

สรุปและขอเสนอแนะ

จากการศึกษาปัญหาและแนวโน้มทางการตลาดของสวนสนุกในเขตกรุงเทพมหานคร
 กังกล่าวมาแล้วทั้งที่แก่นั้นสามารถสรุปผลการศึกษาและวิจัยในเรื่องต่าง ๆ ดัง
 ต่อไปนี้

1. การดำเนินงานทางการตลาดของ สวนสนุกแต่ละแห่ง

การตลาดสวนสนุกเป็นตลาดที่มุ่ง เป้าหมายลูกค้า ไปยังผู้บริโภครวมทุกระดับ
 ทุกเพศ ทุกวัย กลุ่มลูกค้าของสวนสนุกจึงสามารถกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่มาก
 และกระจายอยู่ทั่วไปทุกหนทุกแห่งไม่ว่าใครก็สามารถเป็นลูกค้าของสวนสนุกได้ โดยเหตุ
 ที่สวนสนุกเป็นธุรกิจประเภทขายบริการ ซึ่งมีสถานที่ตั้งอยู่นั่นเองไม่สามารถวิ่งไปให้บริการ
 ลูกค้าได้ และสวนสนุกไม่มีตัวสินค้าที่จะเสนอขายให้ผู้บริโภค จุดเด่นของสวนสนุกจะอยู่ที่
 ประเภทบริการที่มีไว้เสนอต่อผู้บริโภคที่จะต้องมีจำนวนเพียงพอในการตอบสนองความต้องการ
 ของผู้บริโภค ทั้งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่สุดคือ การส่งเสริมการขาย
 (Promotion) ซึ่งได้แก่ การโฆษณาให้เห็นประเภทบริการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก
 และเกิดความสนใจจนกระทั่งสามารถชักนำผู้บริโภคให้มาเที่ยวได้ การจัดประเภทบริการ
 ภายในที่เป็นตัวเสริมประกอบในการขายบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคที่มาเที่ยวเกิดความสะดวก
 สบายเกิดความประทับใจขึ้น การใช้กลยุทธ์ด้านสิ่งจูงใจต่าง ๆ ที่จะเป็นตัวกระตุ้นความ
 สนใจของผู้บริโภคให้อยากมาเที่ยวจะต้องมีการวางแผนจัดทำอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น
 การจัดกิจกรรมการแสดงต่าง ๆ จัดงานประเพณีต่าง ๆ รวมทั้งการจัดงานมหกรรมงาน
 แสดงที่ใหญ่ ๆ ต่าง ๆ เป็นต้น

ในค่านับผลิตภัณฑ์ (Product) ของสวนสนุกคือ ประเภทบริการต่าง ๆ นั้น
 จะต้องมีบริการซ่อมแซมดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพที่ดีที่สุดและปลอดภัยที่สุดอยู่เสมอ และต้องมี

การวางแผนงานในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือหาประเภทบริการใหม่ ๆ ที่ทันสมัยและน่าสนใจมาเสนอผู้บริโภคนอกเวลา รวมทั้งการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย เพื่อวางแผนปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ในเรื่องอัตราค่าบริการปัจจุบันทางสวนสนุกแต่ละแห่งได้ใช้วิธีกำหนดอัตราค่าบริการขึ้นใหม่ โดยใช้วิธีการเก็บค่าผ่านประตูเข้าสวนสนุกเพียงครั้งเดียว และสามารถเข้าไปใช้บริการต่าง ๆ ของสวนสนุกได้ทุกชนิดโดยไม่ต้องเสียค่าบริการใด ๆ อีก การกำหนดอัตราค่าบริการแบบนี้ทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่แพง และทำให้มีผู้มาเที่ยวสวนสนุกเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก

2. คุณลักษณะโดยทั่วไปของผู้บริโภคที่ถูกสัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

- เป็นเพศชายและเพศหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน
- เป็นคนโสดมากกว่าคนสมรสแล้ว
- อายุเฉลี่ยส่วนมากอยู่ระหว่าง 21 - 35 ปี
- การศึกษาส่วนมากอยู่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายขึ้นไป
- กลุ่มอาชีพส่วนมากได้แก่ นักเรียน, นิสิต, นักศึกษา, ข้าราชการ
- รายได้ส่วนมากอยู่ระหว่าง 2,000 - 5,000 บาท
- เคยไปเที่ยวสวนสนุกกันแล้วเป็นส่วนมากมีจำนวน 86.80 %
- สวนสนุกที่เคยไปเที่ยวกันส่วนมากคือสวนสนุก "แคนเนรมิต"

จากคุณลักษณะโดยทั่วไปของผู้บริโภคที่ถูกสัมภาษณ์นี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นข้อมูลที่มาจากทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวนพอ ๆ กัน ทางด้านอายุของผู้บริโภคส่วนมากอยู่ระหว่าง 21 - 35 ปี ก็คิดว่าอยู่ในวัยที่จะมาเที่ยวสวนสนุกและใช้บริการต่าง ๆ ของสวนสนุกกันมาก และข้อสำคัญคือ ผู้บริโภคที่ถูกสัมภาษณ์นี้เคยมาเที่ยวสวนสนุกกันแล้วเป็นส่วนมากโดยมีจำนวนถึง 86.80 %

ผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้บริโภครถที่เคยไปเที่ยวสวนสนุก "แคนเนรมิต" มีมากกว่าจำนวนผู้บริโภครถที่เคยไปเที่ยวสวนสนุก "สวนสยาม" นั้น อาจเนื่องมาจากสาเหตุดังต่อไปนี้คือ

ก. ท่าเลที่ตั้ง สวนสนุก "แคนเนรมิต" อยู่ในท่าเลที่ตั้งที่ได้เปรียบกว่าสวนสนุก "สวนสยาม" กล่าวคือ "แคนเนรมิต" ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนมีการคมนาคมสะดวกมีรถเมย์บ้านมาก แต่ "สวนสยาม" ตั้งอยู่ชานเมืองทางไกลชุมชนการคมนาคมไม่สะดวก

ข. ระยะเวลาการก่อสร้างสวนสนุก "แคนเนรมิต" ได้เริ่มก่อสร้างมานานกว่าสวนสนุก "สวนสยาม" บ่อมเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคได้มากกว่าและจำนวนของผู้บริโภคที่เคยไปเที่ยวสวนสนุก "แคนเนรมิต" แห่งเดียวสมัยที่สวนสนุก "สวนสยาม" ยังไม่ก่อสร้างขึ้นย่อมมีมาก

ค. ประเภทการให้บริการ สวนสนุก "แคนเนรมิต" มีประเภทบริการเสนอให้มากกว่า สวนสนุก "สวนสยาม" ซึ่งในระยะแรก ๆ ที่ "สวนสยาม" เริ่มก่อสร้างนั้นมีประเภทบริการเสนอผู้บริโภคน้อยมากคนจึงไม่ค่อยนิยมไปเที่ยว ทาง "สวนสยาม" ได้เริ่มปรับปรุงและเพิ่มเติมประเภทบริการให้มากขึ้นเมื่อปลายปี พ.ศ. 2526 นี้เอง

3. พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับสวนสนุก สรุปได้ดังนี้

- ผู้บริโภคส่วนมากเดินทางมาเที่ยวสวนสนุกโดยรถโดยสารประจำทางหรือรถรับจ้าง
- ผู้บริโภคที่มาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ได้รับความสะดวกในเรื่องที่จอดรถและได้รับความปลอดภัยของรถยนต์ที่จอดไว้
- ความต้องการมาเที่ยวสวนสนุกของผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนว่าจะมาเที่ยวสวนสนุกบ่อยครั้งเพียงไร หรือต้องมาเที่ยวในวันไหนเท่านั้นเป็นส่วนมาก โดยผู้บริโภคจะตอบว่าแล้วแต่โอกาสที่เกิดขึ้น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น การมีเวลาว่าง มีความต้องการเกิดขึ้น มีเพื่อนชักชวนไป เป็นต้น
- ผู้บริโภคที่เป็นคนโสดส่วนมากจะมาเที่ยวสวนสนุกกับเพื่อน แต่ผู้บริโภค

- ที่สมัครแล้วส่วนมากจะมาเที่ยวสวนสนุกกับบุคคลในครอบครัว
- ผู้บริโภคส่วนมากจะใช้เวลาในการเที่ยวสวนสนุกมากกว่า 2 ชั่วโมง
 - ผู้บริโภคส่วนมากจะใช้จ่ายเงินสำหรับการเที่ยวสวนสนุกแต่ละครั้ง ประมาณ 100 - 500 บาท

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับสวนสนุกนี้ เพื่อประโยชน์ในการวางแผน การดำเนินงานของสวนสนุกในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง รวมทั้งการจึกหาสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องต่อกันกับพฤติกรรมของผู้บริโภค อันจะเป็นผลให้การดำเนินงานของสวนสนุก ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

4. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสวนสนุกในต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

- ราคาค่าบริการ ผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่าอัตราค่าบริการที่ทางสวนสนุกตั้งไว้มีราคาแพง
- ประเภทเครื่องเล่น ผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่าประเภทเครื่องเล่นของสวนสนุกที่มีอยู่นั้นยังมีน้อย และผู้บริโภคส่วนมากชอบประเภทเครื่องเล่นของสวนสนุกที่มีอยู่มากกว่าครึ่งหนึ่งของทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แม้ว่าประเภทเครื่องเล่นในสายตาของผู้บริโภคจะยังมีจำนวนน้อย แต่ผู้บริโภคก็มีความพอใจในประเภทเครื่องเล่นที่มีอยู่เป็นส่วนใหญ่
- ตลาดสวนสนุก ผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่าปัจจุบันสวนสนุกยังมีจำนวนน้อยเห็นควรจะมีเพิ่มขึ้นอีก และส่วนใหญ่มีความเห็นอีกว่าตลาดสวนสนุกควรจะมีอยู่ต่อไปในอนาคต โดยให้เหตุผลทำนองเดียวกันว่า เพื่อจะได้มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และสถานที่หาความสนุกสนานบันเทิงใจที่ไม่มีผลเสีย ซึ่งหาได้น้อยมากในเขตกรุงเทพมหานคร

- การส่งเสริมการจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่าการโฆษณาของสวนสนุกมีผลทำให้เกิดความสนใจที่จะมาเที่ยวสวนสนุก เป็นสิ่งแสดงให้เห็นว่าการโฆษณา เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อสวนสนุก ซึ่งเป็นธุรกิจขายบริการที่ไม่สามารถวิ่งไปให้บริการลูกค้าได้
- แนวโน้มของรูปแบบตลาดสวนสนุกในอนาคต ผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่าการให้ตลาดสวนสนุกประกอบด้วยสวนพักผ่อนหย่อนใจในรูปของสวนสาธารณะ สวนไม้ดอกไม้ประดับอยู่ด้วย นอกจากนี้ก็มีความเห็นอื่น ๆ อีก ได้แก่ ต้องการให้มีเครื่องเล่นสำหรับผู้ใหญ่ให้มากขึ้น, ต้องการเครื่องเล่นประเภทใช้สมองใช้ความคิด เพื่อเป็นการพัฒนาเด็ก, ต้องการให้สวนสนุกมีประเภทบริการในเวลาว่างคืน และต้องการให้มีสนามกีฬา เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส รวมอยู่ด้วย เป็นต้น

การศึกษาทัศนคติในข้างต้นต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อสวนสนุกนั้น เพื่อเป็นเครื่องสะท้อนให้ทราบความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อการดำเนินงานของสวนสนุกในปัจจุบัน และทราบความคิดเห็นทางด้านการตลาดของผู้บริโภคในอนาคต ซึ่งทางสวนสนุกจะได้นำการแก้ไขข้อบกพร่องที่มีอยู่และเตรียมการดำเนินงานในอนาคตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่

5. ปัญหาการดำเนินงานทางด้านการตลาดของสวนสนุกแต่ละแห่ง สรุปได้ดังนี้
 - ท่าเลที่คัง สวนสนุก "สวมสยาม" มีปัญหาเนื่องจากตั้งอยู่ห่างไกลแหล่งชุมชน การเดินทางไม่สะดวกและตัวสวนสนุกตั้งอยู่ไกลจากถนนใหญ่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซึ่งไม่มีรถยนต์ส่วนตัวไม่สะดวกในการเดินทางมาเที่ยว ทางสวนสนุกแก้ไขได้เพียงแต่การจัดรถพ่วงวิ่งรับส่งผู้มาเที่ยวระหว่างสวนสนุกกับถนนใหญ่เท่านั้น
 - อัตราค่าบริการ สวนสนุก "แคนเนรมิต" ซึ่งผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่ราคาแพง เนื่องจากต้องเสียเงินค่าบริการแต่ละชนิดหลายครั้ง

หลายหน ปัจจุบันทางสวนสนุกได้ทดลองแก้ไขโดยเก็บอัตราค่าบริการเพียงครั้งเดียวเท่านั้น และสามารถให้บริการได้ทุกชนิด

- ประเภทบริการ สวนสนุก "แคนเนรมิต" มีปัญหาเนื่องจากเป็นสวนสนุกที่ดำเนินกิจการมานาน ทำให้ประเภทบริการที่มีอยู่มีอายุการใช้งานนาน ต้องคอยซ่อมแซมบำรุงรักษา และต้องวางแผนการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือจัดหาประเภทบริการใหม่ ๆ มาเสนอผู้บริโภคร่วม เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อหน่ายได้ สำหรับสวนสนุก "สวนสยาม" มีปัญหาเพียงแก่ประเภทบริการต่าง ๆ ในปัจจุบันยังคงดำเนินการไม่เสร็จสิ้นตามโครงการ ทำให้ไม่สามารถบริการลูกค้าได้เต็มที่ ซึ่งทางสวนสนุกกำลังเร่งดำเนินการให้สำเร็จโดยเร็วแล้ว
- สถานที่ สวนสนุก "แคนเนรมิต" มีปัญหาเนื่องจากสถานที่คับแคบและอากาศภายในสวนสนุกร้อนอบอ้าว สาเหตุดังกล่าวเกิดขึ้นเพราะความร้อนของแสงแดดในเวลากลางวัน รวมทั้งจำนวนผู้มาเที่ยวมีมากและเนื้อที่ของสวนสนุกที่มีจำกัดไม่สามารถขยายได้อีก ซึ่งการแก้ไขของสวนสนุก คือ ทำการสร้างชายคาร่มเงาให้มากขึ้น จัดหาสถานที่นั่งพักผ่อนสำหรับผู้มาเที่ยวให้มากขึ้น เช่น การตั้งโต๊ะเก้าอี้ไครมไม้เพิ่มขึ้น รวมทั้งการจัดสวนหย่อมขึ้นเท่าที่พอจะทำได้ เป็นต้น
- การส่งเสริมการจำหน่าย ไม้แก่ การจัดบริการร้านอาหาร เครื่องดื่ม และบริการค่านห้องสุขา ซึ่งเป็นปัญหาต่อผู้บริโภคส่วนมากเนื่องจากอาหารเครื่องดื่มราคาแพงและคุณภาพไม่ดี รวมทั้งบริการห้องสุขามีจำนวนน้อยและสกปรก ซึ่งทางสวนสนุกได้ดำเนินการแก้ไขโดยจัดสร้างห้องสุขาขึ้นใหม่มีมากพอและจัดพนักงานคอยดูแลความสะอาดตลอดเวลา รวมทั้งปรับปรุงร้านอาหารและเครื่องดื่มให้ราคาและคุณภาพเหมาะสม

นอกจากนี้มีปัญหาคำอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการศึกษาสวนสนุก ได้แก่

- ปัญหาฤดูกาล เช่น ในช่วงฤดูฝนที่ฝนตกชุก การบริการของสวนสนุกจะไม่สามารถให้บริการได้เต็มที่ รวมทั้งจำนวนผู้มาเที่ยวจะน้อยเนื่องจากความไม่สะดวก
- ปัญหาเศรษฐกิจ กล่าวคือ ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ หรือช่วงที่ผู้บริโภคต้องใช้จ่ายเงินค่าที่จำเป็นมาก เช่น ช่วงใกล้เปิดเรียน ก็มีผลทำให้จำนวนผู้มาเที่ยวสวนสนุกน้อยลง
- ปัญหาทัศนคติของผู้บริโภคที่เป็นผู้ใหญ่ ซึ่งมีทัศนคติว่าสวนสนุกเป็นสิ่งที่เหมาะสำหรับเด็กเท่านั้น ทำให้ผู้ใหญ่ส่วนมากไม่ค่อยกล้าใช้บริการของสวนสนุก เนื่องจากเกิดความอายกลัวจะถูกว่าทำตัวเหมือนเด็ก ปัญหานี้การแก้ไขคงทำได้ยากและต้องใช้เวลานาน

ข้อเสนอแนะ

1. ในด้านความปลอดภัยของประเภทเครื่องเล่นต่าง ๆ โดยเฉพาะเครื่องเล่นที่หวาดเสียวตื่นเต้นนั้น ทางสวนสนุกควรมีมาตรการในการดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดที่สุดอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากหากเกิดอุบัติเหตุขึ้นเพียงครั้งหนึ่ง เท่านั้นจะมีผลกระทบต่อการศึกษาของสวนสนุกอย่างมาก เพราะจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกหวาดกลัวขึ้นทำให้เสียชื่อเสียง ซึ่งเป็นสิ่งที่แก้ไขได้ยากหากเกิดขึ้นแล้ว

2. ทางด้านการส่งเสริมการจำหน่าย สวนสนุกควรมีการจัดทำโปสเตอร์โฆษณาไว้ตามโรงแรมต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ ที่มีชาวต่างชาติมาพักอาศัย เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจให้ชาวต่างชาติที่มาเมืองไทยเกิดความสนใจอยากมาเที่ยวสวนสนุก ซึ่งอาจจะทำให้ทางสวนสนุกได้ลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติมาเที่ยวในวันธรรมดาได้ การมุ่งเป้าหมายกลุ่มลูกค้าในวันธรรมดาคงจะเน้นที่ลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวเมืองไทย ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยเช่นกัน

3. ในค่านราคาค่าบริการนั้นอาจใช้วิธีการลดราคาให้ผูบริโภคในทางอ้อม เช่น ให้ผูบริโภคที่มาเที่ยวกันตั้งแต่ 10 คนขึ้นไปให้เข้าฟรีได้ 1 คน หรือใช้วิธีการกำหนดจำนวนครั้งของผูบริโภคที่มาเที่ยวในแต่ละเดือนว่าถ้ามาได้กี่ครั้งในหนึ่งเดือนจะให้เข้าเที่ยวฟรีได้หนึ่งครั้ง โดยพิมพ์ครผ่านประตูเป็น 2 ส่วนมีวันเดือนปีระบุไว้ และฉีกให้ผูบริโภคเก็บไว้เป็นหลักฐานส่วนหนึ่ง เพื่อนำมาแสดงว่าไ้มาเที่ยวแล้วกี่ครั้ง เช่นในหนึ่งเดือนมาเที่ยว 5 ครั้ง จะให้มาเที่ยวฟรีได้หนึ่งครั้งในครั้งถัดไปภายในกำหนดไม่เกิน 6 เดือนนับจากเดือนที่มาเที่ยว 5 ครั้ง เป็นต้น

4. ในเรื่องการจูงใจผูบริโภคนั้นอาจกระทำได้โดยการจกให้มีการจับชิ้นส่วนจากบัตรผ่านประตูเพื่อชิงรางวัล โดยบัตรผ่านประตูจะมีหมายเลขกำกับไว้และแยกเป็น 2 ส่วนเพื่อให้อัดบัตรเก็บไว้ส่วนหนึ่ง การชิงรางวัลนี้อาจกำหนดให้มปีละครั้งในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เป็นต้น ซึ่งคาดว่าจะทำให้คนมาเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก เพราะนิสัยของคนเราชอบการเสี่ยงโชคอยู่แล้ว นอกจากนี้อาจทำการสมนาคุณโดยให้ผูที่มาเที่ยวสวนสนุกสามารถนำบัตรผ่านประตูไปซื้อของตามห้างสรรพสินค้าที่กำหนดไว้โดยได้ส่วนลดพิเศษจากราคาปกติ ซึ่งทางสวนสนุกคงไปทำการตกลงกับห้างสรรพสินค้าไว้ก่อน คาดว่าจะเป็นผลดีทั้งสองฝ่ายคือทั้งสวนสนุกและห้างสรรพสินค้า คนที่มาเที่ยวสวนสนุกก็จะไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าทำให้ห้างสรรพสินค้ามีรายได้เพิ่มขึ้น หรือคนที่จะมาห้างสรรพสินค้าก็อาจแวะไปเที่ยวสวนสนุกก่อนเพื่อให้ได้ส่วนลดในการซื้อสินค้า เป็นต้น

5. ในเรื่องการเดินทางไปสวนสนุกไม่สะดวกสำหรับสวนสนุกที่อยู่ไกลนั้น ทางสวนสนุกอาจจัดรถบริการพิเศษคล้ายรถประจำทาง ทำการรับส่งคนที่จะไปเที่ยวสวนสนุกจากใจกลางเมืองในแหล่งชุมชนไปยังสวนสนุก โดยจอดรอรับคนที่จุด ๆ หนึ่งและวิ่งไปยังสวนสนุกโดยตรงเลย ในการนี้ทางสวนสนุกจะคิดค่าโดยสารในอัตราที่เหมาะสมได้ ซึ่งกรจัดรถบริการพิเศษนี้อาจมีเฉพาะในวันหยุดต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีคนเดินทางไปเที่ยวสวนสนุกมาก การทำเช่นนี้อาจช่วยให้อูบริโภคที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวซึ่งมีเป็นจำนวนมากสนใจที่จะไปเที่ยวสวนสนุกเพิ่มขึ้นได้

6. สำหรับผู้ที่ลงทุนในธุรกิจสวนสนุก ควรจะได้มีการจกเตรียมที่ดินไว้ให้



กว้างขวางพอสมควร เพื่อสำหรับรองรับรูปแบบของสวนสนุกที่จะมีขึ้นในอนาคตเพิ่มเติม ก็คงจะเห็นได้จากสวนสนุก "แคนเนรมิก" ซึ่งผู้บริโภครองการประเภทบริการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น แต่ก็ทำการเพิ่มเติมไม่ได้

7. ตลาดสวนสนุกในอนาคตอาจจะต้องประสบปัญหาทางด้านการแข่งขันกับคู่แข่งคือมรรคาสวนสนุกต่าง ๆ ที่จัดตั้งขึ้นตามศูนย์การค้าใหญ่ ๆ ที่เริ่มจะมีมากขึ้นในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ผู้ประกอบการสวนสนุกควรจะได้มีการศึกษาคู่แข่งขึ้นเพื่อหาทางวางแผนการดำเนินงานให้ต่อสู้กับคู่แข่งขึ้นได้

8. ในด้านของรัฐบาลควรจะให้ความช่วยเหลือธุรกิจสวนสนุก เนื่องจากสวนสนุกเป็นสิ่งที่ทำประโยชน์ให้แก่สังคมและประเทศชาติโดยรวม กล่าวคือช่วยเหลือรัฐบาลในการจัดหาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจให้ประชาชน เป็นสิ่งเชิดชูประเทศชาติทำชื่อเสียงให้ประเทศชาติ หากสวนสนุกของไทยก้าวพัฒนาถึงขั้นมีชื่อเสียงอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกาหรือญี่ปุ่น ซึ่งจะมีผลต่อการท่องเที่ยวของไทยทำให้มีชาวต่างชาติมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น การสนับสนุนของรัฐบาลอาจทำได้โดยการหาแหล่งเงินกู้ยืมตราออกเมื่ยทำให้แก่การลงทุนในโครงการสวนสนุกซึ่งต้องใช้เงินทุนสูง และที่สำคัญคือรัฐบาลควรจะช่วยทางด้านการศึกษาประชาสัมพันธ์ให้แก่กิจการสวนสนุก ซึ่งจะทำให้กิจการสวนสนุกของไทยเป็นที่รู้จักของนานาประเทศได้เร็วขึ้น

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย