

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ท่ามกลางสภาพสังคมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ชีวิตคนเต็มไปด้วยความรีบเร่ง เป็นผลให้วิถีชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากความเร่งรีบของเวลา ทำให้คนส่วนใหญ่มีความต้องการด้านความสะดวกสบาย รวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดเตรียมอาหาร

ฟาสต์ฟู้ด (Fastfood) หรือที่คนไทยมักจะเรียกกันว่า “อาหารจานด่วน” เป็นคำที่ชาวอเมริกันคิดกันขึ้นมาไว้สำหรับเรียกอาหารหรือขนมทั้งประเภทกินอิ่มหรือกินเล่นเป็นอาหารว่าง โดยมีการเตรียมและปรุงไว้จนสำเร็จรูปหรือเกือบสำเร็จรูป แล้วสามารถรับประทานได้เลยทันที หรือใช้เวลาสำหรับกรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนรับประทานอาหารเพียงแค่มิถุนาที ผู้บริโภคสามารถที่จะนั่งรับประทานในร้านหรือนำออกไปกินนอกร้านก็ได้ ดังนั้น ฟาสต์ฟู้ดก็คือ อาหารหรือขนมของชาวอเมริกันที่สั่งเร็ว ได้เร็ว กินเร็ว สะอาด และราคาไม่แพงจนเกินไป ซึ่งฟาสต์ฟู้ด มี 2 ประเภทคือ

1. อาหารมื้อหลัก (Full Meal Fastfood) ซึ่งจะประกอบไปด้วยอาหารประเภทแป้ง เนื้อสัตว์และผัก
2. อาหารว่าง (Snack Fastfood) เช่น ไอศกรีม ขนมเค้ก โดนัท เป็นต้น (โรงพยาบาลสระบุรี, 2548: ระบบออนไลน์)

ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ขายอาหารมื้อหลัก (Full Meal Fastfood) ซึ่งมีลักษณะเป็นร้านอาหารที่ให้บริการแบบรวดเร็ว (Quick Service Restaurant) จะมีการบริการที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว คุณภาพของสินค้า ความสะอาด และพัฒนารสชาติให้ถูกปากคนไทย จึงทำให้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปสู่เด็กและผู้ใหญ่มากขึ้น นอกเหนือไปจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีความรีบร้อนต้องทำงานแข่งกับเวลา หรือกลุ่มวัยรุ่นซึ่งมักจะนิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเพื่อความทันสมัย ทำให้ผู้ประกอบการสนใจที่จะทำธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารประเภทนี้มากมาย ส่งผลให้ธุรกิจนี้มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นประมาณร้อยละ 30-40 ต่อปี จากมูลค่าตลาดรวมมากกว่า 11,000 ล้านบาท (“ย่านแคนซ์” เมฆุกระชากรใจวัยรุ่น ของเค เอฟ ซี, 2546: 54)

วัยรุ่น (Teenage) ประกอบด้วยบุคคลในช่วงอายุตั้งแต่ 10-19 ปี ทั้งนี้ในจังหวัดเพชรบุรี มีวัยรุ่นรวม ชาย หญิงทั้งหมดจำนวน 66,145 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดเพชรบุรี, 2548: 5) วัยรุ่น (Teenage) เป็นวัยที่ติดเพื่อนมาก ไม่ค่อยไปไหนมาไหนกับพ่อแม่ อำนาจซื้อที่แท้จริงไม่มี แต่เป็น

กลุ่มที่ถูกขัดเคียดให้ซื้อ ซึ่งวัยนี้เป็นวัยที่ได้รับความกดดันจากเพื่อน (Peer Group Pressure) มักทำอะไรตามเพื่อน เป็นพวกคลั่งไคล้แฟชั่น ความนิยมในสินค้ามีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรวดเร็ว สินค้าที่ขายให้กับกลุ่มวัยรุ่นต้องเป็นสินค้าที่มีวงจรชีวิตสั้น เน้นความเป็นแฟชั่นสร้างสินค้าให้เป็นของยอดนิยม เพราะชอบเลียนแบบบุคคลที่ตนยกย่องบูชา (Idol) (ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548: ออนไลน์) ผ่องทิพย์ เกษะสุด ผจก.อาวุโสฝ่ายการตลาดแห่ง ดังกิ้น โดนต์ (ประเทศไทย) กล่าวว่า “พาสต์ฟู้ดจะเป็นกึ่งแฟชั่น ใครที่เดินเข้าร้านจะดูทันสมัย” นอกจากนี้จะได้รับการยอมรับว่าเป็นอาหารยอดนิยมแล้ว ร้านอาหารพาสต์ฟู้ดยังเป็นที่นัดพบที่สำคัญของกลุ่มวัยรุ่นอีกด้วย ร้านอาหารพาสต์ฟู้ดต่างๆในจังหวัดเพชรบุรีได้รับการตอบสนองจากวัยรุ่นเป็นอย่างดี สืบเนื่องมาจากความต้องการความสะดวกรวดเร็ว รสชาติถูกปาก รู้สึกทันสมัย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นในจังหวัดเพชรบุรีเกิดความสนใจต้องการเข้าไปใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดเพชรบุรี ถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสถานท่องเที่ยวพักผ่อนที่สำคัญอีกทั้งมีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก ถือเป็นประตูสู่ภาคใต้ มีประชากรและนักท่องเที่ยวเดินทางผ่านไปมาอย่างสม่ำเสมอ มีดีพาร์ตเมนต์สตรี และเริ่มมีร้านอาหารพาสต์ฟู้ดขยายเข้ามาสู่จังหวัดเพชรบุรีเพื่อเปิดให้บริการ แต่ส่วนใหญ่ก็ตั้งอยู่ในชุมชน จนกระทั่งมี Big C ซึ่งเป็นไฮเปอร์มาร์เก็ต เปิดให้บริการ มีการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย และมีร้านอาหารพาสต์ฟู้ดที่เข้ามาเปิดตลาดในจังหวัดเพชรบุรีเพิ่มขึ้นในไฮเปอร์มาร์เก็ต ประกอบด้วยร้านเคเอฟซี ดังกิ้น โดนต์ เดอะพิกซาคอมปะนี สเวนเช่น อานตี้แอนท์ และเซสเตอร์กริลล์ แสดงให้เห็นถึงความนิยมของผู้บริโภคสนใจเข้าไปใช้บริการร้านอาหารพาสต์ฟู้ดในจังหวัดเพชรบุรีเป็นจำนวนมาก จากการสังเกตโดยผู้ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคร้านอาหารพาสต์ฟู้ดในจังหวัดเพชรบุรีจำนวนมากเป็นนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มวัยรุ่น แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายการตลาดของร้านอาหารพาสต์ฟู้ดที่มุ่งเน้นให้บริการกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น นอกจากนี้แล้วยังมีกลุ่มคนทำงานมาใช้บริการด้วยเช่นกัน

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคอาหารพาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นโดยศึกษาเฉพาะในเขตจังหวัดเพชรบุรีเนื่องจากกลุ่มธุรกิจอาหารพาสต์ฟู้ดกำลังเข้ามามีบทบาทต่อการเลือกบริโภคของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี ผู้บริโภคดังกล่าวเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ของธุรกิจอาหารพาสต์ฟู้ด โดยมีกลุ่มวัยรุ่นเป็นผู้ตอบรับกระแสการบริโภคอาหารพาสต์ฟู้ดที่รวดเร็วอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากเป็นวัยที่มีการตอบสนองต่อสิ่งใหม่ๆอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในจังหวัดเพชรบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในจังหวัดเพชรบุรี
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอาหารฟาสต์ฟู้ดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง ลักษณะการบริโภคของผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดโดยศึกษาจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในจังหวัดเพชรบุรีเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการบริโภคโดยคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ 6W's1H ซึ่งประกอบด้วย ใคร ทำอะไร ทำไม ที่ไหน เมื่อไหร่ และทำอย่างไร

อาหารฟาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารหรือขนมทั้งประเภทอาหารมือหลักหรือรับประทานเล่นเป็นของว่าง โดยมีการเตรียมและปรุงไว้จนสำเร็จรูปหรือเกือบสำเร็จรูปแล้วสามารถรับประทานได้ทันที หรือใช้เวลาสำหรับกรรมวิธีขั้นสุดท้ายก่อนรับประทานเพียงแค่มิฉะนั้นที่ผู้บริโภคสามารถที่จะนั่งรับประทานในร้านหรือนำออกไปรับประทานนอกร้านก็ได้ (สถาบันวิจัยโภชนาการ, 2548)

วัยรุ่น หมายถึง ประชากรชาย หญิง ที่มีอายุระหว่าง 10-19 ปี ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี และมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด