

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้ายี่ห้อ Adidas ของสมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊ก ADIDAS MARKET THAILAND

โดย : นายณัฐพล ศรีกิตติวรรณ

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา: ..... ดร. ชีตมา ปิยะศิริศิลป์ .....

(ดร. ชีตมา ปิยะศิริศิลป์)

..... 28 / กุมภาพันธ์ / 2560 .....

การวิจัยอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรองเท้ายี่ห้อ Adidas ของสมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊กที่มีชื่อว่า ADIDAS MARKET THAILAND ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล จำนวน 400 ตัวอย่าง ในกลุ่มเฟซบุ๊ก ADIDAS MARKET THAILAND ระหว่างวันที่ 11 พฤศจิกายน-19 ธันวาคม 2559 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นนักเรียน-นักศึกษา และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้งานกลุ่มเฟซบุ๊ก ADIDAS MARKET THAILAND ทุกวัน ช่วงระยะเวลา 18.01-21.00 น. เข้าใช้งานไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อวัน ซื้อสินค้าเพราะเหมาะสมกับ Lifestyle โดยจะซื้อเพื่อใช้เอง เลือกซื้อรองเท้าหุ้มส้น (ทรงผ้าใบธรรมดา) สีดำ รุ่น NMD ซื้อโดยใช้วิธีส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์และโอนเงินผ่านทางธนาคาร ครั้งละ 5,001-10,000 บาท ซึ่งตนเองมีอิทธิพลมากที่สุดใน การเลือกซื้อ และสินค้าต้องเป็นสินค้ามือหนึ่งเท่านั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ มากที่สุด คือ รูปลักษณ์ของสินค้า ปัจจัยด้านราคา ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ มากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับสภาพของสินค้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ มากที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ มากที่สุดคือ สามารถเปลี่ยนคืนสินค้าได้ถ้ามีตำหนิ

### Abstract

Title : Marketing mixes factors influencing Adidas's shoes buying behaviors of member in  
ADIDAS MARKET THAILAND's facebook group

By : Nr. Nuttapol Srikittiwanna

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor: ..... Dr. Teetima Piyasirisilp

(Dr. Teetima Piyasirisilp)

..... 28 / Feb ..... / 2017 .....

This research is aimed to study the demographic characteristics, marketing mixes factors and behaviors of buying that influencing Adidas's shoes buying of member in ADIDAS MARKET THAILAND's facebook group. Researcher created the questionnaire to collected the data from 400 samples in ADIDAS MARKET THAILAND's facebook group from November 11<sup>st</sup> to December 19<sup>th</sup>, 2016. Statistical methods used were Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent Sample t-test and One-Way Analysis of Variances. The analysis was done by statistical software program.

The result found that most of the samplings are male, age 20-29 years, are graduated bachelor's degree or be equivalent, single, the most be student and with an average income of between 20,001-50,000 baht per month. Most of the samples access to of ADIDAS MARKET THAILAND's facebook group everyday during 18.01-21.00 PM. and use it no longer than one hour per day. Cause of buying shoes is be appropriate lifestyle and use it for self. The most favorite Adidas's shoes is black sneaker and NMD model. Most of the respondents was purchase by banking transfer between 5,001-10,000 baht per times and EMS. delivery. The most of the influential person is themself and customer needs new condition product. The vast majority of product factor is style of shoes. The most of pricing factor is price be appropriate condition. Almost of the distribution factor is reliability of seller. The majority of the promotion factor is product be changed or returned and the second is discount pricing.