บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แสดงผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณาซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่และร้อยละในตารางที่ 1-6

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณา ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง ความถี่และร้อยละ ในตารางที่ 7-19

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณา คือ การบรรยายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ย ในตารางที่ 20-54

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณา ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ย ในตารางที่ 55-58

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

แสดงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค ที่มาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณา คือ บรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย และสรุปข้อเสนอแนะเชิงพรรณาที่ได้จากคำถามปลายเปิด ดังแสดงไว้ในตารางที่ 59

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	อายุ (ปี)	ร้อยละ
ชาย	173	43.25
หญิง	227	56.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.75และเป็นเพศชาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-18	53	13.25
19-22	210	52.50
23-30	105	26.25
31 ปีขึ้นไป	31	7.75
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 19-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมามีอายุระหว่าง 23-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.25 มีอายุระหว่าง 15-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.25 และอายุ 30 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	360	90.00
สมรส	39	9.75
หม่าย/แยกกันอยู่	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมามีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 9.75 และเป็นหม่าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	132	33.00
ปริญญาตรี	247	61.75
สูงกว่าปริญญาตรี	20	5.00
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	0.25
รวม	399	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.00 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	277	69.25
พนักงานบริษัทเอกชน	52	13.00
รับจ้างทั่วไป	23	5.75
ธุรกิจส่วนตัว	19	4.75
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9	2.25
อื่นๆ	20	5.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานโรงแรม, ครูโรงเรียนเอกชน,อาจารย์สอนพิเศษ,ครูสอนฟิตเนส,ตัวแทนประกันชีวิต,แม่บ้าน

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 69.25 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 5.75 อาชีพอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 4.75 และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	193	48.25
5,001-10,000 บาท	104	26.00
10,001-15,000 บาท	54	13.50
15,001-20,000 บาท	12	3.00
20,001 บาทขึ้นไป	34	8.50
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	0.75
รวม	397	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมา มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.50 มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.50 และ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักตลาดกลางคืนในจังหวัดเชียงใหม่

ตลาดกลางคืน	จำนวน	ร้อยละ
ถนนคนเดินวันอาทิตย์	372	93.00
ตลาดวโรรสกลางคืน	292	73.00
ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	356	89.00
กาดซุ่มมืด	290	72.50
ตลาดนัดรินคำ	331	82.75
อื่นๆ	70	17.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย อื่นๆ ได้แก่ ถนนคนเดินวัวลาย ,ไนท์บาซาร์ ,ตลาดนัดรวมโชค ,ตลาดนัดหลังคาร์ฟูร์วันศุกร์, ตลาดแสงตะวันพลาซ่า, ตลาดธานินทร์, ตลาดหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, Center Point ข้างกาดสวนแก้ว

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักตลาดกลางคืนมากที่สุดคือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมาคือ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 89.00 ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 82.75 ตลาดวโรรสกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 73.00 กาดซุ่มมืดหน้ากาดสวนแก้วคิดเป็นร้อยละ 72.50 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ชอบไปตลาดกลางคืนในจังหวัดเชียงใหม่

ตลาดกลางคืน	จำนวน	ร้อยละ
ถนนคนเดินวันอาทิตย์	130	32.50
ตลาดวโรรสกลางคืน	86	21.50
ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	185	46.25
กาดซุ่มมืด	38	9.50
ตลาดนัดรินคำ	127	31.75

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบที่จะมาตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาคือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 32.50 ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 31.75 ตลาดวโรรสกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และกาดซุ่มมืดหน้ากาดสวนแก้ว คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาตลาดกลางคืน

จำนวนความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/ เดือน	97	24.25
2 ครั้ง/ เดือน	122	30.50
1 ครั้ง/ สัปดาห์	72	18.00
2-3 ครั้ง/ สัปดาห์	67	16.75
4-7 ครั้ง/ สัปดาห์	14	3.50
มากกว่า 7 ครั้ง / สัปดาห์	4	1.00
อื่นๆ	23	5.75
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	0.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นานๆมาที , แล้วแต่โอกาส, เวลาว่าง ,ไม่แน่นอน,เฉพาะช่วงเวลาพิเศษ, 3 ครั้ง/เดือน

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาตลาดกลางคืนมากที่สุด 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมา คือ 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.25 1 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.00 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.75 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.75 4-7 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.50 และมากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสินค้าที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดกลางคืนต่อครั้ง

จำนวนชิ้นที่ซื้อต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ชิ้น	151	37.75
2 ชิ้น	164	41.00
3 ชิ้น	52	13.00
4 ชิ้น	18	4.50
มากกว่า 4 ชิ้น	10	2.50
ไม่แสดงความคิดเห็น	5	1.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือซื้อจำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 37.75 จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.00 จำนวน 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.50 และมากกว่า 4 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

จำนวนเงินที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	31	7.75
100-300 บาท	184	46.00
301-500 บาท	112	28.00
501-1,000 บาท	52	13.00
1,001-1,500 บาท	10	2.50
1,501 บาทขึ้นไป	6	1.50
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงิน 100-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือซื้อเป็นจำนวนเงิน 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 จำนวนเงิน 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.00 ไม่เกิน 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.75 จำนวนเงิน 1,001-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.50 และ 1,500 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่มาตลาดกลางคืน

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
18.00-19.00 น.	62	15.50
19.01-20.00 น.	183	45.75
20.01-21.00 น.	125	31.25
21.01-22.00 น.	21	5.25
22.01 ขึ้นไป	4	1.00
อื่นๆ	13	0.50
ไม่แสดงความคิดเห็น	6	1.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน, 19.01-21.00 น.

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมาตลาดกลางคืนเวลา 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาคือมาเวลา 20.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.25 เวลา 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.50 เวลา 21.01-22.00 คิดเป็นร้อยละ 5.25 เวลา 22.01 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มากับผู้บริโภคที่บริเวณตลาดกลางคืน

บุคคลที่มาด้วย	จำนวน	ร้อยละ
พ่อ/แม่	14	3.50
เพื่อน	257	64.25
คู่สมรส	19	4.75
พี่/น้อง	17	4.25
แฟน	74	18.50
อื่นๆ	13	3.25
ไม่แสดงความคิดเห็น	7	1.75
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ มาคนเดียว, ลูก, ยาย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมาตลาดกลางคืนกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.25 รองลงมาคือแฟน คิดเป็นร้อยละ 18.50 มากับคู่สมรสคิดเป็นร้อยละ 4.75 มากับพี่/น้อง คิดเป็นร้อยละ 4.25 มากับพ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 3.25 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนของผู้บริโภค

ผู้มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	263	65.75
เพื่อน	79	19.75
แฟน	36	9.00
สมาชิกในครอบครัว	12	3.00
อื่นๆ	3	0.75
ไม่แสดงความคิดเห็น	4	1.00
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นิตยสารแฟชั่น

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.75 แฟน คิดเป็นร้อยละ 9.00 สมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 3.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน

เหตุผล	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เอาไว้ใช้เอง	321	80.25
ซื้อตามเพื่อนไม่ทราบว่าจะทำอะไร	16	4.00
เป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง	10	2.50
ซื้อเพราะราคาถูก	43	10.75
อื่นๆ	6	1.50
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	0.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตามแฟชั่น, แล้วแต่ชอบ, สวยดี น่าใช้ เนื้อผ้านุ่ม, หาซื้อง่ายใช้ได้เลย, ให้แฟน, ไม่ชอบแต่งตัวตามกระแส

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเพื่อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 80.25 รองลงมาคือ ซื้อเพราะราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 10.75 ซื้อตามเพื่อน ยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 4.00 เป็นของฝากญาติ/พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 2.50 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนความบ่อยครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดกลางคืน

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ซื้อทุกครั้ง	41	10.25
ส่วนใหญ่จะซื้อ	151	37.75
ซื้อครึ่งต่อครึ่ง	83	20.75
ส่วนใหญ่จะไม่ซื้อ	111	27.75
อื่นๆ	13	3.25
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	0.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ไม่ค่อยซื้อ, แล้วแต่โอกาส, แล้วแต่จำนวนเงินในกระเป๋า,ซื้อเป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากสุดส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาคือไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 27.75 ซื้อครึ่งต่อครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 20.75 ซื้อทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.25 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความชอบในรูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมการขายของตลาดกลางคืน

รูปแบบ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ของแถม	50	12.60
ส่วนลดราคา	270	67.80
ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ	63	15.80
อื่นๆ	15	3.80
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	0.50
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ แจกฟรี,ตราปั๊มสะสมแต้ม, ลองได้, เอามาเปลี่ยนได้,นำดารามาโปรโมตสินค้า

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 67.80 รองลงมา คือ ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ คิดเป็นร้อยละ 15.80 ชอบของแถม คิดเป็นร้อยละ 12.60 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	116	29.00
เพื่อนแนะนำ	265	66.25
คนในครอบครัวแนะนำ	52	13.00
แผ่นพับและใบปลิว	38	9.50
วิทยุ	28	7.00
อินเตอร์เน็ตและเว็บไซด์ต่างๆ	97	24.25
วารสาร/นิตยสารแฟชั่น	195	48.75
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	0.25
รวม		**100.00**

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทราบเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุดจากการที่เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 66.25 รองลงมา คือ นิตยสาร/วารสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 48.75 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 29.00 อินเตอร์เน็ตและเว็บไซด์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 24.25 คนในครอบครัวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 13.00 แผ่นพับและใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 9.50 และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเรื่องการแนะนำบุคคลอื่นให้มาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในจังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	244	61.00
ไม่แนะนำ	26	6.50
ไม่แน่ใจ	129	32.25
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้บุคคลอื่นมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา คือไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 32.25 และไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความบ่อยครั้งที่มาตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ความบ่อยครั้งที่มา	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	46	26.59	51	22.57	97	24.31
2 ครั้ง/เดือน	47	27.17	75	33.19	122	30.58
1 ครั้ง/สัปดาห์	23	13.29	49	21.68	72	18.05
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	27	15.61	40	17.70	67	16.79
4-7 ครั้ง/สัปดาห์	13	7.51	1	0.44	14	3.51
มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์	2	1.16	2	0.88	4	1.00
อื่นๆ	15	8.67	8	3.54	23	5.76
รวม	173	100.00	226	100.00	399	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นานๆมาที , แล้วแต่โอกาส,เวลาว่าง , ไม่แน่นอน,เฉพาะช่วงเวลาพิเศษ, 3 ครั้ง/เดือน

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมาตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยมากที่สุด สามอันดับแรกได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.17 รองลงมา คือเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.59 และ 2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.61

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมาตลาดกลางคืน โดยเฉลี่ยมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.19 รองลงมา คือเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.57 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 21.68

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนชิ้นที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จำนวนชิ้นที่ซื้อ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 ชิ้น	77	45.83	74	32.60	151	38.23
2 ชิ้น	55	32.74	109	48.02	164	41.52
3 ชิ้น	20	11.90	32	14.10	52	13.16
4 ชิ้น	10	5.95	8	3.52	18	4.56
มากกว่า 4 ชิ้น	6	3.57	4	1.76	10	2.53
รวม	168	100.00	227	100.00	395	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมา คือ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 32.74 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นว่าจำนวนชิ้นที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.02 รองลงมา คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 32.60 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 14.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยเฉลี่ยที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จำนวนเงินที่ซื้อ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	14	8.24	17	7.56	31	7.85
101-300 บาท	75	44.12	109	48.44	184	46.58
301-500 บาท	46	27.06	66	29.33	112	28.35
501-1,000 บาท	24	14.12	28	12.44	52	13.16
1,001-1,500 บาท	7	4.12	3	1.33	10	2.53
1,501 บาท ขึ้นไป	4	2.35	2	0.89	6	1.52
รวม	170	100.00	225	100.00	395	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อเสื้อผ้าที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยมากที่สุด 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.12 รองลงมาคือ 301-500 คิดเป็นร้อยละ 27.06 และ501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.12

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เห็นว่าจำนวนเงินที่ซื้อเสื้อผ้าที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยมากที่สุด 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.44 รองลงมาคือ 301-500 คิดเป็นร้อยละ 29.33 และ501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.44

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่มาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลา	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
18.00-19.00 น.	26	15.20	36	15.93	62	15.62
19.01-20.00 น.	74	43.27	109	48.23	183	46.10
20.01-21.00 น.	53	30.99	72	31.86	125	31.49
21.01-22.00น.	15	8.77	6	2.65	21	5.29
22.01 น.ขึ้นไป	1	0.58	3	1.33	4	1.01
อื่นๆ	2	1.17	0	0.00	2	0.50
รวม	171	100.00	226	100.00	397	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน, 19.01-21.00 น.

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เวลา 19.01-20.00 น.คิดเป็นร้อยละ 43.27 รองลงมาคือ เวลา 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 30.99 และ เวลา 18.00-19.00 คิดเป็นร้อยละ 15.20

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เวลา 19.01-20.00 น.คิดเป็นร้อยละ 48.23 รองลงมาคือ เวลา 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 31.86 และ เวลา 18.00-19.00 คิดเป็นร้อยละ 15.93

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ

ผู้มีอิทธิพล	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	106	62.35	157	70.40	263	66.92
เพื่อน	33	19.41	46	20.63	79	20.10
แฟน	27	15.88	9	4.04	36	9.16
สมาชิกในครอบครัว	4	2.35	8	3.59	12	3.05
อื่นๆ	0	0.00	3	1.35	3	0.76
รวม	170	100.00	223	100.00	393	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ มาคนเดียว, ลูก, ยาย

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 62.35 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.41 และ แฟน คิดเป็นร้อยละ 15.88

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 70.40 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.63 และ แฟน คิดเป็นร้อยละ 4.04

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เหตุผล	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เอาไว้ใช้เอง	138	80.23	183	81.70	321	81.06
ซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบจะทำอะไร	8	4.65	8	3.57	16	4.04
เป็นของฝากเพื่อน /ญาติพี่น้อง	5	2.91	5	2.23	10	2.53
เพราะราคาถูก	17	9.88	26	11.61	43	10.86
อื่นๆ	4	2.33	2	0.89	6	1.52
รวม	172	100.00	224	100.00	396	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตามแฟชั่น, แล้วแต่ชอบ, สวยดี น่าใช้ เนื้อผ้านุ่ม, หาซื้อง่ายใช้ได้เลย, ให้แฟน, ไม่ชอบแต่งตัวตามกระแส

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 80.23 รองลงมาคือ เพราะราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 9.88 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 4.65

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 81.70 รองลงมาคือ เพราะราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 11.61 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 3.57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับตลาดกลางคืนที่ชอบมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตลาดกลางคืน	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถนนคนเดินวันอาทิตย์	68	52.31	62	47.69	130	32.8
ตลาดวโรรสกลางคืน	27	31.40	59	68.60	86	21.72
ตลาดนัดหน้าม.ช.	63	34.05	122	65.95	185	46.72
กาดซุ่มมืด	15	39.47	23	60.53	38	9.60
ตลาดนัดรินคำ	83	65.35	44	34.65	127	32.07

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ชอบที่จะมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 65.35 รองลงมาคือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 52.31และ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 34.05

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ชอบที่จะมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 65.95 รองลงมาคือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 47.69และตลาดวโรรสกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 68.60

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความบ่อยครั้งที่มาตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอายุ

ความบ่อยครั้งที่มา	อายุ			
	ต่ำกว่า 19 ปี	19-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1 ครั้ง/เดือน	14	72	11	97
	26.42%	22.86%	35.48%	24.31%
2 ครั้ง/เดือน	13	101	8	122
	24.53%	32.06%	25.81%	30.58%
1 ครั้ง/สัปดาห์	13	56	3	72
	24.53%	17.78%	9.68%	18.05%
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	9	52	6	67
	16.98%	16.51%	19.35%	16.79%
4-7 ครั้ง/สัปดาห์	1	12	1	14
	1.89%	3.81%	3.23%	3.51%
มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์	0	4	0	4
	0.00%	1.27%	0.00%	1.00%
อื่นๆ	3	18	2	23
	5.66%	5.71%	6.45%	5.76%
รวม	53	315	31	399

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นานๆมาที , แล้วแต่โอกาส, เวลาว่าง ,ไม่แน่นอน,เฉพาะช่วงเวลาพิเศษ, 3 ครั้ง/เดือน
: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 1 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี เห็นว่าจำนวนครั้งเฉลี่ยที่มาตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.42รองลงมา คือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.42 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 24.53

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19-30 ปี เห็นว่าจำนวนครั้งเฉลี่ยที่มาตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.06 รองลงมา คือเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.86 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.78

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เห็นว่าจำนวนครั้งเฉลี่ยที่มาตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.48 รองลงมา คือ 2 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 25.81 และ2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 19.35

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับจำนวนชิ้นที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

จำนวนชิ้นที่ซื้อ	อายุ			
	ต่ำกว่า 19 ปี	19-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1 ชิ้น	28	116	7	151
	53.85%	37.06%	23.33%	38.23%
2 ชิ้น	15	133	16	164
	28.85%	42.49%	53.33%	41.52%
3 ชิ้น	8	40	4	52
	15.38%	12.78%	13.33%	13.16%
4 ชิ้น	1	15	2	18
	1.92%	4.79%	6.67%	4.56%
มากกว่า 4 ชิ้น	0	9	1	10
	0.00%	2.88%	3.33%	2.53%
รวม	52	313	30	395

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 5 คน

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมา คือ 2 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ28.85 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.38

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19-30 ปีซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 42.49 รองลงมา คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 37.06 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.78

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ31 ปีขึ้นไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ53.33 รองลงมา คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ23.33 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นโดยเฉลี่ยที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

จำนวนเงินที่ซื้อ	อายุ			
	ต่ำกว่า 19 ปี	19-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ไม่เกิน 100 บาท	10	19	2	31
	19.23%	6.07%	6.67%	7.85%
101-300 บาท	29	148	7	184
	55.77%	47.28%	23.33%	46.58%
301-500 บาท	7	96	9	112
	13.46%	30.67%	30.00%	28.35%
501-1,000 บาท	5	36	11	52
	9.62%	11.50%	36.67%	13.16%
1,001-1,500 บาท	1	9	0	10
	1.92%	2.88%	0.00%	2.53%
1,501 บาท ขึ้นไป	0	5	1	6
	0.00%	1.60%	3.33%	1.52%
รวม	52	313	30	395

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 5 คน

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.77 รองลงมา คือไม่เกิน 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.23 และ 301-500 คิดเป็นร้อยละ 13.46

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19-30 ปี ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.28 รองลงมา คือ 301-500 คิดเป็นร้อยละ 30.67 และ501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.50

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมา คือ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.33

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่มาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ช่วงเวลา	อายุ			
	ต่ำกว่า 19 ปี	19-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
18.00-19.00 น.	13	43	6	62
	24.53%	13.74%	19.35%	15.62%
19.01-20.00 น.	22	145	16	183
	41.51%	46.33%	51.61%	46.10%
20.01-21.00 น.	15	103	7	125
	28.30%	32.91%	22.58%	31.49%
21.01-22.00น.	1	19	1	21
	1.89%	6.07%	3.23%	5.29%
22.01 น.ขึ้นไป	1	2	1	4
	1.89%	0.64%	3.23%	1.01%
อื่นๆ	1	1	0	2
	1.89%	0.32%	0.00%	0.50%
รวม	53	313	31	397

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน, 19.01-21.00 น.

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 3 คน

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.51 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 28.30 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.53

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19-30 ปี มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 46.33 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 32.91 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 13.74

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ31 ปีขึ้นไป มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 51.61 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 22.58 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.35

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ผู้มีอิทธิพล	อายุ			
	ต่ำกว่า 19 ปี	19-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ตัวเอง	37	207	19	263
	69.81%	66.99%	61.29%	66.92%
เพื่อน	11	65	3	79
	20.75%	21.04%	9.68%	20.10%
แฟน	4	29	3	36
	7.55%	9.39%	9.68%	9.16%
สมาชิกในครอบครัว	1	6	5	12
	1.89%	1.94%	16.13%	3.05%
อื่นๆ	0	2	1	3
	0.00%	0.65%	3.23%	0.76%
รวม	53	309	31	393

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นิตยสารแฟชั่น

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 7 คน

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ69.81 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 7.55

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19-30 ปี เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ66.99 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.04 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 9.39

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ31 ปีขึ้นไป เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ61.29 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 16.13 และแฟนเท่ากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 9.68

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

เหตุผล	อายุ			
	ต่ำกว่า 19 ปี	19-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
เอาไว้ใช้เอง	45	254	22	321
	84.91%	81.41%	70.97%	81.06%
ซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบจะทำอะไร	3	12	1	16
	5.66%	3.85%	3.23%	4.04%
เป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง	0	7	3	10
	0.00%	2.24%	9.68%	2.53%
เพราะราคาถูก	5	33	5	43
	9.43%	10.58%	16.13%	10.86%
อื่นๆ	0	6	0	6
	0.00%	1.92%	0.00%	1.52%
รวม	53	312	31	396

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตามแฟชั่น, แล้วแต่ชอบ, สวยดี น่าใช้ เนื้อผ้านุ่ม, หาซื้อง่ายใช้ได้เลย, ให้แฟน, ไม่ชอบแต่งตัวตามกระแส

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 4 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 84.91 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 9.43 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 5.66

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19-30 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ81.41 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 10.58 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 70.97 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 16.13 และเป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 9.68

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตลาดกลางคืน	อายุ			
	ต่ำกว่า 19 ปี	19-30 ปี	31 ปีขึ้นไป	รวม
ถนนคนเดินวันอาทิตย์	24	93	13	130
	18.46%	71.54%	10.00%	100.00%
ตลาดวโรรสกลางคืน	6	69	11	86
	6.98%	80.23%	12.79%	100.00%
ตลาดนัดหน้าม.ช.	19	154	12	185
	10.27%	83.24%	6.49%	100.00%
กาดซุ่มมืด	5	28	5	38
	13.16%	73.68%	13.16%	100.00%
ตลาดนัดรินคำ	13	110	4	127
	10.24%	86.61%	3.15%	100.00%

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี ชอบที่จะมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 18.46 รองลงมาคือตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 10.27และ ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 10.24

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19-30 ปี ชอบที่จะมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 83.24 รองลงมาคือตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 86.61และถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 71.54

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป ชอบที่จะมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมาคือตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 6.49 และตลาดวโรรสกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 12.79

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความบ่อยครั้งที่มาตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความบ่อยครั้งที่มา	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1 ครั้ง/เดือน	29	66	2	97
	22.14%	26.72%	10.00%	24.37%
2 ครั้ง/เดือน	33	79	9	121
	25.19%	31.98%	45.00%	30.40%
1 ครั้ง/สัปดาห์	30	40	2	72
	22.90%	16.19%	10.00%	18.09%
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	27	36	4	67
	20.61%	14.57%	20.00%	16.83%
4-7 ครั้ง/สัปดาห์	3	9	2	14
	2.29%	3.64%	10.00%	3.52%
มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์	1	3	0	4
	0.76%	1.21%	0.00%	1.01%
อื่นๆ	8	14	1	23
	6.11%	5.67%	5.00%	5.78%
รวม	131	247	20	398

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นานๆมาที , แล้วแต่โอกาส,เวลาว่าง ,ไม่แน่นอน,เฉพาะช่วงเวลาพิเศษ, 3 ครั้ง/เดือน

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 2 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.19 รองลงมาสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.90และ1 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ22.14

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.98 รองลงมา คือ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.72 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.19

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ละ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 1 ครั้งต่อเดือน,1 ครั้งต่อสัปดาห์ ,4-7 ครั้งต่อสัปดาห์เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนชิ้นที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนชิ้นที่ซื้อ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1 ชิ้น	48	99	4	151
	37.21%	40.41%	20.00%	38.32%
2 ชิ้น	53	104	6	163
	41.09%	42.45%	30.00%	41.37%
3 ชิ้น	18	30	4	52
	13.95%	12.24%	20.00%	13.20%
4 ชิ้น	6	9	3	18
	4.65%	3.67%	15.00%	4.57%
มากกว่า 4 ชิ้น	4	3	3	10
	3.10%	1.22%	15.00%	2.54%
รวม	129	245	20	394

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 1 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 41.09 รองลงมา คือ 1 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ 37.21 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.95

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 42.45 รองลงมา คือ 1 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ40.41 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ13.95

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ 1และ 3 ชิ้นเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ20.00 และ 4 ชิ้นและมากกว่า 4 ชิ้น เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นโดยเฉลี่ยที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนเงินที่ซื้อ	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ไม่เกิน 100 บาท	16	15	0	31
	12.31%	6.15%	0.00%	7.87%
101-300 บาท	65	113	5	183
	50.00%	46.31%	25.00%	46.45%
301-500 บาท	34	76	2	112
	26.15%	31.15%	10.00%	28.43%
501-1,000 บาท	10	33	9	52
	7.69%	13.52%	45.00%	13.20%
1,001-1,500 บาท	4	4	2	10
	3.08%	1.64%	10.00%	2.54%
1,501 บาท ขึ้นไป	1	3	2	6
	0.77%	1.23%	10.00%	1.52%
รวม	130	244	20	394

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 6 คน

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ 301-500 คิดเป็นร้อยละ 26.15 และไม่เกิน 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.31

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.31 รองลงมา คือ301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.15 และ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.52

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ301-500 บาท ,1,001-1,500 บาท , 1,501 บาทขึ้นไปเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่มาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ช่วงเวลา	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
18.00-19.00 น.	17	44	1	62
	12.88%	18.03%	5.00%	15.66%
19.01-20.00 น.	60	116	6	182
	45.45%	47.54%	30.00%	45.96%
20.01-21.00 น.	45	70	10	125
	34.09%	28.69%	50.00%	31.57%
21.01-22.00น.	6	12	3	21
	4.55%	4.92%	15.00%	5.30%
22.01 น.ขึ้นไป	2	2	0	4
	1.52%	0.82%	0.00%	1.01%
อื่นๆ	2	0	0	2
	1.52%	0.00%	0.00%	0.51%
รวม	132	244	20	396

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน, 19.01-21.00 น.

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 4 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 34.09 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 12.88

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.54 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 28.69 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.03

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ 19.01-20.00 น.คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ 21.01-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้มีอิทธิพล	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ตัวเอง	88	164	10	262
	67.18%	68.05%	50.00%	66.84%
เพื่อน	23	54	2	79
	17.56%	22.41%	10.00%	20.15%
แฟน	14	17	5	36
	10.69%	7.05%	25.00%	9.18%
สมาชิกในครอบครัว	6	4	2	12
	4.58%	1.66%	10.00%	3.06%
อื่นๆ	0	2	1	3
	0.00%	0.83%	5.00%	0.77%
รวม	131	241	20	392

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นิตยสารแฟชั่น

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 8 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3

อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 67.18 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.56 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 10.69

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 68.05รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.41 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 7.05

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ50.00 รองลงมา คือ แฟน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ10.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผล	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
เอาไว้ใช้เอง	102	207	11	320
	78.46%	84.49%	55.00%	81.01%
ซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบจะทำอะไร	7	8	1	16
	5.38%	3.27%	5.00%	4.05%
เป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง	4	5	1	10
	3.08%	2.04%	5.00%	2.53%
เพราะราคาถูก	16	20	7	43
	12.31%	8.16%	35.00%	10.89%
อื่นๆ	1	5	0	6
	0.77%	2.04%	0.00%	1.52%
รวม	130	245	20	395

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตามแฟชั่น, แล้วแต่ชอบ, สวยดี น่าใช้ เนื้อผ้านุ่ม, หาซื้อง่ายใช้ได้เลย, ให้แฟน, ไม่ชอบแต่งตัวตามกระแส

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 5 คน

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่าเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 78.46 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ12.31 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 5.38

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีเห็นว่าเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 84.49 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 8.16 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเห็นว่าเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 81.01

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 10.89 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร,เป็นของฝากญาติ/พี่น้อง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับตลาดกลางคืนที่ชอบมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตลาดกลางคืน	ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	รวม
ถนนคนเดินวันอาทิตย์	51	75	4	130
	39.23%	57.69%	3.08%	100.00%
ตลาดวโรรสกลางคืน	28	57	1	86
	32.56%	66.28%	1.16%	100.00%
ตลาดนัดหน้าม.ช.	59	115	10	184
	32.07%	62.50%	5.43%	100.00%
กาดซุ่มมืด	15	20	3	38
	39.47%	52.63%	7.89%	100.00%
ตลาดนัดรินคำ	40	81	6	127
	31.50%	63.78%	4.72%	100.00%

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีชอบที่จะมาที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 32.07 รองลงมา คือถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ39.23 และตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 31.50

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีชอบที่จะมาที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ63.78และถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 57.69

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีชอบที่จะมาที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 5.43 รองลงมา คือตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ4.72 และถนนคนเดินวันอาทิตย์ะ คิดเป็นร้อยละ 3.08

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความบ่อยครั้งที่มาตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ความบ่อยครั้งที่มา	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	อื่นๆ	รวม
1 ครั้ง/เดือน	61	24	1	2	9	97
	22.02%	32.43%	5.26%	22.22%	45.00%	24.31%
2 ครั้ง/เดือน	85	26	4	4	3	122
	30.69%	35.14%	21.05%	44.44%	15.00%	30.58%
1 ครั้ง/สัปดาห์	54	7	5	0	6	72
	19.49%	9.46%	26.32%	0.00%	30.00%	18.05%
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	45	12	6	2	2	67
	16.25%	16.22%	31.58%	22.22%	10.00%	16.79%
4-7 ครั้ง/สัปดาห์	9	2	3	0	0	14
	3.25%	2.70%	15.79%	0.00%	0.00%	3.51%
มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์	4	0	0	0	0	4
	1.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.00%
อื่นๆ	19	3	0	1	0	23
	6.86%	4.05%	0.00%	11.11%	0.00%	5.76%
รวม	277	74	19	9	20	399

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นานๆมาที , แล้วแต่โอกาส,เวลาว่าง , ไม่แน่นอน,เฉพาะช่วงเวลาพิเศษ, 3 ครั้ง/เดือน

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานโรงแรม, ลูกจ้างประจำ, ค้าขาย, พยาบาล, นักวิจัย, ลูกจ้างชั่วคราว, พนักงานในมหาวิทยาลัย

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 1 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษามาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 30.69 รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.02และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 19.49

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.14 รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ32.43 และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.22

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ 2 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 31.58 รองลงมา 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 26.32 และ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.05

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.44รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือนและ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 11.11

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนชิ้นที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

จำนวนชิ้นที่ซื้อ	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	อื่นๆ	รวม
1 ชิ้น	113	25	2	2	9	151
	41.39%	33.33%	11.11%	22.22%	45.00%	38.23%
2 ชิ้น	109	37	7	3	8	164
	39.93%	49.33%	38.89%	33.33%	40.00%	41.52%
3 ชิ้น	35	10	3	2	2	52
	12.82%	13.33%	16.67%	22.22%	10.00%	13.16%
4 ชิ้น	10	3	3	1	1	18
	3.66%	4.00%	16.67%	11.11%	5.00%	4.56%
มากกว่า 4 ชิ้น	6	0	3	1	0	10
	2.20%	0.00%	16.67%	11.11%	0.00%	2.53%
รวม	273	75	18	9	20	395

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานโรงแรม, ลูกจ้าประจำ, ค้าขาย, พยาบาล, นักวิจัย, ลูกจ้างชั่วคราว, พนักงานในมหาวิทยาลัย

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 5 คน

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 41.39 รองลงมา คือ 2 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ39.93 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.82

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 49.33รองลงมา คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ33.33 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมา คือ 3 ชิ้น,4 ชิ้น,มากกว่า 4 ชิ้นเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ16.67 และ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.11

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ 1 ชิ้นและ 3 ชิ้นเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ22.22 และ 4 ชิ้นและมากกว่า 4 ชิ้นเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ 2 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ40.00 และ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

จำนวนเงิน	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ไม่เกิน 100 บาท	22	9	0	0	0	31
	8.03%	12.16%	0.00%	0.00%	0.00%	7.85%
101-300 บาท	142	22	7	2	11	184
	51.82%	29.73%	38.89%	22.22%	55.00%	46.58%
301-500 บาท	73	26	4	2	7	12
	26.64%	35.14%	22.22%	22.22%	35.00%	3.04%
501-1,000 บาท	28	14	3	5	2	52
	10.22%	18.92%	16.67%	55.56%	10.00%	13.16%
1,001-1,500 บาท	6	3	1	0	0	10
	2.19%	4.05%	5.56%	0.00%	0.00%	2.53%
1,501 บาท ขึ้นไป	3	0	3	0	0	6
	1.09%	0.00%	16.67%	0.00%	0.00%	1.52%
รวม	274	74	18	9	20	395

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานโรงแรม, ลูกจ้าประจำ, ค้าขาย, พยาบาล, นักวิจัย, ลูกจ้างชั่วคราว, พนักงานในมหวิทยาลัย

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 5 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.82 รองลงมา คือ 301-500 คิดเป็นร้อยละ 26.64 และ501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.22

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 301-500 บาทคิดเป็นร้อยละ 35.14 รองลงมา คือ101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.73 และ501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.92

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.9รองลงมา คือ 301-500 คิดเป็นร้อยละ22.2 และ501-1,000 บาทและ 1,501 บาทขึ้นไปเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.56

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ 301-500 คิดเป็นร้อยละ 35.00 และ501-1,000บาท คิดเป็นร้อยละ 10.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่มาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลา	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
18.00-19.00 น.	45	9	2	1	5	62
	16.42%	12.00%	10.53%	11.11%	25.00%	15.62%
19.01-20.00 น.	117	43	10	2	11	183
	42.70%	57.33%	52.63%	22.22%	55.00%	46.10%
20.01-21.00 น.	91	20	5	5	4	125
	33.21%	26.67%	26.32%	55.56%	20.00%	31.49%
21.01-22.00น.	17	2	2	0	0	21
	6.20%	2.67%	10.53%	0.00%	0.00%	5.29%
22.01 น.ขึ้นไป	2	1	0	1	0	4
	0.73%	1.33%	0.00%	11.11%	0.00%	1.01%
อื่นๆ	2	0	0	0	0	2
	0.73%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.50%
รวม	274	75	19	9	20	397

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน, 19.01-21.00 น.

:อาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานโรงแรม, ลูกจ้าประจำ, ค้าขาย, พยาบาล, นักวิจัย, ลูกจ้างชั่วคราว, พนักงานในมหาวิทยาลัย

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 3 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.70 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 33.21 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ16.42

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.33 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 26.67และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ12.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 52.63 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 26.32 และ 18.00-19.00 น.กับ 21.01-22.00น. เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.53

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ .20.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมา คือ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.22 และ 18.00-19.00 น.กับ 22.01น. ขึ้นไปเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ18.00-19.00น. คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 20.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ20.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ผู้มีอิทธิพล	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ตัวเอง	186	45	11	5	16	263
	68.63%	60.81%	57.89%	55.56%	80.00%	66.92%
เพื่อน	57	16	1	1	4	79
	21.03%	21.62%	5.26%	11.11%	20.00%	20.10%
แฟน	22	8	5	1	0	36
	8.12%	10.81%	26.31%	11.11%	0.00%	9.16%
สมาชิกในครอบครัว	4	5	2	1	0	12
	1.48%	6.76%	10.53%	11.11%	0.00%	3.05%
อื่นๆ	2	0	0	1	0	3
	0.74%	0.00%	0.00%	11.11%	0.00%	0.76%
รวม	271	74	19	9	20	393

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นิตยสารแฟชั่น

:อาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานโรงแรม, ลูกจ้างประจำ, ค้าขาย, พยาบาล, นักวิจัย, ลูกจ้างชั่วคราว, พนักงานในมหาวิทยาลัย

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 7 คน

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ68.63 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.03 และแฟน คิดเป็นร้อยละ8.12

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ60.81 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.62 และแฟน คิดเป็นร้อยละ 10.81

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ57.89 รองลงมา คือ แฟน คิดเป็นร้อยละ 26.31และสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ10.53

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ55.56

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ80.00

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

เหตุผล	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ	อื่นๆ	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
เอาไว้ใช้เอง	230	60	10	7	14	321
	83.94%	81.08%	52.63%	77.78%	70.00%	81.06%
ซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบจะทำอะไร	10	5	0	0	1	16
	3.65%	6.76%	0.00%	0.00%	5.00%	4.04%
เป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง	6	1	1	0	2	10
	2.19%	1.35%	5.26%	0.00%	10.00%	2.53%
เพราะราคาถูก	22	8	8	2	3	43
	8.03%	10.81%	42.11%	22.22%	15.00%	10.86%
อื่นๆ	6	0	0	0	0	6
	2.19%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.52%
รวม	274	74	19	9	20	396

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตามแฟชั่น, แล้วแต่ชอบ, สวยดี น่าใช้ เนื้อผ้านุ่ม, หาซื้อง่ายใช้ได้เลย, ให้แฟน, ไม่ชอบแต่งตัวตามกระแส

:อาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานโรงแรม, ลูกจ้างประจำ, ค้าขาย, พยาบาล, นักวิจัย, ลูกจ้างชั่วคราว, พนักงานในมหาวิทยาลัย

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 4 คน

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 83.94รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ8.03 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ3.65

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 81.08 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ10.81 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 6.76

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ52.63 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ42.11 และซื้อเป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ5.26

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 77.78

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ70.00 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ10.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับตลาดกลางคืนที่ชอบมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ตลาดกลางคืน	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ	รวม
ถนนคนเดินวันอาทิตย์	97	18	7	2	6	130
	74.62%	13.85%	5.38%	1.54%	4.62%	100.00%
ตลาดวโรรสกลางคืน	50	25	4	3	4	86
	58.14%	29.07%	4.65%	3.49%	4.65%	100.00%
ตลาดนัดหน้าม.ช.	124	41	12	0	8	185
	67.03%	22.16%	6.49%	0.00%	4.32%	100.00%
กาดซุ่มมืด	25	5	2	4	2	38
	65.79%	13.16%	5.26%	10.53%	5.26%	100.00%
ตลาดนัดรินคำ	105	8	6	3	5	127
	82.68%	6.30%	4.72%	2.36%	3.94%	100.00%

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษามักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ67.03 รองลงมา คือ ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 82.68 และถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 74.62

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 22.16 รองลงมา คือ ตลาดวโรรสกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 29.07 และถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 13.85

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวมักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 6.49 รองลงมา คือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 5.38 และตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 4.72

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการมักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กาดซุ่มมืด คิดเป็นร้อยละ 10.53 รองลงมา คือ ตลาดวโรรสกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 3.49 และตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 2.36

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆมักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 4.32 รองลงมา คือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 4.62 และตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ 3.94

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความบ่อยครั้งที่มาตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ความบ่อยครั้งที่มา	รายได้ (บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001 ขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1 ครั้ง/เดือน	46	24	16	11	97
	23.83%	23.30%	29.63%	23.91%	24.49%
2 ครั้ง/เดือน	59	31	17	14	121
	30.57%	30.10%	31.48%	30.43%	30.56%
1 ครั้ง/สัปดาห์	43	14	7	7	71
	22.28%	13.59%	12.96%	15.22%	17.93%
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	27	22	9	8	66
	13.99%	21.36%	16.67%	17.39%	16.67%
4-7 ครั้ง/สัปดาห์	3	5	3	3	14
	1.55%	4.85%	5.56%	6.52%	3.54%
มากกว่า 7 ครั้ง/สัปดาห์	3	0	1	0	4
	1.55%	0.00%	1.85%	0.00%	1.01%
อื่นๆ	12	7	1	3	23
	6.22%	6.80%	1.85%	6.52%	5.81%
รวม	193	103	54	46	396

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นานๆมาที , แล้วแต่โอกาส,เวลาว่าง , ไม่แน่นอน,เฉพาะช่วงเวลาพิเศษ, 3 ครั้ง/เดือน

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 4 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.57 รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.83 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 22.28

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 21.36

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000บาทมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.48 รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.63 และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.67

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.43 รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.91 และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.39

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนชิ้นที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

จำนวนชิ้นที่ซื้อ	รายได้ (บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	ต่ำกว่า 5,000	10,001-15,000	15,001 ขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1 ชิ้น	79	36	21	12	148
	41.58%	34.95%	39.62%	26.09%	37.76%
2 ชิ้น	74	52	23	15	164
	38.95%	50.49%	43.40%	32.61%	41.84%
3 ชิ้น	26	10	6	10	52
	13.68%	9.71%	11.32%	21.74%	13.27%
4 ชิ้น	7	4	3	4	18
	3.68%	3.88%	5.66%	8.70%	4.59%
มากกว่า 4 ชิ้น	4	1	0	5	10
	2.11%	0.97%	0.00%	10.87%	2.55%
รวม	190	103	53	46	392

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 8 คน

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 41.58 รองลงมา คือ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ38.95 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.68

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 50.49 รองลงมา คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ34.95 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 9.71

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000บาทซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 43.40 รองลงมา คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ39.62 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.32

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 32.61 รองลงมา คือ 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ26.09 และ 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.74

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นโดยเฉลี่ยที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

จำนวนเงินที่ซื้อ	รายได้(บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001 ขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ไม่เกิน 100 บาท	19	6	4	2	31
	10.00%	3.16%	2.11%	1.05%	16.32%
101-300 บาท	106	42	22	11	181
	55.79%	40.38%	42.31%	23.91%	46.17%
301-500 บาท	45	40	16	11	112
	23.68%	38.46%	30.77%	23.91%	28.57%
501-1,000 บาท	17	11	8	16	52
	8.95%	10.58%	15.38%	34.78%	13.27%
1,001-1,500 บาท	2	3	2	3	10
	1.05%	2.88%	3.85%	6.52%	2.55%
1,501 บาท ขึ้นไป	1	2	0	3	6
	0.53%	1.92%	0.00%	6.52%	1.53%
รวม	190	104	52	46	392

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 8 คน

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.79 รองลงมา คือ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.68 และไม่เกิน 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.00

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.38 รองลงมา คือ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.46และ501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.58

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000บาทซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมา คือ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.77 และ501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.38

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยจำนวนเงินมากที่สุด ได้แก่ 501-1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมา คือ จำนวน 101-300 บาท เท่ากับ 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.91

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่มาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ช่วงเวลา	รายได้(บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001 ขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
18.00-19.00 น.	33	13	6	9	61
	17.19%	12.62%	11.32%	19.57%	15.48%
19.01-20.00 น.	82	50	28	22	182
	42.71%	48.54%	52.83%	47.83%	46.19%
20.01-21.00 น.	64	33	17	10	124
	33.33%	32.04%	32.08%	21.74%	31.47%
21.01-22.00น.	10	5	1	5	21
	5.21%	4.85%	1.89%	10.87%	5.33%
22.01 น.ขึ้นไป	1	2	1	0	4
	0.52%	1.94%	1.89%	0.00%	1.02%
อื่นๆ	2	0	0	0	2
	1.04%	0.00%	0.00%	0.00%	0.51%
รวม	192	103	53	46	394

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน, 19.01-21.00 น.

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 6 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.71 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ17.19

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 48.54 รองลงมา คือ 20.01-21.00 คิดเป็นร้อยละ 32.04 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ12.62

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000บาท มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 52.83 รองลงมา คือ 20.01-21.00 น.คิดเป็นร้อยละ 32.08และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ11.32

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนในช่วงเวลาที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.74 และ 18.00-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ19.57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ผู้มีอิทธิพล	รายได้(บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001 ขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ตัวเอง	137	63	38	23	261
	72.11%	62.38%	71.70%	50.00%	66.92%
เพื่อน	39	21	11	8	79
	20.53%	20.79%	20.75%	17.39%	20.26%
แฟน	12	10	3	10	35
	6.32%	9.90%	5.66%	21.74%	8.97%
สมาชิกในครอบครัว	2	5	1	4	12
	1.05%	4.95%	1.89%	8.70%	3.08%
อื่นๆ	0	2	0	1	3
	0.00%	1.98%	0.00%	2.17%	0.77%
รวม	190	101	53	46	390

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นิตยสารแฟชั่น

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 10 คน

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ72.11รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.53และแฟน คิดเป็นร้อยละ6.32

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ62.4 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.8และแฟน คิดเป็นร้อยละ5.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000บาทเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 71.70 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และแฟน คิดเป็นร้อยละ5.66

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือแฟน คิดเป็นร้อยละ 21.74 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ17.39

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

เหตุผล	รายได้(บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001 ขึ้นไป	รวม
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
เอาไว้ใช้เอง	164	83	44	27	318
	85.86%	81.37%	81.48%	58.70%	80.92%
ซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบจะทำอะไร	7	3	2	4	16
	3.66%	2.94%	3.70%	8.70%	4.07%
เป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง	5	1	2	2	10
	2.62%	0.98%	3.70%	4.35%	2.54%
เพราะราคาถูก	13	12	5	13	43
	6.81%	11.76%	9.26%	28.26%	10.94%
อื่นๆ	2	3	1	0	6
	1.05%	2.94%	1.85%	0.00%	1.53%
รวม	191	102	54	46	393

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตามแฟชั่น, แล้วแต่ชอบ, สวยดี น่าใช้ เนื้อผ้านุ่ม, หาซื้อง่ายใช้ได้เลย, ให้แฟน, ไม่ชอบแต่งตัวตามกระแส

: ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แสดงความคิดเห็น 7 คน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 85.86 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ6.81 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร คิดเป็นร้อยละ 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทให้เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 81.37 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ11.76และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรกับอื่นๆเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ2.94

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000บาทให้เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ9.3 และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรกับเป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้องเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ3.7

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปให้เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมา คือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ28.26และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรคิดเป็นร้อยละ8.70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตลาดกลางคืน	รายได้(บาท)				
	ต่ำกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	15,001 ขึ้นไป	รวม
ถนนคนเดินวันอาทิตย์	73	26	15	16	130
	56.15%	20.00%	11.54%	12.31%	100.00%
ตลาดวโรรสกลางคืน	42	20	18	6	86
	48.84%	23.26%	20.93%	6.98%	100.00%
ตลาดนัดหน้าม.ช.	74	63	25	21	183
	40.44%	34.43%	13.66%	11.48%	100.00%
กาดซุ่มมืด	16	10	5	7	38
	42.11%	26.32%	13.16%	18.42%	100.00%
ตลาดนัดรินคำ	74	27	11	12	124
	59.68%	21.77%	8.87%	9.68%	100.00%

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ59.68 รองลงมา คือตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 40.44 แล ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 56.15

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 34.43 รองลงมา คือ ตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ21.77และถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000บาท มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ13.66 รองลงมา คือตลาดวโรรสกลางคืน คิดเป็นร้อยละ 20.93 และถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ11.54

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 11.48 รองลงมา คือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ12.31 และตลาดนัดรินคำ คิดเป็นร้อยละ9.68

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
1. รูปแบบของสินค้ามีสีสัน สวยงาม มีคุณภาพ	169	153	72	2	0	4.23	1
	42.68%	38.64%	18.18%	0.51%	0.00%	มาก	
2. บรรจุภัณฑ์สวยงาม	56	120	167	46	7	3.43	6
	14.14%	30.30%	42.17%	11.62%	1.77%	ปานกลาง	
3. มีการพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	100	174	105	13	2	3.91	4
	25.38%	44.16%	26.65%	3.30%	0.51%	มาก	
4. สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ (Unique)	148	141	93	13	0	4.07	2
	37.47%	35.70%	23.54%	3.29%	0.00%	มาก	
5. มีสินค้าให้เลือกหลายระดับ ราคาและคุณภาพ	127	164	99	6	1	4.03	3
	31.99%	41.31%	24.94%	1.51%	0.25%	มาก	
6. มีตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก	78	135	138	41	4	3.61	5
	19.70%	34.09%	34.85%	10.35%	1.01%	มาก	
7. เป็นสินค้าหัตถกรรม (Hand made)	38	92	175	78	13	3.16	7
	9.60%	23.23%	44.19%	19.70%	3.28%	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.78**	**มาก**

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.78 โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก สามอันดับแรก ได้แก่ รูปแบบของสินค้ามีสีสันสวยงาม มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.23) สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ สนค้ามีให้เลือกหลายระดับราคาและคุณภาพ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
1. ราคาถูก	158	132	90	12	2	4.10	2
	40.10%	33.50%	22.84%	3.05%	0.51%	มาก	
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	184	131	66	12	2	4.22	1
	46.58%	33.16%	16.71%	3.04%	0.51%	มาก	
3. มีป้ายติดราคาชัดเจน	140	137	91	26	3	3.97	5
	35.26%	34.51%	22.92%	6.55%	0.76%	มาก	
4. มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	115	178	90	13	0	4.00	4
	29.04%	44.90%	22.70%	3.30%	0.00%	มาก	
5. สามารถต่อรองราคาได้	154	134	84	21	2	4.06	3
	38.99%	33.92%	21.27%	5.32%	0.51%	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						**4.07**	**มาก**

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก สามอันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 4.10) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย4.06)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
1. การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย	125	158	97	13	2	3.99	2
	31.65%	40.00%	24.56%	3.29%	0.51%	มาก	
2. การแนะนำสินค้าของพนักงานขาย	63	151	138	35	10	3.56	4
	15.87%	38.04%	34.76%	8.82%	2.52%	มาก	
3. มีที่จอดรถสะดวกสบาย	96	133	118	42	8	3.67	3
	24.18%	33.50%	29.72%	10.58%	2.02%	มาก	
4. ร้านตกแต่งสวยงาม	58	147	153	28	9	3.55	5
	14.68%	37.22%	38.73%	7.09%	2.28%	มาก	
5. อัธยาศัย ไมตรีพ่อค้าแม่ค้าเป็นกันเอง	156	142	85	12	0	4.12	1
	39.49%	35.95%	21.52%	3.04%	0.00%	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.78**	**มาก**

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก สามอันดับแรก ได้แก่ อัธยาศัยไมตรีพ่อค้า แม่ค้าเป็นกันเอง(ค่าเฉลี่ย 4.12) การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย(ค่าเฉลี่ย 3.99) และมีที่จอดรถสะดวกสบาย(ค่าเฉลี่ย 3.67)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
1. การมีของแถมให้ลูกค้า	89	116	142	35	14	3.58	5
	22.47%	29.29%	35.86%	8.84%	3.54%	มาก	
2. มีการลดราคาในบางโอกาส	116	163	92	22	2	3.93	1
	29.37%	41.27%	23.29%	5.57%	0.51%	มาก	
3. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ	3	29	99	151	115	3.87	2
	0.76%	7.30%	24.94%	38.04%	28.97%	มาก	
4. มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ	53	133	163	43	3	3.48	6
	13.42%	33.67%	41.27%	10.89%	0.76%	ปานกลาง	
5. มีบริการหลังการขาย (การซ่อมแซม)	19	45	116	117	99	3.59	4
	4.80%	11.36%	29.29%	29.55%	25.00%	มาก	
6. รับเปลี่ยนสินค้ากรณีสินค้ามีปัญหา	142	120	82	39	14	3.85	3
	35.77%	30.23%	20.65%	9.82%	3.53%	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.71**	**มาก**

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก สามอันดับแรก ได้แก่ มีการลดราคาในบางโอกาส(ค่าเฉลี่ย 3.93) มีส่วนลดพิเศษให้ลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และรับเปลี่ยนสินค้ากรณีสินค้ามีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาที่พบ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. สถานที่จอดรถ	125	143	101	21	4	3.92	1
	31.70%	36.30%	25.60%	5.30%	1.00%	มาก	
2. แสงสว่าง	61	154	153	25	2	3.63	6
	15.40%	39.00%	38.70%	6.30%	0.50%	มาก	
3. จุดบริการห้องน้ำ	105	123	103	55	9	3.66	3
	26.60%	31.10%	26.10%	13.90%	2.30%	มาก	
4. สถานที่ทิ้งขยะ	90	132	126	38	9	3.65	4
	22.80%	33.40%	31.90%	9.60%	2.30%	มาก	
5. ความสะอาดภายในบริเวณตลาด	93	139	127	30	5	3.72	2
	23.60%	35.30%	32.20%	7.60%	1.30%	มาก	
6. ตู้บริการเงินด่วน	40	129	169	49	6	3.38	8
	10.20%	32.80%	43.00%	12.50%	1.50%	ปานกลาง	
7. มีขอทาน	47	91	157	73	25	3.16	9
	12.00%	23.20%	39.90%	18.60%	6.40%	ปานกลาง	
8. ดนตรีเสียงดัง	20	84	207	63	19	3.06	10
	5.10%	21.40%	52.70%	16.00%	4.80%	ปานกลาง	
9. ความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน	94	113	150	32.00	5	3.66	3
	23.90%	28.70%	38.10%	8.10%	1.30%	มาก	
10. ราคาสินค้า	76	132	157	27	3	3.64	5
	19.20%	33.40%	39.70%	6.80%	0.80%	มาก	
11. มาตรฐานของสินค้า	84	122	159	27	1	3.66	3
	21.40%	31.00%	40.50%	6.90%	0.30%	มาก	
12. อัธยาศัยไมตรีของพ่อค้าแม่ค้าภายในตลาด	80	120	140	47	7	3.56	7
	20.30%	30.50%	35.50%	11.90%	1.80%	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.56**	**มาก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัญหาอยู่ในระดับมาก (3.56) ซึ่งปัญหาที่ให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ สถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา คือ ความสะอาดภายในบริเวณตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) มาตรฐานของสินค้าเท่ากับความปลอดภัยของทรัพย์สิน(ค่าเฉลี่ย 3.66) สถานที่ทิ้งขยะ(ค่าฉลี่ย 3.65) และราคาของสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.64)

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะและปัญหาในการมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในการตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะและปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
เสนอแนะ	48	12.00
ไม่เสนอแนะ	352	88.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่ให้ข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 88.00 และให้ข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 12.00

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ตลาดกลางคืนควรมีจุดบริการน้ำดื่ม
- ควรมีที่จอดรถให้เพียงพอและไม่เก็บค่าที่จอดรถ
- ร้านค้าที่มีห้องทดลองสินค้าได้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น
- ควรปรับปรุงเรื่องของความสะอาด เนื่องจากมีความสกปรกของสัตว์ เช่น หนู แมลงสาบ มีขยะส่งกลิ่นเหม็น มีน้ำขัง ทำให้ดูไม่ถูกสุขอนามัย อีกทั้งยังมีขอทานอีกด้วย
- ควรเพิ่มความปลอดภัยทั้งส่วนบุคคลและทรัพย์สิน
- ควรเพิ่มมาตรฐานของสินค้า
- ควรจัดสถานให้เหมาะสมกับการมาตลาดกลางคืน ทั้งด้านพื้นที่ ร้านค้า และสถานที่จอดรถ
- สินค้าไม่ควรเน้นเฉพาะจำหน่ายให้ชาวต่างประเทศ หรือต่างจังหวัด ควรเป็นสินค้าที่ทันสมัยเหมาะกับท้องถิ่นหรือจังหวัดนั้นๆ
- ควรมีกลยุทธ์จูงใจให้ประชาชนไปในที่นั้นๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ มีกิจกรรมต่างๆ สำหรับทุกเพศ ทุกวัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- ควรมีสินค้าหลายราคาเพื่อให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจในสินค้าว่าราคาถูกหรือแพงและควรจะซื้อหรือไม่

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามค้นพบ

- ร้านค้าที่ติดกับร้านจำหน่ายอาหาร ทำให้กลิ่นของอาหาร ที่เกิดจากการปิ้ง ทอด ย่าง ติดเสื้อผ้าได้ ทำให้สินค้าไม่น่าซื้อ
- บริเวณตลาดกลางคืนเมื่อฝนตกทำให้แฉะเปื้อน ไม่สะอาด ทำให้ไม่อยากเดินซื้อสินค้า
- ราคาสินค้าไม่เท่ากัน ทำให้ต้องเดินสำรวจสินค้า
- ที่จอดรถมีน้อยทำให้ไม่เพียงพอ
- ถังขยะไม่เพียงพอ และบริเวณทิ้งขยะหายาก บางครั้งปริมาณขยะมีมากกว่าถังขยะ
- แสงสว่างไม่เพียงพอ บางครั้งทำให้ไม่สามารถเห็นสินค้าได้ถนัด
- ไม่มีความปลอดภัยของยานพาหนะ เช่น โดนขโมยรถจักรยายยนต์ โดนทุบกระจกรถยนต์
- มีสินค้าจำหน่ายเหมือนกัน อีกทั้งยังราคาแพง
- ห้องน้ำไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค บางแห่งก็ไม่มีห้องน้ำ อีกทั้งห้องน้ำก็ไม่สะอาด
- ราคาของสินค้าส่วนใหญ่สูงกว่าความเป็นจริงเมื่อเทียบกันกับคุณภาพของสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved