

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุ 19-30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้อีกส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท

##### 2. พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักตลาดกลางคืน ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เกือบทั้งหมด ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์บริเวณถนนราชดำเนิน ตลาดวโรรสกลางคืน ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กาดชุมชนี่ดหน้ากาดสวนแก้ว ตลาดนัดรินคำและอื่นๆ ได้แก่ ถนนคนเดิน วัวลาย ไนท์บาร์ซาร์ ตลาดนัดรวมโชค ตลาดนัดหลังคาร์ฟูร์ ซึ่งสถานที่ที่ผู้บริโภคชอบไปมากที่สุดในตลาดกลางคืน ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมาคือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์บริเวณถนนราชดำเนินและตลาดนัดรินคำ ความถี่ของการมาตลาดกลางคืนประมาณเดือนละ 2 ครั้ง รองลงมาคือเดือนละ 1 ครั้ง และซื้อสินค้าจำนวน 2 ชิ้นต่อครั้ง รองลงมาซื้อ 1 ชิ้นต่อครั้ง โดยซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง 100-300 บาท รองลงมา 300-500 บาท ผู้บริโภคนิยมมาตลาดกลางคืนช่วงเวลา 19.00-20.00 น.มากที่สุด รองลงมาเป็นเวลา 20.00-22.00 น.และเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด รองลงมา คือ แฟน ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าที่ตลาดกลางคืนคือตัวเอง รองลงมาคือ เพื่อน เหตุผลที่ซื้อเพราะเอาไว้ใช้ส่วนตัว รองลงมาซื้อเพราะราคาถูก และผู้ที่เดินทางมาที่ตลาดกลางคืนส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าโดยมีความพึงพอใจในกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบ ส่วนลดราคา รองลงมา คือ ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ ผู้บริโภครู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนจากเพื่อนแนะนำ รองลงมา คือ นิตยสาร วารสารแฟชั่น และมีความเห็นว่าจะแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน อีกด้วย

### 3. เมื่อพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่บริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลสรุปได้ดังนี้

#### จำแนกตามเพศ

เพศชาย นิยมมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดรินคำ รองลงมาคือถนนคนเดินวันอาทิตย์และ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในช่วงเวลามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เวลา 19.01-20.00 น. รองลงมา เวลา 20.01-21.00 น. และ เวลา 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนเฉลี่ยมากที่สุด 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา คือ เดือนละ 1 ครั้ง และ 2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ชิ้นต่อครั้ง รองลงมา คือ 2 ชิ้น และ 3 ชิ้น จำนวนเงินที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา 301-500 และ 501-1,000 บาทให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา เพราะราคาถูก และซื้อตามเพื่อนและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และ แฟน

เพศหญิงนิยมมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมาคือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์และตลาดวโรรสกลางคืน ในช่วงเวลามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เวลา 19.01-20.00 น. รองลงมา เวลา 20.01-21.00 น.และ เวลา 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยมากที่สุด 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา คือเดือนละ 1 ครั้ง และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้นต่อครั้ง รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น เป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา 301-500 บาท และ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา เพราะราคาถูก และซื้อตามเพื่อนๆและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และ แฟน

#### จำแนกตามอายุ

อายุต่ำกว่า 19 ปี มักมาตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ รองลงมาคือตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ ตลาดนัดรินคำ ในช่วงเวลาบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น.และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมา คือ 2 ครั้งต่อเดือนเท่ากับสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก

ได้แก่ 1 ชั้น รองลงมา คือ 2 ชั้น และ 3 ชั้น เป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือไม่เกิน 100 บาท และ 301-500 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าทำอะไร โดยเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และแฟน

อายุ 19-30 ปี มักมาตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมาคือตลาดนัดรินคำและถนนคนเดินวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาบอຍที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนเป็นจำนวนครั้งเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา คือเดือนละ 1 ครั้ง และสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น เป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าทำอะไรและเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และแฟน

อายุ 31 ปีขึ้นไป มักมาที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ รองลงมาคือตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และตลาดวโรรสกลางคืน ในช่วงเวลาบอຍที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนเป็นจำนวนครั้งเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมา คือ 2 ครั้งต่อเดือน และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 501-1,000 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และ 101-300 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และเป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้องและเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว และแฟนเท่ากับเพื่อน

#### จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมักมาที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย รองลงมา คือถนนคนเดินวันอาทิตย์ และตลาดนัดรินคำ ในช่วงเวลาบอຍที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

และ 1 ครั้งต่อเดือน ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น ซึ่งซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 และไม่เกิน 100 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรและเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และแฟน

ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย รองลงมา คือ ตลาดนัดริมน้ำ และถนนคนเดินวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือนรองลงมา คือ 1 ครั้งต่อเดือน และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น เป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร และเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อนและแฟน

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมากที่สุดที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย รองลงมา คือตลาดนัดริมน้ำ และถนนคนเดินวันอาทิตย์ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 20.01-21.00 น. รองลงมา คือ 19.01-20.00 น. และ 21.01-22.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา คือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ละ และ 1 ครั้งต่อเดือน, 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ,4-7 ครั้งต่อสัปดาห์เท่ากัน ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้นเท่ากับ 3 ชิ้น และ 4 ชิ้นเท่ากับมากกว่า 4 ชิ้น เป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 501-1,000 บาท รองลงมา คือ 101-300 บาท และ301-500 บาท ,1,001-1,500 บาท , 1,501 บาทขึ้นไปเท่ากัน ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือ ราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร,เป็นของฝากญาติ/พี่น้อง เท่ากัน และเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ แฟน และเพื่อนเท่ากับสมาชิกในครอบครัว

### จำแนกตามอาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา มักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือ ตลาดนัดรินคำและถนนคนเดินวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ชิ้น รองลงมา คือ 2 ชิ้น และ 3 ชิ้นเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 301-500 บาท รองลงมา คือ 101-300 บาท และ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือ ราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรและเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และแฟน

พนักงานบริษัทเอกชน มักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือ ตลาดวโรรสกลางคืน และถนนคนเดินวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น.เท่ากับ 21.01-22.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้นเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และ 501-1,000 บาทเท่ากับ 1,501 บาทขึ้นไป ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือ ราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไร และเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และแฟน

ธุรกิจส่วนตัว มักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และตลาดนัดรินคำ ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 20.01-21.00 น. รองลงมา คือ 19.01-20.00 น. และ 18.00-19.00 น.เท่ากับ 22.01 น. ขึ้นไป โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 2 ครั้งต่อเดือน ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 3 ชิ้น, 4 ชิ้น, มากกว่า 4 ชิ้นเท่ากัน และ 1 ชิ้นซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด ได้แก่ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือ ราคาถูก คิดเป็น และซื้อเป็นของขวัญเพื่อน/ญาติ

พี่น้องและเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ แฟน และสมาชิกในครอบครัว

ข้าราชการมักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กาดชุ่มมิด รองลงมา คือ ตลาดวโรรสกลางคืน และตลาดนัดรินคำมาตลาดกลางคืนในช่วงเวลาบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 18.00-19.00น. และ 20.01-21.00 น. โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือนและ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชั้น รองลงมา คือ 1 ชั้นเท่ากับ 3 ชั้น และ 4 ชั้นเท่ากับมากกว่า 4 ชั้นให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง และเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน มากที่สุด ได้แก่ ตัวเอง

อาชีพอื่นๆมักมาเที่ยวที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และตลาดนัดรินคำมาตลาดกลางคืนในช่วงเวลาบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 18.00-19.00น. และ 20.01-21.00 น. โดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 2 ครั้งต่อเดือน ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 1 ชั้น รองลงมา คือ 2 ชั้น และ 3 ชั้น ซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และ 501-1,000บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และเป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง และเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด ได้แก่ ตัวเอง

#### จำแนกตามรายได้

รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทมักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดรินคำ รองลงมา คือตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แล ถนนคนเดินวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาบ่อยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น.และ 18.00-19.00 น.โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 1 ชั้น รองลงมา คือ 2 ชั้น และ 3 ชั้นซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และไม่เกิน 100 บาทให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เองรองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรและเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และแฟน

รายได้ 5,001-10,000 บาท มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือตลาดนัดรินคำและถนนคนเดินวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น ซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรเท่ากับอื่นๆ และเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อนและแฟน

รายได้ 10,001-15,000 บาท มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือตลาดวโรรสกลางคืน และถนนคนเดินวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น ซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 101-300 บาท รองลงมา คือ 301-500 บาท และ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรเท่ากับเป็นของฝากเพื่อน/ญาติพี่น้อง และเห็นว่าผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน และแฟน

รายได้ 15,001 บาทขึ้นไป มักมาเที่ยวตลาดกลางคืนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์และตลาดนัดรินคำ ในช่วงเวลาบอยที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. และ 18.00-19.00 น. โดยมาตลาดกลางคืนโดยเฉลี่ยต่อครั้งมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1 ครั้งต่อเดือน และ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมา คือ 1 ชิ้น และ 3 ชิ้น ซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด ได้แก่ 501-1,000 บาท ให้เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ เอาไว้ใช้เอง รองลงมา คือราคาถูก และซื้อตามเพื่อนยังไม่ทราบว่าจะทำอะไรและเห็นว่าผู้มี

อิทธิพลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือแฟน และเพื่อน

#### 4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ รูปแบบของสินค้ามีสีสันสวยงาม มีคุณภาพ สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาและคุณภาพ

**ด้านราคา** พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูก และสามารถต่อรองราคาได้

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ อีช้อปปิ้งไม่ตรีพ้อค้า แม่ค้าเป็นกันเอง การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย และมีที่จอดรถสะดวกสบาย

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ มีการลดราคาในบางโอกาส มีส่วนลดพิเศษให้ลูกค้าประจำ และรับเปลี่ยนสินค้ากรณีสินค้ามีปัญหา

#### 5. ปัญหาและข้อเสนอแนะ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ สถานที่จอดรถความสะดวกสบายในบริเวณตลาดและจุดบริการห้องน้ำ



## อภิปรายผล

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและการวิเคราะห์ตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H และ นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P's มาอธิบายประกอบ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

จากแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วยคำถาม 6W1H สามารถนำมา วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อตอบคำถาม Who?, What ?,When ?,Where ?,Whom?และ How? ได้ ดังนี้

### 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย?-ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุระหว่าง 19-30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ย ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักตลาดกลางคืนเกือบทุกแห่ง ซึ่ง สอดคล้องกับพุลศิริ กลายสุข(2549) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของ ที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้บริโภคกลุ่ม ตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุ 20-29 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญา ตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษาและมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยเฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท อีกทั้งยังสอดคล้องกับสุพิชญา สอนบาลี (2548) ที่ศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าและบริการของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในกิจกรรมถนนคนเดินวันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ พบว่าอายุของนักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด

### 2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร?-สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ

ในการศึกษาครั้งนี้ต้องการทราบพฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค โดยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านรูปแบบสินค้ามีสีสันสวยงาม มีคุณภาพ มากที่สุด รองลงมาคือ สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะและมีให้เลือกหลายระดับราคาและคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับพุลศิริ กลายสุข(2549) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของ ที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคใช้ เงินจำนวนมากที่สุด ได้แก่ เสื้อผ้า รองเท้าและช้อปปิ้งภัณฑ์ที่กะทัดรัด สวยงาม อีกทั้งยัง สอดคล้องกับ สุพิชญา สอนบาลี (2548) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกิจกรรมถนนคนเดินวันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สินค้าที่มีมูลค่าการซื้อขายสูงสุดเป็นอันดับสาม คือ ผลิตภัณฑ์จากผ้า เครื่องประดับและ งานเขียน ศิลปะ สาเหตุที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้า คือ สินค้าทั้งสามชนิดนี้ก็เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวใน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ โดยผลิตภัณฑ์จากผ้าที่ขายบริเวณถนนคนเดินมีหลากหลายมาก เช่น ผ้า

พื้นเมืองที่เป็นทั้งแบบสำเร็จรูปและเป็นชิ้น เสื้อผ้าสำเร็จรูปตามแฟชั่น และเสื้อผ้าสำเร็จรูปมือสอง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องของวันชัย เหมะประสิทธิ์ (2539) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและเสื้อผ้าของกลุ่มช่างเข้าวัยรุ่น จากห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคพิจารณาจากรูปแบบของสินค้ามีความสวยงาม เป็นอันดับแรก อีกทั้งสอดคล้องกับ ธีรพงษ์ ศิริจันทร์นนท์ และคณะ (2543) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค และจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ซึ่งสินค้าในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเป็นหมวดที่มีมูลค่าในการซื้อสูงสุด ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในกลุ่มนี้ เรียงตามลำดับ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เนื้อผ้า การตัดเย็บ ความทนทาน มีให้เลือกหลายแบบหลายสี รูปแบบความงามทันสมัย

### 3. ทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ?-วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่า เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน เนื่องจากเอาไว้ใช้เอง รองลงมาคือ ราคาถูก ซึ่งสอดคล้องกับพุดศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากเอาไว้ใช้เอง และ การศึกษาด้านราคายังสอดคล้องกับธีรพงษ์ ศิริจันทร์นนท์ และคณะ (2543) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้า ด้านราคา ได้แก่ ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ส่วนการศึกษาของสุพิชญา สอนบาลี (2548) ที่ศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกิจกรรมถนนคนเดินวันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ก็พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ ราคา ที่มีราคาตั้งแต่ถูกโดยต่ำกว่า 10 บาท จนถึงหลายพันบาทเช่นกัน

### 4. ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ?-บทบาทของผู้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่าผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน ได้แก่ ตัวเอง รองลงมา คือเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับพุดศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า คือ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของวันชัย เหมะประสิทธิ์ (2539) ที่ทำการศึกษาร่วมกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและเสื้อผ้าของกลุ่มช่างเข้าวัยรุ่น จากห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง แต่ไม่สอดคล้องกับเพ็ญศรี จิตต์วัฒนกุล (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการเลือกซื้อกางเกงยีนส์ กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกางเกงยีนส์ของนักศึกษาคือนิยมตามสื่อ

โฆษณา เช่น นิตยสาร มากที่สุดโดยจะพิจารณาจากหลักเกณฑ์ความชอบส่วนตัว คือ ตัวเองน้อยที่สุด

#### 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด?- โอกาสในการซื้อสินค้า

การศึกษาค้นคว้าพบว่าจำนวนความบ่อยครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาตลาดกลางคืน ได้แก่ 2 ครั้ง ต่อเดือน ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของวันชัย เหมะประสิทธิ์ (2539) ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและเสื้อผ้าของกลุ่มช่างเข้าวัยรุ่น จากห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าความถี่ของการใช้บริการในห้างสรรพสินค้าต่อเดือนเฉลี่ยมากกว่า 4 ครั้ง สำหรับช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมมาตลาดกลางคืนมากที่สุด ได้แก่ 19.01-20.00 น. รองลงมา คือ 20.01-21.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับพุลศิริ กลายสุข (2549) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านิยมมาเที่ยวถนนคนเดินในช่วงเวลา 18.01- 20.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือเวลา 20.01-22.00 น. โดยในการมาแต่ละครั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อสินค้า รองลงมา คือ ไม่ซื้อ

#### 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน?-ช่องทางที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า

การศึกษาค้นคว้าพบว่า ผู้บริโภคซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจากตลาดกลางคืน 5 แห่งในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ ตลาดวโรรสกลางคืน ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กาดชุมชนี่หน้ากาดสวนแก้ว แลตลาดนัดรินคำ โดยสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบไปมากที่สุด ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมา คือ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ บริเวณถนนราชดำเนิน

#### 7. ผู้บริโภคซื้อสินค้าอย่างไร?- ขั้นตอนในการซื้อสินค้า

การศึกษาค้นคว้าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเนื่องจากเอาไว้ใช้ส่วนตัวตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการรับรู้ปัญหาว่าต้องการซื้อสินค้าเพื่อการสวมใส่ โดยสอดคล้องกับสุพิชญา สอนบาลี (2548) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกิจกรรมถนนคนเดินวันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสินค้าที่มีมูลค่าการซื้อสูงสุดสามลำดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์จากผ้า เครื่องประดับ ผู้บริโภคมีอายุระหว่าง 20-29 ปี ซึ่งเป็นวัยที่มีความสนใจในการแต่งตัวเป็นพิเศษจึงทำให้สินค้าประเภทนี้ได้รับความนิยมและให้ผลการศึกษามีเหมือนกับพุลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากเอาไว้ใช้เอง

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจเรื่องการซื้อเสื้อผ้าที่ตลาดกลางคืนโดยได้รับข้อมูลข่าวสารของการซื้อสินค้าจากเพื่อนแนะนำมากที่สุด รองลงมาคือนิตยสาร วารสารแฟชั่นและ

โทรทัศน์โดยสอดคล้องกับวันชัย เหมะประสิทธิ์ (2539) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและเสื้อผ้าของกลุ่มช่างเข้าวัยรุ่น จากห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าทราบข้อมูลข่าวสารในการเลือกซื้อได้แก่ สื่อและเพื่อนมากที่สุดและเพ็ญศรี จิตต์วัฒนกุล (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการเลือกซื้อกางเกงยีนส์ กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอิทธิพลต่อการเลือกซื้อกางเกงยีนส์ของนักศึกษามากที่สุด คือ สื่อโฆษณา เช่น นิตยสาร อีกทั้งพลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ยังพบว่า การรู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดินมักจะมาจากเพื่อนแนะนำ มากที่สุด

ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นตามความบ่อยครั้งที่มาตลาดกลางคืนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อสินค้า รองลงมาคือส่วนใหญ่จะไม่ซื้อและซื้อครั้งต่อครั้ง ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าจะเลือกซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยจำนวนชิ้นมากที่สุดได้แก่ 2 ชิ้น รองลงมาคือ 1 ชิ้นและเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ย 100-300 บาท รองลงมาคือ 300-500 บาท ซึ่งได้ผลการศึกษาที่ต่างจากวันชัย เหมะประสิทธิ์ (2539) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและเสื้อผ้าของกลุ่มช่างเข้าวัยรุ่น จากห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยในระดับราคา 500-1,000 บาท มากที่สุดผลการศึกษานั้นยังไม่สอดคล้องกับเพ็ญศรี จิตต์วัฒนกุล (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการเลือกซื้อกางเกงยีนส์ กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่นักศึกษาใช้ในการซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด ได้แก่ 300-500 บาท รองลงมา คือ 500-1,000 บาท และพลศิริ กลายสุข (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้าต่อครั้งโดยเฉลี่ยจำนวน 300-500 บาท

การศึกษานี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบส่วนลดราคาซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพลศิริ กลายสุข (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจมากที่สุดในกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบส่วนลดอีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับราคาชาตยา จึงสวัสดิ์ (2542) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการร้านที่มีการส่งเสริมการขาย โดยวิธีการส่งเสริมการขายที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากที่สุด คือ การลดราคาจากป้าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการมาซื้อสินค้าที่ตลาดกลางคืนโดยมีความเห็นว่า จะแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อไป

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคครั้งนี้ได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการประกอบการอธิบายทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค เรื่องผู้บริโภคซื้อสินค้าอย่างไร ดังนี้

#### **ด้านผลิตภัณฑ์(Product)**

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากใน 5 อันดับแรก เรียงลำดับได้ดังนี้ รูปแบบของสินค้ามีสีสันสวยงาม มีคุณภาพ สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาและคุณภาพ มีการพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และมีตราหือเป็นที่รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับพุดศิริ กลายสุข (2549) เพราะการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เรื่องสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ รูปแบบของสินค้ามีสีสันสวยงามและมีสินค้าให้เลือกหลายประเภทและยังสอดคล้องกับวันชัย เหมะประสิทธิ์ (2539) ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและเสื้อผ้าของกลุ่มช่างเข้าวัยรุ่น จากห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาเรื่องตัวแปรด้านรสนิยมของผู้บริโภคซึ่งเป็นปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า ผู้บริโภคพิจารณาจากรูปแบบของสินค้ามีความสวยงาม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เลือกซื้อจากตราหือของสินค้า และอันดับสาม ได้แก่การพิจารณาราคาของสินค้า

#### **ด้านราคา(Price)**

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาถูก สามารถต่อรองราคาได้ มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา และมีป้ายราคาชัดเจน โดยสอดคล้องกับ ชีรพงษ์ ศิริจันทร์นันทน์ และคณะ (2543) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคโดยจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในสินค้านวมเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องของราคา ได้แก่ ราคาถูกกว่าหืออื่นอีกทั้งยังสอดคล้องกับสุพิชญา สอนบาลี (2548) ที่ศึกษาพฤติกรรมกรซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในกิจกรรมถนนคนเดินวันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผลิตภัณฑ์จากผ้าได้รับความสนใจมากที่สุด โดยปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ มีราคาดูตั้งแต่ต่ำกว่า 10 บาท จนถึงหลายพันบาท

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ อีชยาศย์ไมตรี พ่อค้าแม่ค้าเป็นกันเอง รองลงมาคือ สินค้าจัดวางเป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้ง่ายและสถานที่จอดรถสะดวกสบายซึ่งสอดคล้องกับพุลศิริ กลายสุข(2549) เพราะการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ได้แก่อีชยาศย์ไมตรี พ่อค้าแม่ค้าเป็นกันเองและสอดคล้องกับธีรพงษ์ ศิริจันทร์นนท์ และคณะ (2543) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในด้านสถานที่จัดจำหน่ายโดยผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าโดยการหาซื้อได้ง่าย และชตาชา จึงสุวดี (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการของผู้บริโภค ในธุรกิจค้าปลีก ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสถานที่ เรื่องมีสถานที่จอดรถสะดวกสบายโดยเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ส่วนลดราคา ซึ่งสอดคล้องกับพุลศิริ กลายสุข(2549) เพราะการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ได้แก่มีการลดราคา อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ชตาชา จึงสุวดี (2542) ที่ศึกษาพบว่าวิธีการส่งเสริมการขายที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคมากที่สุด ได้แก่ การลดราคาจากป้าย

### ข้อค้นพบ

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นนักเรียน นักศึกษา มากที่สุด ซึ่งจากการศึกษาที่มาและความสำคัญของการมาตลาดกลางคืนน่าจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่ว่างจากการทำงานและมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักตลาดกลางคืนทุกแห่งในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยสถานที่ที่รู้จักมากที่สุด ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ แต่สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด ได้แก่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อโดยเฉลี่ยเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุดได้แก่ 2 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.00 และ 1 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ

37.75 ซึ่งคิดเป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกันมากที่สุด โดยจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อครั้ง ได้แก่ 100-300 บาท รองลงมาคือ 300-500 บาท

ในการมาตลาดกลางคืนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักมากับเพื่อน มากที่สุด แต่ผู้มีอิทธิพลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด ได้แก่ ตัวเอง รองลงมาคือเพื่อน ซึ่งได้รับทราบข้อมูลข่าวสารในการมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนจาก เพื่อนแนะนำมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าความบ่อยครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนมากที่สุด ได้แก่ ส่วนใหญ่จะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือเกือบจะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 27.8 ซึ่งเป็นจำนวนที่เกือบจะเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงาม มีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาและคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด โดยปัจจัยย่อยด้านราคาอันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือราคาถูก ซึ่งผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านราคาถูกเป็นอันดับแรก แต่ให้ความสำคัญเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบส่วนลดราคามากที่สุด รองลงมาคือ ส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่องมีการลดราคาในบางโอกาสมากที่สุด รองลงมา คือ มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้าประจำ

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สถานที่จอดรถ โดยส่วนใหญ่ตลาดกลางคืนเกือบทุกแห่งจะมีที่จอดไม่เพียงพอต่อผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า

#### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ นี้ ผลการศึกษาทำให้ทราบพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนในอำเภอเมือง เชียงใหม่ และผลที่ได้จากการศึกษานี้ควรนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยใช้เป็นแนวทางที่สามารถจะเพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจได้ เนื่องจากตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

## ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการในตลาดกลางคืน

### ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบของสินค้ามีสีสันสวยงาม มีคุณภาพ รองลงมา ได้แก่ สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะและสินค้ามีให้เลือกหลายประเภท หลายระดับราคาและคุณภาพ ดังนั้นควรจะผลิตหรือคัดสรรสินค้าที่มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะ พัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งประเภท คุณภาพ ให้ต่างจากสินค้าทั่วไป ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคต้องการซื้อมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 19-30 ปี ซึ่งเป็นวัยที่ใส่ใจในการแต่งตัวเป็นพิเศษจึงต้องการสินค้าที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร นอกจากนี้ยังต้องการเลือกสินค้าในแบบที่หลากหลายทั้งระดับราคาและคุณภาพ ผู้ประกอบการจึงควรคัดเลือกสินค้าตามแนวโน้มและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในและนี่ถึงเมื่อมาซื้อสินค้าครั้งต่อไป

### ด้านราคา

ราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นเหตุผลสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ดังนั้นราคาควรจะต้องให้อยู่ในระดับที่สอดคล้อง เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ควรตั้งราคาสูงเกินไป เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา จึงควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคยอมรับราคาของสินค้าและช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าโดยไม่จำเป็นต้องตั้งราคาให้ถูกที่สุดเพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา เนื่องจากอาจทำให้เกิดสงครามราคา อันเป็นผลเสียทำลายภาพลักษณ์และระดับราคาของสินค้า อีกทั้งยังทำให้มีรายได้น้อย จึงควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคยอมรับได้และให้ความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดกลางคืน คือ นักเรียน นักศึกษา ซึ่งยังไม่มีรายได้หรือมีรายได้น้อยและจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดกลางคืนส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อีชยาศัยโมตรีพ้อค้ำ แม่ค้าเป็นกันเอง รองลงมาได้แก่ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าที่ต้องการได้ง่าย และมีที่จอดรถสะดวกสบาย ตามลำดับ ดังนั้นพ้อค้ำแม่ค้าควรจะมีควมยิ้มแย้มแจ่มใส ค้อนรับทักทายลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า อีกทั้งควรจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เช่น เสื้อ กางเกง เป็นต้น เพื่อที่จะให้ลูกค้าสามารถหาสินค้าที่ต้องการได้



ง่ายอีกทั้งควรสนับสนุนให้ผู้ดูแลตลาดกลางคืนจัดการเรื่องสถานที่จอดรถเพื่อรองรับผู้บริโภคที่จะมาซื้อสินค้าอีกด้วย

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้านแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับการมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูล มาจากเพื่อนแนะนำ รองลงมา เป็นนิตยสาร วารสารแฟชั่น และโทรทัศน์ ซึ่งจากผลการศึกษาทำให้ทราบว่าเพื่อนและสื่อมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้ามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการในตลาดกลางคืนควรศึกษาในแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น แนวโน้มของกระแสนิยม เพื่อที่จะสามารถนำมาดำเนินแนวทางและกลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้าได้ต่อไป

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการส่งเสริมการขาย ได้แก่ มีการลดราคาในบางโอกาส มีส่วนลดพิเศษให้ลูกค้าประจำ และ รับเปลี่ยนสินค้า กรณีสินค้ามีปัญหา ดังนั้นผู้ประกอบการ ควรมีส่วนลดราคาในบางโอกาสตามเทศกาลต่างๆเป็นช่วงๆ เนื่องจากในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าที่ตลาดกลางคืนด้านเหตุผลในการซื้อสินค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลในการซื้อสินค้าว่าราคาถูก ดังนั้นเพื่อกระตุ้นในการเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้า มีการลดราคาให้กับลูกค้าประจำ และรับเปลี่ยนคืนกรณีสินค้ามีปัญหา ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมาซื้อสินค้าที่ร้านในครั้งต่อไป

ในการศึกษารังนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืนเป็นจำนวนชิ้นมากที่สุดได้แก่ 2 ชิ้นต่อครั้งคิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ 1 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.75 ซึ่งคิดเป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกันมาก โดยส่วนใหญ่จะซื้อเป็นจำนวนเงิน โดยเฉลี่ย 100-300 บาท คาดว่าเป็นจำนวนเงินโดยเฉลี่ยของการซื้อสินค้า 1 ชิ้นซึ่งจำนวนเงินที่ซื้อเป็นอันดับรองลงมา ได้แก่ 300-500 บาท ดังนั้นในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งของผู้บริโภคผู้ประกอบการควรมีการแนะนำสินค้าให้ซื้ออีก 1 ชิ้นเป็น 2 ชิ้นในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อ 1 ชิ้น เพื่อเพิ่มจำนวนและมูลค่าในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ดำเนินงานในตลาดกลางคืน

การศึกษารังนี้พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่พบได้ในตลาดกลางคืน เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ คือ สถานที่จอดรถ ความสะอาดภายในบริเวณตลาด จุดบริการห้องน้ำ ความปลอดภัยต่อทรัพย์สินและสถานที่ทิ้งขยะ ดังนั้น ทั้งนี้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนควรรีให้ความเอาใจใส่อย่างเข้มงวด ควรมีการจัดการดูแลและควบคุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านที่จอดรถ เนื่องจากตลาดกลางคืนเกือบทุกแห่งมักมีที่จอดรถไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค ผู้ดำเนินการควรจัดพื้นที่และจัดการให้เหมาะสม อีกทั้ง

ความสะอาดภายในบริเวณตลาดกลางคืน บางครั้งเมื่อฝนตกทำให้มีพื้นที่เปียกแฉะ ไม่น่าเดิน และส่งผลถึงความไม่สะอาดภายในบริเวณ จุดบริการห้องน้ำไม่เพียงพอและไม่สะอาด สถานที่เก็บขยะไม่เพียงพอเนื่องจากมีขยะมากกว่าสถานที่ทิ้งขยะ อีกทั้งยังส่งกลิ่นเหม็นรบกวนการมาเที่ยวตลาดกลางคืนและร้านค้าต่างๆ ในการจำหน่ายสินค้า รวมไปถึงการรักษาความปลอดภัยในบริเวณตลาดกลางคืนทั้งในด้านความปลอดภัยส่วนบุคคลและทรัพย์สิน เช่น บางแห่งควรมีพนักงานรักษาความปลอดภัย เพื่อทำให้การบริโภคเป็นไปอย่างมีคุณภาพ สามารถทำให้เป็นจุดขายที่ทำให้ตลาดกลางคืนแห่งนั้นๆ นำมาเที่ยวและซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษานี้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดกลางคืน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ดังนั้นจะทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำผลการศึกษาไปปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินงานและเพิ่มมูลค่าการซื้อขายในตลาดกลางคืน การศึกษาครั้งต่อไปผู้ทำการศึกษาเสนอแนะให้เปรียบเทียบกับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า ไฮเปอร์มาร์ทและ ดิสเคาท์สโตร์ ว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร โดยจะได้้นำผลการศึกษาไปประกอบการศึกษาครั้งที่ผ่านมาเพื่อที่จะได้นำไปพัฒนาปรับปรุงร่วมกัน

### ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ครั้งนี้ ได้เลือกประเด็นในการศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลัก และมีการศึกษาปัจจัยในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดมาประกอบการอธิบายทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค โดยอาจจะมีประเด็นสำคัญในการศึกษาที่มองข้ามไป เนื่องจากต้องการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบริเวณตลาดกลางคืนเป็นประเด็นสำคัญ ดังนั้นการศึกษานี้อาจไม่ครอบคลุมในส่วนทั้งหมดของกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค