

การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค

วิธีการศึกษาและวิจัยในหัวข้อเรื่อง "การศึกษาการตลาดของผลิตภัณฑ์สีโกโก้ในเขตกรุงเทพมหานคร" นั้น ได้ใช้เครื่องมือหลักคือ แบบสอบถาม ในการสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมายและผู้ประกอบการสำหรับในบทนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลในส่วนของการสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ โดยได้ทำการสุ่มแบบ Non-probabilistic sampling ซึ่งใช้ทั้ง Judgement และโควต้า (Quota) ประกอบกัน แหล่งที่ทำการเก็บตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 แหล่งใหญ่ ๆ คือ บริเวณลานสีโกโก้และตามแหล่งศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า อันเป็นแหล่งชุมชน โดยได้ทำการเก็บตัวอย่างในช่วงเดือนธันวาคม 2527 เป็นแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 540 ชุดได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ 509 ชุด

จากแบบสอบถามจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ตอบและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสีโกโก้ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์สีโกโก้ในด้านต่าง ๆ เช่น การรับรู้ข่าวสารและบทบาทของสื่อต่าง ๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสีโกโก้ วัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการสีโกโก้ องค์ประกอบของสถานบริการสีโกโก้ที่สนใจให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการ ความถี่และช่วงเวลาของกลุ่มเป้าหมายนิยมมาใช้บริการ ตลอดจนแนวความนิยมของธุรกิจสีโกโก้ในอนาคต ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ดำเนินธุรกิจนี้อยู่แล้ว ในการนำไปปรับปรุงบริการที่มีอยู่แล้วให้สอดคล้องความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่คิดลงทุนในธุรกิจสีโกโก้ ในการจัดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการเข้าสู่ธุรกิจสีโกโก้ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง

ผลจากการวิจัย

ตารางข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ

Demographic characteristic		จำนวนทั้งสิ้น 509 ราย	
		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	260	51.1
	หญิง	249	48.9
อายุ	13-15	63	12.4
	16-18	183	36.0*
	19-23	263	51.7*
การศึกษา	ประถม	5	1.0
	มัธยมต้น	55	10.8
	มัธยมปลาย	72	14.1
	ปวช.	132	25.9*
	ปวส.	63	12.4
	อุดมศึกษา หรือสูงกว่า	177	34.8*
	อื่น ๆ	5	1.0
รายได้ ส่วนตัว ต่อ เดือน	น้อยกว่า 500	70	13.8
	501-1,000	156	30.8*
	1,001-1,500	130	25.7*
	1,501-2,000	70	13.8
	มากกว่า 2,000	80	15.8
	ไม่ตอบ	3	0.6

หมวด ก. ข้อมูลด้าน Demographic ของผู้ตอบ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ เป็นคำถามกว้าง ๆ 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบโดยรวมว่ามีแนวโน้มไปในลักษณะใดบ้าง

จำนวนผู้ตอบสมบูรณ์ทั้งสิ้น 509 ราย แบ่งเป็นเพศชาย 51.1% และเพศหญิง 48.9% อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก

สำหรับช่วงอายุ ส่วนใหญ่ 51.7% เป็นช่วงอายุ 19 - 23 ปี รองลงไปที่กลุ่มอายุ 16 - 18 ปี คิดเป็น 36% ส่วนกลุ่มอายุ 13 - 15 ปี มี 12.4% น้อยที่สุด

ระดับการศึกษา ระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า มีมากที่สุด 34.8% รองลงมาคือ ระดับประโยควิชาชีพขั้นต้น 25.9% ระดับประโยควิชาชีพขั้นสูง 12.4% และมัธยมศึกษาตอนปลาย 14.1% มัธยมศึกษาตอนต้น 10.8%

รายได้ส่วนตัว ส่วนใหญ่แล้วอยู่ในรายได้ 500 - 1,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น 30.8% รองลงมาคือ 1,000 - 1,500 บาท มี 25.7% ส่วนที่เหลือมีจำนวนใกล้เคียงกันคือมากกว่า 2,000 บาท 15.8% 1,501 - 2,000 บาท และน้อยกว่า 500 บาท มี 13.8% เท่ากัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางหมวด ข.

ตารางข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสเก็ตลีลา

ตารางที่ 1 แสดงการจำแนกเพศของผู้ตอบตามแหล่งที่มาของข้อมูลและพฤติกรรมที่ผ่านมา

ข้อมูล	รวม	ลานสเก็ต	ห้างสรรพสินค้า	เคยเล่น	ไม่เคยเล่น
	509	272	237	372	137
รวม	100.0	53.4	46.6	73.1	26.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ชาย	260	155	105	193	67
	100.0	59.6	40.4	74.2	25.8
	51.1	57.0	44.3	51.9	48.9
หญิง	249	117	132	179	70
	100.0	47.0	53.0	71.9	28.1
	48.9	43.0	55.7	48.1	51.1

แสดงจำนวนสัดส่วนเพศชาย - หญิง ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันมากที่สุดคือ 51.1% และ 48.9% ตามลำดับ ข้อมูลที่เก็บมาจากสเก็ตและห้างสรรพสินค้า คิดเป็น 53.4% และ 46.6% ตามลำดับ นับว่าเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันเช่นกัน แต่จำนวนและสัดส่วนที่เป็นเพศชายจากลานสเก็ตมากกว่าเพศหญิงคือ 57% ต่อ 43%

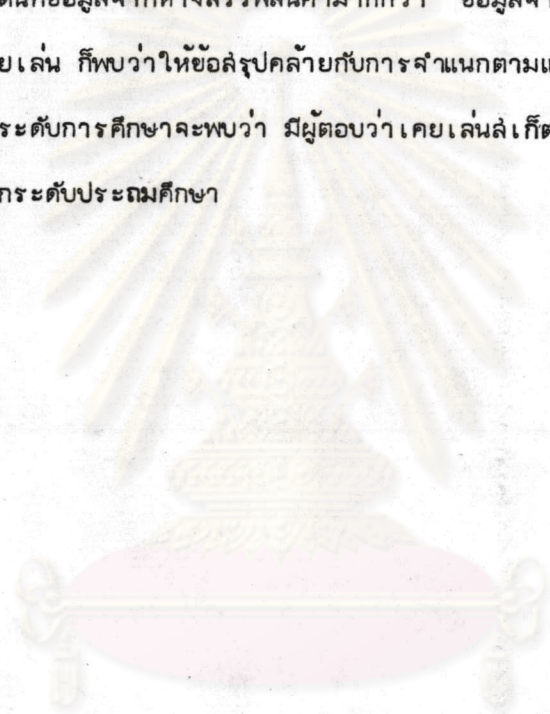
เมื่อจำแนกตามผู้ตอบที่เคยเล่นและไม่เคยเล่น พบว่าผู้ตอบชายและหญิงต่างตอบว่าเคยเล่นมากกว่าไม่เคยเล่น ในสัดส่วน 74.2% ต่อ 25.8% และ 71.9% ต่อ 28.1% ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงการจำแนกข้อมูลโดยแบ่งตามช่วงอายุของผู้ตอบตามแหล่งที่มาของข้อมูล และพฤติกรรมที่ผ่านมา

ข้อมูล	รวม	ลานล่เกิด	ห้างสรรพสินค้า	เคยเล่น	ไม่เคยเล่น
รวม	509	272	237	372	137
	100.0	53.4	46.6	73.1	26.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อายุ	63	36	27	49	14
13-15	100.0	57.1	42.9	77.8	22.2
	12.4	13.2	11.4	13.2	10.2
อายุ	183	103	80	146	37
16-18	100.0	56.3	43.7	79.8	20.2
	35.9	37.9	33.7	39.2	27.0
อายุ	263	133	130	177	86
19-23	100.0	50.5	49.4	67.3	32.7
	51.7	48.9	54.9	47.6	62.8

แสดงการแบ่งช่วงอายุของผู้ตอบตามแหล่งที่มาของข้อมูล พบว่าผู้ตอบอยู่ในช่วงอายุ 19 - 23 ปีมากที่สุด 51.7% ช่วงอายุ 16 - 18 ปี 35.9% และช่วงอายุ 13 - 15 ปี 12.4% เมื่อพิจารณาตามการเคยเล่นหรือไม่นั้น ปรากฏว่า สัดส่วนของผู้เคยเล่นมากที่สุดลงมาคือ กลุ่มช่วงอายุ 19 - 23 ปี คิดเป็น 47.6% ช่วงอายุ 16 - 18 ปี คิดเป็น 39.2% และช่วงอายุ 13 - 15 ปี คิดเป็น 13.2% ของทั้งหมด สำหรับทุกกลุ่มช่วงอายุจะมีสัดส่วนของผู้เคยเล่นมากกว่าผู้ไม่เคยเล่น ทุกกลุ่มโดยเฉลี่ย 70% ขึ้นไปในแต่ละกลุ่ม

แสดงถึงกลุ่มผู้ตอบที่มีระดับการศึกษำชั้นอุดมศึกษามากที่สุด รองลงมา เป็นระดับประโยค
วิชาชีพชั้นต้น และระดับมัธยมปลายเป็นอันดับล่ำม คิดเป็นร้อยละ 34.8 ร้อยละ 25.9 และ
ร้อยละ 14.1 ตามล่ำดับ เมื่อจำแนกตามข้อมูลทีเก็บจากลานส์เกิดและจากหำงสรรพสินค้าก็ให้
ผลล่ำรูปเข่นเดียวกันคิดเป็นร้อยละ 33.8 ร้อยละ 22.1 ร้อยละ 15.4 และร้อยละ 35.9
ร้อยละ 30.4 ร้อยละ 12.7 ตามล่ำดับ ถ้าพิจารณาจากแต่ละระดับการศึกษำพบว่า ทุกระดับ
การศึกษำจะมีจำนวนข้อมูลทีได้จากลานส์เกิดมากกว่าจากหำงสรรพสินค้า ยกเว้นระดับการศึกษำ
ประโยชวิชาชีพชั้นต้นทีข้อมูลจากหำงสรรพสินค้ามากกว่า ข้อมูลจากลานส์เกิดถ้าจำแนกตามผู้ที่
เคยเล่นและไม่เคยเล่น ก็พบว่าให้ข้อล่ำคล้ายกับการจำแนกตามแหล่งทีมาของข้อมูล และถ้า
พิจารณาจากแต่ละระดับการศึกษำจะพบว่า มีผู้ตอบว่าเคยเล่นล่ำเกิดดีล่ำโก้มากกว่าไม่เคยเล่นทุก
ระดับการศึกษำจากระดับประถมศึกษำ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบโดยจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลและ
พฤติกรรมที่ผ่านมา

ข้อมูล	รวม	ลานล่เกิด	ห่างล่รพลีนค้	เคยเล่น	ไม่เคยเล่น
รวม	509	272	237	372	137
	100.0	53.4	46.6	73.1	26.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ประถม	5	3	2	1	4
	100.0	60.0	40.0	20.0	80.0
	1.0	1.1	0.8	.03	2.9
มัธยมต้น	55	37	18	42	13
	100.0	67.3	32.7	76.4	23.6
	10.8	13.6	7.6	11.3	9.5
มัธยมปลาย	72	42	30	58	14
	100.0	58.3	41.7	80.6	19.4
	14.1	15.4	12.7	15.6	10.2
ปวช.	132	60	72	101	31
	100.0	45.5	54.5	76.5	23.5
	25.9	22.1	30.4	27.1	22.6
ปวส.	63	33	30	49	14
	100.0	52.4	47.6	77.8	22.2
	12.4	12.1	12.7	13.2	10.2
อุดมศึกษา	177	92	85	118*	59
	100.0	52.0	48.0	66.7	33.3
	34.8	33.8	35.9	31.7	43.1
อื่น ๆ	5	5	0	3	2
	100.0	100.0	0	60.0	40.0
	1.0	1.8	0	0.8	1.5

ตารางที่ 4 แสดงระดับรายได้ของผู้ตอบโดยจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล และ
พฤติกรรมที่ผ่านมา

ข้อมูล	รวม	ลานล่เกิด	ห้างสรรพสินค้า	เคยเล่น	ไม่เคยเล่น
รวม	506	272	234	369	137
	100.0	53.8	46.2	73.1	26.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
น้อยกว่า 500	70	36	34	48	22
	100.0	51.4	48.6	68.6	31.4
	13.8	13.2	14.5	13.0	16.1
500-1,000	156	81	75	115*	41
	100.0	51.9	48.1	73.7	26.3
	30.8	29.8	32.1	31.2	29.9
1,001-1,500	130	67	63	100*	30
	100.0	51.5	48.5	76.9	23.1
	25.7	24.6	26.9	27.1	23.1
1,501-2,000	70	37	33	54	16
	100.0	52.9	47.1	77.1	22.9
	13.8	13.6	14.1	14.6	11.7
มากกว่า 2,000	80	51	29	52	28
	100.0	63.8	36.2	65.0	35.0
	15.8	18.8	12.4	14.1	20.4
ไม่ตอบ	3	0	3	3	0
	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0
	0.6	0.0	1.3	0.8	0.0

แสดงว่าข้อมูลจากผู้ตอบที่มีระดับรายได้ 501 - 1,000 บาทมากที่สุด รองลงมา 1,001 - 2,000 บาท และมากกว่า 2,000 บาท เป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 30.8 ร้อยละ 25.7 และร้อยละ 15.8 ตามลำดับ ถ้าจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลพบว่าได้ผลสรุป เช่นเดียวกัน แต่ข้อมูลที่ได้จากห้างสรรพสินค้า อันดับสาม รวมเป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 500 บาท ถ้าพิจารณาแต่ละระดับของรายได้ พบว่าไม่ว่าข้อมูลจะมาจากแหล่งใด จะมีสัดส่วนของ จำนวนข้อมูลที่ได้จากแหล่งใดก็ตามมากกว่าข้อมูลจากห้างสรรพสินค้า ถ้าจำแนกตามผู้ที่เคยเล่นพบว่า ระดับรายได้ 501 - 1,000 บาท จะมีมากที่สุด รองลงมา 1,001 - 2,000 และ 1,501 - 2,000 บาท เป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 31.2 ร้อยละ 27.1 และร้อยละ 14.6 ถ้าจำแนกตามผู้ที่ไม่เคยเล่นพบว่า ที่ระดับรายได้ 501 - 1,000 บาท มีมากที่สุด รองลงมา 1,001 - 1,500 และรายได้มากกว่า 2,000 บาท เป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 29.9 ร้อยละ 21.9 และร้อยละ 20.4 ตามลำดับ ถ้าพิจารณาจากแต่ละระดับรายได้พบว่า ทุกระดับของรายได้จะมีจำนวนผู้ที่เคยเล่นมากกว่าไม่เคยเล่น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลักษณะการรับรู้ข่าวสารและบทบาทของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 5 แสดงการรู้จักและไม่รู้จักสื่อบริการโทรทัศน์ของผู้ตอบ จำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล และพฤติกรรมที่ผ่านมา

ข้อมูล	รวม	ลานส่เกิด	ห้าง สรรพสินค้า	เคยเล่น	ไม่เคยเล่น
รวม	509	272	237	372	137
	100.0	53.8	46.2	73.1	26.9
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รู้จัก	473	249	224	368*	105
	100.0	52.6	47.4	77.8	22.2
	93.3	91.5	95.3	98.9	77.8
ไม่รู้จัก	34	23	11	4	30
	100.0	67.6	32.4	11.8	88.2
	6.7	8.5	4.7	1.1	22.2
ไม่ตอบ	2	0	2	0	2
	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
	0.4	0.0	0.8	0.0	1.5


แสดงว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่จะรู้จักสื่อบริการโทรทัศน์มากกว่าที่ตอบว่าไม่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 93.3 และร้อยละ 6.7 ตามลำดับ ถ้าจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลก็ได้ผลสรุปเช่นเดียวกัน ถ้าจำแนกตามพฤติกรรมที่ผ่านมาว่าเคยเล่นหรือไม่เคยเล่นก็ให้ผลสรุปเช่นเดียวกัน โดยคนที่รู้จักจะมีจำนวนที่เคยเล่นมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 77.8 และร้อยละ 22.2 ตามลำดับ แต่คนที่ตอบว่าไม่รู้จักจะมีจำนวนที่ไม่เคยเล่นมากกว่าเคยเล่น คิดเป็นร้อยละ 88.2 และร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงการรู้จักหรือไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบ จำแนกตาม เพศ อายุ และระดับการศึกษา

การรู้จักหรือ ไม่รู้จัก	รวม	เพศ		อายุ			ระดับการศึกษา						
		ชาย	หญิง	13-15	16-18	19-23	ประถม	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวช.	ปวส.	อุดมศึกษา	อื่น ๆ
รู้จัก	473	249*	224	54	177	242*	4	47	69	125	54	171*	3
	93.3	52.6	47.4	11.4	37.4	51.2	0.8	9.9	14.6	26.4	26.4	36.2	0.6
ไม่รู้จัก	34	11	23	8	5	21	1	8	2	7	9	5	2
	6.7	32.4	67.6	23.5	14.7	61.7	2.9	23.5	5.9	20.6	26.5	14.7	5.8
ไม่ตอบ	2	0	2	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0
	0.4	0.0	.08	1.6	0.6	0.0	0.0	0.0	-	0.0	0.0	-	0.0



แสดงว่า ถ้าค่าแอกการรู้จักตามเพศพบว่า เพศหญิงและเพศชายรู้จักใกล้เคียงกัน แต่จำนวนเพศหญิงที่ไม่รู้จักจะมากกว่าจำนวนของเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 67.6 และ ร้อยละ 32.4 ตามลำดับ ถ้าค่าแอกตามอายุพบว่าผู้ที่อายุอยู่ในช่วง 19 - 23 จะรู้จักมากที่สุด รองลงมาอายุ 16 - 18 ร้อยละ 11.4 และผู้ที่ไม่รู้จักที่มีอยู่ในช่วง 19 - 23 ปีมากที่สุด ร้อยละ 61.7 รองลงมาอายุ 12 - 15 ร้อยละ 23.5 และอายุ 16 - 18 ร้อยละ 14.7 ถ้าค่าแอกตามการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาดมศึกษา จะรู้จักมากที่สุด ร้อยละ 36.2 รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพขั้นต้น ร้อยละ 26.4 และระดับมัธยมปลาย ร้อยละ 14.6 แต่ผู้ที่ไม่รู้จักมีระดับการศึกษาประโยควิชาชีพขั้นสูง มากที่สุด ร้อยละ 26.5 รองลงมา ระดับมัธยมต้น ร้อยละ 23.5 และระดับประโยควิชาชีพขั้นต้น ร้อยละ 20.6



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 แสดงการเคยเล่นหรือไม่เคยเล่นสล็อตดีโก้ โดยจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล

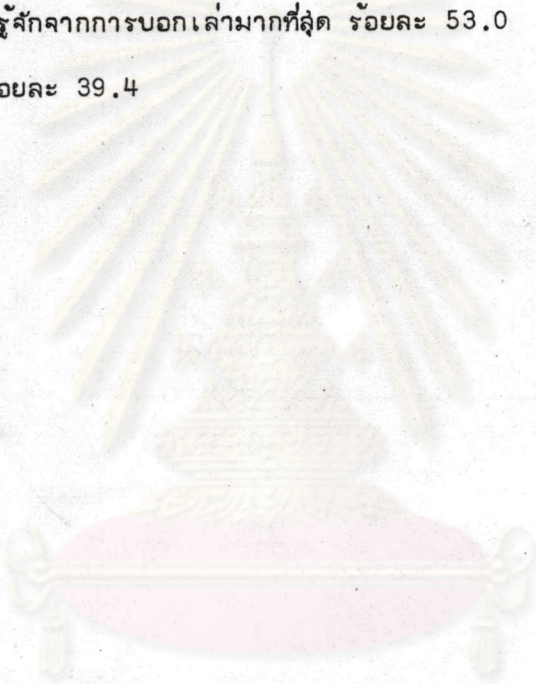
ข้อมูล	รวม	ลานสล็อต	ห้างสรรพสินค้า
รวม	509	272	237
	100.0	53.4	46.6
	100.0	100.0	100.0
เคยเล่น	372	222*	150
สล็อตดีโก้	100.0	59.7	40.3
	73.1	31.6	63.3
ไม่เคยเล่น	137	50	87
สล็อตดีโก้	100.0	36.5	63.5
	26.9	18.4	36.7

แสดงว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่จะเคยเล่นสล็อตมากกว่าไม่เคยเล่น คิดเป็นร้อยละ 43.1 และร้อยละ 26.9 ถ้าจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล ก็ให้ผลสรุปเช่นเดียวกัน ถ้าพิจารณาจากการเคยเล่นจะพบว่า ผู้ตอบที่มาจากลานสล็อตจะตอบว่าเคยเล่นมากกว่าข้อมูลที่มาจากห้างสรรพสินค้า ในขณะที่ตอบว่าไม่เคยเล่นจะเป็นข้อมูลที่มาจากห้างสรรพสินค้ามากกว่าข้อมูลที่มาจากลานสล็อต

ตารางที่ 8 แสดงประเภทของสื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้ตอบรู้สึกเกิดดีสโก้ จำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล และพฤติกรรมที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม 509 คน		ลานสเก็ต 272 คน		ห้างสรรพสินค้า 237 คน		เคยเล่น 372 คน		ไม่เคยเล่น 137 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การบอกเล่า	289	57.8	150*	55.4	139*	60.7	219*	59.5	70*	53.0
วิทยุ	187	37.4	86	31.7	101	44.1	135	36.7	52	39.4
โทรทัศน์	178	35.6	76	28.0	102	44.5	120	37.6	58	43.9
น.ส.พ.	163	32.6	75	27.7	88	38.4	125	33.9	38	28.8
โปสเตอร์	139	27.8	70	25.8	69	30.1	105	28.5	34	25.8
ใบปลิว	80	16.0	37	13.7	43	18.8	63	17.1	17	12.9
ไม่ตอบ	9	1.8	1		8	3.4	4	1.1	5	3.6

แสดงว่า สื่อที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกกลานล่เกิดดีล่โก้ จะเกิดจากการบอกเล่าจากคนที่รู้สึกมากที่สุด รองลงมาจากริทย และจากโทรทัศน์ เป็นอันดับล่าม โดยมีจำนวนคนที่เลือกสื่อดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 57.8 ร้อยละ 34.4 และร้อยละ 35.6 ตามล่ลำดับ ถ้าพิจารณาข้อมูลที่ได้จากกลานล่เกิดก็จะได้ข้อสรุปเช่นเดียวกัน แต่ข้อมูลที่ได้อ้างล่รพลนค้าพบว่า ผู้ตอบรู้สึกจากการบอกเล่ามากที่สุด ร้อยละ 60.7 รองลงมาโทรทัศน์ ร้อยละ 44.5 และอันดับล่าม ริทย ร้อยละ 44.1 ถ้าพิจารณาผู้ที่เคยเล่นจะตอบว่ารู้สึกจากการบอกเล่ามากที่สุด ร้อยละ 59.5 รองลงมา ริทย ร้อยละ 36.7 และหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 33.9 ถ้าพิจารณาจากผู้ที่ไม่เคยเล่นจะตอบว่ารู้สึกจากการบอกเล่ามากที่สุด ร้อยละ 53.0 รองลงมาโทรทัศน์ ร้อยละ 43.4 และริทย ร้อยละ 39.4



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9. แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์ไก่ จ้าแนกตาม อายุ การศึกษา และรายได้ส่วนตัว

แหล่งข้อมูล ข่าวสาร	รวม 509 คน	อายุ			การศึกษา							รายได้ส่วนตัว				
		13-15	16-18	19-23	ประถม	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวช.	ปวส.	อุดมศึกษา	อื่นๆ	ต่ำกว่า 500	501-1000	1001-1500	1501-2000	มากกว่า 2000
การบอกเล่า	289	63	150	76	5	5.3	64	78	51	38	-	35	83	74	31	66
	57.8	21.8	51.9	26.3	1.7	8.3	22.1	27.0	17.6	13.1	-	12.1	28.7	25.6	10.7	22.8
วิทยุ	187	51	67	69	3	43	27	54	28	32	-	36	43	50	27	31
	374	27.3	35.8	36.9	1.6	23.0	14.5	289	14.9	17.1	-	19.3	23.0	26.7	14.4	16.6
โทรทัศน์	178	36	54	88	2	29	31	47	33	35	1	21	54	46	49	28
	35.6	20.2	30.3	49.5	1.1	16.3	17.5	26.4	18.5	19.7	0.6	11.2	19.1	22.8	27.5	15.7
น.ส.พ.	163	27	48	88	1	9	22	30	34	67	-	17	36	33	25	52
	32.6	16.6	29.4	54.0	0.6	5.5	13.5	18.4	20.8	41.1	-	10.4	22.1	20.2	15.3	31.9
โปสเตอร์	139	33	40	66	3	12	15	26	29	51	3	15	39	28	21	36
	27.8	23.7	28.8	47.5	2.2	8.6	10.7	18.7	20.9	36.7	2.2	10.8	28.1	20.1	15.1	25.9
ใบปลิว	80	42	34	4	0	15	22	26	12	5	-	12	19	24	17	8
	16.0	52.5	42.5	5.0	0.0	18.7	27.5	32.5	15.0	6.3	-	15.0	23.7	30.0	21.3	10.0
ไม่ตอบ	9	3	4	2	-	1	2	1	1	3	2	1	4	2	1	1
	1.8	33.3	44.4	22.2	-	1.1	2.2	1.1	1	3.3	2.2	1.1	4.4	2.2	1.1	1.1

1. การบอกเล่าจากคนรู้จัก ช่วงอายุที่อาศัยอยู่นี้นานที่สุดคือ อายุ 16 - 18 ปี รองลงมา 19 - 23 ปี ระดับการศึกษาที่อาศัยอยู่นี้นานที่สุดได้แก่ ประโยควิชาชีพชั้นต้น รองลงมา มัธยมศึกษา ระดับรายได้ที่อาศัยอยู่นี้นานที่สุดคือ จากรายได้ 501 - 1,000 บาท รองลงมา 1,001 - 1,500 บาท

2. แสดงว่า สำหรับสื่อวิทยุ ช่วงอายุที่รู้จักจากสื่อนี้มากที่สุดคือ 19 - 23 ปี รองลงมาอายุ 16 - 18 ปี ระดับการศึกษาที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุด ระดับประโยควิชาชีพชั้นต้น รองลงมา ระดับมัธยมศึกษา ระดับรายได้ที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ รายได้ 1,001 - 1,500 บาท รองลงมา รายได้ 500 - 1,000 บาท

3. สื่อโทรทัศน์ ช่วงอายุที่รู้จักมากที่สุดคือ 19 - 23 ปี รองลงมา 16 - 18 ปี ระดับการศึกษาที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุด ระดับประโยควิชาชีพชั้นต้น รองลงมา ระดับอุดมศึกษา ระดับรายได้ที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ รายได้ 1,501 - 2,000 บาท รองลงมา รายได้ 1,001 - 1,500 บาท

4. สื่อหนังสือพิมพ์ ช่วงอายุที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ อายุ 19 - 23 ปี รองลงมา 16 - 18 ปี ระดับการศึกษาที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ ระดับอุดมศึกษา รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพชั้นต้น ระดับรายได้ที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ ระดับรายได้มากกว่า 2,000 บาท รองลงมา รายได้ 501 - 1,000 บาท

5. สื่อโปสเตอร์ ช่วงอายุที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ อายุ 19 - 23 ปี รองลงมา อายุ 16 - 18 ปี ระดับการศึกษาที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ ระดับอุดมศึกษา รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพชั้นสูง ระดับรายได้ที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ รายได้ 501 - 1,000 บาท รองลงมา รายได้มากกว่า 2,000 บาท

6. สื่อใบปลิว ช่วงอายุที่รู้จักมากที่สุด คือ 13 - 15 ปี รองลงมาอายุ 16 - 18 ปี ระดับการศึกษาที่รู้จักมากที่สุดคือ ระดับประโยควิชาชีพชั้นสูง รองลงมา ระดับมัธยมศึกษา ระดับรายได้ที่รู้จักสื่อนี้มากที่สุดคือ ระดับรายได้ 1,001 - 1,500 บาท รองลงมา รายได้ 501 - 1,000 บาท

ตารางที่ 10 แสดงสื่อโฆษณาที่สามารถดึงดูดใจให้ผู้ตอบนึกอยากเล่น จำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ	รวม 372 คน		ลานส์เกิด		ห้างสรรพสินค้า	
			จำนวน 222 คน		จำนวน 150 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การบอกเล่า	182	50.6	106	48.6	76	53.5
โทรทัศน์	119	33.1	65	29.8	54	38.0
วิทยุ	60	16.7	38	17.4	22	15.5
น.ส.พ.	26	7.2	16	7.3	10	7.0
โปสเตอร์	26	7.2	19	8.7	7	4.9
ใบปลิว	18	5.0	12	5.5	6	4.2
ไม่ตอบ	12	3.2	4	0.9	8	5.3

แสดงว่า สื่อที่สามารถทำให้ผู้ตอบเกิดความรู้สึกอยากจะเล่นล่เกิดดีดโก้มากที่สุด คือ การบอกเล่าของคนที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาคือ สื่อจากโทรทัศน์ ร้อยละ 33.1 และวิทยุ ร้อยละ 16.7 ถ้าจำแนกตามลานส์เกิดและห้างสรรพสินค้าก็ให้ข้อสรุปเช่นเดียวกัน คือ ร้อยละ 48.6 ร้อยละ 29.8 ร้อยละ 17.4 และร้อยละ 53.5 ร้อยละ 38.0 ร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ลักษณะการรับรู้ข่าวสารและบทบาทของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย ผู้ตอบ ทั้งในส่วนที่ลุ่มจากลานล่เกิดและศูนย์การค้าต่าง รัศมีเกิดดีสโกจากการบอกเล่ามากที่สุด คือ 57.8% รองลงมาคือสื่อวิทยุ 37.4% สื่อทีวี 35.6% อิทธิพลของการบอกเล่านั้น มีมากที่สุด กับผู้ตอบในช่วงอายุ 16 - 18 ปี ถึง 51.9% ซึ่งจะอยู่ในช่วงระดับการศึกษามัธยมปลายและ ประโยชน์วิชาขั้นต้น รายได้อยู่ในช่วง 500 - 1,500 ถึง 54.3% สำหรับสื่อที่มีอิทธิพลต้งจิตใจผู้ตอบมากที่สุดคือ การบอกเล่าถึง 50.6% รองลงมาคือ ทีวี 33.1% และวิทยุ 16.7%



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสเก็ตลีลา

ตารางที่ 11 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นสเก็ตลีลา จำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

รายการ			ลานสเก็ต		ห้างสรรพสินค้า	
	รวม 372 คน		จำนวน 222 คน		จำนวน 150 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนชักชวน	151	41.9	85	38.8	66	46.8
เกิดจากตัวเอง	140	38.9	85	38.8	55	39.0
อื่น ๆ	56	15.6	36	16.4	20	14.2
อิทธิพลของสังคม	27	7.5	14	6.4	13	9.2
การแนะนำจากบุคคลที่ทำงานอื่นรอบ	15	4.2	9	4.1	6	4.3
ไม่ตอบ	12	3.2	3	1.4	4	6.0
การโฆษณา	8	2.2	4	1.8	4	2.8

แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเล่นสเก็ตลีลาที่มากที่สุดคือ เกิดจากกลุ่มอ้างอิงคือ เพื่อนชักชวน โดยมีจำนวนคนตอบคิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาเกิดจากตัวผู้ตอบเองมีจำนวนคนที่ตอบ คิดเป็นร้อยละ 38.9 และอื่น ๆ ระบุมีจำนวนคนตอบ: ร้อยละ 15.6 ถ้าพิจารณาข้อมูลที่ได้จากห้างสรรพสินค้าก็ให้ผลสรุปเช่นเดียวกัน คิดเป็นจำนวน คนที่ตอบร้อยละ 46.8 ร้อยละ 39.0 และร้อยละ 14.2 ตามลำดับ ถ้าพิจารณาข้อมูลที่ได้จากลานสเก็ตพบว่า การตัดสินใจเล่น เกิดจากตัวผู้ตอบเอง และเพื่อนชักชวนมากที่สุดเท่ากัน ร้อยละ 38.8 อื่น ๆ ระบุ ร้อยละ 16.4 และอิทธิพลของสังคม ร้อยละ 6.4

วัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการสเก็ตตีสโก๊

ตารางที่ 12.1 แสดงวัตถุประสงค์ในการไปเล่นสเก็ตตีสโก๊เพื่อความสนุก เฉพาะผู้ที่เคยเล่น
จำนวนตามลานสเก็ต และศูนย์การค้า (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

วัตถุประสงค์ ในการเล่น	ลำดับความ สำคัญ	รวม 372 คน		ลานสเก็ต		ห้างสรรพสินค้า	
				จำนวน 222 คน		จำนวน 150 คน	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความ สนุก	มาก	205	59.6	129*	62.0	76*	55.9
	ค่อนข้างมาก	71	20.6	41	19.7	30	22.1
	ปานกลาง	63	18.3	35	16.8	28	20.6
	ค่อนข้างน้อย	1	0.3	1	0.5	0	0.0
	น้อยมาก	4	1.2	2	1.0	2	1.5
	ไม่ทราบ/ไม่ตอบ	28	7.5	14	6.3	14	9.3

แสดงว่า ผู้ตอบที่ไปเล่นใช้บริการสเก็ตตีสโก๊ ได้ให้ความสำคัญต่อการเล่นเพื่อความสนุก
มากเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่องนี้ค่อนข้างมาก ร้อยละ
20.6 และให้ความสำคัญในเรื่องนี้ปานกลาง ร้อยละ 18.3 ถ้าจำนวนตามลานสเก็ตและห้าง-
สรรพสินค้าก็ให้ข้อสรุปเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 12.2 แสดงวัตถุประสงค์ในการเล่นล่เกิดดิสโก้เพื่อการออกกำลังกาย จำแนกตาม ลานล่เกิด และห้างสรรพสินค้า

วัตถุประสงค์ ในการเล่น	ลำดับความ สำคัญ	รวม 372 คน		ลานล่เกิด		ห้างสรรพสินค้า	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน 222 คน		จำนวน 150 คน	
				จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อ การ ออก กำลัง กาย	มาก	134	36.2	94*	45.4	40	30.5
	ค่อนข้างมาก	76	22.5	43	20.8	33	25.2
	ปานกลาง	94	27.8	53	25.6	41*	31.3
	ค่อนข้างน้อย	17	5.0	7	3.4	10	7.6
	น้อยมาก	17	5.0	10	4.8	7	5.3
	ไม่ทราบ/ไม่ตอบ	34	9.1	15	6.8	19	12.7

แสดงว่า ผู้ไปใช้บริการล่เกิดดิสโก้ ให้ความสำคัญต่อการเล่น เพื่อออกกำลังกายมาก เป็นอันดับแรกที่สุด ร้อยละ 39.6 ให้ความสำคัญปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 27.8 และให้ความสำคัญค่อนข้างมาก ร้อยละ 22.5 ถ้าจำแนกตามลานล่เกิดและห้างสรรพสินค้าก็ให้ข้อสรุป เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 12.3 แสดง วัตถุประสงค์ในการเล่นสเก็ตลีลาเพื่อการพบปะเพื่อนฝูง เฉพาะผู้เคยเล่น
จำแนกตามลานสเก็ต และห้างสรรพสินค้า

วัตถุประสงค์ ในการเล่น	ลำดับความ สำคัญ	รวม 372 คน		ลานสเก็ต		ห้างสรรพสินค้า	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อ การ พบปะ เพื่อน ฝูง	มาก	114*	34.5	76	37.3	38	30.2
	ค่อนข้างมาก	61	18.5	36	17.6	25	19.8
	ปานกลาง	106*	32.1	63	30.9	43	34.1
	ค่อนข้างน้อย	23	8.5	15	7.4	13	10.3
	น้อยมาก	12	6.4	14	6.9	7	5.6
	ไม่ทราบ/ไม่ตอบ	42	11.6	18	8.1	24	-

แสดงว่า ผู้ไปใช้บริการสเก็ตลีลา ให้ความสำคัญต่อการเล่นเพื่อการไปพบปะเพื่อนฝูง
มากเป็นอันดับแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 ให้ความสำคัญปานกลางรองลงมา ร้อยละ
32.1 และให้ความสำคัญค่อนข้างมาก ร้อยละ 18.5 ถ้าจำแนกตามลานสเก็ตและห้างสรรพสินค้า
ต่างให้ข้อมูลรูปเช่นเดียวกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12.4 แสดงวัตถุประสงค์ในการเล่นเพื่อความทันสมัย เฉพาะผู้ที่เคยเล่น จ้าแนก ตามลานล่เกิด และห้างสรรพสินค้า

วัตถุประสงค์ ในการเล่น	ลำดับความ สำคัญ	รวม 372 คน		ลานล่เกิด		ห้างสรรพสินค้า	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน 222 คน		จำนวน 150 คน	
				จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความ ทันสมัย	มาก	74	22.6	51	25.5	23	18.1
	ค่อนข้างมาก	54	16.5	31	15.5	23	18.1
	ปานกลาง	108	33.0	63*	31.5	45*	35.4
	ค่อนข้างน้อย	40	12.2	27	13.5	13	10.2
	น้อยมาก	51	15.6	28	14.0	23	18.1
	ไม่ทราบ/ไม่ตอบ	45	12.1	22	9.9	23	15.3

แสดงว่า ผู้ที่ไปใช้บริการล่เกิดดีลโก้ ให้ความสำคัญต่อการเรื่องความทันสมัย ปานกลาง เป็นอันดับแรกมากที่สุด ร้อยละ 33.0 ให้ความสำคัญมาก รองลงมา ร้อยละ 22.6 และให้ความสำคัญค่อนข้างมาก เป็นอันดับสาม ร้อยละ 16.5 เมื่อจ้าแนกตามลานล่เกิดก็ให้ข้อสรุปเช่นเดียวกัน แต่ถ้าจ้าแนกตามห้างสรรพสินค้าพบว่า ให้ความสำคัญปานกลาง เป็นอันดับแรกมากที่สุด ร้อยละ 35.4 ให้ความสำคัญมาก ค่อนข้างมาก น้อยมาก เท่า ๆ กัน ร้อยละ 18.1

วัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการสเก็ตติสโก๊ ปรากฏว่าผู้ตอบให้น้ำหนักมากและค่อนข้างมากกับการเล่นเพื่อความสนุกถึง 59.6% และ 20.6% ส่วนการเล่นเพื่อเป็นการออกกำลังกาย ผู้ตอบให้น้ำหนักมากและค่อนข้างมาก 39.5% และ 22.5% สำหรับเหตุผลเพื่อการพบปะเพื่อนฝูง ผู้ตอบให้น้ำหนักมาก ค่อนข้างมากและปานกลาง 34.5% 18.5% และ 32.1% และเหตุผลในการใช้บริการเพื่อความทันสมัย ผู้ตอบให้ความสำคัญเพียงปานกลาง มากที่สุดคือ 33%



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญของสถานการณ์บริการลี้ภัยที่ก่อให้เกิดจิตใจให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการ

ตารางที่ 13 แสดงองค์ประกอบหรือปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกสถานการณ์บริการที่ใดที่หนึ่ง เฉพาะผู้ที่เคยเล่นลี้ภัย จำนวนตามลานลี้ภัยและห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือก เล่นลี้ภัยจากที่ใดที่หนึ่ง	รวมจำนวนคนเคย เล่น 372 คน		ลานลี้ภัย รวม 222 คน		ห้างสรรพสินค้า รวม 150 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบแสง สี เสียง	283	76.1	181	81.9	102	72.3
ลักษณะพื้นลานลี้ภัย	229	61.6	142	64.3	87	61.7
ความปลอดภัยในการเล่น	176	47.3	94	42.5	82	58.2
ความสะอาดของสถานที่	161	43.3	93	42.1	68	48.2
ค่าบริการ	153	41.1	89	40.3	64	45.4
การปฐมพยาบาล	73	25.5	42	21.7	25	17.7
ครูฝึก	42	11.3	29	13.1	13	9.2
ที่นั่งพัก	40	10.7	22	10.0	18	12.8
ดี.เจ.	31	8.3	23	10.4	8	5.7
อื่น ๆ ระบุ	10	2.7	1	0.5	9	6.0

แสดงว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานการณ์บริการลี้ภัยที่ใดที่หนึ่งมากที่สุดคือ ระบบแสง สี เสียง คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมาลักษณะพื้นลานลี้ภัย ร้อยละ 61.6 ความปลอดภัยในการเล่น ร้อยละ 47.3 และความสะอาดของสถานที่ ร้อยละ 43.3 ถ้าจำแนกตามผู้ที่เคยเล่นจากลานลี้ภัยและจากห้างสรรพสินค้า ต่างให้ผลสรุปอย่างเดียวกัน โดยมีจำนวนคนที่ตอบลานลี้ภัย คิดเป็นร้อยละ 81.9 ร้อยละ 64.3 ร้อยละ 42.5 และร้อยละ 42.1 ตามลำดับ และมีจำนวนคนที่จากห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 42.3 ร้อยละ 61.7 ร้อยละ 58.2 และร้อยละ 48.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 14.1 แสดงองค์ประกอบหรือปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการลี้ภัยแก่ผู้ลี้ภัยจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง เฉพาะผู้ที่ตอบว่าเคยเล่น
จำแนกตามความสำคัญ

ปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกสถานบริการ ลี้ภัยแก่ผู้ลี้ภัย	จำนวน ผู้ตอบ	สำคัญมาก		ค่อนข้างสำคัญ		เฉย ๆ		ไม่ค่อยสำคัญ		ไม่สำคัญ		ไม่ทราบ/ไม่ตอบ		ค่าเฉลี่ย
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ลักษณะพื้นลานลี้ภัย	354	264	74.6	67	18.9	17	4.8	3	0.8	3	0.8	18	4.8	4.66
ระบบการป้องกันอัคคีภัย	344	253	73.5	46	13.4	26	7.6	15	4.4	4	1.2	28	7.5	4.54
ความปลอดภัยในการเล่น	348	238	68.4	66	18.9	32	9.2	9	2.6	3	0.9	24	6.5	4.51
ระบบแสง สี เสียง	355	227	63.9	84	23.7	31	8.7	8	2.3	5	1.4	17	4.6	4.46
การปฐมพยาบาล	351	213	60.7	89	25.4	25	7.1	20	5.7	4	1.1	21	5.6	4.39
ค่าบริการที่เหมาะสม	350	180	51.4	86	24.6	58	16.6	14	4.0	12	3.4	22	5.9	4.17
ทำเลที่ตั้ง	351	141	40.2	127	36.2	65	18.5	12	3.4	6	1.7	21	5.6	4.10
ที่จอดรถสะดวก	333	93	27.9	69	20.7	92	27.6	38	11.4	41	12.3	39	10.5	3.41
ครูฝึก	340	87	25.6	77	22.6	95	27.9	45	13.2	36	10.6	32	8.6	3.39
ที่นั่งพัก	346	78	22.5	136	39.3	27	25.1	34	9.8	11	3.2	26	7.0	3.68
อาหาร/เครื่องดื่ม	378	64	18.4	110	31.6	108	31.0	45	12.9	21	6.0	24	6.5	3.43

คำถามารถสรุปได้ดังนี้

ลักษณะพื้นที่ลานสเก็ต	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า สำคัญมากเป็นอันดับแรกมากที่สุดร้อยละ 74.6 ค่อนข้างสำคัญ รองลงมา ร้อยละ 18.9 เฉย ๆ และไม่ต่อ เท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.8 คิดเฉลี่ยเป็น 4.66% แสดงว่าค่อนข้าง สำคัญก่อนไปทางสำคัญมาก
ระบบป้องกันอัคคีภัย	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุดร้อยละ 73.5 ค่อนข้างสำคัญ รองลงมา ร้อยละ 12.4 เฉย ๆ ร้อยละ 7.6 ค่าเฉลี่ย 4.54% แสดงว่าค่อนข้างสำคัญไปทางสำคัญ
ความปลอดภัยในการเล่น	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 68.4 ค่อนข้างสำคัญ
ระบบแสง สี เสียง	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมากเป็นอันดับแรกมากที่สุดร้อยละ 63.9 ค่อนข้างสำคัญ รองลงมา ร้อยละ 23.7 เฉย ๆ ร้อยละ 8.7 ค่าเฉลี่ยของลำดับความสำคัญเป็น 4.46% แสดงว่า ค่อนข้างสำคัญ
การปฐมพยาบาล	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 60.7 ค่อนข้างสำคัญ รองลงมา ร้อยละ 25.4 และ เฉย ๆ ร้อยละ 7.1 ค่าเฉลี่ยเป็น 4.39% แสดงว่าค่อนข้างสำคัญ
ค่าบริการที่เหมาะสม	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมากเป็นอันดับแรกมากที่สุด ร้อยละ 51.4 ค่อนข้างสำคัญรองลงมา ร้อยละ 24.6 เฉย ๆ ร้อยละ 16.6 ค่าเฉลี่ยเป็น 4.17% แสดงว่าค่อนข้างสำคัญ
ทำเลที่ตั้ง	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมากเป็นอันดับแรกมากที่สุด ร้อยละ 40.2 ค่อนข้างสำคัญรองลงมา ร้อยละ 36.2 เฉย ๆ ร้อยละ 18.5 ค่าเฉลี่ย 4.10% แสดงว่าค่อนข้างสำคัญ
ที่จอดรถสะดวก	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุดร้อยละ 27.9 เฉย ๆ รอง ลงมา ร้อยละ 27.6 ค่อนข้างสำคัญ ร้อยละ 20.7 ค่าเฉลี่ยเป็น 3.41% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทางค่อนข้างสำคัญ
ครูฝึก	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า เฉย ๆ เป็นอันดับแรกมากที่สุด ร้อยละ 27.9 สำคัญมากรองลงมา ร้อยละ 25.6 ค่อนข้างสำคัญ ร้อยละ 22.6 ค่าเฉลี่ยเป็น 3.19% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทางค่อนข้างสำคัญ

ที่นั่งพัก

มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าค่อนข้างสำคัญ มากที่สุด 39.3% เฉย ๆ รองลงมาร้อยละ 25.1 และสำคัญมาก ร้อยละ 22.5 ค่าเฉลี่ยเป็น 3.68% แสดงว่า เฉย ๆ ค่อนไปทางค่อนข้างสำคัญ

อาหารเครื่องดื่ม

มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า ค่อนข้างสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 31.6 เฉย ๆ รองลงมาร้อยละ 31.0 และสำคัญมากร้อยละ 18.4 ค่าเฉลี่ยเป็น 3.4% แสดงว่า เฉลย ๆ ค่อนไปทาง ค่อนข้างสำคัญ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14.2 แสดงองค์ประกอบหรือปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานบริการสเก็ตลีลาจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง เฉพาะผู้ที่เคยเล่น
 จำแนกตามความสำคัญ และจำแนกตามลานสเก็ต

ปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกเล่นสเก็ตลีลา	จำนวน ที่ตอบ ทั้งหมด	สำคัญมาก		ค่อนข้างสำคัญ		เฉย ๆ		ไม่ค่อยสำคัญ		ไม่สำคัญ		ไม่ทราบ/ไม่ตอบ		ค่าเฉลี่ย
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ลักษณะพื้นลานสเก็ต	212	159	75.0	41	19.3	9	4.2	2	0.9	1	0.5	10	4.50	4.67
ระบบแสง สี เสียง	215	152	70.7	43	20.0	14	6.5	5	2.3	1	0.5	7	3.15	4.58
ระบบป้องกันอัคคีภัย	209	151	72.2	24	11.5	19	9.1	11	5.3	4	1.9	13	5.86	4.47
ความปลอดภัยในการเล่น	209	140	67.0	38	18.2	21	10.0	8	3.8	2	1.0	13	5.86	4.46
การปฐมพยาบาล	210	128	61.0	45	21.4	18	8.6	15	7.1	4	1.9	12	5.41	4.32
ค่าบริการที่เหมาะสม	211	107	50.7	48	22.7	40	19.0	7	3.3	9	4.3	11	4.95	4.12
ที่จอดรถ	201	65	32.3	35	17.4	51	25.4	22	10.9	28	13.9	21	9.46	3.43
มีครูฝึก	206	59	28.6	45	21.8	57	27.7	24	11.7	21	10.2	16	7.20	3.47
ที่นั่งพัก	207	58	28.0	76	36.7	46	22.2	21	10.1	6	2.9	15	6.76	3.77
อาหาร/เครื่องดื่ม	210	46	21.9	60	28.6	62	29.5	26	12.4	16	7.6	12	5.41	3.45
ทำเลที่ตั้ง	211	37	41.2	70	33.2	43	20.4	7	3.3	4	1.9	11	4.95	4.09

สามารถสรุปลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการ
ส่เกิด จำแนกตามลานส่เกิดได้ดังนี้

ลักษณะพื้นลานส่เกิด	มีจำนวนผู้ตอบว่า สำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 75.0 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 19.3 เฉย ๆ ร้อยละ 4.2 ค่าเฉลี่ย เป็น 4.67 แสดงว่าก่อนข้างสำคัญก่อนไปทางสำคัญมาก
ระบบ แล่ง ลี เลียง	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญ มากที่สุด ร้อยละ 70.7 ก่อนข้างสำคัญ รองลงมา ร้อยละ 20.0 เฉย ๆ ร้อยละ 6.5 ค่าเฉลี่ยเป็น 4.58% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ ก่อนไปทางสำคัญมาก
ระบบป้องกันอัคคีภัย	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า สำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 72.2 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 11.5 และ เฉย ๆ ร้อยละ 4.1 ค่าเฉลี่ย เป็น 4.47% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ ก่อนไปทางสำคัญมาก
ความปลอดภัยในการเล่น	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 67.0 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 18.2 และ เฉย ๆ ร้อยละ 10.0 ค่า เฉลี่ยเป็น 4.46% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ ก่อนไปทางสำคัญมาก
ค่าบริการที่เหมาะสม	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 50.7 ก่อนข้าง สำคัญ รองลงมา ร้อยละ 22.7 เฉย ๆ ร้อยละ 19.0 ค่า เฉลี่ยเป็น 4.12% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ
ที่จอดรถสะดวก	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 32.3 เฉย ๆ รองลงมา ร้อยละ 25.4 และก่อนข้างสำคัญ ร้อยละ 17.4 ค่า เฉลี่ยเป็น 17.4% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทาง ก่อนข้างสำคัญ
มีครุฝึก	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ร้อยละ 28.6 เฉย ๆ รอง ลงมา ร้อยละ 27.27 ก่อนข้างสำคัญ ร้อยละ 21.8 ค่าเฉลี่ยเป็น 3.47% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทาง ก่อนข้างสำคัญ
ที่นั่งพัก	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า ก่อนข้างสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 36.7 สำคัญ มากรองลงมา ร้อยละ 28.0 และ เฉย ๆ ร้อยละ 22.2 ค่า เฉลี่ยเป็น 3.44% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทาง ก่อนข้างมาก
อาหารเครื่องดื่ม	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า เฉย ๆ มากที่สุด ร้อยละ 29.5 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 28.6 และ สำคัญมาก ร้อยละ 21.7 ค่า

ท่าเลที่ตั้ง

เฉลี่ยเป็น 3.45% แสดงว่าเฉลี่ย ๆ ค่อนข้างสำคัญ
มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 41.2 ค่อนข้างสำคัญ
รองลงมา ร้อยละ 33.2 เฉย ๆ ร้อยละ 20.4 ค่าเฉลี่ยเป็น
4.09% แสดงว่าค่อนข้างสำคัญ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14.3 แสดงองค์ประกอบหรือปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานบริการส์เกิดดีส์โก้จากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง เฉพาะผู้ที่ตอบว่า เคยเล่น จำแนกตามความสำคัญ และจำแนกตามห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นส์เกิดดีส์โก้	จำนวนคนที่ตอบทั้งหมด	สำคัญมาก		ค่อนข้างสำคัญ		เฉย ๆ		ไม่ค่อยสำคัญ		ไม่สำคัญ		ไม่ทราบ/ไม่ตอบ		ค่าเฉลี่ย
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ลักษณะพื้นลานส์เกิด	142	105	73.9	26	18.3	8	5.6	1	0.7	2	1.4	8	5.3	4.63
ระบบป้องกันอัคคีภัย	135	102	75.6	22	16.3	7	5.2	4	3.0	0	0.0	15	10.0	4.64
ความปลอดภัยในการเล่น	139	98	70.5	28	20.1	11	7.9	1	0.7	1	0.7	11	7.3	4.59
การปฐมพยาบาล	141	85	60.3	44	31.2	7	5.0	5	3.5	0	0.0	9	6.0	4.48
ระบบแสง สี เสียง	140	75	53.6	41	29.3	17	12.1	3	2.1	4	2.9	10	6.7	4.29
ค่าบริการที่เหมาะสม	139	73	52.5	38	27.3	18	12.9	7	5.0	3	2.2	11	7.3	4.23
ทำเลที่ตั้ง	140	54	38.6	57	40.7	22	15.7	5	3.6	2	1.4	10	6.7	4.11
สมัครฝึก	134	28	20.9	32	23.9	38	28.4	21	15.7	15	11.2	16	10.7	3.28
ที่จอดรถสะดวก	132	28	21.2	34	25.8	41	31.1	16	12.1	13	9.8	18	13.6	3.36
ที่นั่งพัก	139	20	14.4	60	43.2	41	29.5	13	9.4	5	3.6	11	7.3	3.55
อาหาร/เครื่องดื่ม	138	18	13.0	50	36.2	46	33.3	19	13.3	5	3.6	12	8.0	3.41

สามารถสรุปลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการ
 สเก็ตตี้ส์โก้ จำกัดตามห้างสรรพสินค้าได้ดังนี้

ลักษณะพื้นลานสเก็ต	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 73.9 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 18.3 และเฉย ๆ ร้อยละ 5.6 ค่า เฉลี่ยเป็น 4.63% แสดงว่าเป็นก่อนข้างสำคัญ ก่อนไปทางสำคัญ มาก
ระบบป้องกันอัคคีภัย	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 75.6 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 16.3 ไม่ตอบ/ไม่ทราบ ร้อยละ 10.0 ค่าเฉลี่ยเป็น 4.64% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญไปทางสำคัญมาก
ความปลอดภัยในการเล่น	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 70.5 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 20.1 และเฉย ๆ ร้อยละ 7.9 ค่า เฉลี่ยเป็น 4.59% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ ก่อนไปทางสำคัญมาก
การปฐมพยาบาล	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 60.3 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 31.2 และไม่ตอบ/ไม่ทราบ ร้อยละ 6.0 ค่าเฉลี่ยเป็น 4.43% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ ก่อนไปทาง สำคัญมาก
ระบบ แล่ง สี เสียง	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 53.6 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 39.3 และเฉย ๆ ร้อยละ 12.1 ค่า เฉลี่ยเป็น 4.29% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ
ค่าบริการที่เหมาะสม	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่าสำคัญมาก มากที่สุด ร้อยละ 52.5 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 27.3 และเฉย ๆ ร้อยละ 12.9 ค่า เฉลี่ยเป็น 4.23% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ
ท่าเลที่ตั้ง	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า ก่อนข้างสำคัญ มากที่สุด ร้อยละ 40.7 สำคัญ รองลงมา ร้อยละ 38.6 และเฉย ๆ ร้อยละ 15.7 ค่าเฉลี่ย เป็น 4.11% แสดงว่าก่อนข้างสำคัญ
มีครุฝึก	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า เฉย ๆ มากที่สุด ร้อยละ 28.4 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 23.9 และสำคัญมาก ร้อยละ 20.9 ค่า เฉลี่ยเป็น 3.28% แสดงว่าเฉย ๆ

ที่จอดรถสะพาน	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า เฉย ๆ มากที่สุด ร้อยละ 31.1 ก่อนข้าง สำคัญรองลงมา ร้อยละ 25.3 และสำคัญมาก ร้อยละ 21.2 ค่าเฉลี่ยเป็น 3.36% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทางก่อนข้าง สำคัญ
ที่นั่งพัก	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า ก่อนข้างสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 43.2 เฉย ๆ รองลงมา ร้อยละ 29.5 และสำคัญมาก ร้อยละ 14.4 ค่าเฉลี่ย เป็น 3.55% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทางก่อนข้างสำคัญ
อาหารและเครื่องดื่ม	มีจำนวนผู้ที่ตอบว่า ก่อนข้างสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 36.2 เฉย ๆ รองลงมา ร้อยละ 33.3 และสำคัญมาก ร้อยละ 13.0 ค่าเฉลี่ย เป็น 3.41% แสดงว่า เฉย ๆ ก่อนไปทางก่อนข้างสำคัญ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงขนาดของสถานบริการรถเกิดดีลโก้ จำแนกตามลานสเก็ตและห้างสรรพสินค้า

ขนาดของความจุ	จำนวนผู้ตอบ 372		ลานสเก็ต		ห้างสรรพสินค้า	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 400 คน	483	49.2	93*	50.8	100*	49.2
400-600 คน	108	29.0	37	34.3	71	65.7
มากกว่า 600 คน	81	21.8	29	35.8	52	64.2

แสดงว่า ขนาดของลานสเก็ตที่ผู้ตอบคิดว่า ควรจะเป็นมากที่สุด คือ จุดคนไต้น้อยกว่า 400 คน ร้อยละ 49.2 ลดลงมา จุดคนไตระหว่าง 400 - 600 คน ร้อยละ 29.0 และ จุดคนมากกว่า 600 คน น้อยที่สุด ร้อยละ 21.8 เมื่อจำแนกตามลานสเก็ตพบว่า ผู้ตอบที่มาจาก ลานสเก็ต ตอบว่าควรมีขนาดจุดคนไต้น้อยกว่า 400 คน มากกว่า จำนวนผู้ตอบที่มาจากห้าง-สรรพสินค้า ในขณะที่ตอบว่าขนาดความจุ อยู่ระหว่าง 400 - 600 คน และมากกว่า 600 คน จะเป็นผู้ตอบที่มาจากห้างสรรพสินค้ามากกว่า ผู้ตอบที่มาจากลานสเก็ต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงลักษณะของพื้นลานสเก็ต จำแนกตามลานสเก็ต ห้างสรรพสินค้า เคยเล่น และไม่เคยเล่น

ลักษณะพื้น ลานสเก็ต	จำนวนผู้ตอบ 509		ลานสเก็ต 272		ห้างสรรพสินค้า		เคยเล่น 372		ไม่เคยเล่น 137	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลานพื้นเรียบ	207	40.6	112	35.4	95	40.1	147	39.5	60	43.7
ลานสไลด์	71	13.9	42	15.4	29	12.2	53	14.2	18	13.1
ลานลูกคลื่น	32	6.3	23	8.1	9	3.8	28	7.5	4	2.9
ทุกข้อรวมกัน	327	64.2	198*	72.8	129*	54.4	259*	69.6	68*	49.6

แสดงว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ตอบว่าลักษณะของพื้นลานสเก็ตควรมีลักษณะหลาย ๆ อย่างรวมกัน คือ ทั้งพื้นเรียบ ลานสไลด์ พื้นลูกคลื่น มากที่สุด ร้อยละ 64.2 รองลงมาลักษณะเป็นลานพื้นเรียบ ร้อยละ 40.6 และมีลักษณะเป็นลานสไลด์ ร้อยละ 13.9 เมื่อจำแนกตามลานสเก็ต ห้างสรรพสินค้า ผู้ที่เคยเล่นต่างให้ข้อสรุปเช่นเดียวกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงลักษณะการรวมในการเล่น ที่เหมาะแก่การเล่น เฉพาะผู้ที่ตอบว่าเคยเล่น
จำแนกตามลานส์เกิด และห่างสรรพสินค้า

ลักษณะของการรวม ในการเล่น	จำนวนผู้ตอบ 372		ลานส์เกิด 222 คน		ห่างสรรพสินค้า 150 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วนซ้าย	226	60.7	139*	61.9	87*	38.5
วนขวา	120	32.3	57	47.5	63	52.5
อื่น ๆ ระบุ	26	7.0	1.3	50.0	13	50.0

แสดงว่า ลักษณะการรวมในการเล่นที่เหมาะสมที่สุดที่ผู้ตอบเลือกคือ การวนซ้าย คิดเป็น
ร้อยละ 60.0 รองลงมา วนขวา ร้อยละ 32.3 และอื่น ๆ ระบุ ร้อยละ 7.0 ได้แก่ การสลับ
การวนซ้ายและขวา และผู้ตอบบางคนเห็นว่าจำนวนวนซ้ายและขวาไม่มีความสำคัญ เป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญของสถานการณ์บริการลี้ภัยตลิ่งโลกที่รุนแรงให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการ ปรากฏว่า ระบบแสง สี เสียงมีความสำคัญมากที่สุดถึง 76.1% รองลงมาคือ ลักษณะของลานลี้ภัย 61.6% นอกจากนี้ปัจจัยด้านค่าบริการ ความปลอดภัยในการเล่น และ ความสะดวกของสถานที่ มีความสำคัญใกล้เคียงกันคือ 41.1% 47.3% และ 43.3%

การให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละปัจจัยของผู้ที่ตอบที่เคยเล่นเป็นดังนี้คือ ระบบแสง สี เสียง สำคัญมากและค่อนข้างสำคัญ คิดเป็น 63.9% และ 23.7% ลักษณะพื้นลานลี้ภัย สำคัญมากและค่อนข้างสำคัญ คิดเป็น 74.6% และ 18.9% สำหรับปัจจัยด้านค่าบริการที่เหมาะสม ความปลอดภัยในการเล่น ระบบการป้องกันอัคคีและการปฐมพยาบาล รวมทั้งท่าเลที่ตั้ง แม้จะไม่ได้เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการร้องใจผู้เล่น แต่ถือว่าเป็นปัจจัยที่จำเป็นพื้นฐานที่ผู้ตอบให้ความ สำคัญมากมาอันดับหนึ่งในแต่ละ สถานบริการที่จะต้องได้อย่างพร้อมมูลและเพียงพอ

สำหรับลักษณะของพื้นลานที่ผู้ตอบนิยมมากที่สุด คือ พื้นลานที่มีหลายอย่างรวมกันทั้งแบบ พื้นเรียบ ลานลี้ภัย และพื้นลูกคลื่น รองลงมาคือ พื้นเรียบ 40.6% และลานลี้ภัย 13.9% ส่วนลักษณะการวนในการเล่นที่เหมาะสมที่สุดคือ การวนซ้าย คิดเป็น 60% และขนาดของลาน ลี้ภัยที่คิดว่าเหมาะสมที่สุด คือ ขนาดที่จุคนได้ 400 คน ถึง 49.2% รองลงมาคือ ขนาด 400 - 600 คน คิดเป็น 29% และขนาดมากกว่า 600 คน 2.1%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความถี่และช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้บริการ

ตารางที่ 18 แสดงความถี่ในการไปใช้บริการสเก็ตดิสโก้ จำแนกตามลานสเก็ต และห้างสรรพสินค้า

ความถี่ในการ ไปใช้บริการ	รวม 372 คน		ลานสเก็ต 222 คน		ห้างสรรพสินค้า 150 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	32	8.7	25	11.3	7	4.8
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	58	15.8	44	19.9	14	9.7
สัปดาห์ต่อครั้ง	97	26.5	59*	26.7	38	26.2
2-3 สัปดาห์ต่อครั้ง	70	19.1	36	16.3	34	23.4
เดือนละครั้ง	25	6.8	12	5.4	13	9.0
ไม่แน่นอน	84	23.0	45	20.4	39*	26.9
ไม่ตอบ	6	1.6	1	0.5	-	-

แสดงว่า ผู้ตอบนิยมไปใช้บริการของสเก็ตดิสโก้ สัปดาห์ละครั้ง มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 26.5 รองลงมาไม่แน่นอน ร้อยละ 23.0 และ 2 - 3 สัปดาห์ต่อครั้ง ร้อยละ 19.1 ถ้าจำแนกผู้ตอบจากลานสเก็ตพบว่า นิยมไปเล่น สัปดาห์ละครั้งมากที่สุด ร้อยละ 26.7 รองลงมา ไม่แน่นอน ร้อยละ 26.4 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 19.9 ถ้าจำแนกผู้ตอบจากห้างสรรพสินค้า พบว่านิยมไปเล่นมากที่สุด ไม่ค่อยแน่นอน ร้อยละ 26.9 รองลงมา สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 26.2 และ 2 - 3 สัปดาห์ต่อครั้ง ร้อยละ 23.4

ตารางที่ 19 แสดงความถี่ในการไปใช้บริการของผู้ตอบ จำแนกตามระดับรายได้

ความถี่ในการ ใช้บริการ	รวม 372 คน	ระดับรายได้				
		น้อยกว่า 500	501- 1,000	1,001- 1,500	1,501- 2,000	มากกว่า 2,000
ทุกวัน	32 8.7	2 6.2	4 12.5	12 37.5	7 21.9	7 21.9
2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์	58 15.8	3 5.2	9 15.5	25 43.1	10 17.2	11 19.0
สัปดาห์ ต่อครั้ง	97 26.5	3 3.1	21 21.6	39* 40.2	18 18.6	16 16.5
2-3 สัปดาห์ ต่อครั้ง	70 19.1	12 17.2	37 52.8	11 15.7	5 7.1	5 7.1
เดือน ต่อครั้ง	25 6.8	8 32.0	12 48.0	3 12.0	1 4.0	1 4.0
ไม่ แน่นอน	84 23.0	20 23.8	32 38.1	10 11.9	11 13.1	11 13.1
ไม่ตอบ	6 1.6	3 50.0	3 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

สามารถสรุปได้ ผู้ตอบที่ใช้บริการทุกวันจะเป็นผู้มีรายได้ระหว่าง 1,001 - 1,500 บาท มากที่สุด รองลงมาระดับรายได้ 1,501 - 2,000 บาท และรายได้มากกว่า 2,000 บาท ซึ่งเท่ากัน

ผู้ใช้บริการ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จะเป็นผู้ที่มีรายได้ ระหว่าง 1,001 - 1,500 บาท มากที่สุด รองลงมาระดับรายได้ 1,501 - 2,000 บาท

ผู้ใช้บริการ สัปดาห์ต่อครั้ง จะเป็นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 1,001 - 1,500 บาท มากที่สุด รองลงมาระดับรายได้ 501 - 1,000 บาท

ผู้ใช้บริการ 2 - 3 สัปดาห์ต่อครั้ง จะเป็นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 501 - 1,000 บาท มากที่สุด รองลงมาระดับรายได้น้อยกว่า 500 บาท

ผู้ใช้บริการ 1 เดือนต่อครั้ง จะเป็นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 501 - 1,000 บาท มากที่สุด รองลงมาระดับรายได้น้อยกว่า 500 บาท

ผู้ใช้บริการไม่แน่นอน จะเป็นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 501 - 1,000 บาท มากที่สุด รองลงมาระดับรายได้น้อยกว่า 500 บาท

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 แสดงวันในสัปดาห์ที่ผู้ตอบนิยมไปใช้บริการของสเก็ตติลโก้ จำแนกตามลานสเก็ต และห้างสรรพสินค้า

วันของสัปดาห์ที่นิยม ไปเล่นสเก็ต	รวม 372 คน		ลานสเก็ต 222คน		ห้างสรรพสินค้า 150คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ - ศุกร์	59	16.2	37	16.7	22	15.4
เสาร์ - อาทิตย์	128	35.2	36	34.4	52	36.4
ไม่แน่นอน	177	48.6	108*	48.9	69*	43.3
ไม่ตอบ	8	2.2	1	0.5	7	4.7

แสดงว่า วันที่ผู้ตอบนิยมไปใช้บริการสเก็ตติลโก้มากที่สุด คือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 48.6 รองลงมา วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 35.2 และวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 16.2 ถ้าจำแนกตาม ผู้ตอบที่มาจากลานสเก็ตและห้างสรรพสินค้า ต่างให้ผลสรุปเช่นเดียวกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 แสดงวันในสัปดาห์ที่ผู้ตอบนิยมไปใช้บริการส่งเสริมสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

วันของสัปดาห์ ที่นิยมเล่นสเก็ต	รวม 372 คน	ระดับการศึกษา						
		ประถม	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวช.	ปวส.	อุดมศึกษา	อื่น ๆ
จันทร์ - ศุกร์	59	0	7	11	13	9	17	2
	16.2	0.0	11.9	18.6	22.0	15.3	28.8	3.4
เสาร์-อาทิตย์	128	1	13	15	39	17	42	1
	35.2	0.8	10.2	11.7	30.4	13.3	32.8	0.8
ไม่แน่นอน	177	0	19	32	47	23	56	-
	48.6	0.0	10.7	18.1	26.6	13.0	31.6	-
ไม่ตอบ	8	0	3	0	2	0	3	-
	2.2	0.0	37.5	0.0	25.0	0.0	37.5	-

แสดงว่า วันจันทร์-ศุกร์ กลุ่มที่นิยมไปใช้ลานสเก็ตสไลด์โก้นั้นวันดังกล่าวมากที่สุดคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาในชั้นอุดมศึกษา ร้อยละ 28.8 รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพชั้นต้น ร้อยละ 22.0 และระดับมัธยมปลาย ร้อยละ 18.6

วันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มที่นิยมไปใช้บริการในวันดังกล่าวมากที่สุดคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาในชั้นอุดมศึกษา ร้อยละ 32.8 รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพชั้นต้น ร้อยละ 30.4 และระดับประโยควิชาชีพชั้นสูง ร้อยละ 13.3

วันเวลาไม่แน่นอน กลุ่มที่ไปใช้บริการสเก็ต โดยในวันเวลาไม่แน่นอนมากที่สุดคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาชั้นอุดมศึกษา ร้อยละ 31.6 รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพชั้นต้น ร้อยละ 26.6 และระดับมัธยมปลาย ร้อยละ 18.1

ตารางที่ 22 แสดงช่วงเวลาของผู้ตอบนิยมไปใช้บริการของเล่นสไลด์โก๊ จำนวนตามลานสไลด์
และห้างสรรพสินค้า

ช่วงเวลาที่ยอมไป เล่นสไลด์โก๊	ผู้ตอบ 372 คน		ลานสไลด์ 222 คน		ห้างสรรพสินค้า 150 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9 - 11.30	21	5.7	11	5.0	10	6.8
12 - 15.30	146	39.9	55	38.6	61	41.8
16 - 17.30	111	30.3	75	34.1	36	24.7
18 - 21.30	88	24.0	49	22.3	39	26.7
ไม่ตอบ	6	1.6	2	0.9	4	2.7

แสดงว่า ช่วงเวลาที่ยอมไปใช้บริการสไลด์โก๊มากที่สุดคือ 12.00 - 15.00 น.
ร้อยละ 39.9 16.00 - 19.30 น. ร้อยละ 30.3 และ 18.00 - 21.30 น ร้อยละ 24.0
ถ้าจำนวนตามผู้ตอบจากลานสไลด์ให้ผลสรุปเช่นเดียวกัน แต่ถ้าจำนวนตามผู้ตอบจากห้างสรรพสินค้า
พบว่า เวลาที่ยอมไปเล่นมากที่สุด คือ 12.00 - 16.30 น. ร้อยละ 41.8 รองลงมาเวลา
18.00 - 21.30 น. ร้อยละ 26.7 และเวลา 16.00 - 17.30 น. ร้อยละ 24.7

ตารางที่ 23 แสดงช่วงเวลาที่ยุติอบนิยมนไปใช้บริการล้เกิดดิลโก้ จำแนกตามอายุ และระดับการศึกษา

ช่วงเวลาที่ยุติ นิยมนไปเล่น	รวม	อายุ (ปี)			ระดับการศึกษา						
		13-15	16-18	19-23	ประถม	ม.ต้น	ม.ปลาย	ปวช.	ปวส.	อุดมศึกษา	อื่น ๆ
9-11.30	21	3	7	11	0	1	2	6	3	9	0
	5.7	14.3	33.3	52.4	0.0	4.8	9.5	28.6	14.3	42.8	0.0
12-15.30	146	21	56	69*	1	18	21	43	14	48	1
	39.9	14.4	38.4	47.2	0.7	12.3	14.4	29.4	9.6	32.9	0.7
16-17.30	111	18	42	51	0	14	13	37	9	38	0
	30.3	16.2	37.8	45.9	0.0	12.6	11.7	33.3	8.1	34.2	0.0
18-21.30	88	7	39	42	0	9	21	13	22	21	2
	24.0	8.0	44.3	47.7	0.0	10.2	23.9	14.8	25.0	23.9	2.3
ไม่ตอบ	6	0	2	4	0	0	1	2	1	2	0
	1.6	0.0	33.3	66.7	0.0	0	16.7	33.3	16.7	33.3	0.0

แสดงว่า ผู้ที่นิยมในช่วงเวลา 9.00 - 11.30 น. จะเป็นผู้ที่อายุ 19 - 23 ปี มากที่สุด ร้อยละ 52.4 รองลงมาอายุ 16 - 18 ปี ร้อยละ 33.3 และมีระดับการศึกษาชั้นอุดมศึกษามากที่สุด ร้อยละ 42.8 รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพขั้นต้น ร้อยละ 28.6

ผู้ที่นิยมเล่นในช่วง 12.00 - 15.30 น. เป็นผู้ที่อายุ 19 - 23 ปี มากที่สุด ร้อยละ 47.2 รองลงมาอายุ 16 - 18 ปี ร้อยละ 38.4 และมีระดับการศึกษาอุดมศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 32.9 รองลงมา ระดับประโยควิชาชีพขั้นต้น ร้อยละ 29.4

ผู้ที่นิยมเล่นในช่วง 16.00 - 17.30 น. เป็นผู้ที่อายุ 19 - 23 ปี มากที่สุด ร้อยละ 45.9 รองลงมา 16 - 18 ปี ร้อยละ 37.8 และมีระดับการศึกษาอุดมศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 34.2 รองลงมา ประโยควิชาชีพขั้นต้น ร้อยละ 33.3

ผู้ที่นิยมไปเล่นในช่วง 18.00 - 21.30 น. เป็นผู้ที่อายุ 19 - 23 ปี มากที่สุด ร้อยละ 47.7 รองลงมา 16 - 18 ปี ร้อยละ 44.3 และมีระดับการศึกษาประโยควิชาชีพ ขั้นสูง มากที่สุด ร้อยละ 25.6 รองลงมา มัธยมศึกษา ร้อยละ 23.7

ความถี่และช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้บริการ ผู้ตอบส่วนใหญ่จะใช้บริการ สัปดาห์ละครั้งถึง 26.5% ผู้ตอบที่ให้บริการ 2 - 3 สัปดาห์ต่อครั้ง 19.1% และผู้ตอบที่ให้บริการ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ 15.8% สำหรับวันที่ผู้ตอบนิยมไปใช้บริการมากที่สุด วันเสาร์-อาทิตย์ 35.2% วันธรรมดา 16.2% และที่ตอบว่าไม่แน่นอนมี 48.6%

ช่วงเวลา que ผู้ตอบนิยมไปใช้บริการมากที่สุดคือ ช่วง 12.00 - 16.00 น. มี 39.9% รองลงมาคือ ช่วง 16.00 - 18.00 น. คิดเป็น 30.3% และช่วง 18.00 - 21.30 น. คิดเป็น 2%

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวโน้ม ความนิยมของธุรกิจสเก็ตติสโก๊ในอนาคต

ตารางที่ 24 แสดงแนวโน้มของความนิยมที่มีต่อธุรกิจสเก็ตติสโก๊ ในเวลา 5 ปีข้างหน้า จำแนกตามลานสเก็ต ห้างสรรพสินค้า เคยเล่น และไม่เคยเล่น

แนวโน้มความนิยม ใน 5 ปีข้างหน้า	ผู้ตอบ 509 คน		ลานสเก็ต 272 คน		ห้างสรรพสินค้า 237 คน		ผู้เคยเล่น 372 คน		ไม่เคยเล่น 137 คน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สูงขึ้น	35	17.6	52	19.8	33	15.0	66	18.1	19	16.2
น้อยลง	223	46.3	124	47.3	99	45.0	165	45.2	58	49.6
ไม่แน่ใจ	174	36.1	86	32.8	88	40.0	134	36.7	40	34.12
ไม่ตอบ	27	5.3	10	3.7	17	7.2	7	1.9	20	14.6

แสดงว่า ผู้ตอบมีความคิดว่า แนวโน้มของความนิยมของธุรกิจสเก็ตติสโก๊อีก 5 ปี ข้างหน้าจะน้อยลง มีมากที่สุด ร้อยละ 46.3 รองลงมาตอบว่าไม่แน่ ร้อยละ 36.1 และตอบว่าสูงขึ้นร้อยละ 17.6 และไม่ว่าจะจำแนกผู้ตอบลานสเก็ต ห้างสรรพสินค้า ผู้ที่เคยเล่นและผู้ที่ไม่เคยเล่น ต้องให้ข้อสรุปเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 25 แสดงแนวโน้มของผู้ตอบในอนาคตว่าจะเล่นสล็อตเกิดดีสล็อตหรือไม่ สำหรับผู้ที่

ตอบว่าไม่เคยเล่น จำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูล	รวม	ลานสล็อต	ห้างสรรพสินค้า
รวม	131	48	83
	100.0	36.6	63.4
	100.0	100.0	100.0
แน่ใจว่าเล่น	12	8	4
	100.0	66.7	33.3
	9.2	16.7	4.8
แน่ใจค่อนข้าง มาก	10	3	7
	100.0	30.0	70.0
	7.6	6.3	8.4
แน่ใจปานกลาง	16	6	10
	100.0	37.5	62.5
	12.2	12.5	12.0
แน่ใจน้อย	11	4	7
	100.0	36.4	63.6
	8.4	8.3	8.4
ไม่แน่ใจ	49	18*	31*
	100.0	36.7	63.3
	37.4	37.5	37.4
แน่ใจว่า ไม่เล่น	33	9	24
	100.0	27.3	72.7
	25.2	18.8	28.9
ไม่ตอบ	6	2	4
	100.0	33.3	66.7
	4.4	4.0	4.6

แสดงว่า ผู้ที่ตอบว่าไม่เคยเล่นสล็อตเกิดดีลโก้ คิดว่าในอนาคตนั้น ไม่แน่ใจว่าจะเล่นหรือไม่เล่นมากที่สุด รองลงมาตอบว่า แน่ใจว่าไม่เคยเล่น และแน่ใจปานกลางว่าจะเล่นเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 37.4 ร้อยละ 25.2 และร้อยละ 12.2 ตามลำดับ ถ้าจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลก็ให้ผลสรุปเช่นเดียวกัน ถ้าพิจารณาจากคำตอบแต่ละคำตอบพบว่า ผู้ที่ตอบว่าแน่ใจว่าจะเล่นเป็นข้อมูลมาจากผู้ที่อยู่ในลานสล็อตเกิดมากกว่า ข้อมูลที่มาจากห้างสรรพสินค้า แต่คำตอบอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้จะเป็นข้อมูลที่ได้จากห้างสรรพสินค้ามากกว่า ข้อมูลที่ได้จากลานสล็อตเกิด

แนวโน้มความนิยมของธุรกิจสล็อตดีลโก้ในอนาคต ในส่วนของผู้เล่นนั้นมีความเห็นว่าความนิยมจะน้อยลง 45.2% ส่วนที่เห็นว่าความนิยมจะสูงขึ้นมี 18.1% และส่วนที่ไม่แน่ใจมี 36.7% ส่วนผู้ที่ไม่เคยเล่นมีความเห็นว่า ความนิยมจะน้อยลง 49.6% ความนิยมสูงขึ้น 16.2% และไม่แน่ใจ 34.2% ผู้ตอบให้เหตุผลถึงความนิยมจะน้อยลงเพราะความเบื่อความนิยมจะสูงขึ้นเพราะยังเป็นที่ใหม่สำหรับเมืองไทย ไม่แน่ใจเพราะความต้องการของวัยรุ่นเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อย ชอบของใหม่

ศูนย์วิทยพัชร์พยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย