

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

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภค ฟาสต์ฟู้ดที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตก 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 ลักษณะที่อยู่อาศัยแบบคอนโดมีเนียม และสัญลักษณ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร

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

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.