



บทที่ ๑

บทนำ

ในปัจจุบันวัฒนธรรมเรื่องอาหารการกินแบบอเมริกันได้แพร่หลายไปอย่างรวดเร็วในเกือบทุกประเทศทั่วโลก และเป็นที่ยึดกันอย่างกว้างขวางในนามของฟาสต์ฟู้ด (Fast Food) ซึ่งพัฒนามาจากระสนิยมและความจำเป็นที่ต้องรีบเร่งแข่งกับเวลาอันมีค่าทุกนาทีของประชาชนในประเทศสหรัฐอเมริกา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมากิจการอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในแถบเอเชียและเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของบุคคลที่ประกอบอาชีพนอกบ้าน และต้องการประหยัดเวลาในการรับประทานอาหารในเวลาหยุดพักรับประทานอาหารกลางวันซึ่งมีจำกัดเพียงหนึ่งชั่วโมง หลายคนต้องการความรวดเร็วในขณะที่ชั่วเวลาดังกล่าวนั้น ร้านอาหารที่ตั้งเป็นห้องอาหารหรือภัตตาคารแน่นขนัดไปด้วยผู้คนคนส่วนใหญ่จึงหันมารับบริการจากร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดกันมากขึ้น เป็นโอกาสให้ธุรกิจร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าผลประโยชน์ของบุคคลสอดคล้องต้องกับนโยบายการให้บริการสำหรับธุรกิจประเภทนี้ ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคอาหารที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งในแง่ความเอร็ดอร่อย ความรวดเร็ว และหรือความภาคภูมิใจที่มีรสนิยมในการบริโภคอันทันสมัย ด้วยเหตุผลหลายประการดังกล่าวข้างต้น สภาพสังคมไทยในปัจจุบันโดยเฉพาะสังคมในเมืองหลวงอย่างเช่น กรุงเทพมหานคร และตัวเมืองใหญ่ ๆ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของธุรกิจหลายประเภท ตลอดจนกระทั่งสถานที่ทำงาน สถานศึกษา และโรงงาน ต่างก็ถูกผลกระทบซึ่งกันและกันในการที่จะต้องอยู่ในชุมชนที่แออัดแห่งเดียวกัน ปัญหาที่ตามมาอีกก็คือการจราจรคับคั่ง ทำให้ต้องเสียเวลามากเกินความจำเป็นในการที่จะเดินทางไปติดต่อธุรกิจ คนจึงจำเป็นต้องแบ่งเวลาให้กับการเดินทางมากขึ้น ปัญหาการประกอบอาชีพที่มีเวลาหยุดพักไม่ตรงกับผู้อื่น ต้องมีการสลับเปลี่ยนเวลากันในเวลาทำงาน เหล่านี้ล้วนประกอบกันทำให้สังคมอยู่ในสภาพที่รีบเร่ง แข่งขันแย่งชิงกันในการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากเวลาที่มีจำกัดในการรับประทานอาหารแล้วประชาชนส่วนใหญ่ก็ไม่มีเวลาพอที่จะประกอบอาหารด้วยตนเอง ดังนั้นอาหารที่สนองความต้องการได้อย่างเหมาะสมในแต่ละมือ ก็คือ อาหารสำเร็จรูป หรืออาหารที่ซื้อใส่ถุงไปรับประทานตามความสะดวกของแต่ละคน เมื่อรสนิยมของคนถูกปรับให้เคยชินกับสภาพการปฏิบัติตัวเช่นนี้ในชีวิตประจำวัน จึงไม่เป็นที่น่าสงสัยเลยว่าธุรกิจร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ได้เข้าสนองความต้องการของคนได้อย่างเหมาะสมในประเทศไทย และดูเหมือนว่าอนาคตของธุรกิจประเภทนี้จะไปได้ทั่วโลก

✓

ความเจริญเติบโตอย่างสังเกตได้ชัดของธุรกิจร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดชี้ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคของคนกรุงเทพฯ อันเป็นรูปแบบที่นำให้ความสนใจในแนวโน้มว่า รูปแบบการบริโภคในลักษณะนี้จะอยู่ได้นานเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ลงทุนในกิจการประเภทนี้จะต้องตระหนักถึงอนาคตและความอยู่รอดของกิจการ ทั้งนี้รวมถึงผู้ที่มีโครงการจะลงทุนในกิจการประเภทเดียวกันนี้ อีกด้วย

ความเป็นมาของกิจการร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดนั้น เน้นกลุ่มบุคคลที่ทำงานแล้วเป็นเป้าหมายทางการตลาด เพราะบุคคลเหล่านี้ต้องอยู่ในสภาพสังคมที่รีบเร่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน แต่กลับปรากฏว่าลูกค้าของร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นนักเรียน นิสิต และนักศึกษา ซึ่งคาดว่าจะมีสัดส่วนถึงร้อยละ ๘๐ ของลูกค้าทั้งหมด^๑ ลูกค้ากลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่ยังมีได้ทำงาน ดังนั้นจากข้อสังเกตนี้ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทยมีได้อยู่ในหรือความจำเป็นเช่นเดียวกับธุรกิจฟาสต์ฟู้ดในประเทศสหรัฐอเมริกา ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของกลุ่มคนที่อยู่ในวัยรุ่นเป็นสิ่งสำคัญ ด้วยเหตุที่วัยรุ่นเป็นกลุ่มบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งในด้านความคิด ความต้องการ รสนิยม และการแสดงออก เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าวัยรุ่นในปัจจุบันมีค่านิยมที่เบี่ยงเบนไปจากสภาพความเป็นจริงในสังคม มีความฟุ้งเฟ้อ และมีการเปลี่ยนแปลงรสนิยมได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการชอบเปรียบเทียบกันกับเพื่อนวัยรุ่นด้วยกัน และการประกวดประชันในด้านการแสวงหาประสบการณ์ ค้นหาสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นใกล้ตัว ซึ่งตามความคิดของวัยรุ่นอาจจะเห็นว่าการเข้าไปรับประทานอาหารในร้านฟาสต์ฟู้ดเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงการเป็นผู้ที่ทันสมัยทันสมัย หรือทำให้เขาเกิดความภาคภูมิใจที่ได้คุยอวดเพื่อนฝูงถึงประสบการณ์ในขณะที่นั่งรับประทานอาหารในร้านฟาสต์ฟู้ดก็เป็นเหตุผลอีกประการหนึ่ง และที่สำคัญที่สุดก็คืออิทธิพลในด้านความคิดที่ฟุ้งเฟ้อ การชอบทำในสิ่งที่คิดว่าทันสมัยกว่าเพื่อน ๆ และการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของกลุ่มวัยรุ่นนี้มีผลกระทบกระเทือนต่อความเป็นไปและเปลี่ยนแปลงในสภาพสังคมโดยตรง

^๑ ธนาคารกสิกรไทย. ส่วนวิชาการ. "ฟาสต์ฟู้ด : ข้อสังเกตบางประการ." สรุปข่าว ๑๔ (๑๖ - ๓๐ กันยายน ๒๕๒๖) : ๗.

ดังนั้นประเด็นคำถามที่น่าสนใจสำหรับผู้เขียนก็คือ ถ้าหากธุรกิจฟาสต์ฟู้ดขึ้นอยู่กับพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มวัยรุ่นเป็นสำคัญ และพฤติกรรมของคนวัยนี้มักเปลี่ยนแปลงได้ง่าย การเฟื่องฟูของ ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดในปัจจุบัน จึงมีข้อน่าสงสัยอยู่ว่าเกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคของคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานครอย่างแท้จริง หรือว่าเป็นเพียงการบริโภคตามสมัยนิยมเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้เขียนสนใจที่จะศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ว่ามีต่อกิจการฟาสต์ฟู้ดอย่างไรและศึกษาถึงทิศทางความต้องการและความนิยมในอนาคต เพื่อคาดการณ์ถึงแนวโน้มในอนาคตของกิจการประเภทนี้ว่าเป็นเช่นไร ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ลงทุนและผู้ที่กำลังจะลงทุนในกิจการประเภทนี้ แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาและกำลังเงิน ผู้เขียนจึงมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มบริโภคที่เป็นนิสิตนักศึกษาเท่านั้น

ความหมายของกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หมายถึงร้านค้าที่เปิดเป็นร้านอาหาร และขนมฟาสต์ฟู้ดโดยเฉพาะ เป็นร้านที่มีการตกแต่งที่นั่งภายในมีเครื่องปรับอากาศ และมีเสียงเพลง โดยจำหน่ายอาหารและขนมแบบอเมริกัน รวมทั้งเครื่องดื่มที่สั่งเร็ว ได้เร็ว รับประทานเร็ว สะดวกและสะอาด ผู้ใช้บริการต้องบริการตนเอง (Self Service) ในการสั่งซื้อและจ่ายเงิน มีราคาอาหารและเครื่องดื่มแต่ละชนิดขึ้นป้ายให้เห็นเด่นชัด

✓ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

๑. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดซึ่งปัจจุบันเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
๒. พิจารณาถึงความนิยมของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในอนาคต
๓. เพื่อทราบถึงทิศทางความต้องการของนิสิตนักศึกษาในอนาคต ในอันที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการลงทุนในกิจการประเภทนี้ต่อไป
๔. สรุปผลการศึกษาและเสนอแนะความต้องการของนิสิตนักศึกษาเพื่อที่ผู้ผลิต หรือผู้ดำเนินการจะสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของตน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตและจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้

๑. ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร
๒. ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับปริญญาตรีเฉพาะที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชนและวิทยาลัยเอกชนที่สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย
๓. ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาที่อยู่ใกล้ย่านที่มีกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

๑. ช่วยให้เห็นถึงทัศนคติของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ด
๒. เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้ดำเนินกิจการทราบถึงแนวโน้มในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่จะให้แก่ นิสิตนักศึกษา
๓. เป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่ต้องการจะลงทุนในกิจการร้านฟาสต์ฟู้ด

สมมติฐานในการศึกษา

๑. ทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนิสิตนักศึกษา
๒. นิสิตชายนิยมใช้บริการมากกว่า นิสิตหญิง
๓. การโฆษณา มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกตราสินค้า
๔. กิจการร้านฟาสต์ฟู้ดจะเป็นที่นิยมของนิสิตนักศึกษาในขนาดมากยิ่งขึ้น

วิธีการศึกษา

ทำการสำรวจทัศนคติของนักศึกษาทั้งชายและหญิงในมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชนและวิทยาลัยเอกชนที่สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการออกแบบสอบถามและใช้วิธีสัมภาษณ์โดยพนักงาน

ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาเรื่องนี้ ผู้เขียนได้แบ่งออกเป็น

๑. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)
๒. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

๑. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ซึ่งแยกออกเป็น

๑.๑ ข้อมูลที่เก็บจากผู้ให้ข้อมูลโดยวิธีการสำรวจในลักษณะการออกแบบสอบถาม-สัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่เป็นนิสิตนักศึกษาโดยตรง เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ

๑.๒ ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามจากผู้ประกอบการกิจการประเภทนี้

๑.๓ ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในร้านประเภทนี้ เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม โดยสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภค บริการของพนักงานขาย ความสะอาด สภาพร้าน บรรยากาศ และการตกแต่งร้าน เป็นต้น

๒. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่มีได้เก็บจากแหล่งกำเนิดโดยตรง แต่เป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งอื่นที่เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ก่อนแล้ว ซึ่งได้จากการค้นคว้าจากตำรา หนังสือ บทความ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดจากห้องสมุดทั่วไป และจากกิจการ

ประชากรและวิธีการเลือกตัวอย่าง

ประชากรตามความหมายของการศึกษาในเรื่องนี้ หมายถึง นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชน และวิทยาลัยเอกชนที่สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ทำการศึกษานี้มีสถาบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน รวมทั้งสิ้น ๑๘ แห่ง ดังนี้

สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน ๘ แห่ง

๑. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
๒. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
๓. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๔. มหาวิทยาลัยมหิดล

๕. มหาวิทยาลัยศิลปากร
๖. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
๗. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
๘. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

สถาบันอุดมศึกษาเอกชน จำนวน ๑๐ แห่ง

๑. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
๒. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
๓. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
๔. มหาวิทยาลัยเทคนิคสยาม
๕. วิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ
๖. วิทยาลัยศรีปทุม
๗. วิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
๘. วิทยาลัยหัวเฉียว
๙. วิทยาลัยพยาบาลเชนจ์หลุยส์
๑๐. วิทยาลัยคริสเตียน

การเลือกตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบ ๒ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ ๑ การเลือกสถาบันการศึกษา ใช้วิธีการสุ่มแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling)^๒

กล่าวคือ เลือกสถาบันการศึกษาที่อยู่ใกล้ย่านที่มีกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดตั้งอยู่ เพราะโอกาสพบผู้ที่เคยใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดจะมีมาก ดังนั้นจากจำนวนสถาบันการศึกษาทั้งสิ้น ๑๘ แห่ง เลือกมาได้ ๘ แห่งดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

^๒นิภา ศรีไพโรจน์, หลักการวิจัยเบื้องต้น (กรุงเทพมหานคร : บริษัทวิศดอร์เพาเวอร์โฮยท์

<u>ชื่อสถาบันการศึกษา</u>	<u>ทำเลที่ตั้งร้านฟาสต์ฟู้ด</u>
๑. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	สยามสแควร์
๒. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ลาดพร้าว
๓. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	บางลำภู
๔. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ-ประสานมิตร	สุขุมวิท
๕. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
๖. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	พระโขนง
๗. มหาวิทยาลัยรามคำแหง	หัวหมาก
๘. วิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ	หัวหมาก

ขั้นที่ ๒ การเลือกตัวอย่างในแต่ละสถาบันใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มย่อยตามต้องการ โดยอาศัยสัดส่วนของเพศเป็นเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่าง

เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดจำนวนตัวอย่างเป็นไปตามจำนวนของนักศึกษาในแต่ละสถาบันดังปรากฏตามตารางที่ ๑

ตารางที่ ๑ แสดงจำนวนของตัวอย่างในแต่ละสถาบัน จำแนกตามเพศ

<u>ชื่อสถาบันการศึกษา</u>	<u>รวม</u>	<u>ชาย</u>	<u>หญิง</u>
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	๑๑๖	๖๔	๕๒
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	๖๖	๔๒	๒๔
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	๕๒	๒๒	๓๐
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ-ประสานมิตร	๒๐	๘	๑๒
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	๕๔	๒๐	๓๔
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	๕๖	๒๔	๓๒
วิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ	๓๖	๒๐	๑๖
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	๑๐๐	๕๐	๕๐
รวม	๕๐๐	๒๕๐	๒๕๐

*เนื่องจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นมหาวิทยาลัยเปิดมีนักศึกษาเป็นจำนวนมาก จึงจำกัดจำนวนตัวอย่างเพียง ๑๐๐ ตัวอย่างเท่านั้น

งานสนาม

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ใช้วิธีการสำรวจเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์นิสิตนักศึกษาตามสถาบันการศึกษาที่ได้เลือกไว้ โดยที่พนักงานสัมภาษณ์พยายามกระจายการเก็บข้อมูลจากนักศึกษา คณะ และชั้นปีต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุด ระยะเวลาที่ทำการสำรวจอยู่ระหว่างวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๒๙ ถึงวันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๒๙ และได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน ๕๐๐ ชุดตามที่ต้องการ

การประมวลผลและการวิเคราะห์แปลความหมาย

หลังจากที่เสร็จงานสนามแล้ว นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ จากนั้นทำการแยกประเภทข้อมูลแล้วสร้างตารางเปล่าที่ยังมิได้ใส่ตัวเลขที่เรียกว่า Dummy table เพื่อที่จะจัดตัวแปรลงไปตามประเภทที่จัดไว้เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ เนื่องจากข้อมูลมีจำนวนมากจึงใช้การประมวลผลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยเริ่มจากการเปลี่ยนคำตอบที่เป็นข้อความในแบบสอบถามให้เป็นรหัสที่เป็นตัวเลข นำข้อมูลเก็บเข้าเครื่องโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Word Star จากนั้นเขียนโปรแกรมที่ใช้ในการคำนวณโดยใช้โปรแกรมภาษาเบสิก (Basic) และเรียกโปรแกรมที่เก็บข้อมูลมาใช้ร่วมกัน โดยให้เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณแจกแจงนับความถี่ของรายการข้อมูลแต่ละรายการ และนำเสนอเป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ

รูปแบบการเสนอผลงานวิจัย

บทที่ ๑ กล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา สมมติฐานในการศึกษา วิธีการศึกษา แบบแผนในการสุ่มตัวอย่าง งานสนาม การประมวลผลและการวิเคราะห์แปลความหมาย

บทที่ ๒ ความเป็นมาของกิจการฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย

บทที่ ๓ การดำเนินงานทางด้านการตลาด

บทที่ ๔ แสดงการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ ๕ สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ