

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวลาวัลย์ เวชอภิกุล

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิ ลังกานี

ประธานกรรมการ

อาจารย์เรณีย์ เสริมบุญสร้าง

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามถามผู้ที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค จำนวน 200 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และประมวลผลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ รู้จักตลาดนัดกลางคืนมีโชคจากเพื่อน โดยนิยมนำสินค้ามาฝากและซื้อ และเลือกมาใช้บริการตามวันที่สะดวก ส่วนช่วงเวลาที่นิยมนำสินค้ามาฝากที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค คือ ช่วงเวลาระหว่าง 18:01 - 19:00 น. โดยช่วงต้นเดือน จะเป็นช่วงที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมนำสินค้ามาฝากที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคมากที่สุด ในการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมนำมาฝากกับเพื่อน และเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ จากที่พักมายังตลาดนัดกลางคืนมีโชคซึ่งมีระยะทางประมาณ 3 - 5 กิโลเมตร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมนำสินค้ามาฝากที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค เนื่องจากเห็นว่า มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ในการมาตลาดนัดกลางคืนมีโชคส่วนใหญ่ เพื่อซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะมีความถี่ในการซื้อสินค้าบ่อยครั้ง

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อ คือ เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ซึ่งสินค้าที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ เสื้อยืด รองเท้า และต่างหู โดยเสื้อยืดและรองเท้า นิยมซื้อครั้งละประมาณ 2 ชิ้น ราคาชิ้นละประมาณ 50 – 100 บาท และใช้จ่ายทั้งหมดเฉลี่ยประมาณ 101 – 300 บาท ส่วนต่างหู นิยมซื้อครั้งละประมาณ 2 ชิ้น ชิ้นละ ไม่เกิน 50 บาท และใช้จ่ายทั้งหมดเฉลี่ยประมาณ 50 – 100 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค เนื่องจาก สินค้าราคาไม่แพง โดยการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ไม่มีร้านประจำ ขึ้นอยู่กับความพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คิดว่าจะกลับมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคอีกอย่างแน่นอน และยังคงแนะนำให้ผู้อื่นให้มาซื้อที่สินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคอย่างแน่นอนอีกด้วย นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคิดว่าแนวโน้มความนิยมในการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคในอนาคตจะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประเภทเครื่องแต่งกายของผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชคที่มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ จากการพิจารณาปัจจัยในแต่ละด้านพบว่า ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนมีโชคที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกในด้านราคาคือ สินค้าราคาถูก ราคาเหมาะสมกับสินค้า สามารถต่อรองราคาได้ ในด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีสินค้าลดราคา มีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ใบปลิว ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถบริการอย่างเพียงพอ มีความสะดวกในการหาสินค้าที่ต้องการ และในด้านผลิตภัณฑ์ คือ การมีสินค้าหลากหลายทั้ง สี ขนาด และแบบให้เลือก

Independent Study Title	Buyer Behavior at Mee Chok Night Market, Chiang Mai Province	
Author	Miss Lawan Vejapikul	
Degree	Master of Business Administration	
Independent Study Advisory Committee	Assistant Professor Dr. Ravi Lonkani	Chairperson
	Lecturer Renus Sermboonsrang	Member

ABSTRACT

This independent study aimed to study buyer behavior at Mee Chok Night Market in Chiang Mai province. The study involved collecting data from 200 buyers at Mee Chok Night Market using convenience sampling method. The data were analyzed by descriptive analysis; frequency, percentage and mean.

The results of this study illustrated that most of the buyers were single female with the age of 15-25 and education level of bachelor degree. Most of them were students whose allowance was between 5001-10,000 bath. They were introduced to Mee Chok Night Market by friends. Concerning the frequency, buyers came to the market once a week, on their convenience. The most popular time was between 6.01-7.00pm. and the beginning of the month is when the market was visited the most.

Traveling to the market, most of the buyers were accompanied by friends on a motorcycle. The proximity of their residence and the market was 3-5 km. The reason for visiting this market was considered, by the buyers, upon its variety of goods. The main purpose of visiting the market was for clothes, which were bought rather frequently.

Goods which were popular among buyers included clothes and accessories. The most popular items were T-shirts, shoes and earrings. T-shirts and shoes, holding prices at 50-100 baht were bought 2 pieces at a time, with total expense of 101-300baht. For earrings, 2 pairs were purchased at a time, with the price of less than 50 baht, and the total expense of 50-100 baht.

The reason for buying clothes at Mee Chok Market was the low price. The decision of purchasing depended on the buyers themselves. Most of them did not frequent the same vendor, but bought goods upon their satisfaction.

Most of the respondents were certain to come back to the market and would definitely recommend others to visit the place. Furthermore, most of them thought that the popularity of the market is likely to increase in the future.

Every factor of marketing mix which affected buyers' decision of clothes buying at Mee Chok Night Market had the highest total average, from the highest to the lowest as follows: Price, Promotion, Place and Products. Considering each factor, buyers' decision depended on 3 first highest items. For price: low price, reasonable price and possibility to bargain. For promotion: price reduction, reward point collecting and advertisement in publishing like leaflets. For place: accessibility, adequate parking space, and convenience to get wanted goods and for product: variety of products in colors, sizes and styles.