

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

### การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มจีเนีย (Genie) กับกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวปิยะขวัญ วนกุล

กรกฎาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มจีเนีย และกลุ่มเจเนอเรชั่น วาย ที่มีต่อร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดระหว่าง 2 กลุ่มดังกล่าว 3) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 4) ปัญหาที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยประกอบด้วยประชาชนที่มีอายุในช่วง 10-19 ปี จำนวน 220 คน และประชาชนที่มีอายุในช่วง 20-29 ปี จำนวน 180 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์หาข้อสรุป ผลวิจัยมีดังนี้

1. กลุ่มจีเนียและกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยนิยมไปเซ็นทรัล สาขา கடสวนแก้ว และอาหารที่ชอบมากที่สุด คืออาหารประเภทพิซซ่า ส่วนวิธีการบริโภคนิยมไปบริโภคที่ร้านรวมทั้งซื้ออาหารที่ร้าน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการบริโภค ประมาณ 1-2 ชั่วโมง และไปในช่วงบ่าย มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 51-100 บาท ทำการบริโภค 3-4 ครั้งภายใน 1 เดือน ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปกับเพื่อน

2. การเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภค ผู้วิจัยพบว่า แหล่งที่เลือกไป วิธีการเลือกซื้อ สถานที่ที่ชอบไปบริโภค เวลาที่ใช้ในการบริโภค ค่าใช้จ่ายในการบริโภค ผู้ที่ไปด้วยในการบริโภค ทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนที่พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกัน คือประเภทอาหารที่ชอบและวันที่มีมักไปบริโภค

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมกรรมการบริโภค อาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มนี้ กับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลวิจัยพบว่า หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการบริโภคเลือกจากการตกแต่งร้าน ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารได้รับข้อมูลจากวิทยุ ด้านเหตุผลที่เลือกบริโภคเพราะอยากทันสมัย ด้านแหล่งที่ตั้งที่เหมาะสมอยากให้ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้าน ด้านลักษณะของร้านที่ชอบคือร้านที่มีความทันสมัย ด้านการส่งเสริมการขายที่สามารถจูงใจ เป็นการลด แลก แจก แถม

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่แตกต่างกันคือ ด้านหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกบริโภค การส่งข้อมูลข่าวสาร แบบของการส่งเสริมการขาย ที่ไม่แตกต่างกันคือ เหตุผลที่เลือกบริโภค แหล่งที่ตั้งที่เหมาะสม ลักษณะของร้านที่ชอบไป

4. ปัญหาที่มีผลต่อพฤติกรรม ผลวิจัยพบว่า ปัญหาทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผู้ร่วมไปรับประทานด้วย และด้านเวลาที่เปิดให้บริการ

**ABSTRACT**

Abstract of thesis submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

**THE COMPARATIVE STUDY OF FASTFOOD CONSUMERS' BEHAVIORS OF "GENIE"  
AND GENERATION "Y" IN MUANG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE**

BY

PIYAKWAN VANAKUL

JULY 2002

Chairman: Associate Professor Dr. Anurak Panyanuwat  
Department/Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing,  
Faculty of Agricultural Business

The purposes of this research were 1) to study the fastfood consumers' behavior of Genie and Generation Y in fastfood restaurants in Muang District, Chiang Mai; 2) to compare the fastfood consumers' behavior between the two groups; 3) to study the factors affecting the consumers' behavior between them; and 4) to analyse the problems affecting such behavior. The researcher selected 220 samples, between 10-19 years old and 180 samples between 20-29 years old living in Muang District, Chiang Mai and potentially going to the fastfood restaurants. Data were collected by questionnaires, and then, analysed by applying SPSS program. The results of this study were as follow :

1. The fastfood consumers' behavior of Genie and Generation Y people were likely to go to the Central Kadsuankaew. The most favorite food was Pizza. Furthermore, they preferred to have meals in the restaurants. Most samples spent their time there approximately 1-2 hours during the afternoon. Each meal costed them about 51-100 Baht. Their consuming frequency was 3-4 times a month. Most samples went there with their friends.

2. According to the comparison of consumers' behavior, the result showed that there was no difference in place, time, cost and sample of consumption within the two groups. However, there were two differences which were the food and the day to go to the restaurant.

3. Concerning the factors affecting the decisions and consumers' behavior in Genie and Generation Y in Muang District, Chiang Mai, the result showed that there were two factors. The first was the decoration of the restaurant and the second was the information received from radio, The consumption reason was that they want to be up to date. The favorite location was being near the house. The characteristic of the restaurant must be modern. The promotion that looks attractive is to offer a discount and some gifts. Factors that cause the difference between the two groups were the selection of consumption, information communication, perception, and promotion method. However, there were no statistically significant differences between two groups on restaurant location and the restaurant image.

4. Regarding the problems affecting the consumers' behavior, there were six problems which were products, price, distribution channel, promotion, company, and opening hours. The last one was the least serious problem.