

ชื่อเรื่องการค้าคนว่าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่น เจนเนอเรชันซี และเจนเนอเรชันวาย
ชื่อผู้เขียน	หัตพร คำสมุทร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ปรศนีย์ ณ. คีรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z (2) ศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z (3) ศึกษาระดับอิทธิพลของการบอกต่อในการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z และ (4) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยสถิติการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคแอสควร์ และการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านอิทธิพลของการบอกต่อและปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) การตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด (3) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน Y และเจนเนอเรชัน Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านสภาพและระดับการศึกษา ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่า (4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการ

บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ อิทธิพลของการบอกต่อ และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจการตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์ของเจนอเรชั่น Y และ เจนอเรชั่น Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, อิทธิพลของการบอกต่อ, การรักษาความเป็นส่วนตัว, การตัดสินใจเลือกเช่าชุดคอสเพลย์

Independent Study Title	Factors Affecting the Decision to Rent A Cosplay Costume Among Generation Z and Generation Y
Author	Tatporn Kumsamut
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Pratsanee Na Keeree, Ph. D.

ABSTRACT

The objective of this research is (1) To study demographic factors influencing the decision-making process in renting cosplay costumes among Generation Y and Generation Z. (2) To examine the level of marketing mix factors influencing the decision-making process in renting cosplay costumes among Generation Y and Generation Z. (3) To analyze the impact of word-of-mouth in the decision-making process of renting cosplay costumes among Generation Y and Generation Z. (4) To investigate the relationship between factors affecting the decision-making process in renting cosplay costumes among Generation Y and Generation Z.

The researchers conducted quantitative research using a questionnaire as a tool to gather data from a sample group of 385 individuals. The data analysis involved statistical methods such as frequency distribution, percentages, means, standard deviations, chi-square tests, and multiple regression analysis.

The research findings indicate that (1) Marketing mix factors, word-of-mouth influence, and privacy preservation factors collectively have a significant impact. (2) The decision-making process in renting cosplay costumes among Generation Y and Generation Z is predominantly at a high level. (3) Demographic factors including gender

age occupation and average monthly income significantly influence the decision-making process among Generation Y and Generation Z at a statistical level of 0.01. However, factors related to social status and educational level do not affect the decision-making process. (4) Marketing mix factors such as product, price, distribution channels marketing promotion service personnel service processes word-of-mouth influence, and privacy preservation significantly impact the decision-making process among Generation Y and Generation Z at a statistical level of 0.01.

Keywords: Marketing Mix Factors, Word-of-Mouth Influence, Privacy Preservation, Decision-Making in Renting Cosplay Costumes