

หัวข้อวิจัย : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ Brown Sugar
 หลักสูตร : บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงิน)
 ปีการศึกษา : 2562
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โชคชัย เศษรอด

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1 เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของลูกค้าย่านชาไข่มุก
 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการบริโภคชาไข่มุก กลุ่มตัวอย่าง
 ที่ใช้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสุ่มตัวอย่างแบบง่าย กลุ่ม
 ตัวอย่างคือ ลูกค้าย่าน Brown Sugar แบบสอบถามจำนวน 140 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลร้อยละ ค่าเฉลี่ย
 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด

ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าย่านเป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.00 (S.D = 23.36 ปี) ส่วน
 ใหญ่มีการศึกษา ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าขึ้นไป ร้อยละ 38.60 ลูกค้าย่านมากเป็น
 นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 53.60 รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยเท่ากับ 14,693.43 บาท มีค่าส่วนเบี่ยงเบน
 มาตรฐาน 13,199.97 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคจากร้าน Brown Sugar คือเพื่อน ร้อยละ
 50.00 พฤติกรรมการบริโภคการบริโภคชาไข่มุกต่อสัปดาห์สูงสุดคือ 10 แก้วต่อสัปดาห์ ร้อยละ
 76.40 ช่วงเวลาที่บริโภคบ่อยที่สุด คือในช่วงบ่ายมากที่สุด ร้อยละ
 35.00 วัตถุประสงค์ในการบริโภค ส่วนใหญ่ดื่มเพื่อคลายร้อนร้อยละ 34.30

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการบริโภคชาไข่มุก เรียงลำดับจาก
 มากไปน้อย คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (S.D =12.84) 2.ด้านราคา (Price) (S.D =12.23)
 3.ด้านสถานที่ (Place) (S.D =11.84) 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (S.D =9.04)