

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจบันเทิงนับเป็นธุรกิจหนึ่งที่ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องแม้ในช่วงเศรษฐกิจซบเซา ผู้บริโภคนิยมที่จะเลือกการพักผ่อนคลายเครียดนอกบ้านซึ่งมีสิ่งบันเทิงเร้าใจ แต่ระยะเวลาที่ใช้บริการมีขีดจำกัดด้วยอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างแพง รวมถึงระยะเวลาเปิด-ปิดการให้บริการที่ถูกจำกัดด้วยมาตรการจัดระเบียบสังคมในปัจจุบัน

ในขณะที่การพักผ่อนคลายเครียดภายในบ้านมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าสามารถเลือกลักษณะความบันเทิง และระยะเวลาการสร้างความบันเทิงได้ยาวนานตามความต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายในส่วนของอุปกรณ์การสร้างความบันเทิงซึ่งมีประจำอยู่ที่บ้านแล้ว เช่น เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่นวีดีโอ-คาราโอเกะ เครื่องรับวิทยุ-สเตอริโอ เป็นต้น ดังนั้นการค้นหาการภายในบ้านส่วนใหญ่จึงเป็นเพียงการลงทุนเพิ่มเติมในส่วนของการเลือกซื้ออัลบั้มเพลงทั้งที่เป็นเทปเพลงและแผ่นซีดี ทำให้คาดการณ์ได้ว่าความต้องการของสื่อบันเทิงเหล่านี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ภาพรวมของตลาดเพลงในประเทศนับจากปี พ.ศ 2540 ถึง พ.ศ 2543 จะมีแนวโน้มลดลงจาก 6,000 ล้านบาท และชะลอตัวเหลือ 4,000 ถึง 5,000 ล้านบาท ในปี 2541และ2542 และในปี 2543 เหลือเพียง 3,500 ถึง 4,000 ล้านบาท แต่แนวโน้มในปี 2544 ได้มีการคาดว่าตลาดเพลงจะมีโอกาสเติบโตขึ้นเป็นมูลค่า 3,800 ถึง 4,400 ล้านบาท (แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี บริษัท แกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), 2543) เนื่องจากปัจจัยสนับสนุนของภาครัฐในการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์เทปและซีดีอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ดังนั้นธุรกิจประเภทร้านจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลง จึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจธุรกิจหนึ่ง

อย่างไรก็ตามในปัจจุบันการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงร้านจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว แต่ยังรวมไปถึงแผนกจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงในห้างสรรพสินค้า ธุรกิจค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อหรือแม้กระทั่งร้านขายปลีกของค้าเพลงต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวจึงมีคู่แข่งมากขึ้นซึ่งเป็น

คู่แข่งขั้นที่ค่อนข้างมีศักยภาพเหนือกว่าทั้งในด้านเงินทุนและด้านการตลาด ดังนั้นผู้ที่ประกอบธุรกิจนี้อยู่ รวมถึงผู้ที่สนใจจึงต้องศึกษากลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดให้มีลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น และสร้างสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มคนที่รักความบันเทิง มีความคิดอิสระ เป็นผู้ที่ชอบความทันสมัย ชอบการแสดงออก และติดตามความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงต่างๆ จึงมีโอกาสมากที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารของวงการเพลงได้ง่าย จึงคาดว่าจะ เป็นกลุ่มที่มีโอกาสมากหรือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะซื้อเทปหรือซีดีเพลง

ในจังหวัดเชียงใหม่กลุ่มวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นไปได้และเป็นกลุ่มค่อนข้างใหญ่ คือนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยในปีการศึกษา 2544 มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด 17,851 คน (ฝ่ายทะเบียนการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ธันวาคม 2544) เนื่องจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีนักศึกษาระดับปริญญาตรีหลายคณะจึงทำให้มีกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความชอบและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่หลากหลาย รวมถึงเป็นแหล่งรวมของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มาจากหลายจังหวัด ดังนั้นจึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลง รวมทั้งผู้สนใจที่จะดำเนินธุรกิจนี้ได้ใช้เป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจและเจ้าของกิจการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงได้ใช้เป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

**นียมศัพท์**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง

นักศึกษปริญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หมายถึง นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีสถานภาพเป็นนักศึกษปริญาตรี ณ วันที่ 17 ธันวาคม 2544 รวมทั้งหมด 17 คณะ