



บทที่ ๕

## สรุปและข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสอบถามจากนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐบาลและเอกชนสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

#### ๑. คุณสมบัติของประชากรตัวอย่าง

ประชากรตัวอย่างที่ทำการสำรวจในครั้งนี้มีจำนวน ๕๐๐ ราย เป็นเพศชายและเพศหญิง ในจำนวนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง ๑๘ - ๒๓ ปี มีรายรับอยู่ในช่วง ๑,๐๐๑-๑,๕๐๐ บาทต่อเดือน โดยพักอาศัยอยู่กับบิดา-มารดา

#### ๒. พฤติกรรมในอดีตและปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

๒.๑ นักศึกษาประมาณร้อยละ ๔๕ เคยใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ด ซึ่งประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นักศึกษาชอบรับประทานมากที่สุด คือ ไก่ทอด รองลงมาได้แก่โดนัท และแฮมเบอร์เกอร์ ส่วนประเภทของเครื่องดื่มที่นักศึกษาชอบมากที่สุดคือ น้ำอัดลม รองลงมาได้แก่ น้ำผลไม้/น้ำหวาน และชา/กาแฟ

๒.๒ นักศึกษาส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไปใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดว่าใช้เป็นสถานที่นัดพบมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อนชักชวน และต้องการเปลี่ยนรสชาติอาหาร ส่วนมูลเหตุจูงใจสำคัญที่สุดที่ทำให้นักศึกษาเข้าไปใช้บริการเป็นครั้งแรกคือ เพื่อนชักชวน รองลงมาได้แก่ เห็นว่าเป็นกิจการใหม่ อยากลองใช้บริการ และการตกแต่งร้านดึงดูดใจ

๒.๓ นักศึกษานิยมไปใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้ามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ร้านฟาสต์ฟู้ดที่ตั้งอยู่ตามแนวถนน

๒.๔ นักศึกษาไปใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ด โดยเฉลี่ยเดือนละ ๒-๔ ครั้ง

๒.๕ ช่วงเวลาที่นักศึกษาชอบไปใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดมากที่สุดคือ ในช่วง ๑๓.๐๑-๑๗.๐๐ น. นักศึกษาที่เข้าไปใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่จะรับประทานที่ร้าน โดยใช้เวลาในการรับบริการประมาณ ๑๖-๔๕ นาที และใช้จ่ายเงินเป็นค่าอาหารโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า ๕๐ บาท

๒.๖ สิ่งที่ทำให้นักศึกษารู้จักร้านฟาสต์ฟู้ดมากที่สุดคือ เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณา ส่วนสิ่งที่ทำให้นักศึกษาทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือป้ายโฆษณา และหนังสือพิมพ์

๒.๗ ร้านฟาสต์ฟู้ดที่นักศึกษาไปใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด คือ ร้าน Dunkin' Donuts รองลงมาได้แก่ ร้าน A&W และร้าน Kentucky Fried Chicken โดยมีเหตุผลที่ไปใช้บริการเป็นประจำดังนี้คือ

ร้าน Dunkin' Donuts เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้นักศึกษาไปใช้บริการเป็นประจำคือ มีสาขามาก/ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาได้แก่ รสชาติอาหารถูกปาก อาหารและสถานที่สะอาด

ร้าน A&W เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้นักศึกษาไปใช้บริการเป็นประจำคือ รสชาติอาหารถูกปาก รองลงมาได้แก่ มีสาขามาก/ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อาหารและสถานที่สะอาด

ร้าน Kentucky Fried Chicken เหตุผลสำคัญที่สุดที่นักศึกษาไปใช้บริการเป็นประจำ คือ รสชาติอาหารถูกปาก รองลงมาได้แก่ มีสาขามาก/ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อาหารและสถานที่สะอาด

๓. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษามากที่สุดในการเลือกตรयीหรือร้านฟาสต์ฟู้ดที่ให้บริการอาหารประเภทรับประทานอิม คือ รสชาติ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษามากที่สุดในการเลือกตรयीหรือร้านฟาสต์ฟู้ดที่ให้บริการอาหารว่าง คือ ทำเลที่ตั้ง

๔. ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้นักศึกษามีความภักดีต่อตรयीหรือร้านฟาสต์ฟู้ดคือ รสชาติอาหาร รองลงมาได้แก่ มีสาขามาก/ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง อาหารและสถานที่สะอาด

๕. ความคิดเห็นที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

๕.๑ ด้านรสชาติ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่ารสชาติอาหารและเครื่องดื่มของร้านฟาสต์ฟู้ดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่อนข้างดี

๕.๒ ด้านทำเลที่ตั้ง นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทำเลที่ตั้งของร้านฟาสต์ฟู้ดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่อนข้างดี

๕.๓ ด้านการตกแต่งร้าน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การตกแต่งร้านฟาสต์ฟู้ดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่อนข้างดี

๕.๔ ด้านความสะอาด นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ความสะอาดของร้านฟาสต์ฟู้ด อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่อนข้างดี

๕.๕ ด้านความรวดเร็ว นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าความรวดเร็วในการให้บริการ ของร้านฟาสต์ฟู้ดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่อนข้างดี

๕.๖ ด้านมารยาทของพนักงาน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามารยาทของพนักงาน ฟาสต์ฟู้ดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

๕.๗ ด้านราคา นักศึกษามีความเห็นว่าราคาอาหารและเครื่องดื่มของร้านฟาสต์ฟู้ดอยู่ใน เกณฑ์ปานกลาง ค่อนข้างแพง

## ๖. พฤติกรรมในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม

๖.๑ นักศึกษาที่เคยใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดและยังคงใช้บริการอยู่ คิดเป็นร้อยละ

๙๗.๗ สำหรับนักศึกษาที่เลิกใช้บริการแล้วคิดเป็นร้อยละ ๒.๓ โดยให้เหตุผลที่เลิกใช้บริการว่าราคาอาหาร แพงเกินไป

๖.๒ นักศึกษาที่เคยใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมของนักศึกษา ที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในอนาคตว่า กิจการร้านฟาสต์ฟู้ดจะได้รับความนิยมจากนักศึกษาเพิ่มขึ้น

๖.๓ นักศึกษาที่เคยใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่เคยใช้บริการที่ศูนย์อาหารด้วย และเมื่อให้เปรียบเทียบความชอบที่มีต่อร้านฟาสต์ฟู้ด และศูนย์อาหาร นักศึกษาส่วนใหญ่ของศูนย์อาหาร มากกว่าร้านฟาสต์ฟู้ด

๖.๔ นักศึกษาที่ไม่เคยใช้บริการร้านฟาสต์ฟู้ด กล่าวถึงสาเหตุสำคัญที่สุดที่ไม่เคยใช้บริการ ที่ร้านฟาสต์ฟู้ดคือคิดว่ารราคาอาหารแพงเกินไป สถานที่ทรูหราเกินไปไม่กล้าเข้า และไม่ชอบอาหารประเภทนี้ แต่มีบางส่วนของนักศึกษาที่ไม่เคยใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดคิดว่าในอนาคตจะใช้บริการ ส่วนร้านฟาสต์ฟู้ดที่ นักศึกษาเหล่านี้จะเลิกใช้บริการเป็นอันดับแรกคือ ร้าน Mister Donut และร้าน Dunkin' Donuts เท่ากัน โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่เลิกใช้ว่าคิดว่ารราคาดีคงอร่อยทั้งสองร้าน

## ๗. การทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่า

๗.๑ ทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อการใช้บริการของนักศึกษา

๗.๒ นิสิตชายและนิสิตหญิงนิยมใช้บริการไม่แตกต่างกัน

๗.๓ การโฆษณาไม่ได้มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกตราสินค้า

๗.๔ กิจการร้านฟาสต์ฟู้ดจะเป็นที่นิยมของนิสิตนักศึกษาในอนาคตมากยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในเรื่องทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อกิจการร้านฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานครนี้ มุ่งที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจประเภทนี้ ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของตน อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่ต้องการจะลงทุนในธุรกิจฟาสต์ฟู้ดต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ที่กำลังประกอบธุรกิจฟาสต์ฟู้ดในปัจจุบัน

๑. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านฟาสต์ฟู้ดที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากบรรดานิสิต นักศึกษาอยู่แล้ว ส่วนใหญ่ จะเป็นร้านที่มีการปรับปรุงรูปแบบ และรสชาติของอาหารอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงไม่ควรหยุดการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยควรเน้นถึงรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งนี้เพราะว่า จากการศึกษาในเรื่องนี้ทำให้ทราบว่ารสชาติอาหารเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการเลือกตรายี่ห้อร้าน และก่อให้เกิดความภักดีต่อตรายี่ห้อร้านด้วย ดังนั้นกิจการควรศึกษาถึงรสชาติอาหารและเครื่องดื่มที่ถูก รสนิยมผู้บริโภคกลุ่มนี้ โดยการออกแบบสอบถามที่เน้นในเรื่องรสชาติ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง และเพิ่มรายการอาหารและเครื่องดื่มที่มีรสชาติแปลกใหม่ออกมาอยู่เสมอ เพื่อ ดึงดูดใจให้กลุ่มเป้าหมาย (Target group) ที่เป็นนิสิตนักศึกษาเข้ามาใช้บริการบ่อยครั้งขึ้น

๒. ด้านราคา เมื่อมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อออกจำหน่าย ทางกิจการควรคำนึงถึงราคา จำหน่ายด้วย ซึ่งควรจะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับราคาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่กิจการ จำหน่ายมีหลายระดับราคา เป็นการดึงดูดใจให้นักศึกษาเข้ามาใช้บริการบ่อยครั้งขึ้น ส่วนราคาผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่เดิม นั้น ก็ควรที่จะตรึงราคาไว้ในระดับที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้นานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพราะเมื่อ ราคาอาหารชนิดอื่น ๆ ขึ้นราคา ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าราคาอาหาร และเครื่องดื่มของ กิจการถูกลง เป็นการช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีในด้านราคาให้แก่กิจการ และยังสามารถทำให้ผู้ที่เลิกใช้กิจการ เพราะว่าราคาอาหารแพงเกินไป รวมทั้งผู้ไม่เคยเข้าใช้บริการเลยเพราะคิดว่าราคาอาหารแพงเกินไป กลับมาใช้บริการอีกก็เป็นได้ ซึ่งก็ยิ่งช่วยให้กิจการประเภทนี้ไปได้ไกลยิ่งขึ้น

๓. ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่ ร้านฟาสต์ฟู้ด ดังนั้นในการขยายสาขาของกิจการ ควรจะตั้งในทำเลใกล้กับสถานศึกษา หรือที่สามารถ เดินทางไปใช้บริการได้สะดวก ส่วนสาขาที่เปิดกิจการมานานแล้วก็ควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการ ตกแต่งทั้งภายในและภายนอกร้านให้แปลกใหม่อยู่เสมอ โดยใช้วัสดุที่มีสีสัน สวยสด สะอาดตา ในขณะที่เดียวกันก็ต้องคงเอกลักษณ์ของร้านไว้ด้วย นอกจากนี้ร้านฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่เป็นห้องปรับอากาศ

ดังนั้นควรปรับปรุงระบบระบายอากาศเพื่อจัดควันทูหรือและกลิ่นบูหรือให้หมดไปด้วยความรวดเร็วกว่าที่เป็นอยู่ ความสะอาดของห้องสุขาก็มีความสำคัญ ควรให้พนักงานทำความสะอาดห้องสุขา และควบคุมดูแลความสะอาดเรียบร้อยของห้องสุขาอย่างสม่ำเสมอ

๔. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ในส่วนของการโฆษณา ทางกิจการฟาสต์ฟูดทุกแห่งควรเปลี่ยนเป้าหมายการโฆษณาจากเพียงเพื่อให้รู้จักกิจการมาเป็นการโฆษณาเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคิด โดยพยายามกระตุ้นให้นักศึกษาบริโภคอาหารฟาสต์ฟูดแทนอาหาร อย่างอื่นให้มากกว่านี้ โนมิน่าวให้นักศึกษารู้สึกว่าอาหารฟาสต์ฟูดสามารถรับประทานอิมได้ ทั้งยังให้คุณค่าทางอาหารครบถ้วนตามที่ร่างกายต้องการ และที่สำคัญที่สุดคือต้องเน้นด้านรสชาติอาหาร สื่อการโฆษณาที่ควรใช้ควรเลือกสื่อทางโทรทัศน์ควบคู่ไปกับป้ายโฆษณา โดยผู้โฆษณาควรใช้การโฆษณาทางโทรทัศน์สักชั่วระยะเวลาหนึ่ง แล้วหยุดโฆษณา ขณะเดียวกันก็ใช้ป้ายโฆษณากลางแจ้งติดตั้งในบริเวณที่ใกล้กับสถานศึกษา และอยู่ในทำเลที่นักศึกษาสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ป้ายโฆษณานี้ควรชักชวนให้นักศึกษาไปใช้บริการในสาขาที่ใกล้ที่สุด การที่ใช้ป้ายโฆษณาช่วยส่งเสริมการโฆษณาทางโทรทัศน์อีกทางหนึ่ง ก็เพราะว่าค่าใช้จ่ายในระยะยาวของการโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising) ถูกกว่าสื่อโฆษณาทุกประเภท<sup>๑</sup>

ในส่วนของการส่งเสริมการขายนั้น แม่ว่านักศึกษาจะไม่ได้ให้ความสำคัญเท่ากับรสชาติอาหาร และทำเลที่ตั้ง แต่ทางกิจการก็ควรจัดทำโดยเฉพาะในช่วงปิด-เปิดเทอม เพื่อเป็นการแสดงให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้รู้สึกว่าทางกิจการยังระลึกถึงพวกเขาอยู่เสมอ ควรหาสิ่งของแปลก ๆ ใหม่ ๆ เพื่อนำมาเป็นของแถม หรือขายให้ในราคาพิเศษ เป็นการชักจูงใจให้นักศึกษามาใช้บริการมากขึ้น

๕. ด้านการบริการ ผู้บริหารควรเอาใจใส่และปรับปรุงแก้ไขในด้านมารยาทของพนักงานอย่างจริงจัง โดยเฉพาะพนักงานบริการที่เคาน์เตอร์ หรือพนักงานขายที่มีหน้าที่ให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรง ในการอบรมพนักงานใหม่ก่อนที่จะเข้ามาทำงาน ควรเน้นเรื่องกริยามารยาท การปฏิบัติตนต่อลูกค้าว่าต้องสุภาพ เรียบร้อย ยิ้มแย้ม แจ่มใส ส่วนพนักงานเก่าทางกิจการก็ควรจัดให้มีการฝึกรอบรมใหม่ โดยเน้นเรื่องมารยาทการปฏิบัติงานต่อลูกค้าเช่นกัน ภายหลังจากนั้นให้ผู้จัดการสาขาเป็นผู้ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน และควรให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการประเมินผลด้วย โดยมีกล่องรับความคิดเห็นจาก

<sup>๑</sup> มนัญญา แสงหิรัญและคณะ. การส่งเสริมการขาย (ตอน ๒) (กรุงเทพมหานคร :

ลูกค้า เปิดโอกาสให้ลูกค้าระบุชื่อพนักงานที่ปฏิบัติต่อลูกค้าไม่ดี ดังนั้นแบบฟอร์มที่พนักงานสวมใส่ควรติดป้ายชื่อด้วย นอกจากนี้ควรเสริมบริการด้านอื่น ๆ ด้วย เป็นต้นว่าจากการวิจัยทำให้ทราบว่านักศึกษาชอบเข้าใช้บริการในช่วงบ่ายถึงเย็น ในช่วงนี้ก็ควรเปิดเพลงที่กำลังได้รับความนิยมจากคนวัยนี้

ข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ต้องการลงทุนในกิจการฟาสต์ฟู้ดในอนาคต ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางอย่างกว้าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ ดังนี้

๑. ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถเลือกลงทุนได้ทั้งกิจการที่ให้บริการอาหารประเภทรับประทานอิม (Full meal Service) หรืออาหารว่าง (Snack Services) ก็ได้ ซึ่งสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้พอ ๆ กัน ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดจะต้องมีมากพอให้เลือกตามความพอใจ และควรศึกษาในด้านรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกรสนิยมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ศึกษานักศึกษาอย่างละเอียด

๒. ด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม ควรมีราคาไม่สูงมากจนลูกค้ากลุ่มนี้ไม่สามารถใช้บริการได้ ในการกำหนดราคานอกจากจะดูระดับราคาของกลุ่มแข่งขันในกิจการประเภทเดียวกันแล้ว ก็ควรคำนึงถึงราคาของผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้ด้วย เช่น ศูนย์อาหาร (Food Center)

๓. ด้านการจัดจำหน่าย ควรตั้งอยู่ในย่านการค้าที่มีการสัญจรไปมาสะดวก หรือตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ เพราะปัจจุบันนี้นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นชอบเดินตามศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้ามาก และต้องมีการขยายสาขาออกไปด้วย เพราะว่าเมื่อมีสาขามากขึ้น จำนวนวัตถุดิบก็ต้องซื้อในปริมาณที่สูงขึ้น ทำให้มีอำนาจการต่อรองราคาสูง ได้รับส่วนลดตามปริมาณ เป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตลดต่ำลง

๔. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ในระยะที่เปิดกิจการควรทำการโฆษณาเพื่อให้นักศึกษารู้จักกิจการ เชิญชวนให้มาลองรับประทาน สื่อการโฆษณาควรใช้คือ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ และทำเลที่ใกล้กับสถานศึกษาด้วย ในวันเปิดกิจการควรลดราคาให้เป็นพิเศษสำหรับกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา เพื่อว่าจะได้จูงใจให้ลองรับประทานดู เพื่อที่ว่าลูกค้าที่เป็นนักศึกษากลุ่มแรกจะเข้าไปชักชวนกลุ่มเพื่อนมาใช้บริการต่อไป เพราะการโฆษณาแบบปากต่อปาก (word of mouth advertising) ใช้ได้ผลดีในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้

๕. ด้านชื่อเสียงของกิจการหรือของตรายี่ห้อ ผู้ลงทุนควรไตร่ตรองและตัดสินใจก่อนว่าจะเลือกลงทุนโดยชื่อสิทธิทางการค้าจากต่างประเทศ หรือจะเปิดขึ้นเองโดยใช้ชื่อ ตรายี่ห้อ สูตรกรรมวิธีการผลิตของตนเอง ถ้าเป็นตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ ส่วนมากก็จะเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมกันทั่วโลก จึงเป็นการง่ายที่จะเข้าสู่ตลาด แต่ผู้ลงทุนก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดต่อตั้งก่อนเปิด

และเปิดแล้ว รวมทั้งค่าใช้สิทธิ (Franchise Fee) นั้นสูงมาก แต่ถ้าผู้ลงทุนต้องการเปิดเองนั้นควรที่จะประยุกต์รูปแบบวิธีการดำเนินธุรกิจในระบบแฟรนไชส์มาใช้ประโยชน์ และจ้างผู้บริหารที่เป็นผู้ที่มีความสามารถระดับชาติมาบริหารงานกิจการก็น่าจะไปได้ นอกจากนี้ยังมีความคล่องตัวในด้านการปรับในเรื่องรสชาติอาหารและการบริการได้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของคนไทยได้อีกด้วย และที่สำคัญที่สุดเมื่อมีกำไรก็ไม่ต้องนำส่งบริษัทแม่ที่ต่างประเทศ

๖. ด้านการบริการ การบริการที่ดีสะดวกรวดเร็วและเป็นมิตร เป็นหัวใจในการบริการธุรกิจฟาสต์ฟู้ด กิจการฟาสต์ฟู้ดให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่เคาน์เตอร์ (Counter Service) ลูกค้าจะต้องบริการตนเองในการสั่งซื้อ จ่ายเงิน และยกอาหารรับประทานเอง พนักงานขายที่เคาน์เตอร์จึงมีความสำคัญมาก ดังนั้นควรคัดเลือกพนักงานขายที่มีรูปร่างหน้าตาดี บุคลิกดี มีกิริยามารยาทสุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้า ในขณะที่เดียวกันก็สามารถทำงานได้รวดเร็วมีประสิทธิภาพสูง

นอกจากนี้ผู้เขียนยังมีความเห็นว่า กิจการฟาสต์ฟู้ดที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องเป็นกิจการที่จำหน่ายอาหารที่มีคุณภาพดี รสชาติอร่อยถูกกับรสนิยมของคนไทย สะอาด ถูกหลักอนามัย ให้บริการที่รวดเร็ว โดยพนักงานที่มีมารยาทสุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส แต่ที่สำคัญต้องมีราคาถูกด้วย ดังนั้นควรจะเน้นเรื่องราคาถูก ประหยัด คุ่มค่า นอกเหนือไปจากคุณภาพ (Quality) การบริการ (Service) และความสะอาด (Cleanliness)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย