

บทคัดย่อ

งานศึกษา เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น กรณีศึกษา : เขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” ในการค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระดับความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ภายในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น

ศึกษาตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น จำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถามและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยหลักสถิติ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติอนุมาน (Inferential) โดยใช้ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16-20 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้เฉลี่ย 10,000 บาทต่อเดือน ด้านพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ และซื้อจากร้านเซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุด ซึ่งอยู่ในทำเลแหล่งชุมชนที่พักอาศัย โดยมีวัตถุประสงค์การซื้อเพื่อนำไปบริโภคเองเป็นส่วนมาก สินค้าที่ซื้อจะเป็นเบเกอรี่ประเภทขนมปังสอดไส้รสชาติหวาน และเวลาที่ซื้อจะเป็นการซื้อในช่วงเช้าและช่วงเย็น

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมาก ความพึงพอใจของราคาและสถานที่ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากเช่นกัน และความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

Abstract

Objective of this research, "Marketing Promotion Approach for Bakery Product at 7-Eleven Shop Case Study : at Klong Luang District of Phatumthani Province, Thailand" are to study 1) the consumer behavior of bakery products purchased in 7-eleven shops. 2) the satisfactory level of bakery products purchased in the shops 3) the relationship between the characteristic in population and the behavior of bakery products purchased.

The survey questionnaires were conducted to collect data from 400 customers sampling sizes. Descriptive and inferential statistics are used to analyze data. Chi-square was selected to test the relationship between variations.

It is found that the majority of answering people are female, 16-20 years old, single status, bachelor degree or equivalent and their incomes are around 10,000 Baht per month. For the behavior of bakery products purchase, the result shows that the majorities purchases from 7-Eleven shops around their residences. The main purpose of the purchase is for consumption. The popular products are bread like sweet custard filled bun. The purchasing time is the morning and evening.

The study of product satisfaction shows that the sampling feels the most appreciated both in the price and place. However, the satisfaction level in product promotion is neutral.