

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่

Factors affecting the purchasing decision of the employees of the Government Housing Bank Head Office

กุลฉัตร ยลโสภณ¹

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ (2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่

ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพเป็นสมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท เป็นพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ทั้งหมด เป็นกลุ่มคนที่มีการซื้อรองเท้ากีฬาโดยภาพรวม ในระดับมากที่สุด เมื่อมีการพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่มี ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ที่ระดับความ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, รองเท้ากีฬา

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Advanced Program) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

Thesis Title	Factors affecting the purchasing decision of the employees of the Government Housing Bank Head Office
Studen'Name	Ms. kulachat Yonsopon
Degree Sought	Master of Business Administration
Field of study	Management
Year	2564

The objectives of the research in “ Factors affecting the purchasing decision of the employees of the Government Housing Bank Head Office s” were: (1) To study personal factors such as gender, age, status, education level and average monthly income affecting the decision to buy sports shoes of the employees of the Government Housing Bank Head Office (2) to study the marketing mix, namely product, price, marketing promotion and distribution channel that relates to the decision to purchase sports shoes of employees of the Government Housing Bank Head Office.

The results of the study found that the respondents mostly female Age between 31-40 years old, already married bachelor's degree have an average income between 15,001 – 25,000 baht. are all employees of the Government Housing Bank It is a group of people who buy sports shoes as a whole. at the most level When considering the marketing mix factors on a case-by-case basis, it was found that. Marketing mix of distribution channels have the highest average and the hypothesis test results found that Government Housing Bank with educational level different average monthly income affect the decision to buy sports shoes differently statistically significant 0.05 In addition, the marketing mix factors are Product, price, distribution channel It was related to the purchasing decision of the employees of the Government Housing Bank Head Office. at the level of statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Personal factors, Marketing mix factor, Sports shoes

บทนำ

รองเท้ากีฬาเป็นอุปกรณ์การออกกำลังกายที่สำคัญ โดยต้องเลือกจากการดูร่างกายของตนเองว่าเหมาะกับรองเท้าแบบใด การเลือกรองเท้าให้เหมาะสมกับการใช้งานก็จะสามารถที่จะช่วยป้องกันอาการบาดเจ็บให้กับร่างกาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานได้ดียิ่งขึ้น (โจนาทาน เบลฟเวอร์, 2563) รองเท้ากีฬาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบันที่บุคคลให้ความสำคัญในเรื่องของการออกกำลังกาย อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าภายนอกที่ทำให้ร่างกายไม่มีค้ำกัน อันเกิดมาจากความเครียดในภาวะต่างๆ ทำให้คนมองว่าการออกกำลังกายเป็นอีกทางเลือกที่จะทำให้เรามีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ถือว่าการออกกำลังกายได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในยุคปัจจุบัน และยังมีกีฬาให้เลือกสรร มากมาย สามารถเลือกได้ตามความชอบและความต้องการ รองเท้ากีฬาก็มีหลากหลายชนิด และมีราคาที่เหมาะสมมากกว่าแต่ก่อน จึงทำให้มีคนสนใจเล่นกีฬา และเลือกใช้รองเท้าให้ถูกกับประเภทกีฬามากกว่าสมัยก่อน รองเท้ากีฬาที่เหมาะสมก็จะช่วยลดอาการบาดเจ็บในขนาดออกกำลังกาย

ธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ เป็นอีกหนึ่งองค์กรที่มีกิจกรรมช่วยส่งเสริมให้บุคลากรได้มีทางเลือกในการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะ เป็นการ วิ่งมาราธอน ฟุตบอล แบดมินตัน แอโรบิคแดนซ์ และฟิตเนส ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีกีฬาให้เลือกมากมายและหลากหลาย พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ทุกคนสามารถเลือกสรรกีฬาที่ตนชื่นชอบได้ตามความต้องการและเหมาะสม ซึ่งในการออกกำลังกายตามประเภทของกีฬานั้นก็ต้องเลือกรองเท้ากีฬาที่เหมาะสมกับเท้าและประเภทของกีฬาเพื่อความปลอดภัยในขนาดออกกำลังกายอีกด้วย

ดังนั้นจากประเด็นดังกล่าว รองเท้ากีฬาที่มีความหลากหลายและเหมาะสมกับประเภทกีฬาและเท้าของผู้สวมใส่ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรองเท้ากีฬา มาประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาได้อย่างเหมาะสมเพื่อช่วยในการส่งเสริมการออกกำลังกายและลดการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย การเลือกรองเท้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการออกกำลังกาย ควรเลือกรองเท้าที่มีความเหมาะสมกับ เท้า ไม่ว่าจะขนาดหรือรูปทรง เพื่อให้ขนาดที่ออกกำลังกายไม่สร้างความเสียหายจากการสวมใส่รองเท้ากีฬา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่

2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (demography) เป็นเรื่องของการศึกษาข้อมูลทางสถิติของจำนวนประชากร โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ จัดเป็นแนวทางวิทยาศาสตร์ทั่วไปอีกแขนงหนึ่ง และศาสตร์นี้ยังมีการใช้แนวทางวิเคราะห์ประชากรแบบมีชีวิตทั้งพลวัตใด ๆ ทั้งนี้ คือ จำนวนประชากรมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาหรือสถานที่ต่างๆ จำนวนประชากรศาสตร์ยังครอบคลุมถึงการศึกษขนาดของโครงสร้าง และการกระจายจำนวนของประชากรเหล่านี้ ทั้งการเปลี่ยนแปลงในเชิงพื้นที่และเวลาในช่วงจำนวนประชากรที่มีการเกิดการย้ายถิ่นฐาน การเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงวัยและการเสียชีวิต ยังประมาณการจำนวนประชากรของโลกได้ด้วยอาศัยผลการวิจัยทางประชากรศาสตร์ และวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ยังสามารถครอบคลุมสังคมรวมถึงกลุ่มที่ใช้หลักเกณฑ์ในการนิยาม เช่น ระดับการศึกษา เชื้อชาติ ศาสนาและชาติพันธุ์ รวมถึงสถาบันที่มีการศึกษาตามปกตินั้นถือว่าเป็นอีกสาขาหนึ่ง แต่บางสถานที่ที่มีแผนกประชากรศาสตร์แยกย่อยออกมาอีกต่างหาก ประชากรศาสตร์รูปนี้จำกัดวัตถุประสงค์ของการศึกษาเฉพาะส่วนของการวัดกระบวนการประชากรศาสตร์ ส่วนสาขา

ประชากรศาสตร์สังคมหรือประชากรศึกษาที่กว้างกว่ายังมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและชีววิทยาที่มีผลต่อประชากรอีกด้วย วิกีพีเดียสารานุกรมเสรี (2565) สอดคล้องกับกรณีการ เหมือนประเสริฐ (2548) กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่างๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเองในหน่วยงานองค์กรต่างๆ จะประกอบไปด้วยบุคลากรในระดับต่างๆ เป็นจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกแตกต่างกันนี้ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ลักษณะพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ และ พิลลิป (2546) กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือการนำเครื่องมือทางการตลาดยังสามารถควบคุมได้ กิจกรรมผสมผสานระหว่างเครื่องมือเหล่านี้ยังสามารถมีการตอบสนองต่อความต้องการพร้อมทั้งยังสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าตามเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยทุกสิ่งและทุกอย่างกิจกรรมนี้ใช้เพื่อให้ได้มีอิทธิพลในการโน้มน้าวความต้องการของผลิตภัณฑ์และกิจการ ส่วนประสมทางการตลาดยังแบ่งออกเป็นจำนวน 4 กลุ่ม ดังที่เรารู้จักกันในนามคือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) รวมถึงการส่งเสริมการขาย (Promotion) เสรี วงษ์มณฑา (2542) เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ การมีสินค้าที่ช่วยตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายได้ด้วย การขายในราคาที่ผู้บริโภคทั่วไปยอมรับได้ และผู้บริโภคพร้อมจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ตัวลูกค้า ความพยายามที่จะจูงใจลูกค้าให้เกิดความชอบในตัวสินค้าและเกิดเป็นพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการที่ใช้ในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) Schiffman and Kanuk (2007) ได้ให้คำจำกัดความ

ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process) ว่าเป็นขั้นตอนที่มีในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะ เลือกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางกายภาพ (Physical activity) ซึ่งสามารถมองเห็นได้ และที่เกี่ยวข้องกับทางด้านจิตใจ (Mental decision process) ซึ่งคือความรู้สึก หรือความคิดของผู้บริโภค โดยร่างกายและสมองเป็นตัวกำหนดการซื้อและทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจเพื่อเลือกซื้อ เลือกใช้แสวงหาสินค้า เพื่อตอบโจทย์สิ่งที่ ตนต้องการ และมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีความหลากหลาย ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและพฤติกรรมของ ผู้บริโภค

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับรองเท้ากีฬา

รองเท้าเป็นอุปกรณ์การออกกำลังกายที่สำคัญ โดยต้องเลือกจากการดูร่างกายของตนเองว่าเหมาะกับรองเท้าแบบใด โดยที่สามารถดูได้จาก 6 ส่วน ในการเลือกซื้อรองเท้า คือ 1. ส้นเท้า 2. หลังเท้า 3. ความกว้างของหน้าเท้า 4. ความยาวของหน้าเท้า 5. จุดยึดหยุน และ 6. ความรู้สึก เนื่องจากเท้าเป็นส่วนสำคัญในการเคลื่อนไหวพื้นฐานของร่างกาย ถ้ามีรองเท้าที่มีคุณภาพ จะช่วยป้องกันการบาดเจ็บของร่างกายได้ดี และช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกายในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปนั้นได้อย่างดี โดยอาจจะยกตัวอย่างในแต่ละกีฬาที่ใช้ร่างกายในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น บาสเกตบอล ควรเป็นรองเท้าที่รองรับการกระแทกของข้อเท้า เพราะเป็นกีฬาที่ค่อนข้างกระโดด เราจะเห็นว่ารองเท้าบาสเกตบอลนั้นจะมีสันรองเท้าค่อนข้างใหญ่ เพื่อป้องกันการบาดเจ็บ, กีฬาเทนนิส ควรเป็นรองเท้าที่เคลื่อนไหวไปมาได้ง่ายในสนาม และต้องเป็นรองเท้าที่ไม่ลื่น, การเดิน ควรเป็นรองเท้าที่ใส่ได้ทุกวัน เพื่อช่วยให้การเดินของเราดีขึ้น, และ การวิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งบนลู่วิ่งหรือนอกบ้าน เราก็ควรเลือกที่เหมาะสมกับเรา รองรับการกระแทกของข้อเท้าและไม่หนักจนเกินไป เป็นต้น การเลือกรองเท้าให้เหมาะสมกับการใช้งานก็จะสามารถที่จะช่วยป้องกันการบาดเจ็บให้กับร่างกาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานได้ดียิ่งขึ้น (โจนาทาน เบลฟเวอร์, 2563)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นการศึกษาวិเคราะห์ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศึกษาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่

ผลสำรวจพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ จำนวน 360 คน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวนทั้งสิ้น 166 คิดเป็นร้อยละ 46.10 มีสถานภาพสมรส จำนวนทั้งสิ้น 172 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนทั้งสิ้น 275 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนทั้งสิ้น 185 คน คิดเป็นร้อยละ 51.40

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด พบว่าพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.51 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 4.58 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ตามลำดับ

การตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ พบว่าพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนตัวแปรด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน

พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬา แตกต่างกัน โดยที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจโดยรวมน้อยกว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี รวมถึง ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจโดยรวมมากกว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท เช่นเดียวกับ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการตัดสินใจโดยรวมมากกว่า การศึกษาปริญญาโท ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการตัดสินใจโดยรวมมากกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาโท และ ระดับการศึกษาปริญญาโท มีการตัดสินใจโดยรวมมากกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้ได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นส่วนมากจึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬามากกว่าระดับการศึกษาอื่น และพบว่า ผลมาจากการศึกษาในระดับปริญญาตรีส่งผลทำให้การตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่เป็นส่วนมาก เนื่องจากกลุ่มพนักงานที่มีความสนใจในการเลือกซื้อรองเท้ากีฬามากขึ้นชอบเพื่อนำมาสวมใส่ ในขณะออกกำลังกายหรือการทำกิจกรรมอื่นๆ การเลือกใส่รองเท้ากีฬาที่เหมาะสมกับสภาพเท้าย่อมส่งผลดีต่อสุขภาพผู้สวมใส่ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดก็มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ โดยการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า เนื่องจากรองเท้ากีฬาบางประเภทมีราคาค่อนข้างสูงเนื่องมาจากวัสดุที่ใช้ในการทำและลักษณะของกีฬา เช่น รองเท้ากีฬาสเก็ตบอร์ด แต่หากผู้ซื้อเห็นว่าคุณภาพสินค้ามีความเหมาะสมกับเงินที่เสียไปย่อมยอมจ่ายในราคาที่สูงเพื่อแลกกับคุณภาพและความต้องการ

พนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬา แตกต่างกัน โดยที่ รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจโดยรวมน้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 15,001 – 25,000 บาท รวมถึง รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการตัดสินใจโดยรวมน้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 25,001 – 35,000 บาท เช่นเดียวกับ รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท การตัดสินใจโดยรวมน้อยกว่า รายได้เฉลี่ย มากกว่า 35,000 บาท ขึ้นไป จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงว่าผู้ที่มีรายได้ ต่อเดือน

เฉลี่ยที่ 15,001 – 25,000 บาท พบว่ากลุ่มดังกล่าวมีการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาจำนวนสูงที่สุดอาจจะเพราะกลุ่มดังกล่าวให้ความสำคัญกับการออกกำลังและการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาในการสวมใส่ ผู้วิจัยเห็นว่า การนำเสนอ ประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มาพัฒนาเพื่อรองรับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับรองเท้ากีฬา ซึ่งอาจจะคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของร้านที่ต้องเดินทางได้สะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ มีบรรยากาศร้านที่พร้อมให้บริการทั้งรองเท้าและพนักงาน รวมถึงช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยที่พบว่า แบรินด์สินค้าที่มีชื่อเสียงมีความน่าเชื่อถือเป็นประเด็นที่สำคัญมากที่สุด จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากที่สุดเช่นกัน ส่วนลำดับถัดมาคือ สินค้ามีคุณภาพที่ดีและทนทานต่อการใช้งาน ควรควบคุมคุณภาพให้มีมาตรฐานเดียวกัน และมีน้ำหนักเบาสบายเหมาะกับทุกเพศทุกวัยซึ่งสำคัญต่อสุขภาพเป็นอย่างมากยังรวมถึงป้องกันการลื่นและตัวพื้นมีการยึดเกาะที่ดีทำให้ลดการเกิดอุบัติเหตุจากการสวมใส่ ควรมีรูปแบบให้เลือกที่หลากหลายเพื่อที่จะได้ตอบสนองลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม และยังสวมใส่ได้ง่ายสะดวกต่อการใช้งานเหมาะกับเวลาที่เร่งรีบการพร้อมทั้งยังระบายน้ำอากาศได้ดีช่วยลดความอับชื้นที่เกิดจากเหงื่อในขนาดสวมใส่ที่สำคัญควรมีรูปลักษณ์สวยงามตรงตามความต้องการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยที่พบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นประเด็นที่สำคัญมากที่สุด จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากที่สุดเช่นกัน ส่วนลำดับถัดมา คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับรูปลักษณ์การออกแบบที่ดูสวยงามและเหมาะสมย่อมมีราคาสูงเพื่อให้เกิดความต้องการมากที่สุด รวมถึงราคาเหมาะสมกับรายได้ของผู้ซื้อการเฉลี่ยราคาหลายๆราคาอย่างอมส่งผลดีทั้งต่อผู้ขายและผู้ซื้อเพราะจะได้กลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่มราคาและควรมีราคาเหมาะสมกับยี่ห้อและรุ่นเพราะเรื่องของแบรนด์ก็สำคัญต่อราคาเป็นอย่างมากแต่ถ้าหากแพงมากเกินไปก็มีทางเลือกอื่นคือสินค้าที่มีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยที่พบว่า สถานที่จัดจำหน่ายอยู่จำนวนมากให้เลือกตามความต้องการของตัวผลิตภัณฑ์ที่อาจจะมีบางสถานที่จัดจำหน่าย เป็นประเด็นที่สำคัญมากที่สุด จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากที่สุดเช่นกัน ส่วนลำดับถัดมา คือ สะดวกในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางด้วยตนเอง หรือระบบสาธารณะควรมีเส้นทางที่สะดวกต่อการเดินทางเพื่อเลี่ยงปัจจัยอื่นที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทาง รวมถึงการมีสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงานย่อมสะดวกสบายในการเดินทางเพราะจะช่วยทำให้ประหยัดเวลาในการเดินทาง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยที่พบว่า กิจกรรม ลด แลก แจก แถม เป็นประเด็นที่สำคัญมากที่สุด จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากที่สุดเช่นกัน ส่วนลำดับถัดมา คือ การรับประกันความพอใจและสามารถเปลี่ยนสินค้าได้เพราะบางครั้งสินค้าอาจจะชำรุดโดยที่ผู้ซื้อยังไม่ได้ดูให้ถี่ถ้วน และควรมีตัวอย่างสินค้าให้ทดลองสวมใส่จำนวนมากและหลากหลายเพื่อให้หมดสมกับความต้องการของผู้ซื้อมากที่สุดพร้อมทั้งการบริการ ของพนักงานขายที่มีการแนะนำสินค้าอย่างสม่ำเสมอและใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้าการมีโฆษณาที่น่าสนใจทำให้เกิดความน่าเชื่อถือเช่นกัน และลูกค้าส่วนมากมักคาดหวังกับบริการหลังการขาย เช่น หลังจากที่ลูกค้าซื้อสินค้า ลูกค้าอาจจะได้รับโทรศัพท์จากพนักงานขาย เพื่อสอบถามความพึงพอใจและให้คำแนะนำในการใช้สินค้า

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพมุกกว้างเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สำนักงานใหญ่ ที่ไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นยี่ห้อใด ซึ่งในวิจัยครั้งต่อไป อาจใช้ตัวแปรที่เป็นประเภทรองเท้ากีฬา ได้แก่ Nike Adidas Asics PAN HOKA MIZUNO UNDER ARMOUR New Balance เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นว่าพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์สนใจรองเท้ากีฬายี่ห้อใดมากที่สุด เพื่อให้ผู้ประกอบการนำมาใช้พิจารณาว่าควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบและลักษณะใดมากที่สุดเช่นกัน

2. ควรทำการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้น โดยทำการศึกษาและวิจัยพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่นอกเหนือจากสำนักงานใหญ่ ที่อยู่ในสาขาต่างๆทั่วประเทศไทย เช่น สาขาภาคกลางทั้งหมด สาขาภาคเหนือทั้งหมด สาขาภาคใต้ทั้งหมด รวมถึงสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด ซึ่งทำให้ได้รับแหล่งข้อมูลที่

หลากหลายจากทุกแหล่งข้อมูล เพื่อเป็นประโยชน์ในการต่อยอดหรือการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบกิจการในภูมิภาคนั้นๆต่อไป

บรรณานุกรม

Schiffman and Kanuk .(2007). กระบวนการตัดสินใจซื้อ

เสรี วงษ์มณฑา .(2542). ส่วนประสมทางการตลาด

โจนาทาน เบลฟเวอรี่ .(2563). การเลือกซื้อรองเท้า

กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ .(2548). ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

กีพีเดีย สารานุกรมเสรี .(2565). รองเท้ากีฬาคือรองเท้าที่ออกแบบมาสำหรับการเล่นกีฬา

คอตเลอร์ และ 필ลิป .(2546). ส่วนประสมทางการตลาด

ฉัตยาพร เสมอใจ .(2550). กระบวนการตัดสินใจซื้อ

วิกิพีเดีย สารานุกรม .(2560). ความหมายของรองเท้ากีฬา