

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันธุรกิจประเภทร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่มีผู้คนสนใจเข้ามาลงทุนกันมาก เพราะอาหารถือเป็นปัจจัยสี่ที่มนุษย์ทุกคนต้องบริโภคทุกวัน จึงทำให้มีการแข่งขันสูง อีกทั้งแนวโน้มของการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด (โพธิ์ชันนิง, 2549) ทำให้ธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคารเปิดบริการอย่างกว้าง ขวางมากขึ้น ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวเป็นอย่างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา และคาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารญี่ปุ่นและอาหารอิตาเลียน (ส่วนส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการ, 2549)

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นเมืองใหญ่ที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างรวดเร็วในทุกๆ ด้าน (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ซึ่งในยุคโลกาภิวัตน์ วัฒนธรรมและรูปแบบการดำรงชีวิตได้ถูกผสมผสานเพื่อให้เหมาะกับยุคสมัย จนทำให้วัฒนธรรม ประเพณี สิ่งปลูกสร้าง วิถีการดำรงชีวิตและอาหารได้มีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วย ธุรกิจร้านอาหารก็เช่นกัน ได้รับเอาวัฒนธรรมการรับประทานอาหารในรูปแบบตะวันตกมามากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนและประเภทร้านอาหารต่างชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก โดยธุรกิจร้านอาหารหรือภัตตาคารในจังหวัดเชียงใหม่ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 988 กิจการ โดยกิจการที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นใหม่นั้นเป็นร้านอาหารอิตาเลียนมากเป็นอันดับ 3 รองจากร้านอาหารไทยและร้านอาหารญี่ปุ่น (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงใหม่, 2550)

เมื่อมีร้านอาหารจำนวนมากขึ้น ผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการรวมตัวจัดตั้ง “ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่” ขึ้น เพื่อส่งเสริมธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ให้ดีขึ้น โดยมีสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารอิตาเลียนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 11 แห่ง (ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่, 2550) และยังมีร้านอาหารอิตาเลียนอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกอีก 11 แห่ง (ซีดีไลฟ์, 2550) รวมทั้งหมด 22 แห่ง ได้แก่ ร้านลากอน โดลา, ลากาซ่า, บาคโค, Pulcinella Da Stefano, พิโคต้า โรม่า, โบวนิซิโม, อาโคบาลโน้, บาบิลอน, จีออจีโอ, ลาลานเทอนา คิจิโนวา, ลาวิลลา, 8 inch, Da Mattia,

พาราไดซ์ พิซซ๋า, พิซซ๋าเมเนียบ, IL Forno, มิสเตอร์ชาญ แอนด์ มิสพอลลีน, ปุ่มปุย เด เซอกิโอ, M Cuisine, Girasole, Gino's Italian Restaurant และพาสต้าคาเฟ่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าร้านอาหารเหล่านี้มีการแข่งขันที่สูง ทำให้แต่ละร้านต่างมีกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการที่แตกต่างกันไป เพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถประกอบกิจการ ได้อย่างมั่นคงและคงอยู่ได้ในสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารอิตาเลียนจะแตกต่างจากการรับประทานอาหารประเภทอื่นๆ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีความจงรักภักดีกับตราหือและผู้บริโภคพร้อมจะเปลี่ยนหือ ซึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจมากกว่า และความถี่ในการรับประทานน้อย ซึ่งกลายเป็นข้อจำกัดในการทำธุรกิจ (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2550: ออนไลน์)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหารอิตาเลียนได้นำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาร้านอาหารให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น อีกทั้งสร้างความแตกต่างและตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาในอีกฐานะหนึ่งที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารอิตาเลียนและผู้ที่จะสนใจจะประกอบธุรกิจร้านอาหารอิตาเลียนต่อไป

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการปรับปรุง พัฒนากลยุทธ์การตลาด ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ของผู้ประกอบการ

## นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านอาหารอิตาเลียน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการกำหนดราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ไปรับประทานอาหารอิตาเลียนเป็นประจำ ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา โดยผู้บริโภคชาวไทย หมายถึง ผู้บริโภคที่เป็นคนไทย พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้บริโภคชาวต่างชาติ หมายถึง ผู้บริโภคชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ใช่นักท่องเที่ยว แล้วไปรับประทานอาหารอิตาเลียน

**ร้านอาหารอิตาเลียน** หมายถึง ร้านที่ปรุง เพื่อจำหน่ายอาหารอิตาเลียนให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งไม่ได้ตั้งอยู่ในโรงแรมหรือห้างสรรพสินค้า หรือไม่ได้มีลักษณะเป็นบุฟเฟ่ต์ โดยมีเมนูหลักเป็นอาหารอิตาเลียน เช่น พาสต้า สปาเก็ตตี้ พิซซา เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved