

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำรงชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ มากมาย สืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ส่งผลให้การดำเนินชีวิตประจำวันมีความเร่งรีบมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการจัดหาอาหารซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต จากในอดีตมนุษย์ได้แหล่งอาหารจากธรรมชาติโดยการเพาะปลูก และเลี้ยงสัตว์ไว้เพื่อการบริโภคเองในครัวเรือน การแลกเปลี่ยนซื้อขายจึงมีเฉพาะอาหารที่ไม่สามารถหาได้ในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการประกอบอาหารเพื่อบริโภคเองน้อยลง (นพรัตน์ พรหมโชติ และคณะ, 2548) ส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้น แพงลอยจำหน่ายอาหารจึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่ไม่มีความสะดวกในการประกอบอาหารเพื่อบริโภคเอง จากผลการศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย (กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, 2543 อ้างใน นพรัตน์ พรหมโชติ และคณะ, 2548) ระบุว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครรับประทานอาหารสำเร็จรูปนอกบ้านเฉลี่ยวันละ 3 ล้านคน ส่งผลให้ธุรกิจดังกล่าวมีเงินสะพัดถึงวันละ 200 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นเงินหมุนเวียนแพงลอยจำหน่ายอาหารริมถนนประมาณ 60 ล้านบาท และมีผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร วันละ 1 ล้านคน

ในปัจจุบันแพงลอยจำหน่ายอาหารมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ ประกอบกับธุรกิจดังกล่าวมีการใช้เงินลงทุนเริ่มแรกและใช้เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานไม่สูงมากนัก เนื่องจากอาหารมีราคาไม่แพงและการซื้อได้ง่ายโดยในปี พ.ศ. 2547 มีแพงลอยจำหน่ายอาหารทั่วประเทศ จำนวน 62,962 แห่ง โดยนายกสมาคมภัตตาคารไทยระบุว่าภาวะเศรษฐกิจทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคในร้านอาหารไทยทั่วประเทศลดลงร้อยละ 40 (ร้านอาหารถอดใจปิดกิจการหลังเจอมรสุมเศรษฐกิจ, 2551 : ออนไลน์) ผู้ประกอบการที่ใช้เงินจากสถาบันการเงินได้รับผลกระทบอย่างหนัก เนื่องจากวัตถุดิบแพง แต่ค่าจ้างแรงงานเท่าเดิม ทำให้รายได้ไม่พอรายจ่าย จึงมีการปิดตัวจำนวนมาก ในส่วนของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือ มีประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนถึง 240,046 คน (กรมการปกครอง ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ, 2550 : ออนไลน์) และมีหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา และองค์กรธุรกิจจำนวนมาก เมื่อพิจารณาจากข้อมูลของเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่ามีการประกอบธุรกิจแพงลอยจำหน่ายอาหาร และจำนวนแหล่งพื้นที่ขาย

ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่จำนวนมาก แม้ผู้ประกอบการเหล่านี้จะสร้างปัญหาที่คขวางทางจรรจร ปัญหาการจัดเก็บขยะ แต่ในขณะเดียวกันแผงลอยจำหน่ายอาหารเหล่านี้ก็มีความสำคัญต่อวิถีชีวิต ผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีได้มีแต่ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยเท่านั้น หากยังรวมไปถึง ผู้บริโภคที่มีฐานะทางการเงินดีด้วยในแง่ของการได้รับความสะดวกสบายในการจับจ่ายอาหารที่มี ราคาถูก ขณะเดียวกันก็ทำให้ผู้ประกอบการแผงลอยจำหน่ายอาหารมีรายได้เลี้ยงชีพ (สมนึก แพ่งนคร, 2548) กรมอนามัยจึงได้สนับสนุนให้แผงลอยจำหน่ายอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับป้ายสัญลักษณ์อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) จำนวน 392 แผง ใน จังหวัดเชียงใหม่ให้มีการพัฒนาและควบคุมความสะอาด ปลอดภัย และมีการให้บริการช้อนกลาง ทุกครั้งและทุกจานอาหารที่ผู้บริโภคบริโภคด้วยกัน เพื่อเป็นการรองรับความต้องการของผู้บริโภค และ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค (กรมอนามัย สำนักงานเลขานุการ, 2551 : ออนไลน์)

จากการสังเกตพบว่าแผงลอยจำหน่ายอาหารส่วนใหญ่จะเปิดให้บริการในช่วงเวลา อาหารมื้อเย็น เพราะเป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภคมีเวลาเป็นส่วนตัว และมีเวลาว่างเพียงพอที่จะเดินทางไปรับประทานอาหารนอกบ้าน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแผงลอยจำหน่ายอาหารบน ถนนสุเทพ บริเวณแนวรั้วหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนผู้บริโภคที่ซื้อ อาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหารเพิ่มมากขึ้น จนทำให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆและเกิดการ แข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ประกอบการ เพราะเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ที่ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกน้อยทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย (วสันต์ ศิริกัญญา, 2551: สัมภาษณ์) การศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษา ถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่าย อาหารในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบกิจการแผงลอยจำหน่าย อาหารในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พัฒนาส่วนประสมการตลาดบริการของแผงลอยจำหน่าย อาหารในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ อาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหารในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และ ปัญหาในการซื้ออาหารจาก แผงลอยจำหน่ายอาหารในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

### 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบปัญหาในการซื้ออาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
3. เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่เหมาะสมของธุรกิจแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

### 1.4 นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

**แผงลอยจำหน่ายอาหาร** หมายถึง รถเข็น หรือพาหนะอื่นใด เช่น แท่น โต๊ะ และแผงที่มีการจำหน่ายอาหารมือเย็น โดยจัดพื้นที่ให้นั่งหรือให้ซื้อไปรับประทาน ไม่รวมแผงในตลาด (กองสุขาภิบาลอาหาร, 2545)

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือรับประทานอาหารจากแผงลอยจำหน่ายอาหาร ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ทั้งแบบรับประทานที่แผงลอยและซื้อกลับไปรับประทานโดยไม่รวมลูกค้าชาวต่างชาติ