

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมบันเทิงเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดรายได้มหาศาลและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในฐานะที่เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าประเทศแต่ละปีเป็นจำนวนมาก

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยอมแสวงหาความบันเทิงในการเข้ามาท่องเที่ยวนอกเหนือจากการรับประทานอาหารและเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ กิจกรรมบันเทิงแบ่งได้สองประเภทคือ กิจกรรมบันเทิงภาคกลางวันและกิจกรรมบันเทิงภาคกลางคืน แต่ส่วนใหญ่แล้วกิจกรรมบันเทิงภาคกลางคืนจะเป็นกิจกรรมหลักของอุตสาหกรรมบันเทิงด้วยเหตุนักท่องเที่ยวมักจะใช้เวลาในภาคกลางวันในการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการซื้อของที่ระลึก ในขณะที่จะเริ่มพักผ่อนนั่งฟังเพลง นั่งสนทนา เดินรำ และแสวงหาความสุขสันต์ตั้งแต่หัวค่ำไปจนถึงกลางดึก ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีกิจกรรมบันเทิงยามราตรีนี้อยู่อย่างหลากหลายและครบครัน¹ ประเทศไทยได้ประกาศสัมพันธภาพการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา ผลของการประกาศสัมพันธภาพในครั้งนั้นได้เริ่มปรากฏในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งนักท่องเที่ยวเริ่มใช้จ่ายในด้านการบันเทิงมากยิ่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งทำให้เกิดการปรับฐานของยอดขายด้านการบันเทิงเพิ่มขึ้นจากประมาณ 5,200 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2545 เป็นประมาณ 6,000 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2547 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 1.2 เท่าภายใน 2 ปี เท่านั้น และหลังจากนั้นปี พ.ศ. 2548 ยอดขายกลับลดลงไปเป็น ประมาณ 3,000 ล้านบาท² เนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจจืดจางจากภาวะน้ำมันแพง

เมื่อพิจารณาเฉพาะมูลค่ารายได้ของธุรกิจบันเทิงยามราตรีของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ข้อมูลจากรายงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายสาขา เล่มที่ 6 ประมาณยอดขายเฉพาะของอุตสาหกรรมบันเทิงยามราตรีของจังหวัดเชียงใหม่ได้ประมาณ 629.56 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2545 และจากการ

¹คมสัน สุริยะ, อุตสาหกรรมบันเทิงยามราตรีในจังหวัดเชียงใหม่ (เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548), หน้า 15-21.

²การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว (2548)

คำนวณข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถประมาณยอดขายเฉพาะของอุตสาหกรรม
 บ้านเที่ยงยามราตรีของจังหวัดเชียงใหม่ได้ประมาณ 454.54 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2548

จากการสำรวจข้อมูลบัญชีรายชื่อสถานบริการที่ได้รับอนุญาต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
 ในปี พ.ศ.2545 มีจำนวนสถานประกอบการบ้านเที่ยงยามราตรีจำนวน 165 แห่ง และในปี พ.ศ. 2549
 มีจำนวนลดลงเหลือ 142 แห่ง³ ถึงแม้ว่า ยอดขายจากธุรกิจบ้านเที่ยงยามราตรีและจำนวนสถาน
 ประกอบการลดลง แต่ในความเป็นจริงแล้ว พฤติกรรมการเที่ยวสถานบ้านเที่ยงยามราตรีในเขตอำเภอ
 เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ก็ยังคงเฟื่องฟู และเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้มหาศาล ถึงแม้ว่าจะมี
 ผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจหรือการเมืองก็ตาม

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
 ไตบ้างที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบ้านเที่ยง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานบ้านเที่ยง
 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้
 สถานบ้านเที่ยง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการสถานบ้านเที่ยงในการ
 ปรับกลยุทธ์ของสถานบ้านเที่ยงของตนเองให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้นได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

³ที่ว่าการอำเภอเมืองเชียงใหม่, จำนวนสถานบริการที่ทำการจดทะเบียนสถานบริการในอำเภอ
 เมืองเชียงใหม่ (เชียงใหม่ : ที่ว่าการอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่, 2549)

นิยามศัพท์⁴

สถานบันเทิง หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อให้บริการด้านความบันเทิงเชิงระดมแก่ประชาชนทั่วไปยกเว้นได้แก่ Pub & Restaurant ดิสโก้เทค คาราโอเกะและร้านที่เปิดเพลงโดยไม่มีวงดนตรี

Pub & Restaurant หมายถึง สถานบันเทิงที่มีโต๊ะและเก้าอี้ขนาดเล็กจัดไว้ในห้องที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก มีการเปิดไฟที่มีสีส้นหลายหลากสี สามารถเดินรำที่โต๊ะได้ แต่ไม่มีพลอร์เดินรำ จำหน่ายเครื่องดื่มในสัดส่วนที่มากกว่าอาหาร มีทั้งการเปิดเพลงโดย ดีเจ และการบรรเลงโดยวงดนตรี โดยมากจะเปิดเพลงเสียงดังมากเพื่อเกิดความคึกคัก

ดิสโก้เทค หมายถึง สถานบันเทิงที่มีการจัดห้องที่ให้บริการเป็นห้องโถงขนาดใหญ่ มีผู้ดำเนินรายการเปิดเพลง หรือมีวงดนตรีบรรเลงเพลง มีโต๊ะและเก้าอี้ขนาดเล็กเพื่อให้มีพื้นที่ในการเดินรำมากขึ้น อาจจะมีพลอร์สำหรับเดินรำหรือไม่ก็ได้ เพราะการเดินรำสามารถกระทำได้ที่โต๊ะ

คาราโอเกะ หมายถึง สถานบันเทิงที่มีการจัดชุดคาราโอเกะซึ่งประกอบด้วยเครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่นวีซีดี ไมโครโฟน และรายการเพลง ไว้ให้แขกในห้องแบบต่างๆทั้งห้องรวมและห้องเดี่ยว มีพนักงานหญิงให้บริการร้องเพลงเป็นเพื่อนกับแขก หากแขกต้องการ เน้นการจำหน่ายเครื่องดื่มมากกว่าอาหาร

ร้านที่เปิดเพลงโดยไม่มีวงดนตรี หมายถึง สถานบันเทิงที่มีโต๊ะและเก้าอี้โซฟาจัดไว้ให้แขกในห้องที่ปิดมิดชิด มีแสงไฟสลัว จำหน่ายเครื่องดื่มในสัดส่วนที่มากกว่าอาหาร มีพนักงานหญิงให้บริการนั่งคุยกับแขกที่โต๊ะ หากแขกต้องการ มีการเปิดเพลงแทนการจ้างวงดนตรี โดยมากไม่มีการเดินรำ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการสถานบันเทิง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

⁴คมสัน สุริยะ, อุตสาหกรรมบันเทิงยามราตรีในจังหวัดเชียงใหม่ (เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548), หน้า 30-31.