

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมมากมาย มีการคมนาคมที่สะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวมรดกหลายรูปแบบเปิดให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองและมีความเจริญเติบโตอย่างเห็นได้ชัด การขยายตัวและเจริญเติบโตของเมืองส่งผลให้มีสถานบันเทิงที่เปิดให้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่มากกว่า 300 แห่ง แต่มีสถานบันเทิงที่ได้รับการจัดตั้งโดยจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายเพียง 114 แห่ง (ที่ทำการปกครองอำเภอเมืองเชียงใหม่, 2550) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงใหม่ถึงปีละ 4,181,878 คน สามารถทำรายได้ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ 36,716,880 บาท แบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 17,793,220 บาท และนักท่องเที่ยวชาวไทย 18,923,660 บาท (กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

จากข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว อีกทั้งรูปแบบการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสังคม ร้านค้าบริการด้านต่างๆ จึงเกิดขึ้นมากมายและมีความหลากหลายแตกต่างกันตามสภาพทางสังคมที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและสถานบันเทิงเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตามธุรกิจสถานบันเทิงมักมีวงจรธุรกิจที่สั้น และมีอัตราการประสบความสำเร็จค่อนข้างสูงเนื่องจากปัจจัยต่างๆ หลายด้าน ทั้งในเรื่องเกี่ยวกับสังคม เศรษฐกิจ กฎหมาย กระแสนิยมของผู้บริโภค และการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง โดยปัจจุบันสถานบันเทิงและร้านอาหารขนาดเล็กมักกระจายอยู่ตามพื้นที่ใกล้เคียงกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละร้านก็จะแข่งขันกันในเรื่องของราคาและการส่งเสริมการตลาดที่รุนแรง ฉะนั้นผู้ประกอบการจึงต้องปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันอยู่ตลอดเวลาเพื่อการดำรงอยู่ในธุรกิจนี้

ร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ ตั้งอยู่เลขที่ 7 ถนนนิมมานเหมินทร์ ซอย 9 ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบธุรกิจบริการ ประเภทร้านอาหารและสถานบันเทิง เปิดให้บริการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนพนักงานเริ่มต้นเพียง 16 คนและจำนวนโต๊ะเพียง 15 โต๊ะ ระยะเวลาเพียง 1-2 ปีก็ได้รับความนิยม และก้าวขึ้นมาเป็นแหล่งกินเที่ยวอันดับต้นๆ ของเมืองเชียงใหม่จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 10 ปีเต็ม (ปีพ.ศ. 2553) มีจำนวน โต๊ะทั้งหมด 90 โต๊ะ มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเฉลี่ย 200 รายต่อวัน (ฝ่ายการตลาดร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์, 2553: สัมภาษณ์) การประกอบธุรกิจถือว่าประสบความสำเร็จในระดับสูง ซึ่งร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่ายอดขายของร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 ถึงปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนยอดขายดังนี้ ปี พ.ศ. 2549 ประมาณ 62,000,000 บาท ปี พ.ศ. 2550 ประมาณ 76,000,000 บาท ปี พ.ศ. 2551 ประมาณ 78,000,000 บาท และปี พ.ศ. 2552 ประมาณ 64,000,000 บาท เห็นได้ว่ายอดขายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามลำดับในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2551 และลดลงในปี พ.ศ. 2552 เป็นจำนวนถึง 14,000,000 บาท (ฝ่ายบัญชีการเงินร้าน มังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์, 2553: สัมภาษณ์) สาเหตุที่ทำให้ยอดขายลดลงนั้นนอกจากปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ กฎหมาย กระแสนิยมของผู้บริโภค และการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงแล้ว ยังมีสาเหตุจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันที่อยู่ในภาวะตกต่ำทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับการเพิ่มมากขึ้นของจำนวนคู่แข่ง โดยปัจจุบันธุรกิจที่เปิดให้บริการในรูปแบบเดียวกันในเขตพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ ร้านเฉลิมกรุงคาเฟ่ ร้านวอร์มอัปคาเฟ่ ร้านเดหลี และร้านฟายน์แทงค์ รวมทั้งธุรกิจรูปแบบเดียวกันที่เปิดบริการในพื้นที่ของโครงการเจเจมาร์เก็ต ได้แก่ ร้านท่าช้าง ร้านดีบาร์และร้านหัวลำโพง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านมังกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดให้ธุรกิจนี้สามารถดำรงอยู่ในสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงนี้ได้อย่างมั่นคง และนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการและก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านมั่งกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ อำเภอเมือง เชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านมั่งกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ อำเภอเมือง เชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด ของผู้ประกอบการธุรกิจบริการร้านมั่งกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านมั่งกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของลูกค้าได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงและไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

**ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านมั่งกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ อำเภอเมือง เชียงใหม่

**ร้านมั่งกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์** หมายถึง กิจกรรมให้บริการประเภทร้านอาหารและสถานบันเทิง ภายใต้ชื่อร้านมั่งกี้คลับ ผับแอนด์เรสทัวรนต์ ตั้งอยู่เลขที่ 7 ถนนนิมมานเหมินท์ ซอย 9 ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่