

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

"ฟาส์ตฟู้ด" ธุรกิจอาหารแบบบริการตนเอง หรือ Self Service เป็นอาหารที่
สามารถจัดเตรียม และบริโภคได้ในระยะเวลาสั้น และ ไม่ต้องการอุปกรณ์ในการบริโภคมาก

ธุรกิจฟาส์ตฟู้ดมีต้นกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อเศรษฐกิจของอเมริกาใน
เมืองใหญ่ ๆ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ^{ทำให้รูปแบบการบริโภคเปลี่ยนไป} การขยายตัวของพื้นที่สิ่งขึ้น ^{ทำให้ชีวิตประจำวันต้อง}

ทุ่มเทให้กับธุรกิจมากขึ้นจนมีเวลาในการบริโภคน้อยลง ธุรกิจฟาส์ตฟู้ดจึงได้ถือกำเนิดขึ้น ^{และ} ^{อีกทั้ง}
เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ^{จนมีการขยายตัวไปสู่อเมริกา ยุโรป และประเทศอื่น ๆ ที่มีสภาพสังคม}
คล้ายคลึงกัน ^{การขยายตัวไปสู่อเมริกา ยุโรป และประเทศอื่น ๆ ที่มีสภาพสังคม} ^{เช่น ฝรั่งเศส (Fran chise) (เมืองไทย, 2533)}

✓ สำหรับธุรกิจฟาส์ตฟู้ดในประเทศไทย มีรูปแบบการพัฒนาเช่นเดียวกับ ประเทศทาง
ตะวันตกโดยเฉพาะในกรุงเทพ ซึ่งธุรกิจมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประชากรต่างจังหวัดต่าง
หลั่งไหลเข้ามาทำงาน เรือหนังสือและพักอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก สภาพการจราจรที่แออัด
การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างเร่งรีบ ^{ธุรกิจฟาส์ตฟู้ด} ^{เจ้าแรก} ^{คือ} ^{ร้าน} ^{วิมปี} ^{เริ่ม}
ดำเนินกิจการฟาส์ตฟู้ด โดยชายแซมเบอร์เกอร์เป็นหลัก ^{ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507} ^{แต่ไม่ประสบ}
ความสำเร็จเท่าที่ควร ^{ในปี พ.ศ. 2513} ^{เป็นช่วงที่ภัตตาคารอเมริกันเข้ามาอยู่ในประเทศไทย}
เป็นจำนวนมาก ได้มีร้านฟาส์ตฟู้ดที่มีชื่อเสียงจากสหรัฐอเมริกา คือ ^{เคนตัคกี} ^{ฟรายด์} ^{ซิคเก้น}
ได้เข้ามาเปิดบริการที่ถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นย่านที่มีชาวต่างประเทศพักอาศัยอยู่กันเป็นจำนวนมาก
แต่ก็ต้องเลิกกิจการไป เนื่องจากสงครามเวียดนามสิ้นสุดลง ทหารอเมริกันกลับประเทศของตน
และไม่ได้รับความนิยมจากคนไทยเท่าที่ควร

ต่อมาในปี พ.ศ. 2520 เป็นช่วงเวลาที่สังคมไทย เริ่มเปลี่ยนทัศนคติในการบริโภค
โดยวัยรุ่นและประชาชนในเมืองเริ่มหันมาชอบรับและ นิยมพฤติกรรมการบริโภคของชาวตะวันตก
มากขึ้น ^{ร้าน} ^{แซมเบอร์เกอร์} ^{ซึ่งเป็นร้านฟาส์ตฟู้ดของคนไทยที่มีได้อยู่} ^{ภายใต้ระบบแฟรนไชส์จาก}
ต่างประเทศ ได้เปิดดำเนินกิจการชายแซมเบอร์เกอร์ในสยามสแควร์ กรุงเทพฯ และได้รับการ
ยอมรับจากประชาชนเป็นอย่างดี ^{จนกระตุ้นให้แฟรนไชส์ฟาส์ตฟู้ดจากต่างประเทศ} ^{โดยเฉพาะ}

สหรัฐอเมริกา หลังไหลเข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เช่น มิสเตอร์โดนัท พิชซ่าฮัท ดันกินโดนัท เคนดัลคี่ ฟราสค์ ซิคเก้น และ แมคโดนัลด์ เป็นต้น ^{ยุคนี้} พฤติกรรมผู้บริโภค ฟาส์ทฟู้ดของคนไทยในยุคต้น ๆ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของแฟชั่น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งมักนิยมใช้ร้านฟาส์ทฟู้ดเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ ^{ขณะเดียวกัน} ยังมีลูกค้าบางส่วนที่ต้องการเปลี่ยนรสชาติอาหารที่เคยรับประทาน ^{ขณะที่ลูกค้าส่วนน้อยเท่านั้นที่เน้นความรวดเร็วในการให้บริการ และการรับประทานที่สะดวก}

[ต่อมา] ในช่วงปี พ.ศ. 2528 [พฤติกรรมผู้บริโภคฟาส์ทฟู้ดของคนไทยเริ่มเปลี่ยนไปหันมาเน้นด้านความสะดวกสบาย ประกอบกับรูปแบบการให้บริการของฟาส์ทฟู้ด เน้นที่ความสะดวก คุณภาพของสินค้า] ความสะดวกและคุณค่าทางอาหารที่ครบถ้วน ^{อาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น} จนกระทั่งปัจจุบันตลาดฟาส์ทฟู้ด ในประเทศไทยมีมูลค่ารวมประมาณ 3,000 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับเมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา ตลาดรวมมีมูลค่าเพียง 500 ล้านบาท (วันที่ พิมพ์ประสิทธิ์ 2536 : 27) ซึ่งก็เป็นเครื่องยืนยันเป็นอย่างดีว่าตลาดฟาส์ทฟู้ดในประเทศไทยมีความเจริญเติบโตมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

[สำหรับขั้นตอนทางการตลาดของธุรกิจฟาส์ทฟู้ดนั้น เริ่มต้นจากการเปิดสาขาที่หนึ่งพร้อมกับทำโฆษณา เพื่อสร้างการตระหนักรู้ในตราชื่อ (Brand Awareness) หลังจากฟาส์ทฟู้ดสามารถสร้างชื่อได้แล้ว จะรีบทำการขยายสาขาอย่างรวดเร็ว เพื่อลดต้นทุนทางการตลาด เมื่อตลาดเดิมเริ่มอิ่มตัวฟาส์ทฟู้ดจะต้องพยายามสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ ^{ขณะเดียวกันก็จะเริ่มขยายฐานออกสู่ต่างจังหวัดที่มีศักยภาพ} ส่วนใหญ่ [ลักษณะการขยายสาขาของฟาส์ทฟู้ดมักจะเลือกทำเลที่อยู่ในย่านธุรกิจ และ มีประชาชนอยู่อย่างหนาแน่น หรือ มักจะไปตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้า และ ศูนย์การค้าต่าง ๆ นอกจากนั้น ยังมีการขยายสาขาออกไปยังต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น พัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ต เป็นต้น]

ในขณะเดียวกัน [จังหวัดเชียงใหม่] ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความเติบโตทางธุรกิจใหญ่เป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพฯ และมีสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกับกรุงเทพฯ อีกทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ [จากการสำรวจ] ของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20 มีระยะเวลาการพักเฉลี่ย 3 วัน ประกอบกับอัตราการเจริญเติบโต ทางด้านเศรษฐกิจที่สูงขึ้น / โดยเฉพาะการขยายตัวของศูนย์การค้าต่างๆ เช่น ศูนย์การค้าภาคสวนแก้ว แอร์พอร์ตพลาซ่า เชียงอินท์พลาซ่า โครงการชิตส์แควร์พลาซ่า โครงการสี่ส่วนคอมเพล็กซ์จังหวัด

มีผลให้แฟรนไชส์ของอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ^{ที่สนใจ} ต่างให้ความสนใจในศักยภาพ ของตลาดฟาสต์ฟู้ด ในจังหวัดเชียงใหม่ ^{ที่จะเริ่ม} และได้เริ่มทยอย ^{เข้ามา} เปิดสาขาในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น ^{จาก}

1. Kentucky Fried Chicken
2. A & W
3. TCBY
4. Baskin Robbin
5. Burger King
6. Dunkin Donut
7. Mister Donut
8. Pizza Hut
9. Swenzen

จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า ผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่ ร้อยละ 80 เป็น นักเรียน นักศึกษา (จิรวัดน์ นกุลธรรม 2533 : 60) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง พฤติกรรม และ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ตลอดจนปัญหา การบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อันจะเป็น ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ในการนำไปวางแผน และปรับปรุงกลยุทธ์ การดำเนินงานต่อไป

ชื่อ / วัตถุประสงค์ของการวิจัย

*การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษาใน อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษา
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษา
3. ศึกษาปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับอุดมศึกษา จากสถาบันของรัฐ และ เอกชน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง (ได้มาจากการเปิดตาราง AERA Mini Presentation ของ Darwin Hendel ที่ประชากร 19,297 คน) จาก 2 สถาบัน ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประกอบด้วยนักศึกษาชายและหญิงอย่างละ 50 คน รวม 100 คน
2. มหาวิทยาลัยพายัพ ประกอบด้วยนักศึกษาชายและหญิงอย่างละ 50 คน รวม 100 คน

ข้อ 2/ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อทราบพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา
2. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา
3. เพื่อทราบปัญหาในการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ดของนักศึกษา
4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผน และ ปรับปรุงกลยุทธ์การค้าเนิ่นกิจการแก่ ผู้ประกอบธุรกิจด้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด

5. เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงาน

ผู้ประกอบธุรกิจด้านอาหารประเภทฟาส์ทฟู้ด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved