

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	4
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	7
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	8
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
ขอบเขตประชากร	11
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	11
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	12
สถานที่ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	21
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	43
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	124
ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	164
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	167
สรุปผลการศึกษา	167
อภิปรายผล	197
ข้อค้นพบ	200
ข้อเสนอแนะ	202
ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ดำเนินการถนนคนเดิน	202
ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ สำหรับพ่อค้า แม่ค้าบนถนนคนเดิน	203
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	204
บรรณานุกรม	205
ภาคผนวก	206
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	207
ประวัติผู้เขียน	215

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา	17
5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	18
6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบข่าว เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมถนนคนเดินที่ถนนราชดำเนิน	19
9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนที่มาเที่ยว ถนนคนเดิน	20
10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเคยซื้อจากถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน	21
11 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ผู้ตอบ แบบสอบถามซื้อเป็นจำนวนมากที่สุด	22
12 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบในลักษณะ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า	23
13 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก	24
14 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือก ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก	25
15 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มักมาเที่ยว ถนนคนเดิน	26
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่ซื้อสินค้า กลุ่มของที่ระลึกบ่อยที่สุด	27
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อสินค้า กลุ่มของที่ระลึก	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยต่อเดือน	29
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกต่อครั้ง	29
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยต่อเดือน	30
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการซื้อและการตัดสินใจเลือกสินค้ากลุ่มของที่ระลึกในครั้งต่อไป	31
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบในรูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมการขายของสินค้ากลุ่มของที่ระลึก	31
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ากลุ่มของที่ระลึก	32
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ให้รายละเอียดของการจัดถนนคนเดิน	33
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องการกลับมาเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดินอีกหรือไม่	34
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องการแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกที่ถนนคนเดิน	34
27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน	35
28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน	37
29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน	41
31 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่เคยซื้อ และเพศ	43
32 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด และเพศ	44
33 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบในลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า และเพศ	45
34 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และเพศ	46
35 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และเพศ	47
36 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มักมาเที่ยวถนนคนเดิน และเพศ	48
37 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบ่อยที่สุด และเพศ	49
38 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกต่อครั้ง และเพศ	50
39 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยต่อเดือน และเพศ	51
40 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่เคยซื้อ และอายุ	52
41 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด และอายุ	54
42 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบในลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า และอายุ	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
43 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และอายุ	58
44 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และอายุ	60
45 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มักมาเที่ยวถนนคนเดิน และอายุ	62
46 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบ่อยที่สุด และอายุ	64
47 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกต่อครั้ง และอายุ	66
48 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยต่อเดือน และอายุ	68
49 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่เคยซื้อและระดับการศึกษา	70
50 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด และระดับการศึกษา	72
51 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบในลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า และระดับการศึกษา	74
52 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และระดับการศึกษา	76
53 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และระดับการศึกษา	78
54 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มักมาเที่ยวถนนคนเดิน และระดับการศึกษา	80
55 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบ่อยที่สุด และระดับการศึกษา	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
56 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชั้นที่ซื้อสินค้า กลุ่มของที่ระลึกต่อครั้ง และระดับการศึกษา	84
57 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อ สินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา	86
58 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่เคยซื้อ และอาชีพ	88
59 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ผู้ตอบ แบบสอบถามซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด และอาชีพ	90
60 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบในลักษณะ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า และอาชีพ	92
61 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และอาชีพ	94
62 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือก ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และอาชีพ	96
63 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มักมาเที่ยว ถนนคนเดิน และอาชีพ	98
64 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่ซื้อสินค้า กลุ่มของที่ระลึกบ่อยที่สุด และอาชีพ	100
65 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชั้นที่ซื้อสินค้า กลุ่มของที่ระลึกต่อครั้ง และอาชีพ	102
66 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อ สินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ	104
67 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่เคยซื้อ และรายได้	106
68 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสินค้าที่ผู้ตอบ แบบสอบถามซื้อเป็นจำนวนเงินมากที่สุด และรายได้	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
69 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบในลักษณะ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า และรายได้	110
70 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และรายได้	112
71 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือก ซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก และรายได้	114
72 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มักมาเที่ยว ถนนคนเดิน และรายได้	116
73 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่ซื้อสินค้า กลุ่มของที่ระลึกบ่อยที่สุด และรายได้	118
74 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชิ้นที่ซื้อสินค้า กลุ่มของที่ระลึกต่อครั้ง และรายได้	120
75 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อ สินค้ากลุ่มของที่ระลึกโดยเฉลี่ยต่อเดือน และรายได้	122
76 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	124
77 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราช ดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	126
78 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนน คนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	128
79 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคน เดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	130

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
89 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	150
90 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	152
91 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	154
92 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	156
93 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	158
94 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	160
95 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	162
96 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	164

สารบัญภาพ

รูป

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่ายหรือ S-R Theory

หน้า

5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved