

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-25 ปี รองลงมา คือ 26 – 35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท รองลง คือ ไม่เกิน 5,000 บาท สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับตลาดนัดกลางคืนที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมไปเลือกซื้อสินค้า พบว่า ตลาดนัดกลางคืนมีโชค เป็นตลาดนัดกลางคืนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปมากที่สุด รองลงมา คือ ถนนคนเดิน(วันอาทิตย์) และตลาดนัดกลางคืนมีโชค ยังเป็นตลาดนัดกลางคืนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปบ่อยที่สุด รองลงมา คือ ถนนคนเดิน(วันอาทิตย์) โดยให้เหตุผลว่า ถนนคนเดิน(วันอาทิตย์) อยู่ใกล้บ้าน, ที่ทำงาน ความถี่ในการไปตลาดนัดกลางคืนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สัปดาห์ละครั้ง รองลงมา คือ 2 – 3 วันครั้ง

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคมาก่อนแล้ว ส่วนใหญ่มักมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค สัปดาห์ละครั้ง รองลงมา คือ 2 สัปดาห์ครั้ง โดยเลือกที่จะมาเดินตลาดนัดกลางคืนมีโชค ตามวันที่สะดวก รองลงมา คือ เฉพาะวันจันทร์ และส่วนใหญ่รู้จักตลาดนัดกลางคืนมีโชคจากเพื่อน รองลงมา คือ รู้จักด้วยตัวเอง ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางมาตลาดนัดกลางคืนมีโชค คือ

ช่วงเวลาระหว่าง 18:01-19:00 น. รองลงมา คือ ช่วงเวลา 17:01-18:00 น. และมักใช้เวลาในการเดินเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค ประมาณ 1 ชั่วโมง รองลงมา คือ ½ ชั่วโมง ทั้งนี้การมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค ส่วนใหญ่นิยมมาตลาดนัดกลางคืนมีโชคในช่วงต้นเดือน รองลงมา คือ วันหยุดนักขัตฤกษ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมมาเดินซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค กับเพื่อน รองลงมา คือ กับญาติพี่น้อง ส่วนใหญ่เดินทางมาตลาดนัดกลางคืนมีโชคโดย รถจักรยานยนต์ รองลงมา คือ รถยนต์ส่วนตัว โดยระยะทางที่ใช้ในการเดินทางจากที่พักมายังตลาดนัดกลางคืนมีโชค เป็นระยะทางประมาณ 3-5 กิโลเมตร รองลงมา คือ 1-3 กิโลเมตร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคว่ามีสินค้าให้เลือกหลากหลาย รองลงมา คือ เป็นทางผ่านกลับบ้าน และมีอาหาร/ขนม/ของว่างขายจำนวนมาก ในสัดส่วนที่เท่ากัน ความถี่ในการซื้อสินค้าจากตลาดนัดกลางคืนมีโชคของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ บ่อยครั้ง รองลงมา คือ ทุกครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเลือกมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค คือ เพื่อซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย รองลงมา คือ เพื่อซื้ออาหาร/ขนม/ของขบเคี้ยวกลับบ้าน และสินค้าที่ส่วนใหญ่เลือกซื้อจากตลาดนัดกลางคืนมีโชค คือ สินค้าประเภทเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ รองลงมา คือ อาหาร/ขนม/ของขบเคี้ยว

ในการศึกษารั้วนี้ ได้ทำการจัดแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ออกเป็น 3 หมวด ได้แก่ หมวดเสื้อผ้า หมวดเครื่องประกอบการแต่งกาย และ หมวดเครื่องประดับ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายทุกหมวด ไม่ว่าจะเป็น หมวดเสื้อผ้า หมวดเครื่องประกอบการแต่งกาย และ หมวดเครื่องประดับ มากที่สุด เป็นสัดส่วนที่เท่ากัน

สินค้าประเภทเครื่องแต่งกายในหมวดเสื้อผ้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อมากที่สุด คือ เสื้อยืด รองลงมา คือ กางเกงขาสั้น โดยในแต่ละครั้งของการมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเสื้อผ้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย จำนวน 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเสื้อผ้าต่อชิ้น โดยเฉลี่ย ประมาณ 50 – 100 บาท รองลงมา คือ ไม่เกิน 50 บาท และส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเสื้อผ้าในแต่ละครั้งของการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค โดยเฉลี่ยประมาณ 101 – 300 บาท รองลงมา คือ 50 – 100 บาท

สินค้าประเภทเครื่องแต่งกายในหมวดเครื่องประกอบการแต่งกาย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อมากที่สุด คือ รองเท้า รองลงมา คือ กระเป๋าตุงค์ โดยในแต่ละครั้งของการมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเครื่องประกอบการแต่งกายที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค ส่วนใหญ่นิยม

ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย จำนวน 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเครื่องประกอบการแต่งกายต่อชิ้น โดยเฉลี่ยประมาณ 50 – 100 บาท รองลงมา คือ 101 – 300 บาท และส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเครื่องประกอบการแต่งกายในแต่ละครั้งของการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค โดยเฉลี่ยประมาณ 101 – 300 บาท รองลงมา คือ 50 – 100 บาท

สินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเครื่องประดับ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อมากที่สุด คือ ต่างหู รองลงมา คือ นาฬิกา โดยในแต่ละครั้งของการมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเครื่องประดับที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค ส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย จำนวน 2 ชิ้น รองลงมา คือ 3 ชิ้น ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเครื่องประดับต่อชิ้น โดยเฉลี่ย ไม่เกิน 50 บาท รองลงมา คือ 50 – 100 บาท และส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายหมวดเครื่องประดับในแต่ละครั้งของการมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค โดยเฉลี่ยประมาณ 50 – 100 บาท รองลงมา คือ 101 – 300 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้เหตุผลในการมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคว่า เพราะสินค้าราคาไม่แพง รองลงมา คือ สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย โดยผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค คือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง รองลงมา คือ สามี/ภรรยา/แฟน ซึ่งลักษณะการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายจากร้านค้าในตลาดนัดกลางคืนมีโชค คือ ซื้อโดยไม่มีร้านประจำ ขึ้นอยู่กับความพอใจ รองลงมา คือ ซื้อประจำมากกว่า 1 ร้าน

ความต้องการกลับมาซื้อซ้ำ ของผู้ตอบแบบสอบถามได้มาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคแล้ว ส่วนใหญ่ คิดว่าจะกลับมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคอีกอย่างแน่นอน รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังจะแนะนำผู้อื่นให้มาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคอีกอย่างแน่นอนอีกด้วย รองลงมา คือ อาจจะแนะนำ ส่วนแนวโน้มความนิยมมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น รองลงมา คือ เท่าเดิม

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายของผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ยรวม 4.92) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.72) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.68) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.62) และเมื่อพิจารณาในส่วน of ปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน ได้ผลดังนี้

#### ปัจจัยด้านสินค้าผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีหลายสีให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.88) และมีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.88) มีหลายแบบให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.87) และสีไม่ตก (ค่าเฉลี่ย 4.87)

#### ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.94) ราคาเหมาะสมกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.93) ต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.93) และมีการคิดป้ายบอกราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.88)

#### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การเดินทางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.90) และมีที่จอดรถบริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.90) ความสะดวกในการหาสินค้าที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.89) มีความปลอดภัยในบริเวณตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.88) และความเป็นระเบียบในการจัดวางสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.88)

#### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีสินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.90)

และมีการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 4.90) มีโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 4.89) มีโฆษณาตามหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.88) และมีการแถมของสมนาคุณให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.88)

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่ ได้อาศัยทฤษฎีแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ โดยคำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย คำถาม 7 คำถาม คือ 6 Ws และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร เพื่อช่วยในการค้นหาคำตอบ 7 ประการ ได้แก่ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ โอกาสในการซื้อ ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ และขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ทั้งนี้จากผลการศึกษา สามารถนำประเด็นที่ได้มาอภิปรายจำแนกตามคำถามและคำตอบจากทฤษฎี ดังนี้

**1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และประกอบอาชีพ นักเรียนนักศึกษา โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับ อนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของประชาชนที่มีต่อตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท

**2. ผู้บริโภคซื้ออะไร** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย โดยสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายในการศึกษาคครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 หมวด คือ หมวดเสื้อผ้า หมวดเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย และหมวดเครื่องประดับ ซึ่งสินค้าในหมวดเสื้อผ้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อมากที่สุด คือ เสื้อยืด ซึ่งสอดคล้องกับ อินทรวดี เพ็งมรดก (2548) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องแต่งกายของนักศึกษาหญิง วิทยาลัย

นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า สินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ เสื้อ ส่วนสินค้าในหมวดเครื่องประกอบการแต่งกายที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อมากที่สุด คือ รองเท้า และสินค้าในหมวดเครื่องประดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อมากที่สุด คือ ต่างหู ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับ วาสิณี เอี่ยมสวัสดิกุล (2550) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องประดับเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า เครื่องประดับเทียมที่นิยมซื้อมากที่สุด ได้แก่ ต่างหู

**3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาตลาดนัดกลางคืนมีโชค เพื่อซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย โดยเลือกมาซื้อที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค เนื่องจากเห็นว่าสินค้านี้ให้เลือกหลากหลาย และสามารถต่อรองราคาได้ ซึ่งสอดคล้องกับ อารยะ คุณาศิระ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในตลาดไนท์บาซาร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า จุดประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปใช้เอง โดยชอบรูปแบบราคาสินค้าที่ไม่กำหนดราคาตายตัวสามารถต่อรองได้ นอกจากนี้ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

**4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคกับเพื่อน แต่ในการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้ซื้อนิยมตัดสินใจด้วยตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับ วาสิณี เอี่ยมสวัสดิกุล (2550) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องประดับเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ คือตัดสินใจด้วยตัวเอง

**5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคสัปดาห์ละครั้ง โดยนิยมมาซื้อในช่วงต้นเดือน ส่วนช่วงเวลาที่นิยมมาซื้อคือ ช่วงเวลาระหว่าง 18.01 – 19.00 น.ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนที่มีต่อตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการ ตลาดนัด เดือนละ 1 – 2 ครั้ง และอินทรวดี เฟื่องมรดก (2548) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องแต่งกายของนักศึกษาหญิง กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มาซื้อเครื่องแต่งกายเดือนละ 2 – 3 ครั้ง

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคบ่อยที่สุด โดยไม่มีร้านประจำ การซื้อขึ้นอยู่กับความพอใจ นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงการเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถบริการอย่างเพียงพอเป็นสำคัญอีกด้วย

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าตามความพอใจ ด้วยการตัดสินใจด้วยตัวเอง โดยมักใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายต่อชิ้น ไม่ว่าจะเป็น เสื้อยืด รองเท้า หรือ ต่างหู ซึ่งเป็นสินค้าที่นิยมซื้อมากที่สุดต่อชิ้นไม่เกิน 100 บาท และต่อครั้งไม่เกิน 300 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อินทรวดี เฟื่องมรดก (2548) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องแต่งกายของนักศึกษาหญิง วิทยาลัยการศึกษานักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า สินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ เสื้อ ที่มีราคาอยู่ในช่วง 100 – 200 บาท โดยจะใช้จ่ายเงินไปกับการซื้อสินค้าเดือนละ 500 – 1,000 บาท และ วาสนิ เอี่ยมสวัสดิกุล ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องประดับเทียม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า เพศหญิงจะนิยมซื้อต่างหูมากที่สุด โดยราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 101 – 500 บาท รวมไปถึง อนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนที่มีต่อตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้จ่ายซื้อสินค้าในตลาดนัดต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 101 – 500 บาท ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ คือ ราคาสินค้า หากพบว่าราคาเหมาะสมกับสินค้า ก็จะทำการตัดสินใจซื้อ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่สำคัญที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งให้ความสำคัญกับ ราคาถูก มากที่สุด

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

#### 1. ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชคส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง โดยจากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีอายุไม่เกิน 35 ปี เกินกว่าครึ่งมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่กำลังศึกษาตั้งแต่ระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. จนถึงระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และอีกเกือบครึ่งที่เหลือประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท และอีกเกือบครึ่งที่เหลือมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท จะเห็นได้ว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่อยู่ในวัยกำลังศึกษาเล่าเรียน หรือกำลังเริ่มต้นทำงาน คืออยู่ในช่วงอายุ ระหว่าง 15 – 35 ปี และยังมีรายได้ส่วนใหญ่

มาจากพ่อแม่/ผู้ปกครอง หรือ รายได้จากการประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คือ ตั้งแต่ 5,000 – 10,000 บาท

## 2. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ

ผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชคส่วนใหญ่ นิยมมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ รองลงมาคือ ซื้ออาหาร/ขนม/ของขบเคี้ยวกลับบ้าน ทั้งนี้จะเป็นเพราะสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ รวมทั้งสินค้าประเภทอาหาร/ขนม/ของขบเคี้ยว เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายมากที่สุดในตลาดนัดกลางคืนมีโชค

ในการศึกษานี้มุ่งเน้นที่การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค ซึ่งพบว่า สามารถแบ่งสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายออกได้เป็น 3 หมวด คือ เสื้อผ้า เครื่องประกอบการแต่งกาย และเครื่องประดับ โดยผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เลือกซื้อสินค้า โดยซื้อทั้ง 3 หมวด ซึ่งในการมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายแต่ละครั้ง ผู้ซื้อจะเลือกซื้อสินค้าหลายหลายชนิด ซึ่งอาจจะกลมกลืนกันไป หรืออาจเลือกซื้อสินค้าเป็นชุด คือ ซื้อทั้ง เสื้อผ้า เครื่องประกอบการแต่งกาย และเครื่องประดับที่จะสามารถนำไปใช้ให้เข้าชุดกันได้ หรือใช้ร่วมกันได้ โดยสินค้าหมวดเสื้อผ้า ส่วนใหญ่จะนิยมซื้อ เสื้อยืด เกินกว่า ร้อยละ 90 เนื่องจากสามารถสวมใส่สบาย สามารถประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์และโอกาสต่างๆ ได้ง่าย รองลงมา คือ กางเกงขาสั้น และกางเกงยีนส์ เนื่องจากผู้ซื้อส่วนใหญ่ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษา การแต่งตัวจึงยังไม่ต้องเป็นทางการมากนัก สินค้าหมวดเครื่องประกอบการแต่งกาย ส่วนใหญ่จะนิยมซื้อ รองเท้า เกินกว่าร้อยละ 90 อาจเนื่องมาจาก รองเท้าเป็นหนึ่งในเครื่องประกอบการแต่งกายหลายๆ ชนิดที่สามารถช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับผู้สวมใส่ได้ และยังช่วยเสริมการแต่งกายและเสื้อผ้าให้ดูดีขึ้นไปอีกด้วย และสินค้าหมวดเครื่องประดับ ส่วนใหญ่จะนิยมซื้อ ต่างหู ทั้งนี้เนื่องจาก เป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงนัก จึงสามารถซื้อและเปลี่ยนใหม่ได้อยู่เสมอตามสมัยนิยม

## 3. วัตถุประสงค์ในการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาตลาดนัดกลางคืนมีโชค เพื่อซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย โดยเลือกมาซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชค เนื่องจากเห็นว่าสินค้าหลากหลายให้เลือก และประเด็นสำคัญที่สุดคือ ราคาถูก ดังจะเห็นได้จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด

## 4. บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคกับเพื่อน แต่ในการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้ซื้อนิยมตัดสินใจด้วยตัวเอง



### 5. โอกาสในการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคสัปดาห์ละครั้ง โดยนิยมมาซื้อในช่วงต้นเดือน เนื่องจากผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งอาจจะได้รับเงินค่าใช้จ่ายจากพ่อแม่/ผู้ปกครองเป็นรายเดือน จึงต้องรอให้ได้รับเงินเดือนเสียก่อนจึงจะมาซื้อสินค้าได้ในช่วงต้นเดือนนั่นเอง ส่วนช่วงเวลาที่นิยมมาซื้อ คือ ช่วงเวลาระหว่าง 18.01 – 19.00 น. ซึ่งก็คือช่วงเวลาหลังเลิกเรียนแล้วนั่นเอง

### 6. ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมมาซื้อสินค้าที่ตลาดนัดกลางคืนมีโชคบ่อยที่สุด โดยไม่มีร้านประจำ การซื้อขึ้นอยู่กับความพอใจ

### 7. การตัดสินใจซื้อ (Operations)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าตามความพอใจ ด้วยการตัดสินใจด้วยตัวเอง โดยมักใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายต่อชิ้น ไม่ว่าจะเป็เสื้อยืด รองเท้า หรือ ต่างหู ซึ่งเป็นสินค้าที่นิยมซื้อมากที่สุดต่อ ไม่เกิน 100 บาท และต่อครั้งไม่เกิน 300 บาท โดยปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ คือ ความพอใจในตัวสินค้า จากนั้นจึงพิจารณาในส่วนองราคา และหากพบว่าราคาเหมาะสมกับสินค้า ก็จะทำการตัดสินใจซื้อ

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายในตลาดนัดกลางคืนมีโชค มีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูล เพื่อปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตลาดนัดกลางคืนมีโชค ให้สอดคล้องกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าดังต่อไปนี้

### ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการตลาดนัดกลางคืนมีโชค

#### ด้านสินค้า/ผลิตภัณฑ์ (Product)

1. ทางโครงการควรให้ความสำคัญกับการจัดหาผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งประเภทของสินค้า รูปแบบ ขนาด และสีสััน เพื่อให้สามารถตอบสนองและครอบคลุมความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง

2. ทางโครงการควรให้ความสำคัญกับการพิจารณาคัดเลือกร้านค้าที่จะมาจำหน่ายสินค้าในโครงการตลาดนัดกลางคืนมีโชค โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่ายเป็นสำคัญ

3. ทางโครงการควรขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการที่เข้ามาจำหน่ายสินค้าในโครงการในการระมัดระวังและงดเว้นการจำหน่ายสินค้าลอกเลียนแบบหรือสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อป้องกันปัญหาทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นตามมาได้

#### ด้านราคา (Price)

1. ทางโครงการควรสนับสนุนและขอความร่วมมือจากร้านค้าในโครงการให้ทำการติดป้ายบอกราคาสินค้าแต่ละชิ้น แต่ละประเภทให้ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อ

2. ทางโครงการควรพิจารณากำหนดตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ว่าเป็นตลาดสินค้าแฟชั่น ทันสมัย ราคาไม่แพง

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ทางโครงการควรจัดให้มีที่จอดรถบริการอย่างเพียงพอ

2. ทางโครงการควรให้ความสำคัญกับการจัดการด้านความเรียบร้อย และความปลอดภัยในบริเวณตลาด รวมถึงบริเวณที่จอดรถด้วย ทั้งนี้เพื่อความสบายใจของผู้ที่มาซื้อสินค้าในตลาดนัดกลางคืนมีโชค

3. ทางโครงการอาจกำหนดพื้นที่จำหน่ายสำหรับสินค้าแต่ละประเภท เช่น จัดเป็นโซนเสื้อผ้า โซนเครื่องประดับ เป็นต้น

4. ทางโครงการอาจมีการพิจารณาขยายวันเปิดทำการของตลาดนัดกลางคืนมีโชค เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น และยังเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างออกไปได้ทางหนึ่งด้วย

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ทางโครงการอาจขอความร่วมมือจากร้านค้าในโครงการ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดร่วมกัน เช่น จัดงานเพื่อต้อนรับเทศกาลต่างๆ โดยให้ร้านค้าต่างๆ คัดเอาสินค้าที่เหมาะสมกับเทศกาลนั้นๆ มาจำหน่าย หรืออาจนำมรดราคา โดยทางโครงการอาจจัดให้มีบริการรับห่อของขวัญเป็นบริการเสริมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในช่วงเทศกาลหรือ

โอกาสพิเศษ ทั้งนี้จะเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ทางหนึ่งด้วย

2. การโฆษณาเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการตลาดให้ตลาดนัดกลางคืนมีโชคเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยทางโครงการอาจจะเน้นการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว หรือ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น รวมไปถึงการตั้งป้ายโฆษณา ณ จุดขาย เพื่อสร้างความน่าสนใจให้บริเวณตลาดสำหรับบุคคลทั่วไปที่สัญจรผ่านไปมาบริเวณนั้นอีกด้วย

3. ช่วงเวลาของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ควรจัดในช่วงต้นเดือน เพราะเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการตลาดนัดกลางคืนมีโชคมากที่สุด และเป็นช่วงที่ผู้ซื้อจะมีกำลังซื้อสูงที่สุดด้วย

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าในโครงการตลาดนัดกลางคืนมีโชค

#### ด้านสินค้า/ผลิตภัณฑ์ (Product)

1. ร้านค้าในโครงการควรให้ความสำคัญกับการจัดหาสินค้าที่หลากหลาย ทั้งรูปแบบ ขนาด และสีสันทัน เพื่อที่จะสามารถตอบสนองและครอบคลุมความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง

2. ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในโครงการตลาดนัดกลางคืนมีโชค ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยพิจารณาถึงการผลิตและตัดเย็บที่ประณีต ผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ มีความทนทาน

3. ควรจัดให้มีบริการเสริมต่างๆ เช่น การรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้าถ้าไม่ถูกใจ รับซ่อม/แก้ไขสินค้า กรณีที่สินค้ามีปัญหา รวมถึงบริการรับสั่งจองสินค้า และทดลองสินค้าได้ก่อนล่วงหน้า เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้ซื้อให้ครอบคลุมมากที่สุด

4. ควรมีการจัดหาสินค้าใหม่ๆ มาหมุนเวียนจำหน่ายเป็นประจำ เพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำให้เกิดขึ้น

5. อาจจัดหาสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งไม่มีขายที่อื่น มาจำหน่ายเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และเป็นการขยายฐานลูกค้าได้ทางหนึ่งด้วย

#### ด้านราคา (Price)

1. การกำหนดราคาสินค้า ควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับสินค้าเป็นสำคัญ โดยในการพิจารณากำหนดราคาสินค้า อาจอาศัยข้อมูลพื้นฐานทางด้านรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ประกอบการพิจารณา ก็จะทำได้สามารถกำหนดราคาได้เหมาะสมกับระดับรายได้ของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยราคาสินค้าต่อชิ้น โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ไม่ควรสูงเกินกว่า 100 บาท เนื่องจากเป็นระดับราคาสินค้าโดยเฉลี่ยที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ นิยมใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อชิ้น

2. ราคาสินค้าควรมีการกำหนดไว้ให้สามารถยืดหยุ่นได้ เนื่องจากผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ คาดหวังที่จะสามารถต่อรองราคาสินค้าในตลาดนัดกลางคืนมิโชคได้

3. สินค้าที่วางจำหน่าย ควรติดป้ายราคาสินค้าแต่ละชิ้น แต่ละประเภทบอกไว้ให้ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้ซื้อ

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ผู้ขายควรให้ความสำคัญกับการจัดวางสินค้า เพื่อสะดวกแก่การหาและเลือกซื้อสินค้า ที่ต้องการของผู้ซื้อ

2. จัดตกแต่งร้านค้าของตนให้น่าสนใจ ด้วยการโชว์สินค้าใหม่ที่เพิ่งวางจำหน่าย เพื่อ กระตุ้นความสนใจของผู้ซื้อ

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ประกอบการร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในโครงการตลาดนัดกลางคืนมิโชค ควรให้ความร่วมมือกับทางโครงการ หรือประสานงานกับทางโครงการ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยจัดหาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลนั้นๆ มาจำหน่าย อาจจะเน้นที่โทนสีของสินค้า เช่น เทศกาลวาเลนไทน์ อาจจะจัดตกแต่งร้านเป็นสีชมพูหรือสีแดง และจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมกับการมอบเป็นของขวัญในเทศกาลแห่งความรัก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้านั่นเอง

2. รูปแบบของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ทางร้านค้าจะจัดเพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ซื้อ อาจทำได้โดยการให้ลูกค้าสะสมคะแนนจากการซื้อสินค้าเพื่อนำมาแลกของรางวัล

3. ช่วงเวลาของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ควรจัดในช่วงต้นเดือน เนื่องจากเป็นช่วงที่ลูกค้ามาใช้บริการตลาดนัดกลางคืนมิโชคมากที่สุด และผู้ซื้อจะมีกำลังซื้อสูงที่สุดด้วย