

การจัดการด้านการตลาด

ยุคสมัยปัจจุบัน กล่าวได้ว่า เป็นยุคที่มีการยอมรับ และมีการนำแนวความคิดของการตลาด และการบริหารสมัยใหม่มาใช้อย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นการนำความรู้ค่อนข้างมีระบบระเบียบ วิธีการแบบแผนซึ่งได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยในการตัดสินใจและดำเนินงานทางธุรกิจ แทนการใช้แต่เพียงความรู้สึก และการคาดเดาจากประสบการณ์เฉพาะตัวเพียงอย่างเดียว

แนวความคิดด้านการตลาด (Marketing Concept) * ถือหลักว่า งานสำคัญของธุรกิจ คือ การพิจารณาถึง ความต้องการ และคุณค่าของตลาด เป้าหมายธุรกิจต้องปรับองค์การให้สามารถสร้างความพอใจให้ลูกค้าที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง โดยเน้นที่ความต้องการของผู้ซื้อ (Consumer Oriented)

แนวความคิดด้านการตลาดนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวางในทุกองค์การ ทั้ง Profit Organization และ Non-profit Organization จะเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรม หรือ ธุรกิจสินค้าอุปโภคจะเป็นสินค้าจับต้องได้ (Tangible goods) หรือสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible goods) เช่น ด้านบริการ เป็นต้น แนวความคิดด้านการตลาดจะเป็นเครื่องมือ Tool เป็น framework หรือ guideline ที่จะช่วยในการกำหนดทิศทาง และ formulate กลยุทธ์ที่ครอบคลุม เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงภัย (risk) อันอาจเกิดจาก ความผิดพลาดของการปฏิบัติ หรือสิ่งแวดล้อมภายนอกที่คาดไม่ถึง เป็นต้น

สำหรับธุรกิจที่เกิดในโลกปัจจุบัน อาจแบ่งตามลักษณะของขนาด ของการลงทุน และ ความพร้อมเพรียงของระบบแล้ว 3 ระดับ และการตกแต่งภายใน รวมทั้งการขนาดของพื้นที่ลานสเก็ต และสถานที่ตั้งของสถานบริการ โดยจำแนกเป็น 3 กลุ่มคือ

* Kotler Philip, Marketing : Management Analysis, Planing and control' 4th edition, prontier/hall Iternational edition p. 352-353.

1. กลุ่มเอ

เป็นล่ เกิดดิสโก้ที่มีความพร้อมลุ่มบูรณ์แบบ ในด้านการตกแต่งสถานที่ภายในการติดตั้งระบบ แล่ง สี เสียง ลักษณะของลานมีหลายแบบปนกัน เนื้อที่กว้างขวาง สถานที่ตั้งในแหล่งชุมชนที่เป็นย่านที่เจริญพลุกำ และกลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เช่น บริเวณตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น จำนวนเงินลงทุนอย่างต่ำ 7-8 ล้านบาทขึ้นไป

กลุ่มนี้จะมีการใช้เครื่องมือทางการตลาดด้านต่าง ๆ เช่น กลยุทธ์การโฆษณา การส่งเสริมการงานต่าง ๆ โดยจะมีบริษัท โฆษณาเป็นตัวแทน วางแผนการโฆษณาให้ด้วย

2. กลุ่มบี

คือสถานที่เกิดดิสโก้ ที่มีระบบแล่ง สี เสียง พร้อมมูล หากแต่มีขนาดเล็กกว่า และสภาพการตกแต่งภายใน ไม่หรูหรา ล่วยงามมากนัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พอสมควร เงินลงทุนที่ใช้อยู่ระหว่าง 3-6 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เกิดดิสโก้เหล่านี้มักจะตั้งอยู่ในเขตพื้นที่หนึ่ง ๆ เพื่อหวังจับกลุ่มเป้าหมายในบริเวณใกล้เคียงเป็นหลักมากกว่าการดึงดูดลูกค้าจากแห่งอื่น ๆ ที่ไกล ๆ ออกไป

กลุ่มนี้ไม่ได้เน้นหนักที่การโฆษณามากนัก อาจจะเป็นการโฆษณาทางวิทยุบ้างและใช้กลยุทธ์ด้านอื่น ๆ เช่น ราคาที่ถูกลงกว่า หรือความลบายในการเดินทางเป็นจุดขาย เป็นต้น

3. กลุ่มซี

เป็นสถานที่เกิดดิสโก้แบบชุดแรก ไม่มีการติด เครื่องปรับอากาศ แต่ใช้พัดลมไม่มีการประดับประดา ระบบแล่ง สี แบบดิสโก้เรค แต่จะใช้ไฟสีนีออนธรรมดาให้บริการเช่ารองเท้านี้เกิด และลานธรรมตา พร้อมกับการเปิดเพลงประกอบการเล่นเท่านั้น เงินลงทุนไม่มากนัก ค่าบริการถูก เป็นจุดขายที่สำคัญ

การวัดการด้านการตลาด

ก่อนจะกล่าวถึงการวัดการด้านการตลาด ควรจะทราบว่า การตลาดประกอบด้วยอะไรบ้าง การตลาดเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สำคัญ 2 ตัวคือ ปัจจัยที่ควบคุมได้ (Controllable Factor) และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Factor) ปัจจัยที่ควบคุมได้เป็นองค์ประกอบทั้งหมดที่ถูกกำหนดขึ้นเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ธุรกิจใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้ได้ถูกเรียกโดยนักการตลาดว่า "ส่วนผลมทางการตลาด" ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product & Service Mix)
2. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place & Distribution Mix)
3. ด้านราคา (Price Mix)
4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion Mix)

การจัดการด้านการตลาดนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนหรือส่วนผสมเหล่านี้
อย่างเหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด
หรือภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ ที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งได้แก่ ลูกค้ การแข่งขัน เทคโนโลยี
การเมืองและกฎหมาย ภาวะเศรษฐกิจ ตลอดจนวัฒนธรรมและสังคม ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่นัก
การตลาดจำเป็นต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญ มิฉะนั้นแล้วสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจเสนอขาย
จะถูกปฏิเสธจากตลาด หรือไม่ได้ได้รับความนิยมเท่าที่ควร

การศึกษาการตลาดของสี่เกิดดิสโก้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้เขียนได้ออกไปสัมภาษณ์
ผู้ประกอบการประเภทนี้ เพื่อให้ทราบแนวทางการจัดการด้านการตลาด ซึ่งสามารถสรุป
ประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

จุดเริ่มต้นของความคิด

ธุรกิจที่มีตลาดเป้าหมายเป็นเด็กวัยรุ่น เรื่อยไปจนถึงเด็กเล็กที่กำลังมาแรง และแข่งขัน
กันมากในขณะนี้ก็คือ การเปิดสถานบริการลานสี่เกิด หลังจากธุรกิจประเภทนี้เคยเกิดขึ้นเมื่อเกือบ
สิบปีก่อนแล้วซบเซาลง กระทั่งขาดหายไปประยะหนึ่งด้วยการแทนที่ของ "ดิสโก้เธค" กล่าวคือ
ก่อนที่สี่เกิดประเภทลูกล่อจะกลับมาเป็นที่นิยมแพร่หลายอีกครั้งหนึ่งนั้น สถานะเจริญมัยประเภทคลับ
และดิสโก้เธคได้เติบโตและขยายตัวขึ้นถึงจุดสุดยอดโดยสามารถคิดค่าบริการตั้งแต่ แก้วละ 60-
250 บาท แต่ความแปลกใหม่ของสถานที่และเสียงเพลงสามารถเร้าใจ อีกทั้งสามารถให้ความ
บันเทิงของคนในวัยเดียวกันทำให้ดิสโก้เธคครองตลาดอยู่ได้ในช่วงเวลาที่เหมาะสมหนึ่ง ทั้ง ๆ
ที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซาในช่วงปี 2524-2526 อย่างไรก็ตามการขยายตัวอย่างมากของสถานบริการ
ดิสโก้ ประกอบกับผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นซึ่งมีเงินใช้จ่ายได้อย่างจำกัด อีกทั้งยังถูกวิพาก
วิจารณ์ด้วยความกังวลห่วงใยของคนหลาย ๆ กลุ่มว่า เป็นสถานที่ที่มีลุ่มของเยาวชน ได้สร้างควม
ไม่สบายใจให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ปกครองเป็นอย่างมาก ทำให้ความนิยมที่เคยมีต่อดิสโก้เธค
เริ่มลดลง จะเห็นได้ว่าในช่วงหลังแทนที่จะไม่มีการเปิดสถานดิสโก้เธคใหม่ ๆ เลย ที่มีอยู่แล้วก็ต้อง
ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบ่งลูกค้ากันอย่างเต็มที่ หลายแห่งลดราคาเครื่องดื่มลงอย่างมาก งดราย

การพิเคาะแจงแถม แม้กระทั่งชิงรางวัล ปัญหาที่เกิดขึ้นกับดิสโก้ ระบาดดังกล่าว ทำให้ธุรกิจมองหา ทางออกให้ตัวเองด้วยการฟื้นฟูลานสเก็ตขึ้นมาด้วยอาศัยเงื่อนไขและข้อได้เปรียบหลายอย่าง กล่าวคือ ระดับราคาบริการที่ถูกลงกว่า คือคิดราคาประมาณ 40-60 บาท ต่อ 2-3 ชั่วโมง และ ภาพพจน์ที่ดีกว่าเพราะถือว่าลานสเก็ตเป็นสถานที่ออกกำลังกาย ไม่ใช่แหล่งมั่วสุมเพราะมีแสงสว่าง มากพอ เกินกว่าที่วัยรุ่นจะใช้สถานที่นั้นเป็นแหล่งมั่วสุม ประกอบกับภายในสถานบริการสเก็ตดิสโก้ ไม่มีการจำหน่าย เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อีกทั้งไม่ยินยอมให้นำมาเอง และห้ามสูบบุหรี่บนลานสเก็ต ซึ่งนโยบายดังกล่าวช่วยทำให้ภาพพจน์ของสถานบริการสเก็ตดิสโก้มีภาพพจน์ดียิ่งขึ้น ทั้งยังสามารถ ป้องกันการทะเลาะวิวาทกันที่อาจเกิดขึ้นจากฤทธิ์แอลกอฮอล์อีกด้วย และได้ประยุกต์เอาจุดเด่น ของดิสโก้ ระบาดใส่เข้าไปคือ การตกแต่งด้วย แสง สี เสียง และบรรยากาศ สิ่งผลให้ธุรกิจประเภท นี้ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นเป็นอย่างมาก จึงเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นการ คัดแปลงสถานที่ที่มีอยู่เก่าแล้ว เงินลงทุนขั้นแรกตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไปก็สามารถเปิดดำเนินการได้ ซึ่งเป็นต้นทุนในด้านการตกแต่งสถานที่ และอุปกรณ์ บวกกับค่าเช่าสถานที่ตั้งแต่ ห้าหมื่นถึงแสนบาท ต่อเดือน ค่าไฟเดือนละ ห้าหมื่นถึงแสนบาทต่อเดือน ค่าจ้างพนักงานดูแลประมาณ 20-25 คน รวมเป็นค่าใช้จ่ายรายวัน ๗ สอง-สี่แสนบาทต่อเดือน โดยตั้งเป้าหมายว่าจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ วันละ 500 คน แล้วธุรกิจคาดว่าจะสามารถคืนทุนได้ระหว่างหนึ่ง - สองปี สิ่งสิ่งผลให้มีผู้คิดเข้า ประกอบธุรกิจประเภทนี้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ดังนี้คือ

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เป็นการพิจารณาถึงบุคคลที่จะเข้ามาใช้บริการว่าเป็นใคร มีวัตถุประสงค์จากการใช้บริการนี้อย่างไรบ้าง มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจว่าจะใช้ บริการประเภทนี้หรือไม่ และถ้าใช้บริการจะเลือกสถานที่ใด โอกาสที่กลุ่มเป้าหมายจะมาใช้บริการ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สามารถสรุปลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 13-20 ปี ซึ่งมีสัดส่วนถึง 80% ของผู้มาใช้ บริการทั้งหมด มีเพียงส่วนน้อยที่มีอายุ ต่ำกว่า 13 ปี และสูงกว่า 20 ปี จำนวนลูกค้าที่เป็นผู้ชาย และผู้หญิงไล่เลี่ยกัน ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน ดังนั้นเวลาที่มาใช้บริการในวันธรรมดา ตั้งแต่เวลา 12.00 น. เป็นต้นไป วันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดตั้งแต่ตอนเช้าจนถึงเย็น ผู้ที่เข้ามาเล่นมักจะ อาศัยหรือศึกษาอยู่ในบริเวณนั้น

วัตถุประสงค์ ผู้ประกอบการคิดว่า จุดใหญ่ที่ผู้รับบริการเข้ามาเล่นล่เกิดดีสโก้ ก็เพื่อความสนุกสนาน ออกกำลังกายเป็นสถานที่พักผ่อน และเป็นที่พักผ่อน แต่บริเวณที่จะเป็นจุดนัดพบก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการได้แก่ ศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ หรือสถานที่อื่น ๆ ที่จะเป็นจุดรวมตัวของวัยรุ่นได้

ลักษณะนิสัย ชอบสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ต้องการความตื่นเต้น ไม่ชอบสิ่งซ้ำจำเจ

อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจ สถานที่ซึ่งได้แก่บรรยากาศของสถานที่นั้น และยังขึ้นอยู่กับกลุ่มอ้างอิง คือเพื่อนฝูงเพราะการไปเล่นล่ก็มักจะไปกันเป็นกลุ่ม จึงมักตัดสินใจตามเพื่อน นอกจากนี้ ดี.เจ. ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจว่าจะเลือกไปเล่นที่สถานที่ใดอีกด้วย

การวิเคราะห์การแข่งขัน โดยพิจารณาผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน และผู้ประกอบการต่างชนิดกัน แต่อาจจะเป็นผู้แข่งขันทางอ้อม เช่น โบวล์ ห้างสรรพสินค้า ดีสโก้เธค และการจัดคอนเสิร์ต เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้สามารถดึงดูดให้วัยรุ่นเข้าไปใช้บริการของตนได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจล่เกิดพยายามเอาจุดที่คู่แข่งทางอ้อมมีอยู่เข้าร่วมไว้ในสถานที่เดียวกันให้มากที่สุด เช่น บรรยากาศ เสียงเพลง ดี แสง ตลอดจนการจัดคอนเสิร์ตเป็นครั้งคราว เพื่อแย่งลูกค้าและผูกใจลูกค้าให้นิยมล่เกิดดีสโก้ให้มากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องจับตาคู่แข่งอื่นโดยตรง คือผู้ประกอบการธุรกิจล่เกิดดีสโก้อื่น ๆ โดยพิจารณาสีตมภ์ของคู่แข่งได้แก่ลักษณะของลาน บรรยากาศ ดี แสง เสียง ดี.เจ. การบริการ และรองเท่า ว่าจุดใดบ้างที่ควรจะนำมาปรับปรุงและสร้าง ความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ให้ต่างไปจากคู่แข่ง ด้านราคาคู่แข่งตั้งเท่าไร และการส่งเสริมการตลาดเป็นอย่างไร เราจำเป็นต้องตั้งราคาตามคู่แข่งหรือไม่ หรือ ควรตั้งราคาสูงกว่า ต่ำกว่าคู่แข่ง การที่คู่แข่งมีการลดราคา มีการโฆษณา มีการจัดให้มีรายการพิเศษ อื่น ๆ เราควรกระทำตอบโต้อย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำมาพิจารณากัน บัณฑิตต่าง ๆ เช่น ทำเลที่ตั้ง ถ้าทำเลที่ตั้งได้เปรียบ คือตั้งอยู่ในย่านชุมชนมีผู้เข้ารับบริการมากอยู่แล้ว นโยบายการตอบโต้ก็ไม่จำเป็น แต่อาจจะใช่บ้างเป็นครั้งคราวในวาระพิเศษต่าง ๆ เพื่อเป็นการล่อลวงผู้เข้ารับบริการ แต่ถ้าทำเลที่ตั้งอยู่นอกเมือง ทำให้จำเป็นต้องใช้นโยบายตอบโต้ในด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ ขึ้นอยู่กับเกรดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ถ้าผู้เข้ามาใช้บริการเป็นผู้ที่มีอันจะกิน หรือเป็นผู้ที่คำนึงถึงบรรยากาศในสถานบริการมาก การลดราคาก็ไม่จำเป็น ขึ้นอยู่กับจุดแตกต่างในด้านต่าง ๆ เช่น จุดแตกต่างกันเรื่องลาน ลานลูกคลื่น ลานลาดเท เสียงที่กระหึ่ม

แต่ไม่อีกก็ ก แล่ง ลี ที่แปลกกว่าที่อื่น ๆ เช่น จานบิน ล่เปล์ฮัพ แล่งเลเซอร์ เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นเครื่องกำหนดว่าจำเป็นต้องตอบโต้คู่แข่งหรือไม่และเพียงไร

การวิเคราะห์กฎหมายและสังคม กฎหมายควบคุมการค้าเงินงานธุรกิจประเภทนี้คือ ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 45 ลงวันที่ 17 มกราคม 2515 และประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 252 ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน 2515 โดยควบคุมการเปิดตั้งแต่ 9.00 น. ถึง 22.00 น. หากมีการฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 5,000 บาท นอกจากนี้ก่อนเปิดทำการต้องแจ้งสถานีตำรวจในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบก่อน 15 วัน แจ้งกองควบคุมเด็กและเยาวชน ซึ่งจะส่งเจ้าหน้าที่และตำรวจตระเวนลาดเด็กและเยาวชนป้องกันไม่ให้เด็กเรียนหนีเรียน และประพฤติดัวไม่เรียบร้อย อีกทั้งขอใบอนุญาตประกอบการค้าจากกระทรวงพาณิชย์ ข้อกำหนดของกฎหมายต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาให้รอบคอบก่อนเปิดบริการและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ข้อบังคับทางกฎหมายแล้วสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาประกอบก็คือสภาพพจน์ของธุรกิจประเภทนี้ในสายตาของบุคคลภายในสังคมนั้นว่าเป็นอย่างไร ซึ่งจากการติดตามข่าวตั้งแต่ธุรกิจประเภทนี้เริ่มได้รับความนิยม ก็มีบุคคลหลายวงการได้วิพากษ์วิจารณ์ และเกรงว่าจะเป็นที่ล่อลวงของเยาวชน ซึ่งได้แก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและอธิบดีกรมตำรวจ ได้กำชับให้สถานบริการดำเนินการภายใต้ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 45 และฉบับที่ 252 ซึ่งได้เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์มติชนและหนังสือพิมพ์มาตุภูมิฉบับที่ 2620 ปีที่ 7 และฉบับที่ 2364 ปีที่ 8 ตามลำดับ ในวันที่ 17 ตุลาคม 2527 และในวันที่ 19 เดือนเดียวกัน หนังสือพิมพ์มติชน ได้ลงข่าวเกี่ยวกับการอภิปรายของคุณหญิงเต็มศิริ บุญยสิงห์ เรื่อง "ปัญหาวัยรุ่นกับดิสโก้" ที่โรงแรมราชคู่มิตร ซึ่งกล่าวว่าเมื่อเด็กนักเรียนเข้าไปในดิสโก้ จะเกิดปัญหาทางเพศตามมา เพราะบรรยากาศสัมผัสแล่งลี เป็นสิ่งกระตุ้นจึงควรควบคุมอย่างเข้มงวด ที่ผ่านมามีตำรวจมีมาตรการกำหนดเวลาเปิดปิดก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ทำจริง จึงเสนอให้ทหารเข้ามาควบคุม นอกจากนี้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการได้แถลงเมื่อปลายวันที่ 19 ตุลาคม และที่พิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์วันเสาร์ที่ 20 ตุลาคม 2527 ฉบับที่ 2623 ปีที่ 7 ว่า การที่เด็กวัยรุ่นนิยมล่เกิดเป็นเรื่องปกติของวัยเด็กที่เล่าและแสวงหาทุกอย่าง จะให้อยู่อย่างเรียบร้อยเรียนเล่ารักก็กลับบ้านเป็นไปไม่ได้ แต่ในกรณีล่เกิดดิสโก้เป็นแหล่งล่อลวง เจ้าหน้าที่บ้านเมืองก็ต้องเข้าไปดูแล นอกเสียจากเป็นสถานที่ออกกำลังกายจริงก็จะสนับสนุนจากการที่สภาพพจน์ของธุรกิจประเภทนี้ถูกมองในแง่ไม่ดี ทำให้การค้าเงินงานธุรกิจประเภทนี้ต้องดำเนินอย่างระมัดระวัง มียามรักษาความปลอดภัย ตำรวจ และทหารคอยตรวจตราอาวุธ ของเล่พิดิ ทั้งตอนขาเข้าและขณะที่อยู่ในลานอยู่ตลอดเวลา ใครประพฤติดัวไม่เหมาะสมก็ตักเตือน ถ้าไม่ฟังก็จะเชิญออกไป และเพื่อให้สภาพพจน์ดียิ่งขึ้นผู้ประกอบการ

การจะไม่ยอมขายสิ่งเสพติดทั้งหลาย ไม่ว่าเหล้า เบียร์หรือบุหรี่ มีเพียงเครื่องดื่มประเภทน้ำหวาน เท่านั้น อย่างไรก็ตามสถานบริการลี้ภัยดิสโก้แต่ละแห่งมักมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้เข้ารับบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติดังนี้คือ

1. ล้วงรองเท้าลี้ภัยเกิดเท่านั้นในบริเวณลาน
2. สำหรับผู้เข้ารองเท้าลี้ภัย กรุณาล้วงรองเท้าที่ใส่ไว้ให้เท่านั้น
3. โปรดคลุ่บบุหรี่ในบริเวณลาน และงดการนำอาหาร เครื่องดื่มเข้าไปในบริเวณลาน
4. ห้ามนำอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้ง เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์จากภายนอกเข้าไปในบริเวณ
5. ปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ และรักษาความสงบไม่ก่อการทะเลาะวิวาทใด ๆ
6. เจ้าหน้าที่ขอสงวนสิทธิ์ที่จะห้ามบุคคลหนึ่งบุคคลใดเข้าไปในบริเวณลาน
7. เจ้าหน้าที่ขอสงวนสิทธิ์ที่จะให้ผู้เล่นใด ๆ ออกนอกบริเวณลานเมื่อได้รับคำเตือนภายใน 3 ครั้ง
8. ได้จัดหน่วยปฐมพยาบาลไว้เพื่อบริการในกรณีจำเป็น ทั้งนี้จะไม่รับผิดชอบในอุบัติเหตุใด ๆ ที่เกิดขึ้น

การวิเคราะห์แนวโน้ม จากการวิเคราะห์ความนิยมชมชอบของวัยรุ่นที่ผ่านมา พบว่าวัยรุ่นจะให้ความสนใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระยะไม่นานนัก เช่น โบวล์ ห้างสรรพสินค้าและดิสโก้เธค และเช่นเดียวกับลี้ภัยดิสโก้ที่ผู้ประกอบการคิดว่าความนิยมของธุรกิจนี้จะเป็นที่นิยมของวัยรุ่นไม่เกิน 3 ปี ดังนั้นแผนในการลงทุนจึงพยายามให้คืนทุนอย่างรวดเร็วให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่พุ่งขึ้นและพุ่งลงอย่างรวดเร็ว วิธีการหนึ่งที่ทำได้คือปรับปรุงสถานที่ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งอาจจะเป็นเจ้าของที่เอง หรือเป็นสถานที่ที่ไปขอเช่าก็ได้ ซึ่งช่วยให้ระยะเวลาในการเตรียมการในการเปิดทำการเร็วยิ่งขึ้น และเป็นการประหยัดเงินลงทุนอีกด้วย เพราะเพียงแค่เสียค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่ติดตั้งแสง สี เสียงและรองเท้า ในวงเงินงบประมาณ 3 ล้านบาท รวมค่าใช้จ่ายในด้านค่าเช่าสถานที่ ค่าไฟฟ้า ค่าพนักงาน เดือนละประมาณ 4 ล้านบาท โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่า ในแต่ละวันซึ่งเปิดทำการ 3 รอบ จะมีผู้เข้ารับบริการวันละ 500 คน ถ้าจำนวนผู้เข้ารับบริการเป็นไปตามที่คลาดหมายไว้ ธุรกิจจะมีรายรับเดือนละ $500 \times 50 \times 30 = 750,000$ บาทโดยเปิดทำการทุกวัน คิดค่าบริการครั้งละ 50 บาท ภายในเวลาประมาณ 8 เดือนก็สามารถคืนทุนได้ ดังนั้นถึงแม้ว่าความนิยมของวัยรุ่นที่มีต่อธุรกิจลี้ภัยดิสโก้จะสั้นก็ตาม แต่ก็ยังเป็นธุรกิจที่น่าลงทุนเป็นอย่างมากจึงก่อให้เกิด

การแข่งขันอย่างมากในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการคิดว่า ถ้าพยายามเปลี่ยนความคิดจากธุรกิจที่ให้ความสนุกสนาน ความบันเทิง เป็นธุรกิจที่ให้บริการในด้านกีฬาและออกกำลังกายได้แล้วจะทำให้สามารถยืดเวลาการอิ่มตัวของผลิตภัณฑ์ให้นานขึ้นได้

จากการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ดังที่ได้อธิบายมาของผู้ประกอบการทำให้สามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ในด้านการวางแผนการตลาดได้ดังนี้คือ

ผลิตภัณฑ์

เป็นสิ่งที่ผู้เข้ารับบริการสเก็ตลีลาได้รับหรือสัมผัสโดยตรง อันประกอบด้วยลานสเก็ต รองเท้า สี แล่ง เสียง ซึ่งถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์หลัก แต่เนื่องจากสเก็ตลีลาเป็นธุรกิจที่ขายบริการ จึงควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่อยู่ในสถานบริการนั้น ๆ ซึ่งผู้เข้ารับบริการ อาจได้รับและเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสเก็ตลีลา รวมเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ด้วยได้แก่ ที่นั่งพักเหนื่อย ห้องน้ำ ห้องล้าง การปฐมพยาบาล การป้องกันความปลอดภัย เป็นต้น ผู้ประกอบการกลุ่มต่าง ๆ มีการจัดการด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันดังต่อไปนี้

กลุ่มเอ

ลานสเก็ต เป็นลานที่ทำจากปาร์เก้ ซึ่งเป็นลานที่เหมาะสมแก่การเล่นมากที่สุด ตัวพื้นไม้มันจนเกินไปเพื่อสะดวกต่อการประคองตัวในการเล่น ตัวลานมีขนาดใหญ่สามารถบรรจุคนตั้งแต่ 500 คนขึ้นไป มีสัดส่วนระหว่างพื้นที่ต่อคนเป็นหนึ่งต่อหนึ่ง คือ พื้นที่ 1 ตารางเมตรต่อคน 1 คน พื้นลานแบ่งเป็น 3 ส่วนแยกจากกัน ส่วนที่หนึ่งเป็นส่วนที่จัดไว้สำหรับผู้ที่หัดเล่นใหม่ ส่วนที่สองซึ่งมีเนื้อที่มากที่สุด สำหรับผู้ที่เล่นเป็นแล้ว ส่วนที่สามจัดไว้สำหรับผู้ที่เล่นจนชำนาญแล้วและต้องการเล่นผาดโผนจะเป็นลานที่เป็นโลลอปและลูกคลื่น

รองเท้าสเก็ต มักเป็นรองเท้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศ ตัวรองเท้าทำจากหนังแท้ ล้อสเก็ตส่วนใหญ่จะทำจากไฟเบอร์ซึ่งมีน้ำหนักเบา ทำให้เกิดความคล่องตัวในการออกตัวและการเล่น แผ่นรองมักจะทำจากโลหะอลูมิเนียมมีน้ำหนักเบา จำนวนรองเท้าจะมีการสำรองไว้อย่างเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า คิดเป็นอัตราส่วนระหว่างพื้นที่กับจำนวนรองเท้าที่สำรองเป็น 1:1 กล่าวคือ ถ้าพื้นที่ 2,000 ตารางเมตร ก็มีรองเท้าสำรองไว้ 2,000 คู่ เป็นต้น

สีและแล่ง สถานบริการกลุ่มเอ จะให้ความสำคัญของสีและแล่งมาก มี

ระบบสีแสงที่สมบูรณ์แบบ กล่าวคือ มีทั้งแสงที่ให้ความสว่างกับแสงที่เน้นความสวยงามผสมผสานกัน มีการจัดจุดที่ให้แสงสว่างเหมาะกับอรรถประโยชน์ในการใช้งาน ดังได้กล่าวแล้วในบทที่ 2 เพื่อให้เกิดความแตกต่างในด้านแสงสีจากคู่แข่งบางแห่ง มีการดัดแปลงแสงสีที่พุ่งออกจากยานรูปร่างต่าง ๆ กัน เช่น จานบิน ซึ่งใช้เป็นจุดขายและจุดโฆษณาอย่างหนึ่ง มีการจัดระบบการเปิดปิดไฟเข้ากับสถานะของเสียงเพลง เพื่อก่อให้เกิดความเร้าใจแก่ผู้เล่นมากยิ่งขึ้น

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก สถานบริการสเก็ตลีลาในกลุ่มเอ มักมีการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครัน เพื่อให้เป็นสถานบริการที่มีความสมบูรณ์แบบมากที่สุด สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่

- โต๊ะรับฝากของ
- ครุฝึกสำหรับผู้หัดเล่นใหม่
- สถานที่สำหรับนั่งใส่รองเท้า นั่งพัก นั่งชมการเล่น
- การบริการเครื่องดื่ม
- เครื่องปรับอากาศ
- ความสะอาดของสถานที่
- เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
- สถานปฐมพยาบาล

การคัดเลือกสถานที่ สถานบริการกลุ่มเอ มักจะให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกสถานที่ภายในและการตกแต่งภายใน ไม่ว่าจะเป็นแสง สี เสียง สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น การคัดเลือกสถานที่มักใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างบรรยากาศภายในให้เป็นที่ประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ

เสียงและดี.เจ. สถานบริการกลุ่มเอ จะใช้เครื่องเสียงที่มีคุณภาพดีสามารถสร้างความเร้าใจให้อยากเล่นสเก็ตลีลา ยิ่งไปกว่านั้นผู้ที่ทำหน้าที่เปิดเพลงหรือดี.เจ. มักจะเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในด้านเสียงเพลง อาจจะเป็นบุคคลที่เคยอยู่ในวงการเพลงหรือเคยทำงานด้านนี้มาก่อนในสถานดิสนีย์เอนท์ และแน่นอนจะต้องเป็นบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ่งดี.เจ. ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้ดีปัจจัยหนึ่ง

กลุ่มปี

ลานส์เกิด พื้นลานมักทำด้วยปาร์เก้เหมือนกลุ่มเอ แต่มีความจุได้น้อยกว่า และมีแบบของพื้นลานส์เกิดน้อยกว่า กล่าวคือ อาจจะมีพื้นราบเรียบเพียงอย่างเดียว ลักษณะที่เห็นได้ชัดอีกอย่างหนึ่งก็คือ ลานส์เกิดมักจะตัดแปลงมาจากอาคารสถานที่ที่มีอยู่แล้ว จึงมีเสาค้ำอยู่ไม่ใช่ลานโล่ง

รองเท้าส์เกิด อาจเป็นรองเท้าที่สั่งมาจากต่างประเทศ หรือผลิตในประเทศ ซึ่งคุณภาพจะดีต่อกว่ากลุ่มเอ และราคาจะถูกกว่า ตัวรองเท้าทำจากหนังเทียม ล้อทำจากล้อยาง ซึ่งมีความเหนียวทำให้ออกตัวช้า มีความเรงน้อย แผ่นรองเท้าทำจากเหล็กผสมมีน้ำหนักมาก จำนวนรองเท้าที่ใส่รองไว้ก็น้อยกว่ากลุ่มเอ

สีและแล่ง ลานบริการกลุ่มปี ก็ให้ความสำคัญในเรื่องสีและแล่ง เช่นเดียวกัน แต่ความลุ่มปุรณของระบบสีแล่ง อาจจะดีต่อกว่ากลุ่มเอ กล่าวคือมีจำนวนและชนิดของสี แล่งที่น้อยกว่า แต่อย่างไรก็ตามในกลุ่มนี้ก็มีทั้งแล่งที่ให้ความสว่างและแล่งที่เน้นความสวยงามเช่นเดียวกัน

เสียงและดี.เจ. ลานบริการกลุ่มปี จะใช้เครื่องเสียงคุณภาพปานกลางคุณภาพของเสียงจะต้องดีต่อกว่ากลุ่มเอ ดี.เจ. จะมีความเชี่ยวชาญน้อยกว่ากลุ่มเอ ทำให้แรงดึงดูดใจในด้านเสียงเพลงและความบันเทิงในด้านอื่น ๆ ที่เกิดจากตัว ดี.เจ. ดีต่อกว่ากลุ่มเอ

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในกลุ่มปี ก็มีการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ามาใช้บริการเช่นเดียวกัน แต่จะมีน้อยกว่ากลุ่มเอ สิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มนี้ต้องมีได้แก่ โต๊ะรับฝากของ การบริการเครื่องดื่ม เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การปฐมพยาบาล เครื่องปรับอากาศ ที่นั่งพัก สิ่งอำนวยความสะดวกของลานบริการ ลैंท์ติดลิโก็คือ ลักษณะคล้าย ๆ กันทุกแห่งต่างกันที่ขนาดและคุณภาพเท่านั้น

การจัดสถานที่ เนื่องจากสถานที่ของกลุ่มปี มักจะตัดแปลงมาจากอาคารสถานที่ที่มีอยู่เดิม จึงทำให้การจัดสถานที่ภายในและการตกแต่งถูกจำกัดโดยสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องลักษณะลาน แล่ง สี ตำแหน่งของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความความหรูหราน้อยกว่ากลุ่มเอ

กลุ่มซี

ลานล่เกิด พื้นลานล่เกิดมักเป็นพื้นซีเมนต์ ลักษณะเป็นพื้นราบอย่างเดียว พื้นที่มีความผิด จึงไม่ค่อยเหมาะกับการเล่น ส่วนใหญ่จะใช้ในการฝึกหัดสำหรับผู้เล่นใหม่ มักจะแปรสภาพมาจากลานจอดรถหรือเป็นที่ว่างเปล่าที่ไม่ได้นำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ เมื่อธุรกิจล่เกิด ดีส์โก้เป็นที่นิยมก็ดัดแปลงมาเป็นลานล่เกิด ทำให้ต้นทุนด้านการจัดสถานที่ของกลุ่มนี้ค่อนข้างต่ำ

รองเท้าล่เกิด รองเท้าล่เกิดที่ใช้ในสถานบริการกลุ่มซี มักจะมีคุณภาพไม่ ค่อยดี ล้อล่เกิดทำจากพลาสติกสังเคราะห์ ตัวรองเท้าทำจากหนังเทียม แผ่นรองเท้าทำจากเหล็ก หรือเหล็กผสม รองเท้าล่เกิดกลุ่มนี้จึงมีราคาถูกกว่าทุกกลุ่ม

สีและแสง สถานบริการในกลุ่มซี จะไม่มีการตกแต่งประดับประดาด้วย ระบบแสงสีแบบดีส์โก้ แต่จะใช้ไฟฟลูออโรสเซนต์มา กล่าวคือ กลุ่มซี จะเน้นที่ไฟที่ให้แสงสว่างอย่าง เดียว โดยไม่คำนึงถึงความสวยงามเท่าใดนัก

เสียงและดี.เจ. สถานบริการกลุ่มซี จะไม่เน้นเรื่อง ดี.เจ. แต่จะมี การเปิดเพลงเพื่อประกอบการเล่นเท่านั้น คุณภาพของเสียงก็คือด้อยกว่ากลุ่มเอ กลุ่มบี

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สถานบริการในกลุ่มซี ไม่ได้เน้น ในเรื่องบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก เนื่องจากค่าบริการถูกมากเมื่อเทียบกับสิ่งกลุ่ม แรก สิ่งอำนวยความสะดวกจึงมีไม่มากนัก เช่น ที่ฝากของ บริการ เครื่องดื่ม พัดลม เป็นต้น

การจัดสถานที่ ในกลุ่มซี มีการจัดตกแต่งสถานที่น้อยมาก จากที่ได้กล่าว มาจะเห็นว่า มีความแตกต่างในเรื่องผลิตภัณฑ์ในสถานบริการล่เกิดดีส์โก้แต่ละกลุ่ม นั่นคือมีการ นำเรื่องส่วนแบ่งของตลาดเข้ามาช่วยในการจัดการด้านการตลาด โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มเอ กลุ่มบี และกลุ่มซี ซึ่งสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน กล่าวคือใน กลุ่มเอ จะสนองความต้องการลูกค้าในด้านความหรูหรา ความสะดวกสบายและความสนุกสนาน กลุ่มบี ก็เช่นเดียวกับกลุ่มเอ ต่างกันที่เงินลงทุน ความฟุ่มเฟือย ซึ่งกลุ่มเอ มีมากกว่า สำหรับ กลุ่มซี สอนองความต้องการลูกค้าในด้านการออกกำลังกายมากกว่าความหรูหรา สะดวกสบาย

สถานที่และช่องทางการจำหน่าย

ลักษณะของการจัดจำหน่ายของธุรกิจเล็กเกิดดีสโก้เป็นการขายแบบมุ่งผู้บริโภคสุดท้ายโดยตรง ในลักษณะผู้บริโภคเข้าหาธุรกิจ การจัดการด้านการจัดจำหน่ายจึงเน้นที่การเลือกทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญ หรือให้สามารถดึงดูดผู้บริโภคเข้าไปใช้บริการมากที่สุด แต่ความสามารถในการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานบริการในแต่ละกลุ่มจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจำหน่ายแตกต่างกันโดยตรง เกณฑ์ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งสถานบริการเล็กเกิดดีสโก้ได้แก่ ความหนาแน่นของประชากรในบริเวณใกล้เคียง รัศมีรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสิ่งจูงใจอื่น ๆ ที่จะดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าไปในย่านหรือชุมชนนั้น ๆ

กลุ่มเอ

ในการเลือกทำเลที่ตั้ง มักจะอยู่ในย่านการค้า เนื่องจากมีความหนาแน่นของประชากรมาก และเป็นย่านที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมักไปช้อปปิ้งในบริเวณนั้น อีกทั้งเป็นบุคคลมีรายได้มากพอที่จะสามารถเข้าไปใช้บริการได้ การลงทุนในกลุ่มเอ สูง เน้นความหรูหรา สะดวกสบาย ส่วนมากจะตั้งอยู่ในย่านช้อปปิ้งหรือย่านการค้า โดยวางเป้าหมายไว้ว่าสามารถบริการกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่บริเวณอื่น ๆ ที่ไปหาซื้อสินค้าหรือพักผ่อนหย่อนใจในย่านนั้น ๆ โดยมีตัวสนับสนุนรองรับได้แก่ ความสะดวกสบายในการเดินทาง อีกทั้งบริเวณย่านการค้ามักจะมีสิ่งจูงใจอื่น ๆ ที่จะดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเข้าไปในบริเวณนั้นอยู่แล้ว ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านการพัฒนาบริเวณนั้นให้เป็นย่านการค้า ดังนั้นสถานประกอบการเล็กเกิดดีสโก้กลุ่มเอ มักจะตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์กลาง ชิงรอบ ๆ จะมีสิ่งจูงใจอื่น ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ เป็นต้น ถ้าไปไม่ทันรอบใช้บริการก็อาจเดินเล่นตามห้างสรรพสินค้าเป็นการรอคอยไปในตัว

กลุ่มบี

การเลือกทำเลที่ตั้งของผู้ประกอบการในกลุ่มบี มักจะตั้งอยู่ในย่านการค้าชานเมือง เพื่อหวังจับกลุ่มเป้าหมายในบริเวณนี้และบริเวณใกล้เคียงเป็นหลัก สำเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีทุนจำกัดไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการกลุ่มเอ ได้ จึงหันไปจับลูกค้าเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่ง หรือผู้ประกอบการมีสถานที่ในบริเวณดังกล่าวแล้ว จึงพัฒนาเป็นสถานบริการเล็กเกิดดีสโก้

กลุ่มซี

การเลือกทำเลที่ตั้งสถานบริการกลุ่มซี อาจจะเลือกในบริเวณย่านการค้าหรือย่านชานเมืองก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นชานเมือง วันแต่ที่ว่าผู้ประกอบการนั้นมีสถานที่พร้อมในย่านการค้าพอที่จะตัดแปลงเป็นลานล่เกิด แต่ไม่คิดลงทุนอย่างจริงจัง เนื่องจากเล็งเห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสั้น ไม่คุ้มที่จะลงทุนอย่างจริงจัง แต่เมื่อตลาดเปิดโอกาสให้สิ่งได้พัฒนาสถานที่ที่มีอยู่แล้วเป็นลานล่เกิด อย่างไรก็ตามจำนวนสถานบริการกลุ่มซี ยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับกลุ่มเอและกลุ่มบี เนื่องจากไม่ค่อยเป็นที่นิยมของวัยรุ่น เพราะขาดสิ่งจูงใจในการเล่น

ด้านราคา

สถานบริการล่เกิดดิสโก้ใต้แนวความคิดมาจากดิสโก้เธค โดยรวมเอาจุดเด่นของดิสโก้เธคได้แก่ ระบบแสง สี เสียง และบรรยากาศ และได้เน้นการออกกำลังกายผนวกเข้ามาอีกอย่างหนึ่ง เมื่อเป็นการออกกำลังกายจึงจำเป็นต้องกำหนดระยะเวลาเป็นรอบ ๆ ดังนี้คือ

วันธรรมดาเปิดบริการวันละ 3 รอบ รอบละ $2\frac{1}{2}$ - 3 ชั่วโมง ดังนี้คือ

12.00 - 14.30 น.

15.00 - 17.30 น.

18.00 - 20.30 น.

วันเสาร์-อาทิตย์ วันหยุดราชการ เพิ่มรอบเช้า 9.00 น. - 11.30 น.

การคิดค่าบริการจะอยู่ระหว่าง 10 - 60 บาท ขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มของสถานดิสโก้ การตั้งราคาบริการส่วนมากจะตั้งราคาตามตลาดหรือตามคู่แข่งอื่น ซึ่งแบ่งตามกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มเอ

ซึ่งเป็นล่เกิดดิสโก้ชั้นหนึ่ง โดยทั่วไปคิดค่าบริการดังนี้คือ

ค่าผ่านประตู 20 บาท

ค่าเช่ารองเท้า 20 บาท

ค่าบริการลาน 10 บาท (บางแห่งก็ไม่คิด คิดเฉพาะผู้ที่นำรองเท้า

มาเอง)

รวมค่าบริการอย่างสูง เท่ากับ 50 บาท ต่อรอบ

ถ้าต้องการเครื่องตี๋ม ซื่อไต๋ในราคาแก้วละ 10 บาท
 รวมค่าใช้จ่ายต่อรอบประมาณ 50 - 60 บาท
 ถ้าพิจารณาต้นทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ลงทุน 7,000,000 บาท
 ถ้ามีผู้รับบริการวันละ 500 คน ค่าใช้จ่ายต่าง เดือนละประมาณ 400,000 บาท
 จะสามารถคืนทุนได้ในเวลา 1 ปีกับ 8 เดือน โดยประมาณ

รายได้	500x50x30	=	750,000	บาท
ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ		=	400,000	บาท
กำไรเดือนละ		=	350,000	บาท
กำไร 350,000 บาท	ในเวลา	=	1	เดือน
กำไร 7,000,000 บาท	ในเวลา	=	$7,000,000 \div 350,000 = 20$	เดือน

เป็นตัว เลขที่รุ้งใจให้มาลงทุนอย่างยิ่ง

กลุ่มบี

ค่าผ่านประตู	10 บาท
ค่าเช่ารองเท้า	20 บาท
ค่าเครื่องตี๋ม	10 บาท
รวมค่าบริการทั้งสิ้น	40 บาทต่อรอบ

กลุ่มซี

กลุ่มนี้คิดค่าบริการเพียง 10 - 20 บาทต่อวันหรือต่อรอบ

ในการตั้งราคานั้น ผู้เขียนได้ถามผู้ประกอบการว่าเป็นไปได้หรือไม่ที่จะตั้งอัตราค่าบริการไว้สูง เพื่อยกระดับภาพพจน์ของสถานบริการให้สูง ก็ได้รับคำตอบว่าเป็นไปได้ยาก เนื่องจากภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูง ความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการแทบไม่มี ทำให้ทุกแห่งตั้งราคาตามราคาตลาด (Going-Rate Pricing) ซึ่งเป็นการตั้งราคาตามคู่แข่ง

การส่งเสริมการค้าหน้า

เนื่องจากภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมในด้านการส่งเสริมการค้าหน้าทั้งในรูปแบบของการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะแตกต่างกันตามกลุ่มของผู้ประกอบการดังนี้

กลุ่มเอ

มักจะมี การส่งเสริมการค้าหน้าอย่างลุ่มบูรณแบบทั้งด้านโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ แต่มีความถี่และงบประมาณที่ใช้จะแตกต่างกันดังนี้

1. การโฆษณา ใช้มากในช่วงเปิดกิจการ ใช้น้อยลงหลังเปิดบริการและจะใช้น้อยขึ้นอีกในช่วงที่มีการแข่งขันสูง โดยกระจายไปตามสื่อต่าง ๆ ดังนี้

1.1 สื่อโทรทัศน์ ใช้นับวันในกรณีที่มีผู้ประกอบการมีทุนมาก และในช่วงเปิดกิจการใหม่ ๆ เพื่อต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นบรรยากาศภายใน ซึ่งจะดึงดูดใจให้มาใช้บริการ

1.2 แผ่นใบปลิว แจกตามศูนย์การค้า โรงเรียน ใช้น้อยก่อนเปิดกิจการและช่วงที่ต้องการเพิ่มยอดขาย

1.3 วิทยุ โดยโฆษณาตามรายการเพลงต่าง ๆ ที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมเป็นสื่อที่นิยมใช้กันมาก และเป็นสื่อที่ใช้น้อยที่สุด

1.4 โปสเตอร์กลางแจ้ง ตามสี่แยก ใช้น้อยเปิดดำเนินการ

1.5 หนังสือพิมพ์ ใช้น้อยเปิดดำเนินการ และเมื่อมีรายการพิเศษก็จะแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ

1.6 โฆษณาโดยอาศัยปากต่อปาก ถือว่าเป็นสื่อที่สำคัญที่สุดของการโฆษณา

1.7 โฆษณาโดยอาศัยกลุ่มอ้างอิง เช่น หัวหน้ากลุ่ม หัวหน้าห้อง

1.8 ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ ตามข้างรถเมล์ ใช้น้อยก่อนเปิดกิจการและช่วงที่ยอดขายตก

2. การส่งเสริมการขาย ใช้น้อยช่วงเริ่มแรกของการเปิดบริการและช่วงที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง หรือในโอกาสพิเศษต่าง ๆ

2.1 การชิงโชค โดยให้ทางบัตรผ่านประตูชิงรางวัลต่าง ๆ

2.2 การแจกแถม เช่น แจกเสื้อยืด ผ้าเช็ดหน้า ลูกอม ช้อบัตรผ่าน
 ประดู 1 ใบ ราคา 20 บาท แถมบัตรเข้าชมภาพยนตร์ ราคา 30 บาท ฟรี หรือบัตรผ่านประดู
 1 ใบ แถมเครื่องดื่ม 1 แก้ว

2.3 การคัดแข่งขันต่าง ๆ เช่น แข่งขันความสวยงามในการเล่น
 แต่งตัวสวย การทายชื่อเพลง เป็นต้น

2.4 การคัดรายการพิเศษ เช่น ชัวโมงลูขสันต์ ช้อบัตร 5 ใบ แถม
 บัตรผ่านประดู 1 ใบฟรี บัตรฟรีสำหรับผู้เล่นในวันนั้น รอบเช้า เล่าร์-อาทิตย์ผู้หญิงเข้าฟรี
 ทุกคืนวันศุกร์มีรายการโชว์เล่นล่เกิดมาดโผน เบรคแดนซ์ และกีฬาฟิวโชว์ เป็นต้น

2.5 การลดราคา โดยช้อบัตรเป็นรายเดือน

2.6 การคัดคอนเสิร์ต

3. การประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะทำกันตอนเริ่มเปิดกิจการโดยให้สัมภาษณ์
 สื่อมวลชน เพื่อนำไปตีพิมพ์และเผยแพร่

ตามสถานการณ์การล่เกิดดีลัโก้กลุ่มเอ มีการใช้การล่ส่งเสริมการจำหน่าย
 หลายรูปแบบ เพราะลูกค้าเป้าหมายกระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ จำเป็นต้องล่ข่าวสารต่าง ๆ ออก
 ไปในวงกว้าง จึงต้องอาศัยทั้งการโฆษณา การล่ส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

กลุ่มบี

ใช้กิจการการล่ส่งเสริมการจำหน่ายบ้างแต่ไม่มากนัก ได้แก่ การโฆษณาและ
 การล่ส่งเสริมการขาย

1. การโฆษณา สื่อที่ใช้ได้แก่

1.1 แผ่นใบปลิว

1.2 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง

1.3 ป้ายโฆษณาเคลื่อนที่

1.4 การบอกเล่าปากต่อปาก


1.5 กลุ่มอ้างอิง

2. การล่ส่งเสริมการขาย มีรายการต่าง ๆ เช่นเดียวกับกลุ่มเอ และ
 เลือกใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละแห่ง

การที่สถานบริการลี้ภัยตลิ่งในกรุงเทพฯ ใช้การโฆษณาบ่อย เมื่อเทียบกับกลุ่มเอ เนื่องจากลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่นอกเมืองรอบ ๆ ย่านนั้น และไม่จำเป็นต้องใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เพราะลูกค้าแถวนี้รู้ความเคลื่อนไหวของกิจการดีอยู่แล้ว

กลุ่มซี

เป็นกลุ่มที่แทบจะไม่ใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดเลย เนื่องจากจุดขายของผู้ประกอบการกลุ่มนี้อยู่ที่ตัวราคา ซึ่งถูกกว่ากลุ่มอื่น ๆ อยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขายหรืออาจจะใช้การโฆษณาบ้าง เช่น แจกใบปลิวหรือการบอกเล่าปากต่อปาก เพื่อนำข่าวสารแพร่ออกไป



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย