

สรุปผล ปัญหา และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการตลาดของล่ เกิดดีส์โก้ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลที่ได้จากการศึกษา ปัญหา ตลอดจนข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. สรุปผลด้านการตลาด ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในด้านส่วนประสมทางการตลาด อันเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ ได้ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในการประกอบธุรกิจล่ เกิดดีส์โก้ ประกอบด้วย พื้นลานล่ เกิด รองเท้า แล่ง สี เสียง ดี.เจ. การบริการ การจัดสถานที่ ซึ่งรวมกันเป็นบรรยากาศของสถานบริการล่ เกิดดีส์โก้ ที่จะก่อให้เกิดมโนทัศน์อันในใจของกลุ่มเป้าหมายทั้งในทางที่ดีและในทางที่ไม่ดี ในความคิดของผู้ประกอบการตัวผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มเป้าหมายใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้บริการจากสถานบริการที่ใดที่หนึ่ง ซึ่งทำให้การตัดสินใจด้านการตลาดของผู้ประกอบการมักจะมุ่งไปที่ตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งพอสรุปการสังเกตในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ดังนี้

พื้นลานล่ เกิด พื้นลานล่ เกิดที่เหมาะสมแก่การเล่นมากที่สุดคือ พื้นไม้ แต่ต้องไม่มันเกินไป เพื่อให้การบังคับตัวในการเล่นกระทำได้สะดวก การที่ใช่พื้นไม้ก็เพื่อลดความรุนแรงของอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น ลักษณะของลานล่ เกิดควรจัดเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ใช้สำหรับผู้ที่ฝึกหัดใหม่ ส่วนที่ใช้สำหรับผู้ที่มีความชำนาญแล้ว และส่วนที่ใช้สำหรับการเพิ่มความตื่นเต้นในการเล่นสำหรับผู้ที่มีความชำนาญแล้ว พื้นลานล่ เกิดประกอบด้วยส่วนที่เป็นพื้นราบเรียบ ที่ลาดเทตลอดจนพื้นที่เป็นลูกคลื่น ความหนาแน่นในการบรรจุขนบนพื้นล่ เกิดควรเป็นอัตราส่วน 1 ตารางเมตร ต่อผู้เล่น 1 คนเพื่อไม่ให้เปียดเสียดกันจนเกินไปและอาจจะเกิดอุบัติเหตุในการวิ่งชนกันได้มาก ในปัจจุบันพื้นลานล่ เกิดที่สร้างขึ้นใหม่ ๆ พยายามไม่ให้มีเสาอยู่บริเวณลานล่ เกิด เพื่อป้องกันอุบัติเหตุและมองดูแล้วโอ้อ่างกว้างขวาง แต่ผู้เล่นไม่ค่อยนิยม เนื่องจากไม่สามารถวิ่งตัดไปตัดมาได้ ทำให้ลดความสนุกสนานลงไปมาก

รองเทาล่ เกิด แบ่งตามวัตถุประสงค์ประสงค์ของการใช้งานออกเป็น 2

ประเภทคือ รองเท้าที่ใช้เล่นสเก็ตเพื่อออกกำลังกายและความสวยงาม ลักษณะเป็นรองเท้าหุ้มข้อ เพื่อป้องกันตัวรองเท้าหลุดเมื่อเล่นไปตามสไลดา กับรองเท้าที่ใช้สำหรับการเล่นแข่งขึ้นความเร็ว จะเป็นรองเท้าไม่หุ้มข้อ เพื่อความสะดวกในการวิ่ง แต่เกือบทั้งหมดของรองเท้าสเก็ตที่ใช้กันอยู่ตามสถานบริการสเก็ตดีส์โก้จะเป็นแบบรองเท้าหุ้มข้อ รองเท้าประกอบด้วยส่วนใหญ่ ๆ 3 ส่วน คือ ตัวรองเท้า แคชชี และลูกล้อ วัสดุที่ใช้ทำรองเท้าจะมีผลต่อราคาของรองเท้า ในการพิจารณาเลือกซื้อรองเท้ามาให้บริการแก่ลูกค้าในสถานบริการ จะพิจารณาถึงราคาความคงทน และวัสดุประสังค์ในการใช้งานเป็นหลัก ซึ่งจะมีหลายเกรด หลายขนาด ในการสั่งซื้อรองเท้ามาบริการจะต้องพิจารณาถึงขนาดเท้าของกลุ่มเป้าหมาย และจำนวนรองเท้าสำรองที่ควรมีไว้เพื่อบริการลูกค้า ตลอดจนถึงถึงชื่อเสียงของรองเท้ายี่ห้อนั้น ๆ ด้วย เพราะสามารถนำมาใช้เป็นตัวโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนเข้ามาใช้บริการได้

สี่ แล่ง การจัดการในด้านนี้มักเป็นการสรรหาประเภทของไฟที่มีรูปร่างแปลก ๆ และเป็นสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในสถานบริการ เนื่องจากวัยรุ่นชอบสิ่งที่ยึดตามต้นใจ และเพื่อความสะอาด จึงทำให้มีการปรับปรุงและเปลี่ยนระบบสี่ แล่งเป็นครั้งคราว เพื่อสร้างบรรยากาศแบบใหม่ที่ไม่ซ้ำจำเจ ยิ่งไปกว่านั้นอาจจะติดตั้งระบบเปิดไฟเข้ากับระบบเสียง เพื่อให้ไฟเปิดเปิดไปตามจังหวะเพลง ซึ่งจะเพิ่มความพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้มากขึ้น ในเรื่อง สี่ แล่ง นี้ ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าหากพื้นลานสเก็ตของสถานบริการใดอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบก็จะพยายามใช้ระบบสี่ แล่ง เป็นตัวชดเชยส่วนที่เสียเปรียบ หรือถ้าส่วนอื่น ๆ มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ความเด่นของสี่ แล่งจะเป็นตัวทำให้เกิดความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ได้ ระบบสี่ แล่ง จะแบ่งออกเป็น 2 แบบคือ แบบที่เน้นที่ให้ความสว่างเช่น นีออนติด กับแบบที่เน้นที่สี่แล่งที่สวยงามแต่ไม่เน้นความสว่างเช่น กาแลคซี่ เป็นต้น ในการจัดการด้านสี่ แล่งนั้น ไม่ควรจะคำนึงถึงสี่แล่งที่สวยงามจนเกินไป และลืมคำนึงถึงความสว่างของสี่แล่งในลานสเก็ต ซึ่งเป็นจุดที่ล่อแหลมที่จะก่อให้เกิดอุบัติเหตุและถูกฟ้อง เล็งว่าเป็นสถานที่ที่วุ่นวายได้

เสียง ดี.เจ ในเรื่องนี้ผู้ประกอบการจะต้องพยายามค้นหา ดี.เจ ที่มีความสามารถ มีชื่อเสียง และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเลิศ เพื่อเป็นแรงดึงดูดใจในการดึงวัยรุ่นเข้าไปใช้บริการ กล่าวคือจะต้องมองหาเพลงที่วัยรุ่นนิยมในขณะนั้นมาเปิดเพื่อเพิ่มความสนุกสนานในการเล่น ซึ่งอาจจะกระโดดโลดเต้นไปตามเสียงเพลงได้ ในด้านมนุษยสัมพันธ์ของ ดี.เจ นั้น จะทำให้วัยรุ่นที่เข้าไปใช้บริการเกิดความรู้สึกเป็นกันเอง เกิดความสนุกและพอใจ การที่ ดี.เจ พุดคุยที่สนุก ทำให้หายากมาใช้บริการสถานที่นี่ในครั้งต่อ ๆ ไป

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ โต๊ะรับฝากสัมภาระต่าง ๆ ที่ผู้เข้ารับบริการอาจนำติดตัวมา การมีครูฝึกช่วยฝึกสอนผู้ที่ยังเล่นไม่เป็น การมีผู้ดูแลและคอยช่วยเหลือผู้เล่นในกรณีเกิดการหกล้ม การมีสถานพยาบาลเพื่อทำการปฐมพยาบาลในขั้นต้น อีกทั้งมีรถบริการให้เรียกใช้ การประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้ที่เข้ามาเล่น การบริการเครื่องดื่ม ความสะอาดของสถานที่ ตลอดจนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของสถานบริการ

การตัดตกแต่งสถานที่ โดยการคัดเลือประเภของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับตำแหน่งที่ควรจะเป็น เพื่อก่อให้เกิดความสวยงามและอำนวยความสะดวกในการเล่น เช่น การคัดขนาดของแสง เพื่อให้แสงสว่างพอเหมาะแก่การเล่น ไม่มีตจนเกินไปซึ่งอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่สว่างจนเกินไปทำให้ผู้เล่นไม่กล้าออกไปเล่น ตลอดจนการคัดตำแหน่งของไฟให้เหมาะสมกับการใช้งาน เช่น ไฟประเภททาลูมิเนสเซนส์ จูบิเตอร์หรือมิเลอร์มอลต์ ควรไว้ตรงกลางเพื่อกระจายแสงออกไปในวงกว้าง เป็นต้น การคัดห้องน้ำ ห้องอาหาร ให้ถูกกับคู่สังขณะ การคัดโต๊ะรับฝากของกับสถานที่ยืมรองเท้าให้สะดวกต่อผู้มาใช้บริการ โดยการวางไวใกล้กัน การคัดมุมสำหรับผู้ที่เล่นไม่เป็น เป็นต้น

1.2 ช่องทางการจำหน่าย

ลักษณะการตัดจำหน่ายของธุรกิจสเก็ตลีลาเป็นแบบการขายโดยมุ่งที่ผู้บริโภคโดยตรง ในลักษณะที่ผู้บริโภคเข้าหารธุรกิจ ดังนั้นการคัดการในด้านช่องทางการจำหน่ายจึงเป็นไปได้ในลักษณะนี้อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการมากที่สุด นั่นก็คือการเลือกทำเลที่ตั้งเนื่องจากพฤติกรรมอย่างหนึ่งของผู้ที่มาใช้บริการคือ มักจะใช้บริการสเก็ตลีลาที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้บ้านหรือใกล้สถานศึกษา ซึ่งทำให้แนวโน้มในการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานบริการส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในย่านชุมชน เพราะสะดวกแก่การเดินทาง และเนื่องจากการให้บริการแบ่งออกเป็นรอบ ๆ ทำให้ผู้ที่มาไม่ตรงเวลาต้องเสียเวลาคอยจนกว่าจะถึงรอบใหม่ ซึ่งทำให้เป็นต้นฉบับส่วนให้สถานบริการตั้งอยู่ในย่านชุมชนอีกแรงหนึ่ง กล่าวคือย่านชุมชนจะมีสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณนั้น ซึ่งผู้ที่รอคอยสามารถใช้เวลาในการรอคอยไปกับสิ่งดึงดูดใจเหล่านั้น ได้แก่ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ เป็นต้น นอกจากนี้แหล่งดึงดูดใจเหล่านี้จะเป็นตัวดึงดูดวัยรุ่นให้เข้ามาในบริเวณดังกล่าวอีกด้วย ถ้าหากผู้ประกอบการตั้งสถานบริการนอกตัวเมืองจะเป็นการยากที่จะดึงดูดวัยรุ่นให้เข้าไปในบริเวณดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการนั้นอาจจะต้องลงทุนอีกต่างหากเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจ เพื่อให้บริเวณนั้นกลายเป็นศูนย์รวมของวัยรุ่นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ

ยอดขายบริการของสี่เก็ดดีส์โก้

1.3 การตั้งราคา

การตั้งราคาจะตั้งตามราคาตลาด โดยแบ่งการบริการออกเป็นรอบ ๆ วันธรรมดาวันละ 3 รอบ เล่าร์อาทิตย์เพิ่มรอบเช้า โดยคิดค่าบริการเท่ากัน อัตราค่าบริการจะแบ่งเป็น

บัตรเข้าสถานบริการ	20 บาท
บัตรเช่ารองเท้า	20 บาท
ค่าเครื่องดื่มแก้วละ	10 บาท
ค่าการบริการลาน	10 บาท (เพียงบางแห่งเท่านั้นที่ตัดค่าบริการลานแยกต่างหาก)

ในปัจจุบันการแข่งขันกันในด้านราคายังมีน้อยมาก เนื่องจากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ค่อนข้างสั้น จึงเป็นการเสี่ยงที่จะตั้งราคาขายให้ต่ำลง เพราะจะหมายถึงระยะเวลาในการคืนทุนให้ยาวนานออกไปด้วย และเนื่องจากพฤติกรรมในการไปใช้บริการของลูกค้าจะเป็นลักษณะไปกันเป็นกลุ่ม จึงทำให้ขั้วค้ำกีดในด้านราคาที่มีผลต่อคนใดคนหนึ่งจะถูกครอบงำจากอิทธิพลของกลุ่มในลักษณะพวกมากลากไป

1.4 การส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจสี่เก็ดดีส์โก้ก็เช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ที่ใช้เครื่องมือด้านการตลาดต่าง ๆ เข้าช่วย เพื่อช่วยเพิ่มยอดขายซึ่งได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

การโฆษณา สื่อที่ใช้ได้แก่ โทรทัศน์ซึ่งใช้กันน้อยมาก แผ่นใบปลิว แจกตามศูนย์การค้า ตามสถานที่ศึกษาซึ่งใช้กันมาก โดยเฉพาะในช่วงเปิดกิจการใหม่ วิทยุเป็นสื่อที่ใช้ได้ ตลอดทั้งก่อนเปิดกิจการและหลังจากที่เปิดกิจการไปแล้ว มักจะโฆษณาในรายการเพลง โดยเจาะกลุ่มวัยรุ่น โฆษณากลางแจ้งตามสี่แยกบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ตั้ง สื่อหนังสือพิมพ์มักจะใช้ตอนเปิดกิจการ โฆษณาหลังและข้างรถประจำทางเป็นสื่อที่ใช้ได้ตลอดเวลา ซึ่งจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาผู้ประกอบการใช้งบประมาณกับการนี้น้อยมาก แม้ว่าภาวะการแข่งขันในปัจจุบันจะเข้มข้นขึ้นก็ตาม จึงทำให้เราปฏิเสธสมมติฐานที่ว่า "การโฆษณาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่

สำคัญที่สุดของธุรกิจคือเกิดดีลโก้เมื่อประสปรายการแข่งขันที่สูงขึ้น" แต่ผู้ประกอบการจะใช้การบริการที่ดียิ่งขึ้น การปรับปรุงสถานที่ บรรยากาศทำให้ตื่นตาตื่นใจ ตลอดจนการใช้การส่งเสริมการขาย เช่น การตัดให้มีการแข่งขัน การคัดคอนเสิร์ตที่มากยิงขึ้นในภาวะที่มีการแข่งขันกันสูง

การส่งเสริมการขาย หลังจากที่มีการโฆษณาจนเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่วัยรุ่นแล้วก็ต้องมีกลยุทธ์ที่จะดึงดูดใจให้วัยรุ่นเหล่านั้นยังคงนิยมชมชอบสถานบริการนั้น ๆ ซึ่งก็ต้องอาศัยการส่งเสริมการขายเข้ามาช่วย ซึ่งในภาวะที่มีการแข่งขันกันสูงในปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้มากซึ่งได้แก่ การตัดให้มีการชิงโชค โดยให้ทางบัตรผ่านประตู เพื่อชิงรางวัลต่าง ๆ การให้ของแถมเช่น เสื้อยืด ผ้าเช็ดหน้า เครื่องดื่ม ลูกอม ของขาร่วยต่าง ๆ การตัดให้มีการแข่งขัน ประกวดความสวยงาม แข่งขันความเร็ว แข่งขันในการทายชื่อเพลง การคัดรายการพิเศษเนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิด วันวาเลนไทน์ วันลู่อุปสตรี เป็นต้น การลดราคาโดยขายเป็นตัวเตือนเพื่อดึงดูดใจให้ผูกพันกับสถานบริการนั้น การคัดคอนเสิร์ตในสถานให้เกิดการคัดโฮว่นักเล่นล่ เกิดที่มีความชำนาญ

การประชาสัมพันธ์ โดยเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนเข้ามาชมกิจการ และเปิดใจให้สัมภาษณ์ เกี่ยวกับหลักและเหตุผลในการดำเนินงาน ลักษณะการดำเนินงาน ขนาดเนื้อที่ มาตรการการให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานของรัฐ โรงเรียนและผู้ปกครอง เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่กิจการ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย

ผลจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ทำให้ทราบว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเกิดดีลโก้ คือ ระบบแสง สี เสียง และลักษณะของพื้นลาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญด้านผลิตรภัตต์ กลุ่มเป้าหมายมีความนิยมในความแปลกใหม่ ความสวยงามของแสง สี และเสียงเพลง พร้อม ดี.เจ. มาช่วยเราใจให้สนุกสนานไปกับการเล่นล่เกิดด้วยอีกปัจจัยหนึ่งคือ ลักษณะของพื้นลาน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายนิยมสถานบริการที่มีเนื้อที่กว้างขวางไม่อัด และมีพื้นลานให้เลือกเล่น เช่น แบบพื้นเรียบและพื้นล่โลป

นอกจากนี้ ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสำคัญรองลงมา คือ ด้านค่าบริการ ความปลอดภัยในการเล่น และความสะอาดของสถานที่ (ซึ่งรายละเอียดต่าง ๆ ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นในหัวข้อ

1. เรื่อง การคัดการด้านการตลาด)

3. แนวโน้มความนิยม

ผลจากการสอบถามทั้งกลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น ปรากฏว่า ได้ผลลัพธ์ที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ แนวโน้มความนิยมของสเก็ตติลโก้จะลดน้อยลงภายในช่วงเวลาไม่เกิน 3 - 5 ปี โดยเนื่องจาก กลุ่มเด็กและวัยรุ่นมีลักษณะพิเศษคือ ไม่ชอบสิ่งซ้ำซากจำเจ มักจะหันเหไปในสิ่งแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ในสายตาของกลุ่มเป้าหมายและผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นเหมือนกันว่า สเก็ตติลโก้ในปัจจุบันเป็นการสนองตอบความต้องการสนุกสนาน ความบันเทิง แบบแฟชั่น ซึ่งระดับความนิยมจะขึ้นเร็วและก็ลงเร็ว ดังนั้น กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงเห็นว่า ธุรกิจนี้จะมีวงจรชีวิตที่ค่อนข้างสั้น จึงได้เตรียมสำหรับการปรับเปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่น ๆ ที่สามารถเข้าสู่สถานที่และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ ในขณะที่ผู้ประกอบการบางส่วนก็มีความคิดที่จะเปลี่ยนแนวความคิดหรือนิยมของธุรกิจสเก็ตติลโก้จากธุรกิจบันเทิง ให้มาเป็นธุรกิจด้านกีฬาและออกกำลังกาย เพื่อให้วงจรชีวิตยืนยาวออกไป

สรุปผลที่ได้จากผู้บริโภค

จากการสำรวจพบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 19 - 23 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 16 - 18 ปี และมีส่วนน้อยที่อยู่ในช่วงอายุ 13 - 15 ปี ผู้ตอบส่วนมากจะมีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา รองลงมาคือ ระดับประโยควิชาชีพขั้นต้นและมีส่วนน้อยอยู่ในระดับมัธยมศึกษา สำหรับรายได้ส่วนตัวส่วนใหญ่อยู่ในระดับรายได้ 500 - 1,000 บาทต่อเดือน รองลงมาคือ 1,001 - 1,500 บาทต่อเดือน

ลักษณะการรับรู้ข่าวสารและบทบาทของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย ผู้ตอบส่วนใหญ่รู้จักสเก็ตติลโก้จากการบอกเล่า รองลงมาจากสื่อทางวิทยุและวทิวตามลำดับ สำหรับสื่อที่มีอิทธิพลดึงดูดใจผู้ตอบมากที่สุดคือ การบอกเล่า รองลงมาทีวี และวิทยุตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นสเก็ตติลโก้เกิดจากเพื่อนฝูงชักชวนเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเกิดจากตัวผู้เล่นเอง ส่วนบทบาทของโฆษณามีผลน้อยมากต่อการตัดสินใจเล่น

วัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการสเก็ตติลโก้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญว่าเป็นการเล่นเพื่อความสนุก เพื่อเป็นการออกกำลังกาย จะมีบางส่วนเท่านั้นที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพบปะเพื่อนฝูงหรือเพื่อความทันสมัย

ระบบแสง สี เสียง สดว่าเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดของสถานบริการ สเก็ตติสโกปที่จะมีเพื่อรูงใจให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการ รองลงมาคือลักษณะของลานสเก็ต ลักษณะของพื้นลานสเก็ตที่ผู้ตอบนิยมมากที่สุดก็คือ พื้นลานที่มีหลายอย่างรวมกันทั้งแบบลานพื้นราบ ลานสโลป และลานลูกคลื่น นอกจากนี้ปัจจัยด้านค่าบริการ ความปลอดภัยในการเล่น และ ความสะดวกของสถานที่ ก็มีความสำคัญใกล้เคียงกัน ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยจำเป็น พื้นฐานที่ผู้ตอบให้ความสำคัญที่สถานบริการที่ดีจะต้องมีอย่างพร้อมมูล

ผู้ตอบส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการของสเก็ตติสโกปสัปดาห์ละครั้ง รองลงมาไม่แน่นอนซึ่ง อาจจะเป็น 2 - 3 สัปดาห์ต่อครั้ง หรือ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนวันที่ผู้ตอบนิยมไปใช้บริการ สเก็ตติสโกปนั้นไม่ค่อยแน่นอน แต่ส่วนมากนิยมไปใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ มากกว่าวันจันทร์-ศุกร์ สำหรับช่วงเวลาผู้ตอบนิยมไปใช้บริการมากที่สุดคือ 12.00 - 14.30 น. รองลงมา 15.00 - 17.30 น. และ 18.00 - 21.30 น. ตามลำดับ

ผู้ตอบส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของความนิยมของธุรกิจสเก็ตติสโกป ว่า จะมีแนวโน้มลดน้อยลงในอีก 5 ปีข้างหน้าเนื่องจากผู้เล่นเกิดความเบื่อหน่าย รองลงมาผู้เล่น ให้ความเห็นว่าแนวโน้มของธุรกิจนี้ยังไม่แน่นอนเนื่องจากวัยรุ่นกลุ่มเป้าหมายชอบสิ่งแปลกใหม่ อยู่ตลอดเวลา และมีบางส่วนให้ความเห็นว่าอาจมีแนวโน้มความนิยมสูงขึ้น เนื่องจากธุรกิจสเก็ตติสโกปเป็นของใหม่สำหรับเมืองไทย

ปัญหาในการดำเนินงาน

1. ปัญหาในด้านวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ค่อนข้างสั้นในสายตาของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการพยายามเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ให้มากที่สุด โดยไม่คำนึงถึงการพัฒนาธุรกิจนี้ อย่างจริงจัง
2. ปัญหาในด้านกำลัง เสริมการขาย ในปัจจุบันมีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการในย่าน ที่สถานบริการสเก็ตติสโกปหลายแห่งนิยมใช้การตัดราคา เป็นตัวส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นหนทาง ที่จะนำไปสู่การแย่ง ชันกันล้มมากขึ้น
3. ปัญหาในด้านภาพพจน์ของสถานบริการสเก็ตติสโกปที่ถูกมองในแง่ลบว่าเป็นแหล่ง มั่ว ลุ่ม เป็นแหล่งมิจฉาชีพมั่ว ลุ่ม เพื่อก่ออาชญากรรม

4. ปัญหาที่ถูกควบคุมตามกฎหมายว่า คือสถานบริการ ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 45 ลงวันที่ 17 ม.ค. 2515 และประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 252 ลงวันที่ 16 พ.ย. 2515 ในวันราชการให้เปิดบริการเวลา 12.00 น. ปิด 22.00 น. วันหยุดราชการเปิดเวลา 9.00 น. ปิด 22.00 น.

5. ปัญหาในด้านอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นเสมอ ทั้งที่ร้ายแรงและไม่ร้ายแรง ที่ร้ายแรงถึงแก่ความตายก็มี ทำให้ผู้เล่นกลิ้งไม่กล้าไปเล่นส่เกิดอีกต่อไป

6. ปัญหาการทะเลาะวิวาทกันระหว่างผู้เข้ารับบริการ เนื่องจากการเล่นไม่สุภาพ มีเจตนาไปกลั่นแกล้งหรือละลอบละล้างบุคคลอื่น หรือการกล่าวล้อเลียนบุคคลอื่น ๆ ที่มีจำนวนคนน้อยกว่ากลุ่มของตน จนเป็นสาเหตุก่อการวิวาทยกพวกตีกัน ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการถูกปิดเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ 4 ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายและจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยตรง (Primary Source) รวมทั้งการติดตามข่าวสารข้อมูลในสื่อและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Secondary Source) ในฐานะที่เป็นนักการตลาด จึงอยากแนะนำข้อเสนอแนะบางประการ เพื่ออาจเป็นประโยชน์ในการดำเนินการทางด้านการตลาดสำหรับธุรกิจส่เกิดดีดโก้ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. พัฒนาการของธุรกิจส่เกิดดีดโก้มีลักษณะค่อนข้างฉาบฉวย ตามลัทธินิยมอีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นผู้เผชิญโชค และรู้จักฉกฉวยและหาช่องทางโอกาสในการแสวงหาประโยชน์จากธุรกิจแบบลัทธินิยม ไม่ได้คิดถึงการดำเนินธุรกิจนี้ในลักษณะระยะยาว ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะเข้าใจลักษณะวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) และต้องระมัดระวังในเรื่องขนาดของการลงทุนที่เหมาะสม การเลือกช่วงเวลาในการเข้าและการออกจากธุรกิจที่จะให้กำไรสูงสุด (Maximize Profit) เมื่อพิจารณาถึงในปัจจุบันนี้จำนวนสถานบริการมีจำนวนมากครอบคลุมทุกพื้นที่และมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ในขณะที่อัตราการเติบโต (Growth Rate) ของผู้เล่นได้ชะลอตัวลงแล้ว สภาพการและการแข่งขันของกลุ่มเป้าหมายจึงเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงความเข้มแข็ง (Strength)

และความอ่อนแอ (Weakness) ของตนเอง และคู่แข่งพยายามใช้จุดที่เป็นความเข้มแข็งหรือข้อได้เปรียบ (Advantage Competence) ในการเป็นจุดขาย (Unique Selling Point)

2. เมื่อพิจารณาในแง่ของโอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) จะเห็นได้ว่า โอกาสที่เป็นประโยชน์ คือ ความนิยมของกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มเด็กยังมีอยู่มากพอสมควรและเด็กรุ่นใหม่ ๆ ก็ยังอาจจะมาเป็นกลุ่มเป้าหมายต่อ ๆ ไปได้ อีกประการหนึ่ง คือ มีแนวโน้มบางส่วนที่นิยมการเล่นสเก็ตบอร์ดในลักษณะของกีฬาหรือการออกกำลังกาย ซึ่งจะเป็น Concept ที่ทำให้งจรชปีพของผลิตภัณฑ์อยู่ได้นานและอาจแพร่หลายออกไปถึงกลุ่มต่าง ๆ อย่างกว้างขวางได้ และหน่วยงานบางหน่วยของรัฐเองก็ส่งเสริมให้การ เล่นสเก็ตบอร์ดเป็นเกมกีฬาอย่างหนึ่ง

ส่วนด้านที่เป็นอุปสรรคนั้นก็คือ กลุ่มเป้าหมายอาจจะเปลี่ยนความนิยมไปแสวงหาความบันเทิงกับสิ่งอื่น ๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ตามลักษณะของกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบลองของใหม่ ๆ และภาพพจน์ของสถานบริการสเก็ตบอร์ดที่ออกมาในช่วงแรก ๆ นั้น เป็นด้านลบ (Negative) โดยถูกมองในแง่ของการเป็นแหล่งมั่วสุมซึ่งจะเป็นผลเสียต่อเยาวชน

อย่างไรก็ตามปัญหาเกี่ยวกับภาพพจน์ของสเก็ตบอร์ดได้คลี่คลายไปบ้างแล้ว และสิ่งบันเทิงใหม่ ๆ ที่จะมาทดแทนก็ยังมี จึงยังเป็นโอกาสที่จะสร้างความนิยมต่อ ๆ ไป และน่าจะพยายามปรับเปลี่ยนหรือสร้าง Concept ให้เป็นทั้งเกมกีฬาที่ให้การออกกำลังกาย ความบันเทิง สุนุกสนาน และให้เป็น Tradition อย่างหนึ่งของสังคมเด็กวัยรุ่นที่ควรจะเล่นกีฬาที่ได้เช่นเดียวกับการเล่นบอลลีหรือว่ายน้หรือเทนนิส เป็นต้น

3. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

วัตถุประสงค์ของการเล่นของกลุ่มเป้าหมายถือเป็นความบันเทิง สุนุกสนานและการออกกำลังกาย อีกทั้งยังเป็นลักษณะทางสังคมอย่างหนึ่งเพื่อการพบปะเพื่อนฝูง ปัจจัยสำคัญที่ควรพิจารณาคือ

3.1 ปัจจัยด้านระบบแสง สี และเสียง เพลงประกอบ รวมทั้งดี.เจ ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างบรรยากาศและความบันเทิง สุนุกสนานให้กับผู้เล่น จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการต้องพิถีพิถันและปรับปรุงให้ดี

3.2 ลักษณะของพื้นลาน หากมีพื้นลานทั้งแบบเรียบและลานสไลด์ด้วยจะเป็นจุดเด่นและเป็นจุดขายที่ดีในการโฆษณา เพราะมีทางเลือกให้ผู้เล่นสามารถเลือกเล่นได้ และยังเป็น

ขั้นตอนการพัฒนาฝีมือการเล่นของผู้เล่นให้สนุกไปด้วย

3.3 ลักษณะทางกายภาพ ผู้เล่นส่วนใหญ่นิยมลานที่ให้ทิศทางการเล่นแบบวนซ้าย ซึ่งคนส่วนใหญ่จะถนัด ขนาดของลานที่เหมาะสมคือ ขนาดความจุประมาณ 400-600 คน

3.4 ควรเปิดหลักสูตรการเล่นบริการแก่สมาชิก โดยอาจจัดเป็นรอบพิเศษ หรือจัดแบ่งบริเวณบางส่วนในบางรอบ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการขายวิธีหนึ่งด้วย และเป็นการให้บริการแก่ผู้เล่นให้เกิดความภักดีต่อสถานประกอบการนั้น ๆ ด้วย

3.5 สิ่งอำนวยความสะดวก ควรครบถ้วน เช่น ระบบความปลอดภัย ป้องกันอุบัติเหตุ และระบบป้องกันอัคคีภัย สถานที่นั่งพักผ่อน และเพื่อให้ผู้เล่นได้นั่งพัก และพบปะเพื่อนฝูงด้วย ซึ่งสถานประกอบการส่วนใหญ่จะมีไม่เพียงพอมีขนาดที่เล็กมาก

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4.1 ความสะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการของสถานบริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง การเลือกที่ตั้งใกล้กับโรงเรียนหรือสถานศึกษาหรือใกล้ที่อยู่อาศัย เป็นกลยุทธ์ที่ดีอย่างหนึ่งซึ่งอาจจะเสียค่าใช้จ่ายถูกกว่าการตั้งสถานบริการในแหล่งชุมชน หรือศูนย์การค้าซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก

4.2 ใช้ระบบสมาชิก เช่น ตั๋วเดือน เป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจมากที่จะสร้างเครือข่ายจำนวนผู้เล่นของสถานบริการ และอาจจะมี Incentive ให้กับสมาชิก หรือผู้ที่สามารถหาสมาชิกได้ในจำนวนที่กำหนดจะได้ของขวัญพิเศษ หรือสิทธิพิเศษบางอย่าง เป็นต้น ซึ่งน่าจะถือว่าเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างหนึ่ง

5. ด้านราคา

5.1 กลุ่มเป้าหมายของสถานบริการสเก็ตติ่งโกเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 บาท (หนึ่งพันบาท) ต่อเดือน ราคาโดยเฉลี่ยของการใช้บริการต่อรอบประมาณ 50 บาท นับว่าค่อนข้างสูง หากมีการลดราคาลงมาในระดับราคาประมาณ 30-40 บาท เชื่อว่าจะมีจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่มี Potential มาใช้บริการอีกจำนวนหนึ่ง และกลุ่มเป้าหมายก็อาจจะเพิ่มความถี่ในการใช้บริการมากขึ้นอีกด้วย

5.2 อาจใช้นโยบายด้านราคา ในรอบที่มีผู้ให้บริการน้อย เพื่อเป็นการดึงดูดใจผู้เล่นเพื่อเฉลี่ยจำนวนผู้เล่นในแต่ละรอบด้วย เช่น วันธรรมดาหรือรอบเช้าอาจจะถูกกว่า โดยการให้บริการงดเก็บค่าผ่านประตู หรือเก็บครึ่งราคาคือ 5 บาท (ราคาปกติ 10 บาท) เป็นต้น



เป็นการใช้นโยบายลดราคาสำหรับช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เป็นต้น

6. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

ในภาวะที่การแข่งขันได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น กลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่าย จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากยิ่งขึ้น

6.1 การส่งเสริมการขาย : กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้นับว่าได้ผลดีพอสมควรสามารถดึงดูดใจผู้เล่านให้มาใช้บริการอย่างได้ผล ทำให้ผู้ประกอบการหลาย ๆ อย่างได้นิยมใช้กลยุทธ์นี้เพิ่มขึ้นทุกที เช่น การคัดประกวดการแข่งขัน, การโหวตต่าง ๆ, การสอนวิธีการเล่นท่าแปลก ๆ เช่น เบรคตันซ์ผสมกับการเล่นสเก็ต, การสะสมแสตมป์เพื่อเข้าฟรี เป็นต้น

6.2 การโฆษณา จากผลการวิจัยสื่อโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจที่สุดคือ โทรทัศน์ ซึ่งมีอิทธิพลสูงใจสูง แต่เนื่องจากเป็นสื่อที่มีราคาแพง จึงไม่นิยมใช้กันเหมาะสำหรับการสร้างความสนใจ และขึ้นทลอง เพราะได้ผลดี จากนั้นจึงใช้สื่อวิทยุเป็นสื่อที่คอยย้ำเตือนความจำให้กลุ่มเป้าหมายจดจำได้ ซึ่งจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก แต่ยังมีการโฆษณาถึงกลุ่มเป้าหมายตลอดเวลา เป็นการดึงดูดผู้เล่านใหม่ ๆ และคอยย้ำเตือนผู้เล่านเก่า ๆ ไปด้วย

อนึ่ง กลยุทธ์การโฆษณานี้ เป็นกลยุทธ์สนับสนุนให้ผู้เล่านมาทลองใช้และช่วยเตือนความจำเท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญกว่าคือ การให้บริการและตัวผลิตภัณฑ์ทำให้ความประทับใจผู้เล่านได้มากขึ้นเพียงใด

ในการเลือกสื่อ ควรคำนึงถึงสื่อที่เป็นที่นิยมของกลุ่มเป้าหมายอันได้แก่ กลุ่มเด็กและกลุ่มวัยรุ่น เช่น อาจเป็นหนังสือนิตยสารแฟชั่น ดารา ฯลฯ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เป็นต้น และสถานีวิทยุที่เล่นนรายการเพลงส่ากลและเพลงของวัยรุ่นที่นิยม เพื่อว่าจะสามารถสื่อส่ารถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

ควรจะมีการนำเสนอนจุดขายเฉพาะตัว (Unique Selling Point) โดยยกเอาจุดที่กลุ่มเป้าหมายสนใจหรือเห็นว่าสำคัญ เช่น จุดเด่นของระบบแล่ง สี หรือเสียง จุดเด่นของลักษณะพื้นฐานหรือการใช้ PROMOTIONAL PROGRAM ต่าง ๆ มาเป็นจุดขายในแต่ละระยะ เป็นต้น

6.3 ควรจะหาโอกาสสร้างภาพพจน์ (Image) ที่ดีต่อสาธารณชน เช่น การให้ความร่วมมือในชุมชน หรือการบริจาคสิ่งของหรืออุปกรณ์การกีฬาบางอย่างแก่โรงเรียนในบริเวณ

ใกล้เคียง เป็นต้น หรือการอำนวยความสะดวกให้ใช้สถานที่เป็นสนามแข่งขันกีฬา รวมทั้งการ
 ธารงค้ล่งเล่ริมการเล่่นกีฬาล่เกิด เป็นต้น

6.4 ส่นใจกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เนื่องจากอิทธิพลของการบอก
 เล่าและการชักชวนมีมากที่สุด ควรหาวิธีการที่จะ Approach กลุ่มอ้างอิง เช่น ในโรงเรียน
 อาจจะผ่านนักกีฬาหรือหัวหน้าห้อง เป็นต้น

7. ผู้ประกอบการทั้งหลาย ควรจะมีการรวมกลุ่มของสถานที่ประกอบการ อย่างน้อย
 ที่ลู่ก็เพื่อให้มีการกำหนดรูปแบบการติดต่อประสานงานกัน และร่วมกันหามาตรการในการแก้ไข
 ปัญหาของธุรกิจร่วมกัน เช่น เรื่องการแก้ไขภาพพจน์ที่ไม่ดี หรือการจะระงับของตลาดของกลุ่ม
 เป้าหมายให้เติบโตขึ้น หรือการกำหนดมาตรฐานของสถานที่บริการว่าควรมี Facilities เพียง
 ใดสิ่งจะเหมาะสม เพื่อสร้างไว้ซึ่งความอยู่รอดของธุรกิจโดยส่วนรวม เป็นต้น

8. ผู้ประกอบการ ควรจะตื่นตัวอยู่เสมอที่จะเข้าใจและมองการณ์ไกลให้เห็นแนวโน้ม
 ความนิยมของกลุ่มเป้าหมายที่จะเปลี่ยนไป และพร้อมที่จะปรับปรุง เปลี่ยนแปลงไปตามความนิยม
 หรือ Modify ล่เกิดดีล่กิ่ในปัจจุบันให้พลิกแพลงออกไปอีก เป็นการ Recycle Product
 Life Cycle อีก

9. สำหรับผู้ที่สนใจจะเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ความยั่งยืนยาวของ
 วงจรชีวิตของธุรกิจนี้ ซึ่งผลจากการศึกษาได้ข้อสรุปตรงกันว่า หากแนวความคิดหรือนิยามของ
 ธุรกิจนี้ยังเป็นในลักษณะของแฟชั่น เพื่อความบันเทิง ส่นุกสนานเป็นหลัก และเน้นกลุ่มเป้าหมายที่
 กลุ่มวัยรุ่นแล้วความนิยมจะเสื่อมถอยลงในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น ผู้ที่สนใจควรพิจารณาเลือก
 กลยุทธ์ที่แตกต่างไปจากปัจจุบัน เช่น การสร้างแนวความคิดของธุรกิจนี้ให้เป็นการกีฬาของการ
 ออกกำลังกาย ซึ่งจะล่สามารถขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางขึ้น ทั้งกลุ่มเด็กและกลุ่มผู้ใหญ่ ซึ่ง
 ส่นใจในลักษณะของการออกกำลังกายและจะทำให้วงจรชีวิตยืนยาวออกไปมาก หากได้รับการยอมรับ
 รั้บทั้ไว้ในแนวความคิดของการกีฬาและการออกกำลังกายนี้

ข้อล่เสนอแนะดังล่่าข้างต้นนี้ มีลักษณะของการนำล่เสนอโดยให้แบบแผนวิชาความรู้ทาง
 ด้านการตลาดเป็นแนวทาง ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วอาจจะมีบางประการที่ไม่ Practical แต่ก็คง
 จะมีอยู่บางประการที่ล่สามารถนำมาดัดแปลงและปรับใช้ได้พอสมควร