

หัวข้อเรื่อง	การศึกษาพฤติกรรมการบริโภค แมคโดนัลด์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นางสาวศิริลักษณ์ กันยานะ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ยุพธนา ธรรมเจริญ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2553

### บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภค แมคโดนัลด์ (McDonald's) ของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคแมคโดนัลด์ (McDonald's) ของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคแมคโดนัลด์ (McDonald's) ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่าง คือผู้บริโภค แมคโดนัลด์ (McDonald's) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ T - test, F - Test และทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่โดยวิธี LSD และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson Correlation ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการบริโภคแมคโดนัลด์ (McDonald's) พบว่า ส่วนใหญ่รับประทานแฮมเบอร์เกอร์และซอทอดกรอบลงมานักเก็ตไก่ส่วนใหญ่รับประทานอาหารมื้อกลางวัน รับประทานในวันเสาร์ - อาทิตย์ และทำเลที่ตั้งร้านแมคโดนัลด์ (McDonald's) ในศูนย์การค้า / ห้างสรรพสินค้า บุคคลที่ร่วมรับประทานคือ เพื่อน โดยใช้เวลาในการรับประทาน 1 - 1.30 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่ายในการรับประทาน 101 - 300 บาทต่อครั้ง และมีระดับพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคแมคโดนัลด์ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเชื่อถือนิยมซื้อ / ตราสินค้า รองลงมา คือ ชื่อเสียงของร้าน การตัดสินใจบริโภคแมคโดนัลด์ ของผู้บริโภค ระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านราคา สูงสุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์