

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน จังหวัดเชียงใหม่ ได้เติบโตและมีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก ทั้งทางด้านการท่องเที่ยว การเกษตร การลงทุน และอุตสาหกรรม นับได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพจังหวัดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ และชื่อเสียงให้ประเทศชาติตลอดจนประชาชนชาวเชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ

ผลจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านสินค้าและบริการอย่างรุนแรง (ประชาชาติธุรกิจ, 2545) ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องหลายปีติดต่อกัน(สำนักงานภาคเหนือธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545) จึงเป็นไปได้ว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจดังกล่าวมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งอาจรวมถึงพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้านด้วย

จากอดีตที่ผ่านมาร้านอาหารในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนยังไม่มากนัก ส่วนใหญ่มักเป็นลักษณะร้านอาหารท้องถิ่น จะมีร้านอาหารไทย ร้านอาหารอีสาน หรือร้านอาหารต่างประเทศเพียงส่วนน้อย และเนื่องจากในเขตเทศบาลเป็นแหล่งศูนย์กลางความเจริญในทุกๆด้าน อีกทั้งครัวเรือนในเขตเทศบาล ได้มีการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำรงชีพและพฤติกรรมในการบริโภคเป็นอย่างมากทั้งนี้เนื่องจาก มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ขนาดครัวเรือนและรายได้ การเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์และการบริการใหม่ๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรอีกด้วย ถึงแม้ว่ารูปแบบในการบริโภคของครัวเรือนได้เปลี่ยนแปลงไป และสัดส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารจะลดลง แต่สัดส่วนในการบริโภคอาหารนอกบ้านของครัวเรือนกลับเพิ่มขึ้น (เขาวเรศ เขาวนพูนผล, 2536) ทำให้สถานบริการประเภทร้านอาหารได้เปิดบริการอย่างกว้างขวางทุกประเภท ทั้งที่เป็นร้านอาหารทั่วไป ร้านอาหารที่อยู่ในโรงแรม และร้านอาหารตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน หรือร้านอาหารที่อยู่ในกลุ่มไฮเปอร์มาร์ท เช่น แม็คโคร คาร์ฟูร์ โลคัสซูเปอร์เซนเตอร์ บิ๊กซีซูเปอร์เซนเตอร์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละร้านได้หากกลยุทธ์ต่าง ๆ มาดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจมาใช้บริการ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพ การบริการ และ ราคาอย่างมาก ปัจจุบันจำนวนผู้ประกอบการภัตตาคาร ร้านอาหารมีจำนวน 1065 ร้าน แยกเป็นบุคคลธรรมดา 876 ร้าน คณะบุคคล 44 ร้าน นิติบุคคล 145 ร้าน

(สำนักงานสรรพากรจังหวัดเชียงใหม่, 2545) ซึ่งในจำนวนนี้สามารถแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบ เช่น แยกตามประเภทอาหารตามภูมิประเทศ คือ อาหารเมือง อาหารอีสาน อาหารไทย อาหารต่างประเทศ เป็นต้น หรือแยกตามระดับการบริการ เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร สวนอาหาร ห้องอาหาร เป็นต้น ในการบริการ ที่ผ่านมานี้เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เข้าถึงง่าย ออกง่าย จึงมีอัตราที่ประสบความสำเร็จ และ ประสบความสำเร็จสูง

ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ทัวไปสามารถประกอบกิจการได้อย่างมั่นคง และคงอยู่ได้ในสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ว่าเป็นอย่างใดเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปประกอบการวางแผน ตลอดจนการกำหนดนโยบายมาพัฒนา ในการประกอบกิจการร้านอาหารซึ่งเป็นทั้งการผลิตสินค้า และการบริการ ให้สามารถสร้างรายได้และมีกำไรอย่างมั่นคงได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของประชาชนในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.3 นิยามศัพท์

พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้าน หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากการดำเนินการด้านส่วนประสมการตลาดบริการของร้านอาหาร กระตุ้นผ่านเข้าไปในความรู้สึกนึกคิดแล้วบุคคลจึงแสดงออกในลักษณะการตอบสนองโดยการเลือกใช้บริการของร้านอาหาร

การรับประทานอาหารนอกบ้าน หมายถึง การไปรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยไม่มีการประกอบอาหารเอง หรือ การรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารทั่วไป ภัตตาคาร ห้องอาหาร ศูนย์อาหารที่ผู้ให้บริการไปรับประทานอาหาร โดยไม่ใช่งานซื้อเพื่อบรรจุหีบห่อไปรับประทานที่บ้าน และเป็นอาหารมื้อหลัก เช้า เที่ยง เย็น ไม่รวมถึงสถานบันเทิงอื่น เช่น คาราโอเกะ ผับ ไนต์คลับ ฯลฯ

ประชาชนในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และมีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ในการศึกษารั้ครั้งนี้ ผู้ศึกษาคาดว่าจะได้รับประโยชน์หลายประการดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรับประทานอาหารนอกร้านของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย