

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภค KFC สาขา บิ๊กซี จังหวัด เชียงใหม่
ผู้จัดทำ	:	นายอมร คงรัตนไมตรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร. ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	:	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	กันยายน 2547
จำนวนหน้า	:	58 หน้า

การศึกษา ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภค KFC สาขา บิ๊กซี จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคสินค้าของ KFC สาขา บิ๊กซี จังหวัดเชียงใหม่ สุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 369 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความสัมพันธ์ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนทางเดียว กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 30 ปี ขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 5,000 – 8,000 บาท พฤติกรรมการเลือกบริโภค ส่วนใหญ่ นิยมซื้อ ชุดโปรโมชัน เนื่องจากชอบในรสชาติ เมนูที่ไม่ต้องการซื้อ คือ ชุดที่ 1 เนื่องจาก อาหารน้อยเกินไป อาหารที่ชอบรับประทาน คือ ไก่ทอด การรับประทานในแต่ละครั้งจะสั่งอาหารหลัก ไก่ทอด อาหารว่าง เฟรนช์ฟรายส์ เครื่องดื่ม น้ำอัดลม มีเหตุจูงใจในการมารับประทาน KFC สาขา บิ๊กซี จังหวัด เชียงใหม่ เนื่องจาก มาซื้อของ มาใช้บริการกับครอบครัวในช่วงเย็น ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง และเคย สั่ง KFC ไปทานที่บ้าน นาน ๆ ครั้ง ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ประมาณ 50 – 99 บาทต่อคน ใช้เวลาในการรับประทาน ครึ่งชั่วโมงขึ้นไปแต่ไม่เกินหนึ่งชั่วโมง มีการจดจำชื่อ KFC เป็นอันดับแรก

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริโภค KFC ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ ผลการทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกบริโภค KFC ของผู้บริโภคไม่มีความแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ ยกเว้น มีรูปแบบการตกแต่งร้านที่โดดเด่นดึงดูดใจ เพศหญิงให้ความสำคัญสูงกว่าเพศชาย