

โครงการเอ็กซ์ตรีมเซเตอร์ ไทยแลนด์อินดอร์สเกตพาร์คและซ้อปปี้งมอลล์



โครงการเอ็กซ์ตรีมเชนเตอร์ ไทยแลนด์อินเตอร์สเกตปาร์คและซ้อปปี้งมอลล์



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2553



© 2553

อภิสิทธิ์ เลิศบุญโณวงศ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ ไทยแลนด์อินเตอร์สเกตปาร์คและซ้อปิ้งมอลล์

ผู้วิจัย นายอภิสิทธิ์ เลิศภิญโญวงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.วันชัย มงคลประดิษฐ์)

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(ดร.สุภารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวินนากุล)

อาจารย์ปีเตอร์ กัน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ประธานที่ปรึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

วันที่ 8 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2553

อภิสิทธิ์ เลิศภิญโญวงศ์. ปรินญาณิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, พุทธศักราช 2553, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โครงการ เอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ ไทยแลนด์อินดอร์สเกตปาร์คและช้อปปิ้งมอลล์ (161 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬา เทียนไทย

บทคัดย่อ

กีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากจากบุคคลทั่วโลก เป็นกีฬาที่สร้างความตื่นเต้นและท้าทายแก่ผู้ชมและผู้เล่นเอง ทำให้กีฬาประเภทนี้เผยแพร่ไปอย่างรวดเร็ว ในช่วง 15-20 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดการแข่งขันในระดับประเทศและระดับโลก อาทิเช่น Asia X-Game , X-Game World-championship ที่ได้รับความสนใจและมีการจัดแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ทำให้หลายๆประเทศต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาของตัวเองเพื่อที่จะมีบทบาทในวงการเอ็กซ์ตรีมโลก ซึ่งกีฬาเอ็กซ์ตรีม กำลังจะบรรจุในกีฬาในกีฬาโอลิมปิกปี 2012 ที่ประเทศอังกฤษจะเป็นเจ้าภาพ ทำให้วงการกีฬาเอ็กซ์ตรีมในประเทศไทยได้จัดการส่งเสริมให้เยาวชนได้พัฒนาฝีมือให้นักกีฬาก้าวสู่ระดับมืออาชีพ เพื่อที่จะก้าวสู่วงการเอ็กซ์ตรีมระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นนโยบายของนายกสมาคมเอ็กซ์ตรีมได้กล่าวเอาไว้ หากแต่ขาดแคลนสถานที่ที่เหมาะสมกับการฝึกซ้อมและการแข่งขันก็อาจทำให้นักกีฬาไม่อาจพัฒนาศักยภาพของตัวเองได้อย่างเต็มที่ จึงต้องการให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อให้นักกีฬาไทยมีความสามารถเทียบเท่ากับนักกีฬานานาชาติต่อไป

โครงการนี้เกิดขึ้นมา โดยการออกแบบตกแต่งภายในอาคารรองรับในส่วนสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการ เป็นสถานที่ฝึกซ้อมและพัฒนาศักยภาพของตัวบุคคลและนักกีฬาที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม และเป็นสถานที่จัดการแข่งขันในระดับประเทศและระดับนานาชาติอีกทั้งยังเป็นศูนย์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ (Shopping Center) ที่รวบรวมอุปกรณ์ไว้อย่างครบครันและสมบูรณ์แบบที่สุด

ทำให้โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ เป็นสถานที่ทำให้เยาวชนและบุคคลทั่วไปหันมาสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม เพื่อที่พัฒนางานกีฬาเอ็กซ์ตรีมของประเทศไทยให้ก้าวหน้าไปในระดับนานาชาติ และส่งเสริมให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และห่างไกลจากยาเสพติด

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ผู้ศึกษาได้ศึกษาทดลอง วางแผนการดำเนินการธุรกิจ โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ ไทยแลนด์อินดอร์สเกตปาร์คและช้อปปิ้งมอลล์ “Extreme Center Thailand Skate park Indoor and Shopping Mall” เพื่อเป็นสถานที่ที่ให้เยาวชนไทยได้แสดงออกถึงศักยภาพทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างเต็มที่ในระยะ 5 ปี นับจากปี 2554 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มดำเนินการ โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการประมาณ 1 ปี เงินลงทุนทั้งสิ้น 70,325,000 บาท จากนั้นจึงเริ่มเปิดโครงการในปี 2555

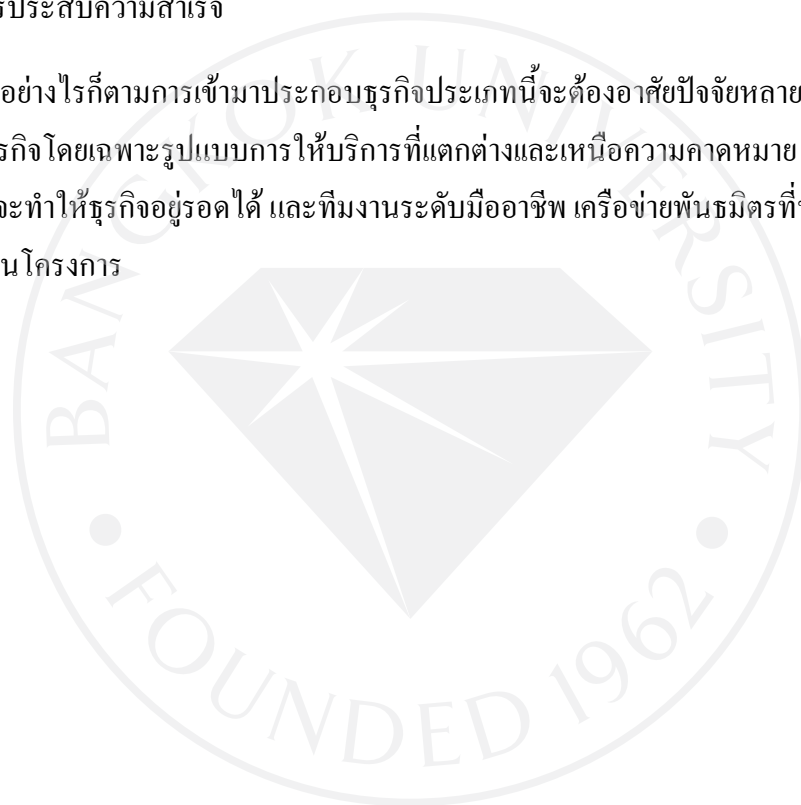
ผู้ศึกษาได้จัดทำสมมติฐานทางการเงินไว้เป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีได้รับผลกำไรมากที่สุด (Base Case) กรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และในกรณีที่ได้รับผลกำไรน้อยที่สุด (Worst Case) โดยมีเงื่อนไขรายได้จากส่วนของค่าบริการให้เช่าสนามเอ็กซ์ตรีม ค่าบริการให้เช่าอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม ค่าบริการคอร์สเรียนเอ็กซ์ตรีม ค่าประกันอุปกรณ์ ค่าบริการให้เช่าบูทขายของ ค่าบริการเสริม รายได้จากการจัดกิจกรรมภายในโครงการ รายได้จากการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ ค่าโฆษณา และค่าสปอนเซอร์

ซึ่งจากแผนการดำเนินงานทั้ง 3 กรณีนั้น ถูกกำหนดอัตราผลตอบแทน (Discount Rate) ไว้ที่ 8% โดยสามารถสรุปผลทางการเงินได้ดังนี้

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Payback Period	2 ปี	3 ปี	5 ปี
NPV	68,141,357	33,790,195	-12,772,186
IRR	45.67%	28.31%	1.77%
Discount Rate = 10%			

จากผลการศึกษาของโครงการพบว่า กระแสและสภาพตลาดของธุรกิจการศึกษานั้น มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีอัตราการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเป็นกระแสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย เพราะวัยรุ่นไทยให้ความสนใจและนิยมกีฬาอีสปอร์ตเป็นอย่างมาก รวมถึงมีแฟนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งขณะนี้ในช่วงขาขึ้นของกีฬาอีสปอร์ต ในหลายประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนตื่นตัวเป็นอย่างมากให้การสนับสนุนเพื่อรองรับการเติบโตของกีฬาประเภทนี้ ผู้ให้การสนับสนุนต่างๆ เริ่มเห็นแนวโน้มกีฬาอีสปอร์ตและให้การสนับสนุนมากขึ้น อีกทั้งโครงการนี้ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนจึงไม่มีคู่แข่งทางการตลาด ทั้งหมดนี้จึงเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถทำให้โครงการประสบความสำเร็จ

อย่างไรก็ตามการเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทนี้จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างและเหนือความคาดหมาย ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ และทีมงานระดับมืออาชีพ เครือข่ายพันธมิตรที่พร้อมให้ความสนับสนุนโครงการ



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเป็นสิ่งที่บุพการีของข้าพเจ้าได้คาดหวังไว้ ด้วยความเพียรพยายามให้บุตรหลานได้ใช้สิ่งนี้ก้าวไปสู่ความสำเร็จของชีวิต จากการศึกษาระดับปริญญาโทและการทำงานวิจัยฉบับนี้ เป็นที่ประจักษ์ต่อตนเองอย่างแท้จริง ถึงความอดทนและความมุ่งมั่นที่ต้องมีอย่างสูงในการเพิ่มพูนความรู้ แบบมีแนวคิดทฤษฎี ให้กับชีวิต

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร. จุฑา เทียนไทย และ อาจารย์ปเตอร์ กัน ซึ่งให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องทั้งหลาย ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชามา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณในน้ำใจไมตรี ของเพื่อนปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต (MACA.EM) รุ่น 2 ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจซึ่งกันและกันมาโดยตลอด ดีใจมากที่ได้เจอและรู้จักพวกคุณ

รวมถึงบุคคลและเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่ข้าพเจ้าไม่ได้กล่าวมาอีกมากมายที่ให้การช่วยเหลือ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นายอภิสิทธิ์ เลิศภิญโญวงศ์

30 ตุลาคม 2553

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อ	ง
	บทสรุปผู้บริหาร	จ
	กิตติกรรมประกาศ	ช
	สารบัญตาราง	ฉ
	สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1	บทนำ	
	ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ	1
	วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
	ขอบเขตของโครงการ	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	5
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	10
	แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	11
	แนวคิดความเกี่ยวพันกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	18
	การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกีฬาเอ็กซ์ตรีม(Extreme Sport)	20
	กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ	29
3	ระเบียบวิธีวิจัย	
	ประชากรที่ใช้ในการศึกษากลุ่มตัวอย่าง (เชิงปริมาณ)	48
	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	49
	เครื่องมือในการวิจัย	49
	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	53
	วิธีการเก็บข้อมูล	53
	การวิเคราะห์ข้อมูล	54
4	การวิเคราะห์ข้อมูล	
	การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด	55
	ลักษณะทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	59
	69
	75
	81
	85
5	87
	87
	89
	91
	98
	99
	101
	131
	133
	135
6	141
	144
	146
	148
7	151
	153

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	162
ภาคผนวก	
แบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	164
ประวัติเจ้าของผลงาน	174



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 : แบบสอบถามทางทัศนคติ	51
ตารางที่ 2 : แบบสอบถามทางทัศนคติ ค่าเฉลี่ย	51
ตารางที่ 3 : ลักษณะทางด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
ตารางที่ 4 : กิจกรรมที่ทำนอกเหนือจากการทำงานและการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
แบบสอบถาม	
ตารางที่ 5 : ที่พักอาศัยปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ตารางที่ 6 : ข้อมูลการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ตารางที่ 7 : พฤติกรรมการเลือกสนามเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
ตารางที่ 8 : เหตุผลที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่สนามประจำ	62
ตารางที่ 9 : สถานที่ตั้งของสนามที่เล่นเป็นประจำ	63
ตารางที่ 10 : เหตุผลที่ไม่มีที่เล่นเป็นประจำ	64
ตารางที่ 11 : การเดินทางไปสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
ตารางที่ 12 : ค่าใช้จ่ายในการเล่นเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
ตารางที่ 13 : ข้อมูลการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
ตารางที่ 14 : ข้อมูลการฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
ตารางที่ 15 : การได้รับข้อมูลสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
ตารางที่ 16 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	69
ตารางที่ 17 : ทัศนคติต่อค่าใช้จ่ายในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม	70
ตารางที่ 18 : ทัศนคติต่อค่าเช่าบริการกับบริการของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	71
ตารางที่ 19 : ทัศนคติต่อโปรโมชั่นส่วนลดค่าเช่าบริการสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่น่าสนใจมากที่สุด	71
ตารางที่ 20 : ทัศนคติต่อระยะเวลาในการเดินทางไปสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	72
ตารางที่ 21 : ทัศนคติต่อที่ตั้งของสนามเอ็กซ์ตรีม	72
ตารางที่ 22 : ทัศนคติต่อการจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	73
ตารางที่ 23 : ทัศนคติต่อความสามารถของพนักงานภายในสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	73
ตารางที่ 24 : ทัศนคติต่อ Facilities ของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	74
ตารางที่ 25 : ทัศนคติต่อบริการอื่นๆ ของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 26 : การเล่นเกมกีฬาอีสปอร์ตที่เล่นประจำหรือไม่	75
ตารางที่ 27 : ระยะเวลาในการเล่นกีฬาอีสปอร์ตที่เล่นประจำหรือไม่	76
ตารางที่ 28 : การเล่นเกมกีฬาอีสปอร์ตที่เล่นประจำหรือไม่ และ ระยะเวลาในการเล่นกีฬาอีสปอร์ต	77
ตารางที่ 29 : ระยะเวลาในการเล่นกีฬาอีสปอร์ต และ การเล่นเกมกีฬาอีสปอร์ตที่เล่นประจำหรือไม่	78
ตารางที่ 30 : ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาอีสปอร์ต และ การเล่นเกมกีฬาอีสปอร์ตที่เล่นประจำหรือไม่	79
เฉลี่ยต่อเดือน	
ตารางที่ 31 : อายุ และ การเล่นเกมกีฬาอีสปอร์ตที่เล่นประจำหรือไม่	80
ตารางที่ 32 : Tows Matrix	110
ตารางที่ 33 : ตารางการเรียนการสอนของโครงการอีสปอร์ต เซ็นเตอร์	120
ตารางที่ 34 : ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้สอย (User Behavior)	123
ตารางที่ 35 : แสดงรายละเอียดและอัตราเงินเดือนในโครงการ	139
ตารางที่ 36 : สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น	141
ตารางที่ 37 : การประเมินต้นทุนในการบริการ	144
ตารางที่ 38 : แสดงกระแสเงินสดในสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)	148
ตารางที่ 39 : แสดงกระแสเงินสดในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case)	155
ตารางที่ 40 : แสดงกระแสเงินสดในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)	158
ตารางที่ 41 : แสดงสรุปผลทางการเงิน	161

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 : องค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude Model)	7
ภาพที่ 2 : แบบจำลองพฤติกรรมอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค (A Simple Model of Consumer Decision Making)	12
ภาพที่ 3 : รูปภาพกีฬาเอ็กซ์ตรีม (Extreme Sport)	20
ภาพที่ 4 : รูปภาพกีฬาเอ็กซ์เกมส์ฤดูหนาว (X-Game Winter)	21
ภาพที่ 5 : รูปภาพกีฬาเอ็กซ์เกมส์ฤดูร้อน (X-Games)	22
ภาพที่ 6 : รูปภาพสเกตบอร์ดปี1960 (Early 1960's skateboard)	22
ภาพที่ 7 : รูปภาพสเกตบอร์ดปี1965 (Early 1965's Makaha skateboard)	23
ภาพที่ 8 : รูปภาพสเกตบอร์ดปี1976 (Dog town Skateboard)	24
ภาพที่ 9 : การเล่นสเกตบอร์ดแบบเวสต์ (Vest Skateboard)	25
ภาพที่ 10 : การเล่นสเกตบอร์ดแบบสตรีท (Street Skateboard)	25
ภาพที่ 11 : จักรยานแบบผาดโผน (BMX Freestyle)	26
ภาพที่ 12 : จักรยานแบบผาดโผน (BMX Flatland)	27
ภาพที่ 13 : อินไลน์สเกตแบบสปีด (Inline Skate Speed)	28
ภาพที่ 14 : อินไลน์สเกตแบบฟิตเนส (Inline Skate Fitness)	28
ภาพที่ 15 : อินไลน์สเกตแบบสลาลอม (Inline Skate Slalom)	29
ภาพที่ 16 : อินไลน์สเกตแบบโหดโผน (Aggressive Skate Slalom)	29
ภาพที่ 17 : รูปแบบภายในอาคาร Transgression skate park	30
ภาพที่ 18 : รูปแบบภายในร้านค้า Transgression Skate Park	32
ภาพที่ 19 : รูปแบบภายในลานสเกต(Indoor Skate Park) Transgression Skate Park	32
ภาพที่ 20 : รูปแบบลักษณะโครงการ Monster Park	33
ภาพที่ 21 : รูปแบบการเรียนการสอนโครงการ Monster Park	34
ภาพที่ 22 : รูปแบบลักษณะภายในลานสเกตและร้านค้าโครงการ Monster Park	35
ภาพที่ 23 : รูปแบบลักษณะโครงการ Mega Skate Plaza	35
ภาพที่ 24 : รูปแบบลักษณะลานสเกต(Indoor Skate Park) Mega Skate Plaza	37
ภาพที่ 25 : รูปแบบลักษณะร้านค้า(Skate Shop) Mega Skate Plaza	38
ภาพที่ 26 : รูปแบบลักษณะโครงการ Fantasy Factory Plaza	38

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 27 : Rob Drydenเจ้าของแนวความคิด โครงการ Fantasy Factory Plaza	39
ภาพที่ 28 : รูปแบบลักษณะการตกแต่งภายในโครงการ Fantasy Factory Plaza	39
ภาพที่ 29 : ลักษณะผังพื้น(Floor Plan)โครงการ Fantasy Factory Plaza	40
ภาพที่ 30 : รูปแบบลักษณะการตกแต่งภายในโครงการ Fantasy Factory Plaza	40
ภาพที่ 31 : รูปแบบลักษณะการตกแต่งภายนอกโครงการ Fantasy Factory Plaza	41
ภาพที่ 32 : รูปแบบลักษณะโครงการ Epic Indoor Skate park	41
ภาพที่ 33 : ลักษณะทัศนียภาพ(Perspective)โครงการ Epic Indoor Skate park	42
ภาพที่ 34 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศภายในโครงการ Epic Indoor Skate park	43
ภาพที่ 35 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศการตกแต่งภายในโครงการ Epic Indoor Skate park	43
ภาพที่ 36 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศการตกแต่งภายในโครงการ Epic Indoor Skate park	44
ภาพที่ 37 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศโครงการ The Ramp	44
ภาพที่ 38 : ผังโซน(Zoning)โครงการ The Ramp	45
ภาพที่ 39 : ร้านค้าภายในโครงการ(Skate Shop) The Ramp	46
ภาพที่ 40 : การตกแต่งภายในร้านค้าโครงการ(Skate Shop) The Ramp	46
ภาพที่ 41 : ส่วนพื้นที่Skate Park In Door	89
ภาพที่ 42 : ส่วนพื้นที่ร้านค้าและกิจกรรม(Shop& Special Activity)	89
ภาพที่ 43 : ส่วนพื้นที่สมาคมและบริการ (Association Service)	90
ภาพที่ 44 : ลานสเก็ตปาร์กใหญ่(Indoor Skate park)	91
ภาพที่ 45 : ลานสเก็ตปาร์กเด็ก(Indoor Skate park)	92
ภาพที่ 46 : ห้องพักผ่อนกีฬา(Locker Room)	92
ภาพที่ 47 : ห้องพยาบาล(Nurse Room)	93
ภาพที่ 48 : ห้องพักผ่อนกีฬา(Waiting Athlete Room)	93
ภาพที่ 49 : ร้านค้า(Skate Shop)	94
ภาพที่ 50 : ลานกิจกรรม(Community Space)	94
ภาพที่ 51 : ห้องมัลติมีเดีย (Multimedia Room)	95
ภาพที่ 52 : ร้านอาหาร(Food Court)	95
ภาพที่ 53 : ออฟฟิศ (Office)	96

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 54 : ห้องเรียน(Learning Studio)	96
ภาพที่ 55 : ประชาสัมพันธ์ (Information)	97
ภาพที่ 56 : ห้องเก็บของ (Storage)	97
ภาพที่ 57 : ห้องควบคุม (Control Room)	98
ภาพที่ 58 : แสดงที่ตั้งของโครงการ	99
ภาพที่ 59 : แสดงการเข้าถึงโครงการ	100
ภาพที่ 60 : ทำออลี่เป็นท่าพื้นฐานของกีฬาสเก็ตบอร์ด (Ollie) Skateboard Intimate สเก็ตบอร์ดขั้นปานกลาง	102
ภาพที่ 61 : ท่าพลิกท่าพื้นฐานของกีฬาสเก็ตบอร์ด (Flip)	103
ภาพที่ 62 : ภาพการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์เกมส์ระดับมืออาชีพ (X-Games Professional)	103
ภาพที่ 63 : ทำจักรยานผาดโผน 180G Turn	105
ภาพที่ 64 : ทำจักรยานผาดโผน Fakir Rollback Foot Jam Endo	105
ภาพที่ 65 : ทำจักรยานผาดโผน Furan	106
ภาพที่ 66 : ท่าพื้นฐานอินไลน์สเก็ต	107
ภาพที่ 67 : ท่า Spin Stop	108
ภาพที่ 68 : Fabio da Silva นักกีฬาอินไลน์สเก็ตระดับโลก	109
ภาพที่ 69 : กลุ่มเป้าหมายหลัก ของ โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์	121
ภาพที่ 70 : กลุ่มเป้าหมายรองของ โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์	122
ภาพที่ 71 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้รับบริการ(ใช้งานประจำ)	124
ภาพที่ 72 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้รับบริการ(ใช้งานชั่วคราว)	124
ภาพที่ 73 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้ให้บริการ(ผู้บริหาร)	125
ภาพที่ 74 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้ให้บริการ (Pro Skater/พนักงาน)	125
ภาพที่ 75 : รูปของแรมปี Platform B (Fun Box)	126
ภาพที่ 76 : รูปของแรมปี Platform B (Fun Box)	127
ภาพที่ 77 : รูปของแรมปี Ramp: A (Fun Box)	127
ภาพที่ 78 : รูปของแรมปี Rail Slide E (Fun Box)	128
ภาพที่ 79 : รูปของแรมปี Rail Slide E (Fun Box)	128

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 80 : รูปของแรมปี Fun Box	129
ภาพที่ 81 : รูปของแรมปี Fun Box	129
ภาพที่ 82 : รูปของแรมปี Ramp	130
ภาพที่ 83 : รูปของแรมปี 1/2Pipe Ramp	130
ภาพที่ 84 : รูปของแรมปี Ramp C (pyramid)	131
ภาพที่ 85 : ตราสัญลักษณ์ของโครงการ Extreme Center	132
ภาพที่ 86 : แสดงโครงสร้างองค์กร	135



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

กีฬาเอ็กซ์ตรีมหรือที่คนไทยมักเรียกกันว่ากีฬาผาดโผนแบ่งออกเป็นหลายประเภทอาทิเช่น อินไลน์สเก็ต , สเก็ตบอร์ด , จักรยานผาดโผนฯลฯ และจะมีแยกย่อยในแต่ละประเภทกีฬาอีก แม้ว่ากีฬานี้จะเล่นกันในวงแคบๆ หรือในกลุ่มเด็กที่ถูกเรียกว่า ขาโจ๋ แต่งตัวใส่กางเกงหลุดๆและเด็กน้อยคนนักที่จะได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองให้มาเล่นกีฬานี้ เพราะนอกจากเด็กกลุ่มนี้จะถูกมองว่าไม่น่าคบแล้ว กีฬาเอ็กซ์ตรีมยังดูเหมือนว่าจะไม่ปลอดภัย แต่เด็กไทยกลุ่มนี้ก็ฝ่าฟันขึ้นไปอยู่ในแถวหน้าในระดับเอเชียได้อย่างน่าชื่นชม กีฬาเอ็กซ์ตรีมนี้ ปัจจุบันมีเวทีสนามแข่งขันทั่วโลกและเด็กไทยสามารถเข้าไปคว้ารางวัลน้อยใหญ่กลับมาได้อยู่เสมอ สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เห็นได้ชัดเจนว่าเยาวชนไทยให้ความสนใจเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเพิ่มขึ้นถึงเท่าตัว หลังจากนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยประสบความสำเร็จระดับเอเชียและระดับอาชีพ ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาทีมนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยแลนด์ทั้ง อินไลน์สเก็ต, จักรยานผาดโผน, สเก็ตบอร์ด ได้คว้าเหรียญทอง เงิน และทองแดง ให้ประเทศไทยได้มากที่สุดชนิดกีฬาเอ็กซ์ตรีม และนี่คือการพิสูจน์ว่าเด็กไทยมีความสามารถในด้านนี้จริงๆไม่แพ้ชาติอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียหรือในทวีปยุโรปเลย และทางสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยได้ออกมากล่าวให้ทางผู้ใหญ่เล็งเห็นจุดด้อยของประเทศไทยในเรื่องสนามการฝึกซ้อมที่มีไม่เพียงพอให้เยาวชนออกมาแสดงออกถึงความสามารถ กีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นแม้ผู้เล่นยังมีจำนวนน้อยอยู่แต่จำนวนคนดูเยอะมาก โดยวัดจากรถดึงจำนวนคนดูกีฬาเอ็กซ์ตรีมในโอลิมปิกสากล *(IOC) ที่ผ่านมามีจำนวนคนดูกีฬาเอ็กซ์ตรีมมากที่สุดในทุกประเภทกีฬา หากมีการพัฒนาสนามฝึกซ้อมและทำให้เยาวชนเห็นว่ากีฬาประเภทนี้สนุกไม่เป็นอันตรายอย่างที่คิด จะทำให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้น

ในประเทศไทยนั้นมีสนามฝึกซ้อมที่มีความพร้อมเพียงไม่กี่แห่ง สนามฝึกซ้อมที่ใหญ่ที่สุดและใช้ในการแข่งขัน Asian Indoor Game ที่ผ่านมาอยู่ที่สนามกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี และอีกแห่งคือ ที่สนาม Red bull Park กาดสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนในกรุงเทพมหานครนั้นสถานที่สำหรับเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมประเภทต่าง ๆ นั้น จะยังไม่มีพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางที่มีความพร้อมทั้งทางด้านอุปกรณ์

และสถานที่จริงๆ จึงทำให้ผู้ที่เล่นกีฬาประเภทนี้จะนิยมนัดเจอกันเพื่อฝึกซ้อมกันตามสวนสาธารณะ และสถานที่ต่างๆ อาทิเช่น สะพานพุทธ, สนามกีฬาหัวหมาก, ลานกีฬาวัชรพล, อนุสาวรีย์บางเขน, ใต้สะพานพระรามแปด ฯลฯ ส่วนที่เปิดดำเนินการในรูปแบบของธุรกิจ ตอนนี้มีเพียงแห่งเดียวคือ ที่ห้างสรรพสินค้า Esplanade แต่มีพื้นที่เล็กมากและอุปกรณ์ต่างๆ ยังมีไม่มากนัก จะเน้นไปในรูปแบบการขายเสื้อผ้าและอุปกรณ์ตกแต่งมากกว่าสนามการฝึกซ้อม

นับเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์เยาวชนสเกตไทยที่ได้สิทธิ์เข้าแข่งขันสเกตบอร์ดชิงแชมป์โลก ล่าสุดสหพันธ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งเอเชีย ร่วมกับสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย สหพันธ์กีฬาสเก็ตบอร์ดโลก สหพันธ์จักรยาน BMX ฟรีสไตล์โลก และ อินไลน์สกีโลกเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมในรายการ Supanburi International Extreme Championship การประลองของสุดยอดฝีมือของเอเชีย 16 ประเทศ กับสุดยอดฝีมือระดับโลกในกีฬา BMX Freestyle, Inline Stunt และ Skateboard โอกาสของเด็กไทยที่จะโดดเด่นบนเวทีระดับโลกต่อไป ที่สนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งชาติสุพรรณบุรี อีกทั้งการแข่งขันไทยแลนด์เอ็กซ์ตรีมแชมป์เปี้ยนชิพ 200 โดยแบ่งประเภทกีฬาที่แข่งขันตามกฎของสหพันธ์กีฬานานาชาติ (เอเอ็กซ์เอฟ) สำหรับผู้ชนะเลิศในแต่ละประเภททั้งรุ่นสมัครเล่นและรุ่นทั่วไป ในอันดับ 1 และ 2 จะได้รับสิทธิเป็นตัวแทนทีมชาติไทย เข้าแข่งขันในระดับนานาชาติ 6 รายการ และในโอลิมปิกเกมส์ ปี 2012 ที่ลอนดอน ประเทศอังกฤษ มีการบรรจุบีเอ็มเอ็กซ์เวิร์ฟหรือบีเอ็มเอ็กซ์ผาดโผนเข้าไปด้วยแล้ว ซึ่งนั่นจะหมายถึงโอกาสที่เพิ่มขึ้นของนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยในโอลิมปิกเกมส์ครั้งต่อไปด้วย

กีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นกีฬาความหวังใหม่ของชาวเอเชียในโอลิมปิก เป็นช่วงขาขึ้นของกีฬาประเภทนี้ ในหลายประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนตื่นตัวเป็นอย่างมากให้การสนับสนุนเพื่อรองรับการเติบโตของกีฬาประเภทนี้ ตัวอย่างเพื่อนบ้านสิงคโปร์ที่มีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่ใหญ่ที่สุดใเอเชีย หรือมาเลเซียที่มีสนามเอ็กซ์ตรีมในทุกๆรัฐ ผู้ให้การสนับสนุนต่างๆ เริ่มเห็นแนวโน้มกีฬาเอ็กซ์ตรีมและให้การสนับสนุนมากขึ้น อีกทั้งทางสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยได้เห็นว่าเยาวชนไทยให้ความสนใจและหันมาเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเยอะขึ้นเรื่อยๆ จึงได้ประสานงานกับกรุงเทพมหานครเพื่อขออนุญาตให้พื้นที่สวนสาธารณะเป็นพื้นที่ฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีม เยาวชนไทยมีความสามารถในกีฬาประเภทนี้ติดอันดับต้นๆ ของโลก แต่ในประเทศไทยนั้นยังไม่มีผู้ให้การสนับสนุนบวกกับยังไม่มีพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของกิจกรรมประเภทนี้อยู่เลย เพื่อให้เยาวชนไทยและกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยพัฒนาศักยภาพให้เทียบเท่าและพัฒนาเป็นผู้นำทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมในระดับภูมิภาคและระดับโลกต่อไป ผู้วิจัยจึงต้องการทำโครงการสนามฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมและ

จัดจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ เพื่อเป็นศูนย์รวมของกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท เป็นสถานที่ที่ให้เยาวชนไทยได้แสดงออกถึงศักยภาพทางด้านกีฬาอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มที่ เป็นการออกกำลังกายใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากสภาพสังคมในปัจจุบันเป็นการช่วยหากิจกรรมให้เยาวชน ไม่ไปมั่วสุมกันในทางไม่ดี และเปลี่ยนมุมมองทัศนคติของผู้ปกครองเยาวชนที่มาเล่นอิเล็กทรอนิกส์ให้มองเป็นกีฬา สร้างโอกาสในการเป็นนักกีฬาอิเล็กทรอนิกส์มืออาชีพต่อไป ช่วยยกมาตรฐานกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นที่ยอมรับของสังคมไทย

ผู้วิจัยมีความสนใจที่ต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมว่ามีพฤติกรรมอย่างไรและมีปัจจัยใดเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกสนามฝึกซ้อมในพื้นที่ต่างๆ ผู้วิจัยคาดหวังว่าข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลวิจัยเชิงสำรวจนี้ จะเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำวิเคราะห์และข้อมูลที่ได้ ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด หรือการดำเนินงานกิจการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและเป็นที่พึงพอใจสูงสุดของกลุ่มผู้บริโภคได้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักกีฬาอิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่นักกีฬาอิเล็กทรอนิกส์มีต่อการเลือกสนามฝึกซ้อม
3. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมที่นักกีฬาอิเล็กทรอนิกส์มีต่อการเลือกใช้สนามฝึกซ้อม
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้สนามฝึกซ้อม

ขอบเขตของโครงการ

การศึกษานี้มุ่งเน้นการสำรวจทัศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยของผู้เล่นกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการฝึกซ้อมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ในสถานที่ต่างๆ ภายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน โดยทำการศึกษาจำนวนอย่างน้อย 400 ตัวอย่าง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการเลือกตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5%

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัย และพฤติกรรมของผู้เล่นกีฬาอีสต์ทรีมที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้สนามฝึกซ้อม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมกีฬาอีสต์ทรีม
2. ทำให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมในการใช้สนามฝึกซ้อมกีฬาอีสต์ทรีม เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาเลือกกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการปรับปรุงบริการเพิ่มบริการ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

การศึกษาถึงเรื่องทัศนคติ เป็นสิ่งสำคัญที่นักการตลาดควรรับทราบ เพราะว่าเป็นการบอกถึงการที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้หรือเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งเกิดจากกระบวนการคิดของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสาเหตุส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค และมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยในทางกลับกันประสบการณ์จากการใช้สินค้าและบริการก็มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน ซึ่งในส่วนของการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นก็ถือว่าเป็นทัศนคติของแต่ละบุคคลในการเลือกที่จะเล่นหรือไม่เล่น

ความหมายของทัศนคติ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของแนวคิด ทฤษฎีของทัศนคติดังนี้

Schiffman and Kanuk (2004 : 2553) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า เป็นความโน้มเอียงหรือแนวโน้มที่บุคคลหนึ่งๆ มีพฤติกรรมที่สอดคล้องในลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Phillip Kotler (2003 : 199) ได้อธิบายความหมายของทัศนคติในมุมมองของนักการตลาด โดยสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นการประเมินความชอบหรือไม่ชอบ อันเป็นความรู้สึกทางด้านอารมณ์ของมนุษย์ และจะแสดงพฤติกรรมออกมาคดขยที่จะโน้มเอียงไปยังความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้นๆ โดยได้อธิบายว่ามนุษย์มีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ เกือบทั้งหมด ทั้งทางด้านศาสนา การเมือง อาหาร การกีฬา หรือสิ่งต่างๆ โดยทัศนคติจะทำให้เกิดกรอบของความคิดของมนุษย์ว่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งจะแสดงผลออกมาทางการกระทำว่าต้องการจะใกล้ชิดหรืออยู่ห่างจากสิ่งนั้น นอกจากนี้ทัศนคดียังทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมที่เหมือนกัน หรือมีลักษณะที่คงที่ต่อสิ่งที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยไม่ต้องเสียเวลาในการตีความหมายสิ่งใหม่ว่าชอบหรือไม่ชอบ และด้วยสาเหตุนี้เองทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นทำได้ยาก นักการตลาดจึงพยายามที่จะหาหรือผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงกับทัศนคติของผู้บริโภคมากกว่าที่จะเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติ (Attitudes) เป็นตัวแปรภายในที่สำคัญมากชนิดหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อและเลือกวิถีชีวิต (Lifestyles) ของผู้บริโภค (ดร.สุภาภรณ์ พลนนิกร, หน้า 224)

ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง ระเบียบของแนวคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ (Engel, Kollat & Backwell, p.166)

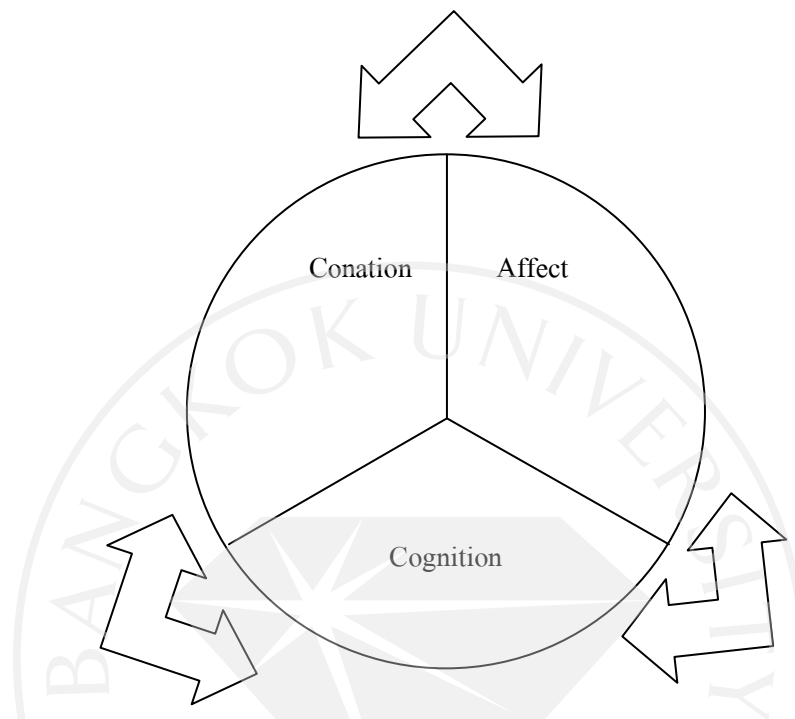
กล่าวได้ว่าผู้บริโภคจะมีกลไกอันหนึ่งคอยพิจารณาและประเมินทุกสิ่งทุกอย่างก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ และแต่ละบุคคลก็จะมีการประเมินของสิ่งเดียวกันที่ต่างกันออกไป ซึ่งทัศนคตินี้มีคุณลักษณะดังนี้ (รศ.ชงชัย สันติวงษ์, หน้า 168)

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียู่ภายใน คือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละบุคคล
2. ทัศนคติจะมีใช้สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด ตรงกันข้ามทัศนคติจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าวแล้ว
3. ทัศนคตินี้มีลักษณะมั่นคงถาวร คือ ทัศนคตินั้นเปลี่ยนแปลงได้ยากหลังจากที่ได้เกิดขึ้นแล้วจะยังสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อมีตัวกระตุ้นที่แตกต่างกันไป และมีปัจจัยทางด้านเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติเกิดจากกระบวนการทางด้านความคิด การประเมิน ทำให้สามารถที่จะปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงได้
4. ทัศนคติจะมีความหมายถึงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ คือ ทัศนคติเกิดจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราว สิ่งของ บุคคล สถาบัน ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่างๆ

จากความหมายทั้งหมดที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึงความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ ฟังพอใจหรือไม่ฟังพอใจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจากกระบวนการทางด้านความคิด และไม่ใช้สิ่งที่เป็นมาแต่กำเนิด ซึ่งทัศนคตินี้มีแนวโน้มที่ทำให้เกิดพฤติกรรมในทิศทางเดียวกัน

องค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude Model)

ภาพที่ 1 : องค์ประกอบสำคัญของทัศนคติประกอบด้วย 3 ส่วน



ที่มา : Attitude Model. (2552). สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2552 จาก http://www.ba.cmu.ac.th/marketing/e-learning/buyer_2.../5.ppt.

1. ส่วนของความเชื่อหรือความคิด (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) และความเข้าใจหรือการรับรู้ (Perception) ของแต่ละบุคคลซึ่งได้มาจากประสบการณ์หรือข้อมูลต่างๆ ที่แต่ละบุคคลได้รับมา ความรู้นี้และผลกระทบท่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล ความเชื่อจากการประเมิน อย่างเช่นธุรกิจทางค้าบริการนั้น ผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่เกิดจากการที่ได้รับบริการ คือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการ แล้วจะมีความเชื่อที่ว่าบริการนั้นดีหรือไม่ดี ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าแต่ละบุคคลมีการประเมินบริการนั้นๆ เป็นอย่างไร เช่น ผู้บริโภคที่เคยเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ถ้าได้รับประสบการณ์ที่ดีในวันนั้นก็จะมีประสบการณ์ที่ดีกับสถานที่นั้น หรืออาจจะเป็นข้อมูลที่ได้รับจากคนอื่น เช่น มีเพื่อนหรือครอบครัวพูดให้ฟังว่าสถานที่ที่ไปมาเป็นอย่างไร ผู้บริโภคที่ได้ฟังข้อมูลก็จะมีกรรับรู้ซึ่งจะกำหนดความเชื่อถือของผู้บริโภคต่อสถานที่นั้นๆ

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) คือ ส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ต่างๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการหรือสินค้านั้นๆ ส่วนของอารมณ์ และความรู้สึกมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะประเมินสินค้าหรือบริการจาก อารมณ์และความรู้สึก ว่ามีความชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี พอใจหรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่ เห็นด้วย เช่นการวิจัยความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยให้ประเมินทัศนคติต่อการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสนามฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีม ซึ่งให้น้ำหนักความรู้สึกเป็นเกณฑ์คะแนน ตามระดับตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน (เห็นด้วยน้อยที่สุดไปถึงเห็นด้วยมากที่สุด)

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conation Component) คือ ส่วนที่สะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือ แนวโน้มของการกระทำเพื่อเป็นการตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่มีต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะกลายเป็นการเรียนรู้ในสิ่งที่ได้ตอบสนอง และเก็บไว้ในความทรงจำ ซึ่งธุรกิจ บริการนั้นสามารถวัดได้จากการที่ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการหรือความสนใจในการใช้บริการ เช่น ในธุรกิจสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้น ก็วัดได้จากการที่มีนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมาใช้บริการมากน้อยแค่ไหน สำหรับเลือกใช้บริการในแต่ละสถานที่นั้น ก็ขึ้นอยู่กับผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมในแต่ละคนที่มีต่อ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง

กล่าวได้ว่า นักทฤษฎีส่วนมากต่างก็สรุปผลเป็นแนวความคิดที่ตรงกันว่า ทัศนคติและความเชื่อเป็นสองสิ่งที่รวมกันอยู่เป็นส่วนต่างๆ ที่ประกอบเข้าด้วยกัน ซึ่งมีเรื่องของความรู้สึกทางอารมณ์เกี่ยวข้องอยู่ด้วย ถ้าผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ไม่ชอบในตัวสินค้าหรือบริการแล้ว ก็จะมีพฤติกรรมที่จะไม่ซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ การศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมในการซื้อ และการชอบสินค้าและบริการจึงเป็นส่วนสำคัญ

แหล่งอิทธิพลที่มีผลต่อการกำหนดทัศนคติ

อย่างที่กล่าวไว้ว่าทัศนคติเกิดจากความเชื่อ ความรู้สึก และพฤติกรรมของแต่ละบุคคลแต่ บุคคลจะมีแหล่งอิทธิพลที่มีผลต่อการกำหนดทัศนคติแตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถส่งผลต่อ พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งแหล่งอิทธิพลที่มีผลต่อการ กำหนดทัศนคติได้ดังนี้ (ดร.ปริญ ลักขิตานนท์ หน้า 177)

1. อิทธิพลภายนอกต่อผู้บริโภค ซึ่งเกิดจาก อิทธิพลของ สังคม การเมือง เศรษฐกิจ ครอบครัวและวัฒนธรรมต่อผู้บริโภค และอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อลักษณะนิสัย ทำทาง ทักษะและค่านิยมของแต่ละบุคคล มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่ง ดร.เกษม นครเขตต์ ได้เขียนไว้ว่า "จากการที่คนไทยเป็นสังคมที่มีความคิดและความเชื่อในด้านความต้องการทางความสำเร็จมีอยู่ระดับต่ำ คนไทยไม่เคยถูกสอนให้ทะเยอทะยานเพื่อความสำเร็จขั้นสูงสุด สังคมไทยจึงเป็นสังคมที่ชอบอยู่อย่างสงบสันติ และไม่ชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ" ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนไทยชอบทำอะไรแบบสบายๆ ทำให้อิทธิพลทางสังคมและครอบครัว มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะทางด้านกีฬาซึ่งคนใกล้ชิดจะมีผลต่อการเลือกเล่นกีฬาของแต่ละบุคคลเป็นอย่างมาก

2. อิทธิพลภายในต่อผู้บริโภค เกิดจากแรงจูงใจ (Motivation) ซึ่งหมายถึง แรงเสริมและแรงกระตุ้นให้ทำกิจกรรมต่างๆ ให้สำเร็จตามจุดประสงค์ที่วางไว้ การเรียนรู้ของผู้บริโภค หมายถึง การบอกรับข่าวสาร โดยทางตรงหรือทางอ้อมทั้งแบบรู้ตัวและไม่รู้ตัว เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และความรู้สึกร่างกายของแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้น ก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่ามีความชอบหรือไม่ชอบ อาจจะทดลองเล่นหรือไม่ แม้กระทั่งบางคนอาจจะเคยเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมแต่ขาดแรงจูงใจก็อาจจะเลิกเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมก็ได้

การใช้ประโยชน์จากทัศนคติต่อพฤติกรรมในการซื้อ

จากที่ได้กล่าวมาว่าทัศนคติมีผลต่อการซื้อและเลือกซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นนักการตลาดสามารถนำเอาลักษณะทางทัศนคติมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งจะแตกต่างจากเกณฑ์ที่ใช้โดยทั่วไปคือ เกณฑ์ทางด้าน อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ฯลฯ โดยการเอาเกณฑ์ทางด้านค่านิยม การจูงใจ มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งแยกประเภทของลูกค้าชั้นนั้นสามารถแบ่งลูกค้าออกได้เป็น

1. คนที่มีลักษณะทำทางของตนเอง (Inner Directed) คือเป็นคนที่คิด ยึดถือตามสิ่งต่างๆ ที่ได้รับและประสบมาในอดีต ขึ้นอยู่กับค่านิยมของตนเอง
2. คนที่มีลักษณะทำทางตามคนอื่น (Other Directed) คือเป็นคนที่มีความเชื่อตามหรือเชื่อถือคำแนะนำ หรือในการนำของคนอื่นเสมอ

ซึ่งเราสามารถเอาเกณฑ์ดังกล่าวมาใช้ในธุรกิจของงานบริการด้านการให้บริการสนามเอ็กซ์ตรีม หรือใช้แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังจะได้อธิบายในบทต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับแต่ละบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร และกระบวนการที่กลุ่มดังกล่าวใช้ในการเลือกการได้มา การใช้และการกำจัด ผลิตภัณฑ์ บริการหรือประสบการณ์ (Experience) หรือแนวคิดรวบยอด (Concept) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความจำเป็น (Needs) และศึกษาผลกระทบของกระบวนการดังกล่าวที่มีผลต่อผู้บริโภคและสังคม (ดร.สุภาภรณ์ พลนิกร, พฤติกรรมผู้บริโภค หน้า 4)

พฤติกรรมของผู้ซื้อ (Buyer Behavior) หมายถึง ปฏิบัติการของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิบัติการต่างๆ (ดร.ปริชญ์ ลักขิตานนท์, จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค หน้า 55)

พฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยปกติการศึกษาถึงพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค จะศึกษาถึงพฤติกรรมของคนในลักษณะต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาวะแวดล้อมในหลายระดับ (Shull, Delbecq, and Cumming, 1970)

1. นิสัย (Habit) หมายถึง ปฏิบัติการตอบโต้ที่ถูกกำหนดไว้หรือกำหนดเงื่อนไขไว้ หรือมองในแง่ของการปฏิบัติงานประจำวัน การประพฤติจะเป็นไปตามประสบการณ์ที่ผ่านมาและเกิดผลดีโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งการกระทำที่นำไปตามคำสั่ง
2. การแก้ปัญหา (Problem Solving) ลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อในระดับที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ใหม่ๆ โดยพยายามที่จะใช้วิธีการที่เคยใช้จนประสบความสำเร็จมาแก้ไขปัญหาใหม่ๆ เหล่านั้น และสิ่งที่จะได้รับก็คือ "พฤติกรรม" ซึ่งอาจสะสมเป็นพฤติกรรมใหม่
3. การสร้างสรรค์ (Creativity) สาเหตุของความเกี่ยวข้องตามลักษณะและสถานการณ์ใหม่ ได้แก่ การไม่สามารถที่จะนำเอาปฏิบัติการตอบโต้หรือประสบการณ์ในอดีตมาใช้

ซึ่งการทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคผู้บริโภคจะช่วยให้เราทราบได้ว่า ทำไม เหตุใด ผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมต่างๆ กันไป ทำให้เกิดการตลาดหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะทางด้าน กีฬาเอ็กซ์ตรีม ซึ่งการเลือกใช้สนามฝึกซ้อมนั้น ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีมูลเหตุในการ เลือกใช้บริการแตกต่างกันออกไป

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม

ดังที่ได้กล่าวมาในเรื่องของทัศนคติและพฤติกรรม จะเห็นได้ว่าทัศนคติและพฤติกรรม มีส่วนสัมพันธ์ทั้งการรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม การรับรู้เป็นกระบวนการแรกที่เกิด ความรู้สึก แล้วความรู้สึกก็ก่อให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งเรียกได้ว่า การรับรู้หรือความเชื่อที่มีอยู่แล้วเป็น องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดทัศนคติและทัศนคติก็ก่อให้เกิดพฤติกรรม ดังที่กล่าวมาแล้วทัศนคตินั้น ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ซึ่งเปลี่ยนแปลงได้ยาก โดยเฉพาะที่มีความเชื่อในตัวเองสูง (Inner Directed) จะยอมรับและเชื่อในสิ่งที่ตนเองมีประสบการณ์ที่ดีสอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง ซึ่งก็จะต่างจาก คนที่มีความเชื่อในคนอื่น (Other Directed) โดยนักการตลาดต้องมีการใช้เครื่องมือทางการตลาดที่ แตกต่างกันในส่วนของคนแต่ละประเภท ซึ่งการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ใช้บริการได้นั้น ต้องให้ความรู้และให้ให้เกิดการทดลองใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์และเกิดทัศนคติที่ดี ต่อการใช้บริการ เพราะเมื่อผู้ใช้บริการมีความรู้สึกที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการแล้ว ก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ หรือการใช้บริการซ้ำ

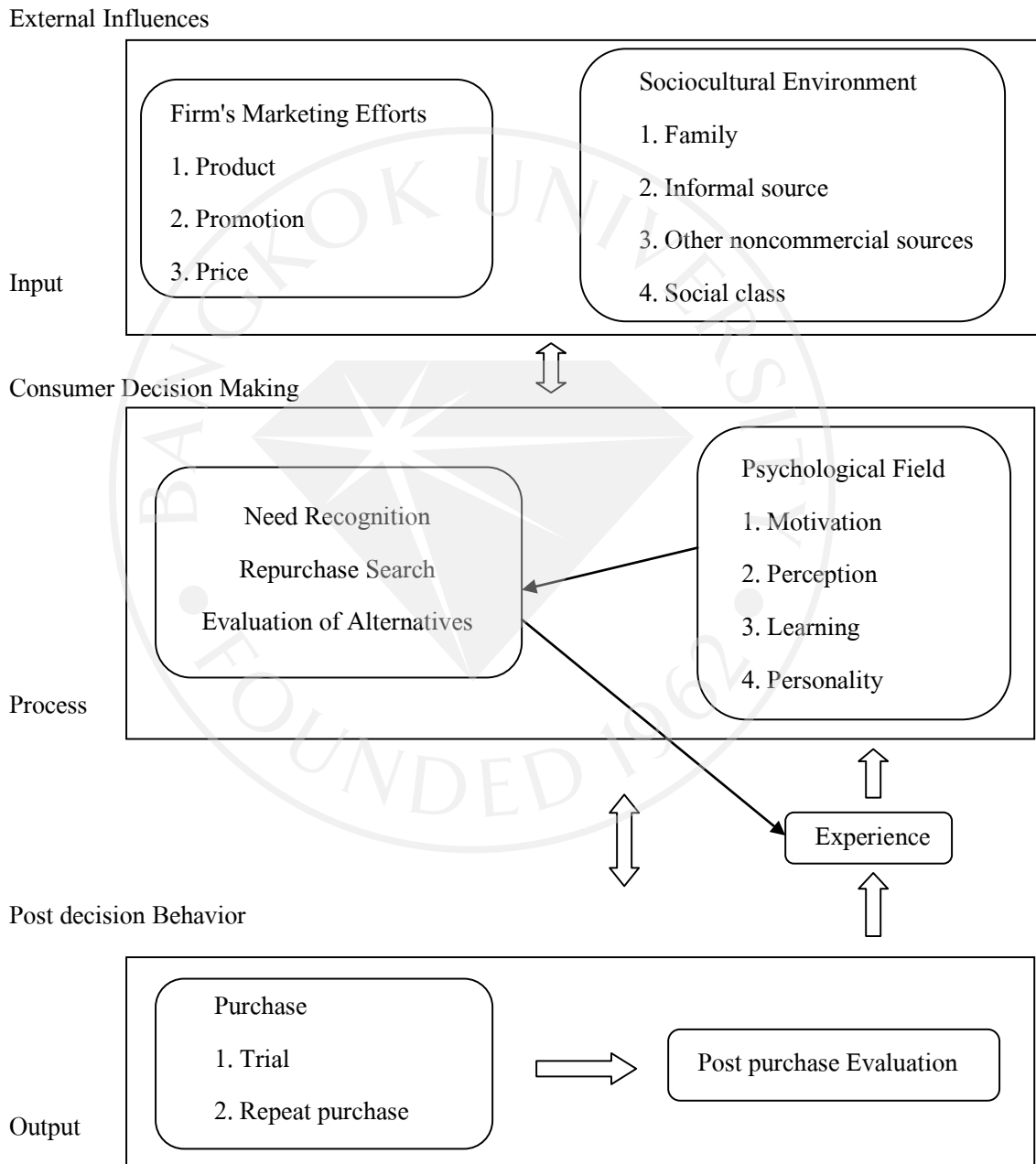
ดังนั้นผู้ประกอบการด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมใช้ในการ พิจารณาเลือกสถานที่ฝึกซ้อม แล้วทำการตลาดเพื่อให้เกิดการทดลองใช้บริการในขั้นแรก โดย ต้องทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสนามเอ็กซ์ตรีมของตน หลังจากนั้นแล้วต้องมีการพัฒนาประสิทธิภาพ ในการดำเนินการ การให้บริการที่ดี การเพิ่มส่วนประกอบต่างๆ ที่ผู้บริโภคหรือนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมี ความต้องการ เพื่อทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำ

แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาถึงกระบวนการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีม กล่าว โดยใช้แบบจำลองอย่างง่ายของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (A Simple Model of Consumer - Decision Making) (รูปที่ 2.2) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่ง

ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วนคือ (1) ปัจจัยนำเข้า (Input) (2) กระบวนการ (Process) (3) ผลลัพธ์ (Output) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ภาพที่ 2 : แบบจำลองพฤติกรรมอย่างง่ายของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
(A Simple Model of Consumer Decision Making)



ที่มา : Model of Consumer Decision Making. (2552). สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2552 จาก
<http://www.oup.com/uk/orc/bin/9780198775768/.../imchap06.pdf>.

1. ส่วนของปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ ซึ่งเป็นส่วนที่เรียกได้ว่าเป็น อิทธิพลภายนอกของผู้บริโภค อันประกอบด้วย

1.1 กิจกรรมส่วนประสมทางการตลาด (Firm's Marketing Efforts) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สนามเอ็กซ์ตรีมพยายามที่จะสื่อสารทางการตลาดกับนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสนองต่อความต้องการของนักกีฬาเอ็กซ์ตรีม โดยการจูงใจ ให้ข้อมูล และพยายามทำให้นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมได้มาเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่สนามของตน ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงตัวของสนามเอ็กซ์ตรีมเอง รวมไปถึงการบริการต่างๆ ในสนามเอ็กซ์ตรีม อาทิเช่น สภาพของสนาม การบริการให้คำปรึกษา ร้านอาหาร ห้องอาบน้ำ ห้องแต่งตัว ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ เป็นส่วนสำคัญที่ทางเจ้าของสนามต้องทำการดูแลทั้งคุณภาพทั้งในส่วนของสนาม ความสะอาด มารยาทพนักงาน การให้บริการในร้านอาหาร ซึ่งต้องมีการสร้างมูลค่าให้เป็นที่พึงพอใจกับนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่เสียเงินค่าใช้สนามและค่าใช้บริการต่างๆ

1.1.2 ราคา (Price) โดยปกติกำหนดค่าใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีมออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ (1) ค่าใช้สนาม และ (2) ค่าใช้บริการต่างๆ โดยนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นสามารถที่จะใช้บริการเสริม เช่น ค่าเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ โดยนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นต้องเสียเงินค่าใช้บริการสนามตามที่กำหนด แต่ในส่วนของทีมพนักงานให้คำปรึกษากำหนดให้มีบริการเป็นมาตรฐานหลัก การกำหนดราคาสถาณนั้นต้องคำนึงถึงคุณภาพของสนามควบคู่กับราคา (Value of Money) เป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้บริโภคมักจะให้ความสำคัญและมีทัศนคติด้านราคาเทียบกับคุณภาพอยู่เสมอ

1.1.3 สถานที่ (Place) ในส่วนนี้นั้นเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เมื่อทำการเลือกสถานที่แล้ว เพราะสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นไม่สามารถเคลื่อนย้ายหรือเข้าหาผู้บริโภคได้แต่ผู้บริโภคจะเข้าหาสนามเอ็กซ์ตรีมที่สนใจหรือสถานที่ ที่ต้องการที่จะเล่น เพราะถ้ามีความพึงพอใจคุณภาพแล้ว นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมจะเลือกที่จะเดินทางไปยังสนามที่ต้องการ

1.1.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายโดยทั่วไปที่สนามเลือกใช้คือการให้ส่วนลด ซึ่งมีด้วยกันหลายรูปแบบ เช่น การให้ส่วนลดในช่วงเวลาที่ไม่ค่อยมีผู้ใช้บริการ (Off-Peak Time) หรือการจัดทำการส่งเสริมการขายแบบ Package สามชิกรายปี รายเดือน รายสัปดาห์

1.2 ปัจจัยภายนอกด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Sociocultural Environment) ซึ่งปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย

1.2.1 ครอบครัว (Family) ครอบครัวมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะการเล่นกีฬา ซึ่งส่วนมากครอบครัวจะมีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นกีฬา เช่น พ่อเล่นกีฬาอะไรก็มักจะให้ลูกเล่นกีฬาที่ตนเองเล่นอยู่เป็นประจำ ทำให้เมื่อมีบุคคลหนึ่งในครอบครัวเลือกเล่นกีฬา ก็มักจะมีผลต่อการเลือกเล่นกีฬาของบุคคลอื่นในครอบครัวด้วยเช่นกัน

1.2.2 ข้อมูลไม่เป็นทางการ (Informal Source) เช่น ข้อมูลจากเพื่อน คนรู้จัก เพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีมในระดับหนึ่ง เพราะนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมเองมักจะหาข้อมูลสถานที่ฝึกซ้อมและมักบอกต่อกัน ในหมู่นักกีฬาเอ็กซ์ตรีม

1.2.3 ข้อมูลที่ไม่ใช่ทางธุรกิจ (Other Noncommercial Source) เช่น ข้อมูลสนามเอ็กซ์ตรีมในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่างๆ บทความในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้บริโภคมากกว่าการโฆษณา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและสถานที่ฝึกซ้อมของนักกีฬาเอ็กซ์ตรีม

1.2.4 ชั้นทางสังคม (Social Class) หมายถึงการแบ่งคนในสังคมออกเป็นระดับชั้นพื้นฐานที่แตกต่างกัน โดยที่คนในแต่ละระดับจะมีสถานะแบบเดียวกัน และคนในชั้นระดับที่แตกต่างกันจะมีลักษณะสถานะที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมแบ่งตามตัวแปรได้แก่ อาชีพ รายได้ สถานะ ตระกูล ตำแหน่งหน้าที่ เป็นต้น ชั้นทางสังคมมีอิทธิพลในการเลือกเล่นกีฬา โดยเฉพาะกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นมีภาพของการเป็นกีฬาของคนรุ่นใหม่ ทำให้คนที่เริ่มเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นรู้สึกว่าเป็นวัยรุ่นคนรุ่นใหม่ รักความท้าทาย ตื่นเต้นอยู่เสมอ

1.2.5 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural) วัฒนธรรมเป็นผลที่เกิดจากการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลจากการรวบรวมความเชื่อ (Beliefs) ค่านิยม (Values) และประเพณี (Customs) วัฒนธรรมเป็นสิ่งแวดล้อมขั้นพื้นฐานที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของคน วัฒนธรรมวางแนวการดำเนินชีวิตของคน ซึ่งคนที่มีวัฒนธรรมต่างกัน และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการเชื่อและพฤติกรรมในการซื้อของคนในด้านลักษณะนิสัย

1.2.6 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มภายในสังคม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน การที่ผู้บริโภคมีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา ที่แตกต่างกันทำให้แต่ละคนในแต่ละวัฒนธรรมย่อยมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เช่น ด้านเพศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันคนเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เนื่องจากเป็นกีฬาที่ดูผาดโผน ท้าทาย ทำให้ผู้หญิงไม่นิยมเล่นกันมากนัก เนื่องจากกลัวเกิดอันตรายและเกิดอุบัติเหตุจากการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม

จากการที่ธุรกิจใช้ความพยายามทางการตลาด จะมีอิทธิพลต่อครอบครัว ค่านิยมในสังคม วัฒนธรรมในสังคม ซึ่งทั้งหมดเป็นปัจจัยนำเข้าที่มีผลต่อสิ่งที่ผู้บริโภคซื้อและเลือกใช้บริการ

2. กระบวนการ (Process) ซึ่งเป็นกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Decision Making Process) ในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับวิธีการหรือขั้นตอนที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจ ซึ่งประกอบไปด้วย

2.1 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Field) ซึ่งคือปัจจัยภายในตัวของผู้บริโภคที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังต่อไปนี้

2.1.1 แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึงแรงขับ (Driving Force) ภายในตัวของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ ซึ่งแรงขับนี้ประกอบด้วย ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desires) ซึ่งผลักดันให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุจุดหมาย คือการที่นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมีความต้องการ และความปรารถนาที่จะเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม ความพยายามที่จะหาสนามฝึกซ้อมที่ต้องการเล่น และ ไปเล่นยังสนามนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.1.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของคนในการเลือกสรร จดระเบียบ และตีความสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเป็นภาพรวมขึ้นมา การรับรู้สามารถมีอิทธิพลต่อความต้องการ แรงจูงใจ และทัศนคติของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน อาจมีการรับรู้ที่ต่างกัน เพราะการเลือกที่จะรับรู้หรือเลือกที่จะไม่รับรู้ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ดังนั้นการที่นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมหลายคนรวมตัวกันเพื่อเล่นในสนามเดียวกัน ในวันและเวลาเดียวกัน อาจมีการรับรู้ถึงคุณภาพของสนามที่ต่างกันไป

2.1.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคล ได้รับความรู้ (Knowledge) และประสบการณ์ (Experience) จากการซื้อและการใช้บริการ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องในอนาคต หรือหมายถึงกระบวนการที่พฤติกรรมของมนุษย์ได้รับการต่อเติม เสริมแต่ง หรือเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการที่บุคคลได้ประสบกับเหตุการณ์ต่างๆ ในสิ่งแวดล้อม เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นการเรียนรู้จึงถือเป็นประสบการณ์ที่บุคคลได้สะสมไว้ และการเรียนรู้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เช่น หากนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมเคยใช้สนามใดสนามหนึ่งแล้วมีประสบการณ์ที่ดี เช่น ได้คำแนะนำเทคนิคที่ดี เขาจะมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสนามนั้น ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสนามนั้นอีกในอนาคต

2.1.4 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะด้านจิตวิทยาภายในของบุคคล ซึ่งช่วยกำหนดและสะท้อนถึงวิธีการซึ่งบุคคลหนึ่งตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมของเขา บุคลิกภาพ เป็นปัจจัยและลักษณะท่าทางซึ่งทำให้บุคคลหนึ่งแตกต่างจากอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งลักษณะเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคล เช่น การที่ผู้บริโภคชอบเล่นสนามที่ยาก ทำทายความสามารถ ดังนั้นผู้บริโภคจะเลือกใช้สนามที่มีความท้าทายมากกว่าสนามทั่วไป

2.1.5 ทศนคติ (Attitude) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการ

2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆ

2.2.1 อายุ (Age) การเล่นกีฬานั้นไม่ได้มีการจำกัดในเรื่องของอายุ โดยเฉพาะกีฬาเอ็กซ์ตรีมซึ่งเล่นได้ทุกวัยตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่

2.2.2 ระดับการศึกษา (Education) การศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป เช่น คนที่มีการศึกษาสูงก็มักจะสนใจข่าวสาร และมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และใช้ความรู้สึกลงในการค้นกรองข่าวสารข้อมูลที่ได้รับมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ดังนั้นนักการตลาดต้องทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้เหมาะสม และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

2.2.3 อาชีพ (Occupation) คนที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมีความคิดและค่านิยมในการเล่นกีฬาที่แตกต่างกัน แต่การเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นสามารถเล่นได้ทุกอาชีพ โดยเฉพาะนิสิตนักศึกษาตลอดจนวัยรุ่นทั่วไปที่มีความสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม สามารถต่อยอดสู่นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมอาชีพได้

2.2.4 รายได้ (Income) รายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการในการเลือกใช้สินค้าและบริการ รายได้อาจจะเป็นตัวกำหนดการเลือกเล่นกีฬาของผู้คนได้ระดับหนึ่งเนื่องจากกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นเป็นกีฬาที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงกว่ากีฬานิกอื่น ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องของอุปกรณ์ การฝึกซ้อม ตลอดจนเสื้อผ้า อุปกรณ์ป้องกันต่างๆ ดังนั้นควรมีการเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นสามารถเลือกเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนามของเราได้อย่างพึงพอใจ

2.3 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.3.1 การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) หรือขั้นตอนการรับรู้ถึงปัญหา การรับรู้ถึงปัญหาจะเกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคเผชิญกับปัญหา และตระหนักถึงความแตกต่างอย่างเพียงพอระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการกับสิ่งที่ป็นจริง

2.3.2 การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Repurchase Search) เป็นขั้นตอนในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้นในขั้นตอนแรก ขั้นตอนนี้เมื่อนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมีความต้องการในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมก็จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามฝึกซ้อม สถานที่ตั้ง ราคา โปรโมชันต่างๆ ซึ่งมีวิธีการต่างๆ ในการหาข้อมูล รวมทั้งประสบการณ์ในอดีตที่เคยไปเล่นในสนามต่างๆ มาใช้เพื่อประมวลผล

2.3.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะประเมินผลทางเลือกของสิ่งที่กำลังพิจารณา ในที่นี้คือการเลือกสนามต่างๆว่าจะเลือกไปเล่นที่สนามใด

3. ผลลัพธ์ (Output) ส่วนที่เป็นผลลัพธ์ของแบบจำลองการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรม 2 ประเภท คือ พฤติกรรมการซื้อ และการประเมินภายหลังการซื้อ

3.1 พฤติกรรมการซื้อ (Purchase Behavior) มีรูปแบบสองประเภทคือ

3.1.1 การซื้อเพื่อทดลอง (Trial Purchase) จะเป็นการซื้อครั้งแรกของผู้บริโภค เช่น การเล่นในสนามนั้นๆ เป็นครั้งแรก เพื่อเป็นการทดลองหลังจากที่ได้รับข้อมูลมาแล้ว ช่วงการทดลองเป็นช่วงที่ผู้บริโภคพยายามที่จะประเมินการใช้บริการโดยตรง

3.1.2 การซื้อซ้ำ (Repeat Purchase) เมื่อผู้บริโภคได้ทดลองใช้บริการ ถ้ามีความพึงพอใจกับบริการที่ได้รับ ก็จะเกิดการซื้อซ้ำ

3.2 การประเมินภายหลังการซื้อ (Post purchase Evaluation) เมื่อผู้บริโภคได้ทดลองใช้สนามแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นคือจะมีการประเมินผลว่ามีความประทับใจ หรือความพึงพอใจในคุณภาพและบริการของสนามเอ็กซ์ตรีมของเรา หรือไม่ อย่างไร ดังนั้นการประเมินผลนี้จะเกิดเป็นประสบการณ์และทัศนคติต่อสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นๆ และจะเป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกว่าจะมีการกลับมาเล่นที่สนามนั้นอีกหรือไม่

ความเกี่ยวพัน (Involvement) กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Schiffman และ Kanuk (2007) กล่าวถึงทฤษฎีความเกี่ยวพันว่า เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกันในขอบเขตของกิจกรรม กระบวนการรับรู้ข้อมูลจากการแก้ปัญหาไปยังการแก้ปัญหาที่จำกัด ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าความเกี่ยวพันหมายถึง ความสนใจที่บุคคลมีต่อสินค้าหรือบริการ ซึ่งความสนใจนี้ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับว่าสินค้านั้นมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของบุคคลนั้นๆ มากน้อยเพียงใด ยิ่งความสำคัญของสินค้าเพิ่มมากขึ้นเท่าไร ผู้บริโภคก็ต้องยิ่งให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้านั้นมากขึ้นไปด้วย เพราะผู้บริโภคไม่ต้องการเสี่ยงกับการซื้อสินค้าหรือบริการที่ไม่มีคุณภาพหรือไม่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการ

ระดับความเกี่ยวพันของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดลักษณะพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ความเกี่ยวพันนี้หมายถึงระดับของความสนใจที่ผู้บริโภคมมีต่อสินค้าหรือบริการ โดยที่ระดับของความสนใจจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับตัวสินค้าว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงใด โดยแบ่งประเภทของสินค้าและบริการ โดยพิจารณาจากระดับความเกี่ยวพันได้ดังนี้

- สินค้าและบริการที่มีความเกี่ยวพันสูงและผู้บริโภคพิจารณาจากประโยชน์ใช้งานในการตัดสินใจ (High Involvement – Thinking)
- สินค้าและบริการที่มีความเกี่ยวพันสูงและผู้บริโภคจะใช้แรงจูงใจทางด้านอารมณ์และความรู้สึกในการตัดสินใจ (High Involvement – Feeling)
- สินค้าและบริการที่มีความเกี่ยวพันต่ำและผู้บริโภคพิจารณาจากประโยชน์ใช้งานในการตัดสินใจ (Low Involvement – Thinking)
- สินค้าและบริการที่มีความเกี่ยวพันต่ำและผู้บริโภคจะใช้แรงจูงใจทางด้านอารมณ์และความรู้สึกในการตัดสินใจ (Low Involvement – Feeling)

ประเภทของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามระดับความเกี่ยวพันของสินค้าสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การตัดสินใจที่สลับซับซ้อน (Complex Decision Making)

เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคจะต้องใช้เวลาในการพัฒนาทัศนคติต่อตราสินค้า และการประเมินทางเลือกของตราสินค้าอย่างละเอียดรอบคอบ มักจะเกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการที่มีระดับความเกี่ยวพันสูง (High Involvement) และมีความสัมพันธ์กับความเสียหายทางด้านกายภาพหรือบุคลิกภาพ

2. การตัดสินใจซื้อที่มีความจำกัด (Limited Decision Making)

เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเปลี่ยนจากการซื้อสินค้าด้วยความเคยชิน เป็นการตัดสินใจที่มีความจำกัด มักจะเกิดขึ้นในกรณีที่มีการแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด หรือตราสินค้าเดิมมีการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ความพึงพอใจลดลง มักจะเกิดกับสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำ (Low Involvement)

3. ความภักดีต่อตราสินค้า (Loyalty)

เป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ผู้บริโภคมีความรอบคอบและใช้ประสบการณ์ในอดีตเพื่อพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ มักจะเกิดกับสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันสูง (High Involvement)

4. ความไม่กระตือรือร้น (Inertia)

เป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อซ้ำในตราสินค้าอันเดิมอันเกิดจากการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นหรือหลีกเลี่ยงในการตัดสินใจซื้อ เพียงแค่สินค้านั้นสามารถตอบสนองความต้องการที่คาดหวังไว้ในระดับต่ำสุด ก็จะทำการซื้อซ้ำ มักจะเกิดกับสินค้าหรือบริการที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำ (Low Involvement)

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกีฬาเอ็กซ์ตรีม (Extreme Sport)

1. กีฬาเอ็กซ์ตรีม (Extreme Sport)

กีฬาเอ็กซ์ตรีมเกิดขึ้นในช่วงปี 1950 ซึ่งคำว่าเอ็กซ์ตรีมนั้นมาจากการใช้เรียกกีฬาที่ทำท่ายและมีความอันตรายที่เสี่ยงต่อการบาดเจ็บและอันตรายถึงชีวิต คำว่าเอ็กซ์ตรีมนั้นได้ถูกตั้งโดย Barnaby Conrad ซึ่งเป็นนักประพันธ์หนังสือในยุคนั้น โดยกีฬาเอ็กซ์ตรีมนั้นมีการแพร่กระจายไปทั่วโลกที่รับอิทธิพลจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นต้นกำเนิด (สมาคมเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย : 2545)

ภาพที่ 3 : รูปภาพกีฬาเอ็กซ์ตรีม(Extreme Sport)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

2. การแข่งขันกีฬาเอ็กซ์เกมส์ (X-Games)

X-Games ถือกำเนิดขึ้นในปี 1995 โดยบริษัท Disney เป็นผู้จัดการดูแลทั้งหมด X-Games คือเป็นการจัดแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมประเภทต่างๆที่มีมากมายหลายอย่างอาทิ เช่น Skateboard BMX Inline Skate Windsurf Wakeboard Snowboard เป็นต้น การจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์เกมส์จะมีการดูแลจาก Disney แล้วนั้นยังการสนับสนุนจาก ESPN ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนหลักและเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขันแข่งเพียงผู้เดียว (สมาคมเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย : 2545)

2.1 ประเภทกีฬาเอ็กซ์เกมส์ (X-Games)

กีฬาเอ็กซ์เกมส์นั้นจะมีช่วงฤดูการแข่งขันเป็น 2 ช่วงของฤดูกาลคือ

2.1.1 กีฬาเอ็กซ์เกมส์ฤดูหนาว ในช่วงเดือนมกราคมและเดือนกุมภาพันธ์ ที่จะมีการแข่งขันกีฬาที่จะเกี่ยวกับหิมะทั้งหมด อาทิเช่น Snowboard Skiing Snowmobile ที่จะมีการจัดแข่งขันในฝั่งยุโรป

ภาพที่ 4 : รูปภาพกีฬาเอ็กซ์เกมส์ฤดูหนาว (X-Game Winter)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

ประเทศสหรัฐอเมริกาที่จะที่มีการแข่งขันในกีฬาหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น Skateboard BMX Inline Skate Moto X- Rally Climbing ที่จะมีการหมุนเวียนไปตามทวีปต่างๆ อาทิเช่น Asia X-Games Brazil X-Games เป็นต้น

ภาพที่ 5 : รูปภาพกีฬาเอ็กซ์เกมส์ฤดูร้อน (X-Games)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

3. ประเภทของกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่ใช้ในโครงการ โดยจะแบ่งเป็นประเภทต่างๆดังนี้

3.1 สเกตบอร์ด (Skateboard)

Skateboard ชนิดแรกสุดมีลักษณะคล้ายกับ Scooter ย้อนกลับไปในช่วงต้นของศตวรรษที่ 20 Skateboard ประกอบด้วยล้อแบบ Roller skate โดยติดตั้งแบบ 2 x 4 ตัวพื้นไม้มักจะมีกรอบไม้ยึดด้วยตะปู พร้อมกับด้ามจับยื่นออกมาสำหรับการบังคับ หลังจากนั้นอีก 5 ทศวรรษ เด็ก ๆ ก็ได้ดัดแปลงรูปร่าง โดยการเอากรอบไม้ออก และเริ่มการเล่นด้วยล้อโลหะแบบ 2 x 4 จากนั้น Roller Skate จำนวนมากก็ได้ถูกแยกชิ้นส่วน เพื่อนำไปตอกตะปูติดกับแผ่นไม้กันอย่างแพร่หลาย

ภาพที่ 6 : รูปภาพสเกตบอร์ดปี1960 (Early 1960's skateboard)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

ในช่วงยุค 1950 Truck (อุปกรณ์ลากที่ประกอบด้วยล้อหลายล้อ) ก็ได้ถูกดัดแปลงเพื่อให้เด็ก ๆ สามารถเล่นได้อย่างง่ายขึ้น ในช่วงปลายยุค 1950 Surfing เริ่มได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และผู้คนก็เริ่มที่จะเชื่อมโยง การเล่นบอร์ดเข้ากับ Surfing จนกระทั่งในปี 1959 Roller Derby Skateboard อันแรกก็ได้ถูกวางขาย ล้อคินได้เริ่มเข้ามา และการเล่น Surfing ตามทางเดินเท้าก็ได้เริ่มต้นขึ้น

ก่อนที่จะเข้าสู่ยุค 1960 การเล่น Skateboard ได้รับความสนใจอย่างมากในบรรดาผู้ที่ชอบ Surf- fting เมื่อ Larry Stevenson ซึ่งเป็นผู้จัดทำ Surf Guide ได้พยายามเผยแพร่การเล่น Skateboard ทุกอย่างก็เริ่มต้นขึ้น Makaha ซึ่งเป็นบริษัทของ Larry ก็ได้ออกแบบ Skateboard สำหรับมืออาชีพขึ้น ในปี 1963 และได้จัดตั้งทีมงานเพื่อเผยแพร่สินค้านี้

ภาพที่ 7 : รูปภาพสเกตบอร์ดปี 1965 (Early 1965's Makaha skateboard)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

การแข่งขัน Skateboard ครั้งแรกได้มีขึ้นที่ Pier Avenue Junior School ใน Hermosa, Cali California ในปี 1963 และในปี 1964 Hobbies Alter ผู้เป็นตำนานของการเล่น Surfing ก็ได้จัดทำ Hobbies Skateboard โดยร่วมมือกับ Vita Pakt Juice Company ในขณะที่ผู้เล่นส่วนมากได้เอาถนนหรือทางเดินเท้าเป็นสถานที่เล่น บางคนก็มีความกล้ามากที่จะเล่นในสระว่ายน้ำที่ไม่มีน้ำ ในปี 1965 การแข่งขันระหว่างประเทศ ภาพยนตร์ (Skate Dater) นิตรสาร (The Quarterly -Skateboarder) และการจัดทริปเดินทางข้ามประเทศของกลุ่มผู้เล่น Skateboard ก็ได้สร้างความนิยมในตัวกีฬานี้เพิ่มขึ้น มีการขาย Skateboard กว่า 50 ล้านอันภายใน 3 ปี แต่แล้วในทันทีที่ทันใดการเล่น Skateboard ก็ได้เสื่อมลงในฤดูใบไม้ร่วงของปี 1965

Skate park สำหรับเล่น Skate นอกอาคารแห่งแรกได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อผู้เล่น Skateboard ใน Frieda ในปี 1976 จากนั้นก็ตามมาด้วยอีกหลาย ๆ ส่วนไปทั่วอเมริกาเหนือ การเล่น Skateboard ได้ได้เปลี่ยนจากการเล่นตามแนวถนนไปเป็นการเล่นแนวตั้ง และการเล่นแบบ Slalom และ Freestyle ก็เริ่มเสื่อมความนิยม รูปทรงของ Skateboard ก็เปลี่ยนแปลงไปจากความกว้าง 6-7 นิ้ว เป็น มากกว่า 9 นิ้ว ซึ่งการเพิ่มความกว้างนี้จะช่วยให้การทรงตัวดีขึ้นในพื้นที่แนวตั้ง ผู้เล่นชื่อดังเช่น Tony Alva, Jay Adams Tom "Wally" Inoyoue, Wes Humps ton และ Jim Muir ได้เผยแพร่ Skateboard ที่มี รูปกราฟฟิคในชื่อ Dog town และหลังจากนั้นไม่นาน ผู้ผลิตทุกรายต่างก็ใส่กราฟฟิคบน Skateboard

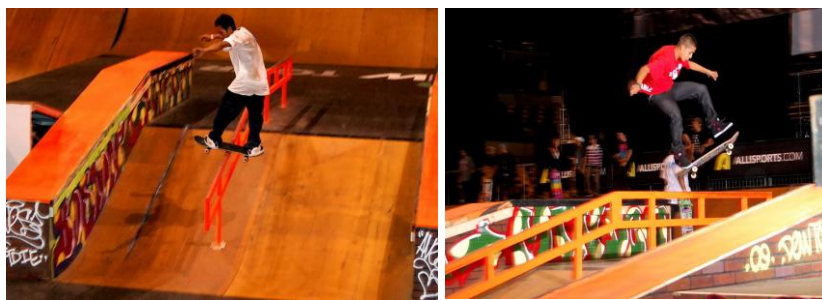
ภาพที่ 8 : รูปภาพสเกตบอร์ดปี1976 (Dog town Skateboard)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

ในปี 1984 การเล่นแบบ Verb ได้เริ่มต้นขึ้น และตามมาด้วย Street style การเล่นบน Ramp ก็เริ่มได้รับความนิยม Powell Paralyze ก็ได้จัดทำวิดีโอ "Bones Brigade" ขึ้นแรกขึ้นมาจากความคิดสร้างสรรค์ของ CR Sticky และ Stacy Peralta โดยวิดีโอนี้ได้รวบรวมทีมผู้เล่น Skateboard และพยายามสร้างความนิยมให้กับการเล่น Skateboard อีกครั้ง ในครั้งนี้ มีผู้ผลิต Skateboard รายใหม่เกิดขึ้นมากมาย และ การเล่น Skateboard ก็เข้าสู่กระแสความนิยมครั้งที่ 3 แชมเปียนของการเล่นแนวตั้งก็เกิดขึ้นมากมายเช่นกัน รวมทั้ง Tony Hawk, Christian Hosoi, Lance Mountain และ Neil - Blender ตามถนน Mark Gonzales, Natas Kaupas และ Tommy Guerrero ได้ ยกความสูงของ Ollie ไปอีกระดับหนึ่ง ในขณะที่ การเล่นแบบ Freestyle ก็ยังคงมีบทบาทอยู่ และ Rodney Mullen ก็ได้รับชัยชนะในทุกการแข่งขัน

ภาพที่ 9 : การเล่นสเกตบอร์ดแบบเวิร์ด (Verb Skateboard)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

จนกระทั่งปลายยุค 1990 จุดเน้นของการเล่น Skateboard ยังคงอยู่ที่ Street style และตลาดก็ยังคงเต็มไปด้วยผู้ประกอบการจำนวนมากมาย โดยรวมแล้ว ผู้เล่นมีอาชีพก็ได้ผลิตสินค้าของตนเอง และบริหารบริษัทของตนเอง Long boarding ศิลปะการเล่นที่ถูกล้มก็เริ่มที่จะกลับเข้ามา และการเล่นแบบ Downhill ก็พัฒนาตนเองเข้าสู่มิติใหม่ ใน California สวน Skateboard ได้ถูกสร้างขึ้นใหม่อันเนื่องมาจาก การเปลี่ยนแปลงกฎหมาย และความพยายามของ Jim Fitzpatrick และ The International Association of Skateboard Companies ที่ได้สร้างความมั่นใจว่า รัฐอื่น ๆ ได้ทำตาม California จากนั้น สวนอื่น ๆ ก็ได้ถูกสร้างขึ้นในช่วง 2-3 ปีต่อมา และทำให้การเล่น Skateboard แบบ Street ได้มีการแพร่หลายไปยังทั่วโลก

ภาพที่ 10 : การเล่นสเกตบอร์ดแบบสตรีท (Street Skateboard)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

3.2 จักรยานผาดโผน (BMX)

ในยุค'70 การแข่งขันจักรยานวิบากแบบBMX(Bicycle Motoในยุค'70 การแข่งขันจักรยานวิบากแบบ BMX Bicycle Moto Cross)ที่มีวงล้อขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 20 นิ้วในประเภทความเร็ว(Racing) ได้เป็นที่นิยมกันมากในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้แพร่ขยายไปทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว หลังจากนั้นไม่นาน นักขี่หลายๆคนได้ฝึกทำทางพลิกแพลงผาดโผนในแบบต่างๆ เพื่อความสนุกสนาน และใช้โชว์ออฟกันในกลุ่มเพื่อนๆ ทั้งยังเป็นการฝึกทักษะในการควบคุมรถได้อย่างดี และเมื่อมีโอกาสก็มักจะได้นำทำนั้นมาออกโชว์กันในช่วง พักของการแข่งความเร็ว หรือในการโปรโมทให้กับสปอนเซอร์ของตน ซึ่งจะเรียกความสนใจจากผู้คนได้ดีทีเดียว ต่อมาเมื่อ มีท่าทางหลากหลายมากขึ้น นักขี่หลายๆคนได้หันมาเน้นฝึกแต่ทำพลิกแพลง (Tricks) ด้วยความหลงใหลจนกระทั่งได้กลายเป็นกีฬา ประเภทใหม่ที่เน้นฝึกเฉพาะแต่ทำผาดโผนอย่างเดียว และได้พัฒนาเหล่านี้ให้มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น สิ่งที่น่าสนใจคือ ในยุคนั้น ท่ายังไม่ีมากนัก จึงมีการคิดค้นลีลาต่างๆ ออกมาใหม่ตลอดเวลา นักขี่แต่ละคนจะมีท่าเป็นของตนเอง ไม่ค่อยจะซ้ำกันนัก นักขี่กลุ่มนี้จึงถูกขนานนามว่า "Freestyler"

ภาพที่ 11 : จักรยานแบบผาด โผน (BMX Freestyle)

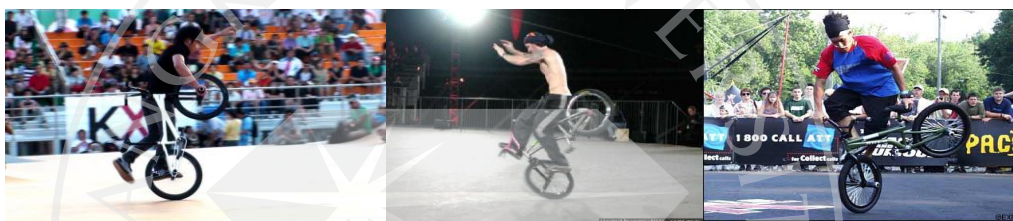


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

Flatland การเล่นท่าทางบนพื้นเรียบ มีแต่คนกับจักรยาน ลีลาเทียบได้กับยิมนาสติก Floor - Exercise นักขี่จะต้องนำท่าทางมา ต่อเนื่องกันให้มีความลื่นไหล สวยงาม โดยคิดพลาดน้อยที่สุด Park สนามมีอุปกรณ์ต่างๆที่จำลองขึ้นจากการขี่ตามท้องถนน เช่นมีขอบกระถางสูงๆ มีราวบันได เนินลาด เนิน โค้ง แก้วอียาว ทางต่างระดับ อัดกันไว้ในสนามเดียว นักขี่จะต้องใช้ประโยชน์จาก อุปกรณ์ที่กำหนดให้ Vert-Halpipe เนิน โค้งขนาดใหญ่ที่มีส่วนสูงตั้งแต่ 8-12 ฟุต หรือกว่านั้น มี ส่วนปลายชันถึง 90 องศา 3-4 ฟุต นักกีฬาจะ ใช้ส่งตัวเองให้ลอยขึ้นไปเล่นท่ากลางอากาศ ได้สูง ตั้งแต่ 6-10 ฟุตและเลี้ยวกลับลงมา ถ้ามี 2 ข้างหันหน้าชนกัน จะมีลักษณะเหมือนท่อกิ่งวงกลม

(Half pipe) ส่วนกีฬา Bike Stunt บ้านเรานั้น กระแสมักจะซึกว่าเขาสักหน่อย มีเล่นกันมาในช่วงที่นิยมRacing เมื่อเกือบ20ปีก่อน แล้วก็เข้าไปพร้อมกับ Racing มาโพลอีกที่เป็นกลุ่มเล็กกลุ่มน้อยตามสนามกีฬา กลุ่มละ 6-7 คน งานแข่งที่สวนอัมพร เมื่อปี 2533 เป็นครั้งที่บูมสุดก่อนจะหายไปอีก 7 ปี ช่วงนี้แม่-แต่จะหาอะไหล่สักชิ้นยังยาก เพราะร้านจักรยานได้เปลี่ยนไปขายMountain bike กันหมด แล้ว-กลับมาฟื้นอีกทีตอนช่วงกระแส X-Games เข้ามาบ้านเรา อย่างไรก็ตามถ้ามีการจัด X-Tour ทุกปี และงานแข่งย่อยๆอื่นเฉลี่ยปีละ3 ครั้งก็เป็นเรื่องปกติปัจจุบันปี 2001 มีคนลงแข่งในงาน X-Tour ประเภท Flatland และ Park รุ่นละเกือบ30คน ซึ่งนับว่ามากที่สุด ที่เคยมีมา

ภาพที่ 12 : จักรยานแบบผาดโผน (BMX Flatland)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

3.3 อินไลน์สเกต (In line Skate)

ในสหรัฐอเมริกา กีฬานี้ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 5 เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอันดับ 1 ในหมู่ผู้ชายอายุระหว่าง 6-17 ปี

สันนิษฐานว่าเกิดขึ้นมาราว 300 ปี โดยชาวดัตช์ในศตวรรษที่ 17 ที่พยายามประดิษฐ์สเกตน้ำ-แข็งในช่วงฤดูร้อน โดยเขาได้หล่อยึดท่อนไม้กับแผ่นไม้และติดเข้ากับรองเท้าสเกต และในปี 1819 ได้รับการจดสิทธิบัตร โดย M.Petibled ในกรุงปารีส

ต่อมาในปี 1979 Scott Olsen นักฮ็อกกี้น้ำแข็ง ได้เห็นอินไลน์สเกต ในร้านขายเครื่องกีฬา และเห็นศักยภาพในด้านการออกแบบ จึงเดินทางไปชิคาโกซื้อ บริษัท Chicago Roller Skate ที่ยังไม่มีชื่อเสียง และตั้งชื่อใหม่ว่า Rollerblade ทำให้คนเข้าใจว่ากีฬานี้เรียกว่า “โรลเลอร์เบลค” แต่ชื่อที่จริงแล้วคือกีฬา “อินไลน์สเกต”

3.3.1 รองเท้าประเภทนี้แบ่งออกเป็นประเภทย่อยๆ ได้อีก 4 ประเภทคือ

1. Speed เน้นวิ่งเร็วอย่างเดียว ล้อมีลักษณะใหญ่กว่าสเก็ตประเภทอื่นๆ ขนาดล้อประมาณ 100 mm เหมาะสำหรับคนชอบความเร็ว ตัวรองเท้าไม่มีรัดข้อเท้า บางรุ่นอาจมี 4 หรือ 5 ล้อ แล้วแต่-Design

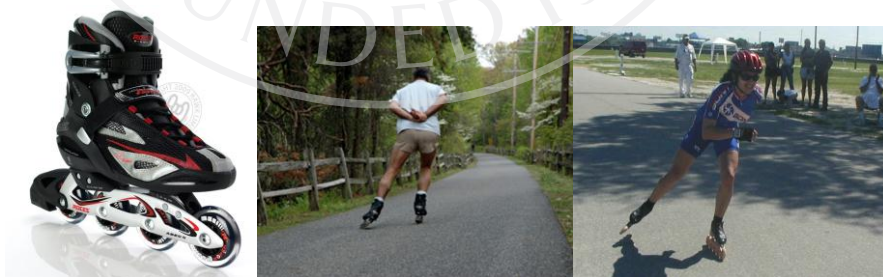
ภาพที่ 13 อินไลน์สเก็ตแบบสปีด (Inline Skate Speed)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

2. Fitness เน้นออกกำลังกายแบบสบายๆ วิ่งไปเรื่อยๆ ขนาดล้อประมาณ 80 mm รองเท้า Soft Boot ออกแบบมาแบบสบาย ๆ ตัวรองเท้าแตกต่างจากสเก็ตประเภทอื่นตรงที่มีความนิ่มและยืดหยุ่น

ภาพที่ 14 : อินไลน์สเก็ตแบบฟิตเนส (In line Skate Fitness)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

3. Slalom เน้นท่วงท่าลีลาสวยงาม มีอุปกรณ์ประกอบ คือ กรวย สำหรับเล่นซิกแซก และอื่นๆ ล้อขนาดประมาณ 80 mm ตัวรองเท้าและเฟรมออกแบบมาแข็งแรง รองรับการเล่นที่มีหลากหลายรูปแบบ

ภาพที่ 15 : อินไลน์สเกตแบบสลาลอม (In line Skate Slalom)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

4. Aggressive เน้นแนว extreme กระโดดโลดโผน อุปกรณ์ประกอบ คือ ramp รูปแบบต่างๆ ล้อขนาดเล็ก เอาไว้สำหรับเกาะ ramp ราวเหล็กต่างๆ ตัวรองเท้าออกแบบมาเพื่อรับแรงกระแทกได้เป็นอย่างดี เนื่องจากต้อง jump บ่อย และเนื่องจากเป็นกีฬาแนว Extreme ผู้เล่นต้องรับผิชอบต่อ-ความเสี่ยง ด้วยตัวเอง

ภาพที่ 16 : อินไลน์สเกตแบบโลดโผน (Aggressive Skate Slalom)



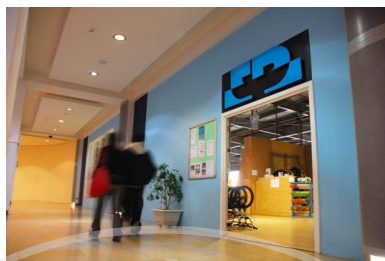
ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

กรณีศึกษาโครงการเปรียบเทียบ

เนื่องจากโครงการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่ครบวงจร ซึ่งจัดอยู่ในลักษณะของ Extreme Academy จึงเลือกเกณฑ์ในการเลือกกรณีศึกษาเปรียบเทียบเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ถึง โปรแกรมที่เหมาะสมใกล้เคียงกับตัวโครงการ ซึ่งจะเกี่ยวเนื่องกับการพิจารณาเลือกกรณีศึกษาที่เหมาะสม ต้องมีรูปแบบลักษณะกิจกรรมในส่วนต่างๆ อาทิ เช่น Skate Park, Skate shop Restaurant ห้องเรียน เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงข้อดี เพื่อนำมาปรับเป็นแนวทางที่ใช้ให้เกิดความเหมาะสมกับโครงการที่ใช้ในการออกแบบ ซึ่งจะดังต่อไปนี้

1. โครงการที่ 1 Transgression skate park

ภาพที่ 17 : รูปแบบภายในอาคาร (Transgression skate park)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

1.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ที่ตั้งโครงการ : Leigh Edinburgh Et16 6jj United Kingdom

ลักษณะโครงการ : Extreme Academy

ขนาดพื้นที่ : 11,937 Sq.M

กลุ่มผู้ใช้บริการ(User)

1. นักเรียน
2. อาจารย์
3. Pro Skater
4. ผู้ปกครอง
5. เจ้าหน้าที่
6. บุคคลทั่วไป

อัตราค่าบริการ

- 1 คนต่อ1ชั่วโมง (ไม่มีอุปกรณ์) 550 บาท/1ครั้ง
- 1 คนต่อ1ชั่วโมง (พร้อมอุปกรณ์) 825 บาท/1ครั้ง
- 1 คนต่อ1คอร์สเริ่มต้น (Beginner) (ไม่มีอุปกรณ์) 2,750 บาท/1ครั้ง
- 1 คนต่อ1คอร์สเริ่มต้น (Beginner) (พร้อมอุปกรณ์) 3,850 บาท/1ครั้ง
- 1 คนต่อ1คอร์สปานกลาง (Intimate) (ไม่มีอุปกรณ์) 4,950บาท/1ครั้ง

- 1 คนต่อ1คอร์สปานกลาง (Intimate) (พร้อมอุปกรณ์) 7,150บาท/1ครั้ง

Transgression skate park เป็น Extreme Academy ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ สก๊อตแลนด์ และมีสาขาแบ่งย่อยไปตามเมืองต่างๆ ของประเทศ Transgression skate park มีการเปิดสอนมานานและมีสาขามากมาย และมีการปรับปรุงมา 2 ครั้ง และในปัจจุบันได้มีการปรับปรุง การเรียนการสอนที่เพิ่มสาขาวิชาที่มากขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลาย โดยมีหลักสูตรที่มีการเรียนการสอนที่เปิดสอนคือ Skateboard, In line skate BMX Freestyle, Flatland, Break dance

1.2 แนวความคิดหลักของโครงการ

แนวความคิดหลักของตัวโครงการที่จัดตั้งเพื่อที่จะเป็น โรงเรียนที่สอนกีฬาประเภท Extreme ที่สมบูรณ์แบบที่สุดในประเทศ ซึ่งได้มีการระดมทุนจากบริษัท EHX และ Dave Somersby เพื่อจัดตั้งโครงการนี้ขึ้นมาและเพื่อส่งเสริมธุรกิจของประเทศสก๊อตแลนด์ให้ดียิ่งขึ้น โดยการพัฒนาศักยภาพของตัวนักกีฬาเอง

1.3 แนวความคิดในการออกแบบ

จากรูปทรงของอาคารที่เป็นอาคารที่มีลักษณะเก่า จึงได้มีการปรับเปลี่ยนแต่ภายในของตัวอาคารเท่านั้น โดยจะต้องการที่จะเน้นความเรียบง่าย โดยเห็นได้จากวัสดุที่ใช้จะออกโทนสีบิว

1.4 การออกแบบภายใน

เนื่องด้วยตัวโครงการตั้งอยู่ในยุโรปที่มีอากาศหนาวการใช้ไม้ที่เป็นองค์ประกอบหลักของการตกแต่งก็จะทำให้บรรยากาศนั้นดูอบอุ่นมากขึ้น และจะมีการแบ่งส่วนต่างๆ ของโครงการอย่างชัดเจน คือจะแบ่งตามระดับความสามารถของผู้เล่นเพื่อที่จะป้องกันอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้น หรือในส่วนของ Skate shop ที่จะมีการแบ่งสื่อให้เขาต่างๆ เพื่อที่จะต้องการให้มีรูปแบบการตกแต่ง ที่แตกต่างกันออกไปและในส่วนของ Skate park ที่จะติดกับแม่น้ำ Edinburg ก็จะมีการใช้กระจกเป็นส่วนประกอบเพื่อการเปิดมุมมองจากภายในสู่ภายนอก

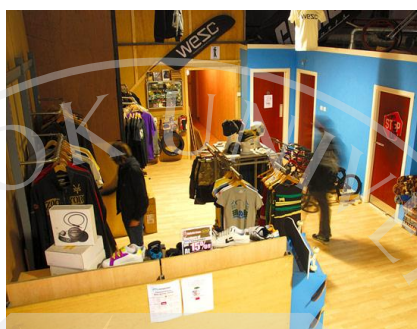
1.5 การใช้วัสดุในการตกแต่งภายในโครงการ

การเลือกใช้วัสดุในการตกแต่งภายในของโครงการส่วนใหญ่ จะเป็นไม้และกระจกเพื่อต้องการที่จะเปิดมุมมองและสร้างความอบอุ่นให้กับตัวโครงการ และจะมีส่วนของวัสดุ ยิปซัมบอร์ด หลายแผ่น ไฟเบอร์ออฟติก ที่เป็นส่วนประกอบในการตกแต่ง โดยการตกแต่งภายในโครงการจะมีส่วนต่างๆ โดยแยกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ดังนี้

ส่วนแรก ส่วนของร้านค้า (Skate Shop)

ร้านค้า (Skate Shop) จะมีการแบ่งเป็นร้านในลักษณะสื่อต่างๆ เพื่อสำหรับการเช่าพื้นที่ โดยจะมีการตกแต่งกันไปตามลักษณะของแนวความคิดของร้านต่างๆ แต่ส่วนของร้านค้าของตัวโครงการ จะมีลักษณะการใช้วัสดุ แผ่นไม้ลามิเนตที่เป็นสีบีช และผนังที่ใช้ก็จะเป็นยิปซัมบอร์ด

ภาพที่ 18 : รูปแบบภายในร้านค้า Transgression Skate Park

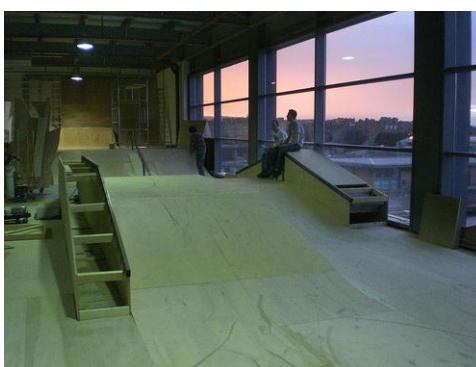


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

ส่วนที่สอง ส่วนของลานสเก็ต (Skate Park)

ลานสเก็ต (Skate Park) จะใช้วัสดุในการตกแต่งของไม้อัดที่มีความยืดหยุ่นและแข็งแรงเพื่อรองรับการใช้งานและมีการใช้กระจกเป็นส่วนประกอบ เพื่อต้องการที่จะเปิดมุมมองให้กับผู้เล่นเพื่อที่จะรู้สึกผ่อนคลายและสามารถสร้างบรรยากาศได้ดี

ภาพที่ 19 : รูปแบบภายในลานสเก็ต (Indoor Skate Park) Transgression Skate Park



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

2. โครงการที่ 2 Monster Park

ภาพที่ 20 : รูปแบบลักษณะ โครงการ Monster Park



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

2.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ที่ตั้งโครงการ : Grand Parade Sydney Olympic Park Australia

ลักษณะโครงการ : Extreme Academy

ขนาดพื้นที่ : 13,028 Sq.M

กลุ่มผู้ให้บริการ

1. นักเรียน
2. อาจารย์
3. Pro Skater
4. ผู้ปกครอง
5. เจ้าหน้าที่
6. บุคคลทั่วไป

- หลักสูตรที่เปิดสอน

Monster Park จะมีการเรียนการสอนที่เป็นระบบที่ดีที่สุดในโลกโดยจะแบ่งตามลำดับความสามารถของนักเรียน จึงมีการเรียนการสอนในระดับต่าง คือ Beginner, Intimate และ Pro skater โดยมีหลักสูตรที่เปิดสอนดังนี้

- Skate Board

- BMX Flatland, Freestyle

- Inline Skate

- Mini Scooter

อัตราค่าบริการ

- กลุ่ม/ชั่วโมง (มีผู้ฝึกสอน) 620 บาท
- คน/ชั่วโมง (ไม่มีผู้ฝึกสอน) 213 บาท
- คน/ชั่วโมง (ไม่มีผู้ฝึกสอน) 213 บาท
- คน/ชั่วโมง (มีผู้ฝึกสอน) 532.50 บาท
- คน/คอร์ส (พร้อมBirth Party) 7,000 บาท

Monster Park ตั้งอยู่ในประเทศออสเตรเลียเป็นที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่มีการสร้าง นักกีฬาของประเทศออสเตรเลีย โดยมีระบบการเรียนการสอนที่เป็นระบบ เพื่อที่จะสร้างมาตรฐาน ของนักกีฬาให้เทียบเท่ากับนานาชาติ อย่างสหรัฐอเมริกา บราซิล แคนาดา เป็นต้น ด้วยตัวโครงการ ที่มีอุปกรณ์ที่ครบครันและสนามที่แบ่งระดับความสามารถอย่างเป็นสัดส่วน

2.2 แนวความคิดของโครงการ

ต้องการเป็นคลินิกที่ให้ความรู้และดูแลผู้ที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่ดีและมี คุณภาพ โดยจะใช้บุคลากรที่มีความสามารถและมีประสบการณ์เพื่อให้นักกีฬานั้นมีคุณภาพ ที่ดีที่สุดในที่สุด

ภาพที่ 21 : รูปแบบการเรียนการสอนโครงการ Monster Park



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

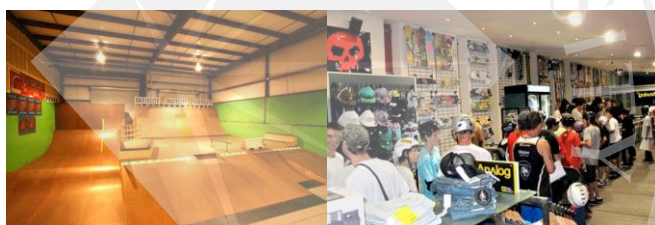
2.3 แนวความคิดในการออกแบบ

การออกแบบของตัว นั้นเป็น โครงการขนาดใหญ่และตั้งอยู่ใกล้กับสนามกีฬาโอลิมปิกของประเทศออสเตรเลีย โดยตัวโครงการต้องการที่ใช้สภาพแวดล้อม โดยรอบให้มีความกลมกลืนกัน โดยจะมีการนำ เป็นตัวเชื่อมโยง กันระหว่าง และ เพื่อให้เป็นที่มีความสมบูรณ์

2.4 การออกแบบภายใน

การออกแบบภายในที่ส่วนลานสเกตปาร์กและร้านค้าบรรยากาศโดยรวมของตัวโครงการจะเป็นลักษณะเดิมของตัวโครงการในลักษณะ ที่จะมีรูปแบบของโครงสร้าง ที่ไม่มีการตกแต่ง แต่จะใช้สีมาเป็นตัวช่วยในการตกแต่งผนัง เพื่อสร้างบรรยากาศที่แตกต่างกันออกไป และมีการใช้แสงของหลอดแสงจันทร์ เพราะจำทำให้มองเห็นการเคลื่อนไหวได้ดี

ภาพที่ 22 : รูปแบบลักษณะภายในลานสเกตและร้านค้าโครงการ Monster Park



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

3. โครงการที่ 3 Mega Skate Plaza

ภาพที่ 23 : รูปแบบลักษณะ โครงการ Mega Skate Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

3.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ที่ตั้งโครงการ : 500 Blount st, Fayetteville, NC USA
 ลักษณะโครงการ : Extream Academy
 ขนาดพื้นที่ : 5439 sq.m.

กลุ่มผู้ใช้บริการ

1. นักเรียน
2. อาจารย์
3. Pro Skater
4. ผู้ปกครอง
5. เจ้าหน้าที่
6. บุคคลทั่วไป

- หลักสูตรที่เปิดสอน

Mega Skate Plaza เดิมเป็นเมืองแต่ลานสเกตเพียงอย่างเดียวและหลังจากเปิดให้บริการมาถึง 10 ปี Mega Skate Plaza ได้มีการปรับปรุงและมีการเปิดการเรียนการสอนโดย Pro Skater ที่มีหลักสูตรระดับ Beginner Intimate โดยมีหลักสูตรที่เปิดสอนดังนี้

- Skateboard
- BMX , free style
- Inline Skate

- อัตราค่าเล่าเรียน

- สมาชิกธรรมดา (คน/ปี) ไม่มีผู้ฝึกสอน 1,775 บาท
- สมาชิกซิลเวอร์ (คน/เดือน) มีผู้ฝึกสอน 1,420 บาท
- สมาชิกโกลด์ (คน/ปี) มีผู้ฝึกสอน 14,200 บาท

Mega Skate Plaza ตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นลานสเกตปาร์คที่มีความกว้างและเปิดให้บริการมาเป็นเวลานาน เดิมยังใช้จัดการแข่งขันในระดับประเทศในรายการเล็กๆ มากมาย แต่ปัจจุบันมีการปรับปรุงรูปแบบให้ดีขึ้นและทันสมัยยิ่งขึ้น

3.2 แนวความคิดของโครงการ

เกิดขึ้นมาได้เพราะต้องการพัฒนาและเป็นลานสเกตภายในเมืองของตนเอง โดยต้องการพัฒนาความสามารถของนักกีฬาจากพื้นฐานจนมีฝีมือระดับหนึ่ง

3.3 การออกแบบภายใน

ลักษณะอาคารเดิมที่เป็นลักษณะ โกดัง ที่เป็นลักษณะสโตร์ของลานสเกตของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยตัวของลานสเกต ที่ใช้จะเป็น คอนกรีต และจะมีไม้เป็นบางส่วนในส่วนที่เพิ่มขึ้นมา ซึ่งตัวของลานสเกตที่เป็นคอนกรีตนั้นต้องการที่ใช้ความอดทน ส่วนร้านค้าที่ให้เช่านั้น จะมีการตกแต่งที่มีการจัดวางสินค้าในลักษณะซ้ายขวาเท่ากัน และมีการตกแต่งใน เพื่อให้สอดคล้องกับตัวลานสเกต

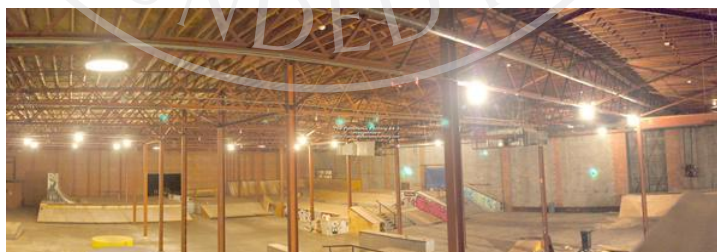
3.4 การใช้วัสดุในการตกแต่งภายในโครงการ

รูปแบบของวัสดุที่ใช้ในโครงการนั้นจะแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนแรก คือ ส่วนของลานสเกต(Indoor Skate park)

ลานสเกตที่ใช้ใน โครงการจะเป็นลานสเกตคอนกรีตจุดประสงค์เพื่อความแข็งแรง และทนทานเพราะเป็นลานสเกตที่มีการร่วมกันของกีฬาต่างๆ คือ จึงออกแบบขึ้นมาเพื่อรองรับจุดนี้

ภาพที่ 24 : รูปแบบลักษณะลานสเกต (Indoor Skate Park) Mega Skate Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

ส่วนที่สอง คือ ส่วนของร้านค้า

มีการตกแต่งที่ใช้วัสดุที่ต้องการให้เกิดความคิด เพื่อให้สอดคล้องกับตัวโครงการ จึงมีวัสดุที่ต้องการ โชว์ความดิบ เช่น พื้นที่เป็นซีเมนต์ขัดมัน ผนังที่เป็นปูนเปลือย เป็นต้นซึ่งทำให้

แต่ละร้านมีลักษณะรูปแบบของวัสดุที่เหมือนกัน

ภาพที่ 25 : รูปแบบลักษณะร้านค้า (Skate Shop) Mega Skate Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

4. โครงการที่ 4 Fantasy Factory Plaza

ภาพที่ 26 : รูปแบบลักษณะโครงการ Fantasy Factory Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

4.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ที่ตั้งโครงการ	: 257 N Hamilton St. Dalton GA< USA
ลักษณะโครงการ	: Skate Park & Studio
ขนาดพื้นที่	: 1480 sq.m

กลุ่มผู้ให้บริการ

1. Pro Skater
2. นักกีฬา
3. เจ้าหน้าที่

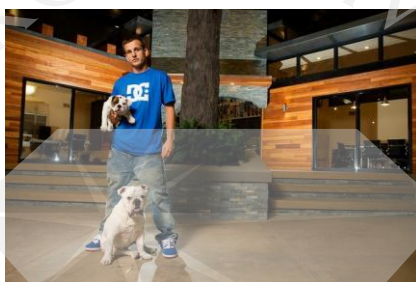
4. บุคคลทั่วไป

Fantasy Factory Plaza เป็นลานสเกตแนวใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างมากเพราะมีรูปแบบที่แปลกใหม่โดยความต้องการของ ที่ได้การสนับสนุนของ เพื่อที่จะทำเป็น ถ่ายทำรายการ

4.2 แนวความคิดของโครงการ

จากตัวโครงการที่ต้องการให้เป็นของรูปแบบใหม่จึงต้องการ นำความต้องการของ ที่มีความต้องการของรูปแบบลานสเกตที่แปลกตาและน่าสนใจ จึงได้เลือก ระดับโลกมาเป็นเจ้าของ แนวความคิดของโครงการทั้งหมด

ภาพที่ 27 : Rob Dryden เจ้าของแนวความคิด โครงการ Fantasy Factory Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

4.3 แนวความคิดของการออกแบบ

ความต้องการที่นำเสนอแนวคิดของ ที่ต้องการนำห้องทำงานของเขา เข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งของลานสเกต และต้องการเปลี่ยน จากรูปแบบเดิมที่จะเป็น ไม้มาเป็นคอนกรีต และจัดให้ เป็นส่วนหนึ่งของตัวอาคาร และเพิ่มลานกิจกรรมที่ตัว ชอบเขามาเป็นตัวเสริมของโครงการ

ภาพที่ 28 : รูปแบบลักษณะการตกแต่งภายในโครงการ Fantasy Factory Plaza

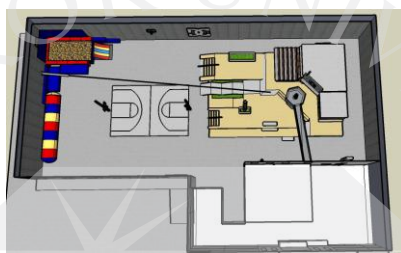


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

4.4 การออกแบบภายใน

รูปแบบการตกแต่งภายในของ จากรูปแบบคือจะเป็นตัวอาคารที่ถูกครอบโดยอาคารอีกทีหนึ่ง โดยตัวสตูดิโอจะมีการตกแต่งให้มีความเชื่อมโยงของตัวพื้นที่ให้เป็นอันเดียวกัน คือ การเชื่อมต่อจากห้องนั่งเล่นไปยังห้องประชุม ซึ่งลักษณะการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ จะมีการจัดวางเฟอร์นิเจอร์สไตล์โมเดิร์น เพื่อให้มีรูปแบบที่ทันสมัยแก่ผู้ใช้งาน และการตกแต่งผนังที่จะนำแผ่น มาเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้มีความหลากหลาย มีการใช้แสงสว่างที่นุ่มนวล เพื่อสร้างบรรยากาศให้ดูผ่อนคลาย

ภาพที่ 29 : ลักษณะผังพื้น (Floor Plan) โครงการ Fantasy Factory Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

4.5 การใช้วัสดุในการตกแต่งภายในโครงการ

วัสดุที่ใช้ในโครงการจะแบ่งได้เป็นส่วนต่างๆ คือ ลาสเก็ต ตัวอาคารที่เป็น 2 ส่วนใหญ่ ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนแรก คือ ส่วนของลานสเก็ต

วัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นงานคอนกรีตที่หล่อขึ้นมาเพื่อจะเป็น ที่สามารถใช้งานได้ดีและรองรับความคงทนของการใช้งาน ที่ใช้เป็นทางลานสเกตและสตูดิโอ ถ่ายทำต่างๆ

ภาพที่ 30 : รูปแบบลักษณะการตกแต่งภายใน โครงการ Fantasy Factory Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

ส่วนที่สอง คือ ส่วนของตัวอาคาร

วัสดุที่ใช้ในอาคารจะเป็นแผ่นไม้อัลูมิเนียม และกระจกที่เป็นองค์ประกอบหลัก โดยจะใช้แผ่นไม้อัลูมิเนียมมาเป็นวัสดุประกอบ พื้นและผนังภายนอก เพื่อให้เกิดความอบอุ่นที่จะมีโทนสีบิช และสีโอ๊ค ในส่วนของกระจกที่ใช้ทำเป็นช่องเปิดเพื่อจะแสดงให้เห็นจากภายใน ไปสู่ลานสเกต ที่ทำให้ดูไม่รู้สึกรีดอัดมากเกินไป

ภาพที่ 31 : รูปแบบลักษณะการตกแต่งภายนอก โครงการ Fantasy Factory Plaza



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

5. โครงการที่ 5 Epic Indoor Skate park

ภาพที่ 32 : รูปแบบลักษณะ โครงการ Epic Indoor Skate park .



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

5.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ที่ตั้งโครงการ	: 2318 NW Vaughan ST.Portland USA
ลักษณะโครงการ	: Extreme Academy
ขนาดพื้นที่	: 8291sq.m

กลุ่มผู้ใช้บริการ

1. นักเรียน
2. อาจารย์
3. Pro Skater
4. ผู้ปกครอง
5. เจ้าหน้าที่
6. บุคคลทั่วไป

5.2 หลักสูตรที่เปิดสอน

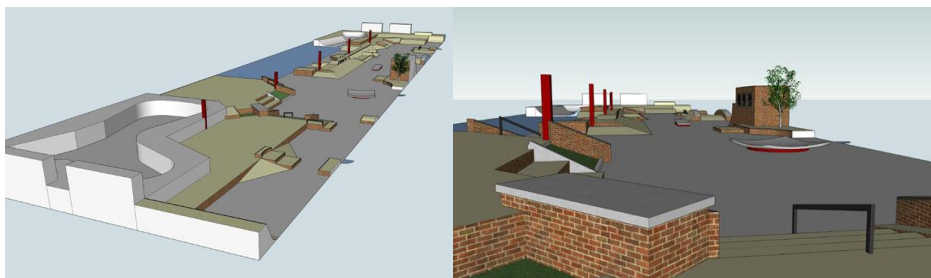
Epic Indoor Skate park เป็น ที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ที่มีการเปิดการเรียนการสอนที่เป็ดใหม่ จึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของ Ramp ให้มีรูปต่างๆ ที่เพื่อสร้างความหลากหลายในกับตัวลานสเกต และอีกทั้งยังพัฒนาฝีมือนักกีฬาให้พัฒนายิ่งขึ้น โดยมีการเรียนการสอนในระดับต่างๆ คือ Beginner Intimate และProstate โดยมีกีฬาประเภทต่างๆ ดังนี้

- Skate board
- BMX , freestyle, Flatland
- Inline skate

อัตราค่าบริการ

- ค่าสมาชิกรายปี 2,662ปี
- ค่าบริการ คน/ครั้ง เป็นสมาชิก 213 บาท
- ค่าบริการ คน/ครั้ง ไม่เป็นสมาชิก 390 บาท

ภาพที่ 33 : ลักษณะทัศนียภาพ (Perspective) โครงการ Epic Indoor Skate park



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

Epic Indoor Skate park เป็นลานสเกตที่สร้างนักกีฬาให้เป็นระดับ Pro skater มากมาย ตั้งอยู่ในรัฐ Portlandของประเทศสหรัฐอเมริกา ด้วยตัวโครงการที่มีขนาดใหญ่ และรองรับผู้เล่นได้มากจึงเป็นลานสเกตที่มีชื่อเสียง

5.3 แนวความคิดของตัวโครงการ

แนวความคิดหลักของตัวโครงการที่ต้องการนำเสนอความเป็นตัวตนของแบรนด์ตัวเองที่ใหม่ในวงการ Indoor Skate park ในประเทศสหรัฐอเมริกา จึงต้องนำรูปแบบของกิจกรรมที่เป็นตัวส่งเสริมของตัวโครงการ คือ มีการจัดโซน Birth Day Party เพื่อดึงดูดลูกค้า

ภาพที่ 34 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศภายในโครงการ Epic Indoor Skate park

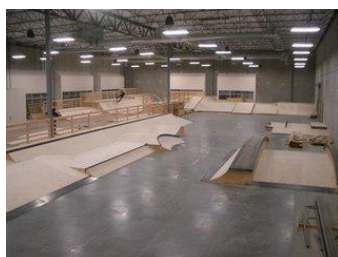


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

5.4 แนวความคิดในการออกแบบ

จากจุดประสงค์หลักของโครงการที่ต้องรับผู้เล่นที่อายุตั้งแต่ 6 ปี ขึ้นไป จึงได้มีการออกแบบรูปแบบลานสเกตให้มีความยากง่ายที่แตกต่างกันออกไป เพื่อรองรับนักกีฬาดั้งแต่ระดับ Beginner ถึง Pro Skater

ภาพที่ 35 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศการตกแต่งภายในโครงการ Epic Indoor Skate Park

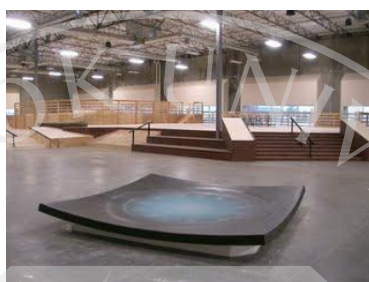


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

5.5 การออกแบบภายใน

รูปแบบการออกแบบภายในของโครงการที่ลักษณะของ ที่ทำจากไม้และคอนกรีต ที่ต่างกันออกไปจึงมีการตกแต่งตัวของRamp ให้มีความน่าสนใจด้วยการพื้นลายลงไปในตัว ตาม ลักษณะของTheme งานต่างๆ และมีการ ใช้แสงสร้างบรรยากาศ และสร้างเอฟเฟกซ์ที่น่าสนใจให้ กับตัวโครงการ

ภาพที่ 36 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศการตกแต่งภายใน โครงการ Epic Indoor Skate Park



ที่มา : สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>

5.6 การใช้วัสดุในการตกแต่งภายในโครงการ

วัสดุหลักของตัวโครงการ คือ คอนกรีต และ ไม้ที่ใช้ในการทำ ที่มีลักษณะที่ แตกต่างกันไป และยิปซัมบอร์ดที่ใช้ในการสร้างฉากของตัวลานสเก็ตให้มีความแตกต่างที่มี ในเรื่องของ Graffiti และงาน Street Art ต่างๆ ที่มีรูปแบบที่ต่างกันออกไป เพื่อสร้างความน่าสนใจ ให้กับตัว Epic Indoor Skate park

6. โครงการที่ 6 The Ramp

ภาพที่ 37 : รูปแบบลักษณะบรรยากาศโครงการ The Ramp



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

6.1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ที่ตั้งของโครงการ : Esplanade
 ลักษณะโครงการ : Indoor skate park & Skate Shop
 ขนาดพื้นที่ : -

กลุ่มผู้ใช้บริการ

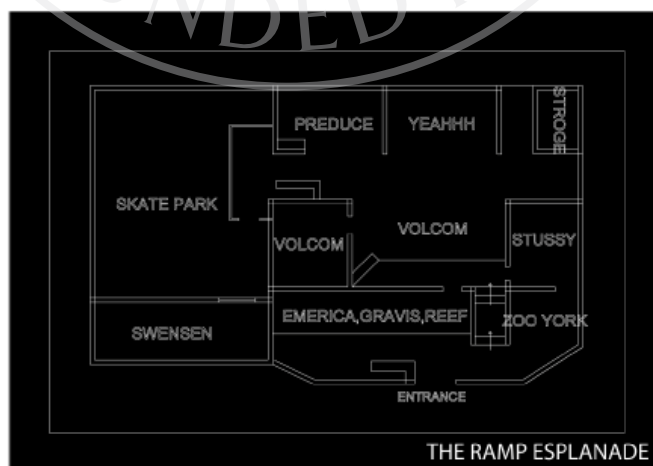
1. Pro Skater
2. นักกีฬา
3. เจ้าหน้าที่
4. ผู้ปกครอง
5. บุคคลทั่วไป

อัตราค่าบริการ

- คน/ ครั้ง 90 บาท

The Ramp เป็น Indoor Skate park แห่งเดียวของประเทศที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า Esplanade ที่มีการรวม Indoor Skate park เชื่อมโยงกับ Skate Shop ที่มีร้านต่างๆ อยู่มากมาย อาทิ เช่น Ny-La เป็นต้น ซึ่งมีการตกแต่งที่น่าสนใจ

ภาพที่ 38 : ผังโซน (Zoning) โครงการ The Ramp



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

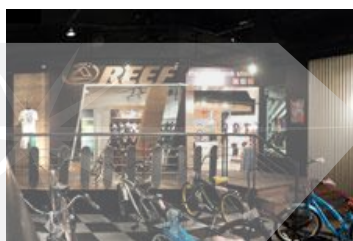
6.2 แนวความคิดของโครงการ

แนวความคิดของตัวโครงการที่ต้องการจะสื่อรวมถึงคำว่าShop In Shop ที่ต้องการนำร้านSkate Shop ของแบรนด์ต่างๆ เข้ามาอยู่ด้วยกัน โดยจะมีร้าน Ny-La ที่เป็นหลัก และก็จะมียี่อื่นมาอีก 10 แบรนด์ที่จะรวบรวมอยู่ด้วยกัน

6.3 แนวความคิดในการออกแบบ

รูปแบบของการวางPlan ที่มีแบ่งล๊อคไว้อย่างชัดเจนและมีการเชื่อมต่อได้ดีไปยังตัวIndoor Skate park เพื่อสอดคล้องกับแนวคิดของตัวโครงการ โดยจะมีการเสริมในเรื่องของ Shop In Shop ให้มีรูปแบบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ภาพที่ 39 : ร้านค้าภายใน โครงการ (Skate Shop) The Ramp



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

6.4 การออกแบบภายใน

การตกแต่งภายในของตัวโครงการจะมี Theme หลักที่เป็นดำ โดยต้องการบรรยากาศที่สลับ โดยจะใช้แสงไฟ เป็นตัวเน้น ตัวของสินค้าประเภทต่างๆ ที่จัดโชว์ไว้ อาทิ เช่น รองเท้า กระเป๋า เสื้อผ้า เป็นต้น และจะมีการใช้เสียงของดนตรีมากระตุ้น ให้เกิดความกระตือรือร้น

ภาพที่ 40 : การตกแต่งภายในร้านค้าโครงการ (Skate Shop) The Ramp



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 21 เมษายน 2552 จาก <http://www.extremesportsblog.com>.

6.5 การใช้วัสดุในการตกแต่งภายใน

วัสดุที่ใช้ในโครงการจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปและมีหลายประเภท แต่ที่เป็นวัสดุหลักของตัวโครงการ จะเป็นไม้อัดที่ใช้สำหรับการทำชั้นวางจัดแสดงสินค้าต่างๆ วัสดุประเภทยิบซัมบอร์ดในการผนังมีการทำสีที่แตกต่างกันออกไป ส่วนนั้นจะเป็นคอนกรีตขัดมัน และพื้นไม้ในส่วนที่มีการยก Step ของตัวโครงการ



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการสนามกีฬา-เอ็กซ์ตรีม" ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดครั้งเดียว (One-shot-study) ด้วยเครื่องมือสำหรับการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ คนเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมซึ่งเป็นคนไทย โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จากการหาข้อมูลตามเอกสารต่างๆ พบว่ามีผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมประมาณ 120,000 คนในประเทศ ผู้วิจัยจึงนำจำนวนดังกล่าวมาใช้เป็นจำนวนประชากร

กรอบตัวอย่างและขนาดของตัวอย่าง

กรอบตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ - มหานครและปริมณฑล ซึ่งเล่นหรือฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนามเอ็กซ์ตรีมอย่างน้อย 1 ครั้ง/เดือน จากข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับจำนวนประชากรที่กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการเลือกตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5%

จากสมการ

$$n = \frac{N}{1 + N(E)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร

E = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

ซึ่งสามารถแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{120,000}{1 + 120,000 (0.05)^2}$$

$$= 398.67 \text{ คน}$$

จากผลการคำนวณ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398.67 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวน 400 คน

วิธีการเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติหรือกรอบของการวิจัยไว้แล้ว แต่ไม่สามารถเลือกคุณสมบัติที่ถูกต้องและเหมาะสมของกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษาให้ตรงกับกรอบของการวิจัยได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีแนวโน้มจะเป็นเข้ามาเกี่ยวข้อง (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณของผู้ทำวิจัย (Judgment Sampling) โดยผู้วิจัยได้พิจารณาและเลือกบุคคลที่จะตอบแบบสอบถามที่มีความเหมาะสมและสามารถให้คำตอบที่น่าเชื่อถือแก่ผู้วิจัยได้

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม แบบให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยแบบสอบถามนี้ได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีมในการเล่นหรือฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีม ทักษะในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม รวมถึงข้อมูลทั่วไปในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม ระยะเวลาใน

การเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม การฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีม การหาข้อมูลสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นต้น จำนวนคำถามทั้งหมดในส่วนนี้มี 19 ข้อ

ส่วนที่ 2

คำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม คำถามในส่วนนี้จะเน้นไปทางด้านของทัศนคติและความคิดเห็นต่อสนามเอ็กซ์ตรีม ได้แก่ ราคาคุณภาพ อุปกรณ์ เป็นต้น รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ การจัดการแข่งขัน โปรแกรมสนามต่างๆ บริการเสริม เป็นต้น จำนวนคำถามทั้งหมดในส่วนนี้มี 11 ข้อ

ส่วนที่ 3

คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพทางครอบครัว อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน งานอดิเรก ที่พักอาศัย จำนวนคำถามทั้งหมดในส่วนนี้มี 8 ข้อ

รหัสคำตอบและเกณฑ์การให้คะแนน

ส่วนที่ 1

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบ Check list และคำถามแบบเปิด (Open-Ended - Questions) นั่นคือถ้าผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถเลือกคำตอบ ได้ตรงกับความต้องการ ก็สามารเพิ่มเติมคำตอบได้ตามเสรีภาพ

ส่วนที่ 2

ลักษณะของแบบสอบถามที่ต้องการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีม ใช้คำถามแบบให้นำหน้าความคิดเห็น และคำนำหน้าของแต่ละตัวเลือกเป็นดังนี้

ตารางที่ 1 : แบบสอบถามทางทัศนคติ

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมายเพื่อให้การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติสามารถกำหนดได้เป็นช่วงคะแนน โดยวิธีการแบ่งอัตรภาคชั้น (Class Interval)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงของการแปลผล} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{ระดับที่ต้องการแปลผล}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้นนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามทัศนคติทุกข้อมาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายได้ดังนี้

ตารางที่ 2 : แบบสอบถามทางทัศนคติ ค่าเฉลี่ย

ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนคำถามในส่วนของการความคิดเห็นต่อค่าใช้จ่ายและบริการต่างๆ เป็นคำถามแบบ Checklist และคำถามแบบเปิด (Open-Ended Questions) นั่นคือถ้าผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถเลือกคำตอบได้ตรงกับความต้องการ ก็สามารถเลือกคำตอบได้ตามเสรีภาพ

ส่วนคำถามด้านคุณภาพและความสามารถของอุปกรณ์ ที่เป็นการจัดอันดับความสำคัญนั้น ได้ใช้วิธีคิดแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) แล้วคำนวณออกมาในรูปของคะแนนรวมทั้งหมด โดยมีการกำหนดคะแนนดังนี้

อันดับที่ 1 มีคะแนนน้ำหนัก 6 คะแนน

อันดับที่ 2 มีคะแนนน้ำหนัก 5 คะแนน

อันดับที่ 3 มีคะแนนน้ำหนัก 4 คะแนน

อันดับที่ 4 มีคะแนนน้ำหนัก 3 คะแนน

อันดับที่ 5 มีคะแนนน้ำหนัก 2 คะแนน

อันดับที่ 6 มีคะแนนน้ำหนัก 1 คะแนน

โดยนำความถี่ของแต่ละอันดับของหัวข้อนั้นๆ คูณกับน้ำหนักแล้วจึงนำมารวมกันเป็นคะแนนถ่วงน้ำหนัก

ส่วนคำถามเรื่องการจัดกิจกรรมที่เป็นการจัดอันดับความสำคัญนั้น ได้ใช้วิธีคิดแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) แล้วคำนวณออกมาในรูปของคะแนนรวมทั้งหมด โดยมีการกำหนดคะแนนดังนี้

อันดับที่ 1 มีคะแนนน้ำหนัก 5 คะแนน

อันดับที่ 2 มีคะแนนน้ำหนัก 4 คะแนน

อันดับที่ 3 มีคะแนนน้ำหนัก 3 คะแนน

อันดับที่ 4 มีคะแนนน้ำหนัก 2 คะแนน

อันดับที่ 5 มีคะแนนน้ำหนัก 1 คะแนน

โดยนำความถี่ของแต่ละอันดับของหัวข้อนั้นๆ คูณกับน้ำหนักแล้วจึงนำมารวมกันเป็นคะแนนถ่วงน้ำหนัก

ส่วนที่ 3

คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของคำถามเป็นแบบ Check list และคำถามแบบเปิด (Open-Ended Questions) นั่นคือถ้าผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถเลือกคำตอบได้ตรงกับความต้องการ ก็สามารถเติมคำตอบได้ตามเสรีภาพ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยเริ่มต้นโดยการออกแบบสอบถามตัวอย่าง เพื่อทำการทดสอบ (Pre-test) ในการเก็บข้อมูลจากผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมจำนวน 20 ชุด หลังจากได้ผลมาแล้ว นำมาวิเคราะห์เบื้องต้น และทดสอบความน่าเชื่อถือ ว่ามีการกระจายของข้อมูลอย่างมีระบบ และได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ โดยนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นจึงเริ่มใช้แบบสอบถามชุดที่ปรับปรุงแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

วิธีการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลจากจำนวนตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง การเลือกตัวอย่างเป็นการเลือกแบบที่ไม่มีความน่าจะเป็นเข้ามาเกี่ยวข้อง (Non-Probability Sampling) ใช้วิธีการเลือกแบบ การเลือกตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณของผู้ทำวิจัย (Judgment Sampling) ส่วนในการเลือกพื้นที่เพื่อเก็บตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยพิจารณาจากพื้นที่ที่มีผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นจำนวนมาก คือ สนามกีฬา ศูนย์การค้า และสวนสาธารณะต่างๆ จากนั้นผู้วิจัยเลือกตัวแทนจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน เพื่อทำการสัมภาษณ์ Group Interview โดยได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 450 ชุด ไปในสถานที่ที่มีผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมตามสถานที่ดังต่อไปนี้

- สนามเอ็กซ์ตรีม เอสพรานาด (ถนนรัชดาภิเษก)
- ลานเอ็กซ์ตรีม สะพานพระราม 8 (ใต้สะพานพระราม 8)
- ลานเอ็กซ์ตรีม สะพานพุทธ (หน้าอนุสาวรีย์สมเด็จพระพุทธยอดฟ้า)
- สวนสาธารณะ เบญจกิติ (ข้างโรงงานยาสูบ)
- สนามเอ็กซ์ตรีม ลานคนเมือง เสาชิงช้า หน้า กทม.

ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะได้รับแบบสอบถามจากคนเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสถานที่ข้างต้น ที่ตอบกลับมายังผู้วิจัยให้มากที่สุด โดยตั้งเป้าหมายขั้นต่ำจำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแสดงค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- a. ลักษณะทางประชากร เพศ อายุ สถานะภาพทางครอบครัว อาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน โดยใช้จำนวนและค่าร้อยละ
- b. พฤติกรรมการใช้สนามเอ็กซ์ตรีมในการเล่นฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงข้อมูลทั่วไปในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้จำนวนและค่าร้อยละ
- c. ทักษะคิดต่อการเลือกใช้สนามเอ็กซ์ตรีมในด้านปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีม โดยใช้ค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบตารางไขว้ (Cross Tabulation) ผู้วิจัยได้เลือกทำการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ผู้วิจัยได้เลือกคู่ความสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจออกมานำเสนอ ได้แก่

- a. พฤติกรรมการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมกับข้อมูลในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม
- b. ข้อมูลทางประชากร อายุ รายได้ กับข้อมูลในการเล่นเอ็กซ์ตรีม
- c. ข้อมูลทางประชากรกับพฤติกรรมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม

การประมวลผลข้อมูล

ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 15 for window ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงออกมาในรูปของตารางร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประกอบอธิบายข้อมูล

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

สำหรับผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวัดกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถามไปยังสถานที่ต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 450 ชุด จากการรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับมายังผู้วิจัย นั้นปรากฏว่าได้รับจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 410 ชุด ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับกลับมาจำนวน 410 ชุดมาทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ทศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สนามเอ็กซ์ตรีมของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 4 แสดงผลการวิจัยในรูปแบบ Cross Tabulation

ตอนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 : ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	391	92.9
	หญิง	29	7.1
อายุ	11-18 ปี	243	59.3
	19-24 ปี	75	18.3
	25-35 ปี	72	17.6
	36-40 ปี	12	2.9
	ต่ำกว่า 10 ปี	4	1.0
	มากกว่า 40 ปี	4	1.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3 (ต่อ) : ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
สถานะภาพ ทาง ครอบครัว	โสด	230	56.2
	สมรสไม่มีบุตร	112	27.4
	สมรสมีบุตร	66	16.1
	หย่า	1	.2
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	322	78.7
	ค้าขาย / ธุรกิจ	52	12.7
	ส่วนตัว	18	4.4
	อาชีพอิสระ	11	2.7
	พนักงานบริษัท	4	1.0
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	2	.5
	อื่นๆ		
การศึกษา	มัธยมปลาย / ปวช. หรือเทียบเท่า	291	71.1
	ปวส. / อนุปริญญา	104	25.4
	ปริญญาตรี	8	2.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.5
รายได้ต่อ เดือน	7,500-15,001 บาท	152	37.4
	15,000-22,501 บาท	129	31.8
	22,500-30,000 บาท	61	15.0
	มากกว่า 30,000 บาท	42	10.3
	น้อยกว่า 7,500 บาท	22	5.4

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 381 คน (ร้อยละ 92.9) มากกว่าเพศหญิงซึ่งมีจำนวน 29 คน (ร้อยละ 7.1) โดยมีอายุระหว่าง 11-18 ปีมากที่สุดคือ 243 คน (ร้อยละ 59.3) รองลงมาคืออายุระหว่าง 19-24 ปี จำนวน 75 คน (ร้อยละ 18.3) อายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน

72 คน (ร้อยละ 17.6) อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 12 คน (ร้อยละ 2.9) และอายุต่ำกว่า 10 ปี มีจำนวนเท่ากับผู้ที่มียุมากกว่า 40 ปี คือจำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.0)

สถานะภาพทางครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โสด จำนวน 230 คน (ร้อยละ 56.2) สมรสไม่มีบุตร จำนวน 112 คน (ร้อยละ 27.4) สมรสมีบุตร จำนวน 66 คน (ร้อยละ 16.1) และหย่า จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.2)

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา จำนวน 322 คน (ร้อยละ 78.7) ค้าขายและธุรกิจส่วนตัว จำนวน 52 คน (ร้อยละ 12.7) อาชีพอิสระจำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.4) พนักงานบริษัท จำนวน 11 คน (ร้อยละ 2.7) ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.0) และ อื่นๆ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.5) โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 7,500 - 15,001 บาท ต่อ เดือน จำนวน 152 คน (ร้อยละ 37.4) รายได้ 15,000-22,501 บาท จำนวน 129 คน (ร้อยละ 31.8) รายได้ 22,500 -30,000 บาท จำนวน 61 คน (ร้อยละ 15.0) รายได้มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 42 คน (ร้อยละ 10.3) และรายได้ต่ำกว่า 7,500 บาท จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.4) โดยส่วนมากมีวุฒิการศึกษา คือ มัธยมศึกษา และ ปวช. หรือเทียบเท่า จำนวน 291 คน (ร้อยละ 71.1) สูงกว่าปวส. และอนุปริญญา จำนวน 104 คน (ร้อยละ 25.4) ปริญญาตรี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.0) และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.5) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 : กิจกรรมที่ทำนอกเหนือจากการทำงานและการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

			จำนวน	ร้อยละ
กิจกรรมที่ทำ	ท่องเที่ยว		292	28.1
บ่อยที่สุด	ดูหนัง		260	25.0
นอกเหนือ จาก	อ่านหนังสือ		238	22.9
ทำงานและเล่น	เล่นกีฬาอื่นๆ		94	9.0
กีฬาเอ็กซ์ตรีม	เล่นอินเทอร์เน็ต		86	8.3
	ฟังเพลง		60	5.8
	อื่นๆ		9	0.9
	Shopping		2	0.5
	ทำงาน		1	0.2
	เล่นดนตรี		1	0.2
	นวดตัว		1	0.2
	นัดเพื่อนทานข้าว		1	0.2
	ซ้อมดนตรี		1	0.2
	ฟิตเนส		1	0.2
	เล่นเกมส์		1	0.2
	อยู่บ้าน		1	0.2

จากตารางข้างบนสามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำบ่อยที่สุด นอกเหนือจากการทำงานและเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมแล้ว คือ ท่องเที่ยว ร้อยละ 28.1 ตามด้วย ดูหนัง ร้อยละ 25.0, อ่านหนังสือ ร้อยละ 22.9, เล่นกีฬาอื่นๆ ร้อยละ 9.0, เล่นอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 8.3, ฟังเพลง ร้อยละ 5.8 และ อื่นๆ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 : ที่พักอาศัยปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

			จำนวน	ร้อยละ
ที่พักอาศัย ปัจจุบัน	กรุงเทพฯ		391	95.8
	อื่นๆ	นนทบุรี	17	4.2
		ระยอง	5	1.2
		ชลบุรี	3	0.7
		พิษณุโลก	2	0.5
		สมุทรปราการ	2	0.5
		กำแพงเพชร	1	0.2
		ปราจีนบุรี	1	0.2

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีที่พักอาศัยในปัจจุบันอยู่ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 391 คน (ร้อยละ 95.8) และจังหวัดอื่นๆ จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.2)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 6 : ข้อมูลการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

			จำนวน	ร้อยละ
การเล่นกีฬา	1-2 ครั้ง		237	57.8
เอ็กซ์ตรีมใน	3-4 ครั้ง		120	29.3
สนามเอ็กซ์ตรีม	5-6 ครั้ง		31	7.6
เฉลี่ยต่อเดือน	มากกว่า 6 ครั้ง		22	5.4

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6 (ต่อ) : ข้อมูลการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

			จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม	เป็นกีฬาที่ชอบ		283	42.3
	เป็นประโยชน์		187	28.0
	ต่อร่างกาย		139	20.8
	เล่นตามเพื่อน		51	7.6
	เล่นตามกระแส		9	1.3
	อื่นๆ	ได้เพื่อน	1	0.2
		ออกกำลังกาย	4	0.9
	เป็นอาชีพ	1	0.2	
วันที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นประจำ	วันหยุดเสาร์-อาทิตย์		361	84.0
	วันธรรมดา		52	12.1
	วันหยุดคนจัด		17	4.0
	ฤกษ์			
ช่วงเวลาที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นประจำ	หลัง 15.01 น		219	52.4
	12.01-15.00 น.		107	25.6
	ก่อน 8.00 น		69	16.5
	8.01-12.00 น.		23	5.5

จากตารางข้างบนสามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 237 คน (ร้อยละ 57.8), เดือนละ 3-4 ครั้ง จำนวน 120 คน (ร้อยละ 29.3), เดือนละ 4-5 ครั้ง จำนวน 31 คน (ร้อยละ 7.6) และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.4)

โดยส่วนใหญ่แล้วเหตุผลที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม คือ เป็นกีฬาที่ชอบ ร้อยละ 42.3, เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ร้อยละ 28.0, เล่นตามเพื่อน ร้อยละ 20.8, เล่นตามกระแส ร้อยละ 7.6 และ อื่นๆ ร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นประจำในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 361 คน (ร้อยละ 84.0) รองลงมาคือ วันธรรมดา จำนวน 52 คน (ร้อยละ 12.1) และเล่นในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.0)

ส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถามจะเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นประจำในช่วงหลัง 15.01 น. จำนวน 219 คน (ร้อยละ 52.4) , ช่วง 12.01-15.00 น. จำนวน 10.7 คน (ร้อยละ 25.6) , ช่วงก่อน 8.00 น. จำนวน 69 คน (ร้อยละ 16.5) และช่วง 8.01-12.00 น. จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.5) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 : พฤติกรรมการเลือกสนามเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านมีสนามเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำหรือไม่	ไม่มีสนามประจำ เปลี่ยนสนามไปเรื่อยๆ	285	69.5
	มีสนามเล่นประจำเล่น	125	30.5

จากพฤติกรรมการเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่มีสนามประจำ (เปลี่ยนสนามไปเรื่อยๆ) จำนวน 285 คน (ร้อยละ 69.5) และมีสนามประจำ จำนวน 125 (ร้อยละ 30.5)

ตารางที่ 8 : เหตุผลที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่สนามประจำ

		จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่สนามประจำ	เป็นสมาชิกด้วยตนเองหรือมีเพื่อนเป็นสมาชิก	96	26.2
	มีก๊วนประจำเล่นที่สนามนี้	86	23.5
	การเดินทางไปสนามสะดวก	55	15.0
	ใกล้กับที่พักอาศัย	27	7.4
	มีอุปกรณ์สนามที่ดี	26	7.1
	ราคาค่าเช่าสนามถูก	17	4.6
	สนามท้าทายความสามารถ เล่นสนุก	16	4.4
	ชอบบรรยากาศสถานที่ตั้งของสนาม	15	4.1
	สิ่งอำนวยความสะดวก	13	3.6
	มีผู้ช่วยแนะนำเทคนิค	7	1.9
	สนามมีชื่อเสียง	4	1.1
	เข้าร่วมการแข่งขันที่สนามนี้ประจำ	2	0.5
	มีบริการเสริม เช่น ร้านเสื้อผ้า	2	0.5
	อุปกรณ์อื่นๆ		

ส่วนใหญ่แล้วเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสนามประจำเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่สนามประจำ คือ เป็นสมาชิกด้วยตนเองหรือมีเพื่อนเป็นสมาชิก ร้อยละ 26.2 มากที่สุด รองลงมาคือมีก๊วนประจำเล่นที่สนามนี้ ร้อยละ 23.5 , การเดินทางไปสนามสะดวก ใกล้กับที่พักอาศัย ร้อยละ 15 , มีอุปกรณ์สนามที่ดี ร้อยละ 7.4 , ราคาค่าเช่าสนามถูก ร้อยละ 4.6 , สนามท้าทายความสามารถ เล่นสนุก ร้อยละ 4.1 , ชอบบรรยากาศสถานที่ตั้งของสนาม ร้อยละ 1.9 , สิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 0.5 , มีผู้ช่วยแนะนำเทคนิค ร้อยละ 0.5 , สนามมีชื่อเสียง ร้อยละ 0.5 , เข้าร่วมการแข่งขันที่สนามนี้ประจำ ร้อยละ 0.5 , มีบริการเสริม เช่น ร้านเสื้อผ้า ร้อยละ 0.5 , อุปกรณ์อื่นๆ ร้อยละ 0.5

15 , มีผู้ช่วยแนะนำเทคนิค ร้อยละ 13 , สนามมีชื่อเสียง ร้อยละ 7 , เข้าร่วมการแข่งขันที่สนามเป็นประจำ ร้อยละ 4 , มีบริการเสริม เช่น ร้านเสื้อผ้า อุปกรณ์ ร้อยละ 2 และ อื่นๆ ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 : สถานที่ตั้งของสนามที่เล่นเป็นประจำ

			จำนวน	ร้อยละ
สนามที่ท่านเล่นเป็นประจำตั้งอยู่ที่ใด	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	โซนพระราม 8	115	90.6
		(ตะวันตก/ใต้)	61	54.0
		โซนรามอินทรา	28	24.8
		โซนบางนา	14	12.4
		(ตะวันออก)	10	8.8
			8	6.3
	ต่างจังหวัด	โซนวิภาวดี (เหนือ)	6	37.5
			5	31.3
		ภาคตะวันออก	4	25.0
		ภาคกลาง	1	6.3
		ภาคเหนือ	4	3.1
		ภาคใต้		
ตอบผิด (เลือกมากกว่า 1 ข้อ)				

ส่วนมากแล้วสนามเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 90.6 และ ต่างจังหวัด ร้อยละ 6.3 ส่วนใหญ่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล สนามที่เล่นประจำตั้งอยู่ที่ โซนพระราม 8 (ตะวันตก/ใต้) ร้อยละ 54.0 , โซนรามอินทรา ร้อยละ 24.8 , โซนบางนา (ตะวันออก) ร้อยละ 12.4 และ โซนวิภาวดี (เหนือ) ร้อยละ 8.8 และ ต่างจังหวัดสนามที่เล่นประจำตั้งอยู่ที่ภาคตะวันออก ร้อยละ 37.5 , ภาคกลาง ร้อยละ 31.3 , ภาคเหนือ ร้อยละ 25.0 และ ภาคใต้ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามผิดจากคำถาม คือเลือกมากกว่า 1 ข้อ จำนวน 4 คน

ตารางที่ 10 : เหตุผลที่ไม่มีสนามที่เล่นเป็นประจำ

		จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ท่านไม่มีสนาม ประจำ เปลี่ยนไปเรื่อยๆ	ตามกลุ่มเพื่อนที่เล่น	248	34.2
	ไม่มีสมาชิกสนามเอ็กซ์ตรีมใดเลย	193	26.6
	ค่าใช้จ่ายเดินทางสนามไหนถูกก็ไป	191	26.3
	ไม่ชอบซ้ำซาก เปลี่ยนสนามเพราะ	79	10.9
	ทำทายความสามารถ	13	1.8
	เข้าร่วมการแข่งขันตามสนามต่างๆ อื่นๆ	1	0.1

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีสนามที่เล่นเอ็กซ์ตรีมเป็นประจำ คือ ตามกลุ่มเพื่อนที่เล่น ร้อยละ 34.2 , ไม่มีสมาชิกสนามเอ็กซ์ตรีมใดเลย ร้อยละ 26.2 , ค่าใช้จ่ายเดินทางสนามไหนถูกก็ไป ร้อยละ 26.3 , ไม่ชอบซ้ำซาก เปลี่ยนสนามเพราะทำทายความสามารถ ร้อยละ 10.9 , เข้าร่วมการแข่งขันตามสนามต่างๆ ร้อยละ 1.8 และอื่นๆ ร้อยละ 0.1

ตารางที่ 11 : การเดินทางไปสนามเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านเดินทางไปสนาม เอ็กซ์ตรีมโดยวิธีใด	ไปกับคนในก๊วน/เพื่อน	367	89.7
	รถประจำทางสาธารณะ	22	5.4
	ขับรถไปเอง	20	4.9

หมายเหตุ : มีผู้ไม่ตอบ 1 คน

ส่วนมากผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปสนามเอ็กซ์ตรีม โดย ไปกับคนในก๊วน/เพื่อน จำนวน 367 คน (ร้อยละ 89.7), รถประจำทางสาธารณะ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.4) และขับรถไปเอง จำนวน 20 คน (ร้อยละ 4.9)

ตารางที่ 12 : ค่าใช้จ่ายในการเล่นเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่	1,501-2,000 บาท	158	37.9
ท่านใช้ในการเล่น	2,001-2,500 บาท	117	28.1
กีฬาเอ็กซ์ตรีม ต่อ	1,001-1,500 บาท	73	17.5
เดือน	ต่ำกว่า 1,000 บาท	44	10.6
	2,501-3,000 บาท	21	5.0
	มากกว่า 3,000 บาท	4	1.0
โดยปกติท่านเสีย	เสียค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด	386	93.0
ค่าใช้จ่ายในการเล่น	ครอบครัวเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้	19	4.6
กีฬาเอ็กซ์ตรีมโดย	ทั้งหมด	7	1.7
	สมาคมเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด	4	0.9
	อื่นๆ		

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากแล้วมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ใช้ในสนามเอ็กซ์ตรีม อยู่ที่ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 37.9, รองลงมาคือ 2,001-2,500 บาท ร้อยละ 28.1, 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 17.5, ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 10.6, 2,501-3,000 บาท ร้อยละ 5.0 และมากกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามเสียค่าใช้จ่ายในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเองทั้งหมด ร้อยละ 93.0 , ครอบครัวเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด ร้อยละ 4.6, สมาคมเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด ร้อยละ 1.7 และ อื่นๆ ร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 : ข้อมูลการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมานานเท่าใด	1-5 ปี	161	39.3
	6-10 ปี	154	37.6
	มากกว่า 10 ปี	68	16.6
	น้อยกว่า 1 ปี	27	6.6
ท่านเริ่มเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมจากวิธีใด	เพื่อนสอน	158	36.2
	ศึกษาด้วยตนเอง (จากหนังสือ วีดีโอ)	133	30.5
	คนในครอบครัวสอน	106	24.3
	เรียนจากมืออาชีพ	37	8.5
	อื่นๆ	2	0.5

จากตารางข้างบนสามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมาแล้ว 1-5 ปี จำนวน 161 คน (ร้อยละ 39.3), เล่นมา 6-10 ปี จำนวน 154 คน (ร้อยละ 37.6), เล่นมากกว่ากว่า 10 ปี จำนวน 68 คน (ร้อยละ 16.6) และเล่นน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 27 คน (ร้อยละ 6.6) ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มักเริ่มต้นอย่างเริ่มเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมจาก เพื่อนสอน จำนวน 158 คน (ร้อยละ 36.2), ศึกษาด้วยตนเอง (จากหนังสือ วีดีโอ) จำนวน 133 คน (ร้อยละ 30.5), คนในครอบครัวสอน จำนวน 106 คน (ร้อยละ 24.3), เรียนจากมืออาชีพ จำนวน 37 คน (ร้อยละ 8.5) และ อื่นๆ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.5)

ตารางที่ 14 : ข้อมูลการฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนามเอ็กซ์ตรีมกี่ครั้งต่อเดือน	6-10 ครั้ง	231	56.8
	1-5 ครั้ง	151	37.1
	11-15 ครั้ง	15	3.7
	มากกว่า 15 ครั้ง	10	2.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 14 (ต่อ) : ข้อมูลการฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนาม (โดยประมาณ)	2 ชั่วโมง	294	72.4
	1 ชั่วโมง	61	15.0
	3 ชั่วโมง	38	9.4
	มากกว่า 3 ชั่วโมง	13	3.2

ส่วนมากกลุ่มตัวอย่าง ฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนาม 6-10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 231 คน (ร้อยละ 56.8), ซ้อม 1-5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 151 คน (ร้อยละ 37.1) , ซ้อม 11-15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 15 คน (ร้อยละ 3.7) และ ซ้อมมากกว่า 15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5)

ส่วนมากแล้วระยะเวลาในการฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนามใช้เวลา 2 ชั่วโมง จำนวน 294 คน (ร้อยละ 72.4) , ซ้อม 1 ชั่วโมง จำนวน 61 คน (ร้อยละ 15.0) , ซ้อม 3 ชั่วโมง จำนวน 38 คน (ร้อยละ 9.4) และ ซ้อมมากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.2) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 : การได้รับข้อมูลสนามเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านเคยได้รับข้อมูลสนามเอ็กซ์ตรีมจากสื่อใด	เพื่อนแนะนำ	284	28.8
	อินเทอร์เน็ต	214	21.7
	โทรทัศน์	175	17.7
	นิตยสาร	141	14.3
	วิทยุ	138	14.0
	หนังสือพิมพ์	13	1.3
	อื่นๆ	21	2.1
	คนรู้จักแนะนำ	13	1.3
	ใบปลิว	3	0.6
แผ่นพับโฆษณา	2	0.4	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 15 (ต่อ) : การได้รับข้อมูลสนามเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านเข้าชมเว็บไซต์เกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมหรือสนามเอ็กซ์ตรีมหรือไม่	-ดูเว็บไซต์ต่างๆ ไปเกี่ยวกับสนามเอ็กซ์ตรีม (เช่น อันดับสนาม, แผนที่สนาม)	212	34.4
	-ดูเว็บไซต์เกี่ยวกับอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม (ซื้อ, ขาย, แลกเปลี่ยน, แนะนำอุปกรณ์)	111	18.0
	-ดูเว็บไซต์ข่าวเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม (เช่น อันดับนักกีฬาเอ็กซ์ตรีม, ตารางการแข่งขัน, ผลการแข่งขัน)	106	17.2
	-ดูเว็บไซต์ของสมาคมเอ็กซ์ตรีม หรือองค์กรเอ็กซ์ตรีมที่เป็นสมาชิกอยู่	85	13.8
	-ดูเว็บไซต์ของสนามเอ็กซ์ตรีมที่จะไปเล่น	65	10.6
	-ไม่เคยดูเว็บไซต์เกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม	37	6.0

จากข้อมูลการได้รับข้อมูลสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่แล้วเคยได้รับข้อมูลสนามเอ็กซ์ตรีมจากเพื่อนแนะนำ ร้อยละ 28.8, อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 21.7, โทรทัศน์ ร้อยละ 17.7, นิตยสาร ร้อยละ 14.3, วิทยุ ร้อยละ 14.0, หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 1.3 และ อื่นๆ ร้อยละ 2.1

โดยส่วนมากดูเว็บไซต์ต่างๆ ไปเกี่ยวกับสนามเอ็กซ์ตรีม (เช่น อันดับสนาม, แผนที่สนาม) ร้อยละ 34.4, ดูเว็บไซต์เกี่ยวกับอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม (ซื้อ, ขาย, แลกเปลี่ยน, แนะนำอุปกรณ์) ร้อยละ 18.0, ดูเว็บไซต์ข่าวเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม (เช่น อันดับนักกีฬาเอ็กซ์ตรีม, ตารางการแข่งขัน, ผลการแข่งขัน) ร้อยละ 17.2, ดูเว็บไซต์ของสมาคมเอ็กซ์ตรีม หรือองค์กรเอ็กซ์ตรีมที่เป็นสมาชิกอยู่ ร้อยละ 13.8, ดูเว็บไซต์ของสนามเอ็กซ์ตรีมที่จะไปเล่น ร้อยละ 10.6 และ ไม่เคยดูเว็บไซต์เกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม ร้อยละ 6.0

ตอนที่ 3 ทศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสปาเอ็กซ์ตรีมของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 16 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสปาเอ็กซ์ตรีม

	N	Mean	Std. Deviation	ลำดับ
ราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	407	4.4816	0.83579	1
การเดินทางไปที่สนามสะดวก	404	4.0743	0.80595	2
มี Promotion หรือ Package ขาย	405	3.5704	0.66609	3
บรรยากาศความสวยงามของสนาม	406	3.3966	0.68341	4
ความยากง่าย ความท้าทาย ของสนาม	406	3.3547	0.70084	5
อุปกรณ์ในสนามเอ็กซ์ตรีม	405	3.2420	0.70410	6
มีคนแนะนำหรืออ่านจากหนังสือ	405	3.1901	0.76164	7
ความสามารถและอรรถาศัยของรุ่นพี่	404	3.1559	0.73747	8
ชื่อเสียงของสนาม / รางวัลที่สนามได้รับ	406	3.0887	0.80248	9
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้น้ำดื่ม, locker room	406	2.9828	0.66086	10
เป็นสนามที่มีสมาชิก	403	2.7990	1.23659	11
มีการจัดการแข่งขัน	405	2.3951	0.75582	12
มีบริการเสริม เช่น ขายเสื้อผ้า, อุปกรณ์, นวดตัว	405	2.3210	0.78076	13

จากตารางข้างบนสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยในการเลือกสปาเอ็กซ์ตรีมของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีมมากที่สุด คือ “ราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทาง” เป็นอันดับแรก โดยค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.4816 ซึ่งเข้าใกล้ “5= เห็นด้วยมากที่สุด” ตามด้วย “การเดินทางไปที่สนามสะดวก” เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีม เป็นอันดับสอง โดยค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.0743 ซึ่งเข้าใกล้ “5= เห็นด้วยมากที่สุด” และ “มี Promotion หรือ Package ขาย” เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นอันดับสาม โดยค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.5704 ซึ่งเข้าใกล้ “5= เห็นด้วยมากที่สุด” ส่วน ปัจจัยในการเลือกสปาเอ็กซ์ตรีมที่เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ “มีบริการเสริม เช่น ขายเสื้อผ้า, อุปกรณ์, นวดตัว” โดยค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.3210 ซึ่งเข้าใกล้ “1= เห็นด้วยน้อยที่สุด”

ตารางที่ 17 : ทศนคติต่อค่าใช้จ่ายในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าราคาค่าเช่าบริการสนามเอ็กซ์ตรีมที่เหมาะสมควรอยู่ในระดับใด (ไม่รวมค่าเดินทาง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ)	500-1,000 บาท	207	50.9
	1,001-1,500 บาท	178	43.7
	1,501-2,000 บาท	10	2.5
	ต่ำกว่า 500 บาท	7	1.7
	2,001-2,500 บาท	5	1.2
ท่านคิดว่า ค่าใช้จ่ายทั้งหมด (รวมค่าเดินทาง และอื่นๆ) ที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่อเดือนคือเท่าไร	1,501-2,000 บาท	196	48.2
	1,001-1,500 บาท	133	32.7
	2,001-2,500 บาท	56	13.8
	2,501-3,000 บาท	12	2.9
	ต่ำกว่า 1,000 บาท	10	2.5

ทศนคติต่อค่าใช้จ่ายในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคิดว่าราคาค่าเช่าบริการสนามเอ็กซ์ตรีมที่เหมาะสมควรอยู่ในระดับใด 500-1,000 บาท จำนวน 207 คน (ร้อยละ 50.9), ระดับ 1,001-1,500 บาท จำนวน 178 คน (ร้อยละ 43.7), ระดับ 1,501-2,000 บาท จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5) , ระดับต่ำกว่า 500 จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.7) และระดับ 2,001-2,500 บาท จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.2) ส่วนมากแล้วคิดว่า ค่าใช้จ่ายทั้งหมด (รวมค่าเดินทาง และอื่นๆ) ที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่อเดือนคือระดับ 1,501-2,000 บาท จำนวน 196 คน (ร้อยละ 48.2) , ระดับ 1,001-1,500 บาท จำนวน 133 คน (ร้อยละ 32.7), ระดับ 2,001-2,500 บาท จำนวน 56 คน (ร้อยละ 13.8) , ระดับ 2,501-3,000 บาท จำนวน 12 คน (ร้อยละ 2.9) และระดับต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5)

โดยส่วนมากกลุ่มตัวอย่างคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรคิดค่าเช่าบริการสนาม ร่วมกับ ค่าอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม ร้อยละ 72.6, ค่าประกันอุบัติเหตุ ร้อยละ 15.6, ค่าทีมที่ปรึกษาทางเทคนิค ร้อยละ 5.8 , ค่าเครื่องดื่มในสนาม ร้อยละ 3.6 และ อื่นๆ ร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 : ทัศนคติต่อค่าเช่าบริการกับบริการของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	ค่าอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม	363	72.6
ควรคิดค่าเช่าบริการร่วมกับ	ค่าประกันอุบัติเหตุ	78	15.6
ค่าบริการใดต่อไปนี้	ค่าทีมที่ปรึกษาทางเทคนิค	29	5.8
	ค่าเครื่องดื่มน้ำในสนาม	18	3.6
	อื่นๆ	12	2.4

ตารางที่ 19 : ทัศนคติต่อโปรโมชั่นส่วนลดค่าเช่าบริการสนามเอ็กซ์ตรีมที่น่าสนใจมากที่สุด

		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ท่านคิดว่าโปรโมชั่น	-โปรโมชั่นส่วนลดค่าเช่า	1735	28.4	1
ส่วนลดค่าเช่าบริการ	บริการสนามในวันธรรมดา			
สนามเอ็กซ์ตรีมใด	หรือเวลาบ่าย	1154	18.9	2
ที่น่าสนใจมากที่สุด	-โปรโมชั่นส่วนลด จากการ			
	ซื้อคูปองของสนามเอ็กซ์ตรีม	1112	18.2	3
	เช่น คูปองค่าเช่าบริการ			
	สนามแบบ 10 วันในราคา	1053	17.3	4
	พิเศษ			
	-โปรโมชั่นจาก Package เช่น	1047	17.2	5
	ค่าเช่าสนามรวมทั้งที่พักและ			
	อาหารในราคาพิเศษ			
	-โปรโมชั่นส่วนลด จาก			
	สนามเอ็กซ์ตรีม เช่น ซื้อ			
	คูปองจากสนามได้รับคูปอง			
	ส่วนลดในร้านเสื้อผ้า			
	อุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม			
	-โปรโมชั่นส่วนลดค่าเช่า			
	บริการสนามจากบัตรเครดิต			

จากตารางข้างบน สามารถสรุปทัศนคติต่อโปรแกรมชั้นส่วนลดค่าเช่าบริการสนามเอ็กซ์ตรีมของผู้ตอบแบบสอบถามได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วโปรแกรมชั้นส่วนลดค่าเช่าบริการสนามในวันธรรมดาหรือเวลาบ่าย มีความน่าสนใจมากที่สุด ร้อยละ 28.4 (ลำดับที่1) ตามด้วยโปรแกรมชั้นส่วนลดจากการซื้อคูปองของสนามเอ็กซ์ตรีม เช่น คูปองค่าเช่าบริการสนามแบบ 10 วันในราคาพิเศษ ร้อยละ 18.9 (ลำดับที่ 2, โปรแกรมชั้นจาก Package เช่น ค่าเช่าสนามรวมทั้งที่พักและอาหารในราคาพิเศษร้อยละ 18.2 (ลำดับที่ 3), โปรแกรมชั้นส่วนลดจากสนามเอ็กซ์ตรีม เช่น ซื้อคูปองจากสนามได้รับคูปองส่วนลดในร้านเสื้อผ้า อุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม ร้อยละ 17.3 (ลำดับที่ 4) และ โปรแกรมชั้นส่วนลดค่าเช่าบริการสนามจากบัตรเครดิต ร้อยละ 17.2 (ลำดับที่ 5)

ตารางที่ 20 : ทัศนคติต่อระยะเวลาในการเดินทางไปสนามเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าถ้าระยะเวลาที่เหมาะสมในการเดินทาง	ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	209	51.2
จากที่พักของท่านถึงสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมคือ	1-2 ชั่วโมง	199	48.8

ส่วนมากแล้วผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าระยะเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางจากที่พักมาถึงสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมคือ ใช้เวลาต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 51.2 และ ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 48.8

ตารางที่ 21 : ทัศนคติต่อที่ตั้งของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าถ้ามีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมใหม่	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	229	54.9
น่าจะตั้งอยู่ในภาคใดที่ท่านสนใจมากที่สุด	ภาคกลาง	124	29.7
	ภาคตะวันออก	31	7.4
	ภาคตะวันตก	13	3.1
	ภาคเหนือ	10	2.4
	ภาคใต้	10	2.4

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยส่วนใหญ่แล้วคิดว่าถ้ามีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมใหม่ ควรจะตั้งอยู่ใน เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 54.9, ภาคกลาง ร้อยละ 29.7, ภาคตะวันออก ร้อยละ 7.3, ภาคตะวันตก ร้อยละ 3.1 และ ภาคเหนือ และภาคใต้ ร้อยละ 2.4 เท่ากัน

ตารางที่ 22: ทักษะคิดต่อการจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมของสนามเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าสนามเอ็กซ์ตรีมควรมีการจัดการแข่งขัน (สำหรับนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมทั่วไปที่ไม่ใช่โปร) มากน้อยแค่ไหน	1 ครั้งต่อเดือน	182	44.9
	2 ครั้งต่อเดือน	149	36.8
	3 ครั้งต่อเดือน	62	15.3
	มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	7	1.7
	ไม่เห็นด้วยกับการจัดการแข่งขัน	5	1.2

จากตารางข้างบนสามารถสรุปทักษะคิดต่อการจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคิดว่าสนามเอ็กซ์ตรีมควรมีการจัดการแข่งขัน (สำหรับนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมทั่วไปที่ไม่ใช่โปร) 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 182 คน (ร้อยละ 44.9), 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 149 คน (ร้อยละ 36.8), 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 62 คน (ร้อยละ 15.3), มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 7 คน ร้อยละ 1.7 และ ไม่เห็นด้วยกับการจัดการแข่งขัน จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.2)

ตารางที่ 23 : ทักษะคิดต่อความสามารถของพนักงานภายในสนามเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ท่านคิดว่าความสามารถของพนักงานภายในสนามเอ็กซ์ตรีมด้านใดที่สำคัญที่สุด	-สามารถอธิบายเทคนิคทำทางในกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง	2074	24.2	1
	-บอกเทคนิคทำทางของท่านได้อย่างถูกต้อง (เมื่อแสดงไปแล้ว)	1863	21.8	2
	-แนะนำและวางแผนในการเล่นได้อย่างดี	1798	21.0	2
	1155	13.5	4	
	-ดูแลและซ่อมแซมอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีมได้เป็นอย่างดี	1088	12.7	5
	-แนะนำหรือแก้ไขเทคนิคในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของท่าน	584	6.8	6
-มีอัธยาศัยดี คุยสนุก				

จากทัศนคติต่อความสามารถของพนักงานภายในสนามเอ็กซ์ตรีม ของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคิดว่าความสามารถของพนักงานด้านความสามารถอธิบายเทคนิคท่าทาง ในกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง มีความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ24.2 (ลำดับที่ 1) ตามด้วยการบอกเทคนิคท่าทางของท่าน ได้อย่างถูกต้อง (เมื่อแสดงไปแล้ว) ร้อยละ21.8 (ลำดับที่ 2), แนะนำและวางแผนในการเล่นได้อย่างดี ร้อยละ21.0 (ลำดับที่ 3), การดูแลและซ่อมแซมอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม ได้เป็นอย่างดี ร้อยละ13.5 (ลำดับที่ 4), แนะนำหรือแก้ไขเทคนิค ในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม ของท่าน ร้อยละ12.7 (ลำดับที่ 5) และ มีอัธยาศัยดี คุยสนุก ร้อยละ6.8 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 24 : ทัศนคติต่อ Facilities ของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าสนาม	มีฟิตเนส	318	37.6
กีฬาเอ็กซ์ตรีมควรมี	มีสระว่ายน้ำ	136	16.1
Facilities ใด	มี Locker room ที่กว้างขวาง	128	15.1
ต่อไปนี้	มีส่วนอาบน้ำและห้องแต่งตัว	82	9.7
	มีห้องอาหารและเครื่องดื่ม	75	8.9
	มีโรงแรมหรือห้องพัก	52	6.1
	มีห้องสปาและซาวน่า	47	5.6
	อื่นๆ	8	0.9
	มีร้านเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	0.5
	มีอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีมขาย	3	0.7
	มีบริการนวด	1	0.2

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนมากแล้วคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรมี Facilities คือ มีฟิตเนส ร้อยละ37.6, มีสระว่ายน้ำ ร้อยละ16.1, มี Locker room ที่กว้างขวาง ร้อยละ15.1, มีส่วนอาบน้ำและห้องแต่งตัว ร้อยละ9.7, มีห้องอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ8.9, มีโรงแรมหรือห้องพัก ร้อยละ6.1, มีห้องสปาและซาวน่า ร้อยละ5.6 และ อื่นๆ เช่น มีร้านเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ร้อยละ0.5, มีอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีมขาย ร้อยละ0.7 และ มีบริการนวด ร้อยละ0.2

ตารางที่ 25 : ทัศนคติต่อบริการอื่นๆ ของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม

		จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรมีบริการเสริมใด	บริการทำความสะอาดอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม	271	40.2
	บริการซ่อมบำรุงอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม	164	24.3
	บริการนวดเท้า	124	18.4
	บริการนวดแผนโบราณ (นวดตัว)	108	16.0
	อื่นๆ	7	1.0

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบริการอื่นๆ (บริการเสริม) ของสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมส่วนมากแล้วคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรมีบริการเสริม คือ บริการทำความสะอาดอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม ร้อยละ40.2, บริการซ่อมบำรุงอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม ร้อยละ24.3, บริการนวดเท้า ร้อยละ 18.4, บริการนวดแผนโบราณ (นวดตัว) ร้อยละ16.0 และ บริการอื่นๆ ร้อยละ1.0

ตอนที่ 4 แสดงผลการวิจัยในรูปแบบ Cross Tabulation

ตารางที่ 26 : การเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือนและมีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่เล่นประจำหรือไม่

		ท่านมีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำหรือไม่		Total	
		ประจำ	ไม่ประจำ		
ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง	1-2 ครั้ง	Count	54	183	237
		% of Total	13.2 %	44.6 %	57.8 %
	3-4 ครั้ง	Count	34	86	120
		% of Total	8.3 %	21.0 %	29.3 %
	4-5 ครั้ง	Count	22	9	31
		% of Total	5.4 %	2.2 %	7.6 %
	มากกว่า 5 ครั้ง	Count	15	7	22
	% of Total	3.7 %	1.7 %	5.4 %	
Total		Count	125	285	410
		% of Total	30.5 %	69.5 %	100.0 %

จากตารางข้างบน เมื่อนำการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน มาทำการ Cross Tabulation กับพฤติกรรมการเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม สามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคนที่มิสนามเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำ จะมีการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 13.2 ส่วนคนที่มิสนามเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำ จะมีการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 44.6

ตารางที่ 27 : ระยะเวลาในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม และ มิสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่เล่นประจำหรือไม่

			ท่านมิสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำหรือไม่		Total
			มิสนามประจำ	มิมิสนามประจำ	
ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมานานเท่าใด	น้อยกว่า 1 ปี	Count	5	22	27
		% of Total	1.2 %	5.4 %	6.6 %
	1-5 ปี	Count	42	119	161
		% of Total	10.2 %	29.0 %	39.3 %
	6-10 ปี	Count	41	113	154
		% of Total	10.0 %	27.6 %	37.6 %
	มากกว่า 10 ปี	Count	37	31	68
		% of Total	9.0 %	7.6 %	16.6 %
Total		Count	125	285	410
		% of Total	30.5 %	69.5 %	100.0 %

จากตารางข้างบนแสดงให้เห็นว่า เมื่อนำ ระยะเวลาในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม มาทำ Cross Tabulation กับ พฤติกรรมการเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม สามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคนที่มิสนามเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำ จะมีการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 10.2 ส่วนคนที่มิมิสนามเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำ จะมีการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 29.0

ตารางที่ 28 : การเล่นเกมกีฬาอีสต์ริมเฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการเล่นกีฬาอีสต์ริม

			ท่านเล่นเกมกีฬาอีสต์ริมมานานเท่าใด				Total
			น้อยกว่า 1ปี	1-5 ปี	6-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
ท่านเล่นเกมกีฬาอีสต์ริมเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง	1-2 ครั้ง	Count	21	105	78	33	237
		% of Total	5.1 %	25.6 %	19.0 %	8.0 %	57.8 %
	3-4 ครั้ง	Count	3	36	64	17	120
		% of Total	0.7 %	8.8 %	15.6 %	4.1 %	29.3 %
	4-5 ครั้ง	Count	2	12	10	7	31
		% of Total	0.5 %	2.9 %	2.4 %	1.7 %	7.6 %
	มากกว่า 5 ครั้ง	Count	1	8	2	11	22
	% of Total	0.2 %	2.0 %	5 %	2.7 %	5.4 %	
Total		Count	27	161	154	68	410
		% of Total	6.6 %	39.3 %	37.6 %	16.6 %	100.0 %

จากตารางข้างบน เมื่อนำข้อมูลการเล่นกีฬาอีสต์ริมเฉลี่ยต่อเดือน มาทำ Cross Tabulation กับ ระยะเวลาในการเล่นกีฬาอีสต์ริมของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้ว คนที่เล่นกีฬาอีสต์ริม น้อยกว่า 1 ปี จะเล่นอีสต์ริมเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.1 คนที่เล่นกีฬาอีสต์ริม 1-5 ปี จะเล่นอีสต์ริมเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.6 ส่วนคนที่เล่นกีฬาอีสต์ริม 6-10 ปี จะเล่นอีสต์ริมเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 19.0 และ คนที่เล่นกีฬาอีสต์ริม มากกว่า 10 ปี จะเล่นอีสต์ริมเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 29 : ระยะเวลาในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมและการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน

			ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง				Total
			1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมานานเท่าใด	น้อยกว่า 1 ปี	Count	21	3	2	1	27
		% of Total	5.1 %	0.7 %	0.5 %	0.2 %	6.6 %
	1-5 ปี	Count	105	36	12	8	161
		% of Total	25.6 %	8.8 %	2.9 %	2.0 %	39.3 %
	6-10 ปี	Count	78	64	10	2	154
		% of Total	19.0 %	15.6 %	2.4 %	0.5 %	37.6 %
	มากกว่า 10 ปี	Count	33	17	7	11	68
	% of Total	8.0 %	4.1 %	1.7 %	2.7 %	16.6 %	
Total		Count	237	120	31	22	410
		% of Total	57.8 %	29.3 %	7.6 %	5.4 %	100.0 %

จากตารางข้างบน แสดงให้เห็นว่า เมื่อนำระยะเวลาในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม มาทำการ Cross Tabulation กับ จำนวนการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้ว คนที่เล่นเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน เล่นเอ็กซ์ตรีมมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 25.6 คนที่เล่นเอ็กซ์ตรีม 3-4 ครั้งต่อเดือน เล่นเอ็กซ์ตรีมมาแล้ว 6-10 ปี ร้อยละ 15.6 ส่วนคนที่เล่นเอ็กซ์ตรีม 4-5 ครั้งต่อเดือน เล่นเอ็กซ์ตรีมมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 2.9 และ คนที่เล่นเอ็กซ์ตรีม มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน เล่นเอ็กซ์ตรีมมาแล้ว มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 2.7

ตารางที่ 30 : ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมและการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน

			ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง				Total
			1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือนคือเท่าไร	ต่ำกว่า 1,000 บาท	Count	7	1	1	1	0
		% of Total	1.7 %	0.2 %	0.2 %	0.2 %	2.5 %
	1,001-1,500 บาท	Count	84	32	10	7	133
		% of Total	20.6 %	7.9 %	2.5 %	1.7 %	32.7 %
	1,501-2,000 บาท	Count	111	65	12	8	196
		% of Total	27.3 %	16.0 %	2.9 %	2.0 %	48.2 %
	2,001-2,500 บาท	Count	28	21	5	2	56
		% of Total	6.9 %	5.2 %	1.2 %	0.5 %	13.8 %
	2,501-3,000 บาท	Count	5	1	3	3	12
		% of Total	1.2 %	0.2 %	0.7 %	0.7 %	2.9 %
Total		Count	235	120	31	21	407
		% of Total	57.7 %	29.5 %	7.6 %	5.2 %	100 %

จากตารางข้างบน เมื่อนำทัศนคติเรื่องค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน มาทำการ Cross Tabulation กับ การเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยเดือน สามารถสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่แล้วคนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือนคือ 1,501-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.3 ส่วนมากแล้วคนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือนคือ 1,501-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 ส่วนคนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม 4-5 ครั้ง/เดือน คิดว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือนคือ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 2.9 และ คนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน คิดว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือนคือ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 31 : อายุและการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน

			ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง				Total
			1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
อายุ	ต่ำกว่า 10 ปี	Count	4	0	0	0	4
		% of Total	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.0 %
	11-18 ปี	Count	45	17	6	4	72
		% of Total	11.0 %	4.1 %	1.5 %	1.0 %	17.6 %
	19-24 ปี	Count	145	77	12	9	243
		% of Total	35.4 %	18.8 %	2.9 %	2.2 %	59.3 %
	25-35 ปี	Count	38	25	7	5	75
		% of Total	9.3 %	6.1 %	1.7 %	1.2 %	18.3 %
	36-40 ปี	Count	4	1	5	2	12
		% of Total	1.0 %	0.2 %	1.2 %	0.5 %	2.9 %
	มากกว่า 40 ปี	Count	1	0	1	2	4
		% of Total	0.2 %	0.0 %	0.2 %	0.5 %	1.0 %
Total		Count	237	120	31	22	410
		% of Total	57.8 %	29.3 %	7.6 %	5.4 %	100.0 %

จากตารางข้างบน เมื่อนำ อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม มาทำการ Cross Tabulation กับ เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปได้ว่าส่วนใหญ่แล้วคนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ย 1-2 ครั้ง/เดือนมีอายุระหว่าง 19-24 ปี ร้อยละ 35.4 ส่วนมากแล้วคนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ย 3-4 ครั้ง/เดือน มีอายุระหว่าง 19-24 ปี ร้อยละ 18.8 ส่วนคนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ย 4-5 ครั้งต่อเดือน มีอายุระหว่าง 19-24 ปี ร้อยละ 2.9 และ คนที่เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเฉลี่ยมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน มีอายุระหว่าง 19-24 ปี ร้อยละ 2.2

การวิเคราะห์คู่แข่ง

โดยรูปแบบของธุรกิจเป็นรูปแบบธุรกิจประเภทบริการและการจัดการไลฟ์สไตล์ อีกทั้งกีฬาประเภทเอ็กซ์ตรีมยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก ยังจำกัดการเล่นเพียงผู้เล่นเฉพาะกลุ่ม ทำให้ที่ผ่านมามีเพียงการจัดการแข่งขันและกิจกรรมต่างๆ โดยทางสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยร่วมกับผู้สนับสนุนรายต่างๆ ที่มองเห็นถึงศักยภาพของเยาวชนไทยและตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผู้สนับสนุน แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ต่อเนื่องและไม่มีพื้นที่ชัดเจนในการจัดกิจกรรมเอ็กซ์ตรีมหรือในแง่หนึ่งยังไม่เห็นเป็นรูปธรรมมากนัก เป็นเพียงการจัดกิจกรรมทางการตลาดของผู้สนับสนุน จึงยังไม่มีคู่แข่งที่ชัดเจนในตลาดนี้ แต่จากลักษณะทางธุรกิจสามารถแบ่งคู่แข่งออกเป็น 2 ลักษณะดังต่อไปนี้

คู่แข่งอันดับที่ 1 สนาม The Ramp

ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ที่ตั้งของโครงการ : Esplanade

ลักษณะโครงการ : Indoor skate park & Skate Shop

กลุ่มผู้ใช้บริการ

1. Pro Skater
2. นักกีฬา
3. เจ้าหน้าที่
4. ผู้ปกครอง
5. บุคคลทั่วไป

อัตราค่าบริการ

- คน/ ครั้ง 90 บาท

The Ramp เป็น Indoor Skate park แห่งเดียวของประเทศที่ตั้งอยู่ในห้องสรรพสินค้า Esplanade ที่มีกิจการรวม Indoor Skate park เชื่อมโยงกับ Skate Shop ที่มีร้านต่างๆ อยู่มากมาย อาทิ เช่น Ny-La เป็นต้น ซึ่งมีการตกแต่งที่น่าสนใจ

แนวความคิดของโครงการ

แนวความคิดของตัวโครงการที่ต้องการจะสื่อรวมถึงคำว่า Shop In Shop ที่ต้องการนำร้าน Skate Shop ของแบรนด์ต่างๆ เข้ามาอยู่ด้วยกัน โดยจะมีร้าน Ny-La ที่เป็นหลัก และก็จะมียี่ห้ออื่นมากถึง 10 แบรนด์ที่จะรวบรวมอยู่ด้วยกัน

แนวความคิดในการออกแบบ

รูปแบบของการวาง Plan ที่มีแบ่งล็อคไว้อย่างชัดเจนและมีการเชื่อมต่อได้ดีไปยังตัว Indoor Skate park เพื่อสอดคล้องกับแนวคิดของตัวโครงการ โดยจะมีการเสริมในเรื่องของ Shop In Shop ให้มีรูปแบบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

การออกแบบภายใน

การตกแต่งภายในของตัวโครงการจะมี Theme หลักที่เป็นคำ โดยต้องการบรรยากาศที่สโลว์ โดยจะใช้แสงไฟ เป็นตัวเน้น ตัวของสินค้าประเภทต่างๆ ที่จัดโชว์ไว้ อาทิ เช่น รองเท้า กระเป๋า เสื้อผ้า เป็นต้น และจะมีการใช้เสียงของดนตรีมากระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นอยู่ตลอดเวลา

การใช้วัสดุในการตกแต่งภายใน

วัสดุที่ใช้ในโครงการจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปและมีหลายประเภท แต่ที่เป็นวัสดุหลักของตัวโครงการ จะเป็นไม้แอดที่ใช้สำหรับการทำชั้นวางจัดแสดงสินค้าต่างๆ วัสดุประเภทยิปซัมบอร์ดในการผนังมีการทำสีที่แตกต่างกันออกไป ส่วนนั้นจะเป็นคอนกรีตขัดมัน และพื้นไม้ในส่วนที่มีการยก Step ของตัวโครงการ

คู่แข่งอันดับที่ 2 สนาม Red Bull X Park

รายละเอียดภายในสนาม : เนื้อที่สนามทั้งหมดกว่า 2 ไร่ครึ่ง

พื้นที่ในสนาม : 40x43 เมตร

สับบล็อก ขนาด 6.40x1.70 เมตร

วอล ขนาด 5.40x2.10 เมตร

สไปร์แลมป์ 5x4.8x1.55 เมตร

พื้นที่เอนกประสงค์สำหรับ นักกีฬา BMX ประเภท Flatland: ขนาด 20x12 เมตร

ฮอฟไปร์ ขนาด 16x12x4 เมตร และพื้นที่ครอบ สูง 5.10 เมตร

ข้อระเบียบการใช้สนาม Red Bull X Park

1. ผู้ที่มาใช้สนามต้องมีบัตรผ่านในการใช้สนาม ที่ทางโครงการฯ กำหนดให้
2. ในกรณีที่เป็นผู้มาเยี่ยมชมสนาม ต้องมาแลกบัตร Visitor จากทางเจ้าหน้าที่ Customer Service
3. ผู้เล่นต้องกรอกเอกสารของทางโครงการฯ ดังนี้ เอกสารประวัติข้อมูลด้านสุขภาพ และใบแสดงความรับผิดชอบตนเอง
4. ผู้มาใช้สนามควรสวมเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับการเล่น และปลอดภัยกับการเล่น
5. ผู้ใช้สนามต้องสวมอุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่น คือ หมวกทุกครั้ง และอุปกรณ์อื่นๆคือสนับข้อศอกทั้ง 2 ข้าง สนับเข่าทั้ง 2 ข้าง
6. ผู้เล่นควรเช็คว่าอุปกรณ์ในการเล่นอย่างสม่ำเสมอให้เหมาะสมและปลอดภัย
7. ห้ามสูบบุหรี่บริเวณสนาม เด็ดขาด
8. ลูกค้ำที่มาเล่นต้องช่วยกันรักษาความสะอาดเพื่อความปลอดภัยและสุขอนามัยในการเล่น เช่น ไม่ทิ้งหมากฝรั่ง และถ่มน้ำลายในบริเวณสนาม
9. ห้ามหยอกล้อกันในขณะเล่น
10. ห้ามเล่นการพนันทุกชนิด ภายในพื้นที่เด็ดขาด
11. ห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มทุกชนิดเข้ามาภายในสนามเด็ดขาด
12. ห้ามพกอาวุธใดๆ เข้ามาบนพื้นที่เด็ดขาด
13. ห้ามเสพสิ่งเสพติดใดๆ ภายในพื้นที่ภายในสนามอย่างเด็ดขาด หากตรวจพบจะดำเนินการตามกฎหมาย ขั้นสูงสุด
14. โครงการฯ ไม่อนุญาตให้ลูกค้ำเล่นภายในสนามขณะฝนตก เนื่องจากอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่การเล่น
15. ห้ามแสดงพฤติกรรมที่ไม่สุภาพต่อผู้อื่น หรือหยอกล้อกันขณะเล่นในสนามอันจะก่อให้เกิดการทะเลาะวิวาทได้
16. ห้ามถ่ายรูปหรือบันทึกภาพวิดีโอใดๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางโครงการฯ โดยเด็ดขาด
17. ห้ามนำสัตว์เลี้ยงใดๆ เข้ามาภายในโครงการฯ
18. ห้ามทำการขีดเขียนหรือติดสติ๊กเกอร์ใดๆ ในบริเวณสนามกีฬา
19. ห้ามนำสารหล่อลื่นใดๆ มาใช้ถูบริเวณราวเหล็กในสนาม นอกจากจะได้รับอนุญาตจาก

เจ้าหน้าที่สนามก่อน

20. ให้ปฏิบัติตามเจ้าหน้าที่ควบคุมอย่างเคร่งครัด การไม่เชื่อฟังอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุ และทางสนามจะไม่รับผิดชอบใดๆ

21. ทางสนามขอสงวนสิทธิ์สำหรับสุภาพชนเท่านั้น และหากเจ้าหน้าที่เห็นว่าบุคคลใดไม่เหมาะสมอาจขอให้ออกจากสนาม และจะไม่มี การคืนเงินใดๆ

- เวลาเปิด-ปิดสนาม 10.00 น. ถึง 21.00 น. ทุกวัน (หยุดวันอังคาร)

- ผู้เล่นต้องทำการลงทะเบียนก่อนเข้าสนามทุกครั้ง ที่ทำการชั้น 2 (ทางสนามขอสงวนสิทธิ์ในการใช้สนามสำหรับชุดนักเรียน นิสิต นักศึกษา ห้ามเข้าเล่นบริเวณสนาม)

- สนับแข้งต้องใส่ถ้าอายุต่ำกว่า 18 ปี หมวกกันน็อกจำเป็นต้องใส่ และต้องทำการลงทะเบียนก่อน

คู่แข่งอันดับที่ 3 สนามบีบีกัน Combat Zone 62

สนาม Paintball & BB Guns อันดับหนึ่งของเมืองไทย บนทำเลดีเยี่ยมในถนนสุขุมวิท 62 มีผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากร ที่ให้บริการในเรื่องของ Paintball & BB Guns และสนามที่มีความสะดวกสบาย บรรยากาศผ่อนคลายสบายๆ และยังมี Gunner's shop ที่มีสินค้า อุปกรณ์แต่งปืนต่างๆ และบริการงานซ่อม ในราคาเป็นกันเอง เราพร้อมที่จะให้บริการ

กฎกติกา Paintball แบ่งเป็น 2 ทีม ทีมละประมาณ 2-15 คน ต่อทีม หลังจากได้รับสัญญาณจากกรรมการ ทั้งสองฝ่ายต่างต้องพยายามไปชิงธง จากด้าน ของฝ่ายตรงข้าม และกลับมายังฐานของตัวเองเป็นจะเป็นฝ่ายชนะ และจบเกม

อุปกรณ์ของ ใช้อุปกรณ์ของ Tippmann pro-lite ที่เป็นผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมมากในอเมริกาสามารถเล่น และยังได้อย่างต่อเนื่อง ในแบบ semi-auto โดยไม่ต้องปั๊ม และยังใช้ cabondioxide gas ซึ่งไม่ขยายตัว และแรงดันต่ำ เพื่อความปลอดภัยของผู้เล่น ใช้ลูก Paintball ที่ผลิตจากประเทศไต้หวัน ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากจากประเทศอเมริกา ผลิตจาก biodegradable เป็นมิตรต่อธรรมชาติ ภายในลูกเป็นส่วนผสมของ น้ำมัน แป้ง และสีผสมอาหาร ซักล้างได้ง่าย และปลอดภัยต่อผู้เล่น

มีหน้ากากป้องกันใบหน้าที่มีมาตรฐานเหมาะกับการใช้ในเกมส์ Paintball โดยตรง หน้ากากมีเลนส์พลาสติกที่ป้องกันความชื้นหรือไอน้ำที่เกิดจากผู้เล่น ปลอดภัย 100% จากความแรงของลูกกระสุน ช่วยปกป้องผู้เล่นทุกท่านให้เกิดความปลอดภัย และเรายังมีชุดหลายพราง สะอาดใหม่ และ

ทุกขนาดบริการด้วย

อัตราค่าบริการ

Paintball Full package : 50 บาท/ลูกกระสุน100 ลูก (จ่ายเพิ่ม 150 บาท / 100 ลูก)

BB Guns : กลางวัน ค่าสนาม 150 บาท

กลางคืน ค่าสนาม 200 บาท

ปืนบีบี เช่า : 200 บาท/วัน

ลูกกระสุนบีบี : 300 บาท / 4000 ลูก (ลูกกระสุนยี่ห้อ Golden balls)

ความเร็วของปืนบีบี : 400 ฟุต / วินาที

จากคู่แข่งที่กล่าวมาในข้างต้นนั้น รูปแบบการให้บริการและการดำเนินกิจการจะคล้ายคลึงกัน ทำให้ไม่เกิดความแตกต่างของการให้บริการมากนัก แต่จากการวิจัยและศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอ โครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์ (Extreme Center) ที่จะเปลี่ยนประสบการณ์การเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของเยาวชนไทย ให้มีมาตรฐานเทียบเท่าในระดับสากล

โครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์ จะนำเสนอบริการที่แตกต่าง ทั้งทางด้านประสบการณ์ของผู้เล่นเอ็กซ์ตรีมเอง ด้านการออกแบบบรรยากาศภายในสนาม โดยใช้ทั้งโลที่ดิ่ง สี และระดับความยากง่ายของสนามต่างๆ ตามระดับความสามารถของผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม สนามที่ออกแบบมาให้เหมาะกับสรีระและความต้องการของเยาวชนไทยเพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมได้อย่างเต็มที่ รวมถึงศูนย์พัฒนาต่อยอดสำหรับการสร้างนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมืออาชีพ เพื่อสร้างอาชีพใหม่ให้กับเยาวชนเอ็กซ์ตรีมทีมชาติไทยในสนามระดับโลก รวมถึงบริการเสริมต่างๆ เช่น สระว่ายน้ำ, เซาว์น่า, ฟิตเนส, สตริมรูม, ร้านอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม ฯลฯ

สรุปการประเมินโอกาสและความเสี่ยง

โครงการ Extreme Center สามารถสรุปโอกาสและความเสี่ยงดังนี้

กีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นกีฬาความหวังใหม่ของชาวเอเชียในโอลิมปิก เป็นช่วงขาขึ้นของกีฬาประเภทนี้ ในหลายประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนตื่นตัวเป็นอย่างมากให้การสนับสนุนเพื่อรองรับการเติบโตของกีฬาประเภทนี้ ตัวอย่างเพื่อนบ้านสิงคโปร์ที่มีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย หรือมาเลเซียที่มีสนามเอ็กซ์ตรีมในทุกๆรัฐ ผู้ให้การสนับสนุนต่างๆ เริ่มหันแนวโน้วกีฬาเอ็กซ์ตรีมและให้การสนับสนุนมากขึ้น อีกทั้งทางสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยได้เห็นว่า

เยาวชนไทยให้ความสนใจและหันมาเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมเยอะขึ้นเรื่อยๆ จึงได้ประสานงานกับ กรุงเทพมหานครเพื่อขออนุญาตให้พื้นที่สวนสาธารณะเป็นพื้นที่ฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีม บวกกับ เยาวชนไทยมีความสามารถในกีฬาประเภทนี้ติดอันดับต้นๆ ของโลก แต่ในประเทศไทยนั้นยังไม่มี ผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมประเภทนี้อย่างจริงจัง จึงทำให้ไม่มีสถานที่ในการฝึกซ้อมและการจัด กิจกรรมการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมกันมากนัก ยังไม่มีพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของกิจกรรมประเภทนี้ อยู่เลย เพื่อให้เยาวชนไทยและกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยพัฒนาศักยภาพให้เทียบเท่าและพัฒนาเป็นผู้นำทาง ด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมในระดับภูมิภาคและระดับโลกต่อไป หากมีการพัฒนาสนามฝึกซ้อมและทำให้ เยาวชนเห็นว่ากีฬาประเภทนี้สนุกไม่เป็นอันตรายอย่างที่คิด จะทำให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้น

จึงมีแนวคิดจัดตั้งบริษัทจัดกิจกรรมสำหรับกีฬาเอ็กซ์ตรีมขึ้น ให้บริการเช่าพื้นที่สนามและ รับผิดชอบจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมทุกประเภท ทั้งจัดจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมประเภท ต่างๆ เพื่อเป็นศูนย์กลางของกีฬาเอ็กซ์ตรีมทุกประเภท เป็นสถานที่ที่ให้เยาวชนไทยได้แสดงออกถึง ศักยภาพทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างเต็มที่ เป็นการออกกำลังกายใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากสภาพสังคมในปัจจุบันเป็นการช่วยหากิจกรรมให้เยาวชนไม่ไปมั่วสุม กันในทางไม่ดี และเปลี่ยนมุมมองทัศนคติของผู้ปกครองเยาวชนที่มาเล่นเอ็กซ์ตรีมให้มองเป็นกีฬา สร้างโอกาสในการเป็นนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมืออาชีพต่อไป ช่วยยกมาตรฐานกีฬาเอ็กซ์ตรีมให้เป็นที่ยอมรับของสังคมไทยเนื่องจากกีฬาเอ็กซ์ตรีมต้องใช้ทักษะและความสามารถเฉพาะตัวของผู้เล่น ก่อนข้างสูง จึงเป็นการดึงศักยภาพของเยาวชนไทยออกมาได้เป็นอย่างดี เพราะเด็กเหล่านี้ไม่ถนัด กีฬาที่เล่นเป็นทีม

ความเสี่ยงของโครงการฯ คือ กีฬาเอ็กซ์ตรีมยังดูเหมือนว่าจะไม่ปลอดภัย จะเล่นกันในวง แคบๆ หรือในกลุ่มเด็กที่ถูกเรียกว่า ขาโจ๋ แต่งตัวใส่กางเกงหลุดๆ และเด็กน้อยคนนักที่จะได้รับการ สนับสนุนจากผู้ปกครองให้มาเล่นกีฬาชนิดนี้ เพราะนอกจากเด็กกลุ่มนี้จะถูกมองว่าไม่น่าคบแล้ว สังคมไทยยังไม่เข้าใจและรับรู้ถึงกีฬาประเภทเอ็กซ์ตรีมมากนัก จึงมีทัศนคติที่ไม่ดีกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม เช่น สเก็ตบอร์ด, อินไลน์สเก็ต, จักรยานผาดโผน จะมองว่าเป็นการเล่นที่รุนแรงและอันตราย บรรดาผู้ปกครองที่ไม่เข้าใจว่าเอ็กซ์ตรีมเป็นกีฬาประเภทหนึ่งจึงไม่ให้การสนับสนุนบุตรหลานใน การเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่างๆนี้

บทที่ 5

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

วิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมาย

วิสัยทัศน์

เป็นผู้จัดกิจกรรม การแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างเต็มรูปแบบที่พร้อมและมีมาตรฐาน เทียบเท่าในระดับสากล และเป็นผู้นำในการจัดงานกิจกรรมและการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย

พันธกิจ

เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนหันมาเล่นกีฬาและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ห่างไกลยาเสพติด และให้คนไทยรู้จักและเข้าถึงกีฬาเอ็กซ์ตรีม อีกทั้งพัฒนาทักษะการเล่นไปจนถึงการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมให้กับเด็กไทยและประชาชนชาวไทย เพื่อก้าวไปสู่การเป็นนักกีฬาทิมชาติ และต่อยอดไปถึงการไปสู่การเป็นนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมืออาชีพ เพื่อสร้างอาชีพใหม่ให้แก่เด็กไทยและคนไทยที่มีศักยภาพที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม

เป้าหมาย

1. สร้างนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมทีมชาติไทยอายุไม่เกิน 18 ปี ก้าวไปสู่การเป็นมืออาชีพป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากลภายในระยะเวลา 5 ปี
2. กระตุ้นให้คนไทยได้รู้จักและเข้าถึงกีฬาประเภทเอ็กซ์ตรีม และพัฒนาจากแผนกีฬามวลชนที่เข้าถึงเยาวชนและผู้ที่มีสนใจได้ในวงกว้างภายในประเทศ ไปสู่แผนกีฬาสู่ความเป็นเลิศ และก้าวสู่มืออาชีพในระดับสากลภายในระยะเวลา 3 ปี

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

กีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากจากบุคคลทั่วโลก เป็นกีฬาที่สร้างความตื่นเต้นและท้าทายแก่ผู้ชมและผู้เล่นเอง ทำให้กีฬาประเภทนี้เผยแพร่ไปอย่างรวดเร็ว ในช่วง 15-20 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดการแข่งขันในระดับประเทศและระดับโลก อาทิเช่น Asia X-Game ,X-Game

World championship ที่ได้รับความสนใจและมีการจัดแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ทำให้หลายๆประเทศต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาของตัวเองเพื่อที่จะมีบทบาทในวงการเอ็กซ์ตรีมโลก ซึ่งกีฬาเอ็กซ์ตรีมกำลังจะบรรจุในกีฬาในกีฬาโอลิมปิกปี2012 ที่ประเทศอังกฤษจะเป็นเจ้าภาพ ทำให้วงการกีฬาเอ็กซ์ตรีมในประเทศไทยได้จัดการส่งเสริมให้เยาวชนได้พัฒนาฝีมือให้นักกีฬาก้าวสู่ระดับมืออาชีพ เพื่อที่จะก้าวสู่วงการเอ็กซ์ตรีมระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นนโยบายของนายกสมาคมเอ็กซ์ตรีมได้กล่าวเอาไว้ หากแต่ขาดแคลนสถานที่ที่เหมาะสมกับการฝึกซ้อมและการแข่งขันก็อาจทำให้นักกีฬาไม่อาจพัฒนาศักยภาพของตัวเองได้อย่างเต็มที่ จึงต้องการให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อให้นักกีฬาไทยมีความสามารถเทียบเท่ากับนักกีฬาชาติอื่นต่อไป

โครงการนี้เกิดขึ้นมา โดยภายในอาคารรองรับในส่วนสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการ เป็นสถานที่ฝึกซ้อมและพัฒนาศักยภาพของตัวบุคคลและนักกีฬาที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม และเป็นสถานที่จัดการแข่งขันในระดับประเทศและระดับนานาชาติอีกทั้งยังเป็นศูนย์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์(Shopping Center) ที่รวบรวมอุปกรณ์ไว้อย่างครบครันและสมบูรณ์แบบที่สุด

ทำให้โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ เป็นสถานที่ทำให้เยาวชนและบุคคลทั่วไปหันมาสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม เพื่อที่พัฒนางานกีฬาเอ็กซ์ตรีมของประเทศไทยให้ก้าวหน้าไปในระดับนานาชาติ และส่งเสริมให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และห่างไกลจากยาเสพติด

โครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์ จะนำเสนอบริการที่แตกต่าง ทั้งทางด้านประสบการณ์ของผู้เล่นเอ็กซ์ตรีมเอง ด้านการออกแบบบรรยากาศภายในสนาม โดยใช้ทั้งโลที่ดิ่ง สี และระดับความยากง่ายของสนามต่างๆ ตามระดับความสามารถของผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม สนามที่ออกแบบมาให้เหมาะสมกับสรีระและความต้องการของเยาวชนไทยเพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมได้อย่างเต็มที่ รวมถึงศูนย์พัฒนาต่อยอดสำหรับการสร้างนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมมืออาชีพ เพื่อสร้างอาชีพใหม่ให้กับเยาวชนเอ็กซ์ตรีมทีมชาติไทยในสนามระดับโลก รวมถึงบริการเสริมต่างๆ เช่น สระว่ายน้ำ, เซาว์น่า, ฟิตเนท, สตริมรูม, ร้านอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม ฯลฯ โดยรูปแบบของธุรกิจเป็นรูปแบบธุรกิจประเภทบริการและการจัดการไลฟ์สไตล์

รายละเอียดการบริการ

ภาพที่ 41 : ส่วนพื้นที่ Skate Park In Door



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1. ส่วนพื้นที่ Skate Park In Door

สนามกีฬาแข่งขัน(Skate Park In Door)

- ลานSkate Park ใหญ่ (Skate Park In Door Professional)
- ลานSkate Park เล็ก (Skate Park In Door Beginning)
- ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า เก็บของ (Locker room)
- ห้องน้ำชาย/หญิง (Toilet Men/Women)
- ห้องพยาบาล (Nurse Room)
- ห้องพักนักกีฬา (Waiting athlete room)

ภาพที่ 42 : ส่วนพื้นที่ร้านค้าและกิจกรรม (Shop& Special Activity)

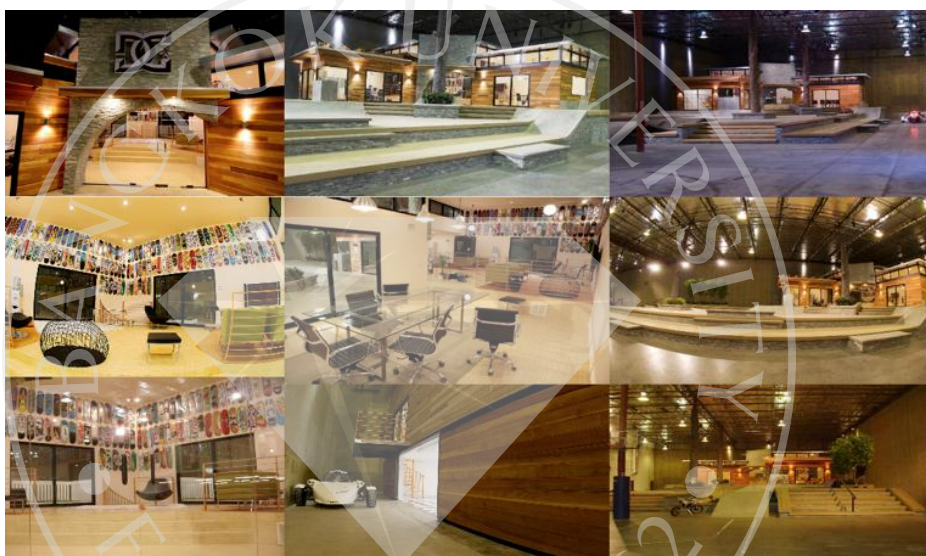


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2. ส่วนพื้นที่ร้านค้าและกิจกรรม (Shop & Special Activity)

- ร้านค้า (Skate Shop)
- ลานจัดกิจกรรม (Community)
- ห้องมัลติมีเดีย (Multimedia Room)
- ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food court)

ภาพที่ 43 : ส่วนพื้นที่สมาคมและบริการ (Association Service)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3. ส่วนพื้นที่สมาคมและบริการ (Association Service)

- ออฟฟิศ (Office)
- ห้องเรียน (Learning)
- ประชาสัมพันธ์ (Information)
- ห้องประชุม (conference)
- ห้องเก็บของ (Storages)
- ห้องควบคุม แสง เสียง (Control Room)

กิจกรรมภายในโครงการ

1. ส่วนพื้นที่ลานสเก็ต (Skate Park In Door)

ส่วนพื้นที่ลานสเก็ต โดยมีประเภทของกิจกรรมดังนี้

1.1 ลานสเก็ตปาร์คใหญ่ (Indoor Skate Park)

ลานสเก็ตปาร์คใหญ่ (Indoor Skate park) นั้นเป็นส่วนของลานกิจกรรมของกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่ใช้ในการจัดการแข่งขันและเป็นสถานที่ฝึกซ้อมสำหรับนักกีฬาที่มีความสามารถระดับ Intimate และระดับ Pro Skater ที่ไม่มีข้อจำกัดของขนาด Ramp และยังใช้เป็นสถานที่จัดการแข่งขัน

ภาพที่ 44 : ลานสเก็ตปาร์คใหญ่ (Indoor Skate park)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.2 ลานสเก็ตปาร์คเล็ก (Indoor Skate Park)

ลานสเก็ตปาร์คเล็ก (Indoor Skate park) เป็นสถานที่สำหรับใช้ในการเรียนการสอนของนักกีฬาระดับ Beginner และ Intimate ที่มีข้อจำกัดของขนาดของ Ramp ที่มีความสูงไม่เกิน 180 เซนติเมตร และกำหนดระดับความสามารถของผู้เล่น

ภาพที่ 45 : ลานสเก็ตปาร์คเล็ก (Indoor Skate park)

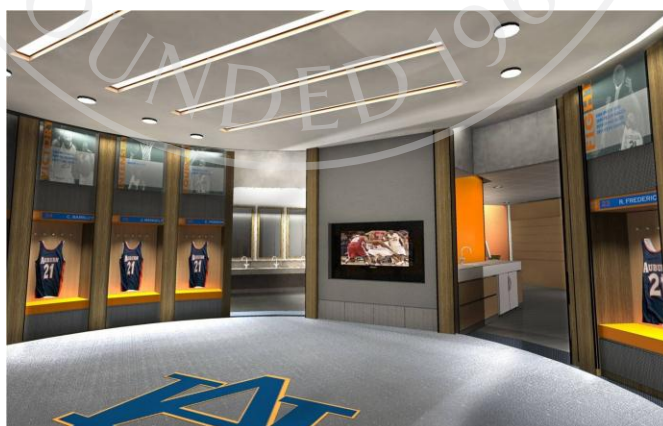


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.3 ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า (Locker Room)

เป็นห้องที่ใช้เก็บเสื้อผ้าและของใช้ส่วนตัวของนักเรียนและนักกีฬาที่เข้ามาใช้บริการภายในโครงการ

ภาพที่ 46 : ห้องพักนักกีฬา (Locker Room)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.4 ห้องพยาบาล (Nurse Room)

เป็นห้องที่ใช้ในการปฐมพยาบาลนักเรียนและนักกีฬาที่ใช้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นในกรณีที่เกิดจากการเกิดอุบัติเหตุ ในการฝึกซ้อมและการแข่งขัน

ภาพที่ 47 : ห้องพยาบาล (Nurse Room)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.5 ห้องพักนักกีฬา (Waiting Athlete Room)

อยู่ในส่วนลานสเก็ตปาร์คใหญ่ที่ใช้ในการรองรับนักกีฬาที่ใช้ในการแข่งขัน

ภาพที่ 48 : ห้องพักนักกีฬา (Waiting Athlete Room)



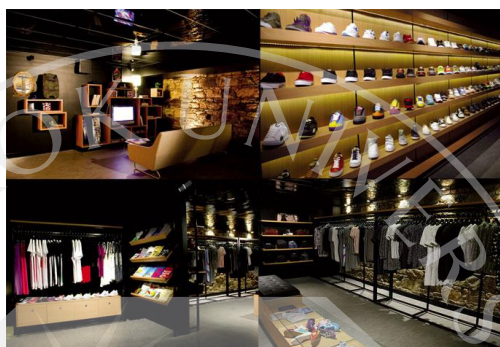
ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2. ส่วนพื้นที่ร้านค้าและกิจกรรม (Special Activity)

2.1 ร้านค้า (Skate Shop)

เป็นร้านที่รวบรวมอุปกรณ์ที่ขายของเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมไว้อย่างครบครันที่มีการขายในเรื่องของเสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น

ภาพที่ 49 : ร้านค้า (Skate Shop)

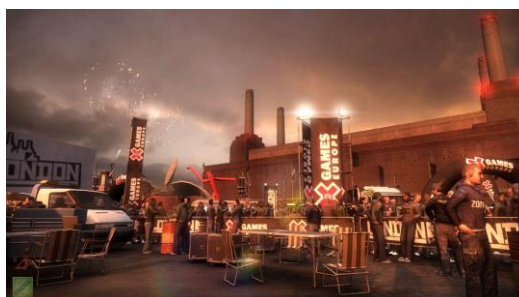


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2.2 ลานกิจกรรม (Community)

เป็นลานที่ใช้ในการจัดแสดงข่าวและงานEventต่างๆที่เกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมและอีกทั้งยังเป็นนิทรรศการหมุนเวียนที่รวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมและภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องกับวงการเอ็กซ์ตรีม

ภาพที่ 50 : ลานกิจกรรม (Community Space)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2.3 ห้องมัลติมีเดีย (Multimedia Room)

เป็นลักษณะของสถานที่ที่ให้นักเรียนภายในโครงการและบุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการได้ทำความรู้จักกับกีฬาอีสปอร์ต ให้เข้ามาหาข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของอีสปอร์ตที่ทำให้ นักเรียนหรือผู้ที่สนใจเข้าใจในกีฬาอีสปอร์ตมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นประเพณี ทำทางในการเล่นและการแข่งขันทั่วโลกที่มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา

ภาพที่ 51 : ห้องมัลติมีเดีย (Multimedia Room)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2.4 ร้านอาหาร (Food Court)

เป็นในลักษณะของร้านอาหารที่รองรับทั้งนักเรียนภายในโครงการและบุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการภายในโครงการ

ภาพที่ 52 : ร้านอาหาร (Food Court)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3. ส่วนดูแลและบริการ (Administration & Service Zone)

3.1 ออฟฟิศ (Office)

เป็นสถานที่ทำงานของเจ้าหน้าที่ ในการดูแลบริหาร โครงการ รวมไปถึงการติดต่อประสานงานต่าง ๆ การให้บริการสำหรับผู้มาติดต่อโครงการ

ภาพที่ 53 : ออฟฟิศ (Office)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3.2 ห้องเรียน (Learning Studio)

เป็นห้องที่มีการเรียนการสอนในเรื่องของข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจและพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนและนักกีฬา

ภาพที่ 54 : ห้องเรียน (Learning Studio)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3.3 ประชาสัมพันธ์ (Information)

เป็นส่วนที่ใช้ในการติดต่อในส่วนโครงการและสอบถามรายละเอียดต่างๆที่เกิดขึ้น

ภาพที่ 55 : ประชาสัมพันธ์ (Information)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3.4 ห้องเก็บของ (Storage)

ใช้เป็นสถานที่เก็บ ส่วนใหญ่จะเป็นของอุปกรณ์ที่ใช้ในการแสดงกิจกรรมต่าง ๆ งานนิทรรศการและ Event

ภาพที่ 56 : ห้องเก็บของ (Storage)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3.5 ห้องควบคุม (Control Room)

เป็นส่วนที่ควบคุมระบบต่าง ๆ ภายในโครงการ โดยเฉพาะส่วนของการแสดง

ภาพที่ 57 : ห้องควบคุม (Control Room)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

สินค้าและบริการในอนาคต

โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ จะเป็นสถานที่ตั้งของสมาคมเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย อย่างเป็นทางการเพื่อที่จะได้รองรับในการติดต่อข้อมูลและพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานของกีฬาเอ็กซ์ตรีมในประเทศไทยและเป็นสถานที่ในการออกกําลังกายกีฬาประเภทเอ็กซ์ตรีมและเป็นสถานที่จัดการแข่งขัน Asia X Game, X Game World Championship เพราะปัจจุบัน การแข่งขันทั้ง 2 ประเภทนั้น ศูนย์กลางการจัดการแข่งขันของเอเชียอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่นและฮ่องกงที่เป็นประเทศผูกขาดการในการจัดการแข่งขันเอ็กซ์ตรีมเรื่อยมา การแข่งขันเอ็กซ์ตรีมนั้น ในรายการใหญ่ๆนั้นจะช่วยส่งเสริมธุรกิจให้ประเทศมีการเพิ่มของนักท่องเที่ยว และการลงทุนจากนานาชาติ และยังช่วยผลักดันให้นักกีฬาของประเทศไทยได้มีบทบาทในการแข่งขันในระดับโลก เพื่อที่จะส่งผลให้ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในวงการเอ็กซ์ตรีมในสังคมโลกต่อไป

สถานที่ตั้ง

ที่ตั้งของโครงการ : เกษมสันต์ 1 ปทุมวัน, กรุงเทพมหานคร

พื้นที่อาคาร 7 ชั้น ชั้นละ 680 ตารางเมตร รวม 4,760 ตารางเมตร

พื้นที่ลานจอดรถ 885 ตารางเมตร

พื้นที่ด้านข้างอาคาร 5,100 ตารางเมตร

ภาพที่ 58 : แสดงที่ตั้งของโครงการ



ที่มา : สืบค้นวันที่ 9 พฤษภาคม 2552 จาก ภาพถ่ายจากกล้อง Sony Cyber-Shot 3.2

Mega pixels

รายละเอียด

เป็นอาคารให้เช่า ด้านข้างเป็นพื้นที่ขาย พื้นที่เปล่า

กลุ่มเป้าหมายหลัก(Target Group)

มีกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับลักษณะรูปแบบของตัวโครงการ คือ กลุ่มผู้ที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่มีช่วงอายุตั้งแต่เด็กจนไปถึงผู้ใหญ่ รวมไปถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจในตัวโครงการและสามารถส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าส่งเสริมกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการ อาทิเช่น Skateboard BMX Free Style Flatland In line Skate

การเข้าถึงโครงการ(Accessibility)

สถานที่ตั้งของตัวโครงการนั้นมีการไปมาที่สะดวกและเป็นแหล่งที่เข้าถึงโครงการได้ง่ายและต้องเป็นที่ที่สามารถมองเห็นได้ง่ายและควรติดถนนเพื่อสะดวกในการเข้าถึง

สิ่งแวดล้อม(Environment)

1. มีธุรกิจต่างๆที่ส่งเสริมตัวโครงการ เช่น สยามเซ็นเตอร์ สยามสแควร์ อนุสาวรีย์
2. มีกลุ่มเป้าหมายหลักของตัวโครงการ ตั้งในย่านการทำธุรกิจต่างๆ เช่น บริษัทโฆษณา ร้านขายของเกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะส่งผลให้สนับสนุนตัวโครงการ
3. เป็นสถานที่ที่ผู้คนมาผ่อนคลาย และพบปะสังสรรค์
4. อยู่ใกล้สนามกีฬาแห่งชาติ ต้องการที่จะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมในช่วงเวลากลางวัน ซึ่งจะส่งผลให้สนับสนุนตัวโครงการ
5. มีการเดินทางเข้าถึงโครงการได้สะดวก เช่น รถไฟฟ้า รถเมย์ รถแท็กซี่ รถส่วนตัว

ภาพที่ 59 : แสดงการเข้าถึงโครงการ



ที่มา : สืบค้นวันที่ 9 พฤษภาคม 2552 จาก ภาพถ่ายจากกล้อง Sony Cyber-Shot 3.2

Mega pixels

การกำหนดกลยุทธ์ของโครงการ

หลักสูตรการเรียนการสอน และกำกับการต่างๆ

1. หลักสูตรกีฬาสเกตบอร์ด (Skateboard)

เวลาเปิด-ปิด : จันทร์-อาทิตย์ เวลาเปิด 10.00 น.-22.00 น.

หลักสูตรที่นำมาใช้กับโครงการเป็นหลักสูตรที่ได้นำมาจากการเรียนการสอนที่ใช้กับ Extreme Academy ที่เปรียบเทียบกับกรณีศึกษา Transgression Indoor Skate Park Monster Skate park ที่เป็นมาตรฐานสากลจึงได้นำมาวิเคราะห์และทำการกำหนดแนวทางของหลักสูตรได้ดังนี้

1.1 คุณสมบัติผู้เรียน

เพศ : ชาย-หญิง

อายุ : 3 ปีขึ้นไป

จำนวนการเรียนการสอน/ชั่วโมง 20 ชั่วโมง

1.2 อัตราค่าบริการ

- ระดับเริ่มต้น (Beginner) 3,750 บาท

- ระดับปานกลาง (Intimate) 3,950 บาท

- ระดับมืออาชีพ (Pro Skater) 5,750 บาท

(กรณีไม่มีอุปกรณ์มาเองคิดค่าประกันอุปกรณ์ 3,750 บาท

กีฬาสเกตบอร์ดที่ทางโครงการได้จัดให้มีการเรียนการสอนนั้นจะแบ่งระดับในการเรียนการสอนในระดับที่แตกต่างกันออกไปตามความสามารถของผู้เล่นได้ดังนี้

- ระดับเริ่มต้น Beginner

- ระดับปานกลาง Intimate

- ระดับมืออาชีพ Pro Skater

รายละเอียดการเรียนการสอนดังต่อไปนี้

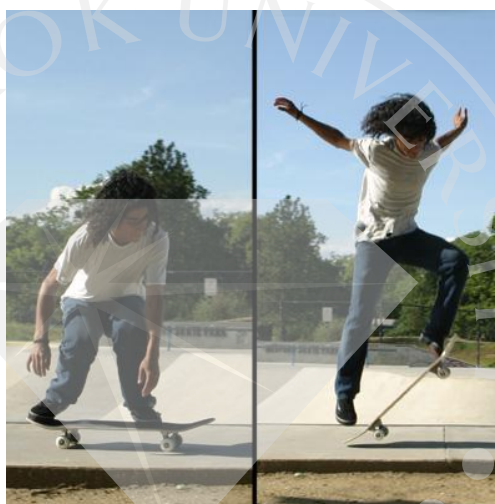
1.3 Skateboard beginner – สเกตบอร์ดขั้นพื้นฐาน

โดยหลักสูตรนี้จะเป็นการเริ่มต้นขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬาสเกตบอร์ดตั้งแต่แรกเริ่มเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้เล่นเพื่อจะสร้างพื้นฐานที่ดีแก่ผู้เล่นต่อไป

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สมิดังนี้

- 1). ทำความรู้จักในกีฬาสเกตบอร์ดในเรื่องพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องอาทิ เช่น อุปกรณ์ต่างๆ การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุเบื้องต้น
- 2). ศึกษาทางทฤษฎีพื้นฐานของกีฬาสเกตบอร์ด เช่น ท่าวิ่ง Online fuss 180, Facie Ollie's เป็นต้น
- 3). ฝึกความชำนาญขั้นพื้นฐาน

ภาพที่ 60 : ทำออลลีเป็นท่าพื้นฐานของกีฬาสเกตบอร์ด (Ollie) Skateboard Intimate สเกตบอร์ดขั้นปานกลาง



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremesports.com>.

1.4 Skateboard Intimate – สเกตบอร์ดขั้นปานกลาง

หลักสูตรนี้จะเน้นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับท่าพื้นฐานและการใช้อุปกรณ์ในลานสเก็ต ที่มีรูปแบบต่างที่จำกัดความสูงไม่เกิน 1.80 เมตร
ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สมุ่งนี้

- 1). เน้นความแม่นยำในการใช้ท่าพื้นฐานต่างที่มีความยากในระดับหนึ่งอาทิ เช่น Flip Back sidekickflip double Kikflip Halfcab เป็นต้น
- 2). การใช้อุปกรณ์ในการเล่นที่มีความท้าทายมากขึ้น
- 3). การใช้แรมป์ (Ramp) ที่มีผู้สอนคอยประกบในระดับความสูง 1.80 เมตร

ภาพที่ 61 : ท่าฟลิปท่าพื้นของกีฬาสเก็ตบอร์ด (Flip)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.5 Skateboard Pro Skater – สเกตบอร์ดขั้นมืออาชีพ

หลักสูตรนี้จะเป็นการเน้นให้ผู้เล่นที่มีความชำนาญให้พัฒนาถึงขั้นระดับมืออาชีพ
ที่มีการใช้แรมป์ขนาดใหญ่และท่าที่ท้าทาย

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สมิดังนี้

1. เรียนรู้ในการใช้แรมป์ขนาดใหญ่ที่มีความสูงไม่จำกัด อุปกรณ์ราวเหล็กต่างๆ
2. การใช้ท่าที่อันตรายที่มีความเสี่ยงสูง

ภาพที่ 62 : ภาพการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์เกมส์ระดับมืออาชีพ (X-Games Professional)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2 หลักสูตรกีฬาจักรยานผาดโผน (BMX Freestyle)

เวลาเปิด-ปิด:จันทร์ - อาทิตย์ เวลาเปิด 10.00 น.-22.00 น.

หลักสูตรที่นำมาใช้กับโครงการเป็นหลักสูตรที่ได้นำมาจากการเรียนการสอนที่ใช้กับ Extreme Academy ที่เปรียบเทียบกับกรณีศึกษา Transgression Indoor Skate Park Monster Skate park ที่เป็นมาตรฐานสากลจึงได้นำมาวิเคราะห์และทำการกำหนดแนวทางของหลักสูตรได้ดังนี้

2.1 คุณสมบัติผู้เรียน

เพศ : ชาย-หญิง

อายุ : 6 ปีขึ้นไป

จำนวนการเรียนการสอน/ชั่วโมง 20 ชั่วโมง

2.2 อัตราค่าบริการ

- ระดับเริ่มต้น (Beginner) 3,500 บาท

- ระดับปานกลาง (Intimate) 4,750 บาท

- ระดับมืออาชีพ (Pro Skater) 5,750 บาท

(กรณีไม่มีอุปกรณ์มาเองคิดค่าประกันอุปกรณ์ 5,250บาท)

กีฬาจักรยานผาดโผนที่ทางโครงการได้จัดให้มีการเรียนการสอนนั้นจะแบ่งระดับในการเรียนการสอนในระดับที่แตกต่างกันออกไปตามความสามารถของผู้เล่นได้ ดังนี้

- ระดับเริ่มต้น (Beginner) 3,750 บาท

- ระดับปานกลาง (Intimate) 3,950 บาท

- ระดับมืออาชีพ (Pro Skater) 5,750 บาท

โดยจะมีรายละเอียดการเรียนการสอนดังต่อไปนี้

2.3 BMX Freestyle –จักรยานผาดโผนขั้นพื้นฐาน

โดยหลักสูตรนี้จะเป็นการเริ่มต้นขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬาจักรยานผาดโผนตั้งแต่แรกเริ่มเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้เล่นเพื่อจะสร้างพื้นฐานที่ดีแก่ผู้เล่นต่อไป

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สมิดังนี้

1. ทำความรู้จักในกีฬาจักรยานผาดโผนในเรื่องพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น อุปกรณ์ต่างๆ การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุเบื้องต้น
2. ศึกษาทางท่วงท่าขั้นพื้นฐานของจักรยานผาดโผน เช่น 180 G Turn Barhop
3. ฝึกความชำนาญขั้นพื้นฐาน

ภาพที่ 63 : ทำจักรยานผาดโผน 180G Turn



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

หลักสูตรนี้จะเน้นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับทำพื้นฐานและการใช้อุปกรณ์ในลานสเก็ตที่มี โดยจะมีการใช้แรมป์เป็นส่วนประกอบ

2.4 BMX Freestyle Intimate จักรยานผาดโผนขั้นปานกลาง

หลักสูตรนี้จะเน้นการใช้ท่าที่มีความต่อเนื่องจากขั้นพื้นฐานให้มีความชำนาญและนำมาประยุกต์ใช้กับแรมป์จนมีความชำนาญ

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สดังนี้

- 1). เน้นความแม่นยำในการใช้ท่าพื้นฐานต่างที่มีความยากในระดับหนึ่ง อาทิ เช่น Fakie Rollback Foot Jam Endo เป็นต้น
- 2). การใช้อุปกรณ์ในการเล่นที่มีความท้าทายมากขึ้น
- 3). การใช้แรมป์ (Ramp) ที่มีผู้สอนคอยประกบในระดับความสูง 1.80 ม.

ภาพที่ 64 : ทำจักรยานผาดโผน Fakir Rollback Foot Jam Endo



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2.5 BMX Freestyle Professional – จักรยานผาดโผนขั้นมืออาชีพ

หลักสูตรนี้จะเป็นการเน้นให้ผู้เล่นที่มีความชำนาญให้พัฒนาถึงขั้นระดับมืออาชีพที่มีการใช้แรมป์ขนาดใหญ่และท่าที่ท้าทาย

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สมันดังนี้

1. เรียนรู้ในการใช้แรมป์ขนาดใหญ่ที่มีความสูงไม่จำกัด และอุปกรณ์ราวเหล็กต่างๆ

2. การใช้ท่าที่อันตรายที่มีความเสี่ยงสูง อาทิเช่น My First Decade Furan

ภาพที่ 65 : ทำจักรยานผาดโผน Furan



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3. หลักสูตรกีฬาอินไลน์สเกต (In line Skate)

เวลาเปิด-ปิด : จันทร์-อาทิตย์ เวลาเปิด 10.00 น.-22.00 น.

หลักสูตรที่นำมาใช้กับ โครงการเป็นหลักสูตรที่ได้นำมาจากการเรียนการสอนที่ใช้กับ Extreme Academy ที่เปรียบเทียบกับกรณีศึกษา Transgression Indoor Skate Park Monster Skate park ที่เป็นมาตรฐานสากลจึงได้นำมาวิเคราะห์และทำการกำหนดแนวทางของหลักสูตรได้ดังนี้

3.1 คุณสมบัติผู้เรียน

เพศ : ชาย-หญิง

อายุ : 3ปีขึ้นไป

จำนวนการเรียนการสอน/ชั่วโมง 20 ชั่วโมง

3.2 อัตราค่าบริการ:

- ระดับเริ่มต้น (Beginner) 3,950 บาท

- ระดับปานกลาง (Intimate) 4,450 บาท

- ระดับมืออาชีพ (Pro Skater) 5,250 บาท

(กรณีไม่มีอุปกรณ์มาเองคิดค่าประกันอุปกรณ์ 4,500บาท)

กีฬาอินไลน์สเกตที่ทางโครงการได้จัดให้มีการเรียนการสอนนั้นจะแบ่งระดับในการเรียนการสอนในระดับที่แตกต่างกันออกไปตามความสามารถของผู้เล่นได้ ดังนี้

- ระดับเริ่มต้น Beginner
- ระดับปานกลาง Intimate
- ระดับมืออาชีพ Pro Skater

โดยจะมีรายละเอียดการเรียนการสอนดังต่อไปนี้

3.3 Inline Skate beginner –อินไลน์สเกตขั้นพื้นฐาน

โดยหลักสูตรนี้จะเป็นการเริ่มต้นขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอินไลน์สเกตตั้งแต่แรกเริ่มเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้เล่นเพื่อจะสร้างพื้นฐานที่ดีแก่ผู้เล่นต่อไป

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สนี้

- 1). ทำความรู้จักในกีฬาอินไลน์สเกตในเรื่องพื้นฐานทั่วไปที่เกี่ยวข้องอาทิเช่น อุปกรณ์ต่างๆ การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุเบื้องต้น
- 2). ศึกษาทางทางขั้นพื้นฐานของกีฬาอินไลน์สเกต เช่น ท่าวิ่ง Flat Spin Follow Through เป็นต้น
- 3). ฝึกความชำนาญขั้นพื้นฐาน

ภาพที่ 66 : ทำพื้นฐานอินไลน์สเกต



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

3.4 Inline Skate Intimate –อินไลน์สเกตขั้นปานกลาง

หลักสูตรนี้จะฝึกความชำนาญของผู้เล่นให้สามารถใช้ท่าที่มียากมากขึ้น และจะมีอุปกรณ์เข้ามาใช้ในการเล่นท่าที่มีความซับซ้อนและยากขึ้น

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สมันดังนี้

1). เน้นความแม่นยำในการใช้ท่าพื้นฐานต่างที่มีความยากในระดับหนึ่งอาทิเช่น Spin Stop How to Stride 2 เป็นต้น

2). การใช้อุปกรณ์ในการเล่นที่มีความท้าทายมากขึ้น

3). การใช้แรมป์ (Ramp) ที่มีผู้สอนคอยประกบในระดับความสูง 1.80 เมตร

ภาพที่ 67 : ท่า Spin Stop



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremesports.com>.

3.5 Inline Skate Professional –อินไลน์สเกตขั้นมืออาชีพ

หลักสูตรนี้จะเป็นการเน้นให้ผู้เล่นที่มีความชำนาญให้พัฒนาถึงขั้นระดับมืออาชีพที่มีการใช้แรมป์ขนาดใหญ่และท่าที่ท้าทาย

ขั้นตอนการเรียนการสอนในคอร์สมันดังนี้

1). เรียนรู้ในการใช้แรมป์ขนาดใหญ่ที่มีความสูงไม่จำกัด และอุปกรณ์ราวเหล็กต่างๆ

2). การใช้ท่าที่อันตรายที่มีความเสี่ยงสูง อาทิเช่น Crossover Turns Inline Figure Skating เป็นต้น

ภาพที่ 68 : Fabio da Silva นักกีฬาอินไลน์สเกตระดับโลก



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)

- มีที่ปรึกษาที่มีความรู้ประสบการณ์ทางด้านบริหารจัดการธุรกิจ
- มีทีมงานที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เฉพาะ ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นทีมที่ปรึกษา
- มี Connection ที่ดีกับสื่อต่างๆ หลายแขนง เช่น การประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งทางโทรทัศน์

วิทย์ และทางอินเทอร์เน็ต

- มีทีม Creative & Production ที่ชำนาญด้านงานสร้างสรรค์

จุดอ่อน (Weakness)

- มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมในรูปแบบเอ็กซ์ตรีมน้อย
- เป็นผู้ดำเนินธุรกิจเอ็กซ์ตรีมรายใหม่ อาจจะไม่ได้รับความไว้วางใจ

โอกาส (Opportunities)

- มีผู้สนับสนุนและเข้าร่วมเป็นพันธมิตร ได้แก่ สมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย (TESA) และสมาพันธ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งเอเชีย (AXF) และ บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น

- ชาวชนไทยมีศักยภาพความสามารถจนได้รับการยอมรับในระดับภูมิภาคและในระดับโลก อีกทั้งชาวชนไทยยังมีชื่อเสียงทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นอย่างมากและอยู่ในอันดับต้นๆ 1 ใน 5 ของโลกมาโดยตลอด
 - จากสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ที่ไม่ดีทำให้ประชาชนแสวงหาสิ่งใหม่ที่จะหลีกเลี่ยงจากความตึงเครียดและได้ผ่อนคลายไปกับสิ่งนั้นเป็นการหาสิ่งเติมเต็มให้กับชีวิตในยุคปัจจุบัน
- อุปสรรค (Threats)
- สภาพสถานะทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอาจถึงขั้นถดถอย การเมืองที่ขาดความมั่นคงขาดเสถียรภาพ และสังคมที่เกิดความวุ่นวายไม่สงบสุข คนในชาติขาดความสามัคคี
 - เป็นบริษัทผู้จัดงานและกิจกรรมกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างเต็มรูปแบบรายใหม่ อาจยังไม่ได้ความไว้วางใจและรู้จักมากนัก
 - อาจมีการจัดงานกิจกรรมกีฬาหรือบันเทิงในรูปแบบต่างๆทุกประเภทในช่วงเวลาเดียวกัน

Tows Matrix

ตารางที่ 32 : Tows Matrix

Extreme Center	<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีที่ปรึกษาที่มีความรู้ประสบการณ์ทางด้านบริหารจัดการธุรกิจ - มีทีมงานที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เฉพาะ ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นทีมที่ปรึกษา - มี Connection ที่ดีกับสื่อต่างๆ หลายแขนง - มีทีม Creative & Production ที่ชำนาญด้านงานสร้างสรรค์ 	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมในรูปแบบเอ็กซ์ตรีมน้อย - เงินทุนในการดำเนินการต่ำ
----------------	--	---

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 32 (ต่อ) : Tows Matrix

<p>โอกาส (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชาวชนไทยมีชื่อเสียงทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นอย่างมากและอยู่ในอันดับต้นๆ 1 ใน 5 ของโลก - เป็นช่วงขาขึ้นของกีฬาประเภทนี้ - ชาวชนไทยให้ความสนใจและหันมาเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม - ประชาชนแสวงหาสิ่งใหม่ที่จะหลีกเลี่ยงจากความตึงเครียด - ในประเทศไทยยังไม่มีผู้ให้บริการสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมอยู่เลย 	<p>so</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริการเข้าใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีม - บริการคอร์สเรียนเอ็กซ์ตรีม - บริการให้เช่าบูทขายของ - Club & Restaurant - Learning Course 	<p>wo</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสนอแนะให้เด็กไทยพยายามเอาประสบการณ์เข้าร่วมในการทำกิจกรรม - จัดกิจกรรมการแข่งขันและประกวดอย่างต่อเนื่อง - จัดกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการจัดจำหน่ายของให้มากที่สุด
<p>อุปสรรค (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> - สภาพสภาวะทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอาจถึงขั้นถดถอย การเมืองที่ขาดความมั่นคงขาดเสถียรภาพ และสังคมที่เกิดความวุ่นวายไม่สงบสุข - เป็นบริษัทผู้จัดงานและกิจกรรมกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างเต็มรูปแบบรายใหม่ อาจยังไม่ได้ความไว้วางใจและไม่รู้จักมากนัก - อาจมีการจัดงานกิจกรรมกีฬาหรือบันเทิงในรูปแบบต่างๆทุกประเภทในช่วงเวลาเดียวกัน 	<p>st</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีหน่วยงานในการแก้ปัญหาทางด้านอุปกรณ์และเทคนิคให้ลูกค้าที่มาใช้บริการ - ระบบการรักษาความปลอดภัยและช่วยเหลือรวมถึงอุปกรณ์เซฟตี้ต่างๆ 	<p>wt</p> <ul style="list-style-type: none"> - หาทุนการดำเนินการจากสถาบันการเงิน เพื่อสร้างสนามกีฬา หรือการอำนวยความสะดวกในการบริการต่างๆ - สร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งทางด้านธุรกิจ และทางด้านการกีฬา

บทวิเคราะห์ความต้องการของตัวสินค้าที่มีผลต่อตัวผู้บริโภค

1. อรรถประโยชน์

- ส่งเสริมให้เยาวชนได้เล่นกีฬาออกกำลังกายและได้แสดงศักยภาพความสามารถอย่างเต็มที่ และได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์หลีกเลี่ยงจากอบายมุข อันเป็นปัญหาของสังคมที่จะตามมา ยาเสพติด อาชญากรรม ฯลฯ

2. คุณค่า

- เอ็กซ์ตรีมเป็นกีฬาและการออกกำลังกายที่มันส์ ตื่นเต้น ทำท่าย ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์กว่ากีฬาประเภทอื่นๆ ที่ทำให้สุขภาพแข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ เพราะต้องใช้ทักษะทั้งร่างกายและสมองในการคำนวณต่างๆ แล้วยังต้องมีความกล้าและคิดทำเล่นใหม่ๆ อยู่เสมอ อีกทั้งเยาวชนไทยมีศักยภาพความสามารถในประเภทกีฬาเอ็กซ์ตรีมในระดับต้น ๆ ของโลก

Target Group 100%

- เยาวชนไทยที่เริ่มสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม	40%
- นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมทั้งมืออาชีพและมือสมัครเล่น	20%
- กลุ่มญาติและเพื่อนของนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่มาเข้าร่วมการแข่งขัน	15%
- กลุ่มคนที่รักความสนุก ตื่นเต้น ทำท่าย และชื่นชอบทดลองความแปลกใหม่	15%
- ผู้สนับสนุนและร่วมทุน	10%

การวิเคราะห์ 4P's

Product

1. บริการเช่าสนามเอ็กซ์ตรีม ใช้ในการฝึกซ้อม สเกตบอร์ด อินไลน์สเกต จักรยานบีเอ็มเอ็กซ์ ส่วนพื้นที่ Skate Park In Door ประกอบด้วย

- ลานSkate Park ใหญ่ (Skate Park In Door Professional)
- ลานSkate Park เล็ก (Skate Park In Door Beginning)
- ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า เก็บของ (Locker room)
- ห้องน้ำชาย/หญิง (Toilet Men/Women)
- ห้องพยาบาล (Nurse Room)
- ห้องพักนักกีฬา (Waiting athlete room)

2. บริการคอร์สเรียนเอ็กซ์ตรีม หลักสูตรกีฬาเอ็กซ์ตรีมประเภท สเกตบอร์ด อินไลน์สเกต จักรยานบีเอ็มเอ็กซ์ มีการเรียนการสอนในเรื่องของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจและพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนและนักกีฬา

หลักสูตรกีฬาสเกตบอร์ด (Skateboard)

- เวลาเปิด-ปิด : จันทร์-อาทิตย์ เวลาเปิด 10.00 น.-22.00 น.

- จำนวนการเรียนการสอน/ชั่วโมง 20 ชั่วโมง

อัตราค่าบริการ :

- ระดับเริ่มต้น (Beginner) 3,750 บาท

- ระดับปานกลาง (Intimate) 3,950 บาท

- ระดับมืออาชีพ (Pro Skater) 5,750 บาท

(กรณีไม่มีอุปกรณ์มาเองคิดค่าประกันอุปกรณ์ 3,750 บาท)

หลักสูตรกีฬาจักรยานผาดโผน (BMX Freestyle)

- เวลาเปิด-ปิด:จันทร์ - อาทิตย์ เวลาเปิด 10.00 น.-22.00 น.

- จำนวนการเรียนการสอน/ชั่วโมง 20 ชั่วโมง

อัตราค่าบริการ :

- ระดับเริ่มต้น (Beginner) 3,500 บาท

- ระดับปานกลาง (Intimate) 4,750 บาท

- ระดับมืออาชีพ (Pro Skater) 5,750 บาท

(กรณีไม่มีอุปกรณ์มาเองคิดค่าประกันอุปกรณ์ 5,250บาท)

หลักสูตรกีฬาอินไลน์สเกต (In line Skate)

- เวลาเปิด-ปิด : จันทร์-อาทิตย์ เวลาเปิด 10.00 น.-22.00 น.

- จำนวนการเรียนการสอน/ชั่วโมง 20 ชั่วโมง

อัตราค่าบริการ:

- ระดับเริ่มต้น (Beginner) 3,950 บาท

- ระดับปานกลาง (Intimate) 4,450 บาท

- ระดับมืออาชีพ (Pro Skater) 5,250 บาท

(กรณีไม่มีอุปกรณ์มาเองคิดค่าประกันอุปกรณ์ 4,500บาท)

3. บริการให้เช่าบูทขายของ

เป็นร้านที่รวบรวมอุปกรณ์ที่ขายของเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีมไว้อย่างครบครันที่มีการขายในเรื่องของเสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น

4. Club & Restaurant

ร้านอาหาร (Food Court) เป็นในลักษณะของร้านอาหารที่รองรับทั้งนักเรียนภายในโครงการและบุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการภายในโครงการ

Price

- กลยุทธ์การตั้งราคาดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถและกำลังในการจ่ายเงินของผู้เข้าชมและผู้เข้าร่วมการแข่งขัน
- ค่าเช่าเข้าใช้บริการสนาม 150 บาท ต่อวัน

Place

ที่ตั้งของโครงการ : เกษมสันต์ 1 ปทุมวัน, กรุงเทพมหานคร
พื้นที่ลานจอดรถ 885 ตารางเมตร
พื้นที่ด้านข้างอาคาร 5,100 ตารางเมตร

Promotion

- Gold Membership 2,750 BTH ส่วนลด 10% จะเป็นการเน้นให้ผู้เล่นที่มีความชำนาญให้พัฒนาถึงขั้นระดับมืออาชีพที่มีการใช้แรมปีขนาดใหญ่และท่าที่ท้าทาย
- Silver Membership 1,990 BTH ส่วนลด 5% จะฝึกความชำนาญของผู้เล่นให้สามารถใช้ท่าที่มียากมากขึ้นและจะมีอุปกรณ์เข้ามาใช้การเล่นท่าที่มีความซับซ้อนและยากขึ้น
- Basic Membership 1,250 BTH จะเป็นการเริ่มต้นขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม สเกตตั้งแต่แรกเริ่มเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้เล่นเพื่อจะสร้างพื้นฐานที่ดีแก่ผู้เล่นต่อไป
- สมาชิกรายปี 10,000 บาท (สามารถเล่นฟรีทั้งปี) จะเป็นการเน้นให้ผู้เล่นที่มีความชำนาญให้พัฒนาถึงขั้นระดับมืออาชีพ
- อัตราค่าบริการต่อครั้ง 150 บาท จะเน้นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับท่าพื้นฐานและการใช้อุปกรณ์ในลานสเก็ต ที่มีรูปแบบต่างที่จำกัดความสูงไม่เกิน 1.80 เมตร

การวิเคราะห์ 4C's

Consumer

1.กลุ่มเป้าหมายหลัก (Main User)

- นักกีฬามืออาชีพ (Pro Skaters)
 - วัยรุ่น (Teenager) ช่วงอายุ20-25ปี
 - วัยทำงาน (Official) ช่วงอายุ25-40ปี
- กลุ่มที่มีทักษะในกีฬาเอ็กซ์ตรีมระดับพื้นฐาน(Beginner)
- เด็ก (Child) ช่วงอายุ5-12ปี
 - วัยรุ่น (Teenager) ช่วงอายุ15-25ปี
 - วัยทำงาน (Official) ช่วงอายุ25-40ปี

2. เป็นกลุ่มที่จะมาส่งเสริมรายได้ของตัวโครงการให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นที่เข้ามาซื้อสินค้าในตัวโครงการ
-บุคคลทั่วไป

Cost

- เศรษฐกิจที่ถดถอย ผู้บริโภคจะระวังเรื่องค่าใช้จ่ายมาก ทำให้การกำหนดราคาค่าเช่าสนามและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน ต้องมีความสมเหตุสมผล ไม่สูงจนเกินไป ผู้บริโภคต้องรับได้และรู้สึกคุ้มค่าในการเข้าร่วมงาน

Convenience

- สนามและลานเอนกประสงค์สะดวกในการเดินทาง มีทั้งรถปรับอากาศประจำทางและมีรถไฟฟ้า BTSและสามารถรองรับรถยนต์ได้มากกว่า 500 คัน

Communication

- จะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อวิทยุเป็นสื่อหลักในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ตรงตาม ลักษณะและพฤติกรรมการเลือกรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงเลือกใช้สื่อรองคือ Print Ads ในพื้นที่ๆ กลุ่มเป้าหมายรวมตัวกันอยู่

- การให้ส่วนลดค่าลงทะเบียนแก่นักเรียน นิสิต นักศึกษาที่ร่วมลงทะเบียนในการเข้าสนามอิเล็กทรอนิกส์หลังยื่นบัตรประจำตัวนักศึกษาหรือหลักฐานจะได้รับส่วนลด 15 % ทันที
- ส่วนลดในการซื้อสินค้าของผู้สนับสนุนงานและผู้ร่วมงานหลัก

การวิเคราะห์สถานการณ์ (5C's) c

Context

การเมือง Political

ไม่มั่นคง ขาดเสถียรภาพ จากสถานการณ์ในปัจจุบันการเมืองไทยนั้น เกิดความขัดแย้งกันทางการเมือง ทำให้ไม่มั่นคง ขาดเสถียรภาพ ส่งผลให้คนต้องการความบันเทิงเพื่อหลีกหนีจากความเครียด ในขณะที่คนบางกลุ่มก็ยังให้ความสนใจเกี่ยวกับการเมืองมากกว่า

เศรษฐกิจ Economic

สภาพเศรษฐกิจอยู่ในขั้นถดถอย ผู้บริโภคหันมาเก็บเงินสดเงินออมกันไว้มากขึ้น ไม่กล้าที่จะใช้เงินจับจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการใดๆ รัฐบาลส่งเสริมนโยบายต่างๆ ให้เกิดความมั่นใจในการค้าและเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และเรื่องนโยบายเศรษฐกิจเชิงแนวคิดสร้างสรรค์ที่กำลังเป็นที่พูดถึงมากขึ้น ผู้บริโภคระวังเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นอย่างมากและคำนึงถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายออกไปเป็นหลัก

สังคม Social

สังคมไทยขาดความสงบสุข จากการแบ่งแยกของคนหลายกลุ่มจนเกิดความแตกแยก ทำให้ประชาชนเกิดความหวาดวิตกจากสภาพสถานการณ์ทางการเมือง คนในสังคมขาดความสามัคคี ทำให้ประชาชนบางกลุ่มไม่กล้าที่จะออกมารวมตัวกันยังที่สาธารณะ เพราะกลัวว่าจะเกิดเหตุการณ์การก่อความรุนแรง การเล่นเกมกีฬาจึงเหมือนเป็นทางออกหนึ่งที่จะทำให้คนในสังคมได้มารวมตัวกัน สามัคคีปรองดองกันมากขึ้น และเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ผ่อนคลายจากความตึงเครียด บางคนอาจหลีกเลี่ยงที่จะไปรวมตัวกันในที่สาธารณะ เพราะกลัวว่าจะเป็นเหยื่อการก่อความรุนแรง

เทคโนโลยี Technology

เทคโนโลยีมีความพร้อมความก้าวหน้าทันสมัยไปอย่างมาก ทั้งทางด้านอุปกรณ์ความบันเทิง อุปกรณ์การแข่งขันต่างๆ รวมถึงเทคโนโลยีทางด้าน แสง สี เสียง กราฟิกต่างๆ เทคโนโลยีทางด้าน แสง สี เสียง กราฟิกต่างๆ ที่จะทำให้งานหรือกิจกรรมมีความน่าสนใจและมีรูปแบบที่น่า

ตื่นตาตื่นใจ แต่เนื่องด้วยราคาที่สูง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจึงสูงมากด้วยเช่นกัน ราคาที่สูง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจึงสูงมากด้วยเช่นกัน

Consumer

ชอบ

- ความมันส์ ตื่นเต้น ทำทาย ไม่เหมือนใคร
- รักความสนุก ตื่นเต้น ทำทาย และชื่นชอบทดลองความแปลกใหม่ รักอิสระ

ไม่ชอบ

- การถูกเหยียดหยามและการไม่ให้โอกาส
- ความยุ่งยาก วุ่นวาย

เป็นใคร

- นักกีฬาเอ็กซ์ตรีมสมัครเล่นและอาชีพ
- คนรุ่นใหม่ที่มีความชื่นชอบในความมันส์ความท้าทาย ความตื่นเต้นและกำลังสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม สเก็ตบอร์ด อินไลน์สเก็ต จักรยานบีเอ็มเอ็กซ์ ปีนหน้าผา ทุกประเภท
- อายุตั้งแต่ 15 – 30 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- คนรุ่นใหม่เป็นของตัวเองที่มีใจรักในความมันส์ ตื่นเต้น ทำทาย ไม่เหมือนใคร

มีพฤติกรรมคือ

- เล่นดนตรี รักการท่องเที่ยว สังสรรค์
- ฟังเพลง แนวแปลกใหม่ เช่น Hip-Hop, Punk Rock, Emo Rock
- ชอบรวมกลุ่มเข้าสังคมกับคนที่มีความรสนิยมคล้ายคลึงกัน มักนัดเจอกันเพื่อฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่างๆ ตามสวนสาธารณะ

ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองคือ

- พื้นที่และอุปกรณ์ที่เป็นมาตรฐานและมีความพร้อมในการพัฒนาขีดความสามารถและความต่อเนื่องในการแข่งขันรวมถึงฝึกซ้อม ซึ่งเยาวชนคนไทยมีศักยภาพความสามารถในกีฬาประเภทนี้สูงมาก

Company

ผลบวก

1. มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจทางด้านกีฬาและบันเทิง
2. มีทีมงานที่มีประสบการณ์เฉพาะทางด้านกีฬาอีสปอร์ต
3. มี Connection ที่ดีกับสื่อต่างๆ

ผลลบ

1. มีงบประมาณในการลงทุนที่จำกัด
2. อาจยังไม่ได้รับความเชื่อถือมากนัก เนื่องจากยังเป็นธุรกิจใหม่

สินค้าและบริการคือ

1. ให้บริการเช่าสนามฝึกซ้อมกีฬาอีสปอร์ตและจัดกิจกรรมกีฬาอีสปอร์ต เป็นแหล่งรวมร้านค้าอุปกรณ์กีฬาอีสปอร์ตออนไลน์ที่ครบวงจรที่มีความพร้อมและความหลากหลายมากที่สุดในประเทศ
2. ขายอุปกรณ์กีฬาอีสปอร์ตต่างๆ เช่น เสกต์บอร์ด, อินไลน์เสกต์, จักรยานปีเอ็มเอ็กซ์ อุปกรณ์ปืนหน้าผา ฯลฯ
3. มีทีมงาน Extreme ไว้สำหรับให้คำแนะนำและสอนเทคนิค ในการเล่นกีฬาอีสปอร์ตประเภทต่างๆ เช่น เสกต์บอร์ด อินไลน์เสกต์ ตลอดจนสร้างบรรยากาศและสีสันให้กับนักกีฬาหรือผู้ที่เริ่มสนใจในกีฬาอีสปอร์ตและมาใช้บริการ
4. มีหน่วยงานในการแก้ปัญหาทางด้านอุปกรณ์และเทคนิคให้ลูกค้าที่มาใช้บริการและบุคคลทั่วไปอย่างสมบูรณ์และพร้อมที่สุด

จุดแข็งคือ

- มีทีมงานที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจและสื่อต่างๆ รวมถึงมีทีมที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถทางด้านกีฬาอีสปอร์ต และนักกีฬาอีสปอร์ตทีมชาติไทย ประเภท อินไลน์เสกต์ และเสกต์บอร์ด เป็นทีมงานของบริษัท
- คนรุ่นใหม่พร้อมที่จะนำเสนอ สิ่งแปลกใหม่แก่ผู้บริโภค

จุดอ่อนคือ

- เป็นผู้จัดกิจกรรมรวมถึงการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างเต็มรูปแบบรายใหม่ อาจยังไม่ได้
รับความเชื่อถือมากนัก

Collaborator

- สมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย (TESA)
- สมาพันธ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งเอเชีย (AXF)

สนับสนุน

- อุปกรณ์สนามแข่งขัน ที่ใช้ในการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมทุกประเภท
- นักกีฬามืออาชีพทั้งในระดับประเทศและจากต่างประเทศ
- สนับสนุนกิจกรรมและการจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีมประเภทต่างๆ

Competitor

- สนามยิงปืน BB gun
- สนาม Wakeboard กีฬาเอ็กซ์ตรีมทางน้ำ

ผลบวก

- อาจช่วยส่งเสริมให้กีฬาเอ็กซ์ตรีมที่บริษัทเราต้องการนำเสนอมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและมี
ความแตกต่างมากยิ่งขึ้น ช่วยส่งเสริมให้กิจกรรมกีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นอีกทางเลือกที่มีทั้ง
ความตื่นเต้น ทำทาย ความแปลกใหม่และแตกต่าง ที่จะเข้ามาเติมเต็มให้ผู้บริโภคได้

ผลลบ

- กีฬาเอ็กซ์ตรีมเป็นกีฬาให้สำหรับคนไทย จึงอาจถูกมองข้ามจากกระแสกีฬาหลักที่ได้รับ
ความนิยม เช่น ฟุตบอล เทนนิส ฯลฯ

การเลือกกลยุทธ์และการกำหนดภารกิจ

ตารางที่ 33 : ตารางการเรียนการสอนของโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์

SESSION SCHEDULE							
	10.00-12.00	12.00-14.00	14.00-16.00	16.00-18.00	18.00-20.00	20.00-22.00	
MON			LESSON&PROFESSIONAL (BMX FLATLAND)	LESSON&BEGINNERS (INLINE SKATE)	LESSON&BEGINNERS (BMX FLATLAND) LESSON&BEGINNERS (SKATEBOARD)		
TUE			LESSON&INTERMEDIATE (INLINE SKATE)	LESSON&INTERMEDIATE (BMX FLATLAND)	LESSON&PROFESSIONAL (SKATEBOARD) LESSON&BEGINNERS (INLINE SKATE)		
WED				LESSON&INTERMEDIATE (SKATEBOARD)	LESSON&PROFESSIONAL (INLINE SKATE)		
THU			LESSON&INTERMEDIATE (SKATEBOARD)	LESSON&BEGINNERS (BMX FLATLAND)	LESSON&BEGINNERS (SKATEBOARD) LESSON&INTERMEDIATE (INLINE SKATE)		
FRI				LESSON&PROFESSIONAL (INLINE SKATE) LESSON&BEGINNERS (INLINE SKATE)	LESSON&BEGINNERS (SKATEBOARD) LESSON&BEGINNERS (BMX FLATLAND)	LESSON&PROFESSIONAL (INLINE SKATE) LESSON&INTERMEDIATE (BMX FLATLAND)	
SAT	LESSON&BASIC SKILL (EXTREAM)	LESSON&INTERMEDIATE (SKATEBOARD)	LESSON&INTERMEDIATE (SKATEBOARD) LESSON&INTERMEDIATE (BMX FLATLAND)	LESSON&PROFESSIONAL (BMX FLATLAND) LESSON&BEGINNERS (INLINE SKATE)	LESSON&BEGINNERS (SKATEBOARD) LESSON&PROFESSIONAL (INLINE SKATE)	LESSON&PROFESSIONAL (SKATEBOARD)	
SUN	LESSON&BASIC SKILL (EXTREAM)	LESSON&BEGINNERS (BMX FLATLAND)	LESSON&PROFESSIONAL (INLINE SKATE)	LESSON&INTERMEDIATE (SKATEBOARD)	LESSON&INTERMEDIATE (INLINE SKATE) LESSON&BEGINNERS (INLINE SKATE)	LESSON&PROFESSIONAL (BMX FLATLAND)	

กลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้โครงการ

กลุ่มเป้าหมายของตัวโครงการสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.กลุ่มเป้าหมายหลัก (Main User)

กลุ่มผู้ที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมและเข้ามาใช้บริการของตัวโครงการ โดยตรงซึ่งจะแบ่งแยกออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

- นักกีฬามืออาชีพ (Pro Skaters)
- วัยรุ่น (Teenager) ช่วงอายุ 20-25 ปี
- วัยทำงาน (Official) ช่วงอายุ 25-40 ปี

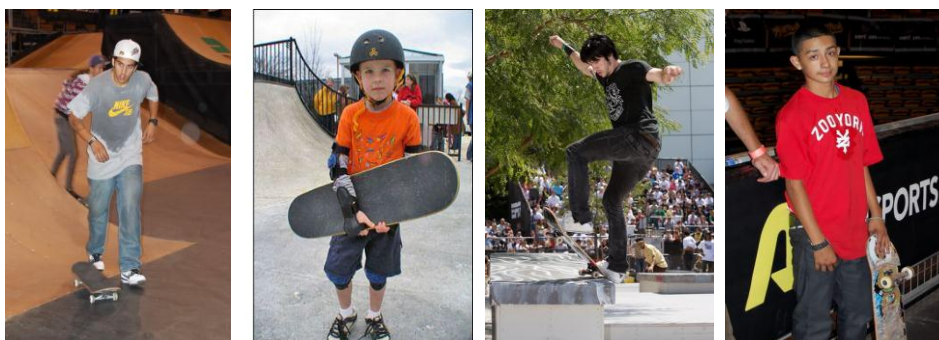
1.1 กลุ่มที่มีทักษะในกีฬาเอ็กซ์ตรีม ระดับพื้นฐาน (Beginner)

- เด็ก (Child) ช่วงอายุ 5-12 ปี
- วัยรุ่น (Teenager) ช่วงอายุ 15-25 ปี
- วัยทำงาน (Official) ช่วงอายุ 25-40 ปี

1.2 กลุ่มที่มีทักษะในกีฬาเอ็กซ์ตรีม ระดับปานกลาง (Intermediate)

- เด็ก (Child) ช่วงอายุ 8-12 ปี
- วัยรุ่น (Teenager) ช่วงอายุ 20-25 ปี
- วัยทำงาน (Official) ช่วงอายุ 25-40 ปี

ภาพที่ 69 : กลุ่มเป้าหมายหลัก ของโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

2. เป็นกลุ่มที่จะมาส่งเสริมรายได้ของตัวโครงการให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นที่เข้ามาซื้อสินค้าในโครงการ
-บุคคลทั่วไป

ภาพที่ 70 : กลุ่มเป้าหมายรองของ โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้สอย (User Behavior)

ตารางที่ 34 : ตารางการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้สอย

พื้นที่ใช้สอย	ประเภทของใช้สอย						จำนวนผู้ใช้สอย (คน)	พฤติกรรมผู้ใช้สอย	ที่มาในการคาดการณ์ผู้ใช้สอย			หมายเหตุ						
	A	B	C	D	E	F			REF 1	REF 2	REF 3							
ZONE 1 LAERNING STUDIO																		
Learning	●	●	●	●	●	●	200	Learning+Lecture	●	●	●	○	●	●	●	●	○	●
Multimedia Room	●	●	●	●	●	●	-	Learning+Listen+Looking	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Conference	●	●	●	●	●	●	50	Learning+Meeting	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ZONE 2 SPACIAL ACTIVITY																		
Skate Park	●	●	●	●	●	●	-	Learning+Play	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Locker Room	●	●	●	●	●	●	100	เก็บของ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Community Space	●	●	●	●	●	●	200	Event+Exhibition+Meeting	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Skate Shop	●	●	●	●	●	●	100	Shop	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Foyer & Reception	●	●	●	●	●	●	150	Welcome+Register	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ZONE 3 ADMINISTAIION & SERVICE ZONE																		
OFFICE	●	●	●	●	●	●	41	Work+Data+Contact	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOOD COURT	●	●	●	●	●	●	100	Eating	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CONTROL ROOM	●	●	●	●	●	●	-	Control	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
STROGE	●	●	●	●	●	●	-	เก็บของ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
TOILET	●	●	●	●	●	●	40	ทำธุระส่วนตัว	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
สัญลักษณ์ A : นักเรียนรู้ C : ผู้ปกครอง E : ลูกค้ G : แม่บ้าน B : อาจารย์ D : Proskater F : เจ้าหน้าที่ REF 1 : ผู้อัจฉริยมักมาสมัครฐานที่กำหนด REF 2 : ผู้อัจฉริยมักมาเตรียมเทียบเบญจกักรณศึกษา REF 3 : ผู้อัจฉริยมักมาคิดในการออกแบบโครงการ																		

1. ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการ

1.1 กลุ่มผู้รับบริการ (ใช้งานประจำ)

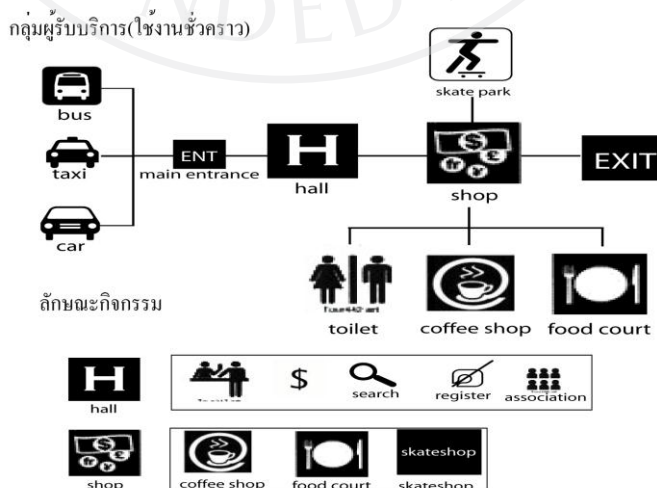
ภาพที่ 71 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้รับบริการ (ใช้งานประจำ)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.2 กลุ่มผู้รับบริการ (ใช้งานชั่วคราว)

ภาพที่ 72 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้รับบริการ (ใช้งานชั่วคราว)

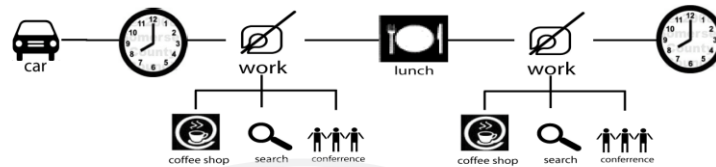


ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.3 กลุ่มผู้ให้บริการ (ผู้บริหาร)

ภาพที่ 73 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้ให้บริการ (ผู้บริหาร)

กลุ่มผู้ให้บริการ(ผู้บริหาร) ช่วงเวลาทำงาน 10.00-18.00 น.



กลุ่มผู้ให้บริการ(ผู้บริหาร)

ก่อน 10.00น. เดินทางมาทำงาน

10.00-12.00น. เริ่มทำงานในหน้าที่รับผิดชอบ

12.00-13.00น. พักเที่ยง รับประทานอาหารกลางวัน พักผ่อน สันทนาการ

13.00-18.00น. ปฏิบัติทำงานในหน้าที่รับผิดชอบ

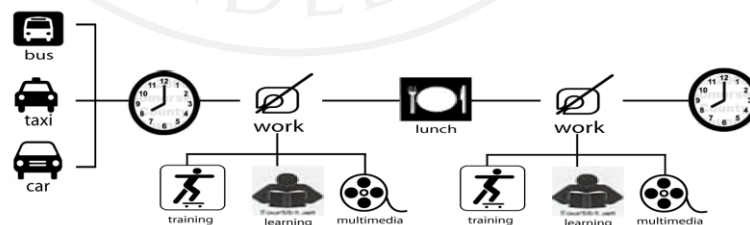
18.00น. เลิกงานเดินทางกลับ

ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

1.4 กลุ่มผู้ให้บริการ (Pro Skater/พนักงาน)

ภาพที่ 74 : ลักษณะกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการของกลุ่มผู้ให้บริการ (Pro Skater / พนักงาน)

กลุ่มผู้ให้บริการ(Pro Skater Trainer/พนักงาน) ช่วงเวลาทำงาน 09.00-22.00 น.



กลุ่มผู้ให้บริการ(Pro Skater Trainer/พนักงาน)

ก่อน 10.00น. เดินทางมาทำงาน

10.00-12.00น. เริ่มทำงานในหน้าที่รับผิดชอบ

12.00-13.00น. พักเที่ยง รับประทานอาหารกลางวัน พักผ่อน สันทนาการ

13.00-22.00น. ปฏิบัติทำงานในหน้าที่รับผิดชอบ

22.00น. เลิกงานเดินทางกลับ

ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

ขนาดและสัดส่วนของ Ramp ที่มีมาตรฐาน

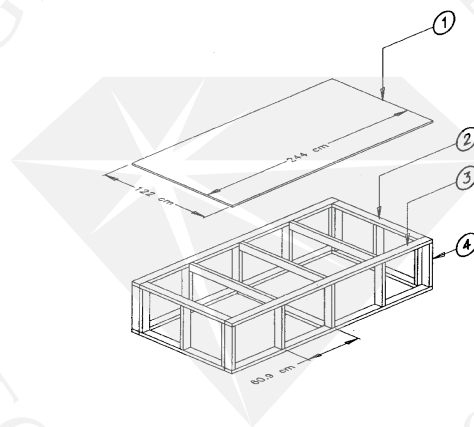
ชื่อของ Ramp: Platform B (Fun Box)

ขนาดของ Ramp : (กว้างXยาวXสูง) - 122X244X60.9 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15 ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ : Beginner

ภาพที่ 75 : รูปของแรมป์ Platform B (Fun Box)



1. QUANTITY REQUIRED: 1
NOTES:

4	3.8cm x 8.9cm x 51.4 cm LONG WOOD STUDS	16
3	3.8cm x 8.9cm x 244 cm LONG WOOD STUDS	4
2	3.8cm x 8.9cm x 104.2 cm LONG WOOD STUDS	8
1	1.9 cm THICK PLYWOOD	1

PLATFORM 'B' (FUN BOX)			REV. DATE
DWG. NO.	SHEET 1 OF	SIZE A	
8-26-92	SCALE: NONE		
DO NOT SCALE DRAWING!			

ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

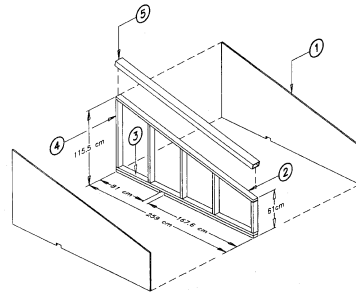
ชื่อของ Ramp: Platform B (Fun Box)

ขนาดของ Ramp : (กว้างXยาวXสูง) - 265X259X115.5 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15 ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Beginner, Intermediate

ภาพที่ 76 : รูปของแรมปี Platform B (Fun Box)



1. QUANTITY REQUIRED: 1
NOTES:

ITEM	DESCRIPTION	QTY.
5	12.5mm x 5.0mm BEC LIME WOOD	1
4	1.9cm THICK PLYWOOD	2
3	3.8cm x 8.9cm x 118.2 cm LONG	2
2	3.8cm x 8.9cm x 118.2 cm LONG	1
1	1.9 cm THICK PLYWOOD	2

RAIL SLIDE 'D' (FUN BOX)			
DWG. NO.	SHEET	1 OF	STEP
B-28-52			A
B-28-52	SCALE: NONE		
DO NOT SCALE DRAWING!			

ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

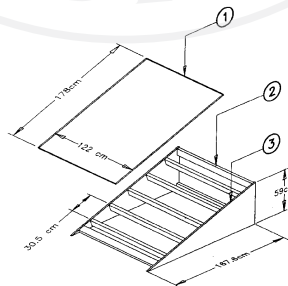
ชื่อของ Ramp: A (Fun Box)

ขนาดของRamp : (กว้างXยาวXสูง) - 122X187.9X59 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15 ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ : Beginner, Intermediate

ภาพที่ 77 : รูปของแรมปี Ramp: A (Fun Box)



1. QUANTITY REQUIRED: 6
NOTES:

ITEM	DESCRIPTION	QTY.
3	1.9 cm THICK PLYWOOD	2
2	3.8cm x 8.9cm x 118.2 cm LONG	6
1	1.9 cm THICK PLYWOOD	1

RAMP 'A' (FUN BOX)			
DWG. NO.	SHEET	1 OF	STEP
B-28-52			A
B-28-52	SCALE: NONE		
DO NOT SCALE DRAWING!			

ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

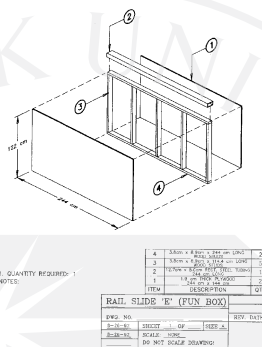
ชื่อของ : Rail Slide E (Fun Box)

ขนาดของRamp: (กว้างXยาวXสูง) - 122X244X122 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15 ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดี และสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Beginner, Intermediate

ภาพที่ 78 : รูปของแรมปี Rail Slide E (Fun Box)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

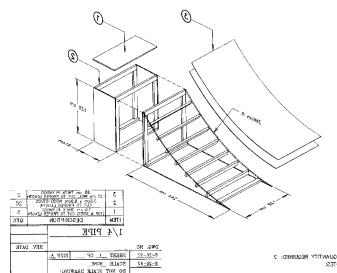
ชื่อของ : 1/4 Pipe

ขนาดของRamp: (กว้างXยาวXสูง) - 122X323X120 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15 ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Beginner, Intermediate

ภาพที่ 79 : รูปของแรมปี Rail Slide E (Fun Box)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

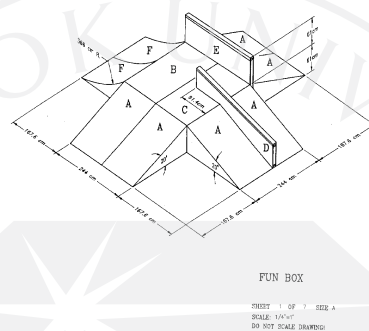
ชื่อของ : Fun Box

ขนาดของRamp: (กว้างXยาวXสูง) - 122X323X120 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Beginner, Intermediate

ภาพที่ 80 : รูปของแรมป์ Fun Box



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

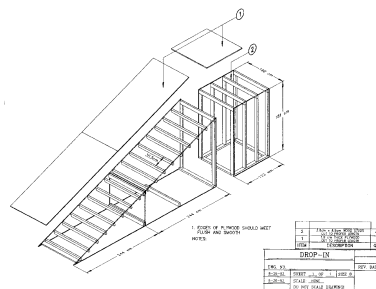
ชื่อของ : Drop In

ขนาดของ Ramp : (กว้างXยาวXสูง) - 122X610X181 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Intermediate, Pro Skater

ภาพที่ 81 : รูปของแรมป์ Fun Box



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

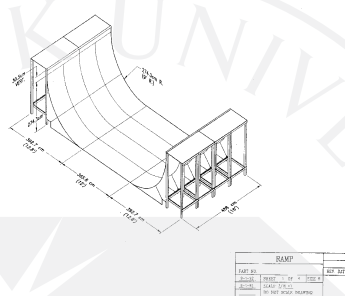
ชื่อของ : Ramp

ขนาดของ Ramp: (กว้างXยาวXสูง) - 1,151.2X488X181 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15 ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Intermediate, Pro Skater

ภาพที่ 82 : รูปของแรมป์ Ramp



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

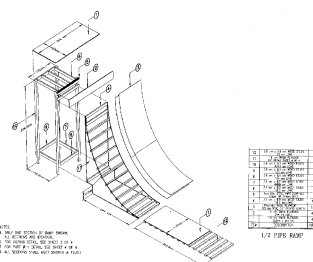
ชื่อของ : 1/2Pipe Ramp

ขนาดของ Ramp: (กว้างXยาวXสูง) - 122X728X304.8 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ : ไม้อัดขนาด 15 ซม. 20 ซม. Satellite
(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Pro Skater

ภาพที่ 83 : รูปของแรมป์ 1/2Pipe Ramp



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeproports.com>.

ชื่อของ: Ramp C (pyramid)

ขนาดของRamp: (กว้างXยาวXสูง) - 167.6X167.6X59 ซม.

วัสดุที่ใช้ในการทำ: ไม้อัดขนาด 15ซม. 20ซม. Satellite

(วัสดุที่ใช้แทน ไม้อัดที่มีคุณภาพดีและสามารถกันน้ำได้)

ระดับความสามารถ: Beginner Intermediate

ภาพที่ 84 : รูปของแรมป์ Ramp C (pyramid)



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremesports.com>.

การเลือกและการกำหนดกลยุทธ์

1. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

โดยการนำเสนอถึงเรื่องราวความแตกต่าง ความมันส์ ความท้าทาย ความตื่นเต้นในกีฬาเอ็กซ์ตรีม ความสามารถและศักยภาพของเยาวชนไทยที่มีอันดับอยู่ในระดับต้นๆ ของโลกและมีชื่อเสียงเป็นอย่างมากในระดับระดับสากลทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม สนามที่มีการออกแบบทั้งภายนอกและภายในให้มีบรรยากาศที่ตื่นเต้นด้วยการออกแบบทั้งทางด้าน Visual, Sound, Lighting, Tactile สร้างบรรยากาศที่ตื่นเต้น สนุกสนาน มันส์ ท้าทาย โดดเด่นเป็นอย่างมากสำหรับลูกค้าและผู้ที่มีใจกีฬาเอ็กซ์ตรีม ซึ่งมีความคิดที่แตกต่างและนอกรอบอยู่แล้ว ความยากง่ายของระดับอุปกรณ์ในสนามเอ็กซ์ตรีมเช่นเตอร์ที่จะวัดจากระดับความสามารถของผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายเป็นอย่างมากสำหรับนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมทุกคนที่ต้องการจะพัฒนาความสามารถของตนเองให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นไปเรื่อยๆ จนถึงในระดับโปรหรือในระดับมืออาชีพ

2. กลยุทธ์การสมัครสมาชิก

ต้องการรักษาผู้บริโภครุ่นเดิมในขณะที่เดียวกันมีการขยายฐานผู้บริโภครุ่นใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยใช้ระบบสมาชิก โดยเมื่อได้สมัครเป็นสมาชิกแล้วจะได้รับสิทธิพิเศษในการเข้าร่วมงานกิจกรรมเอ็กซ์ตรีมหรือส่วนลดค่าลงทะเบียนในการแข่งขันสนามต่อๆ ไป และเมื่อเป็นสมาชิกแล้วลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของเราได้โดยผ่านระบบช้อปปิ้งออนไลน์ของเรา ซึ่งในระบบช้อปปิ้งออนไลน์นี้จะมีสินค้า เสื้อผ้า ตลอดจนอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมประเภทต่างๆ ให้เลือกสรรมากมาย และอัปเดตใหม่ล่าสุดจากแบรนด์ชั้นนำในต่างประเทศ ซึ่งยังไม่ได้นำเข้ามาขายภายในร้าน

3. กลยุทธ์การเติบโต

โดยการเปิดให้ใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีมฟรี 3 เดือนแรก ให้ผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมตลอดจนผู้ที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากการเปิดให้ใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีมฟรี และมีโอกาสได้ทดลองใช้เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพของสนามและรูปแบบการให้บริการ รวมถึงความสามารถของครูฝึกและทีมงานที่ได้นำเสนอออกไปและทำการบอกต่อขยายเป็นวงกว้างในการที่ผู้สนใจจะได้ทดลองเข้ามาใช้บริการภายในโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ต่อไป

4. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์

เพื่อเป็นการง่ายในการทำการตลาด และการจดจำในกีฬาเอ็กซ์ตรีม และสร้างนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยแลนด์ให้เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วถึง และง่ายในการจดจำ จึงได้มีการกำหนดและสร้างตราสัญลักษณ์ของโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ขึ้นมา และนำเสนอทำการตลาดโดยใช้โลโก้ที่ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 85 : ตราสัญลักษณ์ของโครงการ Extreme Center



ที่มา : เอ็กซ์ตรีม. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.extremeprosports.com>.

5. กลยุทธ์สร้างพันธมิตร

โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์จะเป็นสถานที่ตั้งของสมาคมเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการเพื่อที่จะได้รองรับในการติดต่อข้อมูลและพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานของกีฬาเอ็กซ์ตรีมในประเทศไทย อีกทั้งยังติดต่อประสานงานร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่างๆ กว่า 16 ประเทศ เพื่อการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาเอ็กซ์ตรีม และเป็นสถานที่รองรับการจัดการแข่งขันกีฬาเอ็กซ์ตรีม ในระดับนานาชาติ อาทิเช่น Asia X Game, X Game World Championship

6. กลยุทธ์การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์มีทีมงานและครูฝึกที่คอยให้คำแนะนำและสอนเทคนิคในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมประเภทต่างๆ เช่น เสกซ์บอร์ด อินไลน์เสกซ์ ตลอดจนสร้างบรรยากาศและสีสันให้กับนักกีฬาหรือผู้ที่เริ่มสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมและมาใช้บริการ และมีหน่วยงานในการแก้ปัญหาทางด้านอุปกรณ์และเทคนิคให้ลูกค้าที่มาใช้บริการและบุคคลทั่วไปอย่างสมบูรณ์ อีกทั้งระบบการรักษาความปลอดภัยและช่วยเหลือรวมถึงอุปกรณ์เซฟตี้ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการสนามรู้สึกถึงความปลอดภัยมากที่สุดเมื่อมาใช้บริการที่สนามเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์

7. กลยุทธ์การใช้สื่อออนไลน์

กลยุทธ์การใช้สื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Website หรือการอีเมลข่าวสารกิจกรรมของเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ที่จะจัดขึ้น ข่าวสารของสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยแลนด์ ให้กับสมาชิกได้ทราบในทุกๆ เดือน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Social Media ในการติดต่อสื่อสาร และอัปเดตความเคลื่อนไหวต่างๆ ของกิจกรรมภายในโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ เช่น Face book, Twitter

การจัดองค์กร

โครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์ เป็นแผนธุรกิจโดยภายในอาคารรองรับในส่วนสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการ และเป็นสถานที่ฝึกซ้อมและพัฒนาศักยภาพของตัวบุคคลและนักกีฬาที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม เป็นสถานที่จัดการแข่งขันในระดับประเทศและระดับนานาชาติอีกทั้งยังเป็นศูนย์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ (Shopping Center) ที่รวบรวมอุปกรณ์ไว้อย่างครบครันและสมบูรณ์แบบที่สุด

การจัดการองค์กรเป็นการวางรูปแบบโครงสร้างขององค์กรที่ชัดเจนในการแบ่งหน้าที่งานแต่ละฝ่ายออกมา เนื่องจากการทำงานภายในโครงการที่ต้องทำกันหลายคนต้องมีการแบ่งหน้าที่งานรับผิดชอบให้ชัดเจนเพื่อสะดวกในการตรวจสอบงานและไม่เกิดการงานที่ซ้ำซ้อนและสามารถตอบสนองการบริการเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด

แบ่งออกเป็น 3 แผนกใหญ่ คือ

1. ฝ่ายวิชาการ

ฝ่ายนี้ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลในส่วนของภาคทฤษฎี หลักสูตร เนื้อหาบทเรียนต่างๆ ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมภายในโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ โดยตรง วิจัยและค้นคว้าทางด้านการศึกษาเอ็กซ์ตรีมร่วมกับสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย ติดต่อประสานงานกับครูฝึกมืออาชีพจากต่างประเทศเพื่อพัฒนาทักษะเนื้อหาหลักสูตรบทเรียนอย่างต่อเนื่อง

2. ฝ่ายกิจกรรม

ฝ่ายนี้ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลในส่วนของงานกิจกรรมต่างๆ ทั้งการแข่งโชว์จากมืออาชีพระดับโลกทางด้านเอ็กซ์ตรีมที่จะจัดขึ้นเป็นประจำ การจัดการประกวด การจัดการแข่งขัน กิจกรรมงานคอนเสิร์ตของศิลปินต่างๆ ทั้งภายในโครงการและการเดินสายออกนอกพื้นที่ รวมถึงการทำการประชาสัมพันธ์และการตลาดของโครงการ

3. ฝ่ายบริการทั่วไป

ฝ่ายนี้ทำหน้าที่โดยตรงกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในโครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์ มีความใกล้ชิดกับลูกค้าเป็นอย่างมากซึ่งทางโครงการต้องให้ความสนใจมากเป็นพิเศษเพราะการดูแลและใกล้ชิดลูกค้าจำเป็นจะต้องอาศัยคนที่มีความชำนาญและสามารถควบคุมอารมณ์ได้ บวกกับต้องมีความรักและชื่นชอบในกีฬาเอ็กซ์ตรีม อีกทั้งฝ่ายนี้จะเป็นฝ่ายที่ได้รับการฝึกฝนอยู่เสมอเพื่อเตรียมความพร้อมให้บริการกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดอบรมทางด้านการศึกษาและบริการและความรู้ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างถูกต้องอยู่เสมอ

โครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 86 : แสดงโครงสร้างองค์กร



ที่มา : โครงสร้างองค์กร. (2552). สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.google.com>.

หัวหน้าฝ่ายวิชาการ (Academic Section)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบดูแลในส่วนของภาคทฤษฎี หลักสูตร เนื้อหาบทเรียนต่างๆ ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมภายในโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์โดยตรง วิจัยและค้นคว้าทางด้านการกีฬาเอ็กซ์ตรีมร่วมกับสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 25,000 บาท / เดือน

นักกีฬาอาชีพ (Pro Skaters)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนร่วมกับสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย และให้คำแนะนำทั้งทางด้านทฤษฎีและภาคปฏิบัติแก่ผู้มาใช้บริการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์

คุณสมบัติ : มีประสบการณ์ในการติดทีมชาติ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 30,000 บาท / เดือน

ผู้ฝึกสอน (In tutors)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการเป็นครูผู้ฝึกสอนตามหลักสูตรกีฬาเอ็กซ์ตรีมของโครงการ ติดต่อประสานงานกับครูฝึกมืออาชีพจากต่างประเทศเพื่อพัฒนาทักษะเนื้อหาหลักสูตรบทเรียนอย่างต่อเนื่อง

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 30,000 บาท / เดือน

หัวหน้าฝ่ายกิจกรรม (Activity Faction)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบดูแลในส่วนของงานกิจกรรมต่างๆ ทั้งการแสดงโชว์จากมืออาชีพระดับโลกทางด้านเอ็กซ์ตรีมที่จะจัดขึ้น และรับผิดชอบดูแลทุกกิจกรรมภายในโครงการ

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 25,000 บาท / เดือน

ฝ่ายกิจกรรมประกวดแข่งขัน (Performance Activity)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการจัดประกวด การจัดการแข่งขัน กิจกรรมงานทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม ทั้งภายในโครงการและการเดินสายออกนอกพื้นที่ รวมถึงการทำการประชาสัมพันธ์และการตลาดของโครงการ

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 20,000 บาท / เดือน

ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ (Event)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบหน้าที่วางแผนการตลาดต่างๆในโครงการ และคิดรูปแบบการทำตลาดทั้งในและนอกสถานที่ได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 20,000 บาท / เดือน

ฝ่ายบูทร้านค้า (Skate shop)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการควบคุม และการดูแลการเช่าพื้นที่ของร้านค้าอุปกรณ์ เสื้อผ้าต่างๆ ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมภายในโครงการทั้งหมด และสามารถติดต่อประสานงานกับแผนกอื่นได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี
อัตรารายได้ : 18,000 บาท / เดือน

ฝ่ายมัลติมีเดีย (Multimedia)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบหน้าที่ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในองค์กรและนอกองค์กร และสามารถติดต่อประสานงานกับแผนกอื่นได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี
อัตรารายได้ : 18,000 บาท / เดือน

ฝ่ายศูนย์อาหาร (Food Court)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการควบคุม และการดูแลการเช่าพื้นที่ของร้านอาหารต่างๆ ภายในโครงการทั้งหมด และสามารถติดต่อประสานงานกับแผนกอื่นได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี
อัตรารายได้ : 18,000 บาท / เดือน

หัวหน้าฝ่ายบริการทั่วไป (Serve General)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบทำหน้าที่โดยตรงกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในโครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์ ใกล้เคียงกับลูกค้าโดยตรง รับผิดชอบในส่วนการจัดอบรมทางด้านการให้บริการและความรู้ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมอย่างถูกต้อง

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม
อัตรารายได้ : 25,000 บาท / เดือน

ฝ่ายพยาบาล (Nurse)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ไปจนถึงการให้การรักษาแก่ผู้ประสบอุบัติเหตุในขณะที่ใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีม

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี

อัตรารายได้ : 12,000 บาท / เดือน

ฝ่ายการเงิน (Finance Officer)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบหน้าที่ต่างๆ ในโครงการ งบประมาณในการดำเนินการของโครงการ ประสานงานเบิกจ่ายกับฝ่ายต่างๆ ทั้งในและนอกโครงการ และควบคุมการดูแลการจัดซื้อต่างๆ

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี

อัตรารายได้ : 20,000 บาท / เดือน

ฝ่ายต้อนรับ (Receptionist)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบหน้าที่ให้ข้อมูลต่างๆแก่ผู้มาติดต่อสอบถาม ข้อมูลทางด้านกีฬา เอ็กซ์ตรีมและรายละเอียดการให้บริการของโครงการได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 10,000 บาท / เดือน

ฝ่ายอุปกรณ์/ควบคุม (Officer Control)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆ ภายในโครงการ และสามารถติดต่อประสานงานกับแผนกอื่นได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้และทักษะทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม

อัตรารายได้ : 10,000 บาท / เดือน

ฝ่ายรักษาความปลอดภัย (Security Guard)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ทั้งจากอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้น และภัยคุกคามต่างๆ สามารถติดต่อประสานงานกับแผนกอื่นได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี

อัตรารายได้ : 10,000 บาท / เดือน

ฝ่ายทำความสะอาด (Office Clean)

หน้าที่รับผิดชอบ : รับผิดชอบในส่วนของการดูแลและรักษาความสะอาดพื้นที่ภายในโครงการทั้งหมด และสามารถติดต่อประสานงานกับแผนกอื่นได้

คุณสมบัติ : จบปริญญาตรีในสาขาที่เกี่ยวข้อง มีประสบการณ์ 4-5 ปี มีมนุษยสัมพันธ์ดี

อัตรารายได้ : 10,000 บาท / เดือน

ตารางที่ 35 : แสดงรายละเอียดและอัตราเงินเดือนในโครงการ

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท)
หัวหน้าฝ่ายวิชาการ	1	25,000 บาท / เดือน
นักกีฬาอาชีพ	3	30,000 บาท / เดือน
ผู้ฝึกสอน	6	30,000 บาท / เดือน
หัวหน้าฝ่ายกิจกรรม	1	25,000 บาท / เดือน
ฝ่ายกิจกรรมประกวดแข่งขัน	4	20,000 บาท / เดือน
ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ	3	20,000 บาท / เดือน
ฝ่ายบุกร้านค้า	3	18,000 บาท / เดือน
ฝ่ายมัดติมิเดีย	2	18,000 บาท / เดือน
ฝ่ายศูนย์อาหาร	5	18,000 บาท / เดือน
หัวหน้าฝ่ายบริการทั่วไป	1	25,000 บาท / เดือน
ฝ่ายพยาบาล	2	12,000 บาท / เดือน
ฝ่ายการเงิน	2	20,000 บาท / เดือน
ฝ่ายต้อนรับ	2	10,000 บาท / เดือน
ฝ่ายอุปกรณ์/ควบคุม	5	10,000 บาท / เดือน
ฝ่ายรักษาความปลอดภัย	5	10,000 บาท / เดือน
ฝ่ายทำความสะอาด	4	10,000 บาท / เดือน

บทที่ 6

งบการเงิน

ข้อสมมติในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

จากแผนดำเนินการดำเนินการในประเด็นต่างๆ และการกำหนดรูปแบบธุรกิจ ผู้วิจัยได้คาดการณ์สมมติฐานประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ด้านงบประมาณรายรับและรายจ่ายของโครงการ ซึ่งมีรายละเอียดและเหตุผลประกอบ ตามรายละเอียดต่อไปนี้

1. คาดการณ์งบการเงินของ โครงสร้างหน้า 5 ปี เริ่มจากเดือนมกราคม 2554 ถึงเดือนธันวาคม 2559 โดยทางโครงการจะใช้เวลาในการดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม 2554 จากนั้นจะเปิดให้ใช้บริการภายในโครงการในเดือน มีนาคม 2554

2. โครงการนี้เกิดขึ้นมาโดยภายในอาคารรองรับในส่วนสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการ เป็นสถานที่ฝึกซ้อมและพัฒนาศักยภาพของตัวบุคคลและนักกีฬาที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม และเป็นสถานที่จัดการแข่งขันในระดับประเทศและระดับนานาชาติ อีกทั้งยังเป็นศูนย์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์(Shopping Center)ที่รวบรวมอุปกรณ์ไว้อย่างครบครันและสมบูรณ์แบบที่สุด ซึ่งผู้ที่จะมาใช้บริการภายในโครงการจะเป็นกลุ่มนักกีฬามืออาชีพ กลุ่มนักกีฬาสมัครเล่น และกลุ่มผู้ที่เริ่มสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่จะแวะเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีแนวโน้มจะเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ จากวัฒนธรรมของกีฬาเอ็กซ์ตรีม ที่รวมไปถึงแฟชั่นการฟังเพลง กระแสแนวดนตรี แฟชั่นการแต่งตัว และรูปแบบไลฟ์สไตล์ต่างๆ ที่ได้รับอิทธิพลมาจากกีฬาเอ็กซ์ตรีมทั้งสิ้น

3. รายได้ของโครงการมาจาก

- รายได้จากการจัดกิจกรรมคิดเป็นร้อยละ 25 ของรายได้ทั้งหมด
- ค่าลิขสิทธิ์การถ่ายทอดและค่าโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมด
- ค่าบริการให้เช่าสนามเอ็กซ์ตรีมคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมด
- ค่าบริการคอร์สเรียนเอ็กซ์ตรีม+ค่าประกันอุปกรณ์คิดเป็นร้อยละ 15 ของรายได้ทั้งหมด
- ค่าบริการให้เช่าอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมคิดเป็นร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมด
- ค่าบริการให้เช่าบูทขายของคิดเป็นร้อยละ 5 ของรายได้ทั้งหมด
- ค่าบริการเสริม Club & Restaurantคิดเป็นร้อยละ 5 ของรายได้ทั้งหมด

4. การก่อตั้งโครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์ ใช้เงินลงทุนทั้งหมดประมาณ 30 ล้านบาท โดยเป็นเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการ 10 ล้านบาท และเงินกู้ยืม 20 ล้านบาท

5. โครงการนี้เป็นโครงการที่เน้นด้านการบริการจัดการไลฟ์สไตล์ โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าและการสัมภาษณ์ รวมถึงอ้างอิงจากกรณีศึกษา ดังนี้ โครงการที่ 1 Transgression skate park , โครงการที่ 2 Monster Park , โครงการที่ 3 Mega Skate Plaza , โครงการที่ 4 Fantasy Factory Plaza , โครงการที่ 5 Epic Indoor Skate park , โครงการที่ 6 The Ramp โดยได้สรุปออกมาเป็นกิจกรรมต่างๆ ภายในโครงการดังนี้ หลักสูตรและคอร์สเรียน ค่าเช่าบริการต่างๆ ทั้งค่าเช่าสนาม ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสอบรับรองสมรรถภาพ ค่าเรียน

การประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวม

ต้นทุนเงินลงทุนรวม เป็นเงินลงทุนถาวร ประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ

สมมติฐานในการลงทุนเบื้องต้น

ตารางที่ 36 : สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าเช่าพื้นที่	12,000,000 บาทต่อปี	1,000,000 บาทต่อเดือน ค่าเช่าพื้นที่ดำเนินโครงการ
ค่าสร้างสนามเอ็กซ์ตรีม	10,000,000 บาท	มี 2สนาม - สนามเล็ก - สนามใหญ่
ค่าสิ่งปลูกสร้างภายในโครงการ	60,000,000 บาท	15,000 บาท / ตรม.

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 36 (ต่อ): สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าออกแบบตกแต่งภายในส่วนต่างๆ ของโครงการ	20,000,000 บาท	
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	1,000,000 บาท	
ค่าอุปกรณ์กีฬาอิเล็กทรอนิกส์	<ul style="list-style-type: none"> - สเก็ตบอร์ด จำนวน 200 ชิ้น รวมเป็นเงิน 1,100,000 บาท - อินไลน์สเก็ต จำนวน 150 ชิ้น รวมเป็นเงิน 1,425,000 บาท - จักรยานบีเอ็มเอ็กซ์ จำนวน 120 คัน รวมเป็นเงิน 900,000 บาท - ชุดอุปกรณ์ป้องกัน จำนวน 200 ชุด รวมเป็นเงิน 700,000 บาท - รวมเป็นเงิน 4,125,000 บาท 	<p>เป็นการลงทุนครั้งเดียว</p> <ul style="list-style-type: none"> - สเก็ตบอร์ด 5,500บาท / แผ่น - อินไลน์สเก็ต 9,500 บาท / คู่ - จักรยานบีเอ็มเอ็กซ์ 7,500 บาท / คัน - ชุดอุปกรณ์ป้องกัน 3,500 บาท / ชุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 36 (ต่อ): สมมติฐานการลงทุนเบื้องต้น

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ต้นทุนการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนบริการแปรได้ 216,000 บาท - แรงงานในการบริการ 3,768,000 บาท - ค่าเสื่อมราคาในการบริการ 6,825,000 บาท - ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ 13,044,000 บาท - รวมต้นทุนการให้บริการ 23,853,000 บาท 	
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	<ul style="list-style-type: none"> - แรงงานในการขายและบริหาร 7,320,000 บาท - ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร 1,200,000 บาท - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด 24,000,000 บาท - ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร 362,400 บาท - รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 32,882,400 บาท 	
รวมเงินลงทุนในโครงการ	220,595,800 บาท	

การประมาณการต้นทุนการบริการ

ตารางที่ 37 : การประเมินต้นทุนในการบริการ

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
แรงงานในการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - พนักงานต้อนรับจำนวน 2 คน รวมเป็นเงิน 20,000 บาท - ครูฝึกสอนจำนวน 9 คน เป็นเงิน 270,000 บาท - พยาบาลจำนวน 2 คน เป็นเงิน 24,000 บาท 	<ul style="list-style-type: none"> คนละ 10,000 บาท /เดือน คนละ 30,000 บาท /เดือน คนละ 12,000 บาท /เดือน
แรงงานในการขายและบริหาร	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้จัดการจำนวน 1 คน เป็นเงิน 35,000 บาท - หัวหน้าฝ่ายวิชาการจำนวน 1 คน เป็นเงิน 25,000 บาท - หัวหน้าฝ่ายกิจกรรมจำนวน 1 คน เป็นเงิน 25,000 บาท - ฝ่ายกิจกรรมประกวดแข่งขัน จำนวน 4 คนเป็นเงิน 80,000บาท -ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ จำนวน 3 คน เป็นเงิน 60,000 บาท -ฝ่ายบุุทร้านค้าจำนวน 3 คน เป็นเงิน 54,000 บาท - ฝ่ายมัลดติมีเดียจำนวน 2 คน เป็นเงิน 36,000 บาท - ฝ่ายศูนย์อาหารจำนวน 5 คน เป็นเงิน 90,000 บาท - หัวหน้าฝ่ายบริการทั่วไป จำนวน 1 คน เป็นเงิน 25,000 บาท 	<ul style="list-style-type: none"> คนละ 35,000 บาท /เดือน คนละ 25,000 บาท /เดือน คนละ 25,000 บาท /เดือน คนละ 20,000 บาท /เดือน คนละ 20,000 บาท /เดือน คนละ 18,000 บาท /เดือน คนละ 18,000 บาท /เดือน คนละ 18,000 บาท /เดือน คนละ 25,000 บาท /เดือน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 37 (ต่อ): การประเมินต้นทุนในการบริการ

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
	<ul style="list-style-type: none"> - ฝ่ายการเงินจำนวน 2 คน เป็นเงิน 40,000 บาท - ฝ่ายอุปกรณ์/ควบคุมจำนวน 5 คน เป็นเงิน 50,000 บาท - ฝ่ายรักษาความปลอดภัยจำนวน 5 คน เป็นเงิน 50,000 บาท - ฝ่ายทำความสะอาดจำนวน 4 คน เป็นเงิน 40,000 บาท 	<p>คนละ 20,000 บาท /เดือน</p> <p>คนละ 10,000 บาท /เดือน</p> <p>คนละ 10,000 บาท /เดือน</p> <p>คนละ 10,000 บาท /เดือน</p>
ค่าใช้จ่ายทาง การตลาด โฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์	24,000,000 ล้านบาทต่อปี	<p>2,000,000 บาท/ เดือน</p> <ul style="list-style-type: none"> - โฆษณาลงสื่อ Internet 150,000 บาท /เดือน - งาน Event 300,000 บาท/ เดือน - ป้ายโฆษณาและแจก ใบปลิว 100,000 บาท/เดือน - ค่าจัดกิจกรรมนอก สถานที่ 450,000 บาท/ เดือน - งบโฆษณาโครงการ 1,000,000 บาท/เดือน
ค่าใช้จ่ายก่อน ดำเนินงาน	100,000 บาท	ลงทุนครั้งแรก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 37 (ต่อ): การประเมินต้นทุนในการบริการ

รายการ	สมมติฐาน	หมายเหตุ
ค่าจ้างที่ปรึกษาจากสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทย	240,000 บาทต่อปี	20,000/ เดือน - เพื่อติดต่อและประสานงานกับเครือข่ายพันธมิตรและสมาพันธ์เอ็กซ์ตรีมกว่า 16 ประเทศในการแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีม
ค่าใช้จ่ายรายเดือนทั่วไป เช่น น้ำ ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ และเอกสารต่างๆ ภายในโครงการ	1,376,400 บาทต่อปี	114,700บาท/เดือน
รวมประเมินรายจ่าย	26,640,400 บาท/ปี	

การวิเคราะห์การได้มาของเงินทุน

การจัดตั้งโครงการ เอ็กซ์ตรีม เซ็นเตอร์นี้ใช้เงินลงทุนรวมประมาณ 146,360,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนมาจากเจ้าของโครงการ 30,000,000 บาท และเนื้อด้วยโครงการมีขนาดใหญ่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ผู้ดำเนินโครงการจึงใช้วิธีกู้ยืมเงินจาก ธนาคารกสิกรไทย อีกเป็นจำนวนเงิน 116,360,000บาท โดยมีอัตราดอกเบี้ยที่ต้องชำระ 5.85% MLR ต่อปี คงที่ทุกปี (อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR อ้างอิงจากการประกาศของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ ประจำวันที่ 14 กันยายน 2552)

เงื่อนไขทางการประกอบการธุรกิจ

1. ค่าพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนภายในโครงการ โดยจะมีการติดต่อกับสมาพันธ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมในระดับนานาชาติ เพื่อประสานงานติดต่อนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมในระดับมืออาชีพเข้ามาร่วมพัฒนาหลักสูตร โครงสร้างการเรียนการสอนต่างๆ ภายในโครงการ เพื่อให้มีศักยภาพที่จะพัฒนาโครงการให้ทัดเทียมในระดับสากล และมีโครงการแลกเปลี่ยนนักกีฬาภายในโครงการกับเครือข่ายพันธมิตรกว่า 16 ประเทศ เพื่อพัฒนานักกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยแลนด์ให้เข้าไปสู่ระดับมืออาชีพ

2. ค่าซ่อมบำรุงอุปกรณ์สเก็ตบอร์ด อินไลน์สเก็ต จักรยานบีเอ็มเอ็กซ์ และชุดอุปกรณ์ป้องกัน ซึ่งจะต้องมีการตรวจสอบซ่อมบำรุงในแต่ละเดือน เพื่อให้อุปกรณ์มีความพร้อมและมีประสิทธิภาพในการใช้งานได้ยาวนานมากที่สุด รวมไปถึงการซ่อมบำรุงสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่จะต้องทำการซ่อมบำรุงในแต่ละปี เพื่อให้มีความปลอดภัยในการใช้บริการมากที่สุด

3. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อติดต่อร้านอาหาร อุปกรณ์ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม ร้านอาหาร ที่จะเข้ามาในโครงการ และสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ภายในโครงการ รวมไปถึงสปอนเซอร์ที่จะเข้ามาสนับสนุนโครงการ โดยผ่านสื่อโฆษณา ทั้งทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณา ไปสเตอร์ โบปลิว โดยจะมีการอัปเดตข้อมูลต่างๆ ภายในโครงการทุกๆ 3 เดือน

ตารางที่ 38 : แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)

อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. วัตถุประสงค์ของโครงการเงิน					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	5,595.01	15,133.63	24,089.92	31,804.29	37,063.87
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	5,483.58	15,058.67	24,020.49	31,733.56	36,992.66
2. วัดความสามารถในการชำระหนี้					
- อัตรากำไรขั้นต้น	66.48%	77.55%	79.23%	78.84%	78.69%
- อัตรากำไรจากการค้า	20.28%	41.13%	36.15%	27.10%	17.88%
- อัตรากำไรสุทธิ	12.18%	27.72%	24.56%	18.47%	12.27%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	12.01%	31.17%	24.38%	16.30%	10.25%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	19.32%	39.74%	27.61%	17.20%	10.25%
3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินหมุนเวียน					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	0.99	1.12	0.99	0.88	0.84
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-	-	-
- ระยะเวลาในการชำระหนี้จากการค้า (วัน)	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04
- ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	3.07	3.08	3.09	3.09	3.08
4. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.38	0.22	0.12	0.05	0.00
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.61	0.28	0.13	0.05	0.00
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	7.05	26.81	34.03	38.27	50.48
การวิเคราะห์ในช่วงปีของการดำเนินงาน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	ร้อยละ: ปีที่ 5
รายได้	0.00%	50.00%	8.33%	0.00%	0.00%
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	0.00%	50.00%	8.33%	0.00%	0.00%
- แรงงานในการบริการ	0.00%	0.00%	0.00%	10.83%	2.87%
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	0.00%	0.00%	0.23%	0.38%	0.38%
รวมต้นทุนการให้บริการ	0.00%	0.45%	0.24%	1.91%	0.69%
กำไรขั้นต้น	0.00%	74.98%	10.68%	-0.50%	-0.19%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	12.46%	0.00%	5.83%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	0.00%	25.00%	33.33%	25.00%	20.00%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	8.83%	1.27%	4.26%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	0.00%	18.25%	28.15%	20.08%	17.54%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	0.00%	204.24%	-4.79%	-25.03%	-34.04%
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00%	-20.00%	-25.00%	-33.33%	-50.00%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	0.00%	241.31%	-4.01%	-24.78%	-33.61%
ภาษีเงินได้	0.00%	241.31%	-4.01%	-24.78%	-33.61%
กำไรสุทธิ	0.00%	241.31%	-4.01%	-24.78%	-33.61%
เงินลงทุนในโครงการ					
รายการ	รวม	หน่วย : บาท		บาท	
		แหล่งที่มาของเงินลงทุน	เงินกู้		
ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-		
สิ่งปลูกสร้าง	60,000,000	30,000,000	30,000,000		
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	4,125,000	-	4,125,000		
ยานพาหนะ	-	-	-		
อุปกรณ์สำนักงาน	5,000,000	5,000,000	-		
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000,000	1,000,000	-		
เงินทุนหมุนเวียน	200,000	200,000	-		
รวม	70,325,000	36,200,000	34,125,000		
ประมาณการงบกำไรขาดทุน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
รายได้	71,167,488	106,751,232	115,647,168	115,647,168	115,647,168
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	216,000	324,000	351,000	351,000	351,000
- แรงงานในการบริการ	3,768,000	3,768,000	3,768,000	4,176,000	4,296,000
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	13,044,000	13,044,000	13,074,000	13,124,000	13,174,000
รวมต้นทุนการให้บริการ	23,853,000	23,961,000	24,018,000	24,476,000	24,646,000
กำไรขั้นต้น	47,314,488	82,790,232	91,629,168	91,171,168	91,001,168
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	7,320,000	7,320,000	8,232,000	8,232,000	8,712,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	24,000,000	30,000,000	40,000,000	50,000,000	60,000,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	362,400	362,400	394,400	399,400	416,400
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	32,882,400	38,882,400	49,826,400	59,831,400	70,328,400
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	14,432,088	43,907,832	41,802,768	31,339,768	20,672,768
ดอกเบี้ยจ่าย	2,047,500	1,638,000	1,228,500	819,000	409,500
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	12,384,588	42,269,832	40,574,268	30,520,768	20,263,268
ภาษีเงินได้	3,715,376	12,680,950	12,172,280	9,156,230	6,078,980
กำไรสุทธิ	8,669,212	29,588,882	28,401,988	21,364,538	14,184,288

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 38 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	36,200,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	34,125,000	-	-	-	-
- รายได้	71,167,488	106,751,232	115,647,168	115,647,168	115,647,168
- เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น	1,800	900	225	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	141,494,288	106,752,132	115,647,393	115,647,168	115,647,168
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	70,125,000	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	17,028,000	17,136,000	17,193,000	17,651,000	17,821,000
- ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อม	31,682,400	37,682,400	48,626,400	58,631,400	69,128,400
- ดอกเบี้ยจ่าย	2,047,500	1,638,000	1,228,500	819,000	409,500
- ภาษีเงินได้	3,715,376	12,680,950	12,172,280	9,156,230	6,078,980
- ลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำเพิ่มขึ้น	198,775	900	475	3,817	1,417
- สติ๊กเกอร์สลับเปลี่ยน	1,800	900	225	-	-
- ชำระคืนเงินกู้	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	131,623,851	75,964,150	86,045,880	93,086,447	100,264,297
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	9,870,437	40,658,419	70,259,932	92,820,653
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	9,870,437	30,787,982	29,601,513	22,560,721	15,382,871
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	9,870,437	40,658,419	70,259,932	92,820,653	108,203,523
ประมาณการงบดุล					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	9,870,437	40,658,419	70,259,932	92,820,653	108,203,523
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำ	198,775	199,675	200,150	203,967	205,383
- สติ๊กเกอร์สลับเปลี่ยน	1,800	2,700	2,925	2,925	2,925
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	10,071,012	40,860,794	70,463,007	93,027,544	108,411,832
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	4,125,000	4,125,000	4,125,000	4,125,000	4,125,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	70,125,000	70,125,000	70,125,000	70,125,000	70,125,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	8,025,000	16,050,000	24,075,000	32,100,000	40,125,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	62,100,000	54,075,000	46,050,000	38,025,000	30,000,000
รวมสินทรัพย์	72,171,012	94,935,794	116,513,007	131,052,544	138,411,832
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	1,800	2,700	2,925	2,925	2,925
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,800	2,700	2,925	2,925	2,925
หนี้สินระยะยาว					
	27,300,000	20,475,000	13,650,000	6,825,000	-
รวมหนี้สิน	27,301,800	20,477,700	13,652,925	6,827,925	2,925

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 38 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์ปกติ (Most Likely Case)

ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	36,200,000	36,200,000	36,200,000	36,200,000	36,200,000
- กำไรสะสม	8,669,212	38,258,094	66,660,082	88,024,619	102,208,907
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	44,869,212	74,458,094	102,860,082	124,224,619	138,408,907
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	72,171,012	94,935,794	116,513,007	131,052,544	138,411,832
				หน่วย :	บาท
กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	8,669,212	29,588,882	28,401,988	21,364,538	14,184,288
- ค่าเสื่อมราคา	8,025,000	8,025,000	8,025,000	8,025,000	8,025,000
กระแสเงินสดสุทธิ	16,694,212	37,613,882	36,426,988	29,389,538	22,209,288
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 0	-	70,325,000			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 1		16,694,212			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 2		37,613,882			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 3		36,426,988			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 4		29,389,538			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 5		22,209,288			
ค่า k		10%			
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	33,790,195	บาท			
BC Ratio	1.48	เท่า			
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	28.31%				
ระยะเวลาคืนทุน	3				
จุดคุ้มทุน					
โครงสร้างต้นทุน				หน่วย :	ร้อยละ
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรรูป	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
- แรงงานในการบริการ	5.29%	3.53%	3.26%	3.61%	3.71%
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	9.59%	6.39%	5.90%	5.90%	5.90%
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	18.33%	12.22%	11.31%	11.35%	11.39%
รวมต้นทุนการให้บริการ	33.52%	22.45%	20.77%	21.16%	21.31%
กำไรขั้นต้น	66.48%	77.55%	79.23%	78.84%	78.69%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	10.29%	6.86%	7.12%	7.12%	7.53%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	1.69%	1.12%	1.04%	1.04%	1.04%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	33.72%	28.10%	34.59%	43.23%	51.88%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	0.51%	0.34%	0.34%	0.35%	0.36%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	46.20%	36.42%	43.08%	51.74%	60.81%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	20.28%	41.13%	36.15%	27.10%	17.88%
ดอกเบี้ยจ่าย	2.88%	1.53%	1.06%	0.71%	0.35%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	17.40%	39.60%	35.08%	26.39%	17.52%
ภาษีเงินได้	5.22%	11.88%	10.53%	7.92%	5.26%
กำไรสุทธิ	12.18%	27.72%	24.56%	18.47%	12.27%

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การประเมินและสรุปโครงการ

โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ ไทยแลนด์อินดอร์สเก็ตปาร์กและช้อปปิ้งมอลล์

“Extreme Center Thailand Skate park Indoor And Shopping Mall”

โครงการนี้เกิดขึ้นมาโดยภายในอาคารรองรับในส่วนสมาคมกีฬาเอ็กซ์ตรีมแห่งประเทศไทยอย่างเป็นทางการ เป็นสถานที่ฝึกซ้อมและพัฒนาศักยภาพของตัวบุคคลและนักกีฬาที่สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีม และเป็นสถานที่จัดการแข่งขันในระดับประเทศและระดับนานาชาติ อีกทั้งยังเป็นศูนย์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์(Shopping Center)ที่รวบรวมอุปกรณ์ไว้อย่างครบครันและสมบูรณ์แบบที่สุด ซึ่งผู้ที่จะมาใช้บริการภายในโครงการจะเป็นกลุ่มนักกีฬามืออาชีพ กลุ่มนักกีฬาสมัครเล่น และกลุ่มผู้ที่เริ่มสนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่จะแวะเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีแนวโน้มจะเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ จากวัฒนธรรมของกีฬาเอ็กซ์ตรีม ที่รวมไปถึงแฟชั่นการฟังเพลง กระแสแนวดนตรี แฟชั่นการแต่งตัว และรูปแบบไลฟ์สไตล์ต่างๆ ที่ได้รับอิทธิพลมาจากกีฬาเอ็กซ์ตรีมทั้งสิ้น ซึ่งรูปแบบบริการที่หลากหลายและมีกลยุทธ์ที่น่าสนใจทำให้ผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมีดังนี้

ด้านบริการ / สิ่งอำนวยความสะดวก

โครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์ เป็นโครงการที่เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00 น. - 22.00 น. โดยภายในโครงการจะประกอบไปด้วยบริการต่างๆ ดัง ซึ่งจะแบ่งตามสัดส่วนพื้นที่ ดังต่อไปนี้

1. ส่วนพื้นที่ Skate Park In Door จะเปิดบริการให้เช่าพื้นที่สนามในการฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีม มีด้วยกัน 2 สนาม คือ สนามขนาดใหญ่ และสนามขนาดเล็ก โดยสนามใหญ่ใช้แข่งขันและจัดกิจกรรม ส่วนสนามเล็กเปิดให้ผู้ที่สนใจเช่าฝึกซ้อมและยังเป็นสนามที่ใช้ในการเรียนการสอนกีฬาเอ็กซ์ตรีม ทั้งสเก็ตบอร์ด อินไลน์สเก็ต จักรยานบีเอ็มเอ็กซ์ ซึ่งภายในจะมีห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องพักนักกีฬา ห้องพยาบาล ให้ผู้มาใช้บริการได้รับความสะดวกสบายอย่างเต็มที่

2. ส่วนพื้นที่ร้านค้าและกิจกรรม (Shop & Special Activity) มีทั้งร้านค้าของโครงการเอ็กซ์ตรีมเซ็นเตอร์เอง และส่วนของร้านค้าของผู้สนับสนุน โครงการที่จะมาเปิดให้ผู้มาใช้บริการได้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าและอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีมอย่างเต็มที่ มีลานกิจกรรมที่จะจัดงานอีเวนต์ในทุกๆ เดือน

เพื่อให้ผู้มาใช้บริการและผู้สนใจเข้ามาทำกิจกรรมเอ็กซ์ตรีมร่วมกัน หรือหากต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม ก็สามารถใช้ห้องมัลติมีเดียที่ทางโครงการจัดทำขึ้นอย่างครบวงจร มีทั้งร้านอาหารและเครื่องดื่มเปิดให้บริการเพื่อรองรับผู้ที่มาใช้บริการภายในโครงการ

ด้านสถานที่ตั้ง / ความสะดวกสบายในการเข้าถึง

สถานที่ตั้งของตัวโครงการนั้นมีการไปมาที่สะดวก ติดถนน และเป็นแหล่งที่เข้าถึงโครงการได้ง่าย ทั้งทางรถประจำทาง รถไฟฟ้า BTS แท็กซี่ และรถยนต์ส่วนตัว มีกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับลักษณะรูปแบบของตัวโครงการ คือ กลุ่มผู้สนใจในกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่มีช่วงอายุตั้งแต่เด็กจนไปถึงผู้ใหญ่ รวมไปถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจในตัวโครงการและสามารถส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าส่งเสริมกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโครงการ อาทิเช่น Skateboard BMX Free Style Flatland Inline Skate มีธุรกิจต่างๆที่ส่งเสริมตัวโครงการ เช่น สยามเซ็นเตอร์ สยามสแควร์ มาบุญครอง อยู่ใกล้สนามกีฬาแห่งชาติ ต้องการที่จะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมในช่วงเวลากลางวัน ซึ่งจะส่งผลให้สนับสนุนตัวโครงการ

ด้านราคา

การตั้งราคานี้ใช้การอ้างอิงจากผลการศึกษาวิจัย แบบสอบถาม และกรณีศึกษาจากสถานที่ต่างๆ ดังนี้ Transgression skate park , Monster Park , Mega Skate Plaza , Fantasy Factory Plaza , 5 Epic Indoor Skate park และ The Ramp ได้สรุปออกมาเป็นราคาค่าเช่าสนามและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการสมัครเข้าร่วมการแข่งขันที่สมเหตุสมผล

ด้านการส่งเสริมการขาย

ทางโครงการได้จัดโปรโมชั่นในการเข้ามาใช้บริการภายในโครงการ ดังต่อไปนี้

- Gold Membership 2,750 BTH ส่วนลด 10%
- Silver Membership 1,990 BTH ส่วนลด 5%
- Basic Membership 1,250 BTH
- สมาชิกรายปี 10,000 BTH (สามารถเล่นฟรีทั้งปี)
- อัตราค่าบริการต่อครั้ง 150 BTH

เพื่อเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าแก่ผู้ที่ใช้บริการ

ด้านการพัฒนา

โครงการจะมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนภายในโครงการ โดยจะมีการติดต่อกับสมาพันธ์กีฬาเอ็กซ์ตรีมในระดับนานาชาติ เพื่อประสานงานติดต่อนักกีฬาเอ็กซ์ตรีมในระดับมืออาชีพเข้ามาร่วมพัฒนาหลักสูตร โครงสร้างการเรียนการสอนต่างๆ ภายในโครงการ เพื่อให้มีศักยภาพที่จะพัฒนาโครงการให้ทัดเทียมในระดับสากล และมีโครงการแลกเปลี่ยนนักกีฬาภายในโครงการกับเครือข่ายพันธมิตรกว่า 16 ประเทศ เพื่อพัฒนานักกีฬาเอ็กซ์ตรีมไทยแลนด์ให้เข้าไปสู่ระดับมืออาชีพ

การวิเคราะห์เชิงสถานการณ์

การวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ (Scenario Analysis) เพื่อพิจารณาหาโอกาสและความเสี่ยงที่อาจทำให้ปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของโครงการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ โดยสร้างสถานการณ์ที่น่าจะมีความเป็นไปได้ เพื่อประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ โดยแบ่งเป็น 3 กรณี ดังนี้

1. กรณีที่แย่ที่สุด (Worse Case) คือ กรณีที่เศรษฐกิจภายในประเทศตกต่ำ ทำให้ผู้ที่จะมาใช้บริการลดน้อยลง เพราะมีศักยภาพทางการเงินลดน้อยลง โดยทางโครงการจะมีนโยบายปรับให้เข้ากับสภาพการณ์คือ

- จัดโปรโมชั่นในการส่งเสริมการขายเพิ่ม เช่น เข้าใช้บริการสนามเอ็กซ์ตรีมครบ 10 ครั้ง แลกฟรีอีก 1 ครั้ง
- จัดงานแสดงโชว์เพื่อกระตุ้นความสนใจ และดึงดูดให้คนเข้ามาใช้บริการภายในโครงการ
- ลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- หาแหล่งเงินทุนสำรอง
- เมื่อขาดทุนเกินร้อยละ 200 โครงการจะหยุดดำเนินการ

2. กรณีปกติที่สุด (Most Likely Case) กรณีที่เศรษฐกิจภายในประเทศฟื้นกลับมาเป็นปกติ และมีผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในโครงการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทำให้มีรายได้เข้ามาในโครงการอย่างต่อเนื่อง โครงการจึงมีการปรับสภาพการณ์ให้พัฒนาเพิ่มขึ้นในบางส่วนคือ

- มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เชิญชวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ผู้ที่ใช้บริการสนใจเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
- เพิ่มจำนวนครั้งในการจัดกิจกรรมและงานอีเวนต์
- มีการจัดให้บริการอย่างสะดวกสบายครบครัน สร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ

3. กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) คือ กรณีที่เศรษฐกิจภายในประเทศดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้กิจการเอ็กซ์ตรีมทั้งไทยและต่างประเทศมีการใช้เงินอย่างมหาศาล การประชาสัมพันธ์ทางด้านกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่แพร่หลายมากขึ้น มีความชัดเจนทั้งทางด้านวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ เป็นกระแสความนิยมในสังคม โดยคาดการณ์ว่ารายรับจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 แนวทางการรับมือคือ

- ทำการส่งเสริมการตลาดเพื่อรักษาการเติบโตของจำนวนผู้มาใช้บริการ
- ขยายเข้าสู่ช่องทางใหม่เช่น Internet หรือ Mobile เพื่อสร้าง interactive ให้มากขึ้น
- เน้นจัดกิจกรรมพิเศษให้มากขึ้นเพื่อสร้าง Community ภายในกลุ่มผู้ให้บริการ เพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคมมากขึ้น
- ลงทุนซื้อกีฬาอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีมเพิ่ม เพื่อรองรับกับจำนวนผู้เข้าใช้บริการที่มากขึ้นตามไปด้วย
- เพิ่มงบประมาณทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

โครงการลงทุนในการเปิดให้บริการเอ็กซ์ตรีม เช่นเตอร์ ซึ่งในการจัดตั้งจำเป็นต้องใช้เงินในการลงทุนมากพอสมควร ดังนั้นเพื่อให้ผู้ลงทุนแน่ใจว่าควรจะมีการลงทุนหรือไม่ จึงต้องมีการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน โดยนำเอาเวลาของความสำเร็จเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยในที่นี้จะเลือกเอาเกณฑ์การตัดสินใจ ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

ตารางที่ 39 : แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case)

อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. วัตถุประสงค์ลงทุนทางการเงิน					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	11,594.53	22,031.69	30,252.78	38,600.75	46,838.02
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	11,512.94	21,956.74	30,188.17	38,539.18	46,776.03
2. วัดความสามารถในการทำกำไร					
- อัตรากำไรขั้นต้น	75.54%	77.55%	80.69%	81.62%	81.49%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	41.94%	41.13%	40.69%	36.78%	28.79%
- อัตรากำไรสุทธิ	27.89%	27.72%	27.79%	25.32%	19.93%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิคือสินทรัพย์รวม	30.06%	26.06%	24.49%	20.07%	14.14%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิคือส่วนของผู้ถือหุ้น	42.99%	31.79%	27.10%	20.92%	14.14%
3. วัดประสิทธิภาพการใช้จ่ายเงินลงทุนหมุนเวียน					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	1.08	0.94	0.88	0.79	0.71
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-	-	-
- ระยะเวลาในการชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (วัน)	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04
- ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	3.08	3.08	3.09	3.09	3.09
4. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.30	0.18	0.10	0.04	0.00
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.43	0.22	0.11	0.04	0.00
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	20.04	26.81	41.25	59.92	93.80
การวิเคราะห์ในช่วงปีของการดำเนินงาน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	ร้อยละ: ปีที่ 5
รายได้	0.00%	9.09%	16.67%	7.14%	0.00%
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	0.00%	9.09%	16.67%	7.14%	0.00%
- แรงงานในการบริการ	0.00%	0.00%	0.00%	10.83%	2.87%
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	0.00%	0.00%	0.23%	0.38%	0.38%
รวมต้นทุนการให้บริการ	0.00%	0.11%	0.35%	2.02%	0.69%
กำไรขั้นต้น	0.00%	12.00%	21.39%	8.37%	-0.16%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	12.46%	0.00%	5.83%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	0.00%	25.00%	33.33%	25.00%	20.00%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	8.83%	1.27%	4.26%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	0.00%	18.25%	28.15%	20.08%	17.54%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	0.00%	6.99%	15.40%	-3.15%	-21.73%
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00%	-20.00%	-25.00%	-33.33%	-50.00%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	0.00%	8.41%	16.97%	-2.40%	-21.26%
ภาษีเงินได้	0.00%	8.41%	16.97%	-2.40%	-21.26%
กำไรสุทธิ	0.00%	8.41%	16.97%	-2.40%	-21.26%
เงินลงทุนในโครงการ					
รายการ	รวม	หน่วย : บาท		บาท	
		แหล่งที่มาของเงินลงทุน		เงินกู้	
ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
สิ่งปลูกสร้าง	60,000,000	30,000,000	30,000,000	-	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	4,125,000	-	-	4,125,000	-
ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	5,000,000	5,000,000	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000,000	1,000,000	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	200,000	200,000	-	-	-
รวม	70,325,000	36,200,000	34,125,000		
ประมาณการงบกำไรขาดทุน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
รายได้	97,855,296	106,751,232	124,543,104	133,439,040	133,439,040
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	297,000	324,000	378,000	405,000	405,000
- แรงงานในการบริการ	3,768,000	3,768,000	3,768,000	4,176,000	4,296,000
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	13,044,000	13,044,000	13,074,000	13,124,000	13,174,000
รวมต้นทุนการให้บริการ	23,934,000	23,961,000	24,045,000	24,530,000	24,700,000
กำไรขั้นต้น	73,921,296	82,790,232	100,498,104	108,909,040	108,739,040
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	7,320,000	7,320,000	8,232,000	8,232,000	8,712,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	24,000,000	30,000,000	40,000,000	50,000,000	60,000,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	362,400	362,400	394,400	399,400	416,400
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	32,882,400	38,882,400	49,826,400	59,831,400	70,328,400
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	41,038,896	43,907,832	50,671,704	49,077,640	38,410,640
ดอกเบี้ยจ่าย	2,047,500	1,638,000	1,228,500	819,000	409,500
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	38,991,396	42,269,832	49,443,204	48,258,640	38,001,140
ภาษีเงินได้	11,697,419	12,680,950	14,832,961	14,477,592	11,400,342
กำไรสุทธิ	27,293,977	29,588,882	34,610,243	33,781,048	26,600,798

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 39 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	36,200,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	34,125,000	-	-	-	-
- รายได้	97,855,296	106,751,232	124,543,104	133,439,040	133,439,040
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	2,475	225	450	225	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	168,182,771	106,751,457	124,543,554	133,439,265	133,439,040
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	70,125,000	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	17,109,000	17,136,000	17,220,000	17,705,000	17,875,000
- ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อม	31,682,400	37,682,400	48,626,400	58,631,400	69,128,400
- ดอกเบี้ยจ่าย	2,047,500	1,638,000	1,228,500	819,000	409,500
- ภาษีเงินได้	11,697,419	12,680,950	14,832,961	14,477,592	11,400,342
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	199,450	225	700	4,042	1,417
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	2,475	225	450	225	-
- ชำระคืนเงินกู้	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	139,688,244	75,962,800	88,734,011	98,462,259	105,639,659
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	28,494,527	59,283,185	95,092,727	130,069,734
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.ข.)	28,494,527	30,788,657	35,809,543	34,977,006	27,799,381
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	28,494,527	59,283,185	95,092,727	130,069,734	157,869,115
ประมาณการงบดุล					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	28,494,527	59,283,185	95,092,727	130,069,734	157,869,115
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำ	199,450	199,675	200,375	204,417	205,833
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	2,475	2,700	3,150	3,375	3,375
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	28,696,452	59,485,560	95,296,252	130,277,525	158,078,323
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	4,125,000	4,125,000	4,125,000	4,125,000	4,125,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	70,125,000	70,125,000	70,125,000	70,125,000	70,125,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	8,025,000	16,050,000	24,075,000	32,100,000	40,125,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	62,100,000	54,075,000	46,050,000	38,025,000	30,000,000
รวมสินทรัพย์	90,796,452	113,560,560	141,346,252	168,302,525	188,078,323
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	2,475	2,700	3,150	3,375	3,375
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,475	2,700	3,150	3,375	3,375
หนี้สินระยะยาว	27,300,000	20,475,000	13,650,000	6,825,000	-
รวมหนี้สิน	27,302,475	20,477,700	13,653,150	6,828,375	3,375

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 39 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	36,200,000	36,200,000	36,200,000	36,200,000	36,200,000
- กำไรสะสม	27,293,977	56,882,860	91,493,102	125,274,150	151,874,948
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	63,493,977	93,082,860	127,693,102	161,474,150	188,074,948
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	90,796,452	113,560,560	141,346,252	168,302,525	188,078,323
	-	-	-	-	-
				หน่วย :	บาท
กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	27,293,977	29,588,882	34,610,243	33,781,048	26,600,798
- ค่าเสื่อมราคา	8,025,000	8,025,000	8,025,000	8,025,000	8,025,000
กระแสเงินสดสุทธิ	35,318,977	37,613,882	42,635,243	41,806,048	34,625,798
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 0	-	70,325,000			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 1		35,318,977			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 2		37,613,882			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 3		42,635,243			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 4		41,806,048			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 5		34,625,798			
ค่า k		10%			
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	68,141,357	บาท			
BC Ratio	1.97	เท่า			
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	45.67%				
ระยะเวลาคืนทุน	2				
จุดคุ้มทุน					
โครงสร้างต้นทุน					
				หน่วย :	ร้อยละ
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรรูป	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
- แรงงานในการบริการ	3.85%	3.53%	3.03%	3.13%	3.22%
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	6.97%	6.39%	5.48%	5.11%	5.11%
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	13.33%	12.22%	10.50%	9.84%	9.87%
รวมต้นทุนการให้บริการ	24.46%	22.45%	19.31%	18.38%	18.51%
กำไรขั้นต้น	75.54%	77.55%	80.69%	81.62%	81.49%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	7.48%	6.86%	6.61%	6.17%	6.53%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	1.23%	1.12%	0.96%	0.90%	0.90%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	24.53%	28.10%	32.12%	37.47%	44.96%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	0.37%	0.34%	0.32%	0.30%	0.31%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	33.60%	36.42%	40.01%	44.84%	52.70%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	41.94%	41.13%	40.69%	36.78%	28.79%
ดอกเบี้ยจ่าย	2.09%	1.53%	0.99%	0.61%	0.31%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	39.85%	39.60%	39.70%	36.17%	28.48%
ภาษีเงินได้	11.95%	11.88%	11.91%	10.85%	8.54%
กำไรสุทธิ	27.89%	27.72%	27.79%	25.32%	19.93%

ตารางที่ 40 : แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

อัตราส่วนทางการเงิน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1. วัตถุประสงค์ของทางการเงิน					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	2,452.40	7,914.62	12,002.02	15,011.23	16,210.33
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	2,325.34	7,815.34	11,912.36	14,928.00	16,126.53
2. วัดความสามารถในการชำระหนี้					
- อัตรากำไรขั้นต้น	61.74%	70.17%	73.09%	75.04%	74.87%
- อัตรากำไรจากการค้าดำเนินงาน	8.93%	21.61%	17.08%	13.90%	3.00%
- อัตรากำไรสุทธิ	3.95%	13.69%	10.99%	9.14%	1.81%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	3.73%	15.64%	13.38%	11.90%	2.52%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	6.37%	22.09%	16.46%	13.09%	2.52%
3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียน					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	0.94	1.14	1.22	1.30	1.40
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-	-	-
- ระยะเวลาในการชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (วัน)	3.04	3.04	3.04	3.04	3.04
- ระยะเวลาในการเก็บสินค้าคงคลัง (วัน)	3.07	3.07	3.08	3.08	3.08
4. วัดความสามารถในการชำระหนี้และความเสี่ยง					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.41	0.29	0.19	0.09	0.00
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.71	0.41	0.23	0.10	0.00
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยจ่าย (เท่า)	2.72	10.56	12.37	16.61	7.17
การวิเคราะห์ในช่วงปีของการดำเนินงาน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	ร้อยละ: ปีที่ 5
รายได้	0.00%	28.57%	11.11%	10.00%	0.00%
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	0.00%	28.57%	11.11%	10.00%	0.00%
- แรงงานในการบริการ	0.00%	0.00%	0.00%	10.83%	2.87%
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	0.00%	0.00%	0.23%	0.38%	0.38%
รวมต้นทุนการให้บริการ	0.00%	0.23%	0.24%	2.03%	0.70%
กำไรขั้นต้น	0.00%	46.14%	15.73%	12.94%	-0.23%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	12.46%	0.00%	5.83%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	0.00%	25.00%	33.33%	25.00%	20.00%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	8.83%	1.27%	4.26%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	0.00%	18.25%	28.15%	20.08%	17.54%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	0.00%	210.99%	-12.17%	-10.49%	-78.42%
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00%	-20.00%	-25.00%	-33.33%	-50.00%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	0.00%	345.52%	-10.83%	-8.48%	-80.24%
ภาษีเงินได้	0.00%	345.52%	-10.83%	-8.48%	-80.24%
กำไรสุทธิ	0.00%	345.52%	-10.83%	-8.48%	-80.24%
เงินลงทุนในโครงการ					
รายการ	รวม	หน่วย : บาท			
		แหล่งที่มาของเงินลงทุน			
		เงินลงทุน	เงินกู้		
ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-		
สิ่งปลูกสร้าง	60,000,000	30,000,000	30,000,000		
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	4,125,000	-	4,125,000		
ยานพาหนะ	-	-	-		
อุปกรณ์สำนักงาน	5,000,000	5,000,000	-		
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000,000	1,000,000	-		
เงินทุนหมุนเวียน	199,000	200,000	-		
รวม	70,324,000	36,200,000	34,125,000		
ประมาณการวงบกำไรขาดทุน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
รายได้	62,271,552	80,063,424	88,959,360	97,855,296	97,855,296
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	189,000	243,000	270,000	297,000	297,000
- แรงงานในการบริการ	3,768,000	3,768,000	3,768,000	4,176,000	4,296,000
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	13,044,000	13,044,000	13,074,000	13,124,000	13,174,000
รวมต้นทุนการให้บริการ	23,826,000	23,880,000	23,937,000	24,422,000	24,592,000
กำไรขั้นต้น	38,445,552	56,183,424	65,022,360	73,433,296	73,263,296
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	7,320,000	7,320,000	8,232,000	8,232,000	8,712,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	24,000,000	30,000,000	40,000,000	50,000,000	60,000,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	362,400	362,400	394,400	399,400	416,400
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	32,882,400	38,882,400	49,826,400	59,831,400	70,328,400
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	5,563,152	17,301,024	15,195,960	13,601,896	2,934,896
ดอกเบี้ยจ่าย	2,047,500	1,638,000	1,228,500	819,000	409,500
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	3,515,652	15,663,024	13,967,460	12,782,896	2,525,396
ภาษีเงินได้	1,054,696	4,698,907	4,190,238	3,834,869	757,619
กำไรสุทธิ	2,460,956	10,964,117	9,777,222	8,948,027	1,767,777

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 40 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	36,200,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	34,125,000	-	-	-	-
- รายได้	62,271,552	80,063,424	88,959,360	97,855,296	97,855,296
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,575	450	225	225	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	132,598,127	80,063,874	88,959,585	97,855,521	97,855,296
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	70,125,000	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	17,001,000	17,055,000	17,112,000	17,597,000	17,767,000
- ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อม	31,682,400	37,682,400	48,626,400	58,631,400	69,128,400
- ดอกเบี้ยจ่าย	2,047,500	1,638,000	1,228,500	819,000	409,500
- ภาษีเงินได้	1,054,696	4,698,907	4,190,238	3,834,869	757,619
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	198,550	450	475	4,042	1,417
- สติ๊กเกอร์วัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	1,575	450	225	225	-
- ค่าระดมเงินกู้	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000	6,825,000
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	128,935,721	67,900,207	77,982,838	87,711,535	94,888,935
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	3,662,406	15,826,073	26,802,820	36,946,806
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	3,662,406	12,163,667	10,976,747	10,143,986	2,966,361
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	3,662,406	15,826,073	26,802,820	36,946,806	39,913,166
ประมาณการงบดุล					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	หน่วย : ปีที่ 4	บาท ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	3,662,406	15,826,073	26,802,820	36,946,806	39,913,166
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำ	198,550	199,000	199,475	203,517	204,933
- สติ๊กเกอร์วัสดุสิ้นเปลือง	1,575	2,025	2,250	2,475	2,475
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,862,531	16,027,098	27,004,545	37,152,797	40,120,575
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	4,125,000	4,125,000	4,125,000	4,125,000	4,125,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	70,125,000	70,125,000	70,125,000	70,125,000	70,125,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	8,025,000	16,050,000	24,075,000	32,100,000	40,125,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	62,100,000	54,075,000	46,050,000	38,025,000	30,000,000
รวมสินทรัพย์	65,962,531	70,102,098	73,054,545	75,177,797	70,120,575
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	1,575	2,025	2,250	2,475	2,475
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,575	2,025	2,250	2,475	2,475
หนี้สินระยะยาว					
รวมหนี้สิน	27,300,000	20,475,000	13,650,000	6,825,000	-
รวมหนี้สิน	27,301,575	20,477,025	13,652,250	6,827,475	2,475

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 40 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดในโครงการในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

ส่วนของเจ้าของ					
- เงินลงทุน	36,200,000	36,200,000	36,200,000	36,200,000	36,200,000
- กำไรสะสม	2,460,956	13,425,073	23,202,295	32,150,322	33,918,100
รวมส่วนของเจ้าของ	38,660,956	49,625,073	59,402,295	68,350,322	70,118,100
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	65,962,531	70,102,098	73,054,545	75,177,797	70,120,575
				หน่วย :	บาท
กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	2,460,956	10,964,117	9,777,222	8,948,027	1,767,777
- ค่าเสื่อมราคา	8,025,000	8,025,000	8,025,000	8,025,000	8,025,000
กระแสเงินสดสุทธิ	10,485,956	18,989,117	17,802,222	16,973,027	9,792,777
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 0	-	70,324,000			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 1		10,485,956			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 2		18,989,117			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 3		17,802,222			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 4		16,973,027			
กระแสเงินสดสุทธิ - ปีที่ 5		9,792,777			
ค่า k		10%			
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	-	12,772,186	บาท		
BC Ratio		0.82	เท่า		
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)		1.77%			
ระยะเวลาคืนทุน		5			
จุดคุ้มทุน					
โครงสร้างต้นทุน				หน่วย :	ร้อยละ
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรรูป	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
- แรงงานในการบริการ	6.05%	4.71%	4.24%	4.27%	4.39%
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	10.96%	8.52%	7.67%	6.97%	6.97%
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	20.95%	16.29%	14.70%	13.41%	13.46%
รวมต้นทุนการให้บริการ	38.26%	29.83%	26.91%	24.96%	25.13%
กำไรขั้นต้น	61.74%	70.17%	73.09%	75.04%	74.87%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	11.75%	9.14%	9.25%	8.41%	8.90%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	1.93%	1.50%	1.35%	1.23%	1.23%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	38.54%	37.47%	44.96%	51.10%	61.32%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	0.58%	0.45%	0.44%	0.41%	0.43%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	52.80%	48.56%	56.01%	61.14%	71.87%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	8.93%	21.61%	17.08%	13.90%	3.00%
ดอกเบี้ยจ่าย	3.29%	2.05%	1.38%	0.84%	0.42%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	5.65%	19.56%	15.70%	13.06%	2.58%
ภาษีเงินได้	1.69%	5.87%	4.71%	3.92%	0.77%
กำไรสุทธิ	3.95%	13.69%	10.99%	9.14%	1.81%

ตารางที่ 41 : แสดงสรุปผลตอบแทนทางการเงิน

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Payback Period	2 ปี	3 ปี	5 ปี
NPV	68,141,357	33,790,195	-12,772,186
IRR	45.67%	28.31%	1.77%
Discount Rate = 10 %			

บรรณานุกรม

หนังสือ

ธงชัย สันติวงษ์. (2527). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิชบุณย.

เรือง ขจรศิลป์. (2536). สถิติวิจัย 1. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : พิชญา เพรส.

ประยูร บุญประเสริฐ. (2515). การวิจัยตลาด. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร : สุกโขทัยธรรมมาธิราช.

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. (2535). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 9). นนทบุรี : สุกโขทัยธรรมมาธิราช.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร : ชวนพิมพ์.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2536). การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PCT.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : วิสิทธิ์พัฒนา.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2534). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนันต์ ศรีโสภา. (2521). หลักการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : วัฒนาพานิช.

วิทยานิพนธ์

นันทยา ชาร์จ์ฟัน. (2551). โครงการออกแบบภายในเสนอแนะสตรีทแดนซ์อะคาเดมี่ (ปีการศึกษา 2547 – 2551). วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาการออกแบบภายใน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

Internet

Epic Indoor Skate park. (2001). Project/Building Type Study/Construction/Court Outline. สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.epicindoorskate.com/skatepark/index.php>.

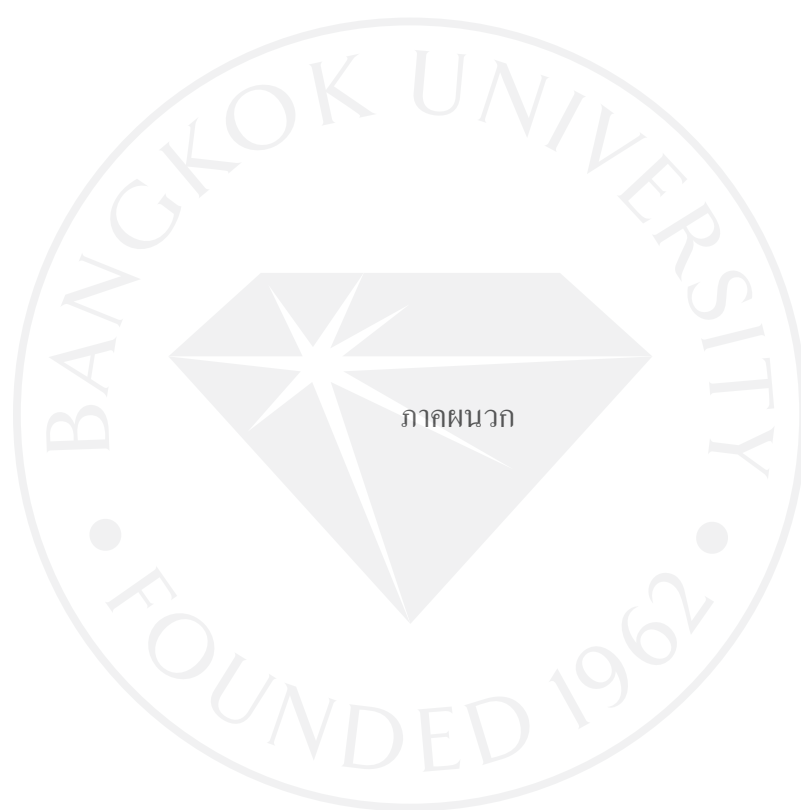
MegaskatePlaza. (2001). Project/Building Type Study/Construction/Programming/Court Outline. สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.megaskateplaza.com/links.htm>.

Monsters Skate park. (2001). Project/Building Type Study/Construction/Programming/Court Outline. สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.monsterpark.com.au/>.

Nike Skateboarding. (2001). (Nike Sb) Type Study/Street Fashion/Conceptual Design/Pro Skateter Outline. สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.nike.com/nikeskateboarding/v3/>.

Thrasher Magazine. (2007). Skateboard USA : Construction & Design. สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.thrashermagazine.com/>.

Transgression Skate park. (2005). Project/Building Type Study/Construction/Programming. สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2552 จาก <http://www.transgressionpark.co.uk/aboutus.htm>.





"แบบสอบถามพฤติกรรมการเล่นกีฬากอล์ฟอาชีพสมัครเล่น"

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชา โครงการศึกษาส่วนบุคคล นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็น
ความลับ และใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือ

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเล่นกีฬากอล์ฟสมัครเล่นของท่าน

1. ท่านเล่นกีฬากอล์ฟสมัครเล่นเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง

- 1) 1-2 ครั้ง 2) 3-4 ครั้ง 3) 5-6 ครั้ง 4) มากกว่า 6 ครั้ง

2. เหตุผลที่ท่านเล่นกีฬากอล์ฟสมัครเล่น (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เป็นกีฬาที่ชอบ 2) เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย
 3) เล่นตามเพื่อน 4) เล่นตามกระแส
 5) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

3. วันที่ท่านเล่นกีฬากอล์ฟสมัครเล่นเป็นประจำ

- 1) วันธรรมดา 2) วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ 3) วันหยุดนอกระบบ

4. ช่วงเวลาที่ท่านเล่นกีฬากอล์ฟสมัครเล่นเป็นประจำ

- 1) ก่อน 8.00 น. 2) 8.01 – 12.00 น. 3) 12.01 – 15.00 น. 4) หลัง 15.01 น.

5. ท่านมีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่เล่นเป็นประจำหรือไม่

- 1) มีสนามประจำ (กรุณาทำต่อข้อ 6.)
 2) ไม่มีสนามประจำ เปลี่ยนสนามไปเรื่อยๆ (กรุณาทำต่อข้อ 8.)

6. สนามที่ท่านเล่นเป็นประจำตั้งอยู่ที่ใด

- 1) กรุงเทพฯ และปริมณฑล 1.1) โชนบางนา (ตะวันออก) 1.2) โชนรามอินทรา
 1.3) โชนพระราม 8 (ตะวันตก/ใต้) 1.4) โชนวิภาวดี

(เหนือ)

- 2) ต่างจังหวัด (กรุณาเลือกภาค) 2.1) ภาคเหนือ 2.2) ภาคกลาง 2.3) ภาคใต้
 2.4) ภาคใต้ 2.5) ภาคตะวันตก

7. เหตุผลที่ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่สนามประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) จากนั้นทำต่อข้อ 9.

- 1) ราคาเช่าสนามถูก
 2) มีอุปกรณ์สนามที่ดี
 3) สนามมีชื่อเสียง
 4) เป็นสมาชิกด้วยตนเองหรือมีเพื่อนเป็นสมาชิก
 5) มีก๊วนประจำเล่นที่สนามนี้
 6) การเดินทางไปสนามสะดวก ใกล้กับที่พักอาศัย
 7) ชอบบรรยากาศสถานที่ตั้งของสนาม
 8) สนามทำท่ายความสามารถ เล่นสนุก
 9) สิ่งอำนวยความสะดวก
 10) มีผู้ช่วยแนะนำเทคนิค
 11) เข้าร่วมการแข่งขันที่สนามนี้ประจำ
 12) มีบริการเสริม เช่น ร้านเสื้อผ้า อุปกรณ์
 13) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

ข้ามไปทำต่อข้อ 9.

8. เหตุผลที่ท่านไม่มีสนามประจำ เปลี่ยนสนามไปเรื่อยๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ไม่มีสมาชิกสนามเอ็กซ์ตรีมใดเลย
 2) ตามกลุ่มเพื่อนที่เล่น
 3) ค่าใช้จ่ายเดินทางสนามไหนถูกก็ไป

- 4) ไม่ชอบซ้ำซาก เปลี่ยนสนามเพราะทำทายความสามารถ
- 5) เข้าร่วมการแข่งขันตามสนามต่างๆ
- 6) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

9. ท่านเดินทางไปสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมโดยวิธีใด

- 1) ขับรถไปเอง 2) รถประจำทางสาธารณะ 3) ไปกับคนในก๊วน/เพื่อน

10. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม 1 เดือน (รวมค่าเดินทาง, ค่าอาหาร เครื่องดื่ม, อื่นๆ)

- 1) ต่ำกว่า 1,000 บาท 4) 2,001 – 2,500 บาท
- 2) 1,001 – 1,500 บาท 5) 2,501 – 3,000 บาท
- 3) 1,501 – 2,000 บาท 6) มากกว่า 3,001 บาท

11. โดยปกติท่านเสียค่าใช้จ่ายในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมโดย

- 1) เสียค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด
- 2) ครอบครัวเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด
- 3) สมาคมเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด
- 4) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

12. ท่านเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมมานานเท่าใด

- 1) น้อยกว่า 1 ปี 2) 1-5 ปี 3) 6-10 ปี 4) มากกว่า 10 ปี

13. ท่านเริ่มเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมจากวิธีใด

- 1) เรียนจากมืออาชีพ 2) เพื่อนสอน
- 3) ศึกษาด้วยตนเอง (จากหนังสือ วีดีโอ) 4) คนในครอบครัวสอน
- 5) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

14. ท่านฝึกซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนามเอ็กซ์ตรีมกี่ครั้งต่อเดือน

- 1) 1 – 5 ครั้ง 2) 6 – 10 ครั้ง 3) 11 – 15 ครั้ง 4) มากกว่า 15 ครั้ง

15. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการซ้อมกีฬาเอ็กซ์ตรีมในสนาม (โดยประมาณ)

- 1) 1 ชั่วโมง 2) 2 ชั่วโมง 3) 3 ชั่วโมง 4) มากกว่า 3 ชั่วโมง

16. ท่านเคยได้รับข้อมูลสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) หนังสือพิมพ์ 2) เพื่อนแนะนำ 3) โทรทัศน์
 4) วิทยุ 5) อินเทอร์เน็ต 6) นิตยสาร
 7) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

17. ท่านเข้าชมเว็บไซต์เกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม หรือสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมหรือไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เว็บไซต์ของสนามเอ็กซ์ตรีมที่จะไปเล่น
 2) เว็บไซต์ข่าวเกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม
(เช่น อันดับนักกีฬา, ตารางการแข่งขัน, ผลการแข่งขัน)
 3) เว็บไซต์ของสมาคมเอ็กซ์ตรีม หรือองค์กรเอ็กซ์ตรีมที่เป็นสมาชิกอยู่
 4) เว็บไซต์ต่างๆ ไปเกี่ยวกับสนามเอ็กซ์ตรีม (เช่น อันดับสนาม, แผนที่สนาม)
 5) เว็บไซต์เกี่ยวกับอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม (เชือก, ขาย, แลกเปลี่ยน, แนะนำอุปกรณ์)
 6) ไม่เคยดูเว็บไซต์เกี่ยวกับกีฬาเอ็กซ์ตรีม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม

1. ท่านเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมจากปัจจัยใดต่อไปนี้ (กรุณาให้นำน้ำหนักความเห็น)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีม	น้ำหนักความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1) ราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
2) เป็นสนามที่มีสมาชิก					
3) มี Promotion หรือ Package ขาย					
4) การเดินทางไปที่สนามสะดวก					
5) ความสามารถและอรรถยาศัยของรุ่นพี่					
6) บรรยากาศความสวยงามของสนาม					
7) ความยากง่าย ความท้าทาย ของสนาม					
8) ชื่อเสียงของสนาม / รางวัลที่สนามได้รับ					
9) มีคนแนะนำหรืออ่านจากหนังสือ					
10) มีการจัดการแข่งขัน					
11) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้น้ำดื่ม, locker room					
12) อุปกรณ์ในสนามเอ็กซ์ตรีม					
13) มีบริการเสริม เช่น ขายเสื้อผ้า, อุปกรณ์, นวดตัว					

2. ท่านคิดว่าราคาค่าบริการสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมที่เหมาะสมควรอยู่ในระดับใด (ไม่รวมค่าเดินทาง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ)

- 1) ต่ำกว่า 500 บาท 2) 500 – 1,000 บาท 3) 1,001 – 1,500 บาท
 4) 1,501 – 2,000 บาท 5) 2,001 – 2,500 6) มากกว่า 2,501 บาท

3. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมด (รวมค่าเดินทาง อาหาร, เครื่องดื่ม และ อื่นๆ) ที่เหมาะสมในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่อเดือนคือเท่าไร

- 1) ต่ำกว่า 1,000 บาท 2) 1,001 – 1,500 บาท 3) 1,501 -2,000 บาท
 4) 2,001 – 2,500 บาท 5) 2,001 – 3,000 บาท 6) มากกว่า 3,001 บาท

4. ท่านคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรคิดค่าเช่าบริการสนามรวมกับค่าบริการใด ต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ค่าทีมที่ปรึกษาทางเทคนิค 2) ค่าประกันอุบัติเหตุ
 3) ค่าอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม 4) ค่าเครื่องดื่มในสนาม
 5) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

5. ท่านคิดว่าระยะเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางจากที่พักของท่านถึงสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมคือ

- 1) ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง 2) 1 – 2 ชั่วโมง 3) มากกว่า 2 ชั่วโมง

6. ท่านคิดว่าถ้ามีสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมใหม่ น่าจะตั้งอยู่ในภาคใดที่ท่านสนใจมากที่สุด

- 1) กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2) ภาคกลาง 3) ภาคเหนือ
 4) ภาคตะวันออก 5) ภาคตะวันตก 6) ภาคใต้

7. ท่านคิดว่าความสามารถของพนักงานภายในสนามเอ็กซ์ตรีม ด้านใดที่สำคัญที่สุด (เรียงลำดับ 1 มากที่สุด, 2, 2, 3, 4, 5 รองลงมา, 6 น้อยที่สุด)

- สามารถอธิบายเทคนิคท่าทางในกีฬาเอ็กซ์ตรีมต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง
 บอกเทคนิคท่าทางของท่าน ได้อย่างถูกต้อง (เมื่อแสดงไปแล้ว)
 แนะนำและวางแผนในการเล่นได้อย่างดี
 แนะนำหรือแก้ไขเทคนิค ในการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมของท่าน
 ดูแลและซ่อมแซมอุปกรณ์เอ็กซ์ตรีมได้เป็นอย่างดี

มีอัยยาศัยดี คุยสนุก

8. ท่านคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรมีการจัดการแข่งขัน (สำหรับผู้เล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมทั่วไปที่ไม่ใช่โปร) มากน้อยแค่ไหน

- 1) 1 ครั้งต่อเดือน 2) 2 ครั้งต่อเดือน 3) 3 ครั้งต่อเดือน
 4) มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน 5) ไม่เห็นด้วยกับการจัดการแข่งขัน

9. ท่านคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรมี Facilities ใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) มีโรงแรมหรือห้องพัก 2) มีห้องสปาและซาวน่า 3) มีฟิตเนส
 4) มีส่วนอาบน้ำและห้องแต่งตัว 5) มี Locker room ที่กว้างขวาง 6) มีสระว่ายน้ำ
 7) มีห้องอาหารและเครื่องดื่ม
 8) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

10. ท่านคิดว่าสนามกีฬาเอ็กซ์ตรีมควรมีบริการเสริมใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) บริการนวดแผนโบราณ (นวดตัว) 2) บริการนวดเท้า
 3) บริการทำความสะอาดอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม 4) บริการซ่อมบำรุงอุปกรณ์กีฬาเอ็กซ์ตรีม
 5) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

11. ท่านคิดว่าโปรโมชันส่วนลดค่าเช่าบริการสนามเอ็กซ์ตรีม ใด น่าสนใจมากที่สุด (เรียงตามลำดับ 1 มากที่สุด, 2, 3, 4 รองลงมา, และ 5 น้อยที่สุด)

- โปรโมชันส่วนลดค่าเช่าบริการสนามจากบัตรเครดิต
 โปรโมชันส่วนลด จากการซื้ออุปกรณ์ของสนามเอ็กซ์ตรีม
 เช่น ครอบครองค่าเช่าบริการสนามแบบ 10 วันในราคาพิเศษ
 โปรโมชันส่วนลด จากสนามเอ็กซ์ตรีม
 เช่น ซื้ออุปกรณ์จากสนามได้รับครอบครองส่วนลดในร้านเสื้อผ้า อุปกรณ์เอ็กซ์ตรีม
 โปรโมชันจาก Package เช่น ค่าเช่าสนามรวมทั้งที่พักและอาหารในราคาพิเศษ
 โปรโมชันส่วนลดค่าเช่าบริการสนามในวันธรรมดา หรือเวลาบ่าย

ตอนที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 10 ปี 2) 11-18 ปี 3) 19-24 ปี
 4) 25-35 ปี 5) 36-40 ปี 6) มากกว่า 40 ปี

3. สถานะภาพทางครอบครัว

- 1) โสด 2) สมรสมีบุตร 3) สมรสไม่มีบุตร 4) หย่า

4. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) พนักงานบริษัท
 3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 4) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 5) อาชีพอิสระ 6) อื่น ๆ (กรุณาระบุ)

5. การศึกษา

- 1) มัธยมปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า 2) ปวส./อนุปริญญา
 3)ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้ต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 7,500 บาท 2) 7,500-15,001 บาท 3) 15,000-22,501 บาท
 4) 22,500-30,000 บาท 5) มากกว่า 30,000 บาท

7. กิจกรรมที่ท่านทำบ่อยที่สุด นอกเหนือ จากทำงานและเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ท่องเที่ยว 2) ดูหนัง 3) อ่านหนังสือ
 4) เล่นกีฬาอื่นๆ 5) เล่นอินเทอร์เน็ต 6) ฟังเพลง
 7) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

8. ที่พักอาศัยปัจจุบัน

- 1) กรุงเทพฯ
- 2) อื่นๆ (กรุณาระบุ)

“ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม”



ประวัติเจ้าของผลงาน

นาย อภิสัทธี เลิศภิญโญวงศ์

เกิดวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2528

จบการศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีปทุม คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณา



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2553

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อภิสิทธิ์ เลิศกุลไวยมย์ อยู่บ้านเลขที่ 138
ซอย อินทพร 17 ถนน สกลนคร รัชโยธิน ตำบล/แขวง ลานเสนานิ
อำเภอ/เขต มนุษย์วิท จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10400
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7510300440
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต คณะ บัณฑิตวิทยาลัย
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ โครงสร้าง เอ็กซ์สเอ็ม เซมิคอนดักเตอร์อินทรีย์
สเปกโทรสโกปี และ รังสีอินฟราเรด

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ คัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ... [Redacted] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
([Redacted])

ลงชื่อ... [Redacted] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร. ชนินดา สอดส่องจิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุด

ลงชื่อ... [Redacted] ...พยาน
(ดร. ศุภรัตน์ ดิษขวรรณะ จันทราวัดนากุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ... [Redacted] ...พยาน
(จันทนา แก้วพาค)

