

## ก

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้เขียน	นางสาวโสภา รัตนวงษ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุค ใหม่ รุ่นที่ 7 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รศ. ดารณี พาลุสุข
ปีการศึกษา	2561

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาไนกี้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลของการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการนำไปเพื่อการวางแผนใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง และออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการและวิธีการนำเสนอบริการให้สอดคล้องกับปัจจัยความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการข้อมูลโดยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 424 ตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์ และสรุปผล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงปริมาณ ประกอบด้วย One-Way ANOVA, Factor Analysis, Independent Sample t-test

จากผลการศึกษา พบว่า จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 424 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.3 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท เหตุผลในการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาโดยเลือกจากแบรนด์ เพื่อการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน และรองเท้าส่วนใหญ่คือแบรนด์ Nike ที่มีราคาเฉลี่ยที่ 2,001-3,000 บาท

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการซื้อเพื่อสวมใส่ในชีวิตประจำวัน การเลือกซื้อรองเท้ากีฬานั้น ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในเรื่องของแบรนด์ ซึ่งรองเท้ากีฬาไนกี้ เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในเรื่องของคุณภาพสินค้า มีสินค้าหลากหลายให้เลือก

คำสำคัญ: รองเท้ากีฬาไนกี้