้วิจัยจะนำข้อมูลนั้นมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการ ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงของตนเองให้มีความสามารถที่จะอยู่รอด ด้วยการพัฒนาหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและมีความสามารถในการจัดหางานแสดงให้กับผู้เรียนได้หลังเรียนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพนักแสดงไทยให้มีคุณภาพ และเชื่อมโยงธุรกิจการแสดงของไทยกับต่างประเทศเพื่อสร้างความแตกต่าง และสร้างได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

บทที่ 5

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

ผู้ศึกษาได้จัดทำแผนการจัดตั้ง“ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง” ได้กำหนดรูปแบบธุรกิจและการบริหารจัดการ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ลักษณะของธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร แนวทางการจัดการองค์กร แผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยจะแบ่งเป็นประเด็นต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

5.1 นโยบายและการดำเนินการบริหารจัดการ

5.1.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นศูนย์รวมของการสอนศิลปะการแสดงร่วมสมัยภายใต้ชื่อ Idol Academy Star Coaching ที่มีการสร้างนักแสดงรุ่นใหม่เพื่อเชื่อมโยงไปยังภาคธุรกิจบันเทิงของประเทศไทย เป็นผู้นำในด้านธุรกิจการสอนการแสดงและพัฒนาศิลปะการแสดงของประเทศไทยและต่างประเทศ

5.1.2 พันธกิจ (Mission)

1. เป็นศูนย์พัฒนาศิลปะการแสดงเปิดสอนศิลปะการแสดงให้แก่เด็กและเยาวชนที่ต้องการมีความรู้-ทักษะด้านการแสดงเพื่อพัฒนาตนเองไปสู่การเป็นนักแสดงมืออาชีพภายในระยะเวลา 3 ปี
2. เป็นศูนย์ที่จะเชื่อมโยงผู้ที่จบหลักสูตรการแสดงในแขนงต่างๆ ไปยังกลุ่มธุรกิจบันเทิงที่ต้องการนักแสดงหน้าใหม่ในการเข้าไปทำงานจริงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย
3. เป็นศูนย์รวมความรู้ด้านศิลปะการแสดงร่วมสมัย ให้ความรู้เกี่ยวกับการแสดงในแขนงต่างๆ แนะนำการศึกษาทางด้านศิลปะการแสดงให้แก่ผู้ที่สนใจ

5.1.3 เป้าหมาย (Goal)

1. เป็นผู้นำด้านการสอนฝึกทักษะการแสดงทุกระดับและพัฒนานักแสดงรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ที่ทำงานด้านการแสดง และเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศไทยและประเทศในแถบเอเชีย อาทิ เกาหลีใต้ ฮองกง

2.เป็นศูนย์ในการให้ความรู้ด้านการแสดงศิลปะการแสดงที่มีความหลากหลายเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้สังคมนั้น เกิดความรู้ ความเข้าใจในศิลปะการแสดงมากขึ้นในการยกระดับความรู้เกี่ยวกับการแสดงให้กับคนไทย

5.2 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

5.2.1 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

“ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง” Idol Academy Star Coaching ไอดอล อะคาเดมี่ สตาร์ โกล์ดซิ่ง” สานฝันสู่เส้นทางดาวดวง เป็นสถาบันสอนศิลปะการแสดงและพัฒนาศิลปินนักแสดง โดยการนำเอาความรู้ทางการแสดงทุกระดับมาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพในวงการบันเทิงในหลายสาขาวิชาชีพ อาทิ นักแสดง นักร้อง พิธีกร รวมถึงการนำทักษะการแสดงไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและในชีวิตประจำวันหลักสูตรการเรียนการสอนมีความหลากหลาย มีทั้งที่เป็นหลักสูตรที่เฉพาะเจาะจงในการฝึกนักแสดงมืออาชีพ ในลักษณะเป็นสถาบันการศึกษานอกระบบแบบโรงเรียนเอกชนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ และมีหลักสูตรการแสดงเพื่อพัฒนาบุคคลที่มีความสนใจ ได้ใช้ความรู้ในการพัฒนาบุคลิกภาพและ/หรือต้องการเรียนเพื่อนำไปศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง” บ่มเพาะนักแสดงรุ่นใหม่จะเชื่อมต่อไปยังภาคธุรกิจบันเทิงที่ต้องการนักแสดงทั้งในและต่างประเทศโดยได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชน และบุคคลในวงการบันเทิง เป็นพันธมิตรในการสร้างงานแสดงให้กับผู้ที่จบการศึกษาได้มีโอกาสได้ทำงานจริง ได้แก่ ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ ผู้จัดละครโทรทัศน์ ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา และ ผู้จัดหานักแสดงหน้าใหม่ที่มีชื่อเสียง ทั้ง 5 องค์กรดังนี้

บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด โดยคุณอภิรดี เอี่ยมพิงพร" กรรมการบริหาร
บริษัทจีเอ็มเอ็ม ไท หับจำกัด โดยคุณวิสูตร พูลวรลักษณ์ ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท เดอะฟิล์ม แพลตอว์ จำกัด โดยณพงศ์ไพบุลย์ สิทธิคุณ กรรมการผู้จัดการ
บริษัท บาแรมยู จำกัด โดยคุณปรัชญา ปิ่นแก้ว ผู้กำกับภาพยนตร์ และผู้บริหาร
ค่ายบาแรมยู

คุณสุภชัย ศรีวิจิตร (เอ) ผู้จัดการซูเปอร์สตาร์ดั่งวงการบันเทิงไทย

5.2.2 รายละเอียดการบริการ

ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง Idol Academy Star Coaching เป็นสถาบันสอนและพัฒนาศิลปินให้มีความรู้และทักษะด้านการแสดงแห่งแรกที่มีหลักสูตรตอบสนองความต้องการของผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม ให้บริการด้านการสอน-ฝึกฝนทักษะการแสดง รวมถึงการประสานจัดการงานแสดงและดูแลภาพลักษณ์ศิลปิน ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนในสาขาวิชาชีพในวงกว้างได้ตามต้องการ รวมถึงใช้การแสดงของแต่ละบุคคล ตามศักยภาพของผู้เรียนเพื่อก้าวสู่การเป็นนักแสดงมืออาชีพ แบ่งหลักสูตรการแสดงเป็นแบบหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรระยะยาว ดังนี้

กลุ่มวิชาหลักสูตรระยะสั้น

หลักสูตรการแสดงสำหรับบุคคลทั่วไป

สำหรับผู้ที่เริ่มมีความสนใจศิลปะการแสดง และมีความต้องการที่จะเพิ่มพูนความรู้ความสามารถทางการแสดง หรือนำเอาศาสตร์ทางด้านศิลปะการแสดงไปประยุกต์ใช้งานกับชีวิตประจำวัน

กลุ่มวิชา หลักสูตรพื้นฐานซึ่งเหมาะกับผู้ที่สนใจเรียนการแสดงแต่ยังไม่มีพื้นฐานการแสดงมาก่อนในการศึกษากลุ่มวิชานี้มีวัตถุประสงค์หลักในการปรับพื้นฐานความรู้ด้านการแสดงให้กับผู้เรียนเป็นหลักเพื่อประยุกต์ใช้งานกับสายอาชีพของตนใช้เวลาเรียน 12 - 24 ชั่วโมงระยะเวลา 2 เดือน มีหลักสูตรดังนี้

1. หลักสูตรการแสดงพื้นฐาน 1
2. หลักสูตรการแสดงพื้นฐาน 2
3. การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ
4. การแสดงเพื่อการนำเสนองานต่อหน้าที่สาธารณะ
5. หลักสูตรการพูดการเล่าเรื่อง การถ่ายทอด และสื่อความหมาย
6. วิชาการแต่งหน้าเพื่อการแสดง (สอน โดย Make-up Artist BSC Cosmetic)
7. วิชาการแต่งหน้าแบบดาราเกาหลี (สอน โดย Make-up Artist Etude House)

หลักสูตรการแสดงแบบเฉพาะเจาะจงสู่อำชีพ

กลุ่มวิชา หลักสูตรการแสดงเพื่อใช้ในการประกอบวิชาชีพ สำหรับผู้ที่ต้องการประกอบอาชีพทางการแสดง (อายุ 12 – 18 ปี) โดยมีสาขาวิชาชีพหลากหลายตรงกับอาชีพในวงการ

บัณฑิตที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันเพื่อให้ผู้เรียนได้นำความรู้ไปประกอบอาชีพจริง ใช้เวลาเรียน 36 ชั่วโมงระยะเวลา 2 เดือน โดยมีหลักสูตรดังนี้

- 1.หลักสูตรการแสดงสำหรับละครโทรทัศน์
- 2.หลักสูตรการแสดงสำหรับภาพยนตร์
- 3.หลักสูตรการแสดงบนเวทีสำหรับนักร้อง
- 4.หลักสูตรการแสดงสำหรับละครเวที และ/หรือละครเพลง
- 5.หลักสูตรการแสดงสำหรับการเดินแบบและ/หรือการถ่ายแบบแฟชั่น

นอกจากนี้แล้วได้พัฒนาหลักสูตรพิเศษเพิ่มพูนความรู้ด้านการแสดงของผู้เรียนเพื่อนำความรู้ไปใช้งานได้จริงตามวัตถุประสงค์ของตนเองใช้เวลาเรียน 12-24 ชั่วโมงระยะเวลา 1 เดือน มีหลักสูตรดังนี้

1. ฝึกอบรมการแสดงสำหรับผู้บริหาร การฝึกอบรมเฉพาะกลุ่ม ผู้ที่ต้องการพัฒนาบุคลิกภาพ และการพูด การนำเสนอผลงานต่อสาธารณชน หลักสูตรตัวเข้มให้สามารถนำเสนอผลงาน แนวคิดของตนเองต่อสาธารณชนได้อย่างคล่องแคล่ว มั่นใจ และน่าเชื่อถือ
2. หลักสูตรการแสดงเฉพาะบุคคล หรือ กลุ่มย่อยส่วนบุคคล สำหรับ นักแสดง ดารา หรือผู้ที่สนใจเรียนการแสดงเพื่อนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ส่วนบุคคลและต้องการความเป็นส่วนตัวในการเรียน สามารถจัดกลุ่มเรียนได้เอง

หลักสูตรฝึกอบรมการแสดงร่วมกับสถานศึกษา

อบรมการแสดงร่วมกับสถาบันการศึกษาระดับประถม และ มัธยมศึกษาเป็นหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยให้ความรู้พื้นฐานการแสดงและ ฝึกการแสดงละครเพื่อการพัฒนาบุคลิกภาพ รวมถึงการเตรียมพร้อมเพื่อการศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาด้านการแสดงต่อในระดับมหาวิทยาลัย ใช้เวลาเรียน 36 ชั่วโมงระยะเวลา 2 เดือน มีหลักสูตรดังนี้

1. ฝึกอบรมการละครสำหรับเด็กเล็กเพื่อพัฒนาความเชื่อมั่นและความเข้าใจในตนเอง เรียนรู้ที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่นผ่านการสร้างสรรค์ศิลปะการละคร
2. ฝึกอบรมการสร้างสรรค์ละครเวทีสำหรับเด็กนักเรียน ระดับ มัธยมศึกษาต้น – มัธยมศึกษาปลาย
3. ฝึกอบรมพื้นฐานการแสดงภาคฤดูร้อน
4. หลักสูตรการแสดงสำหรับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย

กลุ่มวิชาหลักสูตรระยะยาว

สำหรับผู้ที่สนใจเรียนการแสดงและสมัครเป็นนักแสดงการแสดงในสังกัด Idol Academy Star Coaching โดยจะต้องมีคุณสมบัติและความตั้งใจที่จะทำงานด้านการแสดงอย่างจริงจัง เป็นการสอนการแสดงอย่างเข้มข้นและครอบคลุมความรู้ทั้งด้านการแสดงทั้งหมด ผู้เข้าเรียนจะต้องผ่านงานด้านการแสดงบางมาแล้วหรือต้องผ่านการทดสอบความสามารถด้านการแสดง และมีบุคลิกภาพที่น่าใจ ซึ่งเป็นหลักสูตรเพื่อคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่ที่มีคุณภาพเข้าสู่วงการบันเทิงใช้เวลาเรียน 72 ชั่วโมงขึ้นไประยะเวลา 6-12 เดือนมีหลักสูตรดังนี้

กลุ่มวิชา หลักสูตรเพื่อคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่ไปทำงานในวงการบันเทิง

1. การแสดงสำหรับการคัดเลือกตัวแสดงภาพยนตร์/ละคร
2. การแสดงสำหรับเตรียมตัวประกวดการแสดงระดับประเทศ หรือนานาชาติ
3. หลักสูตรการพัฒนาศิลปิน และการเตรียมพร้อมเพื่อเป็นศิลปินมืออาชีพ

เงื่อนไขและคุณสมบัติของผู้เรียน

1. ผู้เรียนจะต้องสมัครสอบด้วยตนเอง ทำการสอบทดสอบระดับความสามารถทางการแสดง
2. ผู้เรียนจะต้องมีคุณสมบัติครบตามที่สถาบันกำหนดไว้ทั้งทางด้านบุคลิกภาพ หน้าตา ความสามารถทางการแสดงซึ่งจะมีคณะกรรมการของทางสถาบันเป็นผู้ให้คะแนนวัดผลในแต่ละด้านผู้ที่ผ่านการคัดเลือกนั้นจะต้องได้คะแนนรวมอยู่ระหว่าง 70-100 คะแนน จากคะแนนเต็ม 100 คะแนนเท่านั้น
3. ผู้เรียนจะได้เรียนวิชาพื้นฐานทางการแสดง

วิชาความรู้เกี่ยวกับการเป็นนักแสดงมืออาชีพ (วิชาบังคับ)

1. วิชาการแสดงพื้นฐาน 1-2 (Basic Acting 1-2)
2. วิชาการแสดงขั้นสูง (Advances Acting)
3. วิชาความรู้เกี่ยวกับการเป็นนักแสดงอาชีพ ประกอบด้วยเนื้อหา เช่น ความรู้เรื่องกฎหมาย และสิทธินักแสดง การอ่านสัญญาจ้าง ลิขสิทธิ์ทางปัญญา
4. วิชาความรู้ภาษาต่างประเทศ (กรณีที่ต้องไปทำการประกวดหรือแข่งขันในต่างประเทศ) หลักสูตรดังกล่าวจะเปิดรับสมัครนักเรียนด้วยการคัดเลือกตัว (Audition) จำนวน 3 ครั้ง

ต่อไป ซึ่งในช่วงปีแรกนั้นจะรับนักเรียนรุ่นละ 10 คนและขยายจำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้นในปีต่อไป เพราะหลักสูตรนี้เป็นหลักสูตรสอนการแสดงที่มีความแตกต่างในตลาดของสถาบันที่สอนการแสดงที่มีอยู่ในปัจจุบันซึ่งจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างชื่อเสียงช่วงเริ่มต้นกิจการ สร้างตำแหน่งทางการตลาดชัดเจน(Positioning)ให้กับศูนย์พัฒนาศิลปะการว่าให้มีชื่อเสียงในการสร้างนักแสดงรุ่นใหม่เข้าสู่วงการบันเทิงได้จริง ซึ่งในการสร้างพัฒนาหลักสูตรผู้การเป็นนักแสดงมืออาชีพนั้นได้รับความร่วมมือจากพันธมิตร(Collaborator) หลายหน่วยงานที่ต้องการนักแสดงหน้าใหม่ใช้งานได้จริงต่อไปในภาคอุตสาหกรรมบันเทิง อาทิ การแสดงภาพยนตร์ (Film) ภาพยนตร์โฆษณา(Commercial spot) ละคร (Series Drama) เดินแบบถ่ายแบบ(Model) ละครเวที หรือการส่งไปนักเรียนที่จบหลักสูตรแล้วไปทดสอบบทคัดเลือกตัวแสดงในต่างประเทศ

นอกจากการให้บริการด้านการสอนการแสดงแล้ว ศูนย์ฝึกพัฒนาศิลปะการแสดงแห่งนี้ยังทำหน้าที่ในการให้ความรู้เกี่ยวกับการแสดงให้กับผู้สนใจ อีกด้วยโดยทางศูนย์ฯ ได้จัดโครงการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการแสดงระหว่างประเทศไทย และ ต่างประเทศ ซึ่งในแต่ละปีจะมีการเชิญวิทยากรพิเศษจากต่างประเทศหมุนเวียนกันมาให้ความรู้ด้านการแสดงทั้งในทั้งในรูปแบบที่เป็นสัมมนาวิชาการ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และ กิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการแสดงเพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนทั่วไปในสังคมนั้นได้มีความเข้าใจงานด้านศิลปะการแสดงมากขึ้นให้คนทั่วไปนั้นมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพนักแสดงซึ่งเป็นอาชีพของผู้ที่มีความสามารถและต้องใช้ความรู้ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลงานให้กับผู้ชมให้ได้รับความสุขความบันเทิง โดยได้เป็นสายผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1. กิจกรรมคัดเลือกคณาจารย์นักเรียนการแสดงประจำปี
2. กิจกรรมการแสดงของให้นักเรียนที่จบหลักสูตรได้ทำการแสดงจริงในที่สาธารณะให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าชมได้ โดยได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชนในการสนับสนุนกิจกรรมให้เกิดเป็นกิจกรรมประจำปี เช่น ละครเวที ละครเพลง
3. ส่งนักเรียนในสังกัดของศูนย์ฯ เข้าประกวดและคัดเลือกตัวแสดงอย่างสม่ำเสมอ
4. ส่งนักเรียนในสังกัดของศูนย์ฯ เข้าอบรมและร่วมคัดเลือกตัวแสดงในต่างประเทศ
5. ให้บริการเช่าห้องซ้อมการแสดง และ อุปกรณ์เกี่ยวกับการแสดง

5.2.3 สินค้าและบริการในอนาคต

ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ในช่วงแรกนั้นจะมีการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน มีหลักสูตรที่เฉพาะเจาะจงอาชีพในวงการบันเทิง ซึ่งเป็นช่วงพัฒนานักแสดงฝึกหัดเตรียมตัวเพื่อไปทำงานจริงร่วมมือกับพันธมิตรที่เป็นผู้นำด้านการผลิตงานในวงการบันเทิง เช่น ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น บริษัทจีเอ็มเอ็ม ไท หับ บริษัท เดอะฟิล์ม แฟคตอรี บริษัท บา แรมยู ที่เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์โฆษณา รายใหญ่ทำให้ผู้เรียนทุกจบหลักสูตรมีโอกาสได้ทำงานในวงการบันเทิงจริงให้มากที่สุด และการค้นหาพันธมิตรใหม่ด้านการแสดงทั้ง ละครเวที ละครเพลง งานเดินแบบ ถ่ายแบบ และ/หรือเข้าร่วมคัดเลือกตัวแสดงในภาพยนตร์ต่างประเทศ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้เรียนทุกคนจะได้มีโอกาสได้สัมผัสงานในวงการบันเทิงตามที่ได้คาดหวังไว้

ในช่วงปีที่ 2-3 ศูนย์ฯ จะขยายหลักสูตรนักเรียนฝึกหัดให้เพิ่มขึ้นเพื่อผลิตนักแสดงหน้าใหม่ทำหน้าที่ในการฝึกฝน ทักษะด้านการแสดงให้กับพันธมิตรของศูนย์ฯ และวางแผนในการพัฒนา ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงให้เป็น สถาบันเทคนิคการแสดงร่วมสมัย โดยเพิ่มเติมหลักสูตรที่เกี่ยวกับแสดงขั้นสูงให้มากขึ้น โดยจัดเป็น โครงการแลกเปลี่ยนนักเรียนการแสดงกับสถาบันสอนการแสดงในต่างประเทศเพื่อทำการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการแสดงแขนงต่างๆ กับสถาบันที่มีชื่อเสียง อาทิ JYP Entertainments , SM Academy , Australian International Performing Arts High School (AIPA), The Hong Kong Academy for Performing Arts เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจพัฒนาการแสดงของตนเองให้เป็นนักแสดงมืออาชีพในระดับสากล

ในช่วงปีที่ 4-5 ศูนย์ฯ จะขยายหลักสูตรพัฒนาศิลปะการแสดงที่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้เรียน ณ ขณะนั้นซึ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรที่พัฒนานักแสดงไทยเพื่อไปทำงานด้านการแสดงในต่างประเทศ เช่น สตูดิโอแมน นักแสดงประกอบ และศูนย์ฯ คงทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของการคัดเลือกนักแสดง ฝึกฝน ทักษะให้กับนักแสดงไทยอย่างต่อเนื่อง

5.2.4 สถานที่ตั้ง

อาคารพาณิชย์ 4 ชั้น แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 104000 ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งที่จะตั้งศูนย์ศิลปะการแสดงขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการเลือกสถานที่ตั้งจากกลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ต้องการให้ศูนย์ฯ ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงห้างสรรพสินค้าเนื่องจากต้องการมีสถานที่ที่สามารถใช้เวลาช่วงที่บุตรหลานเข้าเรียนอยู่นั้น ไปทำกิจกรรมส่วนตัวระหว่างรอ และรองลงมาต้องการให้อยู่ใกล้กับรถไฟฟ้า

มหานครเพื่อการเดินทางสะดวก ของบุตรหลาน ประกอบกับราคาเช่าอาคารพาณิชย์ในย่าน
อนุสาวรีย์นั้น มีราคาเช่าที่เหมาะสม(เดือนละ 45,000 บาท) จากความเหมาะสมในหลากหลายด้าน
ทั้ง ความต้องการของผู้ปกครอง การเดินทางสะดวก เนื่องจากมีทั้งรถประจำรถไฟฟ้า ทางผ่านอย่าง
สม่ำเสมอ มีอาคารจอดรถในบริเวณ ใกล้เคียงสถาบัน สถาบันตั้งอยู่ในกลางใจเมืองเป็นย่านชุมชน
และยังมีธุรกิจประเภทสถาบันสอนพิเศษอื่นๆเปิดอยู่ใกล้เคียงกัน

ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์สถานที่ตั้ง ด้านการใช้งานและพบว่ามีความเหมาะสมต่อการใช้เป็น
สถานที่ในการจัดตั้ง ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบเป็นอย่างดี

ภาพที่ 4 : ภาพแสดงรูปการตกแต่งอาคารและ ลักษณะห้องเรียน



5.2 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

กลยุทธ์การบริหารจัดการ

ศูนย์ศึกษาพัฒนาศิลปะการแสดงที่มีหน้าที่ในการให้บริการศึกษาแก่เยาวชนที่มีความ
มุ่งมั่นที่จะเป็นนักแสดงมืออาชีพ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการ
และบุคลากรของสถาบันนั้น ให้เกิดเป็นมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และไว้วางใจของกลุ่มเป้าหมาย
รวมถึงผู้จัดละคร ผู้ผลิตภาพยนตร์อีกด้วย จึงใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการ ดังนี้

5.3.1 การวิเคราะห์ SWOT ของกิจการ

จุดแข็งของบริษัท

1. ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงได้มีการคัดสรรคณะอาจารย์ผู้สอนที่มีความรู้ความทางด้าน การแสดง ซึ่งเป็นนักแสดงคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับในฝีมือการแสดงการ อีกทั้งบุคคลากรเหล่านี้จะเป็นจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้สอน และ ผลักดันให้นักเรียนทุกคนได้มีโอกาสเป็นนักแสดง ขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้เรียนแต่ละบุคคล การสร้าง โอกาสให้แก่ นักเรียน ได้ทดสอบความสามารถ ทางด้านการแสดงเพื่อก้าว ไปสู่อาชีพนักแสดงได้จริง โดยได้มีการประสานกับหน่วยงาน หรือ บริษัทผลิตละคร และผลิตภาพยนตร์ไทย รวมถึงการส่งนักเรียนเข้าสู่อการคัดเลือกตัวแสดง
2. เป็นสถาบันสอนศิลปะการแสดงที่มีการจัดหางานด้านการแสดงที่เป็นรูปธรรมโดยมี ความร่วมมือกับภาคธุรกิจด้านการแสดงทั้งในประเทศและในประเทศในแถบเอเชีย เช่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ไต้หวัน
3. เป็นหลักสูตรวิชาการแสดงที่หลากหลายต้องการความสนใจของผู้เรียนและสอดคล้อง กับความต้องการนักแสดงหน้าใหม่ในด้านธุรกิจการแสดง

จุดอ่อนของบริษัท

1. เป็นสถาบันสอนการแสดงที่เปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในช่วงเวลา ก่อนการเปิดศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงจะต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อให้เป็นทั้ง ตัวศูนย์ฯและรู้จักคณะอาจารย์ผู้สอนซึ่งต้องใช้งบการลงทุนที่ค่อนข้างสูง และต้องใช้เวลาในการ ทำให้การ โฆษณาประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิผล
2. ในตลาดปัจจุบันนี้มีผู้ประกอบการด้านสถาบันสอนการแสดงอยู่จำนวนมาก ซึ่ง ผู้ประกอบการรายเดิมที่เป็นผู้นำตลาดเดิมต้องการที่จะแข่งขันกับผู้เข้าตลาดรายใหม่ซึ่งยังไม่มี ชื่อเสียงและมีผลงานนั้นจำเป็นต้องใช้ทุนสูงในการแข่งขันทางการตลาด ทั้งการจัดการหา อาจารย์ผู้สอน การจัดกิจกรรมด้านการแสดง กิจกรรมการแสดงต่อสาธารณะชน การสร้างกลุ่ม นักเรียนการแสดงเข้าสู่วงการบันเทิง เพื่อสร้างชื่อเสียงให้ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงใน ช่วงแรกทำให้เกิดความเสียงสูงเช่นกัน

โอกาสของบริษัท

1. จากข้อมูลในสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสถาบันสอนการแสดงในปัจจุบันทำให้เห็นยังมี ช่วงว่างทางการตลาดที่จะสามารถทำให้ ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงนั้นสามารถเข้าสู่ตลาด

ได้และมีโอกาสในการแข่งขันได้ เนื่องจากสถาบันที่สอนการแสดงส่วนใหญ่เน้นวิชาการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่ดี อีกทั้งขาดการนำเสนอผลงานของนักเรียนสู่สาธารณะ

2. รัฐบาลของประเทศไทยได้มี แผนงานกระตุ้นเศรษฐกิจระยะที่ 2 (2553-2555) ของ รัฐบาลชุนนายกฯ อภิลิทธิ์นี้ งานสร้าง CE ได้รับเงินจัดสรรรวม 17,585 ล้านบาท โดยจัดสรรให้การส่งเสริมและพัฒนาพรรคทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา การส่งเสริมเอกลักษณ์ด้านศิลปะและ วัฒนธรรม การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมช่างฝีมือไทย การส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงและ ซอฟต์แวร์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมรวมออกแบบและสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และการขับเคลื่อน สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นั้นหมายรวมถึงงานประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่ม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะ และวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่าย และวัตถุโบราณ รวมทั้งศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ โอเปร่า เป็นต้น

3. ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการนั้นให้ความสนใจในอาชีพนักแสดงมากขึ้นเนื่องด้วยอาชีพ นักแสดงเป็นอาชีพที่สร้างชื่อเสียงได้อย่างรวดเร็วและจุดเริ่มต้นในการสร้างโอกาสที่ดีอาชีพใน อนาคตได้เป็นอย่างดี

4. ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำนั้นส่งผลให้การใช้จ่ายของผู้ปกครองลดลง รวมถึงมีความรอบ ครอบในการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นแต่กลับไม่ได้ส่งผลให้ธุรกิจประเภทโรงเรียนสอนพิเศษและ โรงเรียนสอนวิชาชีพ ความรู้เฉพาะทางเนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าการศึกษาของบุตรหลานนั้น มี ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพในอนาคต

อุปสรรคของบริษัท

1. ในด้านการจัดหาณาจารย์ผู้สอนที่เป็น นักแสดงยอดนิยมนั้นมีชื่อเสียงนั้นมีค่าใช้จ่าย สูงและนักแสดงที่มีความสามารถบางท่านอาจจะมีเวลาที่สะดวกในการสอนที่ไม่แน่นอน จึงอาจ ส่งผลให้ไม่ได้ผู้สอนที่มีชื่อเสียงตามที่ได้คาดไว้

2. เกิดการแข่งขันสูงทั้งในธุรกิจประเภทเดียวกันและธุรกิจใกล้เคียงที่สามารถทดแทน กันได้

ความเสี่ยง

1. สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงทำให้ ผู้ปกครองต้องประหยัดกันมากขึ้นผู้คนเริ่มตัดสิ่งที่ไม่ จำเป็นออก อะไรที่ไม่จำเป็นผู้คนจะไม่สนใจที่จะซื้อหรือรับบริการ

2. การจัดหาอาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียงที่ตรงกับความสนใจของผู้ปกครอง และเยาวชนซึ่งถ้าหากไม่ได้อาจารย์ผู้สอนที่สามารถเป็นตัวแทนในการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันได้ก็จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนในการในการจัดหาอาจารย์ผู้สอนเป็นอย่างดี

3. ความเสี่ยงในด้านการยอมรับจากตลาด ศูนย์ฯจึงควรทำการวิจัยให้ได้มาตรฐานเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายได้จริง อีกทั้งจะต้องสร้างผลงานด้านการผลิตนักแสดงที่มีคุณภาพเป็นยอมรับของตลาดเพื่อสนับสนุนแนวโน้มทิศทางของศูนย์ฯที่จะสร้างบุคคลกรด้านการแสดงให้สามารถก้าวเข้าสู่วงการแสดง และเชื่อมโยงไปยังภาคธุรกิจการแสดงผลโดยมีการทำสัญญาาร่วมกันในการป้อนนักแสดงหน้าใหม่แบบระยะยาวให้กับบริษัทผู้ผลิตเหล่านั้น

5.3.2 การเลือกกลยุทธ์และกำหนดภารกิจ

จากวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันสอนการแสดงทั้ง 3 สถาบันและข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้พิจารณาความเป็นไปได้ด้านการเติบโตของ ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง การพัฒนาหลักสูตรของสถาบัน ได้กำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด(Marketing Strategy)

จากการกำหนดกลยุทธ์สร้างความเป็นสามารถในการแข่งขันเบื้องต้น ศูนย์ฯได้กำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โอกาส อุปสรรค และสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยได้กำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่จะนำไปใช้ให้เหมาะสมตามสถานการณ์ ดังนี้

กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) กล่าวคือ ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ได้กำหนดกลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategies) โดยสร้างให้เป็นธุรกิจการสอนการแสดงที่มีจุดเด่นที่ไม่เหมือนกับธุรกิจสถาบันสอนการแสดงที่มีมาในอดีต ด้วยการพัฒนาหลักสูตรที่โดดเด่นเน้นการเรียนเพื่อการประกอบอาชีพนักแสดงโดยเฉพาะ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สนใจเรียนการแสดงที่ต้องการเป็นนักแสดงมืออาชีพ การจัดการรายได้เพิ่มเติมจากการบริการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสอนการแสดงการพัฒนานักแสดงและจัดหานักแสดงมือให้กับหน่วยงานในภาคธุรกิจบันเทิงอย่างต่อเนื่อง และมองหาคำความร่วมมือทางธุรกิจในการเรียนการสอนการแสดงในต่างประเทศ รวมถึงค้นหาคำความต้องการใช้งานนักแสดงคนไทยในต่างประเทศ

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ได้กำหนดกลยุทธ์จำกัดขอบเขตกลุ่มเป้าหมายที่สนใจ (Focus Strategy) โดยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ ผู้ที่สนใจศึกษาศิลปะการแสดงทั้งเพศชาย และเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 3-11 ปี กลุ่มเป้าหมายอายุ 12-18 ปีและกลุ่มประชาชนทั่วไปที่ต้องการนำความรู้ด้านการแสดงไปใช้งานในชีวิตประจำวัน กลุ่มเป้าหมายอายุ 19 ขึ้นไป ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) โดยใช้การเรียนการสอนที่แตกต่างจากสถาบันอื่นๆที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนนั้น ได้มีโอกาสได้ก้าวไปสู่อาชีพนักแสดงจริง โดยเนื้อหาวิชาเป็นหลักสูตรเฉพาะทางที่เน้นไปยังอาชีพที่หลากหลายในวงการบันเทิง อีกทั้งมีคณาจารย์ผู้สอนที่เป็นนักแสดงที่เป็นมืออาชีพเป็นบุคคลต้นแบบด้านการแสดงของไทย ยังรวมไปถึงการสร้างอาชีพด้านการแสดงให้กับผู้เรียนหลังจบหลักสูตรตามความสามารถและความสนใจงานด้านการแสดงในวงการบันเทิงของแต่ละบุคคล ประกอบกับพัฒนาการเรียนการสอนร่วมกับสถาบันสอนการแสดงในต่างประเทศ อาทิ ฮอลลีวูด ลิงค์โปร เกาหลีใต้ เป็นต้น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการแสดง นอกจากนั้นแล้วยังมีหลักสูตรที่สอนการเตรียมพร้อมผู้การเป็นนักแสดงมืออาชีพ โดยเปิดสอนในวิชาด้านกฎหมายสิทธินักแสดง การทำสัญญาจ้างนักแสดง ภาษาต่างประเทศเพื่อใช้ในการแสดง เพื่อให้มีความพร้อมในทุกด้านธุรกิจและศิลปะการแสดงควบคู่กัน ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีสถาบันใดเปิดสอนมาก่อน

ศูนย์ฯยังได้สังเกตเห็นช่องทางในการสร้างอาชีพให้กับผู้เรียน โดยได้ร่วมมือกับองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจัดหานักแสดง หรือ ธุรกิจที่จะต้องใช้นักแสดงหน้าใหม่ในการส่งผลนักเรียนที่จบหลักสูตรแล้วได้ทดสอบความสามารถทางด้านการแสดงเพื่อไปเป็นนักแสดงจริง อาทิ บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัดบริษัท เดอะฟิล์ม แพลคตอรี จำกัด เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงพบว่ามีสามารถในการแข่งขันได้โดยแสดงให้เห็นข้อได้เปรียบในการจัดตั้งศูนย์ฯ ได้ดังนี้

1. มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้รู้จักช่องทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างถูกต้อง ตรงจุด ตรงความสนใจ ทำให้สามารถกำหนด ทุนต้นในการทำการตลาดได้อย่างเหมาะสม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย

2. สามารถสร้างแบรนด์ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี ทั้งในการกำหนดรูปลักษณ์ภายนอกและภายในให้ชัดเจน สร้างความแตกต่าง และ การจดจำได้ดี กว่าจากคู่แข่ง

กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) กล่าวคือ จากการกำหนดกลยุทธ์การสร้างความเป็นไปได้ในการแข่งขัน ศูนย์ฯได้กำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ให้สอดคล้องกับโอกาส และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งสามารถแยกเป็นกลยุทธ์ต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

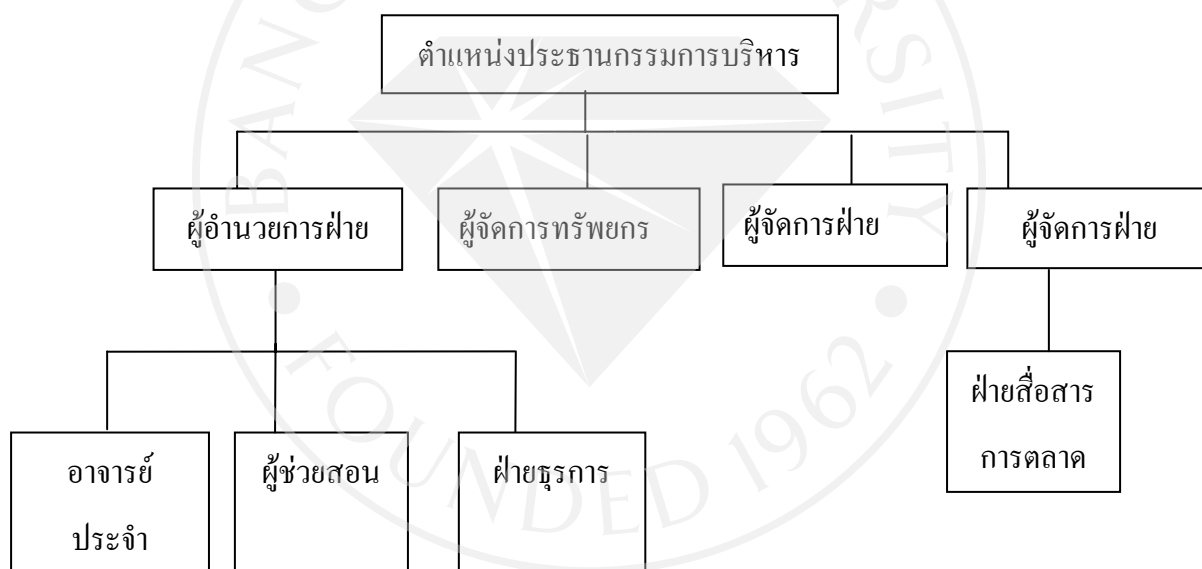
1. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ในการพัฒนารูปแบบธุรกิจสถาบันสอนการแสดงที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้ที่ต้องการเรียนการแสดงในปัจจุบัน เพื่อสร้างความสนใจ และให้กลุ่มเป้าหมายนั้นนึกถึง Idol Academy Star Coaching เมื่อสนใจสอนการแสดงอยู่ในลำดับต้นๆ ในระยะเริ่มเปิดสถาบัน
2. กลยุทธ์การเลือกสถานที่ตั้งของสถาบัน จะต้องเดินทางสะดวก สามารถรองรับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการขยายฐานตลาดได้อย่างเหมาะสม
3. กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาการเรียนการสอน และเป็นช่องทางในการสร้างโอกาสให้กับสถาบัน และสานฝันให้สู่วงการบันเทิงให้กับ ผู้เรียน เป็นสถาบันที่ทำให้ผู้เรียนในได้ก้าวไปสู่อาชีพนักแสดงจริง
4. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ โดยด้วยการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ทั้งภายใน และภายนอกการตกแต่ง ตราสัญลักษณ์ ที่สร้างสรรค์สื่อความหมาย สะท้อนภาพลักษณ์ที่ถูกต้องโดดเด่น ทันสมัย แตกต่างจากผู้ให้บริการเดิมในตลาด
5. กลยุทธ์การวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้การวิจัยข้อมูลจากผู้เรียนมีความคิดเห็นต่อหลักสูตร หรือศูนย์ทางตรง และ ทางอ้อม เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบหลักสูตรให้ตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม
6. กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากรบุคคลด้านการบริการให้สอดคล้องตามเหมาะสม เพื่อลดต้นทุนคงที่ในการดำเนินงาน ทั้งฝ่ายบริหารจัดการ และการคัดเลือกคณาจารย์ผู้สอนการแสดงประเภทต่างๆ
7. กลยุทธ์สร้างความผูกพันระหว่างศูนย์ฯกับผู้เรียน โดยเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านการให้บริการที่เป็นที่เข้าใจผู้เรียน ให้การสนับสนุนที่ตรงใจ และสร้างความผูกพันระยะยาวอย่างต่อเนื่อง (Customer Relation Management)
8. กลยุทธ์การสร้างส่วนร่วม โดยสร้างโอกาสให้ผู้เรียนนั้นได้มีพื้นที่ในการแสดงความสามารถที่ได้เรียนมา โดยใช้กิจกรรมพิเศษ(Event) หรือ สร้างผลงานด้านการแสดงร่วมกับสถาบัน อาทิ ละครเวทีภาคฤดูร้อน การจัดหลักสูตรทริปเรียนการแสดง และ ท่องเที่ยวในต่างประเทศ เป็นต้น

5.4 การจัดองค์กร

5.4.1 โครงสร้างองค์กร และสายงานการบริหาร

ศูนย์ศึกษาศิลปะการแสดง เป็นสถาบันการศึกษานอกระบบภายใต้การดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีการจัดการและบริหารองค์กรด้วยตัวเอง จัดเป็นองค์กรทางการศึกษาขนาดเล็ก สำหรับผู้ที่สนใจทางด้านศิลปะการแสดง รูปแบบโครงสร้างองค์กรจึงเป็นโครงสร้างองค์กรแบบราบ (Flat organizational structure) ซึ่งมีโครงสร้างไม่ซับซ้อน เพื่อให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวในการปฏิบัติงาน โดยมีลักษณะโครงสร้างองค์กร (Organizational Chart) ดังนี้

ภาพที่ 5 ภาพแสดง โครงสร้างองค์กรของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง



ศูนย์ศึกษาพัฒนาศิลปะการแสดง จัดโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งเป็นฝ่ายต่าง ๆ ตามหน้าที่และลักษณะงาน โดยแบ่งการดูแลงานตามหน้าที่รับผิดชอบประกอบไปด้วยรายละเอียดของหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

1. ประธานกรรมการบริหารจะทำหน้าที่เพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางบริหารจัดการของสถาบันให้ดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ ดูแลพัฒนาหลักสูตร ฝ่ายวิชาการ ทำหน้าที่รับนโยบายจาก ประชามติกรรมการบริหารมาปฏิบัติ ประสานงานภายในศูนย์ที่เกี่ยวข้องกับ จัดตารางการเรียนการสอน การเปิดวิชาต่าง ๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดอบรมสัมมนาถึงปฏิบัติการ การจัดหลักสูตรเพื่อคัดเลือกเข้าสู่การเป็นนักเรียนการแสดงของสถาบัน เป็นต้น รวมถึงทำหน้าที่ในการดูแลการสอนของคณาจารย์ กำหนดเนื้อหาการสอนให้ตรงกับหลักสูตร และแนวทางการสอนของศูนย์ฯ อาทิคุณปรัชญา ปิ่นแก้ว คุณนรินทร์ นิมิบุตร คุณปิยะพันธุ์ ชูเพ็ชร คุณคมกฤษ ตรีวิมล คุณอดิสรณ์ ตรีสิริเกษม คุณฉัตรชัย เปล่งพานิช

ตัวอย่างรายชื่อคณาจารย์ผู้สอน

สรวิภา มาตรการทอง	ผลงาน ได้รับการคัดเลือกเป็น ดัชชีบอย
พัชฎะ นามปาน	ผลงาน รางวัลชนะเลิศ Top Model และ Refreshing Guy - M Thailand
สุวนันท์ คงยิ่ง	ผลงาน ดารานำหญิงยอดเยี่ยม (ตะวันออกแสง) 2545
อารยา เอ ฮาร์เก็ต	ผลงาน รางวัล TOP AWARDS สาขานักแสดงดาวรุ่ง “ลูกไม้ไกลด้น”
สุพรรณิ จงจินตนาการ	ผลงาน ดารา พิธีกรงานEvent ต่างๆ
นภัสกร มิตรอม	ผลงาน ดำเนินสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ภาคประกาศ อิสรภาพ
เบญจพล เขยอรุณ	ผลงาน นักร้องค่าย ตาล้าลา นักแสดง
ปิยธิดา วรมุสิก	ผลงาน ชมเชยนักแสดงหญิงเอเชีย เทเลวิชั่นอวอร์ด 2008 จากละครนางทาส
อรรณพ ธีมากร	ผลงาน รางวัลตุ๊กตาทอง นักแสดงประกอบชายยอดเยี่ยม ประจำปี 2543 จากภาพยนตร์เรื่อง กำแพง
กฤษณ์ ศรีภูมิเศรษฐ์	ผลงาน ดีเจ พิธีกร นักแสดง นายแบบ
ปิยะวัฒน์ เข็มเพชร	ผลงาน ดีเจ นักร้อง พิธีกร นายแบบ นักพากย์เสียงภาพยนตร์ สปอต์วิทย์

ซึ่งคณาจารย์ผู้สอนจะมีการหมุนเวียนกันมาสอน ซึ่งผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการจะเป็นผู้จัดสรรอาจารย์ผู้สอนให้ตรงกับหลักสูตรของแต่ละสาขาอาชีพการแสดง ผู้เรียนจะได้เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้สอนประกอบการปฏิบัติจริงด้วยตนเอง

3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด มีหน้าที่รับนโยบายจากคณะกรรมการบริหารมาปฏิบัติทำหน้าทีในการวางแผนการตลาด ดูแลกิจกรรมทางการตลาดทั้งการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร การสร้างภาพลักษณ์และ สร้างตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจนให้กับสถาบัน จัดการงานด้านกิจกรรมพิเศษของศูนย์ฯ คือ การคั่นหานักแสดงหน้าใหม่ การจัดทริปการเรียนการแสดงในต่างประเทศ และหาช่องทางในการส่งต่อนักเรียนการแสดงให้ได้ทำงานจริงทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

5. ฝ่ายธุรการ มีหน้าที่เกี่ยวกับงานเอกสาร การรับสมัคร การประสานงานกับอาจารย์ที่รับผิดชอบการสอนในแต่ละวัน รวมถึงงานตอนรับนักเรียน ผู้ปกครอง ตรวจสอบเช็ครายชื่อผู้เข้าเรียน เพื่อเก็บเป็นข้อมูลให้กับผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ

6. ฝ่ายการเงิน มีหน้าที่รับผิดชอบการรับ – จ่ายเงิน ตรวจสอบงบประมาณ รวบรวมเอกสารรายรับ – รายจ่าย รับผิดชอบงานด้านการเงินทำรายงานด้านการเงินเสนอต่อผู้ถือหุ้น

7. ฝ่ายจัดการทรัพยากรบุคคล ทำหน้าที่รับนโยบายจากคณะกรรมการในการดูแลจัดหานักบุคลากรในการเข้ามาทำงานในตำแหน่งต่างๆ อย่างเหมาะสม ดูแลการจ่ายเงินเดือนพนักงานงานในแต่ละเดือนตามกำหนด รวมถึงการดูแลนักแสดงในสังกัดทั้งในการจัดหางาน ดูแลด้านสัญญาการจ้างงานของนักแสดงให้เป็นไปอย่างถูกต้อง

ตารางที่ 43 : แสดงหน้าที่ และจำนวนอัตราบุคลากร

ตำแหน่ง	หน้าที่	รายได้ / เดือน	จำนวน
ประธานกรรมการบริหาร	กำหนดนโยบายและแนวทางบริหารจัดการ รับผิดชอบการบริหารงานภายใน โรงเรียนทั้งหมด วางแผนดำเนินการ	50,000 บาท	1
ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ	พัฒนาหลักสูตรการสอน ดูแลการสอน การเปิดวิชาต่าง ๆ รวมทั้งการดูแลจัดหาผู้สอนในแต่ละวิชาอย่างเหมาะสม	50,000 บาท	1
อาจารย์ประจำ	กำหนดโครงสร้างหลักสูตร และรับผิดชอบงานสอนตามรายวิชาต่าง ๆ ที่ศูนย์เปิดสอน และกำหนดเนื้อหาการสอนให้ตรงกับหลักสูตร และแนวทางการสอนของศูนย์ฯ	50,000 บาท	4

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 43 : แสดงหน้าที่ และจำนวนอัตราบุคลากร

ตำแหน่ง	หน้าที่	รายได้ / เดือน	จำนวน
ผู้ช่วยสอน	เป็นทำหน้าที่ดูแลช่วยเหลืออาจารย์ผู้สอน ในการดูแลนักเรียนในแต่ละห้องเรียน รับผิดชอบงานสอนตามรายวิชาที่ได้รับมอบหมาย	20,000 บาท	3
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด	รับผิดชอบเกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาด การสื่อสาร การตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์	20,000 บาท	3
เจ้าหน้าที่ธุรการ	รับผิดชอบเกี่ยวกับงานเอกสาร ดูแลการรับสมัครประสานงานกับอาจารย์ที่รับผิดชอบการสอน ดูแลความเรียบร้อยในแต่ละวัน	10,000 บาท	4
เจ้าหน้าที่การเงิน	รับผิดชอบรายรับ – รายจ่าย ตรวจสอบงบประมาณ รวบรวมเอกสารรายรับ – รายจ่าย รับผิดชอบทำรายงานด้านการเงิน	20,000 บาท	1
เจ้าหน้าที่ทรัพยากรบุคคล	รับผิดชอบจัดหาบุคคลกรในการทำงานในตำแหน่งต่างๆ ดูแลจัดหางานให้กับนักแสดงในสังกัดฯ – สัญญาจ้างงาน และการจ่ายเงินเดือนพนักงานในแต่ละเดือน	25,000 บาท	1

5.4.2 พฤติกรรมองค์กร

ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง เป็นองค์กรที่มุ่งมั่นในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลกรด้านการแสดงที่ดี ผลิตบุคคลกรที่มีคุณภาพ เน้นการสร้างอาชีพด้านการแสดงเป็นหลัก ขณะเดียวกัน เน้นการทำงานแบบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ศูนย์ฯจะต้องใช้กระบวนการวางแผนองค์กร ให้บุคคลที่เข้ามาทำงาน และเป็นผู้เข้ารับการฝึกอบรมในองค์กรนั้นมีแนวคิดและทิศทางในการปฏิบัติงาน ไปในทางเดียวกัน เพื่อสร้างความเป็นผู้นำทางธุรกิจ ที่มีความรับผิดชอบ และสามารถเป็นผู้ประสานงานระหว่างความรู้ทางศิลปการแสดงและธุรกิจที่ดี เป็นเครือข่าย ระหว่าง ศิลปิน นักแสดง และองค์กรธุรกิจ ในสายธุรกิจบันเทิง และมีการควบคุมปัจจัยความเสี่ยงต่างๆไม่ให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ไม่เป็นที่พึงประสงค์

5.5 การกำหนดแผนทางการตลาด

5.5.1 ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง ได้วิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริหารสถาบันสอนการแสดง และข้อมูลจากแบบสอบถามนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนคิดทางการตลาดต่างๆ โดยใช้แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการด้านการสอนการแสดงได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่สนใจเรียนศิลปะการแสดงในปัจจุบัน

5.5.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงเป็นสถาบันศึกษาเอกชนนอกระบบ จะทำหน้าที่ให้บริการด้านการสอนศิลปะการแสดงเพื่อนำไปประกอบอาชีพนักแสดง โดยเน้นการปฏิบัติและฝึกฝนจริงเพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญ มีการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์การแสดงจากคณาจารย์ผู้สอนที่เป็นดารานักแสดงมืออาชีพที่มีชื่อเสียง ถ่ายทอดออกมาในรูปของหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ ในบรรยากาศการเรียนที่เข้มข้น สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ ผู้เรียน และผู้ปกครอง โดยมีจุดมุ่งหมายหลักที่จะผู้ที่จบหลักสูตรได้นำความรู้ไปใช้งานจริง และได้มีโอกาสทำงานในวงการบันเทิงดังนั้นหลักสูตรจึงต้องสามารถผลักดันให้ผู้เรียนไปยังจุดมุ่งหมายให้ได้มากที่สุด ซึ่งขึ้นอยู่กับศักยภาพของแต่ละบุคคล

ในด้านของสถานที่ตั้งอยู่ในย่านอนุสาวรีย์ชัย – พญาไท อยู่ใจกลางเมือง การเดินทางไปมาสะดวก ทั้งรถประจำทางหลายสาย ดิจิทัลไฟฟ้ามหานครสถานีอนุสาวรีย์ชัย เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวที่จอดรถให้บริการ จะภายในศูนย์ฯมีสิ่งอำนวยความสะดวก ให้บริการห้องซ้อมการแสดงที่เหมาะสม บรรยากาศภายในมีความเป็นกันเอง มีมุมพักผ่อน ในรูปร้านกาแฟและของว่างสำหรับผู้ปกครองที่เป็นเด็กเล็กและเด็กมารอเข้าเรียน บุคคลากรมีความเป็นมิตรสูง อาจารย์ผู้สอนให้การดูแลใส่ใจนักเรียนอย่างทั่วถึง มีฝ่ายวิชาการที่สามารถให้คำแนะนำและปรึกษาหารือ มีผู้ดูแลจัดการงานแสดง ดูแลศิลปินนักแสดงในสังกัด ให้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้อย่างเหมาะสม

ในส่วนด้านหลักสูตร ได้พัฒนาหลักสูตรต่างๆที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการและสนใจในการพัฒนาอาชีพนักแสดงของตนเองที่มีความหลากหลาย ดังนี้

หลักสูตรระยะสั้น

1. การแสดงพื้นฐาน 1 และ 2 (สำหรับเด็ก และ ผู้ใหญ่)
2. การแสดงเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในวงการบันเทิง เช่น การแสดงสำหรับละคร โทรทัศน์ การแสดงสำหรับละครเวทีและละครเพลง

3. การแสดงเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ การแสดงสำหรับการนำเสนองานต่อหน้าสาธารณชน
4. ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพนักแสดงจริง เช่น สิทธินักแสดง การอ่านสัญญาจ้าง
5. เทคนิคเกี่ยวกับศิลปะการแสดง เช่น เทคนิคการแต่งหน้าเพื่อการแสดง
6. การจัดกิจกรรมการสอนละครภาคฤดูร้อนสำหรับเด็ก

หลักสูตรระยะยาว

กลุ่มวิชา หลักสูตรเพื่อคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่ไปทำงานในวงการบันเทิง

1. การแสดงสำหรับการคัดเลือกตัวแสดงภาพยนตร์/ละคร
2. การแสดงสำหรับเตรียมตัวประกวดการแสดงระดับประเทศ หรือนานาชาติ
3. หลักสูตรการพัฒนาศิลปิน และการเตรียมพร้อมเพื่อเป็นศิลปินมืออาชีพ
5. หลักสูตรที่พัฒนารูปแบบการสอนแบบเฉพาะบุคคล และการสอนการแสดงให้กับ

หน่วยงาน องค์กรของภาครัฐ และภาคเอกชน

5.5.1.2 ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Positioning) เป็นศูนย์กลางและพัฒนา

ศิลปะการแสดงเป็นสถาบันสอนการแสดงที่มีความสามารถในการผลิต นักแสดงหน้าใหม่เข้าสู่วงการบันเทิงทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นศูนย์กลางที่มีระบบการบริหารจัดการนักแสดงในสังกัด อย่างเป็นรูปธรรม โดยการเชื่อมโยงภาคธุรกิจงานแสดงเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนที่จบหลักสูตรได้มีโอกาสได้ทำงานจริง

5.5.1.3 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) ใช้กลยุทธ์ในการตั้งระดับราคากลางถึง

สูง โดยเปรียบเทียบกับราคาในตลาดเดิม และ ข้อมูลการวิจัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถจ่ายได้ ยอมจ่ายในราคาที่สูงกว่าแต่สร้างความรู้สึกรู้สึกคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบผลประโยชน์ที่จะได้รับหลักจบหลักสูตร และได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องกับสถาบัน และมีส่วนลดให้กับผู้เรียนที่สมัครเรียนในวิชาต่างๆอย่างต่อเนื่องพร้อมให้สิทธิในการให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่แนะนำให้ผู้อื่นๆ

ตารางที่ 44 : ตารางแสดงหลักสูตรและแสดงอัตราค่าเรียนของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

หลักสูตรระยะสั้น	ชั่วโมงเรียน	ระยะเวลาครั้ง/เทอม	ราคา/หลักสูตร
หลักสูตรการแสดงสำหรับบุคคลทั่วไป (อายุ 19 ขึ้นไป)			
หลักสูตรการแสดงพื้นฐาน 1	24 ช.ม.	8 ครั้ง	8500
หลักสูตรการแสดงพื้นฐาน 2	24 ช.ม.	8 ครั้ง	8500
การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ	24 ช.ม.	8 ครั้ง	12000
การแสดงเพื่อการนำเสนองานต่อ หน้าที่สาธารณะ	12 ช.ม.	6 ครั้ง	12000
หลักสูตรการพูดการเล่าเรื่อง การ ถ่ายทอด และสื่อความหมาย	12 ช.ม.	6 ครั้ง	12000
วิชาการแต่งหน้าเพื่อการแสดง	6 ช.ม.	2 ครั้ง	6500
วิชาการแต่งหน้าแบบดาราเกาหลี	6 ช.ม.	2 ครั้ง	6500
หลักสูตรระยะสั้น	ชั่วโมงเรียน	ระยะเวลาครั้ง/เทอม	ราคา/หลักสูตร
Acting for kid (เด็กเล็ก อายุ 3-11 ขวบ)			
การแสดงพื้นฐาน 1	24 ช.ม.	8 ครั้ง	6500
การแสดงพื้นฐาน 2	24 ช.ม.	8 ครั้ง	6500
การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ	24 ช.ม.	8 ครั้ง	6500
การแสดงภาพยนตร์ละครโทรทัศน์	36 ช.ม.	12 ครั้ง	6500
การแสดงสำหรับการถ่ายแฟชั่น/ เดินแฟชั่นโชว์	12 ช.ม.	6 ครั้ง	6500

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 44 (ต่อ) : ตารางแสดงหลักสูตรและแสดงอัตราค่าเรียนของศูนย์ฝึกและพัฒนา
ศิลปะการแสดง

หลักสูตรระยะสั้น	ชั่วโมงเรียน	ระยะเวลาครั้ง/เทอม	ราคา/หลักสูตร
Acting for Teen (วัยรุ่น 12-18 ปี)			
การแสดงพื้นฐาน 1	24 ชม.	8 ครั้ง	8500
การแสดงพื้นฐาน 2	24 ชม.	8 ครั้ง	8500
การแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ	24 ชม.	8 ครั้ง	8500
การแสดงสำหรับการแสดง ภาพยนตร์	36 ชม.	12 ครั้ง	9500
การแสดงสำหรับภาพยนตร์ละคร โทรทัศน์	36 ชม.	12 ครั้ง	9500
การแสดงสำหรับละครเพลง	36 ชม.	12 ครั้ง	9500
การแสดงบนเวทีสำหรับนักร้อง	36 ชม.	12 ครั้ง	12000
การแสดงสำหรับศึกษาต่อในระดับ มหาวิทยาลัย	36 ชม.	12 ครั้ง	12000
การแสดงสำหรับการถ่ายแฟชั่น/ เดินแฟชั่นโชว์	15 ชม.	7 ครั้ง	9500
การแสดงสำหรับการนำเสนองาน ต่อหน้าที่สาธารณะชน	12 ชม.	6 ครั้ง	6500
การสอนละครเด็กเล็กเพื่อสร้าง เสริมพัฒนาการและรู้จักการเข้า สังคม	36 ชม.	6 ครั้ง	50000
การสอนการจัดการแสดงละคร สำหรับเด็กนักเรียน ระดับ มัธยมศึกษาต้น – มัธยมปลาย	36 ชม.	6 ครั้ง	50000
การสอนละครแคมป์ละครภาคฤดู ร้อน(โรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียนนานาชาติ)	36 ชม.	6 ครั้ง	50000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 44 (ต่อ) : ตารางแสดงหลักสูตรและแสดงอัตราค่าเรียนของศูนย์ฝึกและพัฒนา
ศิลปะการแสดง

หลักสูตรระยะยาว	ชั่วโมงเรียน	ระยะเวลาครั้ง/เทอม	ราคา/หลักสูตร
การแสดงสำหรับการคัดเลือกตัว แสดงภาพยนตร์/ละคร	72 ชั่วโมง	24 ครั้ง	45000
การแสดงสำหรับเตรียมตัวประกวด การแสดงระดับประเทศ หรือ นานาชาติ	72 ชั่วโมง	24 ครั้ง	45000
หลักสูตรสอนการแสดงพัฒนา ศิลปิน และการเตรียมพร้อมเพื่อ เป็นศิลปินมืออาชีพ	72 ชั่วโมง	24 ครั้ง	45000
ค่าลงทะเบียนแรกเข้า 500 บาท			
ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ลงทะเบียนหลักสูตรต่อเนื่อง 5%			

*หมายเหตุ หลักสูตรอาจมีการเปลี่ยนแปลง ตามสถานะการและช่วงเวลาที่เหมาะสม

5.5.1.4 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) ศูนย์ฯ ได้กำหนด
ช่องทางการจัดจำหน่ายไว้เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความสะดวกในการตัดสินใจที่จะเข้าเรียนดังนี้

1. สร้างสถาบันให้สะดวก และสอดคล้องกับความต้องการของนักเรียน และ
ผู้ปกครอง เช่น ใกล้รถไฟฟ้า ในย่านชุมชน ปลอดภัย บรรยากาศดี เหมาะกับการเรียน
2. จัดทำเว็บไซต์ ที่นำเสนอข้อมูลของสถาบัน และหลักสูตรที่น่าสนใจ แจกแจงราคา
ระยะเวลาในการเรียน และผลงานของสถาบันหรือนักเรียนการแสดงของสถาบันเพื่อใช้เป็นข้อมูล
ประกอบการตัดสินใจ
3. เพิ่มช่องทางการขายโดยการร่วมมือทำโครงการสอนการแสดงให้กับสถาบันทั้ง
ภาครัฐและเอกชนสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

4. เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่เป้าหมายให้ความสนใจในปัจจุบัน เช่น เข้าร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการแสดง หรือ ร่วมกับศิลปินดาราต่างๆ จัดกิจกรรมการประกวดการแสดงเป็นการโชว์ความสามารถของนักเรียนในสถาบันต่อสาธารณะ

5.5.1.5 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ศูนย์ฝึกและพัฒนา

ศิลปะการแสดงเป็นสถาบันใหม่และมีสถาบันที่ใกล้เคียงอยู่หลายแห่งแต่สถาบันเดิมในตลาดนั้นไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์ในหมู่กว้างมากนัก แต่จะเน้นการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ซึ่งหากต้องการที่ทำให้สถาบันมีความมั่นคงและยั่งยืน จะต้องการกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างลูกค้าใหม่ ประกอบการรักษาลูกค้าเดิม ทั้งในการสร้างแบรนด์ Idol Academy Star Coaching ให้เป็นที่รู้จักในระยะเวลาอันรวดเร็วด้วยกิจกรรมส่งเสริมการแสดง อาทิ กิจกรรมประกวดนักแสดงหน้าใหม่เข้าสังกัด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้ามาเรียน และ กิจกรรมส่งเสริมความสามารถของผู้เรียนให้ได้ทำงานจริงในวงการบันเทิง ส่วนในการรักษาลูกค่านั้นจะมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่นการให้ส่วนลดแก่นักเรียนเก่า การชักชวนผู้อื่นเข้ามาเรียนก็จะได้รับส่วนลดพิเศษเช่นกัน

5.5.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

ขั้นแนะนำ (Introduction Stage) ปีที่ 0 – 1

เนื่องจาก ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง เป็นสถาบันสอนการแสดงแห่งใหม่ การเจริญเติบโตในช่วงนี้จะเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆเพราะต้องการใช้เวลาในช่วงแรกสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้กับผู้ที่สนใจเรียนศิลปะการแสดง ดังนั้นจึงต้องใช้การสื่อสารการตลาด การประชาสัมพันธ์ให้มากที่สุด เพื่อหวังผลให้เกิดการจดจำในชื่อ Idol Academy Star Coaching และเข้าใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับอย่างถูกต้อง

1. กลยุทธ์การเจริญเติบโต คือ จะต้องสร้างความแตกต่าง มีบริการด้านการสอนการแสดงที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งในตลาดอย่างชัดเจน และ มีการนำเสนอหลักสูตรที่ทำให้ฝันของผู้เรียนที่จะเป็นนักแสดงได้จริง อีกทั้งมีโครงการที่จะส่งเสริมผู้เรียนได้มีโอกาสได้สัมผัสงานด้านการแสดงในต่างประเทศอีกด้วย

2. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ต้องสร้างหลักสูตรที่ตอบสนองและสอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียนในปัจจุบันมากที่สุด โดยเน้นหลักสูตรที่จะสร้างนักแสดงเป็นหลัก เพื่อคั่นหานักแสดงหน้าใหม่ที่มีคุณภาพความสามารถ อีกทั้งเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับสถาบันให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด คือ

- สื่อ ๗ บริเวณที่ตั้งศูนย์ฯ การทำป้ายโฆษณาบริเวณตัวอาคารทั้งหลังในขณะที่กำลังดำเนินการปรับปรุงอาคาร
- สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารเตรียมเปิดสถาบันให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้
- สื่อคน ปากต่อปาก คารานักแสดง
- ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารดารา ข่าวบันเทิง ต่างๆ โดยใช้อาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ให้ข่าวในการเตรียมตัวไปเป็นอาจารย์ประจำสถาบัน
- กิจกรรมเปิดตัวศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง และ กิจกรรมคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่

ขั้นเจริญเติบโต(Growth Stage)

เป็นช่วงที่กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักศูนย์ฯ มากขึ้นและมีนักเรียนเข้ามาเรียนอย่างต่อเนื่องทั้งนักเรียนใหม่และนักเรียนเก่า ดังนั้นจะต้องมีแผนในการรักษาอัตราการเจริญเติบโต สร้างการเจริญเติบโตของศูนย์ฯให้มีความต่อเนื่อง โดยกำหนดแผนนโยบายดังต่อไปนี้

1. มีการปรับปรุงคุณภาพของการเรียนการสอนและบริการต่างๆให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ที่สนใจเรียนการแสดงใน ขณะนั้น
2. การพัฒนาหลักสูตรให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้เรียน และสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ขยายเข้าสู่ส่วนแบ่งตลาดใหม่ ดังนี้
 - หลักสูตร “หลักสูตรการเตรียมตัวเป็นนักแสดงในต่างประเทศ” เป็นการฝึกเตรียมความพร้อมให้กับผู้ที่ต้องการไปทำงานเป็นนักแสดงในต่างประเทศ
 - หลักสูตร “การเป็นนักแสดงสตั้นแมน สตั้นเกอร์ล” เป็นการฝึกเป็นนักแสดงคิวบู๊
 - เพิ่มหลักสูตรการสอนการแสดงผ่านสื่อมัลติมีเดีย ออนไลน์ อินเทอร์เน็ตให้ผู้เรียนสามารถเรียนย้อนหลังได้ หรือสอนให้กับนักเรียนที่อยู่ทางไกลผ่านระบบ VDO Online
 - สร้างกิจกรรมด้านการแสดงเพื่อเป็นพื้นที่ในการแสดงความสามารถของนักเรียนให้มากขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองความคาดหวังของผู้ปกครอง และสร้างช่องทางสู่การเป็นนักแสดง สร้างชื่อเสียงให้กับศูนย์อย่างต่อเนื่อง

3. การขยายธุรกิจไปยังธุรกิจอื่นๆเพิ่มขึ้น

- “Idol” Tour คือ บริษัทนำเที่ยวพร้อมสัมมนาการแสดงในต่างประเทศทั้งเอเชีย ยุโรป และอเมริกา เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ทางการแสดงและสร้างประสบการณ์ชีวิตให้กับผู้เรียนการแสดง

- “Idol” Organizer คือ บริษัทรับงานกิจกรรมพิเศษ Event โดยใช้นักเรียนการแสดงในสังกัด และคณาจารย์ในสถาบันเป็นผู้สร้างสรรค์และผลิตงาน ร่วมกับ Supplier ที่มีความถนัดด้านอื่นๆ ประกอบไปด้วย

- “Idol” Artist Management คือ รับดูแล-ประสานงานและเป็น ผู้จัดการให้กับ ศิลปิน-ดารา นักแสดง

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด คือ

- สื่ออินเทอร์เน็ต ทำเว็บไซต์เป็นเครือข่ายนักแสดงในสังกัดเพื่อให้ข่าวสารด้านการสอน หลักสูตรใหม่ และโครงการที่ประสบความสำเร็จ
- สื่อ ณ บริเวณที่ตั้งศูนย์ฯ โบปลิว ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์
- สื่อคน ปากต่อปาก นักเรียน ผู้ปกครอง ที่เคยมาใช้บริการ
- โฆษณาผ่านสื่อเคเบิลทีวี โทรทัศน์ ในรูปแบบข่าวธุรกิจการศึกษา แนะนำหลักสูตร สำหรับผู้ที่ต้องการเป็นนักแสดงอาชีพ
- สื่อโทรศัพท์มือถือ (Mobile Advertising) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนกลุ่มเดิมและผู้ที่เกี่ยวข้องรับข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต
- ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารดารา ข่าวนิตยสารต่างๆ โดยใช้นักเรียนการแสดง และ ดาราในสังกัดเป็น Presenter

ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity Stage)

เป็นช่วงยอดขายมีการเติบโตถึงที่สุดและจะค่อยๆลดลง ไม่มีช่องทางใหม่หรือกลุ่มลูกค้าเดิมนั้นเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่นๆดังนั้นศูนย์จึงต้องมีแผนนโยบายดังนี้

1. การปรับปรุงตลาด (Marketing Modification) คือ พยายามหาช่องทางหาลูกค้าใหม่ๆ คนที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายเดิมให้มาใช้บริการให้มากขึ้น หรือลูกค้ามาจากคู่แข่งให้หันมาสนใจใช้บริการ อาจจะสร้างโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาใช้บริการซ้ำให้บ่อยขึ้น

- เช่น การสร้างคอร์สอบรมระยะสั้น 1 สัปดาห์เป็นการเรียนเสริมทักษะ หรือความรู้ใหม่ด้านการแสดง การเต้น การร้องเพลง
2. กลยุทธ์ในการรักษาฐานลูกค้าเดิม คือ หาช่องทางนำเสนอหลักสูตร หรือ บริการใหม่ให้ผู้เรียนอยู่เสมออย่างเหมาะสม
 3. การปรับปรุงรูปแบบการเรียนการสอน (Product Modification) หลักสูตร ห้องเรียน ภาพลักษณ์ และ คุณภาพ
 4. ปรับปรุงด้านการส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix Modification) คือ อาจมีการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงราคา การจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์ และ บริการ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
 5. จัดกิจกรรมแสดงผลงานของนักเรียนการแสดงทั้งใน ประเทศและต่างประเทศเพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มใหม่

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด คือ

- สื่ออินเทอร์เน็ต สร้างนวัตกรรมใหม่ในการสอนการแสดงผ่านทางอินเทอร์เน็ตทางไกล ทำให้นักเรียนสามารถเรียนที่ไหนก็ได้ ทั้งอำนวยความสะดวก และขยายกลุ่มเป้าหมาย
- ข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อวิทยุ โทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ หนังสือวารสารของศูนย์ฯ
- สื่อคน ปากต่อปาก

ขั้นตกต่ำ (Decline Stage)

การเข้าสู่ภาวะที่ยอดขายลดลง กำไรลดลงอย่างมาก อาจจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจในช่วงตกต่ำจะต้องดูลักษณะของธุรกิจเป็นหลัก ในธุรกิจของสถาบันศึกษาเป็นเรื่องของความน่าเชื่อถือ และ ความไว้วางใจจากผู้เรียนและผู้ปกครองจึงต้องวางแผนอย่างรอบครอบดังนี้

1. เพิ่มการลงทุนเพื่อพัฒนาศูนย์ ให้ก้าวไปสู่สถาบันศึกษาอีกรูปแบบหนึ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในขณะนั้น
2. รักษาระดับการลงทุน ลดค่าใช้จ่ายต่างๆให้สามารถอยู่รอดได้
3. เก็บเกี่ยวเงินลงทุนกลับมาให้ได้มากที่สุดจนรูปแบบของเงินสดอย่างรวดเร็ว

4. เน้นการจัดหางานแสดงให้กับนักแสดงในสังกัด และ รับผิดชอบศิลปินให้กับค่ายเพลง

กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด คือ

- สื่ออินเทอร์เน็ต ถ่ายทอดสดกิจกรรม และ การพัฒนาศิลปินที่วัยรุ่นชื่นชอบ
- ข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารบันเทิง สื่อเคเบิลทีวี
- สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปรชัวร์ วารสารของสถาบัน
- สื่อคน ปากต่อปาก

5.5.3 กลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาด

1. การวางกลยุทธ์จากให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน
 - จากข้อมูลพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่จะให้ศูนย์ฯ ทั้งทำหน้าที่ในการสอนศิลปะการแสดงและทำหน้าที่ในการจัดหางานแสดงให้กับผู้เรียน ซึ่งสถาบันสอนการแสดงที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้เรียน หรือผู้ปกครองได้ ที่ต้องการเป็นนักแสดงมืออาชีพได้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงที่ได้พัฒนาหลักสูตรตอบสนองการก้าวเข้าไปสู่อชีพนักแสดงได้ อีกทั้งมีหลักสูตรที่เชื่อมโยงกับอาชีพด้านการแสดงแขนงต่างๆ รวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้สนใจเรียนการแสดงได้ทดสอบความสามารถด้านการแสดง สมัครเข้ามาเป็นนักเรียนการแสดงในสังกัดได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการสอบ
 - สร้างกิจกรรมให้ผู้เรียนได้มีโอกาสให้ผู้ที่มีความสามารถทางการแสดงได้มีเวทีจริง ได้รับประสบการณ์จริง และได้รับคำแนะนำในการพัฒนาความสามารถด้านการแสดงจากนักแสดง และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาตนเองต่อไป
 - สร้างเครือข่ายพันธมิตรหรือองค์กรที่จะเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ ให้เป็นที่รู้จักโดยเป็นส่วนหนึ่งของรายการจัดประกวดแข่งขันความสามารถทางการแสดงของเด็กและเยาวชน สร้างกิจกรรมประกวดคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่ให้กับค่ายละคร ค่ายภาพยนตร์ต่างๆ
 - สร้างเครือข่ายนักแสดงของศูนย์ฯ ให้มีความเข้มแข็งโดยการเจาะกลุ่มเข้าไปยังกลุ่มที่เป็นคนที่ทำงานด้านการแสดงอยู่แล้ว ให้มาเรียนในหลักสูตรพัฒนาความสามารถเฉพาะบุคคลเป็นการเพิ่มพูนความสามารถทางการแสดงอื่นๆทำให้คนทั่วไปมองเห็น

ความสำเร็จของบุคคลที่ผ่านกระบวนการเรียนการสอนของสถาบันได้อย่างชัดเจน และต้องสร้างผลงานด้านการแสดงอย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนจากพันธมิตรด้านธุรกิจการแสดงที่หลากหลาย ทั้งบริษัทผลิตภาพยนตร์ ละคร เอ็มวี ถ่ายแบบ เดินแบบ ภาพยนตร์โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ดำเนินกลยุทธ์โดยแบ่งแนวทางการสื่อสารกับผู้บริโภค ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก

ศูนย์ฯ ได้กำหนดคือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความสนใจศิลปะการแสดง หรือต้องการงานด้านการแสดงในวงการบันเทิงโดยแบ่งช่วงอายุ คือ อายุ 12 – 18 ปี ดังนั้นจะมีกลยุทธ์ในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดการรู้จัก สร้างความสนใจในหลักสูตร และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมายดังนี้

1. ใช้คณาจารย์ผู้สอนสร้างความน่าเชื่อถือ โดยใช้การสัมภาษณ์ผ่านสื่อต่างๆ
2. ให้คณาจารย์ผู้สอนได้มีโอกาสเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการ ผู้สอนในการประกวดออกฉันทน์ ในรายการที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศ เช่นทรูออกเคมี แฟนเทเชีย แอลจีเอ็นเตอร์เทนเนอร์ เป็นต้น
3. จัดสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการแสดง และส่งข่าวสารที่เป็นโยชน์ด้านศิลปะการแสดงของ ศูนย์ฯ ไปยังสถาบันการศึกษาต่างๆที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันศึกษาทั้งรัฐบาลและเอกชน เช่น โปสเตอร์เชิญชวนประกวดคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่โดยให้สถาบันศึกษาเป็นผู้สนับสนุนเข้าการประกวดเพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงให้สถาบันศึกษาของตนเอง
4. จัดทำสื่อออนไลน์ในรูปแบบที่ทันสมัย เว็บไซต์สถาบัน เฟซบุ๊ก(Facebook)ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ หรือสื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นใน ขณะนั้น

กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมายรองของสถาบันคือ กลุ่มเด็กเล็ก อายุ 3 – 11 ปี และ กลุ่มผู้ใหญ่อายุ 19 ปีขึ้นไปที่มีความสนใจในศิลปะการแสดง สถาบันได้มีการจัดหลักสูตรที่เหมาะสม สำหรับเด็กและผู้ใหญ่ไว้ตามความเหมาะสมซึ่งส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรระยะสั้น ที่ใช้เวลาเรียนไม่นานและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้เป็นหลัก ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันสอนศิลปะการแสดงจากผู้ปกครองหรือมีคนแนะนำให้ได้รู้จักแบบ ปากต่อปากเป็นหลัก ดังนั้นจึง ได้เลือก กลยุทธ์ในการสื่อสารคือ

1. แผ่นพับ ใบปลิว ให้ข้อมูลหลักสูตรต่างๆ
2. ใช้การแนะนำจากผู้ที่เคยเรียนในสถาบัน หรือ คณาจารย์ผู้สอนแนะนำให้มาเรียน
3. ทำให้คนทั่วไปที่ผ่านไปมาสามารถเห็นห้องเรียน บรรยายการสอนเพื่อจูงใจให้อยากมาเรียนมากขึ้น
4. การนำภาพของอาจารย์ผู้สอน และ นักเรียนที่ประสบความสำเร็จในอาชีพนักแสดงมาจัดแสดง ณ บริเวณรับสมัครและจุดสอบถามข้อมูลของสถาบัน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้เรียนและผู้ปกครอง

5.5.4 เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบ่งเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้แจกในสถาบัน คือ ใบปลิว โปรชัวร์ แผ่นพับ วรสารภายใน โดยมีเนื้อหาที่เน้นการให้ข้อมูลหลักสูตรและผลที่จะได้รับเมื่อเรียนจบหลักสูตรต่างๆเป็นหลัก โดยภาพประกอบจะเน้นภาพของอาจารย์ผู้สอน และนักเรียนที่ประสบความสำเร็จในงานด้านการแสดงเพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมั่นในสถาบัน

สถานที่วางสื่อ

1. บริเวณสถาบัน
2. องค์กร หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องการแสดง
3. สถานที่ทำกิจกรรมพิเศษต่างๆของเด็กและเยาวชน เช่น สถาบันสอนพิเศษ โรงเรียนสอนดนตรี ศิลปะ กีฬา ที่เป็นพันธมิตรกัน

2. ข่าวประชาสัมพันธ์

เป็นการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ไปสื่อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น ข่าวหนังสือพิมพ์หน้าการศึกษา สังคมธุรกิจ ข่าวศิลปะบันเทิง ความสุขของดารา โดยมีตัวแทนของสถาบันหรือคณาจารย์เป็นผู้ให้ข่าวกับนักข่าวทั้งในรูปแบบการจัดการแถลงข่าว และ การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล

เนื้อหาของข่าว

1. ความก้าวหน้าของกิจการ และหลักสูตรที่คณาจารย์ได้คิดขึ้นให้เหมาะสมกับความต้องการในตลาดนักแสดงไทย
2. ผลงานและความสำเร็จของนักเรียนการแสดงและนักแสดงในสังกัด

3. ให้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมและโครงการพิเศษใหม่ๆที่กำลังจะเกิดขึ้นและเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาร่วมกิจกรรม

3. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event)

ศูนย์ได้มีการจัดกิจกรรมพิเศษโดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบดังนี้

1. จัดโครงการคัดเลือกนักแสดงหน้าใหม่ (Audition) ไปเป็นนักแสดงในสังกัด และเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวเข้าสู่วงการบันเทิงจริง จะจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง เพื่อกระตุ้นให้ผู้สนใจเรียนด้านการแสดงได้มีโอกาสได้แสดงความสามารถ และเป็นโอกาสที่ศูนย์ฯ จะได้นักแสดงที่มีความสามารถเข้าอยู่ในสังกัดเพื่อสร้างชื่อเสียง เป็นตัวแทน (Presenter) ของสถาบันต่อไป
2. จัดโครงการโชว์ความสามารถทางการแสดงของนักเรียนที่จบหลักสูตร (Showcase) โดยจะจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง เพื่อเป็นการสร้างโอกาสให้กับนักเรียนได้พบกับเหล่าคารานักแสดง และผู้กำกับ ผู้จัดละคร และสร้างประสบการณ์ ได้มีโอกาสได้โชว์ผลงานของตนเองให้สาธารณะชนได้ชม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่จะเป็นนักแสดงมืออาชีพในอนาคต

ตัวอย่าง รายละเอียดของงานกิจกรรม มีดังนี้

ครั้งที่ 1

ช่วงเวลาจัดกิจกรรม : เดือนมกราคม

แนวคิด : โครงการค้นหานักแสดงหน้าใหม่ ดาราคนต่อไปอาจเป็นคุณ “A Star is born”

เป็นกิจกรรมเพื่อนำกลุ่มวัยรุ่นที่มีความฝันและมีแรงบันดาลใจที่อยากจะเป็นนักแสดงมืออาชีพซึ่งเป็นกิจกรรมการประกวดของสถาบันที่ทำร่วมกับผู้จัดละคร ผู้กำกับภาพยนตร์ เพื่อหานักแสดงไปใช้แสดงในภาพยนตร์เรื่องใหม่ เป็นการคัดเลือกตัวแสดงจริง ไปพร้อมกับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรการแสดงต่างๆ ให้กับเด็กและผู้ปกครอง มีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งด้านการแสดง การพัฒนาบุคลิก มาเป็นส่วนหนึ่งในการคัดเลือกด้วย เพื่อให้ได้นักแสดงหน้าใหม่ที่มีคุณสมบัติ สามารถไปทำงาน ได้จริง

ครั้งที่ 2

ช่วงเวลาจัดกิจกรรม : เดือนพฤษภาคม

แนวคิด : โครงการคัดเลือกนักแสดงเข้าสังกัด Idol Academy Star Coaching

เป็นกิจกรรมที่เน้นการค้นหานักเรียนการแสดงในสังกัดโดยไม่จำกัดอายุ โดยจะต้องมาทำการทดสอบความสามารถกับคณาจารย์ผู้สอน เป็นกิจกรรมการประกวดเพื่อค้นหาตัวแทนสถาบัน (Presenter) เพื่อเตรียมตัวไปประกวดความสามารถในเวทีระดับประเทศ หรือ เวทีระดับนานาชาติ ผู้ที่ผ่านการคัดเลือกทุกคนจะต้องเข้าสู่การเรียนการสอนของสถาบันตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเรียนแต่อย่างใด แต่จะหักจากรายได้งานแสดงในอนาคตแทน เป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ที่มีความสามารถแต่ไม่สามารถเข้าถึงการเรียนนอกระบบแบบเอกชนได้

ครั้งที่ 3

ช่วงเวลาจัดกิจกรรม : เดือนสิงหาคม (วันแม่)

แนวคิด : โครงการแสดงผลงานด้านการแสดงของเด็กเล็ก (Kids Drama Showcases)

เป็นการจัดกิจกรรมการแสดงละครของเด็กอายุ 3-11 ปี ที่จบหลักสูตรการแสดงเบื้องต้น ให้ได้เล่นละครเวทีให้พ่อแม่ ผู้ปกครอง และเหล่าผู้กำกับโฆษณา ละคร ภาพยนตร์ได้ชมกันเป็นครั้งแรกเป็นการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ในรูปแบบโรงละคร โดยใช้สถานที่ในมหาวิทยาลัยเป็นที่แสดง โดยสถาบันจะดำเนินการเป็นผู้เขียนบทละครและกำกับการแสดง และน้องเป็นผู้สวมบทบาทตัวละครต่างๆ เน้นให้เห็นความสามารถทางการแสดงของเด็กๆ ความน่ารัก สดใสและความสนุกสนานในการแสดง ได้รับประสบการณ์จริงในการแสดงเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์วิชาการแสดงของเด็กและเป็น โอกาสที่อยู่ในวงการบันเทิงจะเข้ามาชมความสามารถ หรือติดต่อให้ไปร่วมงานจริง

ครั้งที่ 4

ช่วงเวลาจัดกิจกรรม : เดือนธันวาคม

แนวคิด : โครงการแสดงผลงานด้านการแสดงของเยาวชน “เด็กเล่นละคร”

(Teen Drama-Showcases)

เป็นการจัดกิจกรรมให้กับนักเรียนอายุ 12-18 ปีได้แสดงความสามารถทางด้านการแสดงต่อสาธารณชน เป็นการโชว์ผลงานแสดงทั้งการแสดงละครโทรทัศน์ หนังสั้น หรือละครเวทีโดยงานจะจัดขึ้นนอกสถานที่ เพื่อเป็นเวทีสานฝันให้น้องๆที่ต้องการจะเป็นดารานักแสดง โดยจะมีการเชิญผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิงมาชมโชว์ผลงานของน้องๆ และให้คำแนะนำทางด้านการแสดง อาจจะมีการดึงภาครัฐบาลและเอกชนมาร่วมสนับสนุนกิจกรรม เช่น กระทรวงวัฒนธรรม ค่ายภาพยนตร์ จีทีเอส ผลิตภัณฑ์สินค้า บีเอสซี มาร่วมกันสร้างสรรค์ให้งานกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมประจำปีของผู้ที่รักการแสดงได้มาร่วมตัวกันและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆทางด้านการแสดงของไทย รวมถึงการส่งเสริมให้นำการแสดงของที่มีคุณภาพนั้นไปจัดโชว์ในต่างประเทศด้วย (Road show) เพื่อยกย่องให้นักแสดงของคนไทยให้มีความน่าสนใจในตลาดเอเชียและตลาดโลกมากขึ้น

บทที่ 6

งบการเงิน

6.1 ข้อสมมติในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

จากแผนดำเนินการในประเด็นต่างๆ และการกำหนดรูปแบบธุรกิจ มีรายละเอียดและเหตุผลประกอบ ตามรายละเอียดต่อไปนี้

1. คาดการณ์การงบการเงินของสถาบันล่วงหน้า 10 ปี เริ่มจาก เดือนมกราคม 2553 ถึงเดือน ธันวาคม 53 โดยทางสถาบันจะใช้เวลาในการดำเนินการ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 จากนั้นจะเริ่มเปิดสอนตั้งแต่เดือนมกราคม 2553

2. สถาบันมีการสอน และบริการในแต่ละปี 1 โดยมีการสอนการแสดงหลักสูตรสำหรับเด็ก เยาวชน บุคคลทั่วไป ทั้งหลักสูตรระยะสั้น และ หลักสูตรระยะยาว

ตารางที่ 45: แสดงจำนวนผู้เรียนของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

ปีที่เปิดดำเนินการ	จำนวนคอร์สที่เปิดสอน(1 คอร์ส/20 คน)			
	หลักสูตรระยะสั้น			หลักสูตรระยะยาว
	อายุ3-11ปี	อายุ12-18ปี	อายุ 19 ปีขึ้นไป	72 ชั่วโมงขึ้นไป
2553	36	42	27	7
2554	40	46	30	9
2555	44	52	34	12
2556	48	56	37	14
2557	52	59	40	18
2558	54	60	44	18
2559	54	60	44	20

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 45 :(ต่อ)แสดงจำนวนผู้เรียนของศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

2560	54	60	44	20
2561	59	64	46	20
2562	59	64	46	20
รวม	500	563	392	138

3. มีรายได้อื่น ๆ มาจาก

- ราคาจำหน่ายค่าลงทะเบียนแรกเข้า
- ค่าเช่าพื้นที่ร้านอาหารว่าง เครื่องดื่ม (ให้เช่าร้านขายกาแฟบริเวณชั้น1)
- ราคาเช่าห้องสำหรับซ้อมการแสดง (ห้องว่าง 80 ชม. / เดือน)
- รายได้จากการจัดกิจกรรม (Sponsor Audition 2 ครั้ง/ปี)
- รายได้จากการจัดหางานให้นักเรียน (หัก 20% จากรายได้ของนักแสดง)
- รายได้จากการจัดกิจกรรม Workshop (จัดปีละ 2 ครั้ง)
- รายได้จากการจัดกิจกรรมทัวร์สัมมนาวิชาการแสดงในต่างประเทศ (1 ครั้ง/ปี)

4. การก่อตั้งสถาบันใช้เงินทุนประมาณ 12 ล้านบาท โดยเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการ 7,488,000 ล้านบาท และเงินกู้จากธนาคารภายในประเทศ 4,700,000 ล้านบาท

6.2 การประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวม

ต้นทุนเงินลงทุนรวม เป็นเงินลงทุนถาวร ประกอบด้วย เงินทุนในสินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ

ตารางที่ 46 : การประมาณเงินลงทุนถาวร (ก่อนดำเนินการ)

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่ามัดจำอาคาร 4 ชั้น	540,000	ค่าเช่า 45000 บาท ต่อเดือน 450 ตารางเมตร
ค่าตกแต่งภายนอกและภายใน ศูนย์ฯ	6,750,000	ตารางเมตรละ 15,000 บาท
เครื่องใช้สำนักงาน	500,000.00	
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท	50,000.00	
ค่าวิจัยการตลาด	2,000,000.00	
ค่าดำเนินการจดทะเบียนเป็น โรงเรียนในสังกัด กระทรวงศึกษาธิการ	50,000.00	
ค่าวิจัย/พัฒนาหลักสูตร	200,000	
ค่าอุปกรณ์ประกอบการสอน	1,000,000	
รวม	11,090,000	

ดังนั้นเงินลงทุนรวมทั้งหมดก่อนดำเนินการของสถาบันประมาณ 11,090,000 บาท

6.3 การประมาณการต้นทุนการบริการ

ตารางที่ 47 : การประมาณการต้นทุนการบริการ

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าเช่าพื้นที่	540,000 บาท / ปี	ราคาเช่ารายเดือน 45000/เดือน
ค่าจ้างเงินเดือนพนักงาน 12 คน	2,982,000 บาท / ปี	ค่าจ้างเพิ่มขึ้นปีละ 5 %
ค่าสวัสดิการพนักงาน	89,460 บาท / ปี	ค่าสวัสดิการขึ้นปีละ 3 %
ค่าอาจารย์พิเศษ	ชั่วโมงละ 1500 – 2500 บาท	เพิ่มขึ้นตามจำนวนคอร์ส
ค่าผู้ช่วยสอนการแสดง	20,000 บาท / เดือน	
ค่าการสื่อสารทางการตลาด	2,000,000 บาท/ปี	
ค่าวิจัยตลาดและพัฒนาหลักสูตร	200,000 บาท/ปี	
ค่าเสื่อมเครื่องใช้สำนักงาน	100,000 บาท / ปี	
ค่าเสื่อมตกแต่งภายใน	1,360,000 บาท/ปี	
ค่าเสื่อมอุปกรณ์อื่นๆ	180,000 บาท / ปี	
ค่าจ้างออแกไนเซอร์ในการจัดงานกิจกรรม	2,000,000 บาท/ปี	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 47 (ต่อ) : การประมาณการต้นทุนการบริการ

รายจ่าย	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าสาธารณูปโภค	36,000 / ปี	
ค่าพัฒนาและซ่อมบำรุงอุปกรณ์	100,000/ ปี	ปรับปรุงทุกปีที่ 5
ค่าซ่อมบำรุงเครื่องใช้สำนักงาน	100,000/ ปี	ปรับปรุงทุกปีที่ 5

6.4 การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุนและการใช้คืน

การจัดตั้งสถาบันใช้เงินทุน โดยรวมประมาณ 12 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนมาจาก 2 แหล่ง คือ

1. แหล่งเงินทุนภายใน มาจากเจ้าของสถาบันประมาณ 7,488,000 ล้านบาท ในช่วงแรกของการเปิดกิจการ

2. แหล่งเงินทุนภายนอก ขอกู้จากธนาคารภายในประเทศ 4,700,000 ล้านบาท

ซึ่งเงินทุนการดำเนินงานที่ได้จากทั้ง 2 แหล่งนี้ จะนำมาใช้ในการเช่าอาคารพาณิชย์ ค่าอุปกรณ์สำนักงานค่าใช้จ่ายอุปกรณ์การเรียน ค่าตกแต่งภายใน ห้องเรียน ค่าวิจัย/พัฒนาหลักสูตร ค่าสื่อสารการตลาด และค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านอื่นๆ

6.4.1 เงื่อนไขการกู้

1. ทางสถาบันจะเริ่มทำสัญญาการกู้ในปีแรก
2. เงินขอกู้จะเบิกมาก่อนทางสถาบันจะเปิดให้บริการ 3 เดือน
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MRR = 8 % โดยมีอัตราดอกเบี้ยคงที่
4. การชำระเงินกู้และดอกเบี้ยให้ชำระทุกๆ ปี เป็นระยะเวลา 10 ปี โดยจะเริ่มชำระดอกเบี้ยเมื่อสิ้นปี 2552 และเงินต้นจะผ่อนชำระปีละ 480,000 บาท เป็นเวลา 10 ปี โดยจะเริ่มชำระในปี 2553 เป็นปีแรก

6.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

จากการวิเคราะห์ สถาบันต้องมีการลงทุนในการเปิดบริการ ด้านการสอน เป็นการจัดตั้งที่ต้องใช้เงินทุนพอสมควร ดังนั้นเพื่อให้ผู้ลงทุนแน่ใจว่าควรจะมีการลงทุนหรือไม่ จึงต้องมีการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน โดยนำเอาเวลาของความสำคัญเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยในที่นี้จะเลือกเอาเกณฑ์การตัดสินใจ ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
3. อัตราผลตอบแทนของ โครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

ตารางที่ 48 : สรุปผลตอบแทนทางการเงิน

	Best Case	Most Likely	Worst Case
Payback Period	1 ปี 10 เดือน	2 ปี 8 เดือน	4 ปี 11 เดือน
NPV	62,962,926	48,918,327	20,829,131
IRR	71.18 %	57.29 %	30.04 %
Discount Rate	8 %		

6.6 งบกระแสเงินสดกรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

Payback Period 2 ปี 8 เดือน

NPV 48,918,327

IRR 57.29 %

กรณีที่ขายได้ตามที่การคาดหวังรายได้ตามแนวโน้มการตลาดที่ได้วางแผนไว้จะต้องมีการดำเนินการตามแผนและคุณภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอเพื่อปรับให้สอดคล้องกลุ่มเป้าหมายทำให้สามารถทำกำไรตามแผนที่วางไว้ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ตารางที่ 49 : งบกระแสเงินสด; กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case)

Idol Academy Star Coaching ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ												
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
เงินลงทุน												
ที่ดิน												
เงินสด												
รวมเงินลงทุน												
กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)												
รายได้จากการขาย												
รวมกระแสเงินสดรับ												
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)												
ค่าเช่าสถานที่ (ค่าเช่าล่วงหน้า 12 เดือน)												
ค่าตอบแทนใน												
ค่าตอบแทนพนักงาน												
ค่าเสื่อมราคาที่ดิน												
ค่าเสื่อมราคารถยนต์												
ค่าจ่าย/พัฒนาหลักสูตร												
ค่าดำเนินการจดทะเบียนเป็นโรงเรียนในสังกัด:												
ค่าโฆษณาตั้งบริษัท												
ค่าอุปกรณ์ประกอบการสอน												
ต้นทุนการขาย												
ค่าโฆษณาในການและบริหาร												
ค่าเช่าสำนักงาน												
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน												
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน												
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การสอน												
ดอกเบี้ยจ่าย												
ภาษีเงินได้ (30%)												
รวมกระแสเงินสดจ่าย												
กำไรสุทธิ												
บวก ค่าเสื่อมราคา												
บวก เงินทุนหมุนเวียน												
บวก มูลค่าขาดออกแสดงภายใน												
บวก มูลค่าขาดอุปกรณ์สำนักงาน												
บวก มูลค่าขาดอุปกรณ์การสอน												
หัก ชำระคืนเงินต้น												
หัก เงินปันผล												
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)												
Payback Period												
ประมาณการ 2 ปี 8 เดือน												

ตารางที่ 50: ค่าการขยายอายุปี 2553 (Most Likely Case) (ตารางมีต่อ)

ค่าการขยายอายุ	คอร์ส(ปีที่1)	จำนวนนักเรียน(คน)/ Unit	ราคาขายต่อคอร์ส/ราคาต่อหน่วย(บาท)
ราคาจำหน่ายหลักสูตรระยะสั้น			
Acting for kid (เด็กเล็ก อายุ 3-11 ขวบ)			
การแสดงพื้นฐาน 1	15 คอร์ส	150	975,000
การแสดงพื้นฐาน 2	10 คอร์ส	100	650,000
การแสดงเพื่อพัฒนาศิลปะการแสดง	5 คอร์ส	50	325,000
การแสดงภาพยนตร์ละครโทรทัศน์	3 คอร์ส	30	195,000
การแสดงสำหรับการถ่ายแฟชั่น/เดินแฟชั่นโชว์	3 คอร์ส	30	195,000
รวม		360	2,340,000
Acting for Teen (วัยรุ่น 12-18 ปี)			
การแสดงพื้นฐาน 1	15 คอร์ส	150	1,275,000
การแสดงพื้นฐาน 2	10 คอร์ส	100	850,000
การแสดงเพื่อพัฒนาศิลปะการแสดง	5 คอร์ส	50	425,000
การแสดงสำหรับการแสดงภาพยนตร์	2 คอร์ส	20	190,000
การแสดงสำหรับภาพยนตร์ละครโทรทัศน์	2 คอร์ส	20	190,000
การแสดงสำหรับละครเวที /ละครเพลง	2 คอร์ส	20	190,000
การแสดงแบบเวทีสำหรับนักเรียน	2 คอร์ส	20	240,000
การแสดงสำหรับศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย	2 คอร์ส	20	240,000
การแสดงสำหรับการถ่ายแฟชั่น/เดินแฟชั่นโชว์	2 คอร์ส	20	190,000
การแสดงสำหรับการนำเสนองานต่อหน้าที่สาธารณะชน	2 คอร์ส	10	95,000
รวม		430	3,885,000
Acting สำหรับผู้ใหญ่ (19 ปีขึ้นไป)			
การแสดงพื้นฐาน 1	15 คอร์ส	150	1,275,000
การแสดงพื้นฐาน 2	10 คอร์ส	80	680,000
การแสดงเพื่อพัฒนาศิลปะการแสดงสำหรับผู้ใหญ่ (อายุ 31-60 ปี)	2 คอร์ส	20	240,000
การแสดงสำหรับการนำเสนองานต่อหน้าที่สาธารณะชน	1 คอร์ส	10	120,000
หลักสูตรการแสดงเฉพาะบุคคล หรือ กลุ่มย่อยส่วนบุคคล(ชั่วโมงเรียน 24 ชั่วโมง)	1 คอร์ส	20	700,000
รวม		280	3,015,000

ตารางที่ 50: (ต่อ) คาดการยอดขายปี 2553 (Most Likely Case)

ราคาจำหน่ายหนังสือระยะยาว (ขายนักเรียน 72 ชม.)					
การแต่งสำหรับภาคใต้แล้วแต่แสดงภาพยนตร์/ละคร	3 คอรัส	20	45000	900,000	
การแต่งสำหรับเตรียมตัวประกวดการแสดงระดับประเทศ หรือ นานาชาติ	3 คอรัส	10	45000	450,000	
หนังสือสรรเสริญการแต่งพัฒนาศิลปิน และการเตรียมพร้อมเพื่อเป็นศิลปินมืออาชีพ	3 คอรัส	50	45000	2,250,000	
รวม		80			
หนังสือวิชาการแสดงสำหรับบุคคลทั่วไป					
วิชาการแสดงในการพูดต่อหน้าสาธารณะชน	3 คอรัส	120	6500	780,000	
การแต่งหน้าเพื่อการแสดง	3 คอรัส	120	6500	780,000	
การแต่งหน้าแบบเกาหลี	3 คอรัส	120	6500	780,000	
หนังสือวิชาการแสดงให้กับสถาบันการศึกษา					
การสอนละครเด็กเพื่อส่งเสริมพัฒนาการและรู้จักการเข้าสังคม	2 คอรัส	2	50000	100,000	
การสอนการจัดการแสดงละครสำหรับเด็กนักเรียน ระดับ มัธยมศึกษาต้น - มัธยมศึกษาสาย	2 คอรัส	2	50000	100,000	
การสอนละครเคมีละครภาคฤดูร้อน (โรงเรียนรัฐบาล และ โรงเรียนนานาชาติ)	2 คอรัส	2	50000	100,000	
รวม		366		6,240,000	
รายได้อื่นๆ					
ราคาจำหน่ายตำลึงทะเลเป็นเงินแรกเข้า (ค่ามัคคุเทศก์เรียน และ การทำข้อมูลประวัติเป็นนักเรียนในสังกัด)					
ค่าเข้าพื้นที่ร้านอาหารว่าง เครื่องดื่ม (ให้เข้าร้านขายยาแพคเกจขึ้น1)		1,516	500	758,000	
ราคาเช่าห้องสำหรับขอมการแสดง (ห้องว่าง 80 ชม. / เดือน)		12	15000	180,000	
รายได้จากการจัดกิจกรรม (Sponsor Audition 2 ครั้ง/ปี)		36	1000	36,000	
รายได้จากการจัดหางานให้นักเรียน(20%)		2	1500000	3,000,000	
รายได้จากการจัดกิจกรรม workshop (จัดปีละ 2 ครั้ง รับนักเรียนจำนวน 20 คน)		10	100000	1,000,000	
รายได้จากการจัดกิจกรรมสัมมนาวิชาการเกี่ยวกับการแสดงส่งนักเรียนไป workshop ในต่างประเทศจัดปีละ 1 ครั้ง		40	15000	600,000	
รายได้จากการจัดกิจกรรมสัมมนาวิชาการเกี่ยวกับการแสดงส่งนักเรียนไป workshop ในต่างประเทศจัดปีละ 1 ครั้ง		30	45000	1,350,000	
รายได้รวมจากการขายรวมทั้งหมด					
				21,054,000	

ตารางที่ 51: งบกำไรขาดทุน (Income Statement)

ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปินการแสดง งบประมาณกำไรขาดทุน สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2552	
รายได้	
ขาย	
ต้นทุนขาย	
กำไรขั้นต้น (Gross profit)	-
ค่าใช้จ่าย	
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(50,000)
ค่าดำเนินการจัดตั้งบริษัท	(50,000)
ค่าดำเนินการจดทะเบียนเป็นโรงเรียนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ	
รวมค่าใช้จ่าย	(100,000)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	(100,000)
ดอกเบี้ยจ่าย	
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	(100,000)
ภาษีเงินได้ (30%)	
กำไรสุทธิ	(100,000)
Idol Academy Star Coaching งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2552	
กำไรสะสมต้นงวด	-
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(100,000)
เงินปันผล	
กำไร(ขาดทุน)สะสมปลายงวด	(100,000)

ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปินการแสดง งบประมาณกำไรขาดทุน สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2553	
รายได้	
ขาย	21,054,000
ต้นทุนขาย	(3,660,000)
กำไรขั้นต้น (Gross profit)	17,394,000
ค่าใช้จ่าย	
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(8,131,460)
ค่าเช่าสถานที่	(540,000)
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน	(665,000)
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	(100,000)
ค่าเสื่อมอุปกรณ์การสอน	(180,000)
รวมค่าใช้จ่าย	(9,616,460)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	7,777,540
ดอกเบี้ยจ่าย	(329,000)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	7,448,540
ภาษีเงินได้ (30%)	(2,234,562)
กำไรสุทธิ	5,213,978
Idol Academy Star Coaching งบประมาณกำไรสะสม สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2553	
กำไรสะสมต้นงวด	(100,000)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	5,213,978
เงินปันผล	(374,400)
กำไรสะสมปลายงวด	4,739,578

ตารางที่ 52: แสดงงบดุล (Balance Sheet)

ศูนย์ฝึกและพัฒนาบุคลากรแสดง งบดุล	
วันที่ 31 ธันวาคม 2552	
สินทรัพย์	หนี้สินและทุน
สินทรัพย์หมุนเวียน	หนี้สิน
เงินสด	เงินกู้ธนาคาร
12,188,000	4,700,000
	ส่วนของผู้ถือหุ้น
	หุ้นทุน
	7,488,000
รวมสินทรัพย์	รวมหนี้สินและทุน
12,188,000	12,188,000
ศูนย์ฝึกและพัฒนาบุคลากรแสดง งบดุล	
วันที่ 31 ธันวาคม 2553	
สินทรัพย์	หนี้สินและทุน
สินทรัพย์หมุนเวียน	หนี้สิน
เงินสด	เงินกู้ธนาคาร
6,402,578	4,220,000
ค่านัดจำอาคาร	
540,000	
ค่าสื่อสารการตลาด	
2,000,000	
ค่าวิจัย/พัฒนาหลักสูตร	
200,000	
	ส่วนของผู้ถือหุ้น
	หุ้นทุน
	7,488,000
	กำไรสะสม
	4,739,578
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	
ตกแต่งภายใน	
6,750,000	
ค่าเสื่อมราคาตกแต่งภายใน	
(665,000)	
อุปกรณ์สำนักงาน	
500,000	
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	
(100,000)	
ค่าอุปกรณ์ประกอบการสอน	
1,000,000	
ค่าเสื่อมอุปกรณ์ประกอบการสอน	
(180,000)	
รวมสินทรัพย์	รวมหนี้สินและทุน
16,447,578	16,447,578

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาโครงการจัดตั้ง “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง” ทำให้ผู้ศึกษาได้เรียนรู้การบริหารจัดการธุรกิจสถาบันสอนการแสดงได้อย่างชัดเจนและเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย สภาพปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเห็นถึงความเป็นไปได้ในการจัดศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงที่มีการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียน เป็นการดำเนินธุรกิจการพัฒนาบุคลากรนักแสดง ศิลปิน ควบคู่ไปส่งเสริมให้ผู้จบหลักสูตรเหล่านั้นได้มีโอกาสในการประกอบอาชีพจริง โดยมีแนวทางในการบริหารจัดการที่ชัดเจนในการเชื่อมโยงสู่ภาพธุรกิจบนเวทีด้านงานแสดงอย่างเป็นรูปธรรม มีการจัดหางานให้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้เรียนนั้นได้บรรลุเป้าหมายในการเข้ามามีการแสดงกับศูนย์ฯ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประเภทสถาบันสอนศิลปะการแสดงนั้นมีโอกาสประสบความสำเร็จ นอกจากนี้แล้วศูนย์ฯต้องมีแผนการบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพคุ้มค่า เพิ่มมีความสามารถในการแข่งขันในตลาด จนทำให้สามารถแบ่งส่วนตลาดและเป็นผู้นำตลาดจากการวิจัยนี้ทำให้เกิดการเรียนรู้ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทราบถึงความสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรศิลปะการแสดงว่าต้องมีหลักสูตรที่ความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนในปัจจุบันทั้งการนำไปประกอบอาชีพ ดารา นักแสดง หรือ การนำวิชาการแสดงมาประยุกต์ใช้การทำงานอาชีพของแต่ละบุคคล แม้แต่การนำศิลปะการแสดงไปใช้ชีวิตประจำวันเป็นหลักสูตรระยะสั้น และหลักสูตรระยะยาว สำหรับผู้ที่มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นนักแสดงมืออาชีพ
2. ได้ทราบถึงความสำคัญในการสร้างความแตกต่างและการวางตำแหน่งทางการตลาดให้ชัดเจน ทั้งภาพลักษณ์ภายใน-ภายนอก เนื้อหาวิชาการ คณาจารย์ ผู้สอนที่มีชื่อเสียง การส่งเสริมให้ผู้เรียนมีโอกาสแสดงความสามารถ การสร้าง

ความน่าเชื่อถือในการเป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำ เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้สถาบันก้าวสู่ความสำเร็จได้ในระยะเวลารวดเร็ว ทำให้มีรายได้และเงินทุนได้เร็ว

3. ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะการแสดงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างเครือข่ายธุรกิจร่วมกับภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อช่วยเหลือธุรกิจในด้านต่างๆ ทั้งด้านบุคคลกร ด้านการเงิน การส่งเสริมการดำเนินธุรกิจร่วมกันหรือค้นหาความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจร่วมกันในอนาคต มองหาพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสในการเติบโต สร้างแข็งแกร่ง ความน่าเชื่อถือ ลดต้นทุนและเพิ่มช่องทางในการหารายได้
4. ธุรกิจสถาบันสอนศิลปะการแสดงต้องแผนการบริหารงานอย่างเป็นระบบแต่ต้องมีความยืดหยุ่นทำให้การความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงได้ มีการทำแผนสำรอง มีการประเมินผลการตรวจสอบสถานการณ์ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอยู่เสมอ

7.1 สรุปประเด็นปัญหาในการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยและจัดทำแผนธุรกิจในการตั้ง “ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง”

1. ในปัจจุบันธุรกิจประเภทสถาบันสอนศิลปะการแสดงนั้นมีการแข่งขันสูงขึ้นทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรได้อย่างเจาะลึกตามที่ได้วางแผนไว้ เนื่องประเด็นคำถามบางข้อนั้นที่เป็นความลับด้านธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการตลาดที่แท้จริงได้
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้บริหารแต่ท่านมีทัศนคติ และวิธีการดำเนินธุรกิจและขนาดองค์กรที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงรูปแบบการดำเนินการของทั้งสถาบันขนาดใหญ่ และสถาบันขนาดเล็ก มีบางประเด็นที่ไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ เช่น ส่วนแบ่งตลาด จำนวนผู้เรียนในแต่ละปี เป็นต้น

3. ในการทำ Survey Research จำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติมไปถึงกลุ่มเป้าหมายของโครงการที่กระจายอยู่ทั่วประเทศมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความต้องการที่กว้างขวางมากขึ้น และขณะทำการตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมักต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้จัดทำโครงการเช่นลักษณะของสถาบันและความแตกต่างจากสถาบันเดิม
4. ปัญหาที่พบในการแจกแบบสอบถามในกลุ่มที่เป็นเด็กในระดับประถมศึกษาจะมีการสื่อสารกันได้ยากลำบากในการสื่อสาร ทำให้สื่อความหมายผิดเพี้ยนทำให้ต้องเปลี่ยนเป็นการช่วยถามตอบเพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

7.2 ข้อเสนอแนะ

1. สถาบันสอนศิลปะการแสดงที่จะเปิดให้บริการควรมีการพัฒนาหลักสูตรและมีการส่งเสริมอาชีพอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียน ณ ขณะนั้น
2. สามารถเพิ่มหลักสูตรการแสดงในแขนงอื่นๆ เช่น การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อการแสดง การเขียนบท การเต้นรำ ใช้อีกในอนาคต
3. ศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายกิจการไปเข้าสู่ระบบ สถาบันศึกษาเทคนิคการแสดงเอกชน นอกกระบบเต็ม หรือ การขยายสาขาเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงการเรียนการสอนของสถาบันได้ง่ายขึ้นในอนาคต
4. ศึกษาความเป็นไปได้ในการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการพัฒนาศิลปิน และสร้างเครือข่ายนักแสดงส่งไปแลกเปลี่ยนความรู้ในต่างประเทศเพื่อนำความรู้มาพัฒนาวงการบันเทิงต่อไป

7.3 การวางแผนสำรองกรณีได้ผลกำไรมากที่สุด (Best Case) และแผนสำรองกรณีได้ผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

กรณีได้ผลกำไรมากที่สุด (Best Case)

Payback Period	1 ปี 10 เดือน
NPV	62,962,926
IRR	71.18 %

ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยส่งเสริมที่ทำให้ธุรกิจการแสดงเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ขายได้สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ 10 % ในกรณีดังกล่าวจะต้องมีแผนรองรับการขยายตัวที่เหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการใน ขณะนั้นได้ทันทั่วถึง เพื่อรักษาประโยชน์และกำไรไว้ให้ได้มากที่สุด โดยมีแผนดังนี้

1. การเตรียมพร้อมให้ศูนย์รองรับผู้เรียนได้และมีพื้นที่ที่สามารถขยายห้องเรียนเพิ่มเติมได้ หรือต้องมีการเตรียมขยายสาขาในอนาคต
2. การเพิ่มจำนวนผู้อาจารย์ผู้สอนให้สอดคล้องกับจำนวนผู้เรียนเพื่อรักษาคุณภาพและรักษารฐานลูกค้าไว้ให้ได้มากที่สุด
3. การเพิ่มหลักสูตรและขยายหลักสูตรที่ได้รับความนิยมให้เพียงพอกับความสนใจของผู้เรียน ณ ขณะนั้น

กรณีที่มีที่กำไรน้อยที่สุด (Worst Case)

Payback Period	4 ปี 11 เดือน
NPV	30.04 %
IRR	20,829,131

กรณีที่ขายได้น้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ 20 % เนื่องด้วยมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจด้านการแสดง ทำให้ถึงจุดคุ้มทุนได้ช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้ จะต้องมีการวางแผนในการรักษายอดขายและรายได้ให้เพียงพอที่องค์กรจะอยู่รอดได้ เช่น ลดราคาใช้จ่าย หารายได้ด้านอื่นมาทดแทน โดยมีแผนดังนี้

1. การเตรียมหาธุรกิจเสริมเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ เช่น การท่องเที่ยวชมศิลปะวัฒนธรรม การพาไปชมการแสดงในต่างประเทศ ธุรกิจส่งเสริมการศึกษาศิลปะการแสดงในต่างประเทศ
2. การลดต้นทุน เน้นฝึกอบรมหลักสูตรที่ได้รับความนิยม และหลักสูตรที่สร้างชื่อเสียงให้สถาบันเป็นหลัก
3. เตรียมแผนสู่การขยายเป็น “สถาบันเทคนิคการแสดง” เพื่อลดค่าใช้จ่ายภาษีนิติบุคคล

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

- ก่อ กมลพัฒนาะ. (2540). โรงเรียนสอนการแสดง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- สดีไส พันธ์ธูมาโกมล. (2538). ศิลปะของการแสดง (ละครสมัยใหม่). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์. (2532). วิธีการทางการเงินสำหรับผู้บริหารเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด.
กรุงเทพมหานคร: ธรรมนิติการบัญชีและภาษีอากร
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร
- เพ็ญญา ดีประเสริฐวงศ์. (2538). สถาบันสอนการแสดง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- อดุลย์ จาตรงกุล. (2541) หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อดุลย์ จาตรงกุล. (2547) หลักการตลาดเชิงกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กาญจนา นาคสกุล. (2525). ประวัติคณะอักษรศาสตร์หนังสืออักษรศาสตร์ 50 ปี. กรุงเทพมหานคร
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักทะเบียนและประมวลผล. (2544). คณะอักษรศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์ภาษาไทย

พนิตนาฏ อดิษฐ์.(2545).โรงเรียนสอนการแสดงในฐานะ SMEs: ลักษณะการจัดองค์กรและการจัดการ.โครงการทางวัฒนธรรมศิลปศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วราณูช วัฒนศัพท์. (2550) .โครงการจัดตั้งศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเยาวชน จังหวัดขอนแก่น.โครงการศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สกากริน เกิดเปี่ยม.(2549).โครงการจัดตั้งโรงเรียนทางเลือกบ้านละครชุมชนมหาสารคาม.โครงการศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารจากอินเทอร์เน็ต

ส่งออกจับมือกลุ่มธุรกิจบันเทิงไทย จัดงานมหกรรมบันเทิงไทย52 หวังสร้างธุรกิจต้นตลาดบันเทิงไทยสู่ตลาดโลก.การกระทรวงพาณิชย์.สืบค้นวันที่ 25 กันยายน 2552 จาก

<http://www.depthai.go.th/DEP/DOC/52/52002587.doc>

รัฐบาลหวัง Creative Economy สร้างรากฐานเศรษฐกิจใหม่.ครีเอทีฟ ไทยแลนด์.สืบค้นวันที่

25 กันยายน 2552 จาก http://www.suthichaiyoon.com/WS01_A001_news.php?newsid

ภาควิชาศิลปะการแสดง.คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นวันที่ 25 กันยายน 2551 จาก

<http://www.th.wikipedia.org/wiki>

ประวัติความเป็นมา.ภัทราวดีเธียเตอร์. สืบค้นวันที่ 25 กันยายน 2551จาก

<http://www.patravadietheatre.com/index.php>

ประวัติความเป็นมา.โรงเรียนการแสดงบางกอกการละคร. สืบค้นวันที่ 26กันยายน 2551 จาก

<http://www.thaitv3.com/bangkokdrama/school.html>

ข่าวการเปิดสถาบันบ้านการแสดง สปีด วัน. บ้านการแสดง สปีด วัน. สืบค้นวันที่ 26 กันยายน 2551

จาก <http://dream.speed-one.com/modules.php?name=School>

ความเป็นมา. โรงเรียนศิลปะการแสดง ซูเปอร์สตาร์. สืบค้นวันที่ 4 มีนาคม 2552 จาก

<http://www.superstar-academy.com/th/about.html> 4 March 2009

สำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.(2552). สำนักการศึกษาออกระบบ

และศึกษาตามอัธยาศัย. สืบค้นวันที่ 26 กันยายน 2552 จาก <http://www.korsornor1.com/>

สัมภาษณ์

วรุฒิ ทัดบรรทม.การบริหารสถาบันกัณฑ์ ดราม่า สกูล.สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2552

ศิวบูรณ์ จิระวรานันท์ .การบริหารบ้านการแสดงสปีดวัน และบริษัท สปีดวัน อาร์ทิส แมนเนจเมนท์.

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2552

โชคชัย เจ็ญเจริญ. การบริหารสถาบันเจนเอ็กซ์ อคาเดมี่ สถาบันพัฒนาบุคลากรสายอาชีพบันเทิง

(Gen X Academy).สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2552



ภาคผนวก ก.

แบบสัมภาษณ์

สำหรับผู้บริหารสถาบันสอนศิลปะการแสดง

การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

โดย นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เอกสารที่ต้องการ

- ✓ ปรัชญา วิสัยทัศน์ ประวัติขององค์กรและผลงาน (Vision , Mission , History, Goal)

ประเด็นคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้บริหารสถาบันสอนศิลปะการแสดง

ส่วนที่ 1: ประเด็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดตั้งบริษัท

- ประวัติการก่อตั้งบริษัทเป็นอย่างไร (การเข้าสู่ธุรกิจ,ผู้ถือหุ้น,ทุนจดทะเบียน,วิสัยทัศน์,ภารกิจ,เป้าหมาย,ผลงานที่ผ่านมา)

ส่วนที่ 2: ประเด็นคำถามเกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการ

- จุดประสงค์
- บริษัทมีการบริหารจัดการในรูปแบบการวางแผน(Planning)การจัด โครงสร้างองค์กรและระบบการทำงาน(Organizing) การชักนำ(Leading) และการควบคุมอย่างไร(Controlling)
- ปัญหาที่พบและอุปสรรคในการทำงานของบริษัท
- จุดเด่นหรือภาพลักษณ์ของบริษัทเป็นอย่างไร
- จุดต่างของสถาบันของท่าน กับสถาบันอื่นๆ คืออะไร
- เป้าหมายในการดำเนินการ(Goal)
- ทางสถาบันของท่านมีการทำธุรกิจร่วมกับธุรกิจอื่นๆหรือ และถ้ามีเป็นธุรกิจอะไร

ส่วนที่ 3: ประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

- มีการวางแผนด้านการตลาดอย่างไรเกี่ยวกับ 4P's (Product Price Place Promotion)

- หลักสูตรที่สอนในปัจจุบันเปิดสอนอะไรบ้าง หลักสูตรใดที่ได้รับความสนใจมากที่สุด
- หลักสูตรที่โดดเด่นที่สุดของสถาบันคืออะไร ให้ความสำคัญกับหลักสูตรใดมากที่สุด
- หลักสูตรที่สอนศิลปะการแสดง หลักสูตรใดได้รับความสนใจมากที่สุด
- อัตราค่าเล่าเรียนประมาณเท่าไร ต่อ ระยะเวลาการเรียนนานเท่าไร
- มีกลยุทธ์ในการเลือก สถานที่ตั้งสถาบันอย่างไร
- ปัจจุบันมีจำนวนห้องเรียนกี่ห้อง ขนาดของห้องเรียน สามารถรองรับนักเรียนได้มากที่สุดกี่คน
- สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในสถาบัน
- อัตราค่าเช่าสถานที่ต่อเดือนประมาณเท่าไร
- ปัจจุบันมีช่องทางในการสื่อสารการตลาดทางใดบ้าง
- กลุ่มเป้าหมายหลักของสถาบันคือใคร
- ทราบว่าทางสถาบันมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ เป็น Agency ด้วยไม่ทราบมีลักษณะการเลือกนักเรียน มาอยู่ในสังกัดอย่างไร

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ _____

ตำแหน่ง _____

วัน/เดือน/ปี _____

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการ

แบบสอบถามประกอบโครงการวิจัยธุรกิจบันเทิง

โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงร่วมสมัย จังหวัดกรุงเทพ

ดิฉัน นางสาว จีติวรรณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สาขาบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังทำการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนา
ศิลปะการแสดงร่วมสมัย จังหวัดกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างสถาบันที่พัฒนาบุคลากร
ด้านการแสดงของเยาวชน อายุระหว่าง 10 – 14 ปี และ อายุ 15-18 ปี
กรุณาเลือกคำตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น (ยกเว้นในข้อที่มีหมายเหตุ)

ข้อมูลส่วนตัว

1. ท่านมีความสัมพันธ์กับเด็ก หรือ เยาวชนโดยเป็น

พ่อ แม่ ผู้ปกครอง

2. อายุ

น้อยกว่า 35 ปี 36 – 45 ปี 46 - 55 ปี 56 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน
 ทำธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน อื่นๆ โปรดระบุ.....

4.รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือน

น้อยกว่า 20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท
 40,001-50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป

คำถามสำรวจความคิดเห็น

5. ท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันสอนการแสดงผ่านสื่อใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต
 ป้ายโฆษณา (Cut out /Billboards) แผ่นพับ, โบปปลิว สื่อบริเวณใกล้

สถาบัน

6. ท่านรู้จักสถาบันสอนการแสดงจาก

- สื่อโฆษณา ผู้ปกครองท่านอื่นๆแนะนำ บุตรของท่าน
 ไม่รู้จัก อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ท่านสนใจให้ลูกของท่านเรียนเสริมทักษะด้านศิลปะ ดนตรี หรือการแสดงหรือไม่ และถ้าสนใจ อยากให้เรียนอะไรมากที่สุด

- ไม่สนใจ สนใจ (หมายเหตุ เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)
 ดนตรีสากล การแสดง ร้องเพลง
 ดนตรีไทย เต้น รำไทย อื่นๆ โปรดระบุ ...

8. ท่านส่งลูกเข้าเรียนในสถาบันการแสดงหรือใหม่ ถ้าเรียนลูกท่านกำลังเรียนคอร์สอะไร

- ไม่เรียน เรียน (หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 พื้นฐานการแสดง 1 พื้นฐานการแสดง 2
 ดนตรี ศิลปะ อื่นๆ โปรดระบุ

9. เหตุใดท่านจึงส่ง บุตรหลาน ของท่านเข้าเรียนในสถาบันสอนการแสดงมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- ต้องการให้ลูกใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ลูกมีความสนใจต้องการจะเรียนการแสดงเอง
 ต้องการให้ลูกของท่านเป็นนักแสดงในอนาคต เพิ่มความสามารถการแสดงของลูกให้ดีขึ้น
 อื่นๆ โปรดระบุ

10. ปัจจัยใดเป็นเหตุผลสำคัญที่ท่านผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียน การแสดงให้แก่ลูกท่าน คือ (หมายเหตุ เรียงลำดับจากมาก ไปถึงน้อย 1 คือสำคัญมากที่สุด)

- สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก บรรยากาศดี หลักสูตรที่เป็นที่ยอมรับ
 อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง ราคาที่เหมาะสม หลักสูตรที่สามารถประกอบอาชีพได้จริง
 อื่นๆ โปรดระบุ

11. ถ้ามีการจัดตั้งสถาบันสอนการแสดงแห่งใหม่เกิดขึ้น ท่านคิดว่าควรตั้งอยู่ที่ใด

- ใกล้รถไฟฟ้า BTS ใกล้สถาบันสอนพิเศษ ห้างสรรพสินค้า อื่นๆ โปรดระบุ

12. ท่านคาดหวังผลอะไรจากการส่งลูกของท่านมาเรียนที่โรงเรียนสอนการแสดงมากที่สุด

- เรียนจบแล้วมีงานด้านการแสดงให้ทำจริง ได้เป็นดารา นักแสดง
 สามารถนำความรู้ที่ได้มาใช้กับชีวิตประจำวัน พัฒนาบุคลิกภาพ เข้าสังคมได้ดี
 สามารถนำความรู้ไปใช้เทียบวุฒิในระดับมหาวิทยาลัยได้
 อื่นๆ โปรดระบุ

13. ถ้าหากโรงเรียนสอนการแสดงมีการจัดกิจกรรมพิเศษ ท่านสนใจอยากส่งลูกของท่านเข้าร่วมกิจกรรมประเภทใด

- การคัดเลือกเข้าไปนักเรียนการแสดงของโรงเรียน (ออ디션) การประกวดแข่งขันการแสดง
 การทดสอบวัดผลความรู้ด้านการแสดง การแสดงผลงานต่อสาธารณะ
 อื่นๆ โปรดระบุ

14. หากมีการจัดตั้งสถาบันสอนศิลปะการแสดงสำหรับเยาวชน อายุตั้งแต่ 10 -18 ปี เพื่อเป็นสถาบันที่ช่วยพัฒนาบุคลากรด้านการแสดงให้มีความสามารถเป็นที่ยอมรับ รวมถึงเป็นตัวแทนในการจัดหางานด้านการแสดงให้แก่ผู้เรียนจบหลักสูตรตามความสามารถของแต่ละบุคคล ท่านสนใจที่จะส่งลูกของท่านมาเรียนในสถาบันฯ แห่งนี้หรือไม่

- สนใจ ไม่สนใจ

15. วิชาศิลปะการแสดง ประเภทไหนที่สนใจอยากให้ลูกของท่านเรียนมากที่สุด

- การแสดงสากลแบบร่วมสมัย การแสดงศิลปะวัฒนธรรมไทย

16. ถ้ามีการจัดตั้งสถาบันสอนการแสดงแห่งนี้ขึ้น ท่านสนใจหลักสูตรใดมากที่สุด (กรุณาเรียงลำดับจากมากไปถึน้อย 1 – 8 โดย 1 คือหลักสูตรที่สนใจมากที่สุด)

- หลักสูตรการแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ หลักสูตรการแสดงสำหรับภาพยนตร์
 หลักสูตรการแสดงสำหรับละครโทรทัศน์ หลักสูตรการแสดงสำหรับละครเวที/ละครเพลง

- หลักสูตรการแสดงบนเวทีสำหรับนักเรียน หลักสูตรการแสดงสอบเข้ามหาวิทยาลัย
 หลักสูตรการแสดงสำหรับการนำเสนองาน หลักสูตรการแสดงสำหรับการถ่ายแบบแฟชั่น

17. อัตราค่าเล่าเรียนที่ท่านคิดว่าเหมาะสม สำหรับการเรียน 12 ครั้ง/ 24 ชม. (ระยะเวลา 3 เดือน) คือ

- น้อยกว่า 2,500 บาท 2,501 – 3,000 บาท 3,001 – 3,500 บาท 3,501 – 4,000 บาท
 4,501 – 5,000 บาท 5,001 – 6,000 บาท 6,001 – 6,500 บาท 6,501 – 7,000 บาท

18. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับเยาวชน

แบบสอบถามประกอบโครงการวิจัยธุรกิจบันเทิง

โครงการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดงร่วมสมัย จังหวัดกรุงเทพ

ดิฉัน นางสาว จีติวรรณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สาขาบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังทำการสำรวจทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการจัดตั้งศูนย์ฝึกและพัฒนา
ศิลปะการแสดงร่วมสมัย จังหวัดกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างสถาบันที่พัฒนาบุคลากร
ด้านการแสดงของเยาวชน อายุระหว่าง 10 – 14 ปี และ อายุ 15-18 ปี
กรุณาเลือกคำตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น (ยกเว้นในข้อที่มีหมายเหตุ)

ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 10 ปี 10 – 14 ปี 15 - 18 ปี 18 ปีขึ้นไป

3. การศึกษาระดับ

ประถมศึกษาปีที่ 1-3 ประถมศึกษาปีที่ 4-6 มัธยมศึกษาตอนต้นปีที่ 1-3
 มัธยมศึกษาตอนต้นปีที่ 4-6 อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ในครอบครัว ส่วนใหญ่ใครเป็นคนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการให้กับคนในบ้าน

พ่อ แม่ ตัวเอง อื่นๆ โปรดระบุ.....

คำถามสำรวจความคิดเห็น

5. นื่องเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันสอนการแสดงผ่านสื่อใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต
 ป้ายโฆษณา (Cut out /Billboards) แผ่นพับ, โบปลิว สื่อบริเวณใกล้

สถาบัน

6. นื่องรู้จักสถาบันสอนการแสดงจาก

สื่อโฆษณา ผู้ปกครองแนะนำ เพื่อนบอกต่อ
 ไม่รู้จัก อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. นื่องๆสนใจเรียนเสริมทักษะด้านศิลปะ ดนตรี หรือการแสดงหรือไม่ และถ้าสนใจ อยากให้เรียนอะไรมากที่สุด

- ไม่สนใจ สนใจ (หมายเหตุ เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- ดนตรีสากล การแสดง ร้องเพลง
- ดนตรีไทย เต้น รำไทย อื่นๆ โปรดระบุ ...

8. นื่องๆสนใจเข้าเรียนในสถาบันการแสดงหรือใหม่ ถ้าเรียนนื่องจะเรียนคอลล์อะไร

- ไม่เรียน เรียน (หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- พื้นฐานการแสดง 1 พื้นฐานการแสดง 2
- ดนตรี ศิลปะ อื่นๆ โปรดระบุ

9. เหตุใดหลักที่นื่องๆสนใจเข้าเรียนในสถาบันสอนการแสดงมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ความสนใจต้องการจะเรียนการแสดงตนเอง
- ต้องการให้ลูกของท่านเป็นนักแสดงในอนาคต เพิ่มความสามารถทางการแสดงให้ดีขึ้น
- อื่นๆ โปรดระบุ

10. ปัจจัยใดเป็นเหตุผลสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนการแสดงของนื่องๆคือ

(หมายเหตุ เรียงลำดับจากมาก ไปถึน้อย 1 คือสำคัญมากที่สุด)

- สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก บรรยากาศดี หลักสูตรที่เป็นที่ยอมรับ
- อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง ราคาที่เหมาะสม หลักสูตรที่สามารถประกอบอาชีพได้จริง
- อื่นๆ โปรดระบุ

11. ถ้ามีการจัดตั้งสถาบันสอนการแสดงแห่งใหม่ นื่องๆคิดว่าควรตั้งอยู่ที่ใด

- ใกล้รถไฟฟ้า BTS ใกล้สถาบันสอนพิเศษ ห้างสรรพสินค้า อื่นๆ โปรดระบุ

12. นื่องๆคาดหวังผลอะไรจากการมาเรียนที่โรงเรียนสอนการแสดงมากที่สุด

- เรียนจบแล้วมีงานด้านการแสดงให้ทำจริง ได้เป็นดารา นักแสดง
- สามารถนำความรู้ที่ได้มาใช้กับชีวิตประจำวัน พัฒนาบุคลิกภาพ เข้าสังคมได้ดี
- สามารถนำความรู้ไปใช้เที่ยววุฒิในระดับมหาวิทยาลัยได้
- อื่นๆ โปรดระบุ

13. ถ้าหากโรงเรียนสอนการแสดงมีการจัดกิจกรรมพิเศษ น้องสนใจร่วมกิจกรรมประเภทใด

- การคัดเลือกเข้าไปนักเรียนการแสดงของโรงเรียน (ออ디션) การประกวดแข่งขันด้านการแสดง
 การทดสอบวัดผลความรู้ด้านการแสดง การแสดงผลงานต่อสาธารณะ
 อื่นๆ โปรดระบุ

14. หากมีการจัดตั้งสถาบันสอนศิลปะการแสดงสำหรับเยาวชน อายุตั้งแต่ 10 -18 ปี เพื่อเป็นสถาบันที่ช่วยพัฒนาบุคลากรด้านการแสดงให้มีความสามารถเป็นที่ยอมรับ รวมถึงเป็นตัวแทนในการจัดหางานด้านการแสดงให้แก่ผู้เรียนจบหลักสูตรตามความสามารถของแต่ละบุคคล ท่านสนใจที่จะส่งลูกของท่านมีเรียนในสถาบันฯ แห่งนี้หรือไม่

- สนใจ ไม่สนใจ

15. วิชาศิลปะการแสดง ประเภทไหนที่สนใจอยากมาเรียนมากที่สุด

- การแสดงสากลแบบร่วมสมัย การแสดงศิลปะวัฒนธรรมไทย

16. ถ้ามีการจัดตั้งสถาบันสอนการแสดงแห่งนี้ขึ้น น้องๆสนใจหลักสูตรใดมากที่สุด (กรุณาเรียงลำดับจากมากไปถึ้น้อย 1 – 8 โดย 1 คือหลักสูตรที่สนใจมากที่สุด)

- หลักสูตรการแสดงเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ หลักสูตรการแสดงสำหรับภาพยนตร์
 หลักสูตรการแสดงสำหรับละครโทรทัศน์ หลักสูตรการแสดงสำหรับละครเวที/ละครเพลง

- หลักสูตรการแสดงบนเวทีสำหรับนักเรียน หลักสูตรการแสดงเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย
 หลักสูตรการแสดงสำหรับการนำเสนองาน หลักสูตรการแสดงสำหรับการถ่ายแบบแฟชั่น

17. อัตราค่าเล่าเรียนที่ท่านคิดว่าเหมาะสม สำหรับการเรียน 12 ครั้ง/ 24 ชม. (ระยะเวลา 3 เดือน) คือ

- น้อยกว่า 2,500 บาท 2,501 – 3,000 บาท 3,001 – 3,500 บาท 3,501 – 4,000 บาท
 4,501 – 5,000 บาท 5,001 – 6,000 บาท 6,001 – 6,500 บาท 6,501 – 7,000 บาท

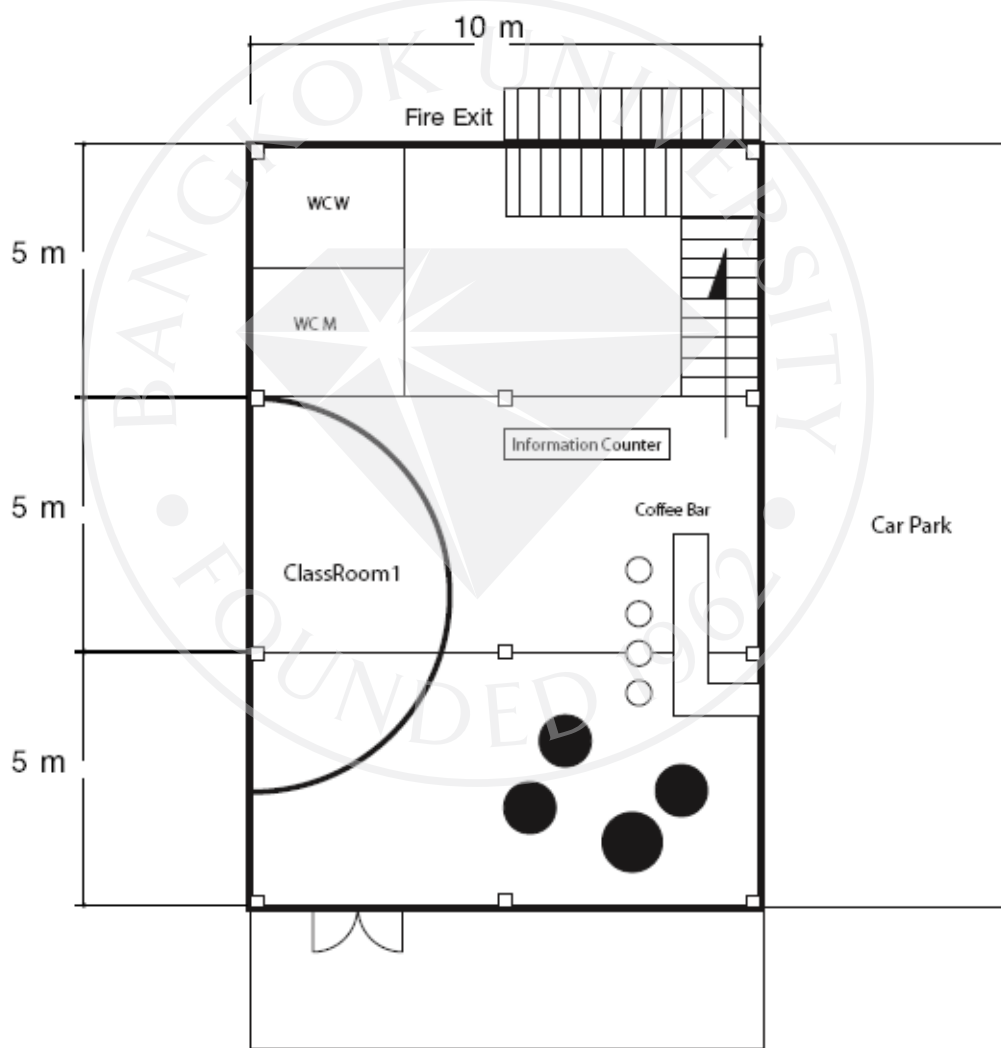
18. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

ภาคผนวก ก.

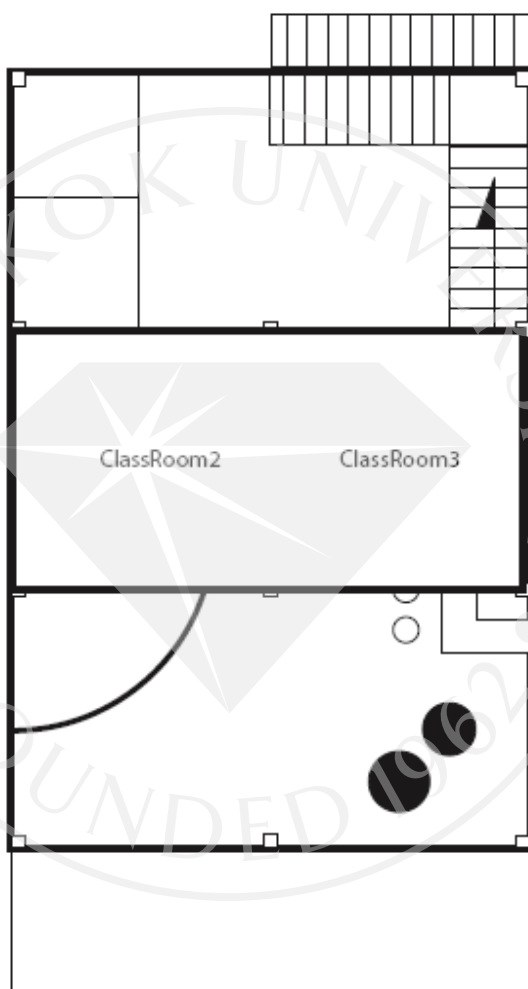
แผนผังอาคาร ศูนย์ฝึกและพัฒนาศิลปะการแสดง

ชั้น 1 ขนาดพื้นที่ 150 ตร.ม



① Floor

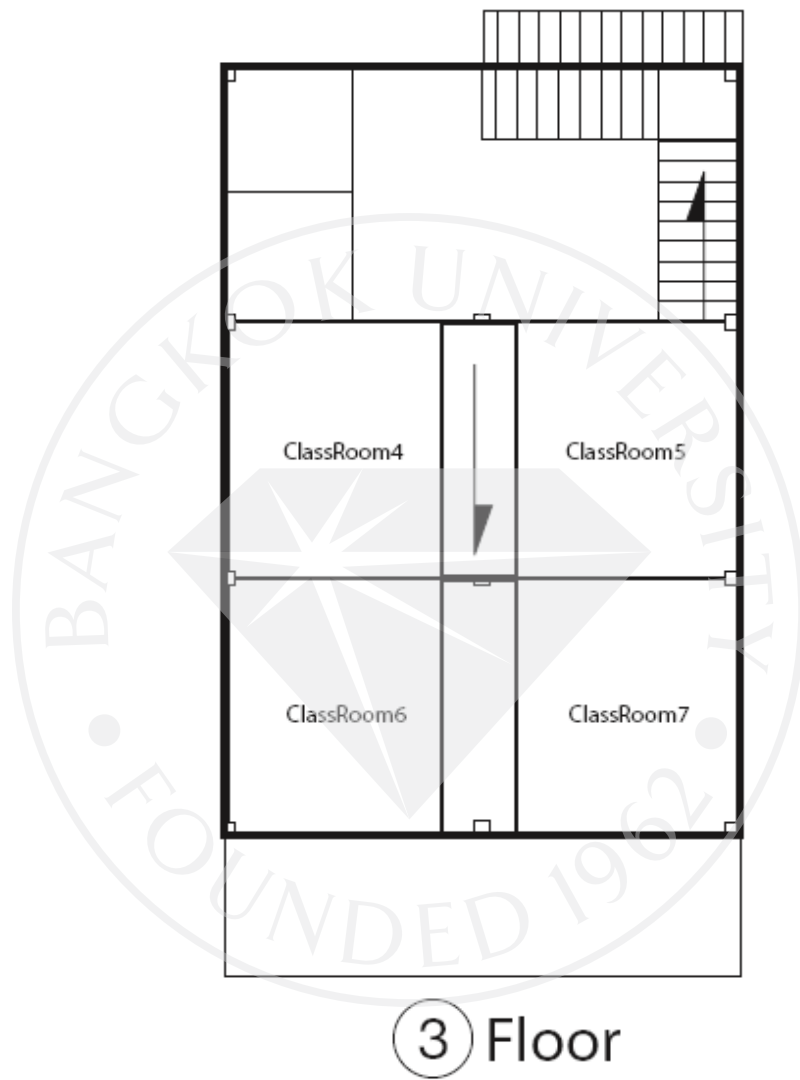
ชั้น 2 ขนาดพื้นที่ 100 ตร.ม



② Floor

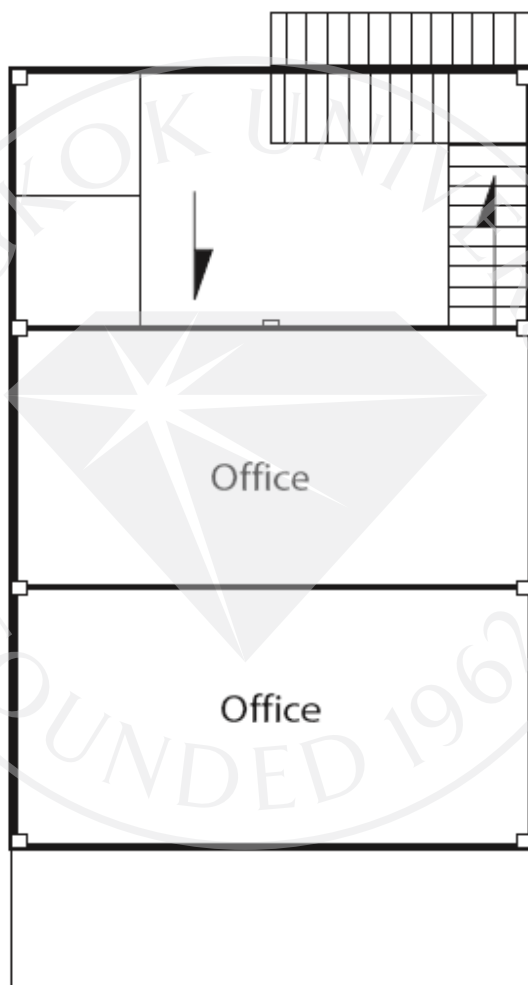
ชั้น 3 ขนาดพื้นที่ 100 ตร.ม





③ Floor

ชั้น 4 ขนาดพื้นที่ 100 ตร.ม



④ Floor

ประวัติการศึกษา

ชื่อ-สกุล : ฐิติวรรณ มหาจิตร

วัน เดือน ปีเกิด : 30 ตุลาคม 2520

วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาโฆษณา

วิชาโท ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

