

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมผู้บริโภคการซื้อสินค้าในตลาดไนท์มาร์เก็ตจังหวัดลพบุรี
ผู้จัดทำ	นางสาวณภัสกร วงศ์ประทุม
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน	มิถุนายน 2557
จำนวนหน้า	60 หน้า
คำสำคัญ	พฤติกรรมผู้บริโภค, ตลาดไนท์มาร์เก็ต

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าในตลาดไนท์มาร์เก็ตจังหวัดลพบุรี และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าตามเพศและอายุ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในตลาดไนท์มาร์เก็ตจังหวัดลพบุรี กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ราย โควตาเพศชายและเพศหญิง 125 ราย เท่ากัน จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถานที่เก็บข้อมูล คือ ตลาดไนท์มาร์เก็ต โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์สองกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 15-25 ปี เป็นนักเรียนนักศึกษา รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าในตลาดไนท์มาร์เก็ตจังหวัดลพบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าแฟชั่นมากที่สุดและต้องการซื้อซ้ำมีเหตุผลการคมนาคมสะดวกจึงมาซื้อสินค้ากับเพื่อนสนิทเพื่อนร่วมงานโดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ในช่วงเวลา 16:01-19:00 น. บริเวณชั้น 2 ในขณะที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นมากที่สุด จำนวน 4-6 ครั้งต่อเดือนในวันค้าที่มีชื่อเสียงและทำกิจกรรมแข่งขันดนตรีนอกจากการซื้อสินค้า พฤติกรรมการซื้อสินค้าตามเพศและอายุส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่าง แต่มีความแตกต่างกันตามเพศด้านบุคคลที่ร่วมมาซื้อสินค้า ตามอายุด้านเหตุผลการมา วิธีการตัดสินใจเลือกซื้อ และกิจกรรมที่ร่วมทำ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดไนท์มาร์เก็ต ความสำคัญระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ความสำคัญระดับปานกลาง คือ ด้านส่งเสริมการตลาด และมีความพึงพอใจระดับมากกับปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการบริการ