

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ Specialty Matcha ของผู้บริโภค ร้านเครื่องดื่ม Specialty Matcha ในกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' DECISION TO BUY SPECIALTY MATCHA
SPECIALTY MATCHA DRINK SHOP IN BANGKOK

ทยุต จิตรกุลเดชา 6350066

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล ธีระสา, Ph.D., ตรียุทธ พรหมศิริ Ph.D., สาวิตรี สันติพิริยพร, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเลือกซื้อ Specialty Matcha ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และศึกษาพฤติกรรมการบริโภค Specialty Matcha ของผู้บริโภค ร้านเครื่องดื่ม Specialty Matcha รวมทั้งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคคล กระบวนการ และปัจจัยกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ Specialty Matcha ของผู้บริโภคจากร้านเครื่องดื่ม Specialty Matcha ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่าน Google Form จำนวนทั้งสิ้น 402 คน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อ Specialty Matcha ของผู้บริโภคจากร้านเครื่องดื่ม Specialty Matcha ในกรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกันตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่ม Specialty Matcha ของผู้บริโภคจากร้านเครื่องดื่ม Specialty Matcha ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : Specialty Matcha/ การตัดสินใจเลือกซื้อ/ ส่วนประสมทางการตลาด

99 หน้า