

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจโรงพยาบาลถือเป็นธุรกิจความบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากการจัดอันดับกิจกรรมที่ผู้บริโภคเลือกทำในช่วงเวลาที่ต้องการความผ่อนคลายจากการดำเนินชีวิตในท่ามกลางปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่ากิจกรรมการชมภาพยนตร์ในโรงพยาบาลยังคงเป็นกิจกรรมอันดับต้นๆที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นความบันเทิงที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัย ทั้งวัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน หรือ แม้แต่วัยสูงอายุ ประกอบกับมีราคาที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับกิจกรรมบันเทิงในรูปแบบอื่น (ฝ่ายวิจัยธนาคารนครหลวงไทย, 2550)

แม้ในปัจจุบันนี้เศรษฐกิจโลกจะถดถอยและเศรษฐกิจภายในประเทศจะชะงักงัน แต่ผู้บริโภคก็ยังพร้อมที่จะใช้จ่ายกับความบันเทิงราคาถูกรอกบ้านด้วยการชมภาพยนตร์ จึงทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจโรงพยาบาลในปี พ.ศ. 2552 ที่มีมูลค่าประมาณ 4,000 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น 15% จากปี 2551 (ผู้จัดการ, 2552) และ คาดการณ์ในปี 2553 จะมีอัตราการเติบโตที่ดีขึ้นอย่างแน่นอน เนื่องจากมีโปรแกรมภาพยนตร์ฟอร์มยักษ์ทั้งของไทยและต่างประเทศที่จะเข้าฉายหลายเรื่อง จึงทำให้ภาพรวมของธุรกิจโรงพยาบาลน่าจะเติบโตได้ไม่ต่ำกว่า 10-12% (กรุงเทพธุรกิจ, 2552) ทั้งนี้เพราะภาพยนตร์เป็นความบันเทิงราคาถูกที่ผู้บริโภคทุกคนสามารถบริโภคได้ รวมทั้งเป็นการบริโภคภายในประเทศจึงไม่ถูกกระทบเมื่อเทียบกับธุรกิจส่งออก รวมทั้งปัจจัยภายในประเทศยังคงดีอยู่ เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีการเติบโตถึงร้อยละ 50 รัฐบาลหันมาให้ความสำคัญกับการปราบแผ่นผีซีดีเถื่อนมากขึ้น และ เมื่อพิจารณาถึงจำนวนโรงพยาบาลที่มีอยู่ทั่วประเทศเพียง 500 แห่ง จึงทำให้ธุรกิจประเภทนี้ยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีก (นิตยสารแบรนด์เจจ, 2552) และ จากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจโรงพยาบาลในประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาทั้งคุณภาพและการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้อย่างสูงสุด ทั้งการเพิ่มจำนวนโรงพยาบาล การเพิ่มสาขา หรือ การใช้การส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจผู้บริโภค เป็นต้น นอกเหนือจากรายได้หลักของธุรกิจโรงพยาบาลที่มาจากส่วนงานของโรงพยาบาลในอันดับหนึ่งแล้ว ส่วนจำหน่ายขนมและเครื่องดื่มหน้าโรงพยาบาลก็ถือเป็นรายได้

หลักในอันดับต้นๆของธุรกิจประเภทนี้ โดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 700 ล้านบาทในปี 2552 ซึ่งผู้ประกอบการก็ควรให้ความสำคัญเช่นกัน เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจมาใช้บริการโรงพยาบาลของตนเองให้มากขึ้น (บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2552)

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจมากเป็นอันดับต้นๆของประเทศไทย เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือ เป็นแหล่งศูนย์รวมของสถานที่ราชการ สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ โรงแรม โรงพยาบาล และสถานบันเทิงต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจโรงพยาบาลของจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันมีเพียง 2 ราย คือ โรงพยาบาลศรีเวสต์ที่ศูนย์การค้าภาคสวนแก้ว จำนวน 2,100 ที่นั่ง (เดอะเวสต์เชียงใหม่, 2552) และ โรงพยาบาลศรีเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต จำนวน 1,900 ที่นั่ง (รายงานประจำปีบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2552) โดยการแข่งขันในด้านคุณภาพ การให้บริการ ท่าเลที่ตั้ง และ บริการเสริมต่างๆของโรงพยาบาล เช่น การจำหน่ายของที่ระลึกจากภาพยนตร์ และ การจำหน่ายขนมและเครื่องดื่มหน้าโรงพยาบาลล้วนมีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งในอดีตจะเห็นว่าในจังหวัดเชียงใหม่มีเพียงโรงพยาบาลศรีเวสต์เท่านั้นที่ให้บริการธุรกิจในด้านนี้ จนเมื่อมีโรงพยาบาลศรีเมเจอร์ซินีเพล็กซ์เข้ามาเป็นคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้บริการโรงพยาบาลมากขึ้น ประกอบกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในอนาคตจะมีการก่อสร้างศูนย์การค้าแห่งใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ชื่อว่า เซ็นทรัลเฟสติวัล เชียงใหม่ เป็นโครงการไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์ที่มีพื้นที่โครงการกว่า 250,000 ตร.ม. บริเวณสี่แยกศาลเด็กติดกับถนนซูเปอร์ไฮเวย์เชียงใหม่ - ลำปาง และ ถนนเชียงใหม่ - ดอยสะเก็ด ซึ่งประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆกว่า 200 แห่ง ฟิตเนส ศูนย์อาหาร และ โรงพยาบาลขนาดใหญ่ (ประชาชาติธุรกิจ, 2552) จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งนี้อาจทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการโรงพยาบาลที่ศูนย์การค้าแห่งใหม่นี้แทน จากการขยายตัวของโรงพยาบาลที่เพิ่มมากขึ้นนี้ ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลทวีความรุนแรงมากขึ้นตามไปด้วย จึงทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายควรเร่งปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพและการให้บริการของโรงพยาบาล รวมทั้งให้ความสำคัญกับส่วนงานจำหน่ายขนมและเครื่องดื่ม ซึ่งถือเป็นรายได้หลักในอันดับต้นๆของธุรกิจโรงพยาบาลด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ควรพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆมาใช้เพื่อขยายและรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเองไว้ และ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการโรง

ภาพยนตร์ จะได้นำข้อมูลที่ได้อาจการศึกษาไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในส่วนของโรงภาพยนตร์ และ ส่วนจำหน่ายขนมและเครื่องดื่มหน้าโรงภาพยนตร์ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และ เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยในด้านการตัดสินใจในการลงทุนการบริหารงานและการวางแผนกลยุทธ์ในธุรกิจโรงภาพยนตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ทำให้สามารถใช้ผลการศึกษาที่ได้เป็นข้อมูลหรือแนวทางในการวางแผนกำหนด และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจโรงภาพยนตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

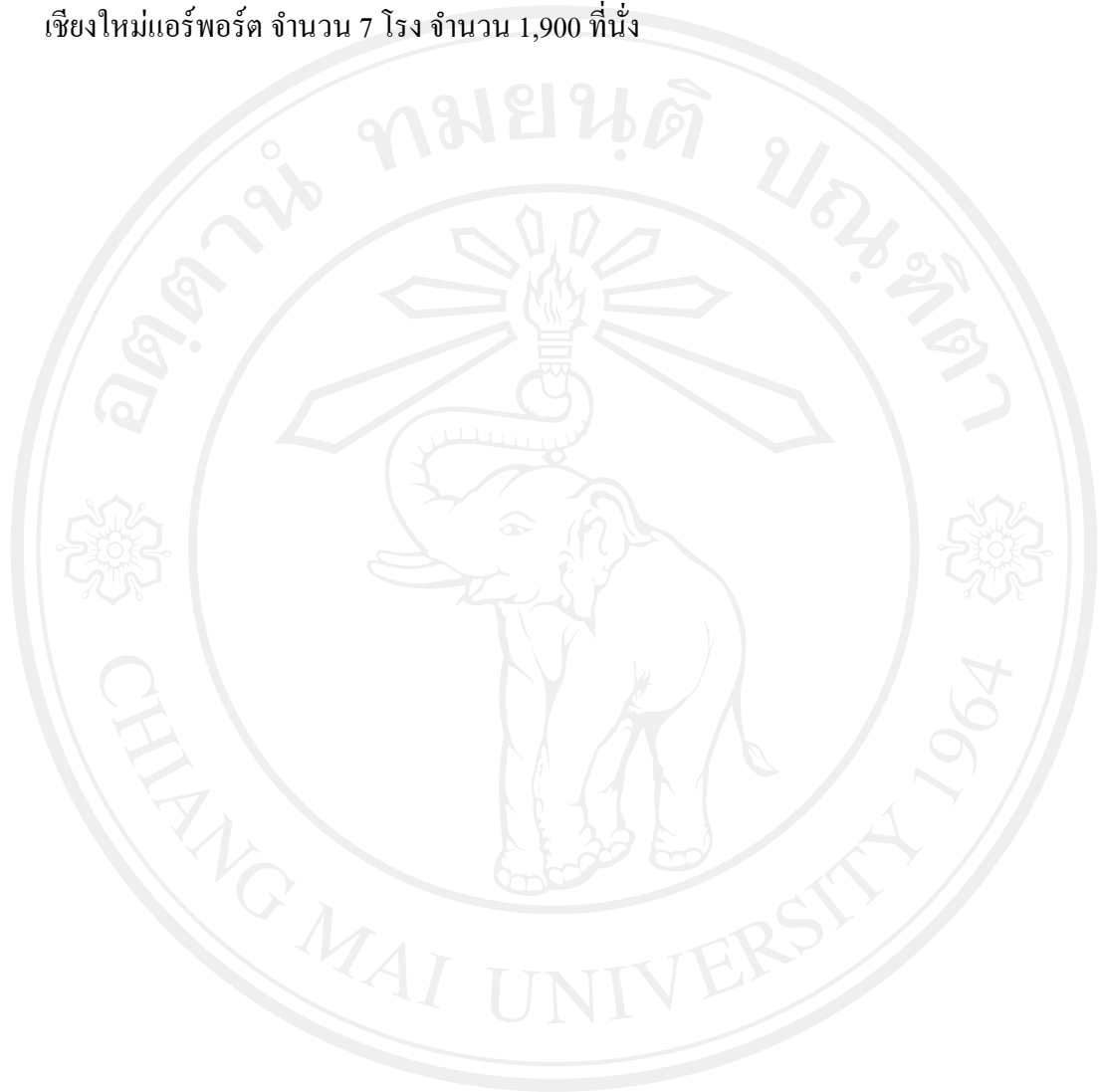
นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผลในบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา โดยการใช้คำถามเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร)

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่เคยใช้บริการโรงภาพยนตร์เครือวิสต้า ณ ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว และ โรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา

โรงภาพยนตร์วิสต้า ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว หมายถึง โรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้า ที่ตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว จำนวน 7 โรง จำนวน 2,100 ที่นั่ง

โรงพยาบาลเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา เชียงใหม่ แอร์พอร์ต
หมายถึง โรงพยาบาลในเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ ที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา
เชียงใหม่แอร์พอร์ต จำนวน 7 โรง จำนวน 1,900 ที่นั่ง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved