

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

นายนรินทร์ ศิริจันทร์วัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS AFFECTING FAST-FOOD CONSUMPTION

MR. NARIN SIRINTHAWAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Economics Program in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

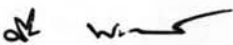
Copyright of Chulalongkorn University

500930

หัวข้อวิทยานิพนธ์
โดย
สาขาวิชา
อาจารย์ที่ปรึกษา

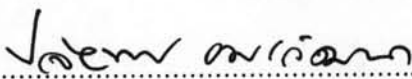
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด
นาย นรินทร์ ศิริจันทร์วัฒน์
เศรษฐศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร. ชลัยพร อมรวัฒนา


คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต


..... คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. ตีรณ พงศ์มณฑิณี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. จิตตภัทร เครือวรรณ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชลัยพร อมรวัฒนา)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ไพศาล เล็กอภัย)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยรัตน์ เอี่ยมกุลวัฒนา)

นรินทร์ ศิริจันทร์วัฒน์ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด. (FACTORS AFFECTING FAST-FOOD CONSUMPTION) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. ชลัยพร อมรวัฒนา , 108 หน้า.

สภาพสังคมที่เร่งรีบในปัจจุบันทำให้การใช้ชีวิตของคนเมืองเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการบริโภคความสะดวกรวดเร็วมีอิทธิพลกำหนดรูปแบบการบริโภคของประชากร ผู้ประกอบการร้านอาหารเห็นถึงช่องทางการประกอบธุรกิจ เพื่อตอบสนองการดำเนินกิจกรรมที่ต้องแข่งขันกับเวลาดังกล่าวทำให้ธุรกิจอาหารจานด่วน (Quick Served Restaurant:QSR) หรือร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (Fast-Food Restaurant) มีบทบาทสำคัญและกลายเป็นวิถีหนึ่งของการบริโภคในเมืองกรุง

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภค ฟาสต์ฟู้ดที่ทำการศึกษาคือฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตก เก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกลุ่มคนทำงาน นักเรียนและนักศึกษารวม 322 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยต่อไปนี้ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย การมีบุตรอาศัยอยู่ร่วมกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายอาหารทดแทนเมื่อไม่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวนผู้ใช้บริการร่วมแต่ละครั้ง โปรโมชั่นพิเศษ อายุ การรับทราบสื่อโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ ลักษณะที่อยู่อาศัยแบบคอนโดมิเนียม และสัญลักษณ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร

การทดสอบทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้บริการ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงคุณภาพอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น ความสะดวกของการใช้บริการ รสชาติอาหาร ความเหมาะสมของระดับราคาอาหาร การให้บริการของพนักงาน ฯลฯ ในที่นี้รวมถึงสภาพปัญหาที่พบเจอขณะใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความเหมาะสมการให้บริการของผู้ประกอบการระดับปานกลาง ในขณะที่ปัญหาที่พบจากการใช้บริการ เช่น กริยาวาจาของเจ้าหน้าที่ร้าน ความล่าช้าของการให้บริการ ฯลฯ อยู่ในเกณฑ์น้อย

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิพนธ์.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

478 55753 29 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD: FAST-FOOD / RESTAURANT / CONSUMPTION / CONSUMER / QUICK SERVE RESTAURANT

NARIN SIRINTHAWAT : FACTORS AFFECTING FAST-FOOD CONSUMPTION.
THESIS ADVISOR: ASSOCIATE PROFESSOR CHALAIORN AMORNVATANA,
Ph.D.,108 pp.

Nowaday, our daily life has changed tremendously by competitive atmosphere, This bring us the limitation in many things including our consumption pattern which comfortable and time-saving becomes to play major role of decision making for all customer. Enterpreneur realizes the opportunities, to satisfy what consumers want, established a special kind of restaurant known as Quick Served Restaurant (QSR) or Fast-Food Restaurant.

The major purpose of the study is to identify factors which affect to fast-food consumption. We determined our study repectively into western-style fast-food restaurants, catagorized into 5 catagories, pizza, chicken, hamburger, donut ,and ice-cream. Statistic tools to test hypothesis were used both descriptive (mean, percentage) and Inferencial statistics (multiple regresssion). The consequence show the factors that affect to fast-food consumption can be defined as having children that live together, monthly income, expenditure for substitution foods, co-clients at each time, special promotions, age of customer, advertisment on television, type of living place, and effect from hygenic symbol.

For another quality factors affecting attitude toward services such as food taste, price justice, service mind, etc., this also include any problem during using any service, the result of the study shows that our the customer feel satisfy for general services in fast-food restaurant in moderate-level, meanwhile hardly got problem during use services.

Department Economics
Field of study Economics
Academic year 2007

Student's signature.....^{asarin}
Advisor's signature.....*Chalaiorn*
Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ชลัยพร อมรวัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ไพศาล เล็กอุทัย รองศาสตราจารย์ ดร. จิตตภัทร เครือวรรณและผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยรัตน์ เอี่ยมกุลวัฒน์ ความรู้ แนวคิด และวิธีการต่าง ๆ ที่ได้รับถ่ายทอดจากคณาจารย์ส่งผลให้งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อช่วยเหลือให้ข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์ และการตอบแบบสอบถาม ซึ่งการเก็บข้อมูลในครั้งนี้จะไม่สามารถสำเร็จสมบูรณ์ไปได้หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากมารดาของข้าพเจ้าและคุณวาสนา ไพรพฤษ์ ที่ช่วยเป็นธุระประสานงาน รวมถึงมีส่วนช่วยในการเสนอแนะข้อคิดเห็นดี ๆ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้คุณค่าและประโยชน์อันพึงเกิดขึ้นจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูบูชาแก่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ข้อบกพร่อง หรือข้อผิดพลาดประการใดที่เกิดขึ้นผู้วิจัยขอรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 สมมติฐานของงานวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
1.6 คำจำกัดความ	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 ตัวอย่างต่าง ๆ ของพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	32
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
3.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง	32
3.3 ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง	32
3.4 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	33
3.5 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล	39
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	43
4.3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้บริการ	79

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
5.1 สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมทั่วไปด้านการใช้บริการ	87
5.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคฟาสต์ฟู้ด	89
5.3 อภิปรายผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงคุณภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจของ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค.....	95
5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	96
รายการอ้างอิง	98
ภาคผนวก	101
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 3.1	ตัวแปรอิสระ และรายละเอียด	37
ตาราง 4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	41
ตาราง 4.2	ประสบการณ์การใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	44
ตาราง 4.3	ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ได้รับความนิยมเลือกใช้บริการมากที่สุด	45
ตาราง 4.4	ความถี่การใช้บริการในช่วง 3 เดือน และค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อครั้ง	47
ตาราง 4.5	ค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อครั้ง จำแนกตามกลุ่มฟาสต์ฟู้ด	48
ตาราง 4.6	จำนวนผู้ใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อครั้ง	49
ตาราง 4.7	ช่วงเวลา (มื้ออาหาร) รูปแบบการใช้บริการ และสถานที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยมใช้บริการ	49
ตาราง 4.8	อิทธิพลของโปรโมชันพิเศษจากผู้ให้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	51
ตาราง 4.9	โปรโมชันพิเศษของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ได้รับความนิยม	52
ตาราง 4.10	อิทธิพลของสัญลักษณ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารต่อการตัดสินใจบริโภคฟาสต์ฟู้ด	53
ตาราง 4.11	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและช่วงอายุ	55
ตาราง 4.12	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและอาชีพ	56
ตาราง 4.13	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและช่วงรายได้	57
ตาราง 4.14	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและการมีบุตร..	58
ตาราง 4.15	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและอิทธิพลจากโปรโมชันพิเศษต่อการตัดสินใจ	59
ตาราง 4.16	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและประเภทสื่อที่รับทราบข้อมูลฟาสต์ฟู้ด	60
ตาราง 4.17	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและรูปแบบการใช้บริการ	61
ตาราง 4.18	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและลักษณะที่อยู่อาศัย	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตาราง 4.19	ลักษณะข้อมูลผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดจำแนกตามรายกลุ่มฟาสต์ฟู้ดและอิทธิพล จากสัญลักษณ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร.....	63
ตาราง 4.20	ตัวแปร สัญลักษณ์ และลักษณะการวัด	64
ตาราง 4.21	ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอย.....	78
ตาราง 4.22	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความเหมาะสมต่อการให้บริการ.....	80
ตาราง 4.23	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความเหมาะสมของการให้บริการ จำแนกรายกลุ่มอาหารฟาสต์ฟู้ด	82
ตาราง 4.24	สื่อที่ทำให้รับทราบข่าวสาร ข้อมูลผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด มากที่สุด	84
ตาราง 4.25	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลความรู้ด้านโภชนาการ ของอาหารฟาสต์ฟู้ด	85
ตาราง 4.26	ความคิดเห็นผู้ใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อบทบาทของภาครัฐเกี่ยวกับ การออกมาตรการที่จำเป็นเกี่ยวกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด	85