

บทที่ 5

บทสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย

ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

บทสรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครอบคลุมสารดังต่อไปนี้ วัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา
3. ศึกษาปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ของนักศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยพายัพ เป็นนักศึกษาชายและหญิง ในสัดส่วนที่เท่ากัน รวมจำนวนทั้งสิ้น 200 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ โดยการสร้างแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ประเภทฟาส์ทฟู้ด ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ส่วนที่ 4 ปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด และออกภาคสนามสัมภาษณ์นักศึกษาทั้งสองสถาบัน แล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ และทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ใช้สถิติ ความถี่ และอัตราร้อยละ

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา แตกต่างกัน

ใช้สถิติอัตราร้อยละ และไคสแควร์

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา

ใช้สถิติอัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทาง

การตลาด มากกว่า ปัจจัยภายในของนักศึกษา

ส่วนที่ 4 : ปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา

ใช้สถิติ แมน-วิทนี่

H_1 : ปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษาแตกต่างกัน

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยพายัพ มีอายุระหว่าง

19-20 ปี รายได้ต่อเดือน ระหว่าง 2,000 - 3,000 บาท และ อาศัยอยู่ในหอพัก

การทดสอบข้อสมมุติฐาน

ส่วนที่ 2 : ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดของนักศึกษา

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดของนักศึกษา แตกต่างกัน
ในด้านดังต่อไปนี้

1. การเลือกผลิตภัณฑ์
2. การเลือกตราสินค้า
3. การเลือกผู้ชาย
4. การเลือกเวลาในการบริโภค
5. การเลือกปริมาณการซื้อ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ปรากฏว่า มีทั้งที่ยอมรับข้อสมมุติฐาน และปฏิเสธข้อสมมุติฐาน :

พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดของนักศึกษา แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
0.05 ในด้านต่อไปนี้

1. ด้านการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด โดยกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เลือกใช้บริการเฉพาะร้านแคนดิกกี้ฟรายชิคเก้น แต่กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ใช้บริการทั้ง ร้านแคนดิกกี้ฟรายชิคเก้นและร้านมิสเตอร์โดนัท

2. ด้านการเลือกศูนย์การค้าที่เข้าไปใช้บริการ กลุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เลือกไปใช้บริการที่ ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว แอร์พอร์ตพลาซ่า ส่วนกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพเลือกไปใช้บริการ ที่ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว แอร์พอร์ตพลาซ่า และ เชียงอินทร์พลาซ่า

พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในด้านต่อไปนี้

1. ด้านการเลือกประเภทอาหาร กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบันเลือกรับประทานอาหารฟาส์ทฟู๊ดประเภท โดนัท ไก่ทอด และ ไอศกรีม *Now more*
2. ด้านการเลือกประเภทเครื่องดื่ม กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบัน เลือกดื่มเครื่องดื่มประเภท น้ำอัดลม น้ำผลไม้ และ ชา/กาแฟ ✓
3. *6 ปี / 10 ปี*
ด้านสถานที่ซึ่งใช้เป็นที่รับประทานอาหารหลังจากการซื้ออาหารที่ร้านฟาส์ทฟู๊ด กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบัน ส่วนมากชอบนั่งรับประทานอาหารที่ร้านฟาส์ทฟู๊ด และซื้อไปรับประทานที่บ้าน ✓
4. ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบัน มักเลือกไปใช้บริการระหว่าง 18.00-21.00 น. *กินเยอะ อดหลับอดนอน*
5. ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการรับประทานอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบัน ใช้เวลาในการรับประทานต่อครั้ง ระหว่าง 16-30 นาที *16-30 นาที*
6. ด้านจำนวนครั้งต่อเดือน ในการเข้าไปใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบัน ไปใช้บริการร้านฟาส์ทฟู๊ดโดยเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อเดือน
7. ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ในการรับประทานอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบัน จ่ายค่าอาหารต่อครั้ง ระหว่าง 51-100 บาท

ส่วนที่ 3 : ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา

H₁ : พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด มากกว่า ปัจจัยภายในของนักศึกษา

ผลการทดสอบสมมติฐาน

พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด มากกว่า ปัจจัยภายในของนักศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ของนักศึกษาขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7525 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.132 มากกว่า ปัจจัยภายใน ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม ส่วนบุคคล และจิตวิทยา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.2075 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.259

สำหรับ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่นักศึกษาทั้งสองสถาบันให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชื่อเสียงของตรายี่ห้อฟาส์ทฟู้ด ความง่าย และความรวดเร็วในการรับประทาน ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และการที่ฟาส์ทฟู้ดมีประเภทอาหารให้เลือกหลายชนิดและหลายขนาด

ด้านราคา ได้แก่ การที่ฟาส์ทฟู้ดมีหลายราคาให้เลือก และมีป้ายแสดงราคาอาหารที่ชัดเจน

ด้านสถานที่ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งของร้านฟาส์ทฟู้ด และการมีหลายสาขาให้เลือกไปใช้บริการ ตลอดจนบรรยากาศภายในร้านฟาส์ทฟู้ด

ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ได้แก่ การลดราคา การมีบริการส่งถึงบ้าน ที่ทำงาน การต้อนรับและการบริการของพนักงาน การโฆษณาของฟาส์ทฟู้ด และการมีของแถม

ส่วน ปัจจัยภายในของนักศึกษา ที่ทั้งสองสถาบันให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ ดังนี้
 ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ อาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่น และเป็นการเลียนแบบ
 วัฒนธรรมตะวันตก

ด้านสังคม ได้แก่ การใช้ดาราราย เป็นผู้นำเสนอข้อมูลในการโฆษณา

ส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ และการใช้ร้านฟาสต์ฟู้ดเป็นที่นัดหมาย

ด้านจิตวิทยา ได้แก่ การไปรับประทานฟาสต์ฟู้ด เพราะอยากทดลองชิมและต้องการ
 เปลี่ยนรสชาติอาหารนอกจากนี้การโฆษณาฟาสต์ฟู้ดทางโทรทัศน์ ยิ่งจูงใจให้อาสา
 รับประทานฟาสต์ฟู้ด

ส่วนที่ 4 : ศึกษาปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษา

ห.1 : ปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาแตกต่างกัน
 ด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

1. คุณค่าทางอาหารต่ำ
2. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขาดคุณภาพ
3. ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย
4. ภาชนะบรรจุก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม
5. การบริการล่าช้า
6. ปริมาณอาหารไม่เหมาะสมกับการบริโภคต่อมื้อ
7. อาหารในร้านฟาสต์ฟู้ดมีราคาแพง
8. สถานที่คับแคบ
9. ไม่มีห้องสุขาไว้บริการลูกค้า
10. พนักงานขายไม่สุภาพ
11. การแจ้งข่าวในช่วงที่จัดรายการพิเศษไม่ทั่วถึง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่า ปฏิเสธข้อสมมติฐาน :

ปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับ ปัญหาในการการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด เรื่อง อาหารในร้านฟาส์ทฟู๊ดมีราคาแพง ในระดับมากที่สุด ปัญหารองลงมา คือ ค่าผ่านทางอาหารต่ำ ในระดับมาก ปัญหาปริมาณอาหารไม่เหมาะสมกับการบริโภคต่อมื้อ ในระดับปานกลาง ภาวะบรจุก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ในระดับน้อย และ ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ ให้ความสำคัญกับ ปัญหาในการการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด เรื่อง อาหารในร้านฟาส์ทฟู๊ดมีราคาแพง ในระดับมากที่สุด ปัญหารองลงมา คือ ค่าผ่านทางอาหารต่ำ ในระดับมาก ภาวะบรจุก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ในระดับปานกลาง ปริมาณอาหารไม่เหมาะสมกับการบริโภคต่อมื้อ ในระดับน้อย และ ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย ในระดับน้อยที่สุด

พิจารณาโดยรวม ปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด ของนักศึกษาทั้งสองสถาบัน ที่มีความสำคัญ คือ อาหารในร้านฟาส์ทฟู๊ดมีราคาแพง รองลงมาคือ ค่าผ่านทางอาหารต่ำ ปริมาณอาหารไม่เหมาะสมกับการบริโภคต่อมื้อ และ ภาวะบรจุก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม และชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา และทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภท ฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้แยกอภิปรายผลตามข้อ สัมมุติฐาน ทฤษฎี และตามที่ได้บททวนวรรณกรรมไว้ ดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา มีทั้งที่แตกต่างกันและ ไม่แตกต่างกัน จากการศึกษาโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า S-R Theory ของ Philip Kotler มาประยุกต์ใช้ในการศึกษา ถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ซึ่งมีเหตุจูงใจมาจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้นักศึกษาเกิดความต้องการ อยากจะบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด เมื่อสิ่งกระตุ้นผ่าน เข้ามาในความรู้สึกนึกคิด (Buying's Black Box) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในของ นักศึกษา แล้วเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจ และตอบสนองในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การเลือก ประเภทผลิตภัณฑ์ฟาส์ทฟู้ด ราคาสินค้า ผู้ขาย เวลาในการซื้อ และปริมาณการซื้อแต่ละครั้ง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

มี พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา ทั้งสองสถาบันแตกต่างกัน โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ไปใช้บริการ ร้านแคนดิกกี้ ฟูราส ชิคเก้น ส่วนนักศึกษา มหาวิทยาลัยพายัพ ไปใช้บริการร้านมิสเตอร์โดนัท และร้านแคนดิกกี้ ฟูราส ชิคเก้น ซึ่งจะเห็น ได้ว่า ร้านที่นักศึกษาเลือกไปใช้บริการ มีการขยายสาขาออกไปในศูนย์การค้าทุก ๆ แห่ง ใน จังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งราคาสินค้าของฟาส์ทฟู้ดทั้ง 2 ร้าน ต่างเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในกลุ่ม วัยรุ่น

ในด้านการเลือกสถานที่นักศึกษาส่วนมากเลือกไปใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ที่ศูนย์การค้าลาดสวนแก้ว เพราะ เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ใจกลางเมือง และมีการให้บริการในหลาย ๆ ด้าน โดยภายในประกอบด้วย ห้างเซ็นทรัล คีพาร์ทเมนต์ไฮเปอร์ โรงแรมปางสวนแก้ว โรงภาพยนตร์ จำนวน 4 โรง ห้องจัดแสดงนิทรรศการ ร้านค้า และศูนย์อาหาร ซึ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งจูงใจให้นักศึกษาเข้ามาใช้บริการ ศูนย์การค้า ลาดสวนแก้ว จำนวนมาก และถือโอกาสใช้บริการร้านฟาส์ทฟู้ด ซึ่งตั้งอยู่ภายในศูนย์การค้าด้วย

ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดของนักศึกษา ในด้านการเลือกประเภทผลิตภัณฑ์ การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณในการซื้อ พบว่าไม่แตกต่างกัน

โดยนักศึกษาทั้งสองสถาบันเลือกบริโภค อาหารประเภทโดนัท และ ไข่ทอด เนื่องจากโดนัทมีราคาต่อหน่วยต่ำ มีลักษณะเป็นอาหารกึ่งขนม มีหลายรสชาติและหลายขนาดให้เลือก สามารถที่จะรับประทานได้ง่ายและบ่อยครั้ง ส่วนไข่ทอดเป็นอาหารที่มีส่วนผสมของเครื่องเทศ ทำให้มีรสชาติถูกปากคนไทย อีกทั้งยังเป็นอาหารที่รับประทานแล้วอิ่ม สามารถรับประทานเป็นอาหารมื้อหลักได้ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับโดนัทแล้ว ราคาจะแพงกว่า

สำหรับการเลือกเครื่องดื่ม นักศึกษาทั้งสองสถาบันส่วนมากเมื่อไปรับประทานอาหารฟาส์ทฟู๊ดแล้ว มักจะเลือกดื่ม เครื่องดื่มประเภท น้ำอัดลม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ประเทศไทยเป็นเมืองร้อน เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมมีส่วนผสมของน้ำตาล เมื่อดื่มแล้วทำให้รู้สึกสดชื่น และเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่ง คือบริษัทผู้ผลิตน้ำอัดลมมีการแข่งขันกันในการโฆษณาสินค้าของตนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังมีการจัดรายการพิเศษร่วมกับร้านฟาส์ทฟู๊ด โดยการจำหน่ายอาหารฟาส์ทฟู๊ดเป็นชุด พร้อมเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมในราคาพิเศษ

ส่วนการเลือกสถานที่ซึ่งใช้เป็นที่พักผ่อน หลังจากการซื้ออาหารที่ร้านฟาส์ทฟู๊ด นักศึกษาทั้งสองสถาบันส่วนมากเมื่อซื้ออาหารฟาส์ทฟู๊ดแล้วมักจะรับประทานที่ร้านฟาส์ทฟู๊ด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษาส่วนมากพักอาศัยอยู่ในหอพัก และอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดบางชนิดต้องรับประทานขณะที่ยังร้อนจึงจะอร่อย หรือไอศกรีมถ้าซื้อแล้วนำไปรับประทานที่บ้าน ระหว่างเดินทาง อาจจะละลายได้ นอกจากนั้นการตกแต่งสถานที่ และบรรยากาศภายในร้านฟาส์ทฟู๊ดยังมีส่วนในการจูงใจให้ไปใช้บริการที่ร้านฟาส์ทฟู๊ด

ส่วนช่วงเวลาที่นักศึกษาไปใช้บริการร้านฟาส์ทฟู๊ด อยู่ระหว่างเวลา 15.00 - 21.00 น. ทั้งนี้อาจเพราะเป็นช่วงเวลาที่เลิกจากการเรียนแล้ว และเป็นเวลาพักผ่อนในการรับประทานอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดแต่ละครั้ง ใช้เวลาในการรับประทาน ระหว่าง 16-30 นาที แสดงให้เห็นว่า อาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดสามารถบริโภคได้ง่าย และใช้เวลาในการบริโภคไม่มากนัก ส่วนความถี่ที่นักศึกษาไปใช้บริการ ในร้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดนั้น ระหว่าง 4-6 ครั้งต่อเดือน หรือโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง

สำหรับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด ของนักศึกษาทั้งสองสถาบัน ส่วนมากจ่ายค่าอาหารต่อครั้ง ระหว่าง 51-100 บาท ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ

นักศึกษาที่มีรายได้น้อย และอาหารฟาส์ทฟู้ดส่วนมากมีราคาแพง ดังนั้นการรับประทานอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา จึงอาจถือเป็นการรับประทานในโอกาสพิเศษมากกว่าที่จะเป็นการรับประทานประจำ

2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด มากกว่า ปัจจัยภายในของนักศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Levin ซึ่งได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่แต่ละบุคคลรับรู้ และปัจจัยภายในตัวบุคคลซึ่งมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป ผลจากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ขึ้นอยู่กับ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการจำหน่าย มากกว่า ปัจจัยภายในของนักศึกษา ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม ส่วนบุคคล และจิตวิทยา เท่ากับ 3.75 (ดังแสดงในตาราง 34)

โดยกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบัน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ในระดับเห็นด้วยมาก และ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในของนักศึกษา ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ในระดับเห็นด้วย (ดังแสดงในตาราง 33) ซึ่งสอดคล้องกับ วิทยานิพนธ์ของ รัชนี้ ยนต์นิม : (2529) ซึ่งศึกษาถึงทัศนคติของนักศึกษา ที่มีต่อกิจการร้านฟาส์ทฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยรสชาติอาหาร ท่าเลที่ตั้ง และมารยาทของพนักงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจังหวัดเชียงใหม่มีปัจจัยด้านต่าง ๆ ใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีความเจริญ และใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพฯ ทำให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษาในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

ในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด พบว่า นักศึกษาทั้งสองสถาบันให้ความสำคัญกับ ชื่อเสียงของฟาส์ทฟู้ดซึ่งเป็นที่นิยมในต่างประเทศ การมีประเภทอาหารให้เลือกหลายชนิดและหลายขนาด ทั้งนี้เพราะจุดมุ่งหมายในการรับประทานฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษาแต่ละคน และในแต่ละช่วงเวลาอาจแตกต่างกัน เช่น นักศึกษาบางคนอาจรับประทานฟาส์ทฟู้ดเพื่อเป็นอาหารมื้อหลัก หรือบางคนอาจใช้ร้านฟาส์ทฟู้ดเป็นที่พักผ่อน ขณะ

เดินเล่นในศูนย์การค้า หรืออาจใช้เป็นสถานที่นัดหมายกับเพื่อน ๆ นอกจากนั้นสิ่งที่นักศึกษา
ต้องการจากการบริโภคฟาส์ทฟู้ด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน การต้อนรับ
ของพนักงาน การมีป้ายแสดงราคาอาหารที่ชัดเจน เพื่อสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายในการ
รับประทานอาหารฟาส์ทฟู้ดต่อมือได้ นอกจากนั้นการตกแต่งร้านฟาส์ทฟู้ดให้สะอาด มีบรรยากาศ
ที่น่าเข้าไปนั่งรับประทานอาหาร มีเครื่องปรับอากาศภายในร้าน เป็นห้องกระจกสามารถมองดู
ผู้คนที่เดินผ่านไปมาได้ ตลอดจนการที่ร้านฟาส์ทฟู้ดมีหลายสาขาเพื่อความสะดวกในการเดินทาง
ไปรับประทานอาหาร ก็เป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด

สำหรับกลยุทธ์การส่งเสริมการขายฟาส์ทฟู้ด ที่ได้ผลสำหรับนักศึกษา ได้แก่ การ
ลดราคา การให้บริการของพนักงานที่สุภาพและมีมารยาท และการมีบริการส่งอาหารฟาส์ทฟู้ด
ทางโทรศัพท์และให้บริการส่งถึงบ้าน (จากตาราง 19, 20)

ในด้านปัจจัยภายในของนักศึกษา ที่มีผลต่อการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด ได้แก่
รายได้ ความต้องการอยากทดลองชิม อยากเปลี่ยนรสชาติอาหาร การชักชวนจากเพื่อน การ
ใช้ร้านฟาส์ทฟู้ดเป็นที่นัดหมาย และการจูงใจโดยใช้ดารากีวีชรุ่นขึ้นชอบ เป็นผู้นำเสนอข้อมูล
ข่าวสารในการทำสื่อโฆษณาอาหารฟาส์ทฟู้ด นอกจากนั้น ฟาส์ทฟู้ดยังเป็นอาหารที่นิยมในกลุ่ม
วัยรุ่น เนื่องจากการได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก (จากตาราง 21, 22)

๔. ปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา ไม่แตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทั้งสองสถาบันมีความเห็นว่า ปัญหาสำคัญที่สุดในการบริโภค
อาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด คืออาหารในร้านฟาส์ทฟู้ดมีราคาแพง รองลงมาคือคุณค่าทางอาหารต่ำ
ปริมาณอาหารไม่เหมาะสมกับการบริโภคต่อมือ และภาชนะบรรจุก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม

การที่อาหารในร้านฟาส์ทฟู้ดมีราคาแพง เนื่องมาจากลักษณะการประกอบธุรกิจของ
ร้านฟาส์ทฟู้ดส่วนมาก ซื้อแฟรนไชส์จากต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจฟาส์ทฟู้ดมีต้นทุนสูง ขณะ

เดียวกันเจ้าของแฟรนไชส์ ยังเข้ามาควบคุมในด้าน คุณภาพ วัตถุดิบ กระบวนการผลิต รวมไปถึง
ถึงการตกแต่งสถานที่ อีกทั้งร้านฟาส์ทฟู้ดมักตั้งอยู่ในทำเลที่มีประชาชนหนาแน่น เช่น ในส่วน

ธุรกิจที่สำคัญ ๆ หรือในศูนย์การค้า ซึ่งสถานที่เหล่านี้มีต้นทุนในด้านค่าเช่าสถานที่ค่อนข้างสูง
นอกจากนั้นธุรกิจฟาส์ทฟู้ดยังมีการแข่งขันกันมาก ทำให้มีต้นทุนในการโฆษณา การประชาสัมพันธ์

และการส่งเสริมการขาย สูง (จิรวัดน์ นกุลธรรม 2533 : 62)

ส่วนปัญหาในด้านคุณค่าทางอาหารต่ำ ซึ่งมีนักโภชนาการหลาย ๆ คน ได้กล่าวถึง
อาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ดว่าเป็นอาหารขยะ (Junk Food) เพราะให้แต่ความรู้สึกอิ่ม แต่ไม่มี
คุณค่าทางอาหารที่ครบถ้วน โดยส่วนใหญ่จะมีแต่คาร์โบไฮเดรตและไขมัน ซึ่งเมื่อรับประทาน
มาก ๆ กลับจะเป็นโทษต่อร่างกาย โดยเฉพาะกับเด็กและผู้สูงอายุ (ทวิ ศรีรัมย์ครั้น
 2530 : 87)

สำหรับปัญหาด้านภาวะเนบรจุอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด ซึ่งนิยมใช้กล่องโฟม เพราะ
 สะดวก น้ำหนักเบา กันน้ำได้ แต่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากโฟมย่อยสลาย
 ยาก และถ้าทำลายด้วยการเผา ก็จะไปทำลายชั้นบรรยากาศนั้น ปัจจุบันได้มีร้านฟาส์ทฟู๊ดหลาย ๆ
 ร้าน เปลี่ยนมาใช้กล่องกระดาษแทนเพื่อตอบสนองต่อกรรมรงค์เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม
 (วันทนี พันธุ์ประสิทธิ์ 2534 : 47)

ข้อค้นพบ

1. นักศึกษาทั้งสองสถาบันเลือกรับประทานอาหารฟาส์ทฟู๊ด ประเภท โดนัท ที่ มีสเตอร์โดนัท
 ใกล้เคียง ที่ แคนดิกกี ฟราย ชิคเก้น และ ไอศกรีม ที่ สเวนเซ่น
2. อาหารฟาส์ทฟู๊ดที่นักศึกษานักเลือกรับประทานน้อยที่สุด ได้แก่ แฮมเบอร์เกอร์
3. ปัจจัยภายในด้านจิตวิทยา ที่นักศึกษานักให้ความสำคัญ คือ การไปรับประทานอาหารประเภท
 ฟาส์ทฟู๊ด เพราะต้องการทดลองชิม และอยากเปลี่ยนรสชาติอาหาร แต่ภายหลังจากที่ได้
 รับประทานแล้ว นักศึกษาชอบอาหารประเภทฟาส์ทฟู๊ด ในระดับปานกลาง
4. ศูนย์การค้าที่นักศึกษานักทั้งสองสถาบัน เลือกไปใช้บริการน้อยที่สุด ได้แก่ เชียงอินทร์พลาซ่า
5. ช่วงเวลาที่นักศึกษานักทั้งสองสถาบันไปใช้บริการร้านฟาส์ทฟู๊ดน้อยที่สุด ได้แก่ ช่วงเวลา
 ระหว่าง 10.00 - 11.00 น.

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอแยกตาม ส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ร้านฟาสต์ฟู้ดควรเพิ่มชนิดอาหารในเมนูให้มีความหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกมากขึ้น
2. ผู้ประกอบการธุรกิจฟาสต์ฟู้ดควรเน้น การรักษาคุณภาพและมาตรฐาน ทั้งในด้านวัตถุดิบ รสชาติอาหารของร้าน ชื่อเสียง รวมถึงการให้บริการของพนักงาน
3. ควรมีตู้บริการแบบ Automatic Vending Machine เพื่อบริการเครื่องดื่มแก่ลูกค้า
4. การบรรจุภัณฑ์ควรหลีกเลี่ยงการใช้กล่องโฟม ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ควรใช้วัสดุที่
 - 4.1 สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Recycling)
 - 4.2 มีสีสันทันที่สะอาด
 - 4.3 ออกแบบรูปร่างบรรจุภัณฑ์ ให้มีความสะดวกต่อการใช้ และสามารถป้องกันอาหารที่บรรจุภายใน ได้เป็นอย่างดี
5. การให้บริการแก่ลูกค้า ควรเน้นที่ความรวดเร็วและสุภาพ
6. การจัดชุดอาหาร ควรให้มีหลายขนาดให้เลือก
7. ดัดแปลงรสชาติหรือสูตรอาหารให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละท้องถิ่น เพื่อสร้างความแปลกใหม่
8. เพิ่มบริการรับส่งอาหารฟาสต์ฟู้ดทางโทรศัพท์ และส่งถึงบ้าน เพื่อดึงดูดลูกค้า

ด้านราคา

1. ควรจัดให้มีบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

ด้านสถานที่

1. ควรมีการขยายสาขาเพื่อเป็นการขยายตลาดให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้น และเพื่อความสะดวกในการไปใช้บริการของลูกค้า โดย
 - 1.1 ขยายไปตามห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้า
 - 1.2 ขยายในรูปแบบของจุดขายย่อย ตามร้านค้าปลีก ปั้มน้ำมัน
 - 1.3 ขยายสาขาออกสู่พื้นที่ขายแบบอิสระ
 - 1.4 ขยายสาขาไปตามอาคารสำนักงาน หรือย่านชุมชนที่มีผู้คนหนาแน่น
2. สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่าย โดยนาระบบ Drive Thru เข้ามาให้บริการแก่ลูกค้า
3. ควรจัดตกแต่งหน้าร้าน ให้ดูสะอาดและมีบรรยากาศที่ดี เพื่อสร้างจุดดึงดูดใจ

ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

1. ควรโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยใช้ดาราส่งเป็นผู้นำเสนอ
2. การจ้ดรายการส่งเสริมการขาย ควรจัดร่วมกับสินค้าตัวอื่น ในเทศกาลสำคัญ ๆ เช่น เป็บซี่ กับ พิชซ่าอัท หรือ มิสเตอร์โดนัท กับ เป็บการ์ด
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยการส่งใบปลิว ไปยังกลุ่มนักศึกษาเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และใช้เป็นเครื่องมือในการเตือนความทรงจำ
4. ควรเพิ่มบริการจัดส่งนอกสถานที่ เพื่อสนับสนุนแผนการโฆษณาทางอ้อม
5. ควรเข้ามามีส่วนร่วมกับสถานศึกษาในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การให้เงินทุนการศึกษา การแข่งขันกีฬา ฯลฯ เพื่อประโยชน์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Image)
6. ควรมีการจัดรายการพิเศษต่าง ๆ สำหรับนักศึกษา เช่น ต้อนรับการเปิดภาคการศึกษาใหม่ หรือเปิดภาคการศึกษา หรืออาหารชุดประหยัด ในช่วงเวลา 15.00 - 18.00 น. เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้
7. ควรให้มีการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษา ที่เข้ามาใช้บริการในร้านอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะนำข้อบกพร่องมาแก้ไข และปรับปรุงร้านให้ดีขึ้น
8. ควรมีการจัดรายการลดราคา แลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ ในช่วงเทศกาลพิเศษ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษานวัตกรรมอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด

1. ควรที่จะขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น โดยสำรวจจากประชาชนทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะสามารถนำผลการวิจัย มาอธิบายพฤติกรรมอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดได้กว้างขึ้น
2. ควรที่จะศึกษา ประเภทของอาหารฟาส์ทฟู้ดให้กว้างขึ้น โดยรวมไปถึงฟาส์ทฟู้ดแบบไทย ๆ หรือทั่วไปที่อยู่นอกเหนือจากข้อกำหนด และมีจำหน่ายทั่วไปในตลาด หรือร้านเบเกอรี่ทั่วไป เพื่อจะได้ทราบถึงพฤติกรรมอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดที่แท้จริง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved