

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจกลางคืนในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผับ เชน ร้านอาหาร ต่างได้รับความนิยมจากผู้ที่ชอบเที่ยวกลางคืนเป็นอย่างมาก โดยเสน่ห์ของการเที่ยวกลางคืนในสายตาของผู้บริโภคส่วนใหญ่คือ คนเยอะ สนุกสนาน และมีความหลากหลาย ส่วนแรงจูงใจในการเลือกเที่ยวในเวลากลางคืนคือ เพื่อคลายเครียด และแสวงสืงเวลากลางคืน ผู้บริโภคโดยส่วนมากจะเลือกร้านที่เปิดเพลงไพเราะและมีคนจำนวนมาก โดยกลุ่มคนวัยทำงานจะใช้เวลาในวันหยุด หรือวันสุดท้ายของการทำงานออกเที่ยวกลางคืน (ฐานเศรษฐกิจ, 2549) ธุรกิจผับนั้นมีการแข่งขันด้านราคากันค่อนข้างรุนแรงโดยเฉพาะร้านที่เปิดใหม่ ด้วยการลดราคาเหล้า ลดราคาเบียร์ ลดราคาอาหาร จัดโปรโมชั่นต่างๆ จัดคอนเสิร์ต โดยมีการติดป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ แต่ในปัจจุบันท่ามกลางเศรษฐกิจขาลง บรรดาร้านต่างๆก็แข่งขันจัดโปรโมชั่นดึงดูดลูกค้า ล่าสุดมีการว่าจ้างหญิงสาวหน้าตาสวยมาทำหน้าที่เรียกลูกค้า แต่แตกต่างจากเดิมคือแทนที่จะรอด้อนรับอยู่ที่ร้าน เปลี่ยนเป็นใช้วิธีการหาลูกค้านักเที่ยวชายตามร้านต่างๆ ด้วยการเข้าตีสนิทแล้วชักชวนมาใช้บริการต่อยังร้านที่ทำงานอยู่ (คมชัดลึก, 2549) จากการที่แต่ละร้านได้หากลยุทธ์ต่างๆ มาดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจมาใช้บริการ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพ บริการ และราคาเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภค โดยมีทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการร้านต่างๆมากขึ้น ปัจจุบันจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 656 ร้าน ที่ชำระค่าภาษีกับสำนักงานสรรพากรจังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานสรรพากรจังหวัดเชียงใหม่, 2549) ซึ่งในจำนวนนี้สามารถแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบ และมีผับที่ขายอาหารและเครื่องดื่มรวมอยู่ด้วย

จากรายงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แนวโน้มของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวด้านอาหาร เครื่องดื่ม และด้านบันเทิงของเชียงใหม่ยังคงปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2546 มีค่าใช้จ่ายด้านอาหาร เครื่องดื่ม และความบันเทิงคิดเป็นร้อยละ 25.89 และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2547 เป็น ร้อยละ 26.14 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) แสดงให้เห็นว่าชาวเชียงใหม่มีการใช้จ่ายด้านความบันเทิงเพิ่มมากขึ้น

ธุรกิจผับในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการแข่งขันกันสูง โดยอาจเรียกว่าเชียงใหม่เป็นเมืองปราบเซียน วงจรชีวิตของผับจะสั้นจึงต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยพฤติกรรมของชาว

เชียงใหม่จะมีพฤติกรรมชอบของถูก ชอบของดี นิยมของใหม่ๆ อยากสังสรรค์ อยากเจอเพื่อนหรือคนรู้จัก ร้านไหนเปิดใหม่ ลดราคา ร้านที่มีคนใช้บริการมาก เปิดเพลงสนุกตรงใจลูกค้า จะได้รับความนิยม อีกทั้งมีร้านต่างๆเปิดให้บริการจำนวนมาก ทำให้แนวโน้มของธุรกิจผับที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น โดยแต่ละร้านพยายามดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ จากการสัมภาษณ์ วัจนา ชัยกฤษฎากร (2549) ลักษณะของการแข่งขันนั้น จะแข่งขันกันในเรื่องของการสร้างกระแสนิยมว่าช่วงเวลาใดใครสร้างกระแสนิยมมากที่สุดจะได้ลูกค้าไป โดยการสร้างกระแสนั้นอาจจะมีการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดคอนเสิร์ต ปาร์ตี้ของเครื่องดื่มี่ห่อต่างๆ ลดราคาอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคจะมีทางเลือกหลากหลาย การเลือกใช้บริการก็จะเป็นลักษณะการหาข้อมูลก่อนที่จะใช้บริการ จากการสัมภาษณ์ วุฒิชัย ใจสมักร (2549)

จากการที่ธุรกิจผับในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนมาก มีการแข่งขันเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการสูง ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้มีความสนใจศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด และดำเนินงานด้านต่างๆ เพื่อเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ถูกต้อง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผับในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการผับได้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากการดำเนินการด้านส่วนประสมการตลาดบริการ และกระตุ้นผ่านเข้าไปในความรู้สึกรู้สึกนึกคิดแล้วบุคคลจึงแสดงออกในลักษณะการตอบสนองโดยการเลือกใช้บริการ

ผับ เป็นชื่อเรียกย่อมาจาก “พับลิกเฮาส์ (Public House)” มีลักษณะคล้ายบาร์ มักใช้เป็นสถานที่ชุมนุมสังสรรค์ อาจมีกิจกรรมต่างๆ เพื่อความบันเทิง (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2549) ขึ้นไปใช้บริการได้ มีบริการอาหาร เครื่องดื่ม หรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์อย่างอื่นจำหน่าย (Houghton Mifflin, 2003) จัดให้มีการแสดงดนตรี เต้นรำ หรือการแสดงอย่างอื่นเพื่อความบันเทิง เปิดเพลงมีจังหวะปลุกเร้าอารมณ์ โดยผู้ให้บริการสามารถเต้นรำได้ (วรวิวัฒน์ อมรวิวัฒน์, 2547) โดยปกติผับจะเปิดให้บริการได้ถึงเวลา 02.00 น. แต่ในเชียงใหม่สามารถเปิดให้บริการได้ถึงเวลา 01.00 ได้ ยกเว้นช่วงวันหยุดเทศกาล เช่น วันสงกรานต์ วันปีใหม่ ทางตำรวจ อนุญาตให้เปิดเกินเวลา 01.00 น. ได้ ซึ่งจะอนุญาตให้เฉพาะผู้มีอายุ 20 ปีขึ้นไป สามารถใช้บริการได้ และตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งไม่รวมผับที่เปิดให้บริการในโรงแรม โดยตัวอย่างของผับ เช่น Warm Up Café, Monkey Club, DOS Pub, SAMO Pub, Tara Bar Pub, บางแสน เอือนสถาปนิก สวัสดิ์ ริเวอร์ไซด์ Mo’C Mo’L เป็นต้น

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการผับ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป และเคยใช้บริการผับในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา

เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ หมายถึง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบดูแลประชาชน และทำนุบำรุงพื้นที่ใน 4 แขวงการปกครอง ได้แก่ แขวงนครพิงค์ แขวงศรีวิชัย แขวงกาวิละ และแขวงเมืองราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved