

**ชื่อเรื่องการค้าค้ำแบบอิสระ** พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบน  
ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นางสาวพุลศิริ กลายสุข

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้ำแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์ ดร.รวิพร กุเจริญไพศาล ประธานกรรมการ  
อาจารย์เรนัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็น  
บริโภคคนไทยที่มาเดินชมถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200  
ตัวอย่าง เป็นผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 100 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยว 100 ตัวอย่าง โดยสุ่ม  
ตัวอย่างตามความสะดวกเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่  
ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราช  
ดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออาหารและเครื่องดื่มจากถนนคน  
เดิน ถนนราชดำเนิน มากที่สุด ซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้า เป็นจำนวนเงินมากที่สุด และชอบ  
บรรจุภัณฑ์ที่กะทัดรัด สวยงาม ส่วนผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกที่ถนนคน  
เดินส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก คือ เอาไว้ใช้เอง นิยมมาเที่ยว  
ถนนคนเดิน ช่วงเวลา 18.01- 20.00 น. เลือกซื้อสินค้าบ่อยที่สุดในโอกาสวันเกิด การซื้อสินค้ากลุ่ม  
ของที่ระลึกจะซื้อจากถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินบ่อยที่สุด ความบ่อยของการซื้อสินค้ากลุ่มของที่  
ระลึก โดยเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง และซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก จำนวน 2 ชิ้นต่อครั้ง ซื้อสินค้ากลุ่ม  
ของที่ระลึกโดยเฉลี่ยเดือนละ 301 – 500 บาท และถ้าต้องการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกในครั้ง  
ต่อไป จะตัดสินใจลองเปลี่ยนเป็นซื้อสินค้าแบบอื่นบ้าง มีความพึงพอใจมากที่สุดในกิจกรรม  
ส่งเสริมการขายรูปแบบส่วนลดราคา การรู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ากลุ่มของที่ระลึก มักจะ  
ทราบจากเพื่อนแนะนำ มีความคิดเห็นว่าจะกลับมาเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน  
อีก และจะแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้เลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดินต่อไป

**Independent Study Title** Consumer Behavior in Purchasing Gift Products on the Walking Street of Rachadumnern Road, Mueang District, Chiang Mai Province.

**Author** Miss Poonsiri Glaysook

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

**ABSTRACT**

The objective of this study was to study consumer behavior in purchasing gift products on the walking street of Rachadumnern Road, Mueang District, Chiang Mai Province. 200 Thai visitors of the walking street were chosen as samples: 100 samples of Chiang Mai residents and 100 samples of tourist. Convenience sampling was used, and data was analysed by descriptive statistics: frequency, percentage and mean.

The study found that most samples bought food and beverage, spent most money in clothes and shoes and preferred beautiful package of the gift products. Most respondents decided to buy gift products on their own. The reason of purchasing gift products was for self use. The preferred time to visit walking street was between 6.01 – 8.00 pm. Often times of purchasing gift products was on birthday occasion. Most respondents purchased gift products from the walking street of Rachadumnern Road. The average frequency of purchasing gift products was once a month, buying two pieces of gift product per visit, and spending average money of 301 – 500 Baht per month. If the respondents wanted to purchase gift products the next time, they will try other models of the gift products. Of price discount sales promotion activity. The respondents were most satisfied. The respondents received information about gift products from friends and would come back again to purchase gift products on the walking street of Rachadumnern. Also, they would recommend others to purchase gift products from the walking street.