

ชื่อเรื่อง	การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจเครปญี่ปุ่น เคลื่อนที่ บริเวณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
นักศึกษา	นางสาววรรณวชิรา บุตรพรหม
รหัสนักศึกษา	55671223
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ป้อมเพ็ชร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

เครปญี่ปุ่น เป็นขนมชนิดหนึ่งที่มีความนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่นที่มีรสนิยมชอบรับประทานขนม เพราะรูปแบบที่น่ารับประทานและรสชาติของเครปญี่ปุ่น ดังนั้นการเปิดธุรกิจเครปญี่ปุ่น บริเวณสถานศึกษา เช่น สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังถือว่าเป็นทำเลที่มีโอกาสทางการตลาดสูง แต่มีคู่แข่งอยู่มากเช่นกัน ในการศึกษาครั้งนี้มีความประสงค์ที่จะศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจร้านเครปญี่ปุ่นเคลื่อนที่ บริเวณสถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านเครปญี่ปุ่นเคลื่อนที่ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในบริเวณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคในบริเวณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ซึ่งวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอกทางการตลาดของธุรกิจร้านเครปญี่ปุ่นเคลื่อนที่

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 16-20 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ความต้องการทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อธุรกิจร้านเครปญี่ปุ่นเคลื่อนที่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะเลือกซื้อเครปญี่ปุ่นประเภทของหวาน โดยจะเลือกกล้วยเป็นไส้หลัก ซอสช็อกโกแลตเป็นไส้รับ และอัลมอนด์เป็นท็อปปิ้งในประเภทของหวาน ประเภทของคาวจะเลือกแฮมเป็นไส้หลักของเครปญี่ปุ่น ผักคือข้าวโพดหวาน

และขอสื่อมายของเนส เลือกจำนวนไส้เครปญี่ปุ่น 2 อย่าง เลือกลักษณะการบรรจุเครปญี่ปุ่นทั้ง 2 แบบ คือ ถือพร้อมรับประทานได้สะดวก และใส่บรรจุภัณฑ์นำกลับไปรับประทานได้ โดยใช้กระดาษห่อลดตายสวยงาม ด้านราคา เครปญี่ปุ่นประเภทของหวานที่มีราคาโดยเฉลี่ย 31-35 บาท และเครปญี่ปุ่นประเภทของคาวที่มีราคาโดยเฉลี่ย 36-40 บาท ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ใช้รถคู่ที่ สวยงามสะดุดตามาทำเป็นร้านเครปญี่ปุ่นเคลื่อนที่ ทำเล คือ ละแวกที่อยู่อาศัย หมู่บ้าน หอพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการรับข่าวสารจากสื่อประเภทป้ายร้าน การส่งเสริมการขาย ที่ต้องการ คือ คู่มือส่วนลด และจะใช้บริการหากมีการเปิดร้านเครปญี่ปุ่นเคลื่อนที่ที่ตรงกับ ความต้องการ สำหรับผลการศึกษาคือความเป็นไปได้ทางการตลาด พบว่า มีโอกาสในประกอบกิจการ ธุรกิจเครปญี่ปุ่นเคลื่อนที่ บริเวณบริเวณสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เนื่องจากบริเวณดังกล่าวมีผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมาก และยังไม่มียุทธศาสตร์เครปญี่ปุ่น เคลื่อนที่ มีอิสระในการประกอบการสามารถเปลี่ยนทำเลไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ส่วนเครปญี่ปุ่นสามารถ ปรับให้มีความหลากหลายและเหมาะสมได้ สามารถจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ได้ง่าย รวมทั้ง มีการสนับสนุนจากทั้งรัฐบาลและเอกชน

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดเป็นอย่างมาก ในการวางแผนธุรกิจ การกำหนดราคา วัตถุดิบ การส่งเสริมการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการกับผู้บริโภคที่มาใช้บริการ

Title A Study on Marketing Feasibility of the Japanese Crepe Mobile Shop in King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Area

Student Name Miss Wanwachira Butprom

Student ID. 55671223

Degree Master of Business Administration

Program Business Administration

Year 2014

Advisor Associate Professor Dr. Kulkanya Napompech

Co - Advisor Associate Professor Sirijanya Kuawiriyapan

ABSTRACT

The Japanese crepe is a type of snack that is widely popular, especially among teenagers who enjoy eating snacks due to the appetizing forms and tastes of Japanese crepes. Therefore, opening a Japanese crepe business near academic institutions, such as King Mongkut's Institution of Technology Ladkrabang, is regarded as a site with high marketing opportunities, but also with high competition as well. This research has an aim to study the marketing feasibility of a mobile Japanese crepe stores businesses around King Mongkut's Institution of Technology Ladkrabang. The data gained from the study will be beneficial to mobile Japanese crepe store entrepreneurs and was collected by questionnaires from a sample group around that area. The data was then analyzed with frequency distribution and percentages in order to analyze the demands regarding the marketing mix of consumers around King Mongkut's Institution of Technology Ladkrabang. Furthermore, analysis of the marketing feasibility was performed, which analyzed the possibilities and obstacles from the environment that were external to the marketing of mobile Japanese crepe stores businesses.

The study results concluded that the sample group consisted mostly of females who were between 16-20 years old, single, have a Bachelor's Degree level of education, and are students with an average income equal to or less than 10,000 Baht per month. As for demands regarding the marketing mix for mobile Japanese crepe store businesses, it was discovered that in the product area, the sample group desired to purchase sweet Japanese crepes, by selecting banana as the main filling, chocolate sauce as the syrup, and almonds as the topping in sweet varieties. For savory Japanese crepes ham was the main filling of the Japanese crepe, sweet corn as the

vegetable, and mayonnaise as the sauce. Moreover, two fillings for the Japanese crepe can be selected and two types of packaging can be chosen, which can either be held, ready to be eaten conveniently, or packaged for takeaways, which uses wrapping paper with beautiful designs. In the price area, the average prices of the sweet Japanese crepes are in the range of 31-35 Baht, and the average prices of the savory Japanese crepes are in the range of 36-40 Baht. In the Distribution Channels area, an aesthetic, eye-catching van is to be used as the mobile Japanese crepe store. The sites included are residential neighborhoods, villages, and dormitories. In the Marketing Promotions area, the news is received from store sign media. The desired selling promotion is discount coupons, and will be used if mobile Japanese crepe stores are opened according to demand.

As for the results of the marketing feasibility study, it was discovered that there are possibilities in opening mobile Japanese crepe store businesses around King Mongkut's Institution of Technology Ladkrabang, because the mentioned area has a great number of consumers from target groups, and no mobile Japanese crepe store businesses exist in the area yet, which allows for freedom in entrepreneurship which can be expanded to other locations. For Japanese crepes, they can be adjusted to have many varieties and suitability, the raw materials and equipment can easily be sourced and there is support from both the public and private sectors.

This study includes the few suggestions as follows: Entrepreneurs should give great importance to marketing mix factors in business planning, pricing, raw materials, and marketing promotions according to the demands of the consumers that use their services.