

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นาย ครรชิต คอนเมือง

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา

หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน : พฤศจิกายน 2544

จำนวนหน้า : 55 หน้า

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้รองเท้ากีฬาระเภทต่างๆ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรองเท้า เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการจัดการ การบริหารงานของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายรองเท้ากีฬาระเภทต่าง ๆ สมมติฐานการศึกษาคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรองเท้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ไม่มีความแตกต่างกัน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ บุคคลที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท

พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคเล่นกีฬาประเภทวิ่ง ในช่วงเวลา 15.01 น.เป็นต้นไปใช้เวลานาน ประมาณ 30-60 นาที รองเท้ากีฬที่ใช้ประจำมี 1 คู่ ยี่ห้อรองเท้ากีฬที่ใช้ รองเท้ากีฬายี่ห้อต่อไปที่จะซื้อ ยี่ห้อรองเท้ากีฬที่พบเห็นโฆษณาบ่อย คือ ไนกี้ คุณสมบัติของรองเท้าที่ใช้งานปัจจุบันมีความทนทานมาก คุณสมบัติของรองเท้ากีฬที่ที่จะซื้อต่อไป ต้องการให้มีความทน

ทานมากขึ้น การรับรู้สื่อโฆษณาของยี่ห้อรองเท้ารับรู้จากสื่อโฆษณาโทรทัศน์ การตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬา คือตัวเอง ความคิดเห็นในการซื้อรองเท้ากีฬาครั้งต่อไป เมื่อคู่แข่งชำรุดแล้วงบประมาณในการซื้อ 501-1,000 บาท ประเภทของร้านที่จะซื้อรองเท้า จะซื้อรองเท้ากีฬาที่ร้านขายอุปกรณ์กีฬา และรองเท้ากีฬาทุกชนิด ความสนใจของรองเท้ากีฬาที่มียี่ห้อและคุณภาพดีที่นำมาขายเลหลังลดราคาพบว่า มีความสนใจเพราะจะได้ใช้รองเท้ามีคุณภาพในราคาถูก

ผลการวิเคราะห์เชิงสถิติพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาจำแนกตามอายุ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านสถานที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาจำแนกตามอายุ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทน น้ำหนักเบา มีความคล่องตัว และสามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะพื้นรองเท้าควรมีความทนทาน ใช้ได้นาน ไม่หลุดลุ่ยง่าย รวมถึงรูปแบบและสีล้นของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพของรองเท้า และมีรองเท้าหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ด้านสถานที่ ควรมีร้านค้าขายรองเท้ากีฬาหลาย ๆ ร้านอยู่ในสถานที่เดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อตามความต้องการ และร้านค้าขายรองเท้ากีฬาควรอยู่ในแหล่งชุมชน ประการสุดท้ายด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงคุณสมบัติของรองเท้ากีฬาให้ผู้บริโภคทราบ และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ ให้ประชาชนได้รู้จักมากขึ้น มีการสร้างโปรโมชั่นในการลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการดึงดูดใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อ