

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตการศึกษา	13
ขอบเขตเนื้อหา	13
ขอบเขตประชากร	13
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก	13
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	14
การรวบรวมข้อมูล/เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	14
การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบุคลิกภาพ ตราสินค้าของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส คอนเวอร์ส์ และไนกี้	23
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการศึกษา	77
อภิปรายผล	84
ข้อค้นพบ	87
ข้อเสนอแนะ	88
ข้อจำกัดการศึกษา	90
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก	94
ประวัติผู้เขียน	99

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	21
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้รองเท้ากีฬา	22
7	แสดงผลการวิเคราะห์ Total Variance Explained	23
8	แสดงผลการวิเคราะห์ Rotated Component Matrix	25
9	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร Reliability Analysis – Scale (Alpha) ทั้ง 7 กลุ่ม	29
10	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	30
11	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต็นของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	32
12	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบซับซ้อนของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	34
13	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบหัวหาญของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	35
14	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบจริงใจของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	36

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	37
16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬา ทั้ง 3 ยี่ห้อ	38
17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถของรองเท้า กีฬายี่ห้ออาดิดาส	39
18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นตัมของรองเท้ากีฬายี่ห้อ อาดิดาส	41
19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบซับซ้อนของรองเท้ากีฬายี่ห้อ อาดิดาส	43
20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบหัวข้อของรองเท้ากีฬายี่ห้อ อาดิดาส	44
21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบจริงจังของรองเท้ากีฬายี่ห้อ อาดิดาส	45
22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬา ยี่ห้ออาดิดาส	47
24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถของรองเท้า กีฬายี่ห้อคอนเวอร์ส	48
25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต็นของรองเท้ากีฬายี่ห้อ คอนเวอร์ส	50
26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบซับซ้อนของรองเท้ากีฬายี่ห้อ คอนเวอร์ส	52
27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 หัวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้อ คอนเวอร์ส	53
28 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบจริงจังของรองเท้ากีฬายี่ห้อ คอนเวอร์ส	54
29 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์ส	55
30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬา ยี่ห้อคอนเวอร์ส	56
31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถของ รองเท้ากีฬายี่ห้อไนกี้	57

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้นของรองเท้ากีฬา ยี่ห้อ ไนกี้	59
33 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบซับซ้อนของรองเท้ากีฬา ยี่ห้อ ไนกี้	61
34 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบหัวหาญของรองเท้ากีฬา ยี่ห้อ ไนกี้	62
35 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบจริงจังของรองเท้ากีฬา ยี่ห้อ ไนกี้	63
36 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬายี่ห้อ ไนกี้	64
37 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬา ยี่ห้อ ไนกี้	65
38 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ บุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	66
39 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี LSD ของบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	68
40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ บุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิงทั้ง 3 ยี่ห้อ	71
41 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อรองเท้ากีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จำแนกตามเพศ	73
42 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อรองเท้ากีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จำแนกตามอายุ	74

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
43	แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อรองเท้ากีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	76
44	แสดงการจำแนกกลุ่มบุคลิกภาพเปรียบเทียบการศึกษาคั้งนี้กับการศึกษาของ Aaker	80
45	แสดงการจำแนกกลุ่มบุคลิกภาพ	84

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

สารบัญภาพ

รูป

1 แสดงผลการวิเคราะห์ Scree Plot

หน้า

24



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved