

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่น เจนเนอเรชั่นซี และเจนเนอเรชั่นวาย
ชื่อผู้เขียน	หัตพร คำสมุทร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ปรศนีย์ ณ. ศิริ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z (2) ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z (3) ศึกษาระดับอิทธิพลของการบอกต่อในการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z และ (4) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยสถิติการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคแอสควร์ และการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านอิทธิพลของการบอกต่อและปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) การตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด (3) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Y และเจนเนอเรชั่น Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านสถานภาพและระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่า (4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการ

บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ อิทธิพลของการบอกต่อ และปัจจัยด้านการรักษาความเป็น
ส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของเจนอเรชั่น Y และ เจนอเรชั่น Z
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, อิทธิพลของการบอกต่อ, การรักษาความเป็นส่วนตัว,
การตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์

