

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ในสภาวะการณ์ที่ประเทศไทยมีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ท่ามกลางปัญหาการค่าน้ำมันที่ยังคงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจรวมเร้าทำให้คนไทยต้องเน้นประหยัดมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านอาหารก็ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากแนวโน้มของการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารที่บ้าน ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด รวมถึงการแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูง ตลอดจนคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมกันมากกว่าเดิม นอกจากนี้ยังสามารถจะสังเกตได้จากร้านอาหารเวียดนามที่เปิดตัวขึ้นใหม่มากมายและหลากหลายรูปแบบ ซึ่งมีทั้งแบบดั้งเดิมตามต้นตำรับร้านแบบร่วมสมัย ร้านแบบทันสมัย ร้านอยู่ในโรงแรม ศูนย์การค้า ดิเกอว หรือเป็นบ้าน ล้วนได้รับความนิยมนับตั้งแต่เด็กไปจนถึงผู้ใหญ่ต่างรู้จักอาหารเวียดนามกันเป็นอย่างดี

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า อาหารนานาชาติที่เป็นที่นิยมอันดับ 1 ของคนไทย คือ อาหารญี่ปุ่นอันดับ 2 อาหารจีน อันดับ 3 อาหารอเมริกัน อันดับ 4 อาหารเวียดนาม อันดับ 5 อาหารอิตาลี โดยธุรกิจร้านอาหารนานาชาติในปี 2552 มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 10 จากมูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหาร 1 แสนล้านบาท (วรรณ สุวรรณสังข์ และสุรัชญา สว่างเนตร, 2551: ออนไลน์) คนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเน้นการมีสุขภาพและโภชนาการที่ดีตามกระแส ทำให้การดูแลสุขภาพทวีความสำคัญ ถ้าหากได้รับประทานอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการแล้วก็จะทำให้มีสุขภาพที่ดีได้ จึงเป็นสิ่งที่ทุกคนสนใจที่จะเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของตน (รชตพรรณ ยงพานิช, 2544: 28) ซึ่งอาหารเวียดนามเป็นอาหารประเภทหนึ่งที่น่าสนใจและเป็นอีกทางเลือกในการบริโภคเพื่อสุขภาพ จากประเด็นดังกล่าวจึงทำให้เกิดร้านอาหารเวียดนามที่โดดเด่นในฐานะเมนูสุขภาพขึ้นมากมายในจังหวัดเชียงใหม่ จากสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว จึงเป็นโอกาสที่ดีและน่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับการลงทุนในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเวียดนาม เป็นผลให้เกิดคู่แข่งทางการตลาดขึ้นทุกวัน สำหรับในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นจากการสังเกตเบื้องต้นพบว่าร้านอาหารเวียดนามที่เป็นที่รู้จักและคู่แข่งทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ร้านวิถีหม่อมเมือง ร้านมาดามเอียน และร้านอาหารมายเวียดนาม (หนองคายหม่อมเมือง)

ดังนั้นการศึกษาคความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของร้านอาหารเวียดนามจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้อมูลลูกค้าและการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543: 118) ซึ่งจะช่วยให้ได้รับข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากขึ้นและเพิ่มกลยุทธ์ในการดึงดูดให้ลูกค้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยร้านอาหารมายเวียดนาม (หนองคายแหนมเมือง) เป็นร้านอาหารเวียดนามขนาดย่อม (มีเงินทุนจดทะเบียนหรือทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 5 ล้านบาท) ที่ให้บริการมานานเกือบ 18 ปี บริการจำหน่ายอาหารเวียดนามทุกประเภท มีจุดเด่นอยู่ที่ความสะอาดสดใหม่ของผัก และความ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการให้บริการฟรีขนมหวานตลอดช่องสิงคโปร์ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 3 สาขา รวมจำนวน 180 ที่นั่ง นอกจากนี้ร้านอาหารมายเวียดนาม (หนองคายแหนมเมือง) รวมทั้งมีการวางแผนขยายสาขาไปในสถานที่ต่างๆ เช่นห้างสรรพสินค้า ย่านธุรกิจ และย่านชุมชน ตลอดจนมีแนวคิดในการทำแฟรนไชส์ ดังนั้นข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจึงเป็นประเด็นที่ต้องคำนึงถึง ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความ สะดวกในการบริโภคอาหารเวียดนามเพิ่มขึ้น

ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการ ให้บริการของร้านอาหาร มาย เวียดนาม ในจังหวัดเชียงใหม่” เพราะปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือก มากขึ้น ดังนั้นการทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งผล การศึกษาจะเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ ร้านอาหารมาย เวียดนาม เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยจะก่อให้เกิด ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ต่อไปในอนาคต อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจ ร้านอาหารเวียดนามต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาคความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอาหารมาย เวียดนาม ในจังหวัด เชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเข้ารับบริการของผู้ใช้บริการร้านอาหารมาย เวียดนาม ในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของร้านอาหาร มาย เวียดนาม ในจังหวัดเชียงใหม่

2. ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการในแต่ละสาขาของผู้ให้บริการร้านอาหารมาย เวียดนาม ในจังหวัดเชียงใหม่

3. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของร้านอาหาร มาย เวียดนาม ในจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นที่พอใจสูงสุดของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิผล เพื่อวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความชอบ ความประทับใจของผู้บริโภคที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภคที่มาใช้บริการเพื่อรับประทานอาหารในร้านอาหารมาย เวียดนาม ซึ่งในที่นี้ได้ศึกษาความพึงพอใจใน 7 ด้าน ดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

ร้านอาหารเวียดนาม “มาย เวียดนาม” หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการขายอาหารเวียดนามซึ่งประกอบด้วยอาหารหลากหลายรูปแบบ เช่น แหนมเนือง หมูห่อใบชะพลู ขนมหุ้ง ญวน กระยาสอด ไช้กระทะ เป็นต้น รวมทั้งเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ ในชื่อว่า “มายเวียดนาม” ซึ่งจัดไว้ให้ประชาชนเข้าไปบริโภคได้ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมี 3 สาขา คือร้านมายเวียดนามสาขาหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาแม่วัง และสาขามีโชคพลาซ่า

ผู้บริโภค หมายถึง ลูกค้าที่เป็นผู้ใช้หรือเคยใช้บริการในร้านอาหารมาย เวียดนาม ในจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การเลือกการให้บริการ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดใน 7 ด้าน ดังนี้คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ