

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรองเท้าแฟชั่นสตรีของนักศึกษาในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นายสมนึก วันดี

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.พนม พรหมกันธา

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : 2 ธันวาคม 2543

จำนวนหน้า : 45 หน้า

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อรองเท้าแฟชั่นสตรีของนักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรองเท้าสตรี ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรองเท้าแฟชั่นสตรี และศึกษาปัญหาในการซื้อรองเท้าแฟชั่นสตรี ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 320 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ซื้อรองเท้าแฟชั่นสตรีในเขตอำเภอเมือง จ. เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18-25 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีรายได้อยู่ระหว่าง 3,001 – 6,000 บาท ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อรองเท้าแฟชั่นสตรีของนักศึกษามากที่สุด คือด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ พนักงานมีความสุภาพ ให้เกียรติลูกค้า รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการผู้บริโภคให้ความสำคัญกับมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มของผู้ขาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รูปลักษณะเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคา ปัจจัยด้านสถานที่ การซื้อตามห้างสรรพสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญกับส่วนลดการขาย

ปัญหาที่ผู้บริโภคประสบในการซื้อรองเท้าแฟชั่นสตรีของนักศึกษา พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัญหาที่ผู้บริโภคประสบมากที่สุดคือซื้อแล้วไม่รับเปลี่ยนสินค้าคืน ปัญหารองลงมาคือด้านราคา ผู้บริโภคประสบปัญหาราคาแพงเกินไป(เมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า) ปัญหาด้านการบริการและบุคลากร คือ พนักงานไม่ยิ้มแย้ม และไม่เป็นกันเอง ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคประสบ คือ ร้านเล็ก คับแคบเกินไป ปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคประสบปัญหาคือรับทราบข้อมูลโฆษณา และการส่งเสริมการขายน้อยเช่น การลดราคาลินค้า