

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	การสำรวจข้อมูลทางการตลาดด้านผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ “ร้านป๊อปปายส์” ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	
ชื่อผู้เขียน	นายชัยพรพรหม จารุญญ	
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	สาขาวิชาบริหารธุรกิจ	
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชชานติ	ประธานกรรมการ
	อาจารย์รณีส เสริมบุญสร้าง	กรรมการ
	อาจารย์นฤมล กิมภากรณ์	กรรมการ
	บทคัดย่อ	

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การสำรวจข้อมูลทางการตลาดด้านผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ “ร้านป๊อปปายส์” ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและสำรวจข้อมูลทางการตลาดด้านผู้บริโภคสำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ ภายใต้ชื่อป๊อปปายส์ ซึ่งเป็นร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ภัตตาคารที่จะตั้งในสถานบริการน้ำมันเชลล์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการที่สถานบริการน้ำมันเชลล์จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีเจาะจงผู้บริโภคที่กำลังใช้บริการที่สถานบริการน้ำมันเชลล์ ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 สถานบริการ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย การรายงานผลการศึกษาโดยวิธีการบรรยายความเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 56.0 เป็นเพศหญิงร้อยละ 44.0 ส่วนใหญ่ร้อยละ 55.5 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาร้อยละ 30.0 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ร้อยละ 58.5 สมรสร้อยละ 40.5 ทางด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ร้อยละ 58.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ปวส.และสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13.5 ในส่วนของอาชีพนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.5 นอกจากนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 31.5 มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท รองลงมาร้อยละ 20.0 มีระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาท จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากจะใช้บริการที่สถานบริการน้ำมันเชลล์แล้วยังใช้บริการที่สถานบริการน้ำมัน ปตท.ร้อยละ 55.5 รองลงมาใช้บริการที่สถานี

บริการเอสโซ่ ร้อยละ 48.5 การมาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน คำนึงถึง คุณภาพน้ำมันเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ราคา น้ำมัน และ ความสะดวกของทำเลที่ตั้ง และ ลักษณะบริการที่นิยมมาใช้ในสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ เติมน้ำมัน เติมลมยาง และใช้บริการห้องน้ำ มูลค่าในการมาใช้บริการเติมน้ำมันโดยเฉลี่ย 201-300 บาท ส่วนการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการ พบว่าเคยใช้บริการร้อยละ 94.5 โดยมูลค่าในการใช้บริการต่อครั้งเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาท ประเภทของสินค้าที่ซื้อได้แก่ เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว อาหารฟาสต์ฟู้ด และมักจะมาใช้บริการในเวลาที่เกิดความสะดวก

ส่วนการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด พบว่าเคยใช้บริการร้อยละ 93.5 อาหารที่ชอบรับประทานได้แก่ ไก่ทอด พิซซ่า มักจะไปใช้บริการพร้อมเพื่อน รองลงมาคือครอบครัว ความถี่ในการมาใช้บริการ 1-3 ครั้ง ต่อเดือน จุดประสงค์ในการมาใช้บริการ เพื่อเป็นอาหารว่าง และเป็นจุดนัดพบ มูลค่าในการมาใช้บริการโดยเฉลี่ยครั้งละ มากกว่า 200 บาทขึ้นไป โดยได้รับข่าวสารข้อมูลจากทีวี และ ป้ายโฆษณา

ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ป๊อปปายส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่มีการจัดตั้งร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานีบริการน้ำมัน ร้อยละ 86.5 มีผู้ที่เคยรู้จักร้านป๊อปปายส์ ร้อยละ 35.5 จะมาใช้บริการที่ร้านป๊อปปายส์ ร้อยละ 38.5 มีกลุ่มที่ยังไม่แน่ใจที่จะมาใช้บริการ ร้อยละ 50.5 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยจะมาใช้บริการเมื่อเห็นว่าสะดวกหรือ เมื่อมาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันเชลล์ ส่วนจำนวนค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะมาใช้บริการต่อครั้ง 101-150 บาท

ความความคิดเห็นด้านปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ป๊อปปายส์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยดังกล่าวตามลำดับดังนี้ ด้านสถานที่ตั้ง ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้ง มีที่จอดรถที่สะดวก และ ร้านอาหารที่สะอาด ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ด้านราคาผู้บริโภคต้องการให้มีการกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน เหมาะสมคุ้มค่างกับราคาของอาหาร สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านของการส่งเสริมโดยพนักงานขาย ในด้านพนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว บุคลิกภาพและมารยาท และการแต่งกายของพนักงานขาย

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่สนใจจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ที่สถานีบริการน้ำมันเชลล์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่คือ เพศชาย อายุ 20-40 ปี มีระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ และ พนักงานบริษัท

Independent Study : Market Survey in Consumer of Franchise Business for “Popeyes” in Shell Petroleum Service Station in Amphoe Mung Changwat Chiangmai

Author : Mr. Chaiyapas Charoon

M.B.A. : Business Administration

Examining Committee :

Assoc. Prof.	Sirikiat	Ratchusanti	Chairman
Lecturer	Renus	Sermboonsang	Member
Lecturer	Naruemon	Kimpakorn	Member

ABSTRACT

The independent study of “Market Survey in Consumer of Franchise Business for Popeyes in Shell Petroleum Service Station in Amphoe Muang, Changwat Chiangmai” aims to study and survey consumer marketing data for franchise Firechicken business in “Popeyes” name which will set up in Shell Petroleum service station Amphoe Muang, Changwat Chiangmai

In this study, the data was collected from 200 users who came to use service at Shell Petroleum service station by using questionnaires. The sample were chosen by Purposive Sampling among motorists from 20 outlets of Shell Petroleum service station in Amphoe Muang, Changwat Chiangmai. The collected data were analyzed percentage and arithmetic mean are shown in this descriptive presentation.

The result of this study showed that the respondents were men 56.0% and women 44.0%, and most of them aged between 20-30 years old were 55.5% and aged between 31-40 years old were 30.0%, 58.5% were single and 40.5% married, 58.0% finished bachelor degree and 13.5% finished from Master degree and Ph.D. as the same. They worked at Company Co. Ltd. were 30.5% and 22.5% worked at Government Organization and had salary average 5,000-10,000 Baht 31.5% and 20.0% higher than 20,000 Baht per month. All of the samples liked to use service at PTT 55% and ESSO 48.5% beside of Shell. When they wanted to fill up fuel, they concerned about quality first, Price and Place were second. Fuel filling and Toilet which were motorist liked to use at Petroleum Service Station. Average expenses for fuel

was 201-300 Baht per time ,and they used to come at Convenience Stores in Petroleum Service Station were 94.5% and purchased beverage ,snacks and fastfood with average spending 50-100 Baht per time.They would come to use service when they feel convenience.

Consumers used to come at Fastfood Shop were 93.5%,they liked to eat firechicken and Pizza. Normally, they would go to fastfood shop with their friend and family 1-3 time per month.The purpose of eating for light meal and appointment with anybody, average expenses for fastfood was over 200 Baht and they received messages from TV and Billboard.

The respondents' opinion about "Popeyes" fastfood shop showed that the 86.5% of all the motorist agreed to have fastfood Shop in Petroleum Service Station, knowing "Popeyes" fastfood 35.5% of all, expecting to use services at Popeyes Shop 38.5% of motorist and the 50.5% of all were not sure to use service at Popeyes Shop. They planed to use service at Popeyes fastfood shop when they came to fill fuel and used other service at Petroleum Service Station and expected to pay 101-150 Baht for each purchasing at Popeyes fastfood shop .

The marketing factors which effected on the motorist decision to use service at fire chicken Popeyes Shop were given the important level as follows : place, motorist expected to see healty and cleaning shop it should be convenience to come at fastfood shop and had area for car park ; product, testy and quality was necessary; for Pricing, motorist liked to see price standardize and suitable between their payment and foods. .Moreover, for Promotion, motorist concerned about sales promotion by sales force and expected to get good caring and quickly service from attendant or staff who had good personality.

In addition, the study result found the consumers who interested to use service at Popeyes fastfood shop in Shell Petroleum in Amphoe Muang Chiangmai were men ,most of them aged between 20-40 years old and had salary average 5,000-10,000 Baht, finished bachelor degree and worked at Government Organization and Company.