

บทที่ 5

การสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การสำรวจข้อมูลทางการตลาดด้านผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจเฟรนไชส์ ร้านป๊อปปายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยออกเป็นส่วนๆ โดยประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไป ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรถที่ใช้

ส่วนที่ 2 การใช้บริการที่สถานีน้ำมัน ประกอบด้วย ยี่ห้อของน้ำมันที่นิยมใช้ การคำนึงถึงสิ่งจูงใจในการมาใช้บริการ ลักษณะของบริการที่เข้ามาใช้ในสถานบริการน้ำมัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน ลักษณะของสิ่งของหรือสินค้าที่นิยมซื้อ และเวลาที่มาใช้บริการที่สถานบริการน้ำมัน

ส่วนที่ 3 การใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ประกอบไปด้วย การรู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด การเคยใช้บริการ การเคยใช้บริการในแต่ละยี่ห้อ ประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ชอบ บุคคลที่ไปใช้บริการด้วย ความถี่ในการไปใช้ วัตถุประสงค์ของการไปใช้ ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง การทราบข่าวและข้อมูลของร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน ภายใต้ชื่อป๊อปปายส์ ประกอบไปด้วย การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน การรู้จักหรือได้ยินชื่อร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ การมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ การแสดงความคิดเห็นที่จะมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ที่สถานบริการน้ำมันเชลล์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ถ้าหากมีการจัดตั้งในอนาคต โอกาสที่จะมาใช้บริการ เวลาที่จะมาใช้บริการและค่าใช้จ่ายที่จะมาใช้บริการ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ ระดับรายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ผลัดกันท์ ราคา สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมการขายโดยบุคลากร ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 56.0 เพศหญิง ร้อยละ 44.0 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 55.5 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 30.0 สถานภาพโสด ร้อยละ 58.5 รองลงมาสถานภาพสมรส ร้อยละ 40.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58 รองลงมาระดับ ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรีซึ่งมีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 13.5 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30.5 รองลงมาเป็นอาชีพรับราชการ ร้อยละ 22.5 นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 14.5 รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้ระดับ 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 31.5 รองลงมาระดับ มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 20 รถที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นรถยี่ห้อโตโยต้า ร้อยละ 30.0 เป็นรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ร้อยละ 15.5 และรถยี่ห้ออื่นๆ ร้อยละ 15.0

ส่วนที่ 2 การใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

จากข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่านอกจากจะใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันเชลล์แล้วยังใช้บริการที่สถานีบริการ ปตท. ร้อยละ 55.5 รองลงมาใช้บริการที่สถานีบริการเอสโซ่ ร้อยละ 48.5 ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการน้ำมันดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ คุณภาพน้ำมัน ลำดับที่ 2 คือราคาของน้ำมัน และ ลำดับที่ 3 คือความสะดวกของท่ารถที่ตั้ง

วัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมัน เติมน้ำมัน ร้อยละ 98 รองลงมา เติมนมยาง ร้อยละ 77.5 และมาใช้บริการห้องน้ำ ร้อยละ 62

ยอดค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยในแต่ละครั้ง รถยนต์ครั้งละ 201 – 300 บาท ร้อยละ 33.5 รองลงมา ครั้งละ 301 – 400 บาท ร้อยละ 26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันเคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน ร้อยละ 94.5 และไม่เคยใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน ร้อยละ 5.5

ยอดค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันเฉลี่ยในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 50 - 100 บาท ร้อยละ 41.2 รองลงมาต่ำกว่า 50 บาท ร้อยละ 22.7

รายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นประจำในร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่เครื่องดื่ม ร้อยละ 90.5 รองลงมา ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 81.5 และ อาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 27.5

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่มักจะมาตามสะดวก เวลาไม่แน่นอน ร้อยละ 47.5 รองลงมา ช่วงเวลา 15.01 – 18.00 ร้อยละ 15.5

ส่วนที่ 3 การใช้บริการธุรกิจฟาสต์ฟู้ด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เค เอฟ ซี ร้อยละ 96.5 รองลงมา พิชซ่าอ้า ร้อยละ 91.0 และ แมคโดนัลด์ ร้อยละ 85.5 ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 93.5 และไม่เคยใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 6.5 ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เคยไปใช้บริการ ได้แก่ เค เอฟ ซี ร้อยละ 98.4 รองลงมา พิชซ่า ร้อยละ 87.2 อาหารฟาสต์ฟู้ดที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ ไก่ทอด ร้อยละ 85.0 รองลงมา พิชซ่า ร้อยละ 69.5 บุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามพาไปทานอาหารฟาสต์ฟู้ดด้วย ได้แก่ เพื่อน ร้อยละ 74.9 รองลงมา ไปกับครอบครัวและลูก ร้อยละ 41.7 ความถี่ในการไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ต่อหนึ่งเดือน จำนวน 1-3 ครั้ง ร้อยละ 71.7 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นอาหารว่าง ร้อยละ 61.0 เป็นจุดนัดพบ ร้อยละ 42.2 จำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละครั้ง มากกว่า 200 บาทขึ้นไป ร้อยละ 45.5 และ ครั้งละ 50 -100 บาท ร้อยละ 14.9 ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจาก ทิวี ร้อยละ 77.5 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 72.2 และ แผ่นพับใบปลิว ร้อยละ 58.3

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น การใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ในสถานบริการน้ำมัน ภายใต้ชื่อป๊อปปายส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยที่มีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานบริการน้ำมัน ร้อยละ 86.5 และไม่เห็นด้วย ร้อยละ 13.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นด้วยให้เหตุผลว่า สะดวกต่อการมาใช้บริการ ร้อยละ 79.8 และมีที่จอดรถสะดวก ร้อยละ 61.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เห็นด้วยให้เหตุผลว่า อาหารกับ น้ำมันควรอยู่แยกกัน ร้อยละ 55.5 กลัวอาหารไม่สะอาด ร้อยละ 25.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยรู้จักหรือเคยได้ยืมร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดชื่อร้านป๊อปปายส์ ร้อยละ 64.5 และ เคยรู้จักหรือเคยได้ยืมชื่อ ร้อยละ 35.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยได้ยืมหรือรู้จักร้านป๊อปปายส์ เคยไปใช้บริการป๊อปปายส์ที่กรุงเทพฯ ร้อยละ 64.8 เคยได้ยืมชื่อแต่ยังไม่เคยใช้บริการ ร้อยละ 33.8 และ เคยใช้บริการในต่างประเทศ ร้อยละ 1.4 ถ้าหากมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดไก่ทอดป๊อปปายส์ตั้งในสถานบริการน้ำมันเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ยังไม่แน่ใจว่าจะมาใช้บริการ ร้อยละ 50.5 จะมาใช้บริการ ร้อยละ 38.5 และไม่มาใช้บริการ ร้อยละ 11.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มาใช้บริการให้เหตุผลว่า ยังไม่รู้จักตัวสินค้า ร้อยละ 72.7 ไม่มั่นใจในคุณภาพ และ รสชาติ ร้อยละ 50.0 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่คาดว่าจะมาใช้บริการ และผู้ที่ยังไม่แน่ใจ ถ้าจะมาใช้บริการจะมา ทุกโอกาสที่คิดว่าสะดวก ร้อยละ 51.1 และเมื่อมาใช้บริการที่สถานบริการน้ำมันเขตโดยเฉพาะ ร้อยละ 16.9 วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดชื่อ

ปีอปอายุส่วนใหญ่จะมาวันที่คิดว่าสะดวก ร้อยละ 76.9 และ วันเสาร์ – อาทิตย์ ร้อยละ 17.4 จำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะมาใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดปีอปอายุแต่ละครั้งประมาณ 101–150 บาท ร้อยละ 28.7 และ ครั้งละ 50 – 100 บาท ร้อยละ 27.5

กลุ่มอายุที่คาดว่าจะมาใช้บริการอยู่ในช่วง 20-30 ปี รองลงมาได้แก่กลุ่มอายุ 31-40 ปี โดยส่วนใหญ่เป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นข้าราชการ และ นักเรียน และเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท รองลงมา ได้แก่ กลุ่มรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท และกลุ่มที่ยังไม่แน่ใจเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในอนาคต คือกลุ่มอายุ 20-30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มที่มีระดับรายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาท รองลงมา ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านการตลาดสำหรับตลาดบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาในด้าน ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ความคุ้มกับราคาของอาหาร และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่แพง

ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยด้านสถานที่ตั้งในด้าน ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และ ร้านอาหารที่สะอาด อุปกรณ์ภาชนะสะอาด มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นในด้านการส่งเสริมการขายโดยพนักงาน ในด้านพนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน บุคลิกภาพมารยาทดี

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ อาชีพ รายได้ กับปัจจัยด้านการตลาดสำหรับตลาดบริการจะพบว่า มีลักษณะต่างกัน ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับปัจจัยด้านการตลาดสำหรับตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับความสัมพันธ์ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี และ กลุ่มอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และความสดของอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในด้าน รสชาติของอาหาร และ มีความเป็นมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ความสดของอาหาร และมีความเป็นมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา กับความสัมพันธ์ด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน ตามอายุ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา ในด้านความคุ้มกับราคาของอาหาร และราคาอาหารเครื่องดื่มไม่แพง ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี และ กลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา ในด้าน ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา ในทุกๆด้านในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา ในทุกๆด้านความคุ้มกับราคาของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านสถานที่กับ ความสัมพันธ์ด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันตามอายุ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ กลุ่มอายุ 50ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสถานที่ในด้านทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ร้านอาหารที่สะอาด มีที่จอดรถเพียงพอ ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และ ร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 31-40 ปี และ กลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน มีที่จอดรถเพียงพอ และ ร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กับ ความสัมพันธ์ ด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน พนักงานแต่งกายสะอาด มีบุคลิกภาพมารยาทดี พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว มีการแจกคูปองส่วนลด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน มีบุคลิกภาพมารยาทดี ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านพนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน พนักงานแต่งกายสะอาด และมีบุคลิกภาพมารยาทดี ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านพนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน มีบุคลิกภาพมารยาทดี พนักงานให้การบริการเอาใจใส่อย่างเป็นกันเอง ในระดับมากที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับปัจจัยด้านการตลาดสำหรับตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับความสัมพันธ์ ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ และกลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพอื่นๆ อันได้แก่ อาจารย์มหาวิทยาลัย ลูกจ้างรายเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ความสดของอาหาร มีความเป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา กับความสัมพันธ์ด้านอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในทุกๆด้าน อันได้แก่ ราคาอาหาร และเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ความคุ้มกับราคาของอาหารการจัดราคาแบบเซ็ท ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ และ กลุ่มอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน และ ความคุ้มกับราคาของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านสถานที่ กับความสัมพันธ์ ด้านอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านสถานที่ในด้าน ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และ ร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน มีที่จอดรถเพียงพอ ร้านอาหารที่สะอาด ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ร้านอาหารที่สะอาด และ มีที่จอดรถเพียงพอ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านสถานที่ ในด้านร้านอาหารที่สะอาด ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และ ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ ร้านอาหารที่สะอาด และ มีที่จอดรถเพียงพอ ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กับความสัมพันธ์ ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านทุกๆด้าน อันได้แก่ บุคลิกภาพและมารยาทของพนักงาน พนักงานแต่งกายสะอาด พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ฯลฯ ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้านบุคลิกภาพและมารยาทของพนักงานชาย และ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน และ พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน พนักงานแต่งกายสะอาด มีบุคลิกภาพและมารยาทดี และ พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับความสัมพันธ์ ด้านรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในด้าน รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร และ ความมีมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา กับความสัมพันธ์ ด้านรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในทุกๆด้านอันได้แก่ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็น มาตรฐาน ความคุ้มกับราคาของอาหาร ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่แพง ราคาต่ำกว่าธุรกิจร้านขายไก่ทอดในธุรกิจประเภทเดียวกัน และการจัดราคาแบบเซ็ท ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้าน ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีระดับรายได้ มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้าน ความคุ้มกับราคาของอาหาร และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นมาตรฐาน ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านสถานที่ กับความสัมพันธ์ ด้านรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้านร้านอาหารที่สะอาด ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้านทุกๆด้าน อันได้แก่ ร้านอาหารที่สะอาด มีที่จอดรถเพียงพอ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน บรรยากาศภายในร้าน การตกแต่งสถานที่สวยงาม มีสถานที่นั่งพักและนั่งรอ ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 10,001-15,000 และกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ร้านอาหารที่สะอาด ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ มีที่จอดรถเพียงพอ มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน การตกแต่งสถานที่ และ บรรยากาศภายในร้าน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้าน ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความสะอาดของอุปกรณ์ภาชนะ มีที่จอดรถเพียงพอ มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน การตกแต่งสถานที่ และ บรรยากาศภายในร้าน ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กับความสัมพันธ์ ด้านรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า 5,000 บาท และ กลุ่มที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานบริการด้วยความรวดเร็วไม่รอนาน ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ระดับ 5,000-10,000 บาท และ กลุ่มที่มีรายได้ระดับ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้าน บุคลิกภาพและมารยาทของพนักงาน พนักงานแต่งกายสะอาด พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง มีพนักงานให้บริการเพียงพอ มีการแจกคู่มือส่วนลด และการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ระดับ มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในด้าน พนักงานให้บริการด้วยเร็วไม่รอนาน พนักงานมีบุคลิกภาพและมารยาทดี พนักงานแต่งกายสะอาด พนักงานให้บริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง และ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการสำรวจข้อมูลทางการตลาดด้านผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ “ร้านป๊อปปายส์” ในสถานบริการน้ำมันเชลล์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ใช้แนวความคิดการตลาดสำหรับบริการของ William J. Stanton พบว่าในด้านแนวความคิด การตลาดสำหรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญและใช้หลักเกณฑ์ต่างๆ ทั้ง 4 องค์ประกอบดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ จะพบว่าตัวผลิตภัณฑ์หลักคือ ไก่ทอดป๊อปปายส์ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จักหรือคุ้นเคย ดังนั้นความคาดหวังหรือความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์จึงให้ความสำคัญในด้านของรสชาติอาหาร คุณภาพของอาหาร จากการศึกษพบว่า รสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร และ ความสดของอาหาร เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ด้านราคา โดยทั่วไปผู้บริโภคมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ ด้วยราคาที่เหมาะสมและสมเหตุสมผลกับสินค้าหรือบริการที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในด้านราคาอาหารที่เป็นมาตรฐาน มีความคุ้มกับราคาของอาหาร โดยให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคยังต้องการให้มีการกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่แพง ซึ่ง

สอดคล้องกับแนวความคิด ของ William J. Stanton ที่ว่า การกำหนดราคาต้องคำนึงถึง อุปสงค์ความต้องการ ของตลาด และคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจเดียวกัน

ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการเป็นสิ่งสำคัญ มากโดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ จาก การศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ในเรื่อง ทำเลที่ตั้ง มีที่ จอดรถเพียงพอ และ ร้านอาหารที่สะอาด อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องตามแนวความคิด เนื่องจากร้าน อาหารฟาสต์ฟู้ด ป๊อปปายส์อยู่ในลักษณะที่ผู้บริโภคต้องเข้าไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้ บริการจัดเตรียมไว้ ซึ่งตามทฤษฎี การตลาดสำหรับบริการของ William ในด้านสถานที่บริการและ ช่อง ทางการจัดจำหน่ายจะพบว่าการเลือกทำเลที่ตั้งจะต้องอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคในการมาใช้บริการ โดยไม่เสียเวลาในการเดินทางมากนัก

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารและกำหนดตำแหน่งของการ บริการของธุรกิจในสายตาของผู้บริโภค และโดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การส่งเสริมการขาย โดยใช้นักงานหรือบุคลากร จะถูกนำมาใช้มาก เพราะพนักงานขาย มีส่วนสำคัญอย่างมากที่ต้องติดต่อกับ ผู้ซื้ออย่างใกล้ชิดการทำธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจาก กิจกรรมการ ขายคือการแนะนำชักชวนให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการ และการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารและให้ ความช่วยเหลือคำแนะนำและการดูแลลูกค้า นอกจากนี้บุคลากรหรือพนักงานขาย เป็นผู้สร้างคุณภาพของ การบริการออกสู่ตลาดภายนอก ต้องให้บริการที่รวดเร็วไม่รอนาน มีบุคลิกภาพ มารยาทดีงาม จึงจะทำ ให้เกิดความประทับใจ และ กลับมาใช้บริการอีก จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ กิจกรรมการส่งเสริมการขายโดยบุคลากร หรือ พนักงาน ในด้าน การบริการด้วยความ รวดเร็วไม่รอนาน ให้การบริการเอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง และ มีบุคลิกภาพมารยาทดี โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องตามแนวความคิด การตลาดสำหรับบริการ ที่ว่า พนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับ ตลาดบริการ เป็นผู้ที่สามารถสร้างหรือทำลาย Good Will ของบริษัทได้ และพนักงานต้องให้บริการที่ รวดเร็ว ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า นอกจากนี้ยังต้องมีบุคลิกภาพและมารยาทที่ดีอีกด้วย

ข้อค้นพบ

การสำรวจข้อมูลทางการตลาดด้านผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ร้านป๊อปปายส์ ในสถานี บริการน้ำมันเชลล์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันโดยเฉลี่ยครั้งละ 201-300 บาท นอกจากเข้า มาใช้บริการเติมน้ำมันแล้ว ยังเข้ามาใช้บริการด้านอื่นอีกได้แก่ เติมนมยาง และใช้บริการห้องน้ำ และใช้

บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีสถานีบริการน้ำมันโดยมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยครั้งละ 50-100 บาท รายการที่ซื้อ ส่วนใหญ่ได้แก่ เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เวลาที่เข้ามาใช้บริการไม่แน่นอน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักและเคยใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดร้อยละ 93.5 ความถี่ที่ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยครั้งละ มากกว่า 200 บาทขึ้นไป

ผู้บริโภคแสดงความเห็นด้วยในการที่จะมีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในสถานีสถานีบริการน้ำมันร้อยละ 86.5 โดยมีผู้รู้จักและเคยได้ยิน ชื่อร้านป๊อปปายส์ ร้อยละ 35.5 และ ความคาดหวังที่ผู้บริโภคจะเข้ามาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ คิดเป็นร้อยละ 38.5 โดยมีกลุ่มที่ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 50.5 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 ตัวอย่าง จากกลุ่มที่คาดว่าจะมาใช้บริการและยังไม่แน่ใจ ถ้าหากมาใช้บริการจะมาในเวลาที่จะคิดว่าสะดวก ค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะมาใช้บริการครั้งละ 101-150 บาท และความถี่ที่คาดว่าจะมาใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน

ปัจจัยการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์พบว่ารสชาติอาหาร คุณภาพของอาหาร และความสดของอาหารเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ ด้านราคา ต้องมีความเป็นมาตรฐาน และคุ้มค่างับราคาอาหาร ด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้งต้องสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และสถานที่ภายในร้านต้องสะอาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่อง การส่งเสริมการขายโดยบุคลากร โดยที่ผู้บริโภคต้องการ การบริการที่รวดเร็วไม่รอนานและให้ความเอาใจใส่ ถูกค้ำอย่างเป็นกันเอง รวมถึง พนักงานต้องแต่งกายสะอาด มีบุคลิกภาพและมารยาทที่ดีด้วย

ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

ในการศึกษาการสำรวจข้อมูลทางการตลาดด้านผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ร้าน “ป๊อปปายส์” ในสถานีสถานีบริการน้ำมันเชลล์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

กลุ่มลูกค้าที่น่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของร้านป๊อปปายส์ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพ รับราชการ มีระดับรายได้ 5,000 – 10,000 บาท และ กลุ่มลูกค้า เพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ดังนั้นกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดควรดำเนินการดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินธุรกิจร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่จะเข้ามาขยายตลาดใหม่หรือก่อตั้งใหม่ จำเป็นที่จะต้อง ผลิตหรือปรุงรสรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มให้ได้ตรงตามที่บริษัทแม่กำหนด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านรสชาติของอาหารมากกว่าด้านอื่น และ ประกอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูง ดังนั้นผู้บริโภคเหล่านี้จะให้ความสำคัญกับ

อาหารในด้าน ของความมีคุณภาพทั้งในรสชาติ และ ความสะอาด ความสดใหม่เสมอ ถูกคุณลักษณะ ดังนั้น จึงควรเอาใจใส่ในด้านรสชาติของอาหาร และ คุณภาพของอาหารอย่างยิ่งยวด

ด้านราคา ผู้ขายหรือเจ้าของกิจการควรดำเนินกลยุทธ์ในเรื่องราคาโดยกำหนดราคาอาหารและ เครื่องดื่มให้มีความเป็นมาตรฐาน เช่น ราคาขายเมนูแบบเดียวกัน ราคาที่กรุงเทพฯ ควรจะเท่ากับราคาเมนู แบบเดียวกันที่ เชียงใหม่เช่นกัน นอกจากนี้การตั้งราคาควรสอดคล้องกับปริมาณของอาหาร และคุณค่าของ อาหารด้วย และควรกำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกันในช่วงระยะการแนะนำ สินค้า เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนี้ เป็นกลุ่มที่มีเหตุผลในการซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากราคาที่เหมาะสม

สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ขายหรือผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง และมีที่จอดรถสะดวกเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ และจัดสถานที่ให้บริการต้องมีความสะอาด เนื่องจาก อาหาร กับความสะอาดเป็นสิ่งที่คู่กัน และกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ ให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องของทำเลที่ตั้งและความสะดวกในการเดินทาง

การส่งเสริมการตลาด ผู้ขายหรือเจ้าของกิจการนอกจากจะใช้วิธีการ โฆษณา การแจกคู่มือส่วนลด แล้ว การส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ และถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้ หน่วยธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะพนักงานขายเป็นบุคคลที่ต้องพบปะและใกล้ชิดกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา และมีโอกาสที่จะทำลายหรือสร้างภาพพจน์ให้กับกิจการได้ ดังนั้นผู้ขายหรือผู้ประกอบการควรจัดให้มีบุคลากรอย่างเพียงพอ อย่าให้ลูกค้าต้องรอนาน และควรได้รับการ อบรมให้มีความสุภาพเรียบร้อยและมี มารยาทดีงาม แต่งกายสะอาด รวมทั้งดูแล เอาใจใส่ด้วยความเป็นกันเอง จากผลการวิจัยจะพบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถามให้ผลรวมของคะแนนปัจจัยในด้านบุคลากร สูงกว่ากิจกรรมอื่นๆ ในส่วนของการส่งเสริมการ ตลาด ดังนั้นหน่วยธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญด้านบุคลากรหรือพนักงานขาย เป็นอันดับหนึ่ง โดยมีการอบรมและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งฝึกฝนให้มีความชำนาญและสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ให้กับลูกค้าได้

ดังนั้นโอกาสในการจัดตั้งหรือดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ “ร้านป๊อปปายส์” ในสถานบริการน้ำมัน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงมีความเป็นไปได้ โดยที่ปัจจัยที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ คือ ด้านบุคลากร เนื่องจากป๊อปปายส์เป็นสินค้าตัวใหม่ที่ผู้บริโภคยังไม่คุ้นเคย ดังนั้นสิ่งที่ทำให้ ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ดป๊อปปายส์ ประสบความสำเร็จได้รวดเร็วคือบุคลากรหรือพนักงานขาย ที่มีความรู้ความชำนาญ และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จะช่วยแนะนำลูกค้าให้รู้จักป๊อปปายส์และหันมาใช้บริการมากขึ้น แต่ทั้งนี้ บุคลากร จะต้องได้รับการฝึกฝนและอบรมมาอย่างดีและเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ