

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาครั้งนี้ มีขอบเขตในการพิจารณาคือ ศึกษากลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากสถานที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการซื้อรองเท้ากีฬามากกว่า 2 ปีต่อครั้ง แต่ละครังซื้อรองเท้า 1 คู่ ส่วนใหญ่ไม่เจาะจงยี่ห้อในการซื้อ ในขณะที่ส่วนที่มีการเจาะจงยี่ห้อในการซื้อนั้น เจาะจงยี่ห้อในกี เป็นส่วนใหญ่ โดยสาเหตุหลักในการเจาะจงซื้อยี่ห้อนั้นคือความคุ้นเคย โดยผู้บริโภคมักซื้อรองเท้ากีฬจากห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมียี่ห้อ ขนาด และประเภทให้เลือกมากมาย อีกทั้งราคารองเท้าคู่ล่าสุดส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1,001-2,000 บาท

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเพศ อายุ และระดับรายได้ ภาพรวมของปัจจัยจากผลการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านรูปแบบรองเท้าและปัจจัยด้านความสบายและกระชับในการสวมใส่ เป็นปัจจัยที่ทุกเพศ อายุ และระดับรายได้ ตัดสินว่ามีผลมากในการตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาดังกล่าว จะเป็นแนวทางให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ นำไปพิจารณาปรับปรุงผลิตภัณฑ์รองเท้ากีฬ และวางนโยบายการตลาดของตนให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภครองเท้ากีฬในเขตกรุงเทพมหานคร