

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษา พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และนำเสนอข้อค้นพบรวมทั้งข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถสรุปผลได้ดังนี้ โดยภาพรวมกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดทั้งเพศหญิงและเพศชายที่เป็นประชากรศึกษา มีความชอบบริโภคเท่า ๆ กัน วัยรุ่นที่ชอบบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดมากที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุ 19 – 21 ปี ได้รับรายได้ต่อเดือนจากผู้ปกครองไม่เกิน 1,000 บาท และสามารถหารายได้ได้เองไม่เกิน 1,000 บาท ต่อเดือน โดยส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดจากโทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจะอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 19 – 21 ปี มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นกลุ่มอื่น ๆ

5.1.2 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สรุปได้ดังนี้

วัยรุ่นที่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ร้านสะดวกซื้อ รองลงมาคือ ร้านพิซซ่าฮัท ส่วนใหญ่นิยมสั่งอาหารหลักประเภทไก่ทอดมารับประทาน รองลงมาคือ พิซซ่า นิยมสั่งอาหารกึ่งขนมประเภทไอศกรีม และนิยมสั่งเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมมาดื่ม ส่วนใหญ่ไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดกับกลุ่มเพื่อนมากกว่ากลุ่มบุคคลอื่น ๆ โดยมีผู้ร่วมไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 3 – 5 คน ส่วนใหญ่เห็นว่ากลุ่มเพื่อนเป็นบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมากกว่ากลุ่มบุคคลอื่น โดยมีเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เพราะคิดว่ามีอาหารให้เลือกมาก ส่วนใหญ่จะบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเดือนละ 1 – 2 ครั้ง ไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในช่วงเวลา 12.00 – 14.00 น. มากที่สุด ส่วนใหญ่ไปรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดในโอกาสปกติ และไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดบ่อยที่สุดในวันเสาร์/อาทิตย์ ส่วนใหญ่จะนิยมสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ร้านมากกว่าการใช้วิธีโทรศัพท์สั่งอาหาร มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

ในแต่ละครั้งระหว่าง 201 – 300 บาท ส่วนใหญ่นิยมจ่ายค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดร่วมกัน โดยจ่ายค่าอาหารด้วยเงินสด ซึ่งพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดข้างต้นนี้จะอยู่ในในกลุ่มอายุ 19 – 21 ปี มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นกลุ่มอื่น ๆ

ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด สรุปได้ว่า วัยรุ่นกลุ่มที่มีอายุ 13 – 15 ปี อายุ 16 – 18 ปี และอายุ 19 – 21 ปี ทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (อาหาร เครื่องดื่ม) มากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกหลายประเภท หลายรายการ รวมทั้งคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความสะอาด ถูกหลักสุขอนามัยเป็นอันดับแรก วัยรุ่นกลุ่มที่มีอายุ 16 – 18 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกหลายประเภทหลายรายการเป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 19 – 21 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่ามีลักษณะสำหรับใส่หรือหุ้มห่ออาหารฟาสต์ฟู้ดที่สะอาดและสวยงาม เป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ยวัยรุ่นทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญโดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกหลายประเภทหลายรายการเป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญโดยคิดว่ามีลักษณะสำหรับใส่หรือหุ้มห่ออาหารฟาสต์ฟู้ดที่สะอาดและสวยงามเป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านราคา (Price) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี และอายุ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกันและให้ความสำคัญโดยคิดว่าราคาอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก เป็นอันดับแรก ส่วนวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจนเป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ยวัยรุ่นทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญโดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก เป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญโดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี อายุ 16 – 18 ปี และอายุ 19 – 21 ปี ทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นตรงกันและให้ความสำคัญโดยคิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวกเป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ยวัยรุ่นทั้ง 3 กลุ่ม ให้ความสำคัญโดยคิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก เป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญโดยคิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่ามีการแจกใบปลิว/แผ่นพับ โฆษณาซึ่งมีรูปภาพอาหารฟาสต์ฟู้ดที่น่ารับประทาน ที่แสดง

ให้ทราบถึงขนาดและราคาไว้ด้วยเป็นอันดับแรก กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่าการจัดรายการสด แลก แจก แถมอย่างต่อเนื่องเป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 19 – 21 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่าการใช้คูโปงเป็นส่วนลดค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่ม ให้ความสำคัญโดยคิดว่าการใช้คูโปงเป็นส่วนลดค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญโดยคิดว่าการแจกใบปลิว/แผ่นพับโฆษณาซึ่งมีรูปภาพอาหารฟาสต์ฟู้ดที่น่ารับประทานที่แสดงให้ทราบถึงขนาดและราคาไว้ด้วย เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่าการบริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความรวดเร็วและถูกต้องเป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี และอายุ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกันและให้ความสำคัญโดยคิดว่าการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้านเป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญโดยคิดว่าการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน เป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญโดยคิดว่าการให้บริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความรวดเร็วและถูกต้อง เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ให้ความสำคัญโดยคิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีการตกแต่งภายในสวยงาม เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี และอายุ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกันและให้ความสำคัญโดยคิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสถานที่สะอาดเป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญโดยคิดว่าภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด เป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญโดยคิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสถานที่สะอาด เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านพนักงาน (People in Service) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ให้ความสำคัญกับพนักงานแนะนำรายการอาหารต่างๆ ได้ชัดเจนเข้าใจได้ง่าย เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี และอายุ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกันและให้ความสำคัญโดยคิดว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญโดยคิดว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า เป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญโดยคิดว่าพนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพอ่อนน้อม รวมทั้งคิดว่าพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ เป็นอันดับรองลงมา

All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงปัจจัยย่อยด้านส่วนประสมตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยด้านส่วนประสม	อายุ		
	13 – 15 ปี	16 – 18 ปี	19 – 21 ปี
ตลาดบริการ			
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	อาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีให้เลือกหลายประเภทหลายรายการ และอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีความสะอาด ถูกหลักสุขภาพ	อาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีให้เลือกหลายประเภทหลายรายการ	การมีภาชนะสำหรับใส่หรือหุ้มห่ออาหาร ฟาสต์ฟู้ดที่สะอาดและสวยงาม
ด้านราคา (Price)	อาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก	อาหารฟาสต์ฟู้ดมีป้ายราคาแสดงไว้อย่างชัดเจน	อาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	มีการแจกใบปลิวแผ่นพับโฆษณาซึ่งมีรูปภาพอาหารฟาสต์ฟู้ดที่น่ารับประทาน ที่แสดงให้เห็นถึงความน่าดึงดูดและราคาไว้ด้วย	มีการจัดรายการลด แลก แจก แถมอย่างต่อเนื่อง	มีการใช้รูปโปสเตอร์เป็นส่วนลดค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	การให้บริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความรวดเร็วและถูกต้อง	มีการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน	มีการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน
ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีการตกแต่งภายในสวยงาม	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสถานที่สะอาด	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสถานที่สะอาด
ด้านพนักงาน (People in Service)	พนักงานแนะนำรายการอาหารต่างๆ ได้ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า

ที่มา: จากการสำรวจ

5.1.3 สรุปผลการศึกษาข้อมูลปัญหาที่พบหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่พบหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกน้อย และอาหารฟาสต์ฟู้ดมีรสชาติไม่อร่อย ไม่คงที่ เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ ส่วนกลุ่มอายุ 16 – 18 ปี และ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกัน และประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกน้อย เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่ม ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกน้อย เป็นอันดับแรก และประสบปัญหาด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีรสชาติไม่อร่อย ไม่คงที่ เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านราคา (Price) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี อายุ 16 – 18 ปี และอายุ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกัน โดยประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพงเกินไป เป็นปัญหาที่กลุ่มประชากรศึกษาทุกกลุ่มเห็นว่ามียากกว่าปัญหาอื่น ๆ โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่ม ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพงเกินไป เป็นอันดับแรก และประสบปัญหาด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาให้เลือกไม่มากนัก เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี และอายุ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกัน โดยประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไม่สะดวก เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไม่สะดวก และร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไม่มีที่จอดรถเพียงพอ เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่ม ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไม่สะดวกเป็นอันดับแรก และประสบปัญหาด้านร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไม่มีที่จอดรถเพียงพอ เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ไม่มีการแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ไม่มีอาหารชุดราคาถูก เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 19 – 21 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ไม่มีของที่ระลึกและของสะสมเป็นของแจกแถม เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่ม ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหาร

ฟาสต์ฟู้ดในด้าน ไม่มีอาหารหุคราคาถูกเป็นอันดับแรก และประสบปัญหาด้าน ไม่มีของที่ระลึกและของสะสมเป็นของแจกแถมเป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี และอายุ 19 – 21 ปี มีความเห็นตรงกันโดยประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ไม่มีการทักทาย และต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้านเป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน การคิดเงินค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดล่าช้าและผิดพลาดบ่อยครั้ง เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่ม ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ไม่มีมีการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน รวมทั้งการให้บริการของร้าน อาหารฟาสต์ฟู้ดมีความล่าช้าและผิดพลาดบ่อยครั้งเป็นอันดับแรก และประสบปัญหาในด้านการคิดเงินค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดล่าช้าและผิดพลาดบ่อยครั้ง เป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีที่นั่งไม่เพียงพอ เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสถานที่ไม่สะอาด เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 19 – 21 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกใช้บริการไม่มากนัก เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่มประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ไม่มีที่นั่งสำหรับรอคิวหรือรออาหารส่งกลับบ้าน เป็นอันดับแรก และประสบปัญหาในด้านการทำความสะอาดเป็นอันดับรองลงมา

ปัจจัยด้านพนักงาน (People in Service) พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 13 – 15 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน พนักงานมีกิริยามารยาทที่ไม่สุภาพอ่อนน้อม รวมทั้งพนักงานร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่งกายไม่เหมาะสม เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 16 – 18 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่เป็นกันเองกับลูกค้า เป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ ส่วนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 19 – 21 ปี ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านพนักงานดูแลเอาใจใส่ไม่ทั่วถึง และไม่กระตือรือร้นในการให้บริการเป็นปัญหาที่มีมากกว่าปัญหาอื่น ๆ โดยเฉลี่ยทั้ง 3 กลุ่ม ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านพนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่เป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานดูแลเอาใจใส่ไม่ทั่วถึง และไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ เป็นอันดับแรก และประสบปัญหาในด้านพนักงานมีกิริยามารยาทที่ไม่สุภาพอ่อนน้อม เป็นอันดับรองลงมา

ตารางที่ 40 แสดงปัญหาที่พบหลังจากบริโภคร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม และปีจัดซื้อด้านส่วนประกอบอาหารที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก

ปัญหาที่พบหลังจากบริโภคร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด		อายุ	
ฟาสต์ฟู้ดจำหน่ายไปยังย่อย	13 – 15 ปี	16 – 18 ปี	19 – 21 ปี
ด้านส่วนประกอบผลสดบริการ	ประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกน้อย อีกทั้งอาหารฟาสต์ฟู้ดมีรสชาติไม่อร่อย ไม่คงที่	ประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกน้อย	ประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกน้อย
ด้านราคา (Price)	อาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพงเกินไป	อาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพงเกินไป	อาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพงเกินไป
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไม่สะดวก	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไม่สะดวก	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไม่สะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ไม่มีการแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	ไม่มีอาหารชุดราคาถูก	ไม่มีของที่ระลึกและของสะสมเป็นของแจกแถม
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	ไม่มีการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน	การคิดเงินค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดล่าช้าและผิดพลาดบ่อยครั้ง	ไม่มีมีการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน
ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)	ในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นั่งไม่เพียงพอ	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสถานที่ไม่สะอาด	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกใช้บริการไม่มากนัก
ด้านพนักงาน (People in Service)	พนักงานมีบริการยาทที่ไม่สุภาพอ่อนน้อม และพนักงานร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่งกายไม่เหมาะสม	พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่เป็นกันเองกับลูกค้า	พนักงานดูแลเอาใจใส่ไม่ทั่วถึงและไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ

ที่มา: จากการศึกษาวิจัย

5.1.4 สรุปผลการศึกษาค้นคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

จากผลการศึกษาค้นคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรเพิ่มรายการอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากขึ้น ควรเปลี่ยนแปลงรายการอาหารและเพิ่มประเภทอาหารใหม่ ๆ ควรปรับปรุงรสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ดให้คงที่และลดปริมาณน้ำมันที่ใช้ปรุงให้น้อยลง อีกทั้งควรเพิ่มสารอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการในอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากขึ้น

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรปรับลดราคาอาหารฟาสต์ฟู้ดให้เหมาะกับกำลังซื้อของกลุ่มวัยรุ่น และควรปรับราคาอาหารฟาสต์ฟู้ดให้ใกล้เคียงกับอาหารทั่วไป อาทิเช่น ไอศกรีม ไข่ทอด เป็นต้น

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรจัดเตรียมสถานที่จอดรถให้กว้างขวางเพียงพอ ควรปรับปรุงระบบสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดทางโทรศัพท์ให้รวดเร็วขึ้น และควรเพิ่มสาขาของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรแจ้งข่าวสารของทางร้านให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงรายการและราคาอาหารฟาสต์ฟู้ด ควรจัดรายการแจกของที่ระลึกและของสะสมอย่างต่อเนื่อง ควรปรับปรุงรายการอาหารและมีเมนูอาหารที่แปลกใหม่ และควรจัดทำรายการอาหารเป็นภาษาไทยเพื่อให้เด็ก ๆ เข้าใจได้ง่าย

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรจัดระบบให้ลูกค้าเข้าคิวอย่างเป็นระเบียบเพื่อสั่งอาหาร และควรมีการบริการอาหารใส่กล่องเพื่อนำกลับไปรับประทานที่บ้าน

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรปรับปรุงระบบระบายอากาศภายในร้าน เพื่อให้บรรยากาศสดชื่นปราศจากกลิ่นอับของอาหาร และควรเพิ่มจำนวน โต๊ะและเก้าอี้ให้เพียงพอกับจำนวนผู้มาใช้บริการ

ด้านพนักงาน (People in Service) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า พนักงานของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดควรยินดีและเต็มใจให้บริการ พนักงานควรแนะนำรายการอาหารโดยอธิบายซ้ำ ๆ เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย และควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดการประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (6Ws 1 H) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) ของกฤษณา รัตนพฤษ (2541) มาประยุกต์ปรับใช้ในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาที่เป็นพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นที่ใช้เป็นประชากรศึกษา ตามแนวคิดการประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ได้ดังนี้

วัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ด จากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ส่วนในด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดพบว่า วัยรุ่นที่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่มีอายุ 19 – 21 ปี นิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด พิซซ่า มันฝรั่งทอด ไอศกรีม และน้ำอัดลม โดยเลือกใช้บริการที่ร้านชเวนเซ่น และบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเดือนละ 1 – 2 ครั้ง ระหว่างเวลา 12.00 – 14.00 น. ในวันหยุดเสาร์/วันอาทิตย์ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ถือว่าไปรับประทานในโอกาสปกติ โดยไปกับผู้ปกครองและกลุ่มเพื่อนประมาณ 3 – 5 คน ซึ่งกลุ่มเพื่อนมักจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมากกว่าบุคคลอื่น ส่วนเหตุผลที่ไปใช้บริการ เพราะเห็นว่ามีความอร่อยให้เลือกรับประทานได้สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และรสชาติของอาหารอร่อย ทั้งนี้อธิบายได้ว่า เนื่องจากวัยรุ่นที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ทั้งหมดเป็นนักเรียน/นักศึกษา ดังนั้นจึงมักมีเวลาว่างในช่วงวันเสาร์/วันอาทิตย์ และกิจกรรมนอกเวลาเรียนที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมกระทำร่วมกันก็คือ การพบปะสังสรรค์เพื่อรับประทานอาหารร่วมกันในกลุ่มเพื่อนฝูง ด้วยเหตุนี้วัยรุ่นจึงมักนัดพบกันตามร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เนื่องจากเป็นร้านอาหารทันสมัยสไตล์ตะวันตก ที่มีความสะดวกสบาย บรรยากาศภายในร้านเย็นสบาย และมีการตกแต่งจัดสถานที่เพื่อเอาใจวัยรุ่น และส่วนใหญ่ได้จัดประเภทและปรุงแต่งรสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ดให้ถูกใจของวัยรุ่น ดังนั้นร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจึงเป็นกระแสนิยมในกลุ่มวัยรุ่นค่อนข้างมาก การศึกษาในส่วนนี้ตรงกับการศึกษาของ อัมพวัลย์ วิศวธีรานนท์ (2541) เบญญา รักพงษ์ (2542) และพันธะจิต ดังก้อง (2546) ที่ศึกษาพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารและการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของสังคมวัยรุ่นไทย คือ การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาทางโทรทัศน์นั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมรับประทานอาหารของวัยรุ่นมากที่สุด เนื่องจากสื่อความหมายได้เหมือนจริง เห็นทั้งภาพและเสียง สามารถเคลื่อนไหวได้ น่าสนใจ และมีความถี่ในการโฆษณามากครั้ง จึงเป็นสิ่งจูงใจให้เข้าไปใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าใกล้เคียงกับการศึกษาของ เพชรินทร์ จิระสันติการ และคณะ (2539) ที่ศึกษาพบว่าประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางนิยมรับประทานไก่ทอด KFC ส่วนกลุ่มนักเรียน/

นักศึกษานิยมรับประทานไอศกรีมชเวนเช่น เวลาที่ใช้บริการคือระหว่าง 12.00 – 14.00 น. โดยมีเหตุปัจจัยมาจากความสะดวกรวดเร็ว อีกทั้งต้องการเปลี่ยนรสชาติอาหารที่รับประทาน และพบว่าสอดคล้องกับการศึกษาของ สุณีมาศ โนรี (2540) ที่ศึกษาพบว่า นักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารจานด่วนแบบตะวันตกในมือกลางวันประเภทไก่ทอด มันฝรั่งทอด และนิยมไปร้านอาหารในวันหยุด เสาร์/อาทิตย์ ในช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. โดยไปรับประทานอาหารที่ร้านกับเพื่อน โดยมีเหตุผลว่าร้านอาหารมีอาหารให้เลือกหลายชนิด และตรงกับการศึกษาของจิราพร กันทะธง (2544) ที่ได้ศึกษาพบว่า นักเรียนวัยรุ่นหญิงในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารประเภทไก่ทอด KFC พิซซา แฮมเบอร์เกอร์ เฟรนช์ฟรายด์ เนื่องจากเป็นวัยที่มีค่านิยมทันสมัยจึงทำให้นิยมอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารดังกล่าว ได้แก่ สถานที่จำหน่าย จากการศึกษาทางโทรศัพท์สนั วิทยุ และการแนะนำของกลุ่มเพื่อน

เมื่อพิจารณาในด้านปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่วัยรุ่นพิจารณาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (อาหาร เครื่องดื่ม) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ทำเลที่ตั้ง) ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มวัยรุ่นมักต้องการรับประทานในสิ่งที่ตนเองชอบ ราคาอาหารเหมาะสม และร้านที่จะไปใช้บริการต้องอยู่ในทำเลที่มีการเดินทางไปมาสะดวก ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้ตรงกับการศึกษาของ นางเยาว์ แยมเวซ (2536) ที่ศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ที่มากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ

สำหรับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จะเห็นได้ว่าวัยรุ่นเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดโดยพิจารณาถึงองค์ประกอบหรือปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ พิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยคิดว่ามีอาหารฟาสต์ฟู้ดให้เลือกหลายประเภทหลายรายการ คิดว่ารสชาติของอาหารอร่อย และมีภาชนะสำหรับใส่หรือหุ้มห่ออาหารฟาสต์ฟู้ดที่สะอาดและสวยงาม พิจารณาจากปัจจัยด้านราคา โดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือกและคิดว่าราคาไม่แพงเกินไป พิจารณาจากปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยคิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก มีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ พิจารณาจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยคิดว่ามีการแจกใบปลิว หรือแผ่นพับ โฆษณา ซึ่งมีรูปภาพอาหารฟาสต์ฟู้ดที่น่ารับประทานที่แสดงให้ทราบถึงขนาดและราคาไว้ด้วย คิดว่ามีการจัดรายการลด แลก แจก แถมอย่างต่อเนื่องและมีการใช้คูปองเป็นส่วนลดค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด พิจารณาจากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยคิดว่ามีการทักทายต้อนรับเมื่อเข้าไปในร้าน มีการให้บริการและการคิดเงินค่าอาหารที่รวดเร็วและถูกต้อง พิจารณาจากปัจจัยด้านด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ โดยคิดว่าร้านมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมีสถานที่สะอาด คิดว่ามีภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด มีการตกแต่งภายใน

ร้านสวยงาม ภาพลักษณ์ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดดูดี มีที่นั่งเพียงพอ แสงสว่างภายในร้านอยู่ในระดับที่เหมาะสม รวมทั้งคิดว่ามีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกใช้บริการหลายประเภท และพิจารณาปัจจัยด้านพนักงาน โดยคิดว่าพนักงานมีกิริยามารยาทสุภาพอ่อนน้อม แต่งกายเหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า สามารถแนะนำรายการอาหารต่าง ๆ ได้ชัดเจนเข้าใจได้ง่าย ให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งคิดว่าพนักงานจะสามารถดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้นในการให้บริการในขณะที่ให้บริการ

จากผลการศึกษาข้างต้นอธิบายได้ว่า ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีหลายประเภท และมีการแข่งขันอย่างมากเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด ในขณะที่เดียวกันกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นผู้บริโภคนั้นก็มีความต้องการที่จะบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ดังนั้นในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด จึงมีองค์ประกอบหรือปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวแล้วข้างต้นเข้ามาเกี่ยวข้องประกอบการพิจารณาตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาครั้งนี้ วัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ได้ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านพนักงานเป็นอย่างมาก โดยสังเกตได้จากระดับคะแนนเฉลี่ยมีค่าอยู่ในระดับมากที่สุดของทุกกลุ่ม ทั้งนี้เนื่องมาจากธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเกี่ยวข้องกับการให้บริการ ดังนั้นพนักงานผู้ให้บริการจึงเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์อาหารเครื่องดื่ม และราคา

จากผลการศึกษาข้างต้นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ดังที่ได้อภิปรายแล้วข้างต้น พบว่า การศึกษาในส่วนนี้ใกล้เคียงกับการศึกษาของ ยุทธนา ธรรมเจริญ (2531) ที่ได้ศึกษาพบว่า มูลเหตุจูงใจที่สำคัญในการบริโภคไก่ทอด ของผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ รสชาติ การบริการ การตกแต่งร้าน และใกล้เคียงกับการศึกษาของ สุนิมาต โนรี (2540) ที่ศึกษาพบว่าสาเหตุที่ทำให้นักเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ไปรับประทานอาหารในร้านอาหารนั้น อันดับแรกเนื่องมาจากร้านอาหารมีอาหารให้เลือกหลายชนิด รองลงมาคือ อาหารต้องมีคุณค่าและราคาที่เหมาะสม อาหารมีรสชาติสีสรรของอาหารน่ารับประทาน สถานที่ตั้งร้านอาหาร ไปมาสะดวก มีบริการที่รวดเร็วทันใจ มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน เพื่อนฝูงชักชวนและแนะนำร้านอาหาร ทางร้านมีวัสดุอุปกรณ์และการตกแต่งร้านสวยงาม นอกจากนี้การศึกษาในส่วนนี้ใกล้เคียงกับการศึกษาของ ณีภูจิณี ทิพย์ธรรม (2545) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ด เนื่องจากสถานที่สะอาด รสชาติของอาหารแปลกใหม่ การโฆษณา และมีบริการส่งถึงบ้าน รวมทั้งมีของแถม จึงทำให้นักเรียนดังกล่าวสรุปว่าเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น รวมทั้งใกล้เคียงการศึกษาของ พันระจิต ดังก้อน (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ได้แก่ อาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกหลายชนิดหลายประเภท รวมทั้งง่ายและรวดเร็วในการรับประทาน นอกจากนี้แล้วร้านอาหารดังกล่าวยังเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อน บรรยากาศภายในร้านสะอาด รสชาติอาหารแปลกใหม่กว่าอาหารธรรมดาทั่วไป

ในด้านปัจจัยที่เป็นปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด พบว่า หลังจากกลุ่มวัยรุ่นได้ใช้บริการและบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดแล้วได้ประสบปัญหาหลายประการซึ่งไม่ตรงกับที่ได้คาดคิดเอาไว้ โดยกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ได้ประสบปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้าน ประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ด มีให้เลือกน้อย อีกทั้งมีราคาต่างจากอาหารทั่วไป ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมที่ไม่สะดวก ไม่มีการแจกใบปลิวและแผ่นพับ โฆษณาที่มีรูปภาพอาหารฟาสต์ฟู้ด ที่ดึงดูดความสนใจให้นำรับประทาน ไม่มีอาหารชุดราคาถูก ส่วนการคิดเงินค่าอาหารก็ล่าช้าและผิดพลาดบ่อยครั้ง ภาพลักษณ์ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไม่ดี ขณะเดียวกันพนักงานก็มีกิริยามารยาทที่ไม่สุภาพอ่อนน้อม ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้แตกต่างจากการศึกษาของ เพชรินทร์ จิระสันติการ และคณะ (2539) ที่ศึกษาพบว่า ประชาชนที่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีปัญหาในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านราคา อาหารแพง ผู้บริโภคมีรายได้น้อย สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และสถานที่ให้บริการคับแคบ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีไม่เพียงพอ

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้สรุปได้ว่า วัยรุ่นนิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเนื่องจากมีเหตุปัจจัยหลายประการ เป็นสิ่งจูงใจและเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารดังกล่าว โดยปัจจัยที่สำคัญคือ ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านพนักงาน ซึ่งทุกปัจจัยล้วนมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปางอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

5.3 ข้อค้นพบ

ผลจากการศึกษานี้มีข้อค้นพบ ดังนี้

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ร้านชเวนเช่นมากที่สุด และใช้บริการที่ร้านเคนตักกีฟาร์ย์ ชิกเก้น น้อยที่สุด อาหารหลักที่นิยมสั่งรับประทานมากที่สุด ได้แก่ ไก่ทอด และที่สั่งน้อยที่สุดคือ สปาเก็ตตี้ อาหารถึงชนนที่สั่งรับประทานมากที่สุด คือ ไอศกรีม ที่สั่งน้อยที่สุดคือ พาย ส่วนเครื่องดื่มที่สั่งมาดื่มมากที่สุด คือ น้ำอัดลม และที่สั่งน้อยที่สุดคือ ชา/กาแฟ วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการในช่วงเวลา 12.00 – 14.00 น. มากที่สุด และไปใช้บริการน้อยที่สุดในช่วงก่อน 12.00 น. และ ไปใช้บริการในวันเสาร์/อาทิตย์มากที่สุด และใช้บริการน้อยที่สุดในวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งโดยส่วนมากนิยมสั่งอาหารที่ร้านมากกว่าการโทรศัพท์สั่งอาหาร

จากการศึกษาวัยรุ่นได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์

(อาหาร เครื่องดื่ม) มากกว่าปัจจัยด้านอื่น และปัจจัยที่วัยรุ่นให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (การรับคำสั่งอาหาร การชำระเงิน)

นอกจากนี้ วัยรุ่นที่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านส่วนประสมตลาดบริการ ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกหลายประเภทหลายรายการ และให้ความสำคัญโดยคิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสีสันทะตงแต่งนารับประทาน เป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านราคาที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คิดว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดมีหลายราคาให้เลือก และให้ความสำคัญโดยคิดว่าสามารถชำระค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดด้วยบัตรเครดิต/สมาร์ตการ์ด เป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คิดว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก และให้ความสำคัญโดยคิดว่ามีการบริการสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดทางโทรศัพท์ เป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คิดว่ามีการใช้รูปโปงเป็นส่วนลดค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด และให้ความสำคัญโดยคิดว่ามีการแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ของทางร้าน เป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยกระบวนการให้บริการที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คิดว่ามีการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน และให้ความสำคัญโดยคิดว่าการคิดเงินค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความรวดเร็วและถูกต้อง เป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คิดว่าภาชนะอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้สะอาด และให้ความสำคัญโดยคิดว่าในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีมุมเครื่องเล่นเด็ก เป็นอันดับสุดท้าย ส่วนปัจจัยด้านพนักงานที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คิดว่าพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเองกับลูกค้า และให้ความสำคัญโดยคิดว่าพนักงานมีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี เป็นอันดับสุดท้าย

จากการศึกษาพบว่าปัญหาที่พบหลังจากกลุ่มวัยรุ่นบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด มีดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบเป็นอันดับแรก ได้แก่ ประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เลือกน้อย และประสบปัญหาไม่มีการแสดงให้เห็นถึงรูปร่างหน้าตาของอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นอันดับสุดท้าย ปัญหาด้านราคาที่พบเป็นอันดับแรก ได้แก่ อาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพงเกินไป และประสบปัญหาที่ไม่สามารถชำระค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดด้วยบัตรเครดิต/สมาร์ตการ์ด เป็นอันดับสุดท้าย ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่พบเป็นอันดับแรก ได้แก่ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมไม่สะดวก และประสบปัญหาไม่มีการบริการสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดทางโทรศัพท์ เป็นอันดับสุดท้าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่พบเป็นอันดับแรก ได้แก่ ไม่มีอาหารชูคราคาถูก และประสบปัญหาไม่มีการเสนอเมนูอาหารใหม่ ๆ เป็นอันดับสุดท้าย ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่พบเป็นอันดับแรก ได้แก่ ไม่มีมีการทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าไปในร้าน และการให้บริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความล่าช้าและผิดพลาดบ่อยครั้ง และประสบปัญหาไม่มีการบริการใส่กล่องเพื่อนำไปรับประทานที่บ้าน เป็นอันดับสุดท้าย ปัญหาด้าน

การสร้างและนำเสนอทางกายภาพที่พบเป็นอันดับแรก ได้แก่ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไม่มีที่นั่งสำหรับ รอคิวหรือรออาหารส่งกลับบ้าน และประสบปัญหาในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไม่มีมุมเครื่องเล่นเด็ก เป็นอันดับสุดท้าย ปัญหาด้านพนักงานที่พบเป็นอันดับแรก ได้แก่ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่เป็นกันเองกับลูกค้า และพนักงานดูแลเอาใจใส่ไม่ทั่วถึง ทั้งไม่กระตือรือร้นในการให้บริการ และประสบปัญหาพนักงานให้บริการผิดพลาดและล่าช้า เป็นอันดับสุดท้าย

5.4 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังนี้

ผู้ตอบจะให้ความสำคัญต่อบริการด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก และมีปัญหาหลังจากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในด้านปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ และแก้ปัญหาทุกด้าน โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มรายการอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากขึ้น ควรเปลี่ยนแปลงรายการอาหารและเพิ่มประเภทอาหารใหม่ ๆ ด้านราคา ควรปรับลดราคาอาหารฟาสต์ฟู้ดให้เหมาะกับกำลังซื้อของกลุ่มวัยรุ่น ด้านการจัดจำหน่าย ควรจัดเตรียมสถานที่จอดรถให้กว้างขวางเพียงพอ ควรปรับปรุงระบบสั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดทางโทรศัพท์ให้รวดเร็วขึ้น และควรเพิ่มสาขาของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากขึ้น ในด้านการส่งเสริมการตลาด ควรแจ้งข่าวสารของทางร้านให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรายการและราคาอาหารฟาสต์ฟู้ด ควรจัดรายการแจกของที่ระลึกและของสะสมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรปรับปรุง รายการอาหารและมีเมนูอาหารที่แปลกใหม่ รวมทั้งควรจัดทำรายการอาหารเป็นภาษาไทยเพื่อให้เด็ก ๆ เข้าใจได้ง่าย ในด้านกระบวนการให้บริการ ควรจัดระบบให้ลูกค้าเข้าคิวอย่างเป็นระเบียบเพื่อสั่งอาหาร และควรมีการบริการอาหารใส่กล่องเพื่อนำกลับบ้าน ไปรับประทานที่บ้าน ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ควรปรับปรุงระบบระบายอากาศภายในร้านเพื่อให้บรรยากาศสดชื่นปราศจากกลิ่นอับของอาหาร และควรเพิ่มจำนวนโต๊ะเก้าอี้ให้เพียงพอกับจำนวนผู้มาใช้บริการ ด้านบุคลากร พนักงานของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดควรยินดีและเต็มใจให้บริการ พนักงานควรแนะนำรายการอาหาร โดยอธิบายซ้ำ ๆ เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย และควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการ

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาผู้ศึกษาเห็นว่าควรปรับปรุงเพื่อแก้ไขปัญหาในการให้บริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มประเภทอาหารฟาสต์ฟู้ดให้หลากหลายมีให้เลือกมากขึ้น และปรับปรุงรสชาติของอาหารให้คงที่สม่ำเสมอ รักษาคุณภาพของอาหาร โดยเฉพาะภาชนะสำหรับใส่อาหารควรสวยงามและสะอาด ส่วนอาหารที่ปรุงควรใช้ส่วนผสมที่สดถูกหลักอนามัย ด้านราคา ควรพัฒนาปรับปรุงต้นทุนการผลิตอาหารฟาสต์ฟู้ดเพื่อให้ราคาอาหารใกล้เคียงหรือเท่าเทียมกับอาหารทั่วไป รวมทั้งป้ายแสดงราคาชัดเจน และควรมีราคาให้เลือกหลากหลายและตรวจสอบราคาให้เท่ากัน ด้านการจัดจำหน่าย

ทางร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดควรจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรเพื่อให้เกิดความคล่องตัว ลูกค้าไปมาได้สะดวก และเพิ่มสถานที่จอดรถที่เพียงพอ สะดวก ปลอดภัย และถ้าหากเพิ่มสาขาใหม่ ควรเลือกทำเลไปมาสะดวก ที่จอดรถเพียงพอ อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรแจกใบปลิวโฆษณาซึ่งมีรูปภาพอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ดูน่ารับประทาน โดยมีข้อมูลและรูปภาพที่แสดงถึงแสดงขนาด รวมทั้งราคาอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละประเภทให้ลูกค้าได้ทราบอย่างชัดเจน และควรมีบริการอาหารใส่กล่องเพื่อนำไปรับประทานที่บ้าน โดยเฉพาะการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดให้มีอาหารชุดในโอกาสต่าง ๆ และมีของขวัญระลึกของสะสมแจกในโอกาสต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ หรือการส่งเสริมการขายด้านอื่น ๆ ที่ลูกค้าสนใจ เช่น คุปองส่วนลด เป็นต้น ด้านกระบวนการให้บริการ ควรพัฒนาปรับปรุงในด้านการคิดเงิน/การทอนเงินค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มีความถูกต้องรวดเร็ว ควรมีบริการอาหารใส่กล่องเพื่อกลับบ้าน รวมทั้งมีบริการอาหารที่ถูกต้อง ได้มาตรฐาน ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ควรพัฒนาปรับปรุงให้มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม โดยให้มีความสะอาด สวยงาม บรรยากาศดี มีการจัดโต๊ะที่นั่งให้เพียงพอกับจำนวนจำนวนผู้ใช้บริการ และในด้านพนักงาน ควรฝึกอบรมให้ความรู้ทุก ๆ ด้านเกี่ยวกับการเป็นผู้ให้บริการแก่พนักงาน โดยเน้นการให้บริการ (Services) แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจ เพื่อให้มีศักยภาพในการบริการ และมีบุคลิกภาพที่ดีในทุก ๆ ด้านในสายตาของผู้ใช้บริการ มีพนักงานให้เพียงพอ ฝึกอบรมพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพอ่อนน้อม สามารถแนะนำบริการ การแต่งกายควรสะอาด เรียบร้อย สวยงาม