



\*ณัฐสิทธิ์ พุฒิวินาสารทภาคย์

## ๖

ธุรกิจบริการมีแนวโน้มขยายตัวมากยิ่งขึ้น โดยมีการแข่งขันทางวิทยาการเทคโนโลยีด้วยการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยให้บริการที่รวดเร็ว และสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ธุรกิจบริการบางประเภทแข่งขันกันทางด้านขยายเวลาบริการ

เป็น 24 ชั่วโมงกันบ้างแล้วเหล่านี้ล้วนเป็นธุรกิจบริการที่จำเป็นแทบทั้งสิ้น เช่น สถานีบริการน้ำมัน โรงพยาบาล โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายยา ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือกระทั่งล่าสุด ธนาคารก็เปิดบริการเครื่อง ATM ตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงบางแห่งกันแล้ว

ในช่วงเวลา 7-8 ปีที่ผ่านมาธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากผู้ลงทุนค่อนข้างสูงก็คือร้านซักอบรีดโดยใช้เครื่องซึ่งเปิดบริการเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยมีผู้ศึกษาวิจัยเรื่อง "การตลาดของธุรกิจบริการซักอบรีดโดยใช้เครื่องในเขตกรุงเทพมหานคร" โดย นางสาวเพ็ญรุ่ง จุริมาศ (2528) พบว่ามีมูลเหตุจูงใจของการลงทุน เพราะเล็งเห็นว่าเป็นธุรกิจที่เหมาะสมกับสังคมและความเป็นอยู่ของคนกรุงเทพฯ ในปัจจุบัน แนวโน้มของธุรกิจ จำนวนร้านเปิดบริการจะยังคงเพิ่มขึ้น การแข่งขันทางการตลาดส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันในระดับความต้องการขั้นพื้นฐาน คือแข่งกับธุรกิจอื่น ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เช่น การซักด้วยเครื่อง การจ้างคนซัก และการว่าจ้างคนใช้ ส่วนการแข่งขันของกิจการจะเกิดขึ้นเฉพาะบางจุดที่มีร้านเปิดบริการมากเกินไป การดึงดูดลูกค้าจะเป็นลักษณะของการแยกลูกค้าตามพื้นที่ปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจนี้คือ ท่าเลที่ตั้ง ซึ่งต้องกระจายให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ในด้านของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นบริการที่จับต้องไม่ได้จึงต้องเน้นความหลากหลายของบริการ รวมทั้งบริการพิเศษเพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดลูกค้า เช่น บริการรับส่งเสื้อผ้าถึงบ้าน ส่วนการกำหนดราคาไม่ได้ใช้ต้นทุนเป็นหลัก แต่เป็นการตั้งราคาโดยอาศัยราคาตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดที่มักนำมาใช้ได้แก่ การส่งเสริมการขายเพื่อใช้แนะนำร้านและกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ

สำหรับการวิเคราะห์ลูกค้าผู้ใช้บริการนั้น สาเหตุของการใช้บริการคือไม่มีเวลาว่างต้องการความสะดวกรวดเร็วแก่คนที่ลูกค้าใช้เลือกร้าน เน้นเรื่องทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานเป็นสำคัญ

\*บรรณารักษ์ประจำแผนกบริการสนเทศ หอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : ศศ.บ.

(บรรณารักษศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ส่วนมูลเหตุจูงใจให้ยังคงใช้บริการต่อไป คือ บริการที่ดีของร้าน ซึ่งประกอบด้วยความสะดวกรวดเร็ว การแยกเสื้อผ้าซัก การต้อนรับที่ดีของพนักงานและตรงต่อเวลานัดหมาย

ปัญหาและอุปสรรค ในด้านของผู้ลงทุนมีหลายประการ คือ ไม่มีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการให้ต่อก่อนลงทุน ไม่สร้างมาตรฐานของบริการและในด้านของบุคลากรด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดทางด้านภูมิศาสตร์ ความไม่สม่ำเสมอของอุปสงค์ ภาวะเศรษฐกิจ และกฎระเบียบการเก็บภาษีอากร

ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจบริการซักอบรีดโดยใช้เครื่อง เห็นว่า ผู้ลงทุนควรเน้นสร้างความสะดวกในด้านเวลา สถานที่และการใช้ให้เกิดขึ้นในร้านของตน เจ้าของร้านที่เปิดบริการควรรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้าใจและทำให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าของการเลือกใช้บริการ เพื่อให้ตลาดของธุรกิจนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็ควรสร้างมาตรฐานของบริการโดยเสนอบริการแบบเหมาตู้ เน้นความสำคัญของการแยกผ้าซักรวมทั้งความสะดวกและความเป็นระเบียบภายในร้าน พร้อมทั้งพัฒนาบุคลากรให้ได้มาตรฐาน มุ่งความพยายามทางการตลาดจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการสำหรับผ้าชิ้นใหญ่ที่ซักเองลำบาก จนกระทั่งผู้บริโภคเลือกใช้บริการเป็นประจำ เพื่อยอดขายด้วยการเสนอบริการเข้าสู่กลุ่มสถาบันต่าง ๆ เช่น เหมาชักเครื่องแบบของพนักงาน เป็นต้น รวมทั้งขยายสายผลิตภัณฑ์โดยเสนอบริการซักแห้ง

และร้านถ่ายภาพที่ให้บริการล้างอัด ขยายภาพสีด้วยเครื่องอัดโนมิตี หรือที่เรียกกันทั่วไปว่ามินิแลป กำลังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและนักถ่ายภาพทั่วไปเป็นอย่างมาก โฉมหน้าของกิจการร้านถ่ายภาพกำลังเริ่มเข้าสู่รูปแบบใหม่ด้วยการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยให้บริการที่รวดเร็ว และโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ที่สะดุดตากว่าป้ายโฆษณาของกิจการอื่น ๆ ทั่วไป ด้วยเล็งเห็นว่าบริการของร้านมินิแลปเป็นบริการรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจและนับวันจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงได้มีผู้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการให้บริการล้างอัด ขยายภาพสีด้วยเครื่องอัดโนมิตีในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย นาย วิจิตร จรรางกุล (2528) พบว่า ผู้ใช้บริการร้านมินิแลปส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษาช่วงอายุ 15-25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท ซึ่งมีเหตุจูงใจให้ใช้

บริการคือ ความรวดเร็ว เพราะสามารถได้ภาพภายในวันที่มาใช้บริการหรืออาจนั่งรอรับภาพไปเลยก็ได้ ในการเลือกร้านมินิแลปผู้บริโภคให้ความสำคัญของคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือบริการของพนักงานหน้าร้านและราคาตามลำดับ ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคใช้บริการของร้านที่ตั้งอยู่ใกล้บ้านบ่อยที่สุด

ในการใช้บริการของร้านมินิแลป ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเจาะจงยี่ห้อของกระดาษอัดรูป โดยเจาะจงถึงกระดาษอัดรูปยี่ห้อใดมากที่สุด รองลงมาคือยี่ห้อฟูจิ ซึ่งให้เหตุผลสำคัญว่าคุณภาพดี เช่น สี ความคงทนหรือมีผิวกระดาษชนิดที่ต้องการ ลูกค้ารายใหม่ของร้านมินิแลปนิยมใช้บริการด่วนคือ รอรับภาพไปเลยภายในเวลา 1 ชั่วโมง ส่วนลูกค้าเก่ามักใช้บริการปรกติ

ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการขายของร้านมินิแลปผู้บริโภคชอบวิธีการลดราคามากที่สุด รองลงมาคือวิธีการแจกของสมนาคุณ ซึ่งของสมนาคุณที่ผู้บริโภคชอบที่สุดคือ คุกกี้ ขยายภาพสีฟรีขนาด 5" x 7" หรือ 8" x 10" อัลบั้มใส่ภาพและหนังสือคู่มือการถ่ายภาพ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าการติดตั้งเครื่องมินิแลปไว้หน้าร้านให้เห็นเด่นชัดมีส่วนดึงดูดให้เข้าไปใช้บริการค่อนข้างมากในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพด้านสีและด้านความคมชัดผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาพจากร้านมินิแลปมีคุณภาพดีกว่าภาพจากร้านที่ไม่ใช่มินิแลป ส่วนในด้านความคงทนส่วนใหญ่เห็นว่ามีคุณภาพพอๆกัน

ปัญหาที่ผู้บริโภคพบมากมาจากความไม่ประณีตของช่างอัดภาพ เช่น ให้แสงไม่ถูกต้องทำให้ภาพสีเข้มหรือจางเกินไป อัดภาพชิดขอบข้างหนึ่งมากเกินไปและภาพมีริ้วรอย เป็นต้น นอกจากนี้ก็เป็นปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานหน้าร้านซึ่งให้บริการไม่ทั่วถึง ไม่เอาใจใส่ลูกค้าและไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ซึ่งผู้บริโภคจำนวนถึงหนึ่งในสี่มีความเห็นว่า การให้บริการของพนักงานหน้าร้านอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะสำหรับร้านมินิแลป คือ

1. การให้บริการของร้านมินิแลปที่จะเปิดใหม่ควรอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น นักเรียนและนักศึกษา ข้าราชการหรือลูกจ้างเอกชน เป็นต้น ควรมีขนาดใหญ่กว่า 1 คูหา เพื่อให้มีเนื้อที่บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ ติดตั้งเครื่องไว้หน้าร้านให้ลูกค้าเห็นได้อย่างเด่นชัด พร้อมทั้งแสดงตัวอย่างของภาพไว้ให้ชมด้วย ร้านถ่าย

ภาพมินิแลปควรมีกระดาษอัดรูปให้ลูกค้าเลือก โดยเฉพาะยี่ห้อที่ลูกค้ามักจะเจาะจงใช้

2. การให้บริการหน้าร้าน พนักงานหน้าร้านควรเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านการถ่ายภาพพอสมควรและมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าต่าง ๆ ที่วางจำหน่ายในร้านด้วย รวมทั้งเป็นผู้ที่มีหน้าตาดี พุดจาดี และมีมนุษยสัมพันธ์เจ้าของร้านมินิแลปควรกระตุ้นให้พนักงานหน้าร้านระลึกอยู่เสมอว่าต้องบริการลูกค้าอย่างดีและทั่วถึง

3. การให้บริการของร้านมินิแลป นอกจากต้องคำนึงถึงความเร็วและการตรงต่อเวลานัดหมายแล้ว ยังต้องเน้นถึงคุณภาพของภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้มากที่สุด เช่น ควรอัดภาพให้มีความเข้มพอดี สีถูกต้องและอัดภาพให้อยู่ตรงกลางภาพ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อที่จะเป็นการสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้านให้เกิดขึ้นในกรณีที่ร้านมินิแลปจะทำโฆษณาควรมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป้าหมายในบริเวณใกล้ร้านมากกว่าที่จะมุ่งเน้นสำหรับลูกค้าทั่วไป และในการโฆษณานั้น สิ่งสำคัญที่ควรจะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบควรจะต้องเน้นถึงด้านความเร็วและด้านคุณภาพด้วย ในด้านการแจกของสมนาคุณนั้น ควรเกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ เช่น อัลบั้มใส่ภาพ ครอบขยายภาพสี และหนังสือคู่มือการถ่ายภาพ เป็นต้น

สำหรับธุรกิจสถานบริการร่างกายก็เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและได้รับความนิยมกว้างขวางเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งได้มีผู้วิจัย เรื่อง “การตลาดของสถานบริการร่างกายในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย นางสาวทิพภากร รั้งศิริ (2527) พบว่า การดึงดูดลูกค้าจะเป็นลักษณะของการแยกลูกค้าตามพื้นที่มากขึ้นทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่มักนำมาใช้ ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การสร้างความหลากหลายของบริการ การพัฒนาบริการ การแบ่งส่วนตลาด และการสร้างความแตกต่าง หรือคุณค่าทางใจในบริการ โดยทั้งนี้การกำหนดราคามักมิได้ใช้ต้นทุนเป็นหลัก แต่จะพิจารณาถึงราคาตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตำแหน่งทางการแข่งขันที่ตั้งไว้มากกว่าวิธีการในการหาลูกค้าอาจทำได้โดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สาธิตเพื่อให้ผู้บริโภคที่สนใจเข้ามาติดต่อยังสถานบริการร่างกายเอง การส่งฝ่ายขายออกไปติดต่อหรือการให้พนักงาน ตลอดจนลูกค้าหรือสมาชิกทุกคนทำหน้าที่ในการช่วยหาลูกค้าและได้รับผลตอบแทน ซึ่งอาจอยู่ในรูปของค่านายหน้า รางวัล หรือบริการให้เปล่า เป็นต้น นอกจากนี้

ยังพบว่าธุรกิจประเภทนี้มีลักษณะของความไม่สม่ำเสมอของอุปสงค์หรือจำนวนผู้เข้าใช้บริการ เป็นลักษณะฤดูกาลอีกด้วย

เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเข้าใช้บริการของลูกค้าหรือสมาชิกของสถานบริการร่างกายในปัจจุบัน คือ เพื่อรักษาสุขภาพให้แข็งแรง รองลงมาคือ เพื่อลดน้ำหนักตัว ผู้ที่เป็นลูกค้าหรือสมาชิกส่วนใหญ่จะตอบว่า ได้ผลเป็นที่น่าพอใจหลังการใช้บริการในสถานบริการร่างกาย ส่วนปัจจัยหรือมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจเลือกสถานบริการร่างกายที่สำคัญที่สุด คือ การตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน

ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อธุรกิจสถานบริการร่างกาย ได้แก่ การขาดความสนใจในการออกกำลังกายของคนไทย ภาวะอุปกรณ์เครื่องมือในอัตราสูง ความไม่สม่ำเสมอของอุปสงค์ ภาวะเศรษฐกิจและการมีเวลาว่างน้อยลงของผู้บริโภค เพื่อที่ในการให้บริการที่มีจำกัดอันทำให้เกิดการหนาแน่นเกินไปของผู้เข้าใช้บริการในบางช่วงเวลา ตลอดจนปัญหาด้านบุคลากร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะของผู้ท้าววิจัยต่อธุรกิจสถานบริการร่างกายได้แก่ การสร้างความเข้าใจและทำให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าของการบริการร่างกายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ การเผยแพร่ความรู้และสร้างความสนใจดังกล่าวอาจจัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างสถานบริการร่างกายด้วยกัน หรือกับผู้จัดหน่ายอุปกรณ์เครื่องมือบริหารร่างกาย ผู้ผลิตและจำหน่ายชุดบริหารร่างกาย เป็นต้น พัฒนาคุณภาพของการบริการให้เกิดความประทับใจ รวมทั้งด้านความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่และอุปกรณ์ต่าง ๆ มุ่งความพยายามทางการตลาดแก่ผู้บริโภคในท้องถิ่นซึ่งสถานบริการร่างกายตั้งอยู่เพิ่มขึ้น การเพิ่มยอดขายในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ ซึ่งเป็นช่วงที่ยอดขายและจำนวนสมาชิกเข้าใช้บริการน้อย โดยการออกจำหน่ายบัตรเข้ารับบริการ ในลักษณะบัตรของขวัญ นอกจากนั้นควรมีการลดราคาค่าบริการในช่วงเวลาที่มีผู้เข้าใช้บริการน้อย และกำหนดระยะเวลาหมดอายุ หรือช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการแก่บัตรสมาชิก ซึ่งจำหน่ายในราคาพิเศษ ช่วงส่งเสริมการขาย เป็นต้น

โรงพยาบาลเอกชน เป็นธุรกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนมีจำนวนมาก ภายใต้การส่งเสริมของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงทำให้เกิดการแข่งขันในการบริการอย่างกว้างขวาง ได้มีการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ความต้องการ

ของผู้ใช้บริการจากการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย นางสาวรัฐฉวน ลี้มสุวรรณ (2525) พบว่าผู้ใช้บริการมีความต้องการที่จะได้รับบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ โดยแพทย์ผู้ชำนาญเฉพาะโรคบริการด้วยความรวดเร็วและปลอดภัย รวมทั้งได้รับการบริการที่ดีและเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่พยาบาล ส่วนในด้านสถานที่ตั้ง และชื่อเสียงของโรงพยาบาลนั้นก็มียุทธผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการจะเลือกโรงพยาบาลตามชื่อเสียงที่เคยได้ยินมา ประกอบกับสถานที่ตั้งที่มีการคมนาคมสะดวก นอกจากนี้พบว่า นโยบายหลักในการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกคือการอำนวยความสะดวกในด้านการรักษา โดยเน้นการบริการที่รวดเร็วมีความรับผิดชอบสูง และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี อย่างไรก็ตามพบว่า การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนบางแห่ง ยังประสบปัญหาเรื่องบุคลากรและเรื่องค่าบริการ

ปัญหาที่ประสบอยู่ในขณะนี้เป็นเรื่องของการขาดแคลนพยาบาล ส่วนปัญหาเกี่ยวกับค่าบริการนั้น เป็นเรื่องของการเก็บค่าบริการสูง ทางโรงพยาบาลจำเป็นต้องเก็บค่าบริการในอัตราสูงเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริการ และดำเนินงานที่แพง และการจัดเก็บอัตราภาษีที่ซ้ำซ้อน

เพื่อให้การดำเนินงานโรงพยาบาลประสบผลสำเร็จทางโรงพยาบาลจะต้องพยายามจัดสายงานและปรับปรุงการให้บริการ โดยจัดแพทย์ผู้ชำนาญงานประจำ ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และพยาบาล เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการรวมทั้งปรับปรุง การประชาสัมพันธ์ การคิดค่าบริการ ทางรัฐบาลเองควรให้ความร่วมมือในการพิจารณาปรับปรุงอัตราภาษี อัตราค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ตลาดสวนสนุกลูกขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอยู่เพียงสองแห่งเท่านั้นในปัจจุบันคือสวนสนุก “แดนเนรมิต” และสวนสนุก “สวนสยาม” ทำให้ผู้สนใจท้าววิจัยเรื่อง “การศึกษาปัญหาและแนวโน้มทางการตลาดของสวนสนุกในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย นายบุญธรรม สิริฤตดา (2527) จากการศึกษาพบว่าตลาดสวนสนุกเป็นตลาดสำหรับลูกค้าทุกกลุ่มทุกระดับกลุ่มลูกค้าของสวนสนุกจึงเป็นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ที่มีอยู่ทุกหนทุกแห่งกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ คือ การส่งเสริมการขาย อันได้แก่การโฆษณาและกลวิธีจูงใจในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ

อยากมาเที่ยวสวนสนุก กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์คือประเภทเครื่องเล่นต่าง ๆ ต้องจัดให้มีหลายรูปแบบและมีจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด และต้องมีการรักษาปรับปรุงให้มีคุณภาพดีอยู่เสมอ รวมทั้งการสรรหาสิ่งแปลกใหม่มาเสนอผู้บริโภคด้วย ส่วนกลยุทธ์ด้านราคาในปัจจุบันทางสวนสนุกใช้หลักการตั้งอัตราค่าบริการในแบบของการเสียดำผ่านประตูเพียงครั้งเดียวแล้วสามารถใช้บริการต่าง ๆ ของสวนสนุกได้โดยไม่ต้องเสียค่าบริการอีก ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าไม่แพงและมีส่วนทำให้มีคนมาเที่ยวมากขึ้น

พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ ส่วนมากเดินทางมาเที่ยวโดยรถประจำทางหรือรถรับจ้าง สำหรับสวนสนุกที่อยู่ในทำเลที่การคมนาคมสะดวก เช่น สวนสนุก “แดนเนรมิต” ผู้บริโภคส่วนมากเดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวสำหรับสวนสนุกที่อยู่ในทำเลที่การคมนาคมไม่สะดวก ได้แก่ “สวนสยาม” ผู้บริโภคที่ยังโสดจะมาเที่ยวสวนสนุกกับเพื่อนเป็นส่วนมาก ในขณะที่ผู้บริโภคที่สมรสแล้วส่วนมากจะมาเที่ยวกับครอบครัว เวลาที่ผู้บริโภคใช้ในการเที่ยวสวนสนุกส่วนมากนานกว่าสองชั่วโมงและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายสำหรับการเที่ยวต่อครั้งส่วนมากอยู่ระหว่าง 100-500 บาท สำหรับความถี่ในการมาเที่ยวสวนสนุกและวันเวลาที่จะมาเที่ยวสวนสนุกนั้นผู้บริโภคส่วนมากไม่สามารถกำหนดได้แน่นอน ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความไม่แน่นอนทางด้านอุปสงค์ของตลาดสวนสนุก

ในด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสวนสนุกในด้านต่าง ๆ ปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่าอัตราค่าบริการของสวนสนุกยังมีราคาแพง มีความเห็นว่าประเภทเครื่องเล่นที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีน้อยควรจะมีเพิ่มอีก แต่ความพอใจในประเภทเครื่องเล่นที่มีอยู่ส่วนมากชอบมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนทั้งหมด ในด้านการโฆษณาของสวนสนุกผู้บริโภคส่วนมากรู้สึกว่าการโฆษณามีผลทำให้อยากมาเที่ยวสวนสนุก

สำหรับแนวโน้มของตลาดสวนสนุกในอนาคตนั้น ผู้บริโภคส่วนมากต้องการให้มีสวนสนุกเพิ่มมากขึ้นอีกและรูปแบบของสวนสนุกควรจะมีประเภทบริการด้านการพักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น มีสวนพักผ่อน มีสนามกีฬาต่าง ๆ รวมอยู่ด้วย ในด้านปัญหาทางการตลาดของสวนสนุกในปัจจุบันได้แก่ ปัญหาด้านสถานที่เนื่องจากสถานที่อยู่ห่างไกลหรือสถานที่คับแคบและรื้อถอนอ่าว ปัญหาด้าน

ผลิตภัณฑ์เนื่องจากเก่าและยังมีน้อย ปัญหาด้านราคาที่ผู้บริโภครู้สึกว่าแพงและปัญหาด้านบริการภายในเกี่ยวกับอาหารเครื่องดื่มและบริการห้องสุขาที่ยังไม่ดีพอ ปัญหาเหล่านี้ทางสวนสนุกกำลังดำเนินการแก้ไขให้ดีขึ้นอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังมีปัญหาที่อยู่นอกเหนือการควบคุมแต่จะมีผลกระทบต่อการตลาดของสวนสนุก ได้แก่ ปัญหาด้านฤดูกาล ปัญหาเศรษฐกิจ เป็นต้น

ในส่วนของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศก็ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ซึ่งมีผู้วิจัยเรื่อง “การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยนางสาวนารัตน์ ตฤติยศิริ (2530) ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขันที่สำคัญที่สุดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศคือชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการใช้บริการของลูกค้าธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ คือ ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว และลูกค้าส่วนใหญ่มีความพอใจในการบริการที่ได้รับ ส่วนปัจจัยหรือมูลเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุดของลูกค้า

ในการตัดสินใจเลือกธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ คือ ชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ สำหรับผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ ส่วนใหญ่มีความสนใจในการบริการของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศโดยที่ความสนใจนี้มีได้ความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของผู้บริโภค สำหรับความคาดหวังในเรื่องของความสนใจของผู้บริโภคภายในหนึ่งปีข้างหน้านี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่น่าใจว่าจะซื้อบริการหรือไม่

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวในประเทศได้แก่ การขาดความช่วยเหลือจากรัฐบาลเท่าที่ควร อุปสงค์ของผู้บริโภคมีลักษณะของฤดูกาล ความไม่มีมาตรฐานของธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการนำเที่ยวในประเทศรวมทั้งปัญหาด้านบุคลากร

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจบริการหลายประเภทต่างเล็งเห็นการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ตรงเวลานั้นคุณภาพเกิดความประทับใจ และมีมนุษยสัมพันธ์ ย่อมทำให้ธุรกิจบริการประเภทนั้น ๆ ประสบผลสำเร็จ มีชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการดีขึ้นต่อไปในภายหน้าได้



#### บรรณานุกรม

- ทิพภากร รังคศิริ “การตลาดของสถานบริการร่างกายในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- นารัตน์ ตฤติยศิริ “การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- บุญธรรม สิริกิตตา “การศึกษาปัญหาและแนวโน้มทางด้านการตลาดของสวนสนุกในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาพาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- เพ็ญรุ่ง จุริมาศ “การตลาดของธุรกิจบริการซักอบรีดโดยใช้เครื่องในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- รัญจวน ลิมสุวรรณ “การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการจากการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาพาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- วิจิตร จราวงกุล “การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการให้บริการล้าง อัด ขยายภาพสีด้วยเครื่องอัด โนมัตินในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.