

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมากสาขาหนึ่ง ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทำให้มีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นจากจำนวน 7,192,145 คน ในปี พ.ศ. 2539 เป็น 9,508,623 คน ในปี พ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 32.20 ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเพิ่มมากขึ้นจาก 219,364.42 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2539 เป็น 285,272.19 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2543 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 30.04 โดยจำนวนร้อยละ 20.4 ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยมีเหตุผลหลักในการมาเที่ยวประเทศไทย คือความชื่นชอบอาหารไทย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2544)

ธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงพัฒนาให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่ถูกพัฒนาขึ้น เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจในวัฒนธรรมต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการทำอาหาร ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้วัฒนธรรมที่ดีอย่างหนึ่ง ทำให้ผู้คนจากต่างชาติต่างวัฒนธรรมสามารถเรียนรู้และเข้าใจซึ่งกันและกันได้ดียิ่งขึ้น (M. Leininger, 1969) ชาวต่างชาติเห็นว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อยและดีต่อสุขภาพมากกว่าอาหารตะวันตก เนื่องด้วยอาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ ตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างพิถีพิถัน มีกรรมวิธีในการทำอย่างประณีต เป็นศิลปะ การปรุงที่ถึงรสถึงเครื่องจากครัวที่ถูกสุขอนามัย ซึ่งในปัจจุบันอาหารไทยได้พัฒนาไปอีกขั้นเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ (Health Food) จึงทำให้ภาพลักษณ์ของอาหารไทยเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในระดับนานาชาติ จากการที่อาหารไทยเป็นอาหารที่ถูกปากและได้รับความนิยมอย่างมากนี้ ทำให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2543 มีร้านอาหารไทยจำนวนถึง 5,000 แห่ง เปิดดำเนินการในเมืองใหญ่ๆ ต่างๆ ทั่วโลก ทั้งนี้อาหารไทยยังเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนประเทศไทยอีกด้วย (สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2542) ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยจำนวนมากชื่นชอบในการรับประทานอาหารไทย มีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยสนใจและเริ่มเรียนรู้ในการทำอาหารไทยอย่างจริงจัง จึงทำให้ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยให้ชาวต่างชาติเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา (Imtiaz Muqbil, 1999) โดยเฉพาะในจังหวัดที่เป็น

แหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่เชียงใหม่ พัทยา ไปจนถึงภูเก็ต ซึ่งมีทั้งขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ ทั้งแบบบ้านเดี่ยว แบบที่เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรมและร้านอาหาร และลักษณะที่เป็นรูปแบบบ้าน (John Leicester, 2003)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลได้ให้ความสำคัญ และเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็ง เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างต่อเนื่อง และสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ โดยสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ได้ทำการศึกษาและจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้น เพื่อเสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใช้เป็นแนวทางดำเนินการสำหรับ พ.ศ. 2545-2549 แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้มีโครงการต่างๆ ซึ่งครอบคลุมถึงการสร้าง และส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น กิจกรรมทางวัฒนธรรม สุขภาพและความงาม การทำสมาธิ กิจกรรมกีฬา และการเรียนทำอาหาร ก็เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ได้รับการส่งเสริม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่น่าสนใจในระหว่างพำนักอยู่ในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นความหลากหลายของกิจกรรม และการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI), 2542)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2543 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3,361,764 คน ทำให้ธุรกิจด้านการบริการ เป็นธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าได้เป็นอันดับหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ และสามารถสร้างรายได้สูงถึง 23,550 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2543 (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2544) ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารเป็นธุรกิจหนึ่งในการบริการที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นท้องถิ่นที่มีทรัพยากรด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่น และสภาพอากาศที่เหมาะสมในการเพาะปลูกวัตถุดิบในการทำอาหารต่างๆ จึงทำให้เชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยู่อักของนักท่องเที่ยวในด้านการเรียนศิลปะในการทำอาหารไทย (Culinary Arts) (John Leicester, 2003) จากรายชื่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานภาคเหนือ มีธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร เปิดให้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 10 แห่ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือน ซึ่งธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารแต่ละแห่งมีความหลากหลาย และแตกต่างกันทั้งรูปแบบและขนาดของโรงเรียน (ไทฤทธิ์ เล็กกิจเจริญชัย, 2545) จึงเป็นมูลเหตุจูงใจให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางสำหรับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) หมายถึง การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และอยู่รอดได้ อาจรวมถึงสามารถขยายขนาดกิจการได้ในอนาคต ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) (Philip Kotler, 2000)

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหาร หมายถึง สถานที่บริการให้ความรู้ วิธีการ และเทคนิคในการทำอาหารไทย

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อันเป็นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้