

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษา ซึ่งจัดทำโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด โดยแบ่งสัดส่วนตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม ตามถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนี้ กลุ่มประเทศอเมริกา 100 ตัวอย่าง, กลุ่มประเทศยุโรปจำนวน 100 ตัวอย่าง และ กลุ่มประเทศเอเชีย 100 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกได้ 2 ส่วน ตามแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ถิ่นที่อยู่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวนครั้งที่มาเยือนประเทศไทย จำนวนครั้งที่มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ระยะเวลาที่พำนัก การจัดการการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และจำนวนครั้งที่เคยมาเยือนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ แสดงไว้ในตาราง 1 – 15

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสินค้าของที่ระลึก ใน 3 ส่วน คือ ส่วนของความรู้ความเข้าใจ, ส่วนของความรู้สึก และส่วนของพฤติกรรม โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Products) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แสดงไว้ในตาราง 16 – 23 และแผนภาพ 1 – 4

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสินค้าของที่ระลึก จำแนกตามกลุ่มประเทศ เพศ อายุ และระดับการศึกษา แสดงไว้ในตาราง 24 – 47 และแผนภาพ 5 – 16

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึกแต่ละด้าน ระหว่างเพศชายและเพศหญิง แสดงไว้ในตาราง 48 – 53

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มประเทศ

กลุ่มประเทศ	ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อเมริกา	สหรัฐอเมริกา	65	65.0
	แคนาดา	30	30.0
	อาร์เจนตินา	3	3.0
	เม็กซิโก	1	1.0
	ปารากวัย	1	1.0
รวม		100	100.0
ยุโรป	เยอรมนี	24	24.0
	สหราชอาณาจักร	17	17.0
	ฝรั่งเศส	16	16.0
	เนเธอร์แลนด์	10	10.0
	สเปน	5	5.0
	อิตาลี	5	5.0
	สวีเดน	4	4.0
	สวิตเซอร์แลนด์	3	3.0
	สโลวีเนีย	3	3.0
	ออสเตรีย	2	2.0
	ไอร์แลนด์	2	2.0
	โปแลนด์	2	2.0
	นอร์เวย์	2	2.0
	เบลเยียม	2	2.0
	ฟินแลนด์	1	1.0
	กรีซ	1	1.0
โครเอเชีย	1	1.0	
รวม		100	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

กลุ่มประเทศ	ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอเชีย	ญี่ปุ่น	41	41.0
	เกาหลี	14	14.0
	จีน	11	11.0
	สิงคโปร์	11	11.0
	มาเลเซีย	8	8.0
	เวียดนาม	8	8.0
	คูเวต	2	2.0
	อิสราเอล	2	2.0
	อินเดีย	1	1.0
	ฮ่องกง	1	1.0
	ลาว	1	1.0
รวม		100	100.0

จากตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถิ่นที่อยู่และประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกา มาจากประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา ได้แก่ ประเทศแคนาดา คิดเป็นร้อยละ 30.0 และประเทศอาร์เจนตินา คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ ประเทศเม็กซิโก และประเทศปารากวัย คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรป มาจากประเทศเยอรมนีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมา ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร คิดเป็นร้อยละ 17.0 และประเทศฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 16.0 ประเทศเนเธอร์แลนด์ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ประเทศสเปน และประเทศอิตาลี คิดเป็นร้อยละ 5.0 เท่ากัน ประเทศสวีเดน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ และ ประเทศสโลวีเนีย คิดเป็นร้อยละ 3.0 เท่ากัน ประเทศออสเตรีย ประเทศไอร์แลนด์ ประเทศโปแลนด์ ประเทศนอร์เวย์ และประเทศเบลเยียม คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากัน ประเทศฟินแลนด์ ประเทศกรีซ และ ประเทศโครเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นที่อยู่ในกลุ่มประเทศเอเชีย ใน 3 อันดับแรกมาจากประเทศญี่ปุ่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา ได้แก่ ประเทศเกาหลี คิดเป็นร้อยละ 14.0 และประเทศจีน และประเทศสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 11.0 เท่ากัน ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม คิดเป็น ร้อยละ 8.0 เท่ากัน ประเทศคูเวต ประเทศอิสราเอล คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากัน ประเทศอินเดีย ประเทศฮ่องกง และประเทศลาว คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศ

ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สหรัฐอเมริกา	65	21.7
ญี่ปุ่น	41	13.7
แคนาดา	30	10.0
เยอรมนี	24	8.0
สหราชอาณาจักร	17	5.7
ฝรั่งเศส	16	5.3
เกาหลี	14	4.7
จีน	11	3.7
สิงคโปร์	11	3.7
เนเธอร์แลนด์	10	3.3
มาเลเซีย	8	2.7
เวียดนาม	8	2.7
สเปน	5	1.7
อิตาลี	5	1.7
สวีเดน	4	1.3
อาร์เจนตินา	3	1.0
สวิตเซอร์แลนด์	3	1.0
สโลเวเนีย	3	1.0
ออสเตรเลีย	2	0.7
ไอร์แลนด์	2	0.7

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โปแลนด์	2	0.7
นอร์เวย์	2	0.7
เบลเยียม	2	0.7
คูเวต	2	0.7
อิสราเอล	2	0.7
เม็กซิโก	1	0.3
ปารากวัย	1	0.3
ฟินแลนด์	1	0.3
กรีซ	1	0.3
โครเอเชีย	1	0.3
อินเดีย	1	0.3
ฮ่องกง	1	0.3
ลาว	1	0.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมา ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 13.7 ประเทศแคนาดา คิดเป็นร้อยละ 10.0 ประเทศเยอรมนี คิดเป็นร้อยละ 8.0 ประเทศสหราชอาณาจักร คิดเป็นร้อยละ 5.7 ประเทศฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 5.3 ประเทศเกาหลี คิดเป็นร้อยละ 4.7 ประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และประเทศเนเธอร์แลนด์ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ประเทศมาเลเซีย และประเทศเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 2.7 เท่ากัน ประเทศสเปน และประเทศอิตาลี คิดเป็นร้อยละ 1.7 เท่ากัน ประเทศสวีเดน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ประเทศอาร์เจนตินา ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ และประเทศสโลวีเนีย คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่ากัน ประเทศออสเตรเลีย ประเทศไอร์แลนด์ ประเทศโปแลนด์ ประเทศนอร์เวย์ ประเทศเบลเยียม ประเทศคูเวต และประเทศอิสราเอล คิดเป็นร้อยละ 0.7 เท่ากัน ประเทศเม็กซิโก ประเทศปารากวัย ประเทศฟินแลนด์ ประเทศกรีซ ประเทศโครเอเชีย ประเทศอินเดีย ประเทศฮ่องกง ประเทศลาว คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	125	41.7
หญิง	175	58.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.7 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 ปี หรือต่ำกว่า	33	11.0
21 – 30 ปี	170	56.7
31 – 40 ปี	55	18.3
41 – 50 ปี	17	5.7
51 – 60 ปี	13	4.3
มากกว่า 60 ปี	12	4.0
รวม	300	100.0

จากตาราง 4 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมา ได้แก่ อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.3 อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 11.0 อายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.7 อายุ 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.3 และอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	26.3
ปริญญาตรี	145	48.3
สูงกว่าปริญญาตรี	76	25.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 5 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมา ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.30 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	26	8.7
พนักงานบริษัท	64	21.7
เจ้าของธุรกิจ	34	11.3
ไม่ได้ทำงาน	15	5.0
เกษียณ	15	5.0
นักเรียน/นักศึกษา	101	33.7
อื่นๆ	45	14.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ พยาบาล ครู/อาจารย์ ลูกเรือ ศิลปิน ผู้จัดการร้านอาหาร (ตามฤดูกาล) วิศวกร อาสาสมัคร พนักงานในมหาวิทยาลัย พนักงานขาย พนักงานองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ผู้ช่วยครู/อาจารย์ นักออกแบบแฟชั่น ศาสตราจารย์ กู้ก/พ่อครัว อาจารย์ผู้ฝึกสอนกีฬา นักกฎหมาย ดิเจ(คาราโอเกะ) กัปตันสายเครื่องบิน นักถ่ายภาพ และผู้ประสานงานอิสระ

จากตาราง 6 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.3 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.0 เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.3 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 8.7 และไม่ได้ทำงาน และเกษียณ คิดเป็นร้อยละ 5.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,001 USD	140	46.7
20,001 – 40,000 USD	59	19.7
40,001 – 60,000 USD	44	14.7
60,001 – 80,000 USD	16	5.3
80,001 – 100,000 USD	6	2.0
มากกว่า 100,000 USD	11	3.7
อื่นๆ	24	8.0
รวม	300	100.0

จากตาราง 7 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 20,001 USD คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมา ได้แก่ รายได้ 20,001 – 40,000 USD คิดเป็นร้อยละ 21.4 รายได้ 40,001 – 60,000 USD คิดเป็นร้อยละ 15.9 รายได้ 60,001 – 80,000 USD คิดเป็นร้อยละ 5.8 รายได้ มากกว่า 100,000 USD คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ รายได้ 80,001 – 100,000 USD คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวประเทศไทย

จำนวนครั้งที่มาเที่ยวประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	186	62.0
2 ครั้ง	44	14.7
3 ครั้ง	23	7.7
4 ครั้ง	9	3.0
มากกว่า 4 ครั้ง	38	12.7
รวม	300	100.0

จากตาราง 8 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา ได้แก่ มาเที่ยว 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.7 มาเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.7 มาเที่ยว 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.7 และ มาเที่ยว 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนครั้งที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	216	72.0
2 ครั้ง	48	16.0
3 ครั้ง	10	3.3
4 ครั้ง	3	1.0
มากกว่า 4 ครั้ง	23	7.7
รวม	300	100.0

จากตาราง 9 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมาเที่ยวเชียงใหม่เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา ได้แก่ มาเที่ยว 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.0 มาเที่ยว 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.3 มาเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.7 และ มาเที่ยว 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันที่พักในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนวันที่พักในจังหวัดเชียงใหม่	Min.	Max.	Median	Mean	S.D.
	1 วัน	90 วัน	7 วัน	21.62 วัน	27.50

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนวันที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 21.62 วัน

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่พักในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 10 วัน	185	61.7
11 – 20 วัน	28	9.3
21 – 30 วัน	25	8.3
31 – 40 วัน	4	1.3
41 – 50 วัน	10	3.3
51 – 60 วัน	11	3.70
61 – 70 วัน	4	1.3
71 – 80 วัน	9	3
81 – 90 วัน	24	8.0
รวม	300	100.0

จากตาราง 11 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนวันที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1 – 10 วัน คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 11 – 20 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.3 จำนวน 21 – 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 จำนวน 31 – 40 วัน คิดเป็นร้อยละ 8.0 จำนวน 41 – 50 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.7 จำนวน 51 – 60 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.3 จำนวน 61 – 70 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ จำนวน 71 – 80 วัน และจำนวน 81 – 90 วัน คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดการการเดินทาง

การจัดการการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางมาด้วยบริษัทนำเที่ยว	27	9.00
เดินทางมาเอง	273	91.00
รวม	300	100.0

จากตาราง 12 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจัดการการเดินทางโดยเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมา คือ เดินทางมาด้วยบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยว	196	65.3
มาติดต่อกับทางราชการ	5	1.7
ประชุม / สัมมนา / อบรม / ศึกษานานาชาติ	40	13.3
มาติดต่อทางธุรกิจ	8	2.7
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	9	3.0
ชมนิทรรศการ / งานแสดงสินค้า	1	0.3
อื่นๆ	41	13.7
รวม	300	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เรียนการนวดไทย เรียนมวยไทย เรียนทำอาหารไทย หาข้อมูลสถานที่ศึกษาต่อ
หาประสบการณ์ ใต้เขา จี๊ม่

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมา ได้แก่ วัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.7 วัตถุประสงค์เพื่อมาประชุม/สัมมนา/อบรม/ดูงาน คิดเป็นร้อยละ 13.3 วัตถุประสงค์เพื่อการเยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.0 วัตถุประสงค์เพื่อมาติดต่อทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 2.7 วัตถุประสงค์เพื่อมาติดต่อกับทางราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.7 และ วัตถุประสงค์เพื่อมาชมนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมาเที่ยวถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

การมาเที่ยวถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	110	36.7
ไม่เคย	190	63.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 14 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยมาเที่ยวถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 63.3 และเคยมาเที่ยวถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 36.7

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

Minimum	Maximum	Median	Mean	Std. Deviation
0 ครั้ง	100 ครั้ง	2.00 ครั้ง	5.82 ครั้ง	13.47

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ เคยมาเที่ยวถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ เฉลี่ย 5.82 ครั้ง

4.2 ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสินค้าของที่ระลึก

4.2.1 องค์ประกอบส่วนของการรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component)

ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่

การรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จัก	80	26.7
ไม่รู้จัก	220	73.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 16 พบว่า ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 73.3 และ รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ	99	33.0
เพื่อนชาวไทย	91	30.3
หนังสือนำเที่ยว	95	31.7
นิตยสารบนเครื่องบิน	5	1.7
หนังสือพิมพ์/นิตยสารอื่นๆ	9	3.0
อินเทอร์เน็ต	25	8.3
บริษัททัวร์/ไกด์	21	7.0
วิทยุ/โทรทัศน์	1	0.3

ตาราง 17 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก	60	20.0
สถานทูต/สถานกงสุล ของประเทศไทย	2	0.7
งานแสดงสินค้า	2	0.7
รู้ด้วยตนเอง	39	13.0
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	8	2.7
อื่นๆ	12	4.0

หมายเหตุ: - อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมชั้นเรียนการทำอาหารไทย คนเดินเท้า คนขับรถโดยสาร
ที่พักอยู่ใกล้ถนนคนเดิน แผนที่ โดยบังเอิญ(เดินตามฝูงชน)
- ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 17 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา ได้แก่ หนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31.7 เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 30.3 การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 20.0 และรู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 13.0 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 8.3 บริษัททัวร์/ไกด์ คิดเป็นร้อยละ 7.0 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.0 หนังสือพิมพ์/นิตยสารอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.0 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย / เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 2.7 นิตยสารบนเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 1.7 สถานทูต สถานกงสุล ของประเทศไทย และนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 0.7 เท่ากัน และวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่

สินค้าของที่ระลึก	ใช่		ไม่ใช่		ไม่แน่ใจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าฝ้าย	186	62.0	55	18.3	59	19.7	300	100.0
2. ไม้แกะสลัก	205	68.3	31	10.3	64	21.3	300	100.0
3. เครื่องเงิน	141	47.0	65	21.7	94	31.3	300	100.0
4. เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา	113	37.7	84	28.0	103	34.3	300	100.0
5. ผ้าไหม	205	68.3	43	14.3	52	17.3	300	100.0
6. กระดาษสา	116	38.7	56	18.7	128	42.7	300	100.0
7. เทียนหอม	118	39.3	69	23.0	113	37.7	300	100.0
8. เครื่องหอม	57	19.0	112	37.3	131	43.7	300	100.0
9. เสื้อยืดคอกกลม	134	44.7	92	30.7	74	24.7	300	100.0
10. ภาพเขียนสีอะครีลิค	84	28.0	84	28.0	132	44.0	300	100.0
11. เครื่องหนัง	70	23.3	103	34.3	127	42.3	300	100.0
12. อัญมณี	161	53.7	59	19.7	80	26.7	300	100.0
13. ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	138	46.0	62	20.7	100	33.3	300	100.0
14. โบราณวัตถุ, ของเก่า	108	36.0	77	25.7	115	38.3	300	100.0
15. โคมไฟ / โคมบายโคมไฟ	127	42.3	71	23.7	102	34.0	300	100.0

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

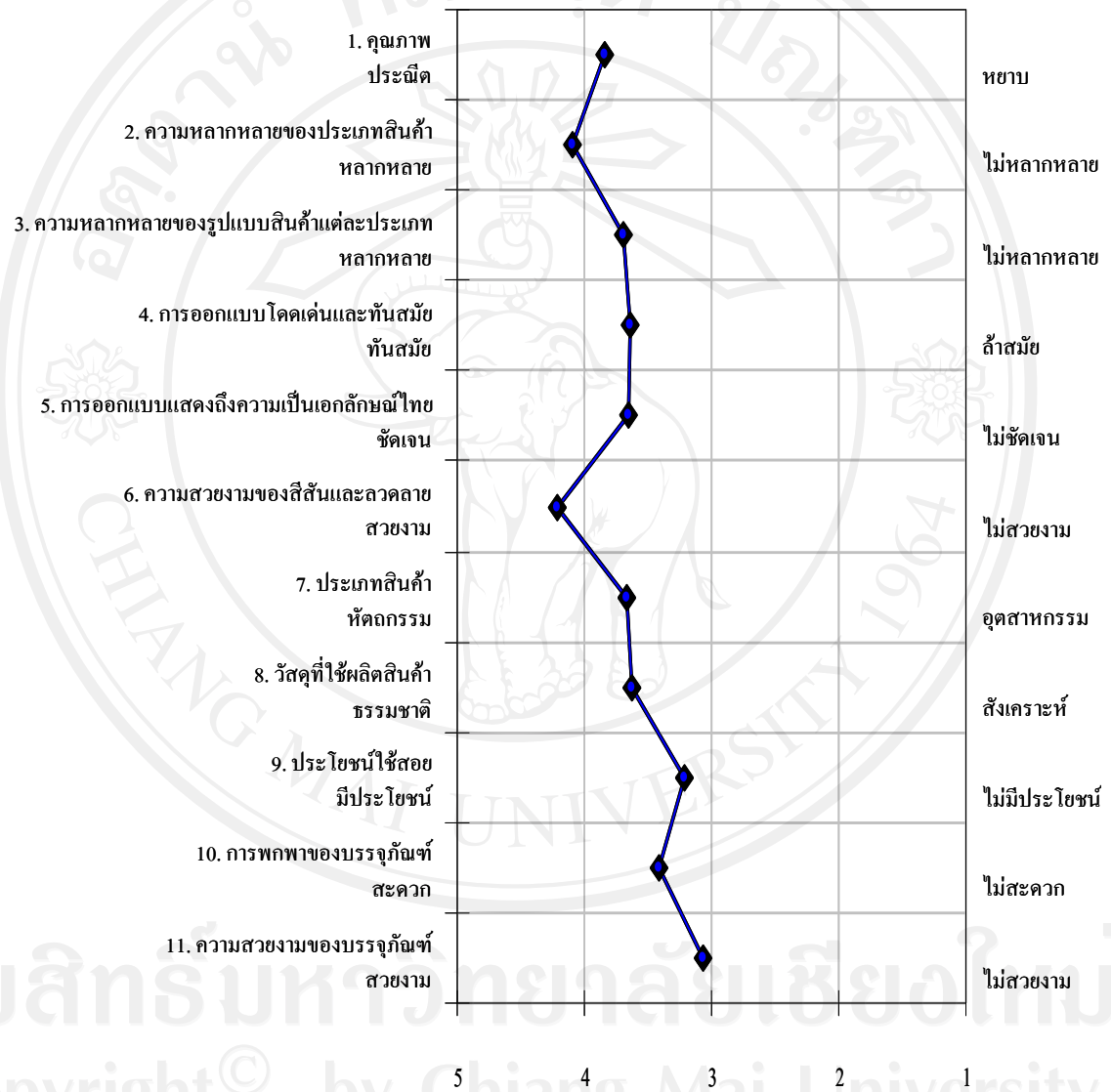
สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าใช่สินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ผ้าไหม และไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 68.3 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 62.0 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 53.7 เครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 46.0 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 44.7 โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 42.3 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 39.3 กระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 38.7 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 37.7 โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 36.0 ภาพเขียนสีอะครีลิค คิดเป็นร้อยละ 28.0 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 23.3 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าไม่ใช่สินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ไม้
 เกาะสลัก คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมา ได้แก่ เครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 37.3 เครื่องหนัง คิดเป็น
 ร้อยละ 34.3 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 30.7 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา และ ภาพเขียนสีอะคริลิก
 คิดเป็นร้อยละ 28.0 เท่ากัน โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 25.7 โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็น
 ร้อยละ 23.7 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 23.0 เครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ 21.7 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร
 คิดเป็นร้อยละ 20.7 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 19.7 กระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 18.7 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อย
 ละ 18.3 ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าไม่แน่ใจว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มาก
 ที่สุด คือ ภาพเขียนสีอะคริลิก คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา ได้แก่ เครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 43.7
 กระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 42.7 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 42.3 โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ
 38.3 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 37.7 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 34.3 โคมไฟ/โคมบาย
 โคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 34.0 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 33.3 เครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ
 31.3 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 26.7 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 24.7 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 19.7 ผ้า
 ไหม คิดเป็นร้อยละ 17.3 ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

4.2.2 องค์ประกอบส่วนความรู้สึก (Affective Component)

แผนภาพ 1 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

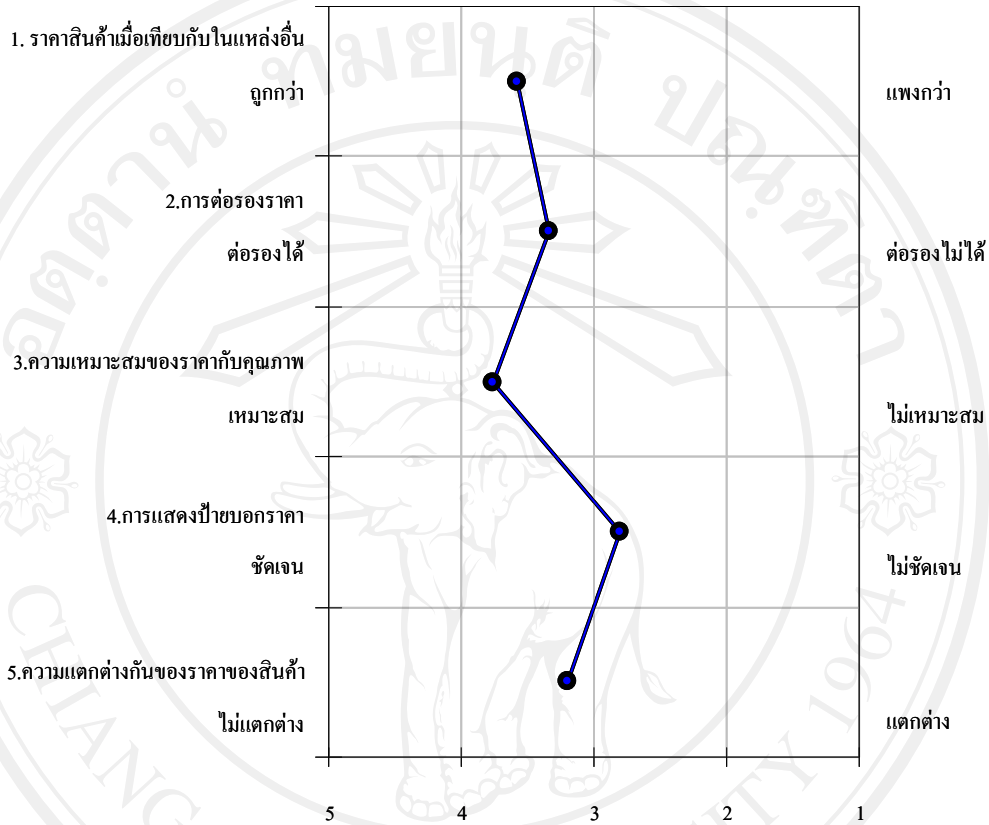


จากแผนภาพ 1 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดย
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70
 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64
 5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์
ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66
 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22
 7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
 8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63
 9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21
 10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41
 11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07
- สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนน
ราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

แผนภาพ 2 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price)

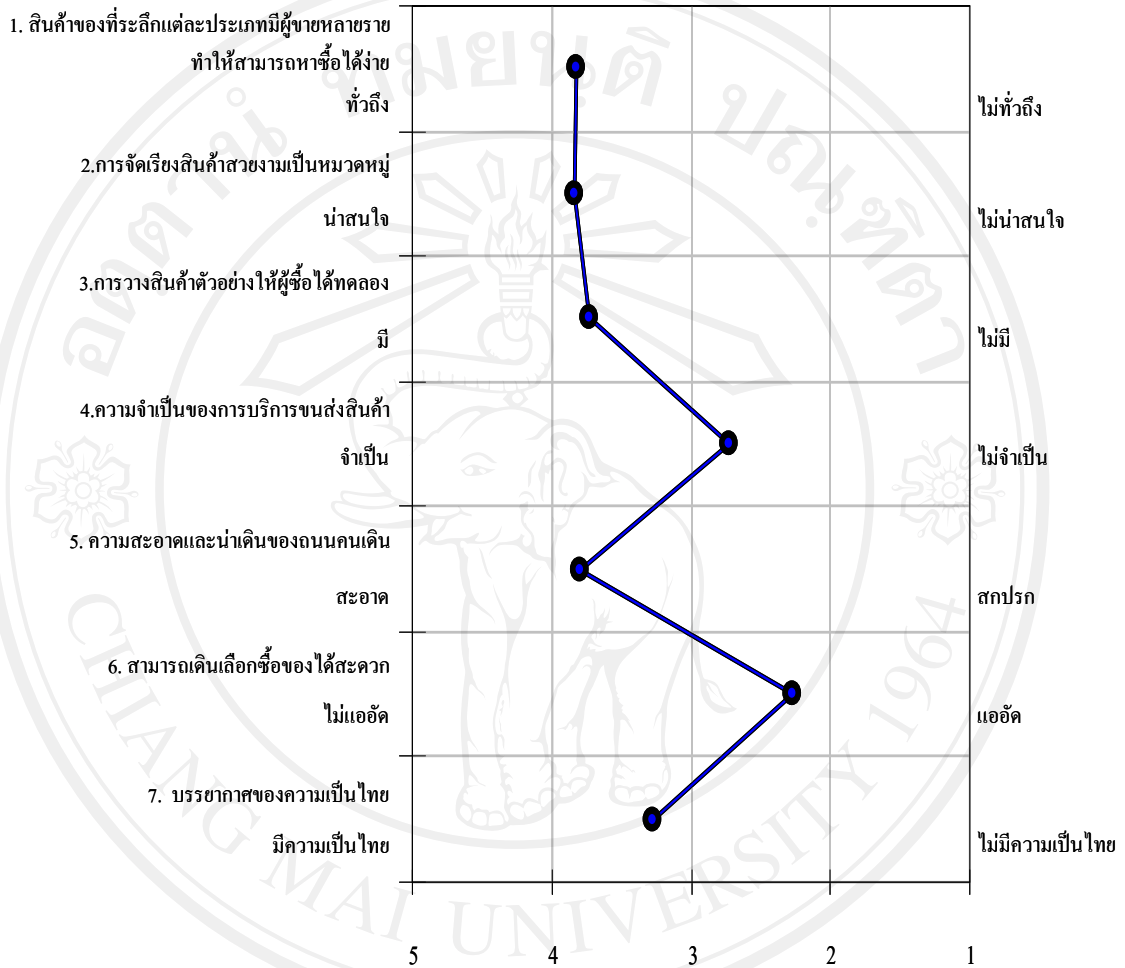


จากแผนภาพ 2 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

แผนภาพ 3 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)



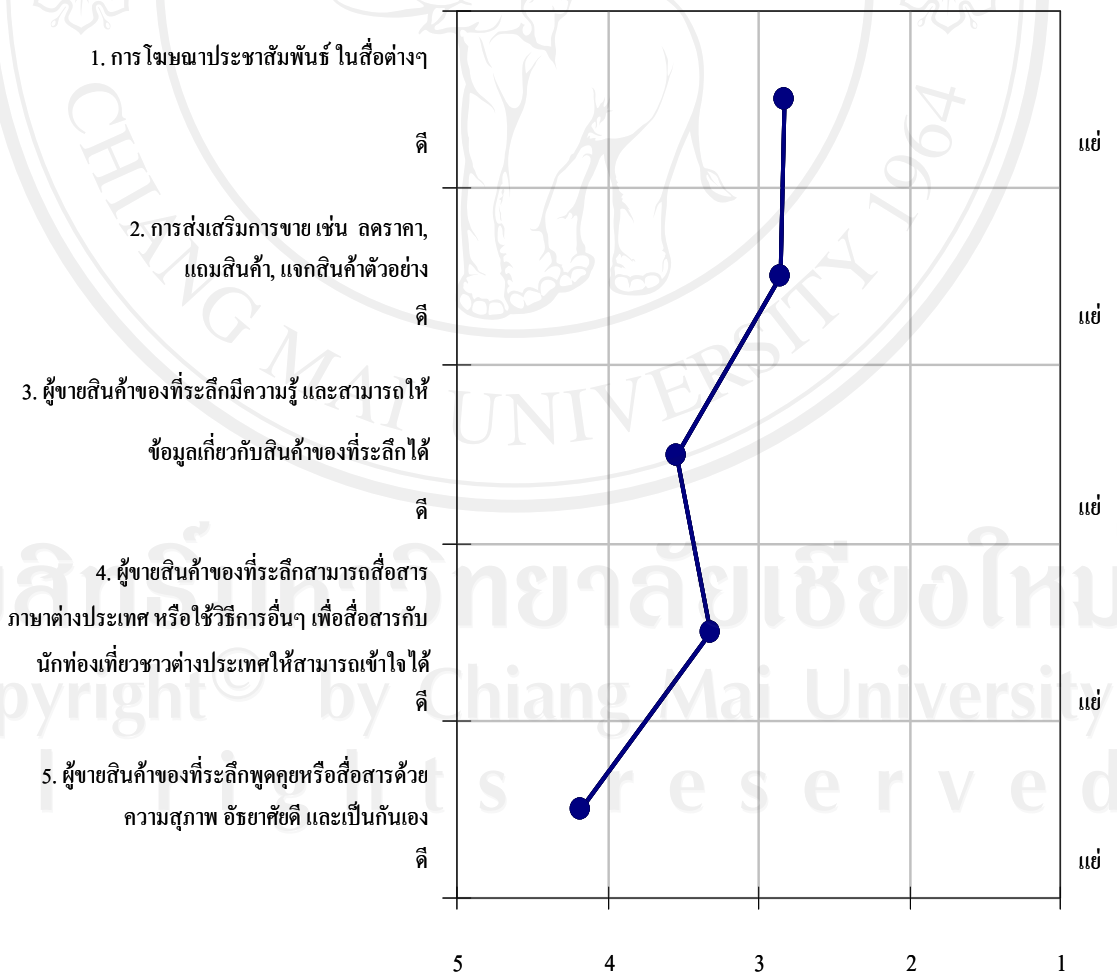
จากแผนภาพ 3 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

แผนภาพ 4 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)



จากแผนภาพ 4 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการขาย เช่น ลดราคา, แลกสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ผู้ขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ผู้ขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ หรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ผู้ขายสินค้ามีความสุภาพ อ่อนโยน และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

4.2.3 องค์ประกอบส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component)

ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของรายการสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ และไม่ซื้อ

	สินค้าของที่ระลึก	ซื้อ		ไม่ซื้อ		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	ไม้แกะสลัก	83	27.7	217	72.3	300	100
2	เฟอร์นิเจอร์	7	2.3	293	97.7	300	100
3	โบราณวัตถุ/ของเก่า	22	7.3	278	92.7	300	100
4	กรอบรูป	24	8.0	276	92.0	300	100
5	เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	20	6.7	280	93.3	300	100
6	ผ้าปูโต๊ะ	13	4.3	287	95.7	300	100
7	โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ	51	17.0	249	83.0	300	100
8	ปลอกหมอนอิง	17	5.7	283	94.3	300	100
9	เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา	13	4.3	287	95.7	300	100
10	ภาพวาดอะคริลิก	12	4.0	288	96.0	300	100
11	เสื้อผ้าสำเร็จรูป	170	56.7	130	43.3	300	100
12	เสื้อยืดคอกลม	110	36.7	190	63.3	300	100
13	ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่	92	30.7	208	69.3	300	100
14	ผ้าไหม(ผ้าฝืน)	46	15.3	254	84.7	300	100
15	กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้	96	32.0	204	68.0	300	100
16	กระเป๋าใส่เงิน	42	14.0	258	86.0	300	100
17	เน็คไท	22	7.3	278	92.7	300	100
18	นาฬิกา	13	4.3	287	95.7	300	100
19	รองเท้า	63	21.0	237	79.0	300	100
20	ร่มถือ	3	1.0	297	99.0	300	100
21	อัญมณี/เครื่องประดับ	92	30.7	208	69.3	300	100
22	เครื่องเงิน	28	9.3	272	90.7	300	100
23	รูปภาพ/โปสการ์ด	56	18.7	244	81.3	300	100
24	อัลบั้มรูป	15	5.0	285	95.0	300	100
25	เทียนหอม	41	13.7	259	86.3	300	100

ตาราง 19 (ต่อ)

	สินค้าของที่ระลึก	ซื้อ		ไม่ซื้อ		รวม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
26	เครื่องหอม/ดอกไม้แห้ง	8	2.7	292	97.3	300	100
27	เครื่องดนตรี	9	3.0	291	97.0	300	100
28	ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	29	9.7	271	90.3	300	100
29	สมุดโน้ต	49	16.3	251	83.7	300	100
30	กระดาษสา	21	7.0	279	93.0	300	100
31	อื่นๆ	34	11.3	266	88.7	300	100

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ของเล่น ตุ๊กตา งานศิลปะพื้นบ้าน ชุดรองจานอาหาร ไฟฉาย อุปกรณ์ตกแต่งผม ภาพวาด ปากกา พวงกุญแจ เปลญวน รองเท้าและใส่ภายในบ้าน ปิ่นปักผมทำจากตะเกียบ และหัวน้ำหอม/น้ำมันจากธรรมชาติ

จากตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละ ของรายการสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ และไม่ซื้อ พบว่า สินค้าของที่ระลึก 5 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ คือ สินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7 อันดับที่ 2 คือ เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 36.7 อันดับที่ 3 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ คิดเป็นร้อยละ 32.0 อันดับที่ 4 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ และอัญมณี/เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 30.7 เท่ากัน และอันดับที่ 5 คือ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 27.7 ส่วนสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อเป็นอันดับสุดท้าย คือ ร่มถือ คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตาราง 20 แสดงจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมซื้อสินค้าของที่ระลึก	Min.	Max.	Median	Mean	S.D.
จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน	50	90,000	900.00	1,967.77	7,084.16

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 1,967.77 บาท

ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อพฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก

พฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาแน่นอน	224	74.7
ไม่แน่ใจ	66	22.0
ไม่มาแน่นอน	10	3.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 22.0 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำ	290	96.7
ไม่แนะนำ	10	3.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 96.7 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตาราง 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์

พฤติกรรม การซื้อสินค้าของที่ระลึก หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้ออย่างแน่นอน	80	26.7
ไม่แน่ใจ	110	36.7
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	110	36.7
รวม	300	100.0

จากตาราง 23 พบว่า การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น พบว่า ส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจ และไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 36.7 เท่ากัน รองลงมา คือ ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามลำดับ โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจ ดังนี้

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกทางเว็บไซต์

1. เหตุผลเนื่องจากการต้องการเลือกซื้อสินค้าเอง เพื่อจะได้ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เนื่องจากการดูสินค้าทางเว็บไซต์ไม่สามารถเห็นรูปร่าง ลักษณะ และขนาดที่เป็นจริงของสินค้าได้ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34
2. เหตุผลเนื่องจากการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตทำให้ขาดประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้า และการมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดินสนุกมากกว่า มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 29.85
3. เหตุผลเนื่องจากราคาค่าขนส่งสินค้าแพง และไม่แน่ใจในระบบการขนส่งสินค้า เกรงว่าหากสินค้าไม่มีคุณภาพ อาจเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งได้ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.45
4. เหตุผลเนื่องจากการไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96
5. เหตุผลเนื่องจากความไม่มั่นใจในระบบอินเทอร์เน็ต และความน่าเชื่อถือ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.48
6. เหตุผลเนื่องจากราคาสินค้าที่สูงกว่า และเหตุผลเนื่องจากการจะตัดสินใจอีกครั้งหนึ่ง เมื่อถึงเวลานั้น มีจำนวนอย่างละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.98 เท่ากัน

7. เหตุผลเนื่องจากการไม่มีบัตรเครดิต เหตุผลเนื่องจากการตัดสินใจขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าของที่ระลึกที่จะนำเสนอในเว็บไซต์ เหตุผลเนื่องจากการที่อาจจะไม่ได้กลับมาเชียงใหม่อีก เหตุผลเนื่องจากการใช้คอมพิวเตอร์ไม่คล่อง เหตุผลเนื่องจากการไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นต้องซื้อทางอินเทอร์เน็ต เหตุผลเนื่องจากการที่จะไม่มีความเป็นเอกภาพของการเป็นถนนคนเดินอีกต่อไป เหตุผลเนื่องจากการความสะดวกที่สามารถซื้อสินค้าได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน และเหตุผลเนื่องจากการที่อาจจะสามารถเปรียบเทียบราคาและต่อรองราคาได้ มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49 เท่ากัน

หมายเหตุ - จำนวนผู้ตอบเหตุผล 67 คน
- ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าของที่ระลึกทางเว็บไซต์

1. เหตุผลเนื่องจากการต้องการมาเลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง ได้เห็น/สัมผัส และทดลองสินค้า เพื่อดูว่าจะเหมาะสมกับตนเองหรือไม่ มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 41.57
2. เหตุผลเนื่องจากการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต เป็นการทำลายความสุข ความสนุก และวิถีของการซื้อสินค้าของที่ระลึกในประเทศไทย เนื่องจากสินค้าของที่ระลึกจะซื้อเมื่อเดินทางไปเยือนสถานที่นั้นๆ และการมาเยือนถนนคนเดินเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 21.35
3. เหตุผลเนื่องจากการชอบในบรรยากาศของการมาเดินถนนคนเดินด้วยตนเอง ซึ่งได้สัมผัสกับประเพณี/วัฒนธรรม และได้พูดคุยกับผู้ขายสินค้า นักศิลปะ/ผู้สร้างสรรค์ผลงาน และได้ฝึกทักษะการใช้ภาษาไทย มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.85
4. เหตุผลเนื่องจากการไม่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61
5. เหตุผลเนื่องจากราคาสินค้าที่แตกต่าง และไม่สามารถต่อรองราคาได้ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49
6. เหตุผลเนื่องจากการค่าขนส่งสินค้ามีราคาแพง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.37
7. เหตุผลเนื่องจากการไม่สนใจ เหตุผลเนื่องจากการไม่มั่นใจในระบบการซื้อ-ขายทางเว็บไซต์ เหตุผลเนื่องจากการที่สามารถเดินทางมาซื้อเองได้แต่หากกลับประเทศไปแล้วอาจจะซื้อ (แต่ไม่ใช่ ณ ตอนนี) และเหตุผลเนื่องจากการที่สามารถหาซื้อผ่านช่องทางอื่นได้ มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 เท่ากัน

หมายเหตุ - จำนวนผู้ตอบเหตุผล 89 คน
- ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกทางเว็บไซต์

1. เหตุผลเนื่องจากเป็นวิธีที่สะดวก สามารถซื้อสินค้าได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน และเป็นประโยชน์มาก เนื่องจากไม่สามารถเดินทางมาประเทศไทยได้ตลอดทั้งปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 27.45
2. เหตุผลเนื่องจากเป็นทางเลือกในการซื้อสินค้าของที่ระลึกอีกรูปแบบหนึ่ง ที่แตกต่างออกไป มีความน่าสนใจดี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65
3. เหตุผลเนื่องจากสินค้ามีราคาถูก มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 15.66
4. เหตุผลเนื่องจากสินค้าบางประเภทมีขนาดใหญ่ ไม่สามารถถือไปเองได้ และเป็นการสะดวกที่ไม่จำเป็นต้องถือสินค้าไปกับตัวเองตลอดเวลาในการเดินทาง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.72
5. เหตุผลเนื่องจากหาซื้อสินค้าได้ในประเทศของตนเอง/จังหวัดอื่น เหตุผลเนื่องจากเป็นช่องทางที่น่าสนใจ หากสามารถส่งสินค้าไปยังประเทศของตนเองได้ เพราะสินค้าบางประเภทไม่สามารถนำเข้าประเทศได้ เหตุผลเนื่องจากหากเป็นสินค้าที่เป็นแบบฉบับของเชียงใหม่และเป็นของแท้ ทั้งนี้จะต้องยังคงราคาที่ไม่แพงเหมือนเดิม และเหตุผลเนื่องจากเป็นสินค้าที่น่าสนใจ โดยเฉพาะสินค้าประเภทหัตถกรรม ซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ของไทย ทำให้ระลึกถึงประเทศไทย มีจำนวนอย่างละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 เท่ากัน
6. เหตุผลเนื่องจากไม่มีเวลาเดินดูสินค้าได้ครบทุกร้าน โดยช่องทางของเว็บไซต์เป็นวิธีการนำเสนอสินค้าได้ง่าย สามารถเข้าไปดูสินค้าได้ครบทุกหมวด มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.92
7. เหตุผลเนื่องจากไม่มีเหตุผลที่จะไม่ซื้อ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.96

หมายเหตุ - จำนวนผู้ตอบเหตุผล 51 คน

- ตอบได้มากกว่า 1 เหตุผล

4.3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสินค้าของที่ระลึก ในองค์ประกอบส่วนของความรู้อำนาจตามกลุ่มประเทศ เพศ และอายุ

ตาราง 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

การรู้จักถนนคนเดิน	กลุ่มประเทศอเมริกา		กลุ่มประเทศยุโรป		กลุ่มประเทศเอเชีย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่								
รู้จัก	16	16.0	26	26.0	38	38.0	80	26.7
ไม่รู้จัก	84	84.0	74	74.0	62	62.0	220	73.3
รวม	100	33.3	100	33.3	100	33.3	300	100.0

จากตาราง 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกาส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 84.0 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 16.0

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 74.0 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 26.0

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 62.0 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 38.0

ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

แหล่งข้อมูล	กลุ่มประเทศอเมริกา		กลุ่มประเทศยุโรป		กลุ่มประเทศเอเชีย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ	41	41.0	24	24.0	34	34.0	99	33.0
2. เพื่อนชาวไทย	39	39.0	14	14.0	38	38.0	91	30.3
3. หนังสือนำเที่ยว	24	24.0	41	41.0	30	30.0	95	31.7
4. นิตยสารบนเครื่องบิน	1	1.0	1	1.0	3	3.0	5	1.7
5. หนังสือพิมพ์/นิตยสารอื่นๆ	2	2.0	0	0.0	7	7.0	9	3.0
6. อินเทอร์เน็ต	2	2.0	5	5.0	18	18.0	25	8.3
7. บริษัททัวร์/ไกด์	9	9.0	4	4.0	8	8.0	21	7.0
8. วิทยุ/โทรทัศน์	1	1.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
9. การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก	16	16.0	29	29.0	15	15.0	60	20.0
10. สถานทูต/สถานกงสุล ของประเทศไทย	1	1.0	0	0.0	1	1.0	2	0.7
11. งานแสดงสินค้า	1	1.0	0	0.0	1	1.0	2	0.7
12. รู้ด้วยตนเอง	9	9.0	20	20.0	10	10.0	39	13.0
13. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย /เจ้าหน้าที่ของรัฐ	2	2.0	5	5.0	1	1.0	8	2.7
14. อื่นๆ	9	9.0	0	0.0	3	3.0	12	4.0

หมายเหตุ: - อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมชั้นเรียนการทำอาหารไทย คนเดินเท้า คนขับรถโดยสาร
ที่พักอยู่ใกล้ถนนคนเดิน แผนที่ โดยบังเอิญ(เดินตามฝูงชน)
- ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกาส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 41.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 39.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ หนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 24.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 ได้แก่ บริษัททัวร์/ไกด์ รู้ด้วยตนเอง และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากหนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 41.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 29.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 24.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ รู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 20.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 คือ เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากเพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 38.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 34.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ หนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 18.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 คือ การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตาราง 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

สินค้าของที่ระลึก	กลุ่มประเทศอเมริกา			กลุ่มประเทศยุโรป			กลุ่มประเทศเอเชีย			รวม		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ
1. ผ้าฝ้าย	60 (60.0)	10 (10.0)	30 (30.0)	73 (73.0)	19 (19.0)	8 (8.0)	53 (53.0)	26 (26.0)	21 (21.0)	186 (62.0)	55 (18.3)	59 (19.7)
2. ไม้แกะสลัก	69 (69.0)	4 (4.0)	27 (27.0)	62 (62.0)	16 (16.0)	22 (22.0)	74 (74.0)	11 (11.0)	15 (15.0)	205 (21.3)	31 (68.3)	64 (10.3)
3. เครื่องเงิน	41 (41.0)	16 (16.0)	43 (43.0)	49 (49.0)	21 (21.0)	30 (30.0)	51 (51.0)	28 (28.0)	21 (21.0)	141 (47.0)	65 (21.7)	94 (31.3)
4. เซรามิก เครื่องปั้นดินเผา	38 (38.0)	19 (19.0)	43 (43.0)	43 (43.0)	29 (29.0)	28 (28.0)	32 (32.0)	36 (36.0)	32 (32.0)	113 (37.7)	84 (28.0)	103 (34.3)
5. ผ้าไหม	77 (77.0)	8 (8.0)	15 (15.0)	67 (67.0)	16 (16.0)	17 (17.0)	61 (61.0)	19 (19.0)	20 (20.0)	205 (68.3)	43 (14.3)	52 (17.3)
6. กระดาษสา	31 (31.0)	11 (11.0)	58 (58.0)	49 (49.0)	18 (18.0)	33 (33.0)	36 (36.0)	27 (27.0)	37 (37.0)	116 (38.7)	56 (18.7)	128 (42.7)
7. เทียนหอม	23 (23.0)	22 (22.0)	55 (55.0)	40 (40.0)	27 (27.0)	33 (33.0)	55 (55.0)	20 (20.0)	25 (25.0)	118 (39.3)	69 (23.0)	113 (37.7)

ตาราง 26 (ต่อ)

สินค้าของที่ระลึก	กลุ่มประเทศอเมริกา			กลุ่มประเทศยุโรป			กลุ่มประเทศเอเชีย			รวม		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
8. เครื่องหอม	11 (11.0)	28 (28.0)	61 (61.0)	18 (18.0)	45 (45.0)	37 (37.0)	28 (28.0)	39 (39.0)	33 (33.0)	57 (19.0)	112 (37.3)	131 (43.7)
9. เสื้อยืดคอกลม	30 (30.0)	28 (28.0)	42 (42.0)	51 (51.0)	30 (30.0)	19 (19.0)	53 (53.0)	34 (34.0)	13 (13.0)	134 (44.7)	92 (30.7)	74 (24.7)
10. ภาพเขียนสีอะคริลิก	21 (21.0)	20 (20.0)	59 (59.0)	30 (30.0)	33 (33.0)	37 (37.0)	33 (33.0)	31 (31.0)	36 (36.0)	84 (28.0)	84 (28.0)	132 (44.0)
11. เครื่องหนัง	15 (15.0)	25 (25.0)	60 (60.0)	27 (27.0)	44 (44.0)	29 (29.0)	28 (28.0)	34 (34.0)	38 (38.0)	70 (23.3)	103 (34.3)	127 (42.3)
12. อัญมณี	56 (56.0)	9 (9.0)	35 (35.0)	57 (57.0)	22 (22.0)	21 (21.0)	48 (48.0)	28 (28.0)	24 (24.0)	161 (53.7)	59 (19.7)	80 (26.7)
13. ผลิตภัณฑ์จาก สมุนไพร	41 (41.0)	15 (15.0)	44 (44.0)	56 (56.0)	21 (21.0)	23 (23.0)	41 (41.0)	26 (26.0)	33 (33.0)	138 (46.0)	62 (20.7)	100 (33.3)
14. โบราณวัตถุ/ ของเก่า	32 (32.0)	15 (15.0)	53 (53.0)	30 (30.0)	36 (36.0)	34 (34.0)	46 (46.0)	26 (26.0)	28 (28.0)	108 (36.0)	77 (25.7)	115 (38.3)
15. โคมไฟ/ โคมบายโคมไฟ	33 (33.0)	17 (17.0)	50 (50.0)	45 (45.0)	30 (30.0)	25 (25.0)	49 (49.0)	24 (24.0)	27 (27.0)	127 (42.3)	71 (23.7)	102 (34.0)

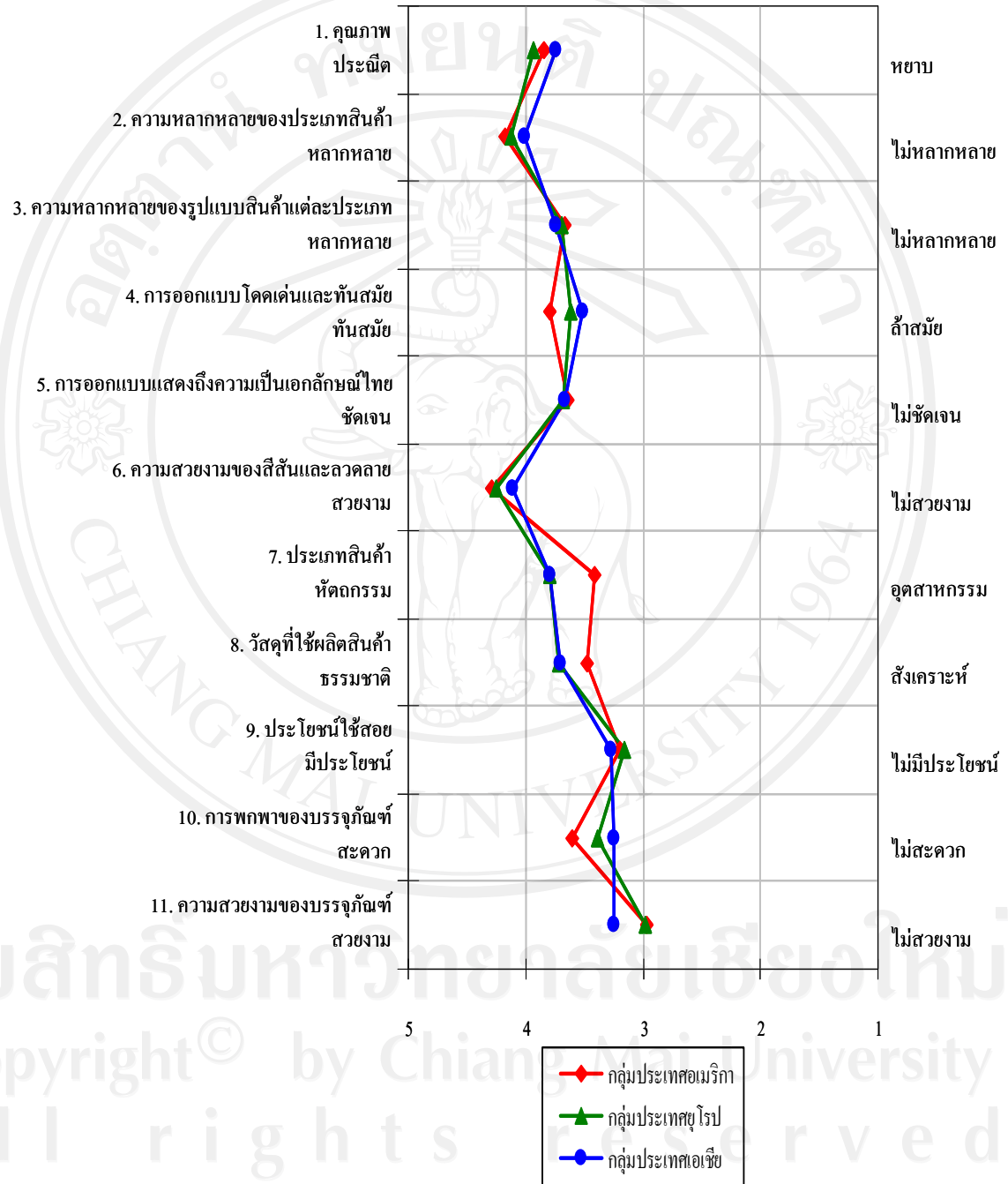
จากตาราง 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกา คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมา ได้แก่ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 69.0 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 60.0 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 56.0 เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 41.0 เท่ากัน เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 38.0 โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 33.0 โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 32.0 กระจาดสาน คิดเป็นร้อยละ 31.0 เสื้อยืดคอกลม คิดเป็นร้อยละ 30.0 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 23.0 ภาพเขียนสีอะคริลิก คิดเป็นร้อยละ 21.0 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 15.0 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรป คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด เชียงใหม่ มากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมา ได้แก่ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 67.0 ไม้ แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 62.0 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 57.0 และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 56.0 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 51.0 เครื่องเงิน และกระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 49.0 เท่ากัน โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 45.0 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 43.0 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 40.0 ภาพเขียนสีอะครีลิก และโบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 30.0 เท่ากัน เครื่อง หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 27.0 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชีย คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด เชียงใหม่ มากที่สุด คือ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาได้แก่ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 61.0 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 55.0 ผ้าฝ้าย และเสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 53.0 เท่ากัน เครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ 51.0 โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 49.0 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 48.0 โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 46.0 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 41.0 กระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 36.0 ภาพเขียนสีอะครีลิก คิดเป็นร้อยละ 33.0 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 32.0 เครื่องหอม และเครื่องหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 28.0 เท่ากัน ตามลำดับ

แผนภาพ 5 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามกลุ่มประเทศ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

จากแผนภาพ 5 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามกลุ่มประเทศพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41
8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48
9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20
10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60
11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

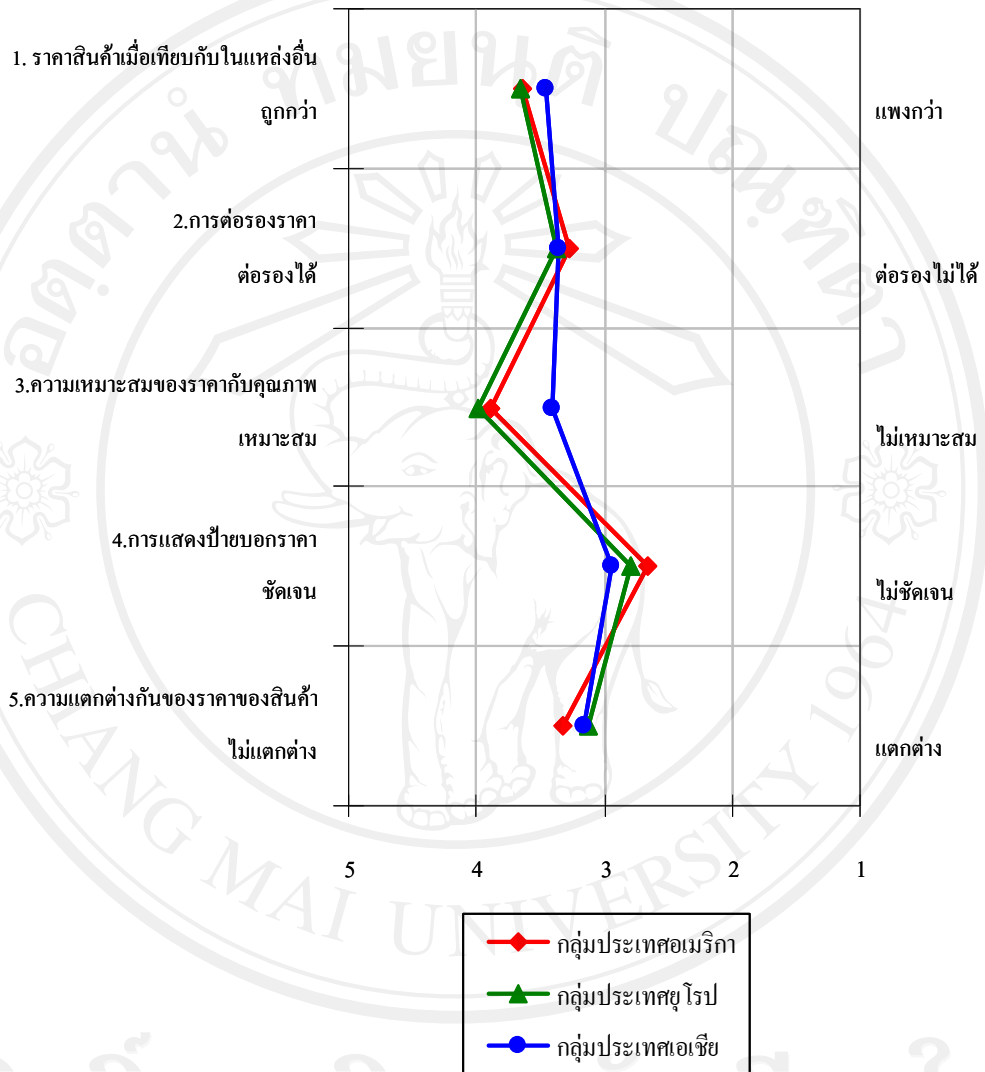
1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93
 2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลายมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12
 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61
 5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68
 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25
 7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80
 8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
 9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16
 10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39
 11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98
- สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01
 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74
 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52
 5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11
 7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80
 8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70
 9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27
 10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25
 11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25
- สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

แผนภาพ 6 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) จำแนกตามกลุ่มประเทศ



จากแผนภาพ 6 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สามารถต่อรองราคาได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สามารถต่อรองราคาได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

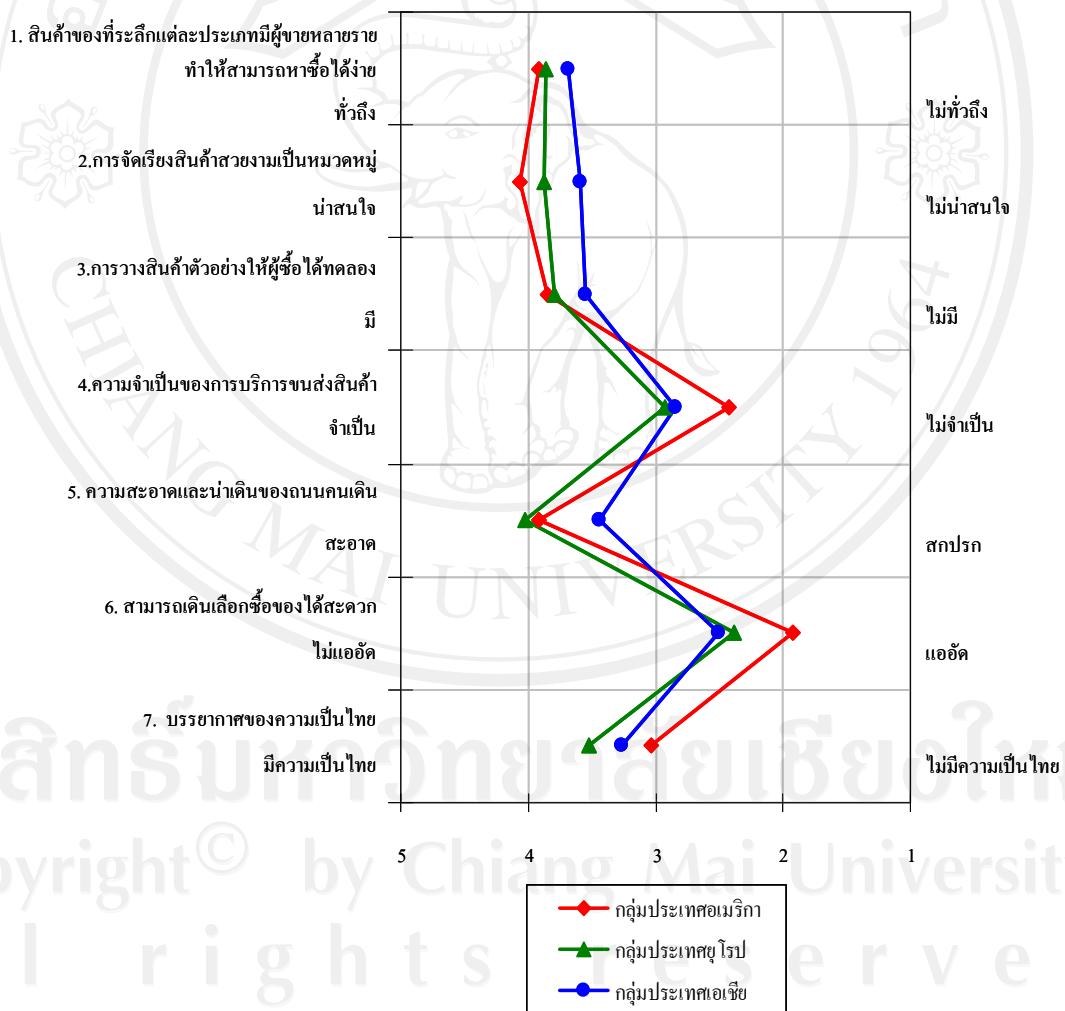
ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สามารถต่อรองราคาได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

แผนภาพ 7 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามกลุ่มประเทศ



จากแผนภาพ 7 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดินมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.92
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

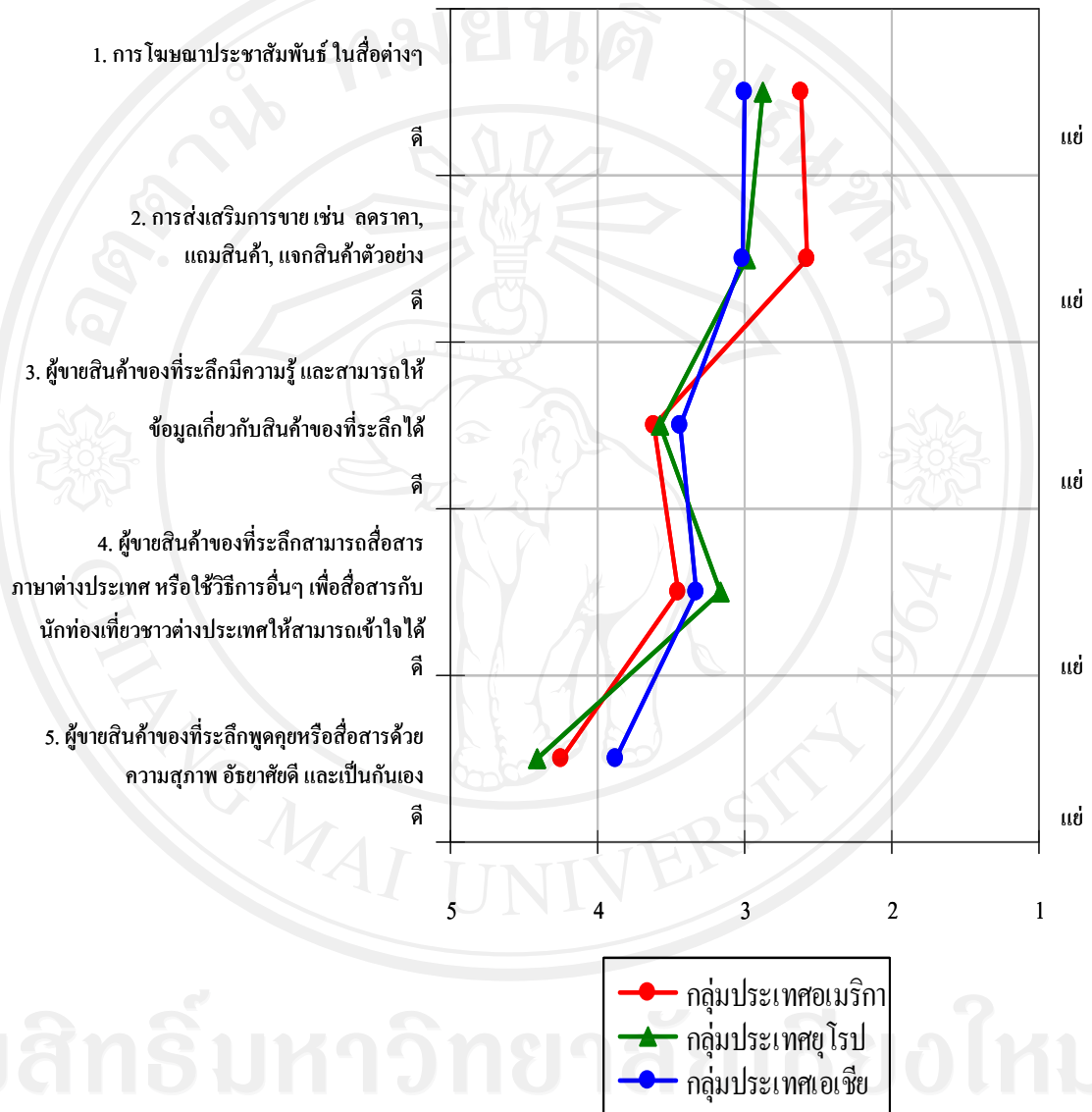
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

แผนภาพ 8 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามกลุ่มประเทศ



จากแผนภาพ 8 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามกลุ่มประเทศพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความสุภาพ อัจฉริยะ และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกามีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความสุภาพ อัจฉริยะ และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญ, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ หรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความสุภาพ อัจฉริยะ และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ตาราง 27 แสดงจำนวนและร้อยละ รายการสินค้าของที่ระลึก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

สินค้าของที่ระลึก	กลุ่มประเทศอเมริกา		กลุ่มประเทศยุโรป		กลุ่มประเทศเอเชีย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม้แกะสลัก	22	22.0	30	30.0	31	31.0	83	27.7
2. เฟอร์นิเจอร์	-	-	2	2.0	5	5.0	7	2.3
3. โบราณวัตถุ/ของเก่า	2	2.0	7	7.0	13	13.0	22	7.3
4. กรอบรูป	6	6.0	6	6.0	12	12.0	24	8.0
5. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	8	8.0	7	7.0	5	5.0	20	6.7
6. ผ้าปูโต๊ะ	2	2.0	5	5.0	6	6.0	13	4.3
7. โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ	15	15.0	17	17.0	19	19.0	51	17.0
8. ปลอกหมอนอิง	9	9.0	5	5.0	3	3.0	17	5.7

ตาราง 27 (ต่อ)

สินค้าของที่ระลึก	กลุ่มประเทศ อเมริกา		กลุ่มประเทศ ยุโรป		กลุ่มประเทศ เอเชีย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา	5	5.0	5	5.0	3	3.0	13	4.3
10. ภาพวาดอะคริลิก	6	6.0	2	2.0	4	4.0	12	4.0
11. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	65	65.0	51	51.0	54	54.0	170	56.7
12. เสื้อยืดคอกลม	30	30.0	39	39.0	41	41.0	110	36.7
13. ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่	39	39.0	31	31.0	22	22.0	92	30.7
14. ผ้าไหม(ผ้าฝืน)	15	15.0	19	19.0	12	12.0	46	15.3
15. กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้	35	35.0	21	21.0	40	40.0	96	32.0
16. กระเป๋าใส่เงิน	21	21.0	9	9.0	12	12.0	42	14.0
17. เน็คไท	6	6.0	5	5.0	11	11.0	22	7.3
18. นาฬิกา	3	3.0	4	4.0	6	6.0	13	4.3
19. รองเท้า	12	12.0	25	25.0	26	26.0	63	21.0
20. ร่มถือ	-	-	1	1.0	2	2.0	3	1.0
21. อัญมณี/เครื่องประดับ	42	42.0	23	23.0	27	27.0	92	30.7
22. เครื่องเงิน	5	5.0	14	14.0	9	9.0	28	9.3
23. รูปภาพ/โปสการ์ด	24	24.0	15	15.0	17	17.0	56	18.7
24. อัลบั้มรูป	6	6.0	1	1.0	8	8.0	15	5.0
25. เทียนหอม	7	7.0	11	11.0	23	23.0	41	13.7
26. เครื่องหอม/ดอกไม้แห้ง	-	-	3	3.0	5	5.0	8	2.7
27. เครื่องดนตรี	4	4.0	2	2.0	3	3.0	9	3.0
28. ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	4	4.0	14	14.0	11	11.0	29	9.7
29. สมุดโน้ต	13	13.0	15	15.0	21	21.0	49	16.3
30. กระดาษสา	5	5.0	9	9.0	7	7.0	21	7.0
31. อื่นๆ	13	13.0	15	15.0	6	6.0	34	11.3

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ของเล่น ตุ๊กตา งานศิลปะพื้นบ้าน ชุดรองจานอาหาร ไฟฉาย อุปกรณ์ตกแต่งผม ภาพวาด ปากกา พวงกุญแจ
เปลญวน รองเท้าแตะใส่ภายในบ้าน ปิ่นปักผมทำจากตะเกียบ และหัวน้ำหอม/น้ำมันจากธรรมชาติ

จากตาราง 27 แสดงทัศนคติในองค์ประกอบส่วนพฤติกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใน
หัวข้อรายการสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบ
แบบสอบถามนิยมซื้อ และไม่ซื้อ จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกา นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 65.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ อัญมณี/เครื่องประดับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 42.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 39.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 35.0 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 30.0

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรป นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 51.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 39.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 31.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ ไม้แกะสลัก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 30.0 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ รองเท้า โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชีย นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 54.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 41.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 40.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ ไม้แกะสลัก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 31.0 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ อัญมณี/เครื่องประดับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 27.0

ตาราง 28 แสดงจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

จำนวนเงินที่ใช้จ่าย ในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน	กลุ่มประเทศ อเมริกา	กลุ่มประเทศ ยุโรป	กลุ่มประเทศ เอเชีย	รวม
Min.	50	200	80	50
Max.	90,000	10,000	50,000	90,000
Median	900.00	1,000.00	550.00	900.00
Mean	2,496.20	1,441.70	1,965.40	1,967.77
S.D.	11,002.15	1,471.38	5,272.19	7,084.16

จากตาราง 28 แสดงจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกา ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 2,496.20 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรป ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 1,441.70 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชีย ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 1,965.40 บาท

ตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อพฤติกรรมกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามกลุ่มประเทศ

พฤติกรรมกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก	กลุ่มประเทศอเมริกา		กลุ่มประเทศยุโรป		กลุ่มประเทศเอเชีย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาแน่นอน	78	78.0	70	70.0	76	76.0	224	74.7
ไม่แน่ใจ	17	17.0	27	27.0	22	22.0	66	22.0
ไม่มาแน่นอน	5	5.0	3	3.0	2	2.0	10	3.3
รวม	100	33.3	100	33.3	100	33.3	300	100.0

จากตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อพฤติกรรมกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกาส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 17.0 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 27.0 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 22.0 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

พฤติกรรมการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึก	กลุ่มประเทศอเมริกา		กลุ่มประเทศยุโรป		กลุ่มประเทศเอเชีย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	96	96.0	98	98.0	96	96.0	290	96.7
ไม่แนะนำ	4	4.0	2	2.0	4	4.0	10	3.3
รวม	100	33.3	100	33.3	100	33.3	300	100.0

จากตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกาส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรปส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชียส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

พฤติกรรมการซื้อสินค้า ของที่ระลึกหากมีการ จำหน่ายบนเว็บไซต์	กลุ่มประเทศ อเมริกา		กลุ่มประเทศ ยุโรป		กลุ่มประเทศ เอเชีย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้ออย่างแน่นอน	18	18.0	26	26.0	36	36.0	80	26.7
ไม่แน่ใจ	41	41.0	33	33.0	36	36.0	110	36.7
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	41	41.0	41	41.0	28	28.0	110	36.7
รวม	100	33.3	100	33.3	100	33.3	300	100.0

จากตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์ จำแนกตามกลุ่มประเทศ พบว่า

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศอเมริกา ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจ และไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 41.0 เท่ากัน รองลงมา คือ ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศยุโรป ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 33.0 และซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประเทศเอเชีย ในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะซื้อ และไม่แน่ใจ และซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 36.0 เท่ากัน รองลงมา คือ ไม่ซื้ออย่างแน่นอน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 28.0

ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

การรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	34	27.2	46	26.3	80	26.7
ไม่รู้จัก	91	72.8	129	73.7	220	73.3
รวม	125	41.7	175	58.3	300	100.0

จากตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 72.8 และ 73.7 ตามลำดับ และรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 27.2 และ 26.3 ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูล	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ	39	31.2	60	34.3	99	33.0
2. เพื่อนชาวไทย	43	34.4	48	27.4	91	30.3
3. หนังสือพิมพ์/ทีวี	38	30.4	57	32.6	95	31.7
4. นิตยสารบนเครื่องบิน	2	1.6	3	1.7	5	1.7
5. หนังสือพิมพ์/นิตยสารอื่นๆ	3	2.4	6	3.4	9	3.0
6. อินเทอร์เน็ต	10	8.0	15	8.6	25	8.3
7. บริษัททัวร์/ไกด์	11	8.8	10	5.7	21	7.0
8. วิทยุ/โทรทัศน์	1	0.8	-	-	1	0.3

ตาราง 33 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก	32	25.6	28	16.0	60	20.0
10. สถานทูต/สถานกงสุล ของประเทศไทย	1	0.8	1	0.6	2	0.7
11. งานแสดงสินค้า	1	0.8	1	0.6	2	0.7
12. รู้ด้วยตนเอง	20	16.0	19	10.9	39	13.0
13. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	4	3.2	4	2.3	8	2.7
14. อื่นๆ	-	-	12	6.9	12	4.0

หมายเหตุ: - อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมชั้นเรียนการทำอาหารไทย คนเดินเท้า คนขับรถโดยสาร
ที่พักอยู่ใกล้ถนนคนเดิน แผนที่ โดยบังเอิญ(เดินตามฝูงชน)
- ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากเพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 34.4 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 31.2 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ หนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.4 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 25.6 และ แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 ได้แก่ รู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 34.3 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ หนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.6 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 27.4 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 16.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 คือ รู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตาราง 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ
สินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

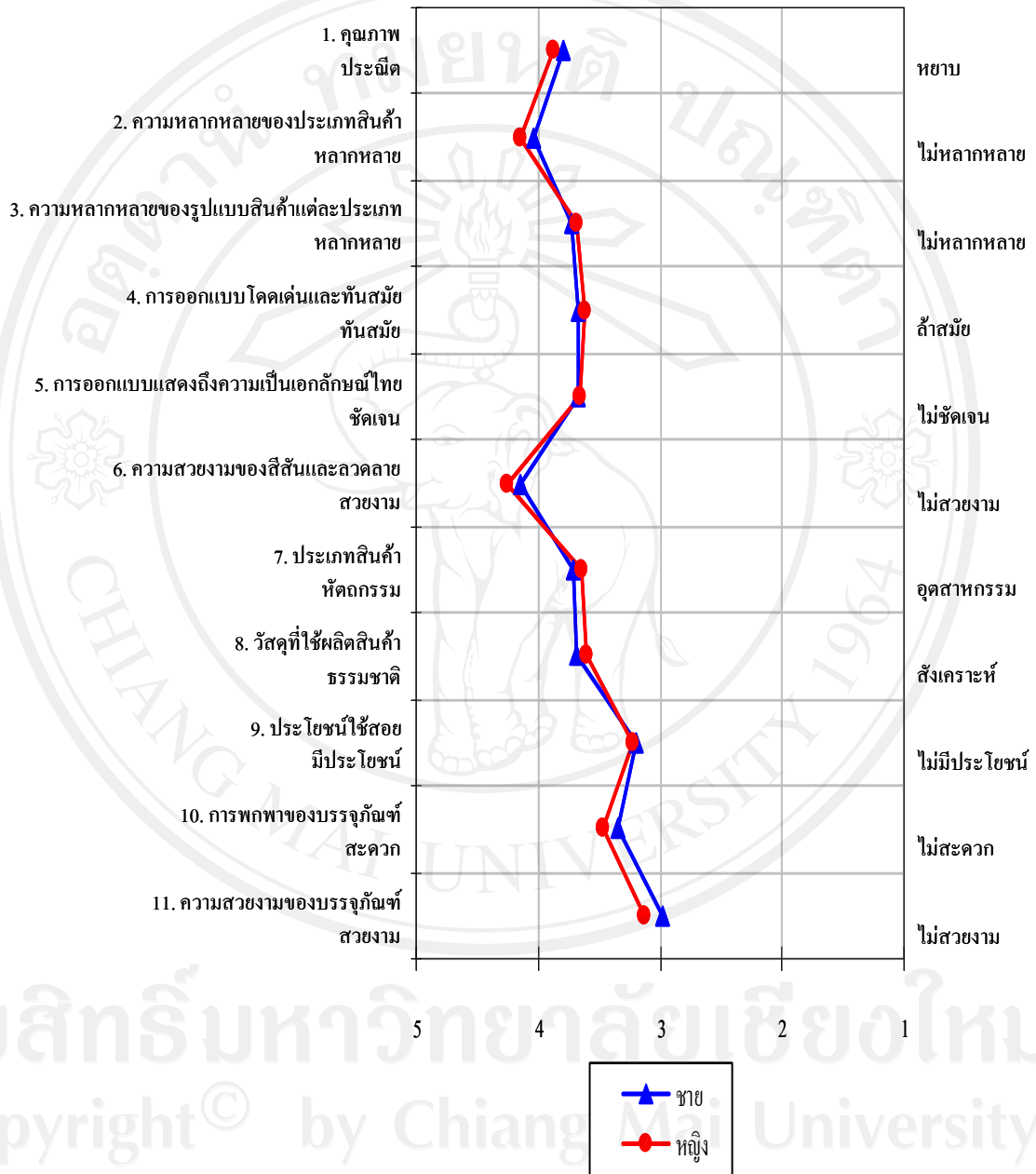
สินค้าของที่ระลึก	ชาย			หญิง			รวม		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
1. ผ้าฝ้าย	71 (56.8)	26 (20.8)	28 (22.4)	115 (65.7)	29 (16.6)	31 (17.7)	186 (62.0)	55 (18.3)	59 (19.7)
2. ไม้แกะสลัก	85 (68.0)	12 (9.6)	28 (22.4)	120 (68.6)	19 (10.9)	36 (20.6)	205 (68.3)	31 (10.3)	64 (21.3)
3. เครื่องเงิน	53 (42.4)	28 (22.4)	44 (35.2)	88 (50.3)	37 (21.1)	50 (28.6)	141 (47.0)	65 (21.7)	94 (31.3)
4. เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา	50 (40.0)	33 (26.4)	42 (33.6)	63 (36.0)	51 (29.1)	61 (34.9)	113 (37.7)	84 (28.0)	103 (34.3)
5. ผ้าไหม	76 (60.8)	22 (17.6)	27 (21.6)	129 (73.7)	21 (12.0)	25 (14.3)	205 (68.3)	43 (14.3)	52 (17.3)
6. กระดาษสา	45 (36.0)	29 (23.2)	51 (40.8)	71 (40.6)	27 (15.4)	77 (44.0)	116 (38.7)	56 (18.7)	128 (42.7)
7. เทียนหอม	49 (39.2)	28 (22.4)	48 (38.4)	69 (39.4)	41 (23.4)	65 (37.1)	118 (39.3)	69 (23.0)	113 (37.7)
8. เครื่องหอม	24 (19.2)	43 (34.4)	58 (46.4)	33 (18.9)	69 (39.4)	73 (41.7)	57 (19.0)	112 (37.3)	131 (43.7)
9. เสื้อยืดคอกกลม	57 (45.6)	33 (26.4)	35 (28.0)	77 (44.0)	59 (33.7)	39 (22.3)	134 (44.7)	92 (30.7)	74 (24.7)
10. ภาพเขียนสีอะครีลิก	25 (20.0)	41 (32.8)	59 (47.2)	59 (33.7)	43 (24.6)	73 (41.7)	84 (28.0)	84 (28.0)	132 (44.0)
11. เครื่องหนัง	27 (21.6)	42 (33.6)	56 (44.8)	43 (24.6)	61 (34.9)	71 (40.6)	70 (23.3)	103 (34.3)	127 (42.3)
12. อัญมณี	58 (46.4)	24 (19.2)	43 (34.4)	103 (58.9)	35 (20.0)	37 (21.1)	161 (53.7)	59 (19.7)	80 (26.7)
13. ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	53 (42.4)	26 (20.8)	46 (36.8)	85 (48.6)	36 (20.6)	54 (30.9)	138 (46.0)	62 (20.7)	100 (33.3)
14. โบราณวัตถุของเก่า	43 (34.4)	36 (28.8)	46 (36.8)	65 (37.1)	41 (23.4)	69 (39.4)	108 (36.0)	77 (25.7)	115 (38.3)
15. โคมไฟ/โคมไฟโบราณ	49 (39.2)	32 (25.6)	44 (35.2)	78 (44.6)	39 (22.3)	58 (33.1)	127 (42.3)	71 (23.7)	102 (34.0)

จากตาราง 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมา ได้แก่ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 60.8 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 56.8 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 46.4 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 45.6 เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 42.4 เท่ากัน เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 40.0 เทียนหอม และโคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 39.2 เท่ากัน กระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 36.0 โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 34.4 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 21.6 ภาพเขียนสีอะครีลิค คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมา ได้แก่ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 68.6 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 65.7 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 58.9 เครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ 50.3 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 48.6 โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 44.6 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 44.0 กระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 40.6 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 39.4 โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 37.1 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 36.0 ภาพเขียนสีอะครีลิค คิดเป็นร้อยละ 33.7 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 24.6 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 18.9 ตามลำดับ

แผนภาพ 9 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามเพศ



จากแผนภาพ 9 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามเพศพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลายมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันทันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71
8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68
9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19
10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34
11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98

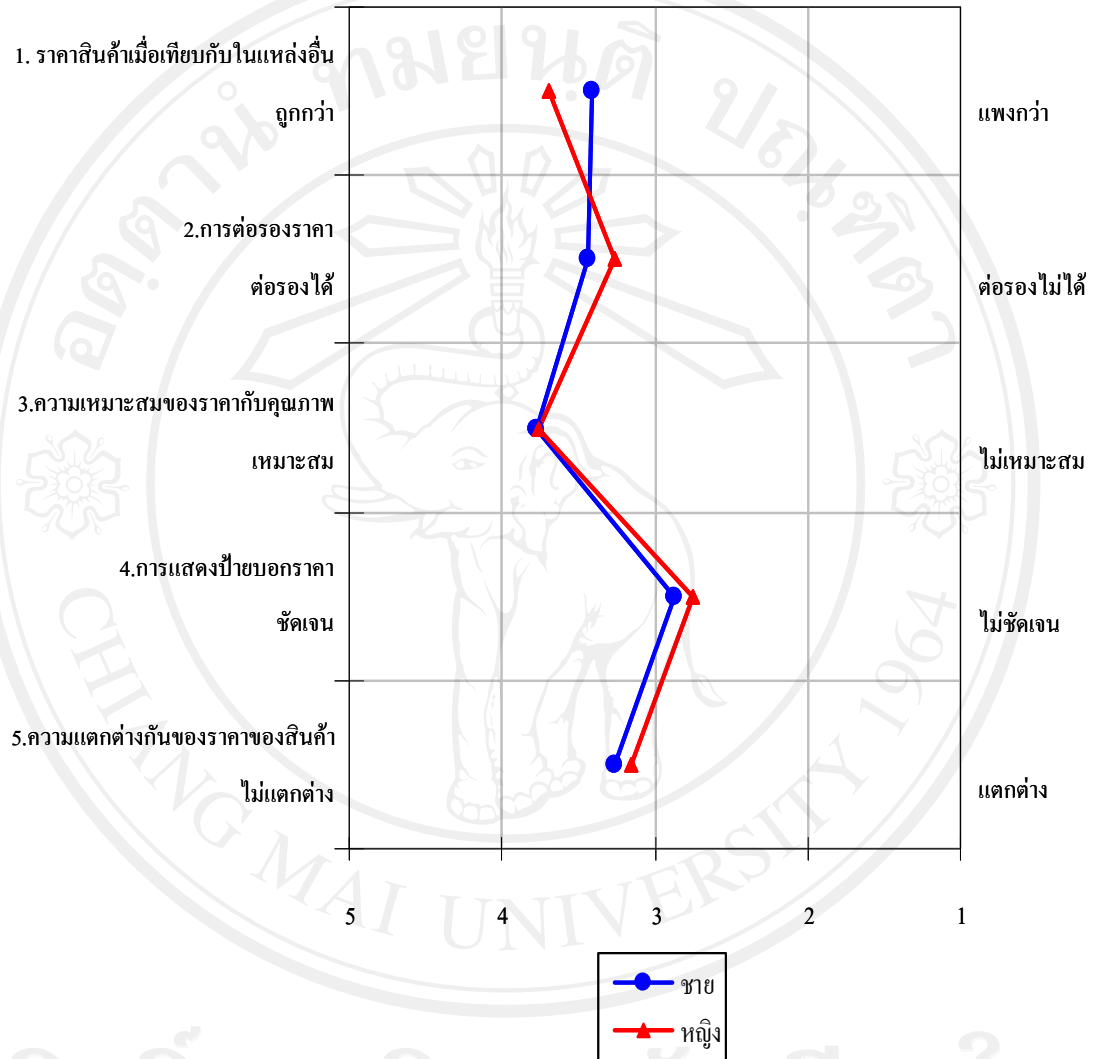
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดย
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68
 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62
 5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์
ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66
 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.26
 7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.64
 8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60
 9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22
 10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.47
 11. ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13
- สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคน
เดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

แผนภาพ 10 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) จำแนกตามเพศ



จากแผนภาพ 10 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) จำแนกตามเพศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเห็นว่าสามารถต่อรองราคาได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

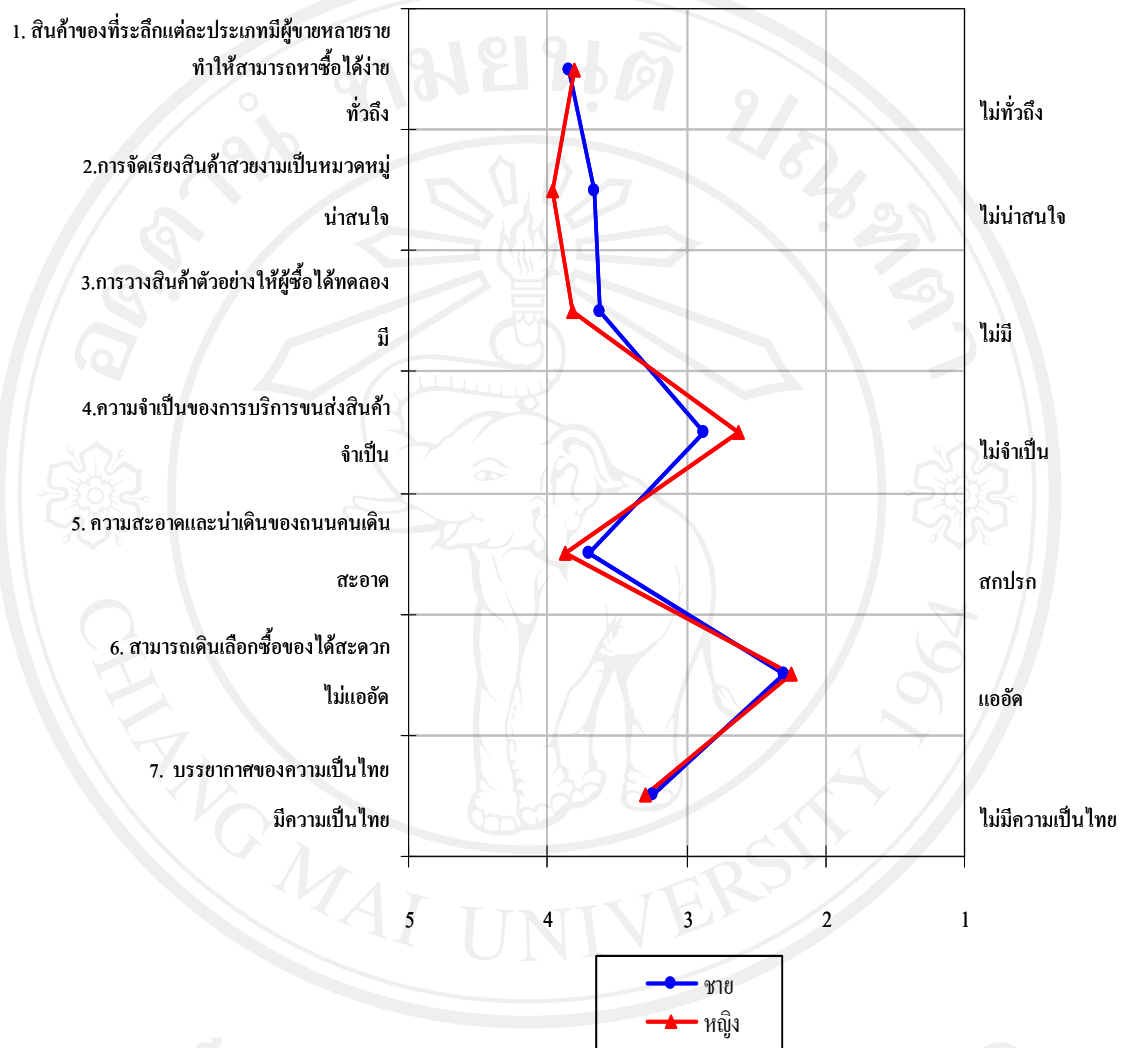
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากเพศชายมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

แผนภาพ 11 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามเพศ



จากแผนภาพ 11 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามเพศพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณค่าของสินค้าแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

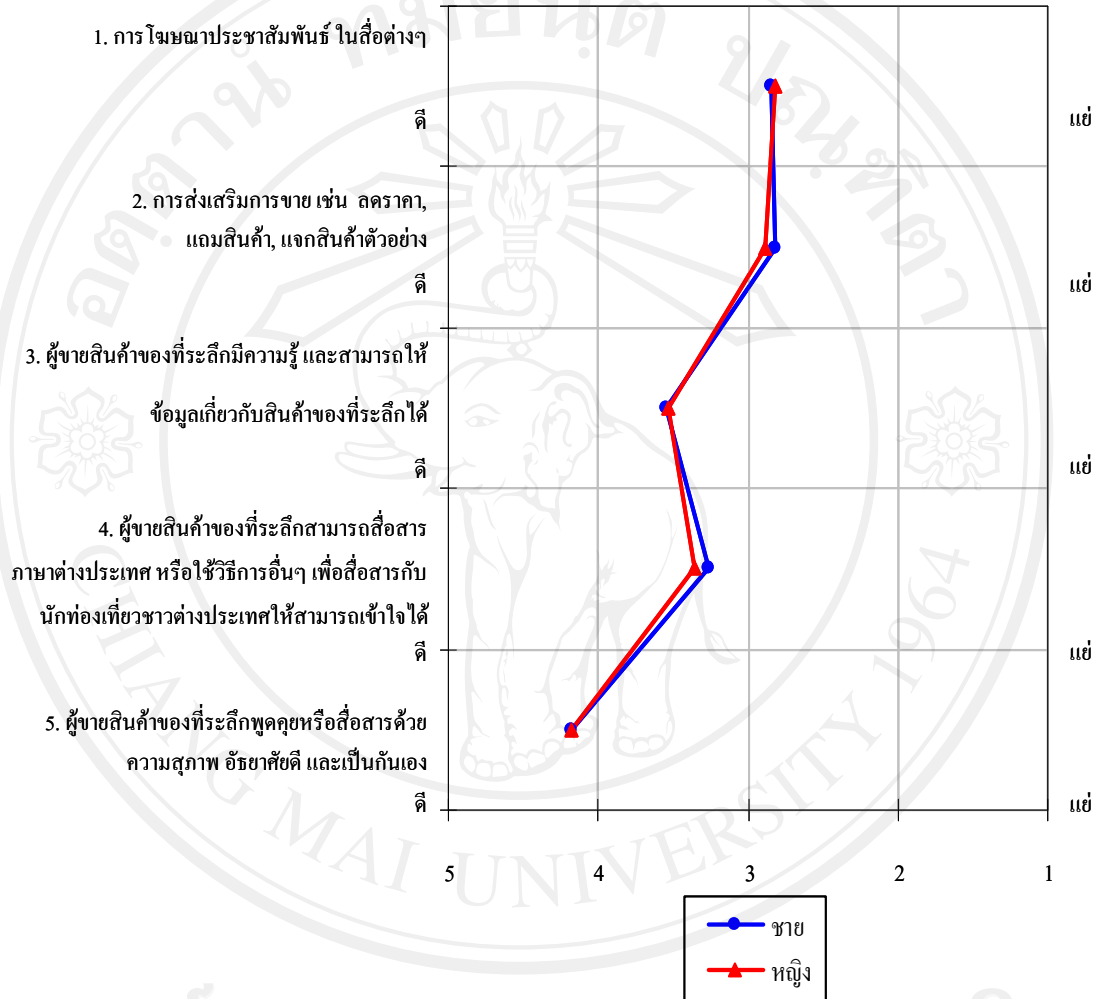
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

แผนภาพ 12 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามเพศ



จากแผนภาพ 12 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามเพศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าจะไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แลกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความสุภาพ อ่อนโยน และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าจะไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าจะไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แลกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความสุภาพ อ่อนโยน และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

ตาราง 35 แสดงจำนวนและร้อยละ รายการสินค้าของที่ระลึก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ บน ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

สินค้าของที่ระลึก	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม้แกะสลัก	48	38.4	35	20.0	83	27.7
2. เฟอร์นิเจอร์	2	1.6	5	2.9	7	2.3
3. โบราณวัตถุ/ของเก่า	9	7.2	13	7.4	22	7.3
4. กรอบรูป	11	8.8	13	7.4	24	8.0
5. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	14	11.2	6	3.4	20	6.7
6. ผ้าปูโต๊ะ	5	4.0	8	4.6	13	4.3
7. โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ	24	19.2	27	15.4	51	17.0
8. ปลอกหมอนอิง	6	4.8	11	6.3	17	5.7
9. เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา	10	8.0	3	1.7	13	4.3
10. ภาพวาดอะครีลิก	5	4.0	7	4.0	12	4.0
11. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	61	48.8	109	62.3	170	56.7
12. เสื้อยืดคอกกลม	50	40.0	60	34.3	110	36.7
13. ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่	28	22.4	64	36.6	92	30.7
14. ผ้าไหม(ผ้าฝืน)	20	16.0	26	14.9	46	15.3
15. กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้	28	22.4	68	38.9	96	32.0
16. กระเป๋าใส่เงิน	15	12.0	27	15.4	42	14.0
17. เน็คไท	13	10.4	9	5.1	22	7.3
18. นาฬิกา	5	4.0	8	4.6	13	4.3
19. รองเท้า	22	17.6	41	23.4	63	21.0
20. ร่มถือ	1	0.8	2	1.1	3	1.0
21. อัญมณี/เครื่องประดับ	26	20.8	66	37.7	92	30.7
22. เครื่องเงิน	9	7.2	19	10.9	28	9.3
23. รูปภาพ/โปสการ์ด	24	19.2	32	18.3	56	18.7
24. อัลบั้มรูป	4	3.2	11	6.3	15	5.0
25. เทียนหอม	15	12.0	26	14.9	41	13.7

ตาราง 35 (ต่อ)

สินค้าของที่ระลึก	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
26. เครื่องหอม/ดอกไม้แห้ง	3	2.4	5	2.9	8	2.7
27. เครื่องดนตรี	7	5.6	2	1.1	9	3.0
28. ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	10	8.0	19	10.9	29	9.7
29. สมุดโน้ต	13	10.4	36	20.6	49	16.3
30. กระดาษสา	8	6.4	13	7.4	21	7.0
31. อื่นๆ	12	9.6	22	12.6	34	11.3

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ของเล่น ตุ๊กตา งานศิลปะพื้นบ้าน ชุดรองจานอาหาร ไฟฉาย อุปกรณ์ตกแต่งผม ภาพวาด ปากกา พวงกุญแจ เปลญวน รองเท้าและใส่ภายในบ้าน ปิ่นปักผมทำจากตะเกียบ และหัวน้ำหอม/น้ำมันจากธรรมชาติ

จากตาราง 35 แสดงทัศนคติในองค์ประกอบส่วนพฤติกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อรายการสินค้าของที่ระลึก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 48.8 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 40.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ ไม้แกะสลัก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 38.4 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ และกระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 22.4 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ อัญมณี/เครื่องประดับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 20.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 62.3 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 38.9 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ อัญมณี/เครื่องประดับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 37.7 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 36.6 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 34.3

ตาราง 36 แสดงจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จำนวนเงินที่ใช้จ่าย ในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน	ชาย	หญิง	รวม
Min.	50	50	50
Max.	90,000	66,000	90,000
Median	1,000.00	800.00	900.00
Mean	2,011.68	1,936.40	1,967.77
S.D.	8,092.07	6,290.52	7,084.16

จากตาราง 36 แสดงจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 2,011.68 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 1,936.40 บาท

ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อพฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการกลับมา ซื้อสินค้าของที่ระลึก	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาแน่นอน	90	72.0	134	76.6	224	74.7
ไม่แน่ใจ	33	26.4	33	18.9	66	22.0
ไม่มาแน่นอน	2	1.6	8	4.6	10	3.3
รวม	125	41.67	175	58.33	300	100.0

จากตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อพฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามเพศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 26.4 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 18.9 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึก	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	122	97.6	168	96.0	290	96.7
ไม่แนะนำ	3	2.4	7	4.0	10	3.3
รวม	125	41.67	175	58.33	300	100.0

จากตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 97.6 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึก หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้ออย่างแน่นอน	30	24.0	50	28.6	80	26.7
ไม่แน่ใจ	48	38.4	62	35.4	110	36.7
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	47	37.6	63	36.0	110	36.7
รวม	125	41.67	175	58.33	300	100.0

จากตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์ จำแนกตามเพศ พบว่า

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมา คือ ไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 37.6 และซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 35.4 และซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ตาราง 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

การรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
รู้จัก	7 (21.2)	41 (24.1)	18 (32.7)	7 (41.2)	4 (30.8)	3 (25.0)	80 26.7
ไม่รู้จัก	26 (78.8)	129 (75.9)	37 (67.3)	10 (58.8)	9 (69.2)	9 (75.0)	220 73.3
รวม	33 (11.0)	170 (56.7)	55 (18.3)	17 (5.7)	13 (4.3)	12 (4.0)	300 100.0

จากตาราง 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนที่จะเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 78.8 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 21.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 75.9 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 24.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 67.3 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 32.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 30.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ ไม่รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และ รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตาราง 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

การรู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
1. ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ	15 (29.4)	50 (17.7)	19 (23.5)	4 (17.4)	4 (22.2)	7 (50.0)	99 (33.0)
2. เพื่อนชาวไทย	15 (29.4)	56 (19.9)	12 (14.8)	3 (13.0)	3 (16.7)	2 (14.3)	91 (30.3)
3. หนังสือ/นิตยสาร	9 (17.6)	53 (18.8)	23 (28.4)	5 (21.7)	4 (22.2)	1 (7.1)	95 (31.7)
4. นิตยสารบนเครื่องบิน	- -	3 (1.1)	2 (2.5)	- -	- -	- -	5 (1.7)
5. หนังสือพิมพ์/นิตยสารอื่นๆ	1 (2.0)	6 (2.1)	- -	2 (8.7)	- -	- -	9 (3.0)
6. อินเทอร์เน็ต	- -	18 (6.4)	4 (4.9)	1 (4.3)	2 (11.1)	- -	25 (8.3)
7. บริษัททัวร์/ไกด์	4 (7.8)	13 (4.6)	3 (3.7)	- -	1 (5.6)	- -	21 (7.0)
8. วิทยุ/โทรทัศน์	- -	1 (0.4)	- -	- -	- -	- -	1 (0.3)
9. การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก	4 (7.8)	40 (14.2)	11 (13.6)	2 (8.7)	3 (16.7)	- -	60 (20.0)
10. สถานทูต/สถานกงสุล ของประเทศไทย	- -	1 (0.4)	- -	1 (4.3)	- -	- -	2 (0.7)
11. งานแสดงสินค้า	- -	2 (0.7)	- -	- -	- -	- -	2 (0.7)
12. รู้ด้วยตนเอง	3 (5.9)	24 (8.5)	5 (6.2)	4 (17.4)	- -	3 (21.4)	39 (13.0)
13. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	- -	5 (1.8)	2 (2.5)	1 (4.3)	- -	- -	8 (2.7)
14. อื่นๆ	- -	10 (3.5)	- -	- -	1 (5.6)	1 (7.1)	12 (4.0)
รวม	51 (100.0)	282 (100.0)	81 (100.0)	23 (100.0)	18 (100.0)	14 (100.0)	300 (100.0)

หมายเหตุ: - อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมชั้นเรียนการทำอาหารไทย คนเดินเท้า คนขับรถโดยสาร
ที่พักอยู่ใกล้ถนนคนเดิน แผนที่ โดยบังเอิญ(เดินตามฝูงชน)
- ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือ ต่ำกว่าส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ และเพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 29.4 เท่ากัน แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ หนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 17.6 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ บริษัททัวร์/ไกด์ และการแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 7.8 เท่ากัน แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ รู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 5.9 และแหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 คือ หนังสือพิมพ์/นิตยสารอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 19.9 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ จากหนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 18.8 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 17.7 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 14.2 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 คือ รู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากหนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 28.4 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 23.5 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 14.8 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ การแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 13.6 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 คือ รู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากหนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.7 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ และรู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 17.4 เท่ากัน แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 13.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ หนังสือพิมพ์/นิตยสารอื่นๆ และการแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 8.7 เท่ากัน แหล่งข้อมูลอันดับที่ 5 คือ อินเทอร์เน็ต สถานทูต/สถานกงสุลของประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 4.3 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จาก ครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ และหนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 22.2 เท่ากัน แหล่งข้อมูล อันดับที่ 2 คือ เพื่อนชาวไทย และการแนะนำของผู้ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 11.1 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 4 คือ บริษัททัวร์/ไกด์ และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.6 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ ทราบข้อมูลถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จากครอบครัว/เพื่อนชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 50.0 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 2 คือ รู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 21.4 แหล่งข้อมูลอันดับที่ 3 คือ เพื่อนชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 14.3 แหล่งข้อมูล อันดับที่ 4 คือ หนังสือนำเที่ยวและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในหัวข้อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวใหม่ จำแนกตามอายุ

สินค้าของที่ระลึก	20 ปี หรือต่ำกว่า			21 – 30 ปี			31 – 40 ปี			41 – 50 ปี			51 – 60 ปี			มากกว่า 60 ปี			รวม		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
1. ผ้าฝ้าย	15 (45.5)	9 (27.3)	9 (27.3)	107 (62.9)	33 (19.4)	30 (17.6)	39 (70.9)	4 (7.3)	12 (21.8)	11 (64.7)	4 (23.5)	2 (11.8)	9 (69.2)	1 (7.7)	3 (23.1)	5 (41.7)	4 (33.3)	3 (25.0)	186 (62.0)	55 (18.3)	59 (19.7)
2. ไม้แกะสลัก	27 (81.8)	3 (9.1)	3 (9.1)	114 (67.1)	17 (10.0)	39 (22.9)	37 (67.3)	5 (9.1)	13 (23.6)	11 (64.7)	3 (17.6)	3 (17.6)	9 (69.2)	2 (15.4)	2 (15.4)	7 (58.3)	1 (8.3)	4 (33.3)	205 (21.3)	31 (68.3)	64 (10.3)
3. เครื่องเงิน	9 (27.3)	17 (51.5)	7 (21.2)	80 (47.1)	37 (21.8)	53 (31.2)	31 (56.4)	6 (10.9)	18 (32.7)	11 (64.7)	2 (11.8)	4 (23.5)	4 (30.8)	1 (7.7)	8 (61.5)	6 (50.0)	2 (16.7)	4 (33.3)	141 (47.0)	65 (21.7)	94 (31.3)
4. เซรามิก/ เครื่องปั้นดินเผา	8 (24.2)	13 (39.4)	12 (36.4)	62 (36.5)	51 (30.0)	57 (33.5)	26 (47.3)	10 (18.2)	19 (34.5)	9 (52.9)	5 (29.4)	3 (17.6)	3 (23.1)	3 (23.1)	7 (53.8)	5 (41.7)	2 (16.7)	5 (41.7)	113 (37.7)	84 (28.0)	103 (34.3)
5. ผ้าไหม	25 (75.8)	5 (15.2)	3 (9.1)	110 (64.7)	27 (15.9)	33 (19.4)	38 (69.1)	7 (12.7)	10 (18.2)	11 (64.7)	2 (11.8)	4 (23.5)	12 (92.3)	1 (7.7)	-	9 (75.0)	1 (8.3)	2 (16.7)	205 (68.3)	43 (14.3)	52 (17.3)
6. กระดาษสา	12 (36.4)	6 (18.2)	15 (45.5)	62 (36.5)	35 (20.6)	73 (42.9)	21 (38.2)	11 (20.0)	23 (41.8)	10 (58.8)	3 (17.6)	4 (23.5)	5 (38.5)	1 (7.7)	7 (53.8)	6 (50.0)	-	6 (50.0)	116 (38.7)	56 (18.7)	128 (42.7)
7. เทียนหอม	13 (39.4)	9 (27.3)	11 (33.3)	67 (39.4)	40 (23.5)	63 (37.1)	24 (43.6)	11 (20.0)	20 (36.4)	5 (29.4)	5 (29.4)	7 (41.2)	5 (38.5)	4 (30.8)	4 (30.8)	4 (33.3)	-	8 (66.7)	118 (39.3)	69 (23.0)	113 (37.7)
8. เครื่องหอม	4 (12.1)	15 (45.5)	14 (42.4)	35 (20.6)	64 (37.6)	71 (41.8)	12 (21.8)	20 (36.4)	23 (41.8)	2 (11.8)	6 (35.3)	9 (52.9)	2 (15.4)	5 (38.5)	6 (46.2)	2 (16.7)	2 (16.7)	8 (66.7)	57 (19.0)	112 (37.3)	131 (43.7)

ตารางที่ 42 (ต่อ)

สินค้าของที่ระลึก	20 ปี หรือต่ำกว่า			21 – 30 ปี			31 – 40 ปี			41 – 50 ปี			51 – 60 ปี			มากกว่า 60 ปี			รวม		
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ แน่ใจ
9. เสื้อยืดคอกกลม	9 (27.3)	15 (45.5)	9 (27.3)	82 (48.2)	53 (31.2)	35 (20.6)	27 (49.1)	11 (20.0)	17 (30.9)	7 (41.2)	5 (29.4)	5 (29.4)	4 (30.8)	4 (30.8)	5 (38.5)	5 (41.7)	4 (33.3)	3 (25.0)	134 (44.7)	92 (30.7)	74 (24.7)
10. ภาพเขียน สีอะครีลิก	12 (36.4)	11 (33.3)	10 (30.3)	50 (29.4)	47 (27.6)	73 (42.9)	17 (30.9)	14 (25.5)	24 (43.6)	3 (17.6)	5 (29.4)	9 (52.9)	- (-)	4 (30.8)	9 (69.2)	2 (16.7)	3 (25.0)	7 (58.3)	84 (28.0)	84 (28.0)	132 (44.0)
11. เครื่องหนัง	7 (21.2)	17 (51.5)	9 (27.3)	44 (25.9)	58 (34.1)	68 (40.0)	14 (25.5)	16 (29.1)	25 (45.5)	2 (11.8)	7 (41.2)	8 (47.1)	- (-)	2 (15.4)	11 (84.6)	3 (25.0)	3 (25.0)	6 (50.0)	70 (23.3)	103 (34.3)	127 (42.3)
12. อัญมณี	17 (51.5)	7 (21.2)	9 (27.3)	93 (54.7)	34 (20.0)	43 (25.3)	32 (58.2)	12 (21.8)	11 (20.0)	10 (58.8)	3 (17.6)	4 (23.5)	5 (38.5)	1 (7.7)	7 (53.8)	4 (33.3)	2 (16.7)	6 (50.0)	161 (53.7)	59 (19.7)	80 (26.7)
13. ผลิตภัณฑ์ จากสมุนไพร	13 (39.4)	10 (30.3)	10 (30.3)	72 (42.4)	39 (22.9)	59 (34.7)	35 (63.6)	9 (16.4)	11 (20.0)	12 (70.6)	2 (11.8)	3 (17.6)	1 (7.7)	2 (15.4)	10 (76.9)	5 (41.7)	- (-)	7 (58.3)	138 (46.0)	62 (20.7)	100 (33.3)
14. โบราณวัตถุ/ ของเก่า	17 (51.5)	7 (21.2)	9 (27.3)	61 (35.9)	45 (26.5)	64 (37.6)	16 (29.1)	18 (32.7)	21 (38.2)	5 (29.4)	3 (17.6)	9 (52.9)	5 (38.5)	3 (23.1)	5 (38.5)	4 (33.3)	1 (8.3)	7 (58.3)	108 (36.0)	77 (25.7)	115 (38.3)
15. โคมไฟ/ โคมบายโคมไฟ	12 (36.4)	9 (27.3)	12 (36.4)	76 (44.7)	38 (22.4)	56 (32.9)	25 (45.5)	12 (21.8)	18 (32.7)	5 (29.4)	7 (41.2)	5 (29.4)	5 (38.5)	2 (15.4)	6 (46.2)	4 (33.3)	3 (25.0)	5 (41.7)	127 (42.3)	71 (23.7)	102 (34.0)

All rights reserved

จากตาราง 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือ ต่ำกว่า คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมา ได้แก่ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 75.8 อัญมณี และโบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 51.5 เท่ากัน ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 45.5 เทียนหอม และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 39.4 เท่ากัน กระดาษสา โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ และภาพเขียนสีอะครีลิก คิดเป็นร้อยละ 36.4 เท่ากัน เครื่องเงิน และเสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 27.3 เท่ากัน เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 24.2 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 21.2 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมา ได้แก่ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 64.7 ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 62.9 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 54.7 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 48.2 เครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ 47.1 โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 44.7 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 42.4 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 39.4 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา และกระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 36.5 เท่ากัน โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 35.9 ภาพเขียนสีอะครีลิก คิดเป็นร้อยละ 29.4 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 25.9 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 20.6 ตามลำดับ

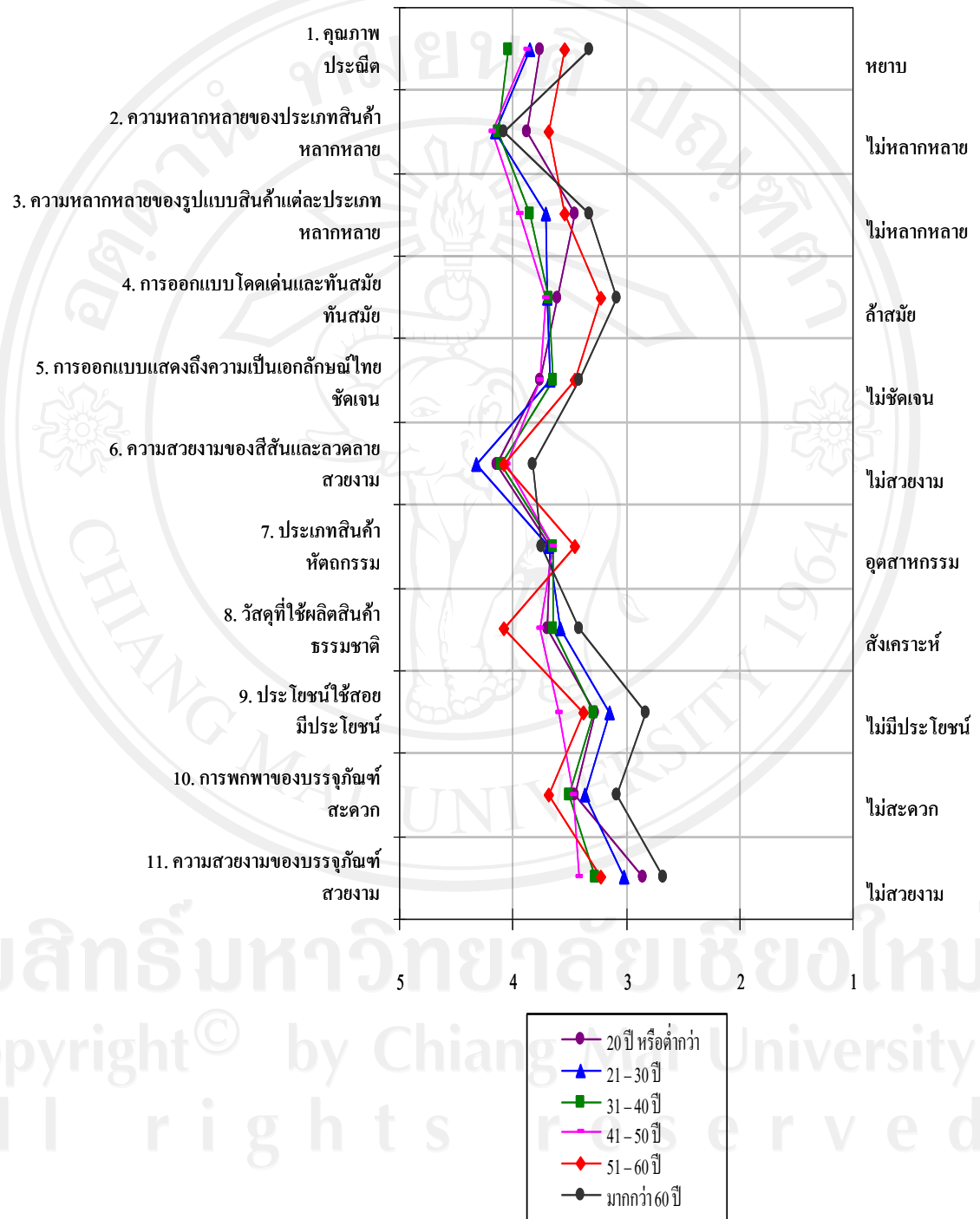
สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมา ได้แก่ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 69.1 ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 67.3 ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 63.6 อัญมณี คิดเป็นร้อยละ 58.2 เครื่องเงิน คิดเป็นร้อยละ 56.4 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 49.1 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 47.3 โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 45.5 เทียนหอม คิดเป็นร้อยละ 43.6 กระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 38.2 ภาพเขียนสีอะครีลิก คิดเป็นร้อยละ 30.9 โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 29.1 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 25.5 และเครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 21.8 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย ไม้แกะสลัก เครื่องเงิน และผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 64.7 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ กระดาษสา และอัญมณี คิดเป็นร้อยละ 58.8 เท่ากัน เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 52.9 เสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 41.2 เทียนหอม โบราณวัตถุ/ของเก่า และโคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 29.4 เท่ากัน ภาพเขียนสีอะครีลิค คิดเป็นร้อยละ 17.6 เครื่องหอม และ เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 11.8 เท่ากัน ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 92.3 รองลงมา ได้แก่ ผ้าฝ้าย และ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 69.2 เท่ากัน กระดาษสา เทียนหอม อัญมณี โบราณวัตถุ/ของเก่า และโคมไฟ/โคมบายโคมไฟ คิดเป็นร้อยละ 38.5 เท่ากัน เครื่องเงิน และเสื้อยืดคอกกลม คิดเป็นร้อยละ 30.8 เท่ากัน เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 23.1 เครื่องหอม คิดเป็นร้อยละ 15.4 และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี คิดว่าเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา ได้แก่ ไม้แกะสลัก คิดเป็นร้อยละ 58.3 เครื่องเงิน และกระดาษสา คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน เสื้อยืดคอกกลม ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ผ้าฝ้าย และเซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 41.7 เท่ากัน โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ อัญมณี เทียนหอม และ โบราณวัตถุ/ของเก่า คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 25.0 เครื่องหอม และ ภาพเขียนสีอะครีลิค คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน ตามลำดับ

แผนภาพ 13 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามอายุ



จากแผนภาพ 13 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70
9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27
10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45
11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58
9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15
10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85
 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
 5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65
 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11
 7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65
 8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65
 9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29
 10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51
 11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27
- สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06
 7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65
 8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
 9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59
 10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47
 11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41
- สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
- ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้
1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54
 2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54
 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23
 5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46
 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46
 8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08
 9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38
 10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
 11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23
- สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

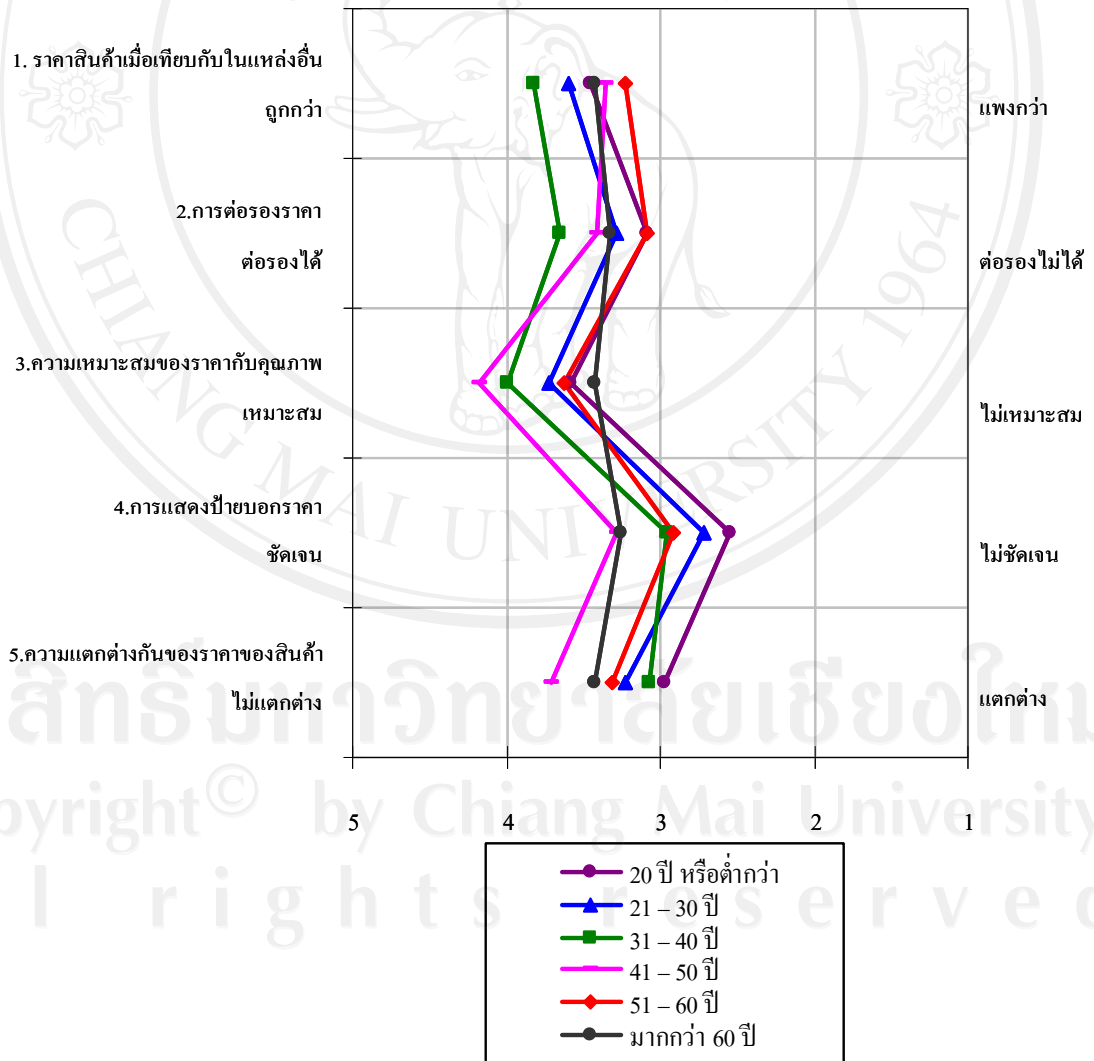
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของสินค้ามีความประณีต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าประเภทของสินค้ามีความหลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้ามีความโดดเด่น และทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการออกแบบสินค้าแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีสีสันและลวดลายที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากเป็นประเภทหัตถกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75
8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าส่วนมากผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42
9. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้ามีประโยชน์ใช้สอย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83

10. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08

11. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

แผนภาพ 14 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) จำแนกตามอายุ



จากแผนภาพ 14 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายค่อนข้างมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปีมีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีโอกาสในการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีโอกาสในการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีโอกาสในการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

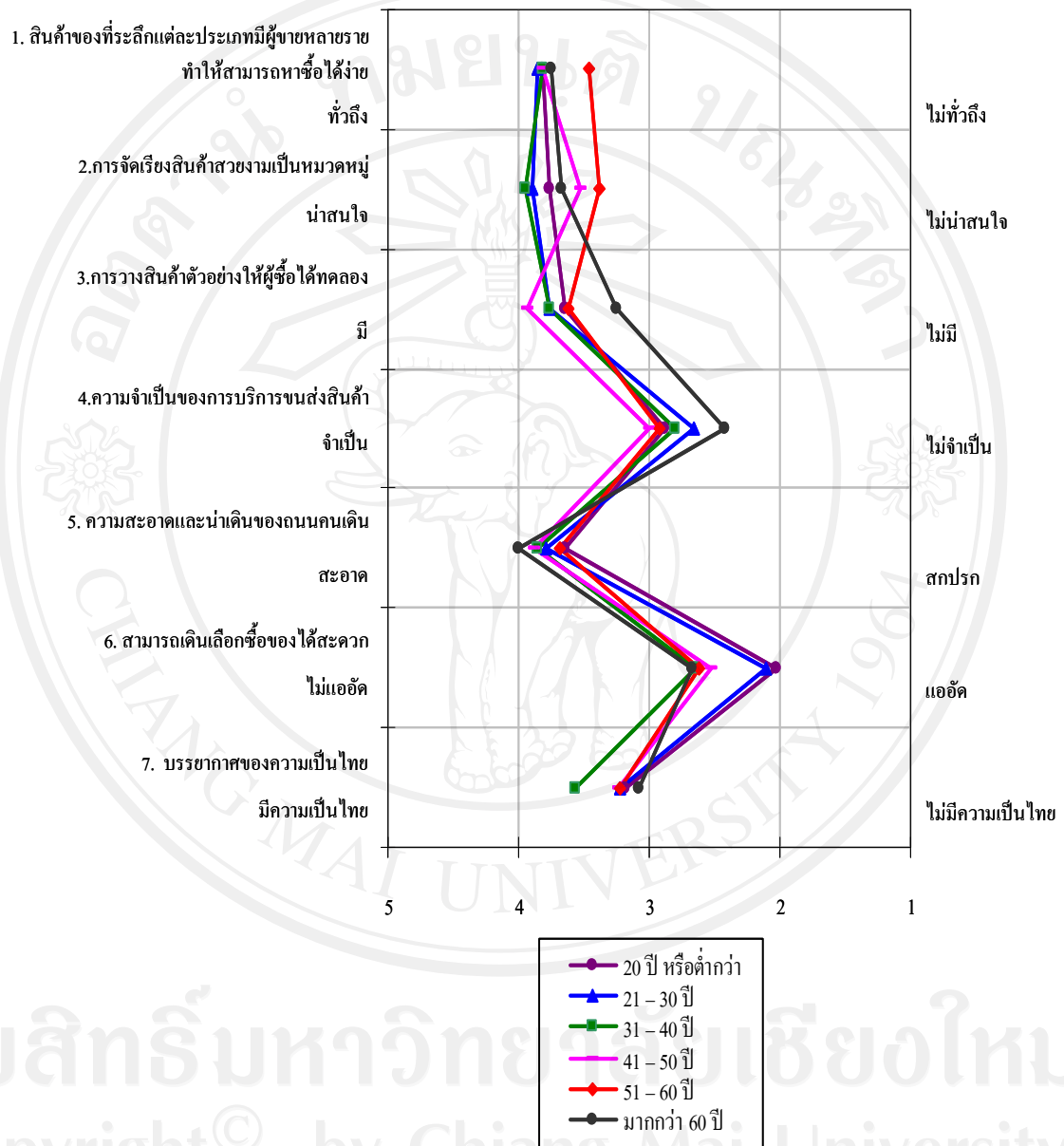
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ถูกกว่าในแหล่งอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสามารถต่อรองราคาสินค้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีโอกาสในการแสดงป้ายบอกราคาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าของที่ระลึกที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละรายไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา (Price) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

แผนภาพ 15 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอายุ



จากแผนภาพ 15 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณค่าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้ามีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้ามีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้ามีความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณค่าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้ามีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.11
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 21 – 30 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

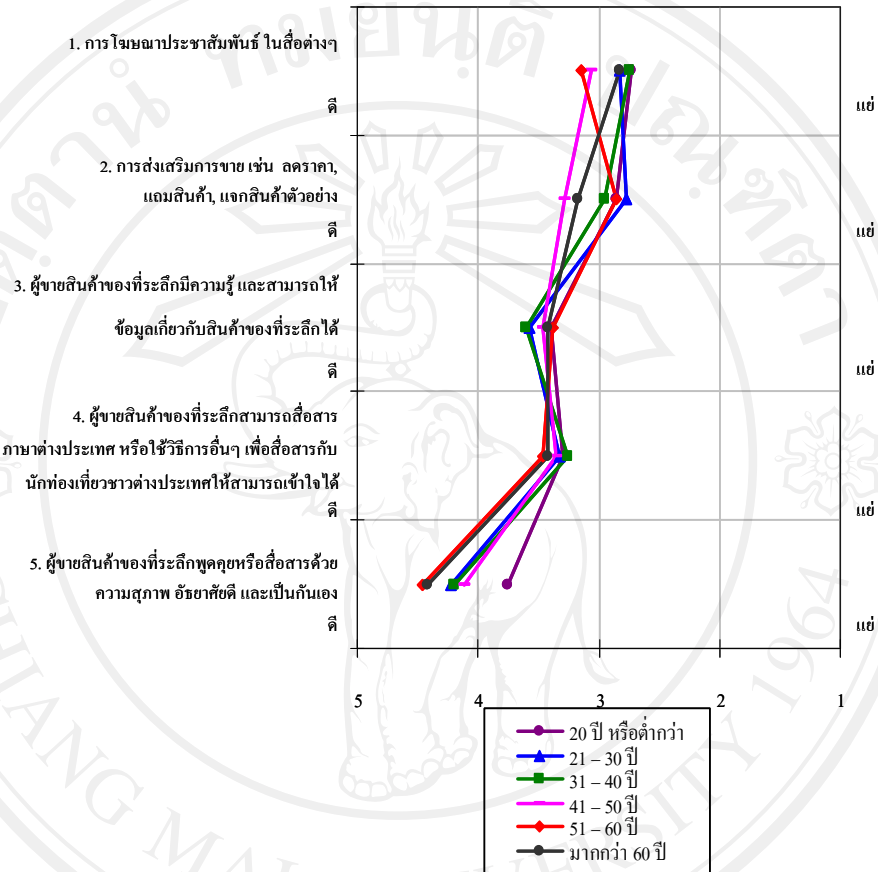
สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย และทั่วถึง ทำให้สามารถหาซื้อของได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ น่าสนใจ และง่ายต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีกรวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการบริการขนส่งสินค้าไม่ค่อยจำเป็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความสะอาด และน่าเดิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีความแออัด ทำให้เลือกซื้อของได้ไม่ค่อยสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67
7. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าถนนคนเดินมีบรรยากาศของความเป็นไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

แผนภาพ 16 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุ



จากแผนภาพ 16 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ผู้ขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ หรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้ามีความสุภาพ อภัยขัยดี และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แลกสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ หรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้ามีความสุภาพ อภัยขัยดี และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แลกสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้ามีความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าผู้ขายสินค้ามีความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าจะไม่ค่อยมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความสุภาพ อธิบายข้อดี และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าจะไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าจะมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42
4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้าสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42
5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณขายสินค้ามีความสุภาพ อธิบายข้อดี และเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความคิดเห็นต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ตาราง 42 แสดงจำนวนและร้อยละ รายการสินค้าของที่ระลึก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ บน ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

สินค้าของที่ระลึก	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
1. ไม้แกะสลัก	7 (21.2)	39 (22.9)	19 (34.5)	11 (64.7)	5 (38.5)	2 (16.7)	83 (27.7)
2. เฟอร์นิเจอร์	1 (3.0)	5 (2.9)	1 (1.8)	- -	- -	- -	7 (2.3)
3. โบราณวัตถุ/ของเก่า	6 (18.2)	9 (5.3)	3 (5.5)	2 (11.8)	- -	2 (16.7)	22 (7.3)
4. กรอบรูป	- -	16 (9.4)	6 (10.9)	1 (5.9)	- -	1 (8.3)	24 (8.0)
5. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	- -	12 (7.1)	6 (10.9)	1 (5.9)	1 (7.7)	- -	20 (6.7)
6. ผ้าปูโต๊ะ	2 (6.1)	8 (4.7)	3 (5.5)	- -	- -	- -	13 (4.3)
7. โคมไฟ/โคมบายโคมไฟ	6 (18.2)	31 (18.2)	11 (20.0)	1 (5.9)	1 (7.7)	1 (8.3)	51 (17.0)
8. ปลอกหมอนอิง	3 (9.1)	10 (5.9)	1 (1.8)	2 (11.8)	1 (7.7)	- -	17 (5.7)
9. เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา	2 (6.1)	5 (2.9)	2 (3.6)	3 (17.6)	- -	1 (8.3)	13 (4.3)
10. ภาพวาดอะครีลิก	2 (6.1)	5 (2.9)	4 (7.3)	1 (5.9)	- -	- -	12 (4.0)
11. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	21 (63.6)	100 (58.8)	30 (54.5)	10 (58.8)	5 (38.5)	4 (33.3)	170 (56.7)
12. เสื้อยืดคอกกลม	8 (24.2)	68 (40.0)	22 (40.0)	6 (35.3)	2 (15.4)	4 (33.3)	110 (36.7)
13. ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่	8 (24.2)	57 (33.5)	15 (27.3)	9 (52.9)	2 (15.4)	1 (8.3)	92 (30.7)
14. ผ้าไหม(ผ้าฝืน)	3 (9.1)	22 (12.9)	10 (18.2)	7 (41.2)	2 (15.4)	2 (16.7)	46 (15.3)
15. กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้	11 (33.3)	62 (36.5)	14 (25.5)	4 (23.5)	3 (23.1)	2 (16.7)	96 (32.0)
16. กระเป๋าใส่เงิน	6 (18.2)	26 (15.3)	5 (9.1)	3 (17.6)	1 (7.7)	1 (8.3)	42 (14.0)

ตาราง 43 (ต่อ)

สินค้าของที่ระลึก	20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
17. เน็คไท	2 (6.1)	12 (7.1)	4 (7.3)	- -	3 (23.1)	1 (8.3)	22 (7.3)
18. นาฬิกา	2 (6.1)	7 (4.1)	3 (5.5)	1 (5.9)	- -	- -	13 (4.3)
18. รองเท้า	12 (36.4)	35 (20.6)	10 (18.2)	3 (17.6)	1 (7.7)	2 (16.7)	63 (21.0)
20. ร่มถ่อ	1 (3.0)	1 (0.6)	- -	- -	1 (7.7)	- -	3 (1.0)
21. อัญมณี/เครื่องประดับ	10 (30.3)	56 (32.9)	15 (27.3)	5 (29.4)	2 (15.4)	4 (33.3)	92 (30.7)
22. เครื่องเงิน	1 (3.0)	15 (8.8)	5 (9.1)	3 (17.6)	2 (15.4)	2 (16.7)	28 (9.3)
23. รูปภาพ/โปสการ์ด	8 (24.2)	34 (20.0)	9 (16.4)	3 (17.6)	1 (7.7)	1 (8.3)	56 (18.7)
24. อัลบั้มรูป	2 (6.1)	12 (7.1)	- -	- -	- -	1 (8.3)	15 (5.0)
25. เทียนหอม	6 (18.2)	22 (12.9)	10 (18.2)	3 (17.6)	- -	- -	41 (13.7)
26. เครื่องหอม/ดอกไม้แห้ง	1 (3.0)	4 (2.4)	- -	2 (11.8)	- -	1 (8.3)	8 (2.7)
27. เครื่องดนตรี	- -	2 (1.2)	2 (3.6)	3 (17.6)	1 (7.7)	1 (8.3)	9 (3.0)
28. ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	2 (6.1)	13 (7.6)	10 (18.2)	3 (17.6)	- -	1 (8.3)	29 (9.7)
29. สมุดโน้ต	7 (21.2)	34 (20.0)	4 (7.3)	2 (11.8)	- -	2 (16.7)	49 (16.3)
30. กระดาษสา	- -	11 (6.5)	4 (7.3)	5 (29.4)	- -	1 (8.3)	21 (7.0)
31. อื่นๆ	5 (15.2)	22 (12.9)	5 (9.1)	1 (5.9)	1 (7.7)	- -	34 (11.3)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ของเล่น ตุ๊กตา งานศิลปะพื้นบ้าน ชุดรองจานอาหาร ไฟฉาย อุปกรณ์ตกแต่งผม ภาพวาด ปากกา พวงกุญแจ
เปลญวน รองเท้าแตะใส่ภายในบ้าน ปิ่นปักผมทำจากตะเกียบ และหัวน้ำหอม/น้ำมันจากธรรมชาติ

จากตาราง 43 แสดงทัศนคติในองค์ประกอบส่วนพฤติกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อรายการสินค้าของที่ระลึก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 63.6 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ รองเท้า โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 36.4 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 33.3 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ อัญมณี/เครื่องประดับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 30.3 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ เสื้อยืดคอกกลม ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ และรูปภาพ/โปสการ์ด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 24.2 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 58.8 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 40.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 36.5 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 33.5 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ อัญมณี/เครื่องประดับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 32.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 54.5 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 40.0 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ ไม้แกะสลัก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 34.5 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ และอัญมณี/เครื่องประดับ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 27.3 เท่ากัน และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 25.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี นิยมซื้อสินค้าประเภทไม้แกะสลัก มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 64.7 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 58.8 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ ผ้าพันคอ/ผ้าคลุมไหล่ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 52.9 สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 4 คือ ผ้าไหมผืน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 41.2 และสินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 5 คือ เสื้อยืดคอกกลม โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 35.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี นิยมซื้อสินค้าประเภทไม้แกะสลัก และเสื้อผ้าสำเร็จรูป มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 38.5 เท่ากัน สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ และเน็คไท โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 23.1 เท่ากัน สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ เสื้อยืดคอกกลม ผ้าพันคอ/ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าไหมผืน อัญมณี/เครื่องประดับ และเครื่องเงิน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 15.4 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี นิยมซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป เสื้อยืดคอกกลม และอัญมณี/เครื่องประดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 33.3 เท่ากัน สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 2 คือ ไม้แกะสลัก โบราณวัตถุ/ของเก่า ผ้าไหมผืน กระเป๋าถือ/สะพาย/เป้ รองเท้า เครื่องเงิน และ สมุดโน้ต โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 16.7 เท่ากัน สินค้าที่ซื้อเป็นอันดับที่ 3 คือ กรอบรูป โคมไฟ/โคมบาย โคมไฟ เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา รูปภาพ/โปสเตอร์ อัลบั้มรูป เครื่องหอม/ดอกไม้แห้ง เครื่องดนตรี ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และกระดาษสา โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 8.3 เท่ากัน

ตาราง 43 แสดงจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
Min.	50	80	80	100	100	50	50
Max.	6,000	50,000	90,000	66,000	3,000	10,000	90,000
Median	750.00	850.00	1,000.00	1,500.00	600.00	750.00	900.00
\bar{X}	1,124.85	1,513.65	2,906.55	6,117.65	900.00	1,694.17	1,967.77
S.D.	1,313.55	3,986.04	12,014.27	15,740.13	821.58	2,746.06	7,084.16

จากตาราง 44 แสดงจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 1,124.85 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 1,513.65 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 2,906.55 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 6,117.65 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 900.00 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยคนละ 1,694.17 บาท

ตาราง 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อพฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
มาแน่นอน	27 (81.8)	124 (72.9)	44 (80.0)	11 (64.7)	9 (69.2)	9 (75.0)	224 (74.7)
ไม่แน่ใจ	4 (12.1)	41 (24.1)	10 (18.2)	6 (35.3)	3 (23.1)	2 (16.7)	66 (22.0)
ไม่มาแน่นอน	2 (6.1)	5 (2.9)	1 (1.8)	-	1 (7.7)	1 (8.3)	10 (3.3)
รวม	33 (11.0)	170 (56.7)	55 (18.3)	17 (5.7)	13 (4.3)	12 (4.0)	300 (100.0)

จากตาราง 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อพฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 12.1 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 72.9 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 24.1 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 18.2 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 35.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 23.1 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ จะกลับมาซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ อย่างแน่นอน หากในอนาคตได้เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 16.7 และไม่มาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตาราง 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในหัวข้อการแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึก	20 ปี หรือต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
แนะนำ	32 (97.0)	164 (96.5)	54 (98.2)	17 (100.0)	12 (92.3)	11 (91.7)	290 (96.7)
ไม่แนะนำ	1 (3.0)	6 (3.5)	1 (1.8)	- -	1 (7.7)	1 (8.3)	10 (3.3)
รวม	33 (11.0)	170 (56.7)	55 (18.3)	17 (5.7)	13 (4.3)	12 (4.0)	300 (100.0)

จากตาราง 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 96.5 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 98.2 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 92.3 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดินถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมา คือไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตาราง 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรม การซื้อสินค้าของที่ระลึก	20 ปี หรือ ต่ำกว่า	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
ซื้ออย่างแน่นอน	11 (33.3)	43 (25.3)	15 (27.3)	6 (35.3)	1 (7.7)	4 (33.3)	80 26.7
ไม่แน่ใจ	8 (24.2)	62 (36.5)	22 (40.0)	8 (47.1)	7 (53.8)	3 (25.0)	110 36.7
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	14 (42.4)	65 (38.2)	18 (32.7)	3 (17.6)	5 (38.5)	5 (41.7)	110 36.7
รวม	33 (11.0)	170 (56.7)	55 (18.3)	17 (5.7)	13 (4.3)	12 (4.0)	300 (100.0)

จากตาราง 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์ จำแนกตามอายุ พบว่า

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา ได้แก่ ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 24.2 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21 – 30 ปี ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 36.5 และ ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และ ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมา ได้แก่ ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา ได้แก่ ไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

การตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ในการซื้อสินค้าของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ หากมีการจำหน่ายบนเว็บไซต์นั้น ส่วนใหญ่จะไม่ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา ได้แก่ ซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง ที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐาน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกัน

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึกไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึกแตกต่างกัน

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ในองค์ประกอบส่วนของความรู้สึก โดยพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก	เพศ	N	Mean	S.D.	t	prob.
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ชาย	125	96.60	11.84	-0.524	0.601
	หญิง	175	97.35	12.46		

จากตาราง 48 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่าทัศนคติโดยรวมในองค์ประกอบส่วนของความรู้สึก มีค่า prob. เท่ากับ 0.601 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.601 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ในองค์ประกอบส่วนของความรู้สึก โดยพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ในองค์ประกอบด้านความรู้สึกลึก

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก	เพศ	N	Mean	S.D.	t	prob.
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ชาย	125	39.96	5.903	-0.479	0.633
	หญิง	175	40.30	6.0943		
ด้านราคา (Price)	ชาย	125	16.75	2.88	0.329	0.742
	หญิง	175	16.64	2.93		
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ชาย	125	23.24	3.74	-0.906	0.365
	หญิง	175	23.63	3.70		
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ชาย	125	16.65	2.83	-0.342	0.733
	หญิง	175	16.78	3.48		

จากตาราง 49 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า prob. เท่ากับ 0.633 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.633 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

ด้านราคา มีค่า prob. เท่ากับ 0.742 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.742 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านราคาไม่แตกต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่า prob. เท่ากับ 0.365 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.365 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า prob. เท่ากับ 0.773 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.773 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

สรุป ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม มีค่า prob. เท่ากับ 0.618 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.618 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 49 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน แบบแยกหัวข้อในด้านผลิตภัณฑ์

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก	เพศ	N	Mean	S.D.	t	prob.
1. คุณภาพ (ประณีต → หยิบ)	ชาย	125	3.79	0.61	-1.004	0.316
	หญิง	175	3.87	0.76		
2. ความหลากหลายของประเภทสินค้า (หลากหลาย → ไม่หลากหลาย)	ชาย	125	4.04	0.91	-0.958	0.339
	หญิง	175	4.14	0.92		
3. ความหลากหลายของรูปแบบสินค้าแต่ละประเภท (หลากหลาย → ไม่หลากหลาย)	ชาย	125	3.73	0.97	0.405	0.686
	หญิง	175	3.68	1.04		
4. การออกแบบโดดเด่นและทันสมัย (ทันสมัย → ล้าสมัย)	ชาย	125	3.67	0.90	0.469	0.639
	หญิง	175	3.62	0.89		
5. การออกแบบแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย (ชัดเจน → ไม่ชัดเจน)	ชาย	125	3.67	0.84	0.142	0.887
	หญิง	175	3.66	0.93		
6. ความสวยงามของสีสันทันและลวดลาย (สวยงาม → ไม่สวยงาม)	ชาย	125	4.15	0.79	-1.155	0.249
	หญิง	175	4.26	0.84		
7. ประเภทสินค้า (หัตถกรรม → อุตสาหกรรม)	ชาย	125	3.71	0.91	0.669	0.504
	หญิง	175	3.64	0.92		
8. วัสดุที่ใช้ผลิตสินค้า (ธรรมชาติ → สังเคราะห์)	ชาย	125	3.68	0.86	0.779	0.437
	หญิง	175	3.60	0.89		
9. ประโยชน์ใช้สอย (มีประโยชน์ → ไม่มีประโยชน์)	ชาย	125	3.19	0.91	-0.287	0.775
	หญิง	175	3.22	0.92		
10. การพกพาของบรรจุภัณฑ์ (สะดวก → ไม่สะดวก)	ชาย	125	3.34	0.92	-1.169	0.243
	หญิง	175	3.47	1.00		
11. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (สวยงาม → ไม่สวยงาม)	ชาย	125	2.98	1.02	-1.138	0.256
	หญิง	175	3.13	1.10		

จากตาราง 50 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่าหัวข้อคุณภาพ มีค่า prob. เท่ากับ 0.316 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.316 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านคุณภาพไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความหลากหลายของประเภทสินค้า มีค่า prob. เท่ากับ 0.339 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.339 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความหลากหลายของรูปแบบสินค้าแต่ละประเภท มีค่า prob. เท่ากับ 0.686 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.686 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความหลากหลายของรูปแบบสินค้า แต่ละประเภท ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อการออกแบบโดดเด่นและทันสมัย มีค่า prob. เท่ากับ 0.639 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.639 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการออกแบบโดดเด่นและทันสมัย ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อการออกแบบแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย มีค่า prob. เท่ากับ 0.887 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.887 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการออกแบบแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความสวยงามของสีสันทันและลวดลาย มีค่า prob. เท่ากับ 0.249 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.249 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความสวยงามของสีสันทันและลวดลาย ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อประเภทสินค้านี้มีค่า prob. เท่ากับ 0.504 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.504 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านประเภทสินค้าไม่แตกต่างกัน

หัวข้อวัสดุที่ใช้ผลิตสินค้านี้มีค่า prob. เท่ากับ 0.437 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.437 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านวัสดุที่ใช้ผลิตสินค้าไม่แตกต่างกัน

หัวข้อประโยชน์ใช้สอยมีค่า prob. เท่ากับ 0.775 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.775 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านประโยชน์ใช้สอยไม่แตกต่างกัน

ด้านการพกพาของบรรจุภัณฑ์ มีค่า prob. เท่ากับ 0.243 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.243 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการพกพาของบรรจุภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ มีค่า prob. เท่ากับ 0.256 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ($0.256 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน แบบแยกหัวข้อในด้านราคา

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก	เพศ	N	Mean	S.D.	t	prob.
1. ราคาสินค้าเมื่อเทียบกับในแหล่งอื่น (ถูกกว่า → แพงกว่า)	ชาย	125	3.41	0.79	-3.008	0.003*
	หญิง	175	3.70	0.87		
2. การต่อรองราคา (ต่อรองได้ → ต่อรองไม่ได้)	ชาย	125	3.44	0.92	1.587	0.114
	หญิง	175	3.26	0.98		
3. ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ (เหมาะสม → ไม่เหมาะสม)	ชาย	125	3.77	0.90	0.075	0.941
	หญิง	175	3.76	0.93		
4. การแสดงป้ายบอกราคา (ชัดเจน → ไม่ชัดเจน)	ชาย	125	2.87	0.99	0.985	0.325
	หญิง	175	2.75	1.04		
5. ความแตกต่างกันของราคาของสินค้าที่เหมือนกัน ของผู้ขายแต่ละราย (แตกต่าง → ไม่แตกต่าง)	ชาย	125	3.26	0.94	0.92	0.358
	หญิง	175	3.16	0.98		

จากตาราง 51 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่า

หัวข้อราคาสินค้าเมื่อเทียบกับในแหล่งอื่น มีค่า prob. เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 ($0.003 < 0.05$) นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านราคาสินค้าเมื่อเทียบกับในแหล่งอื่น แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หัวข้อการต่อรองราคา มีค่า prob. เท่ากับ 0.114 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ($0.114 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการต่อรองราคา ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ มีค่า prob. เท่ากับ 0.941 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ($0.941 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อการแสดงป้ายบอกราคา มีค่า prob. เท่ากับ 0.325 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.325 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการแสดงป้ายบอกราคา ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความแตกต่างกันของราคาของสินค้าที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละราย มีค่า prob. เท่ากับ 0.358 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.358 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความแตกต่างกันของราคาของสินค้าที่เหมือนกันของผู้ขายแต่ละราย ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 51 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน แบบแยกหัวข้อในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก	เพศ	N	Mean	S.D.	t	prob.
1. สินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายราย ทำให้สามารถหาซื้อได้ง่าย (ทั่วถึง → ไม่ทั่วถึง)	ชาย	125	3.85	0.82	0.398	0.691
	หญิง	175	3.81	0.96		
2. การจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ (น่าสนใจ → ไม่น่าสนใจ)	ชาย	125	3.66	0.87	-2.861	0.005*
	หญิง	175	3.97	0.92		
3. การวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อได้ทดลอง (มี → ไม่มี)	ชาย	125	3.62	1.01	-1.742	0.083
	หญิง	175	3.82	0.97		
4. ความจำเป็นของการบริการขนส่งสินค้า (จำเป็น → ไม่จำเป็น)	ชาย	125	2.87	1.16	1.717	0.087
	หญิง	175	2.63	1.20		
5. ความสะอาดและน้ำเดินของถนนคนเดิน (สะอาด → สกปรก)	ชาย	125	3.70	1.00	-1.498	0.135
	หญิง	175	3.87	0.97		
6. สามารถเดินเลือกซื้อของได้สะดวก (ไม่แออัด → แออัด)	ชาย	125	2.30	1.25	0.436	0.663
	หญิง	175	2.24	1.25		
7. บรรยากาศของความเป็นไทย (มีความเป็นไทย → ไม่มีความเป็นไทย)	ชาย	125	3.24	1.17	-0.493	0.623
	หญิง	175	3.30	1.03		

จากตาราง 52 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่า

หัวข้อสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายรายทำให้สามารถหาซื้อได้ง่าย มีค่า prob. เท่ากับ 0.691 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.691 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านสินค้าของที่ระลึกแต่ละประเภทมีผู้ขายหลายรายทำให้สามารถหาซื้อได้ง่าย ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ มีค่า prob. เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ($0.005 < 0.05$) นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการจัดเรียงสินค้าสวยงามเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หัวข้อการวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อ ได้ทดลอง มีค่า prob. เท่ากับ 0.083 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.083 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการวางสินค้าตัวอย่างให้ผู้ซื้อ ได้ทดลอง ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความจำเป็นของการบริการขนส่งสินค้ามีค่า prob. เท่ากับ 0.087 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.087 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความจำเป็นของการบริการขนส่งสินค้าไม่แตกต่างกัน

หัวข้อความสะดวกและนำเดินของถนนคนเดิน มีค่า prob. เท่ากับ 0.135 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.135 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านความสะดวกและนำเดินของถนนคนเดิน ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อการสามารถเดินเลือกซื้อของได้สะดวก มีค่า prob. เท่ากับ 0.663 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.663 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการสามารถเดินเลือกซื้อของได้สะดวก ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อบรรยากาศของความเป็นไทย มีค่า prob. เท่ากับ 0.623 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.623 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการบรรยากาศของความเป็นไทยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 52 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน แบบแยกหัวข้อในด้านการส่งเสริมการตลาด

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าของที่ระลึก	เพศ	N	Mean	S.D.	t	prob.
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในสื่อต่างๆ (ดี → แย่)	ชาย	125	2.84	1.02	0.134	0.893
	หญิง	175	2.82	1.14		
2. การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง (ดี → แย่)	ชาย	125	2.82	0.98	-0.512	0.609
	หญิง	175	2.89	1.07		
3. ผู้ขายสินค้าของที่ระลึกมีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกได้ (ดี → แย่)	ชาย	125	3.55	0.81	0.202	0.840
	หญิง	175	3.53	0.91		
4. ผู้ขายสินค้าของที่ระลึกสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศหรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ (ดี → แย่)	ชาย	125	3.26	0.95	-0.919	0.359
	หญิง	175	3.36	0.98		
5. ผู้ขายสินค้าของที่ระลึกพูดคุยหรือสื่อสารด้วยความสุภาพ อธิบายดี และเป็นกันเอง (ดี → แย่)	ชาย	125	4.18	0.91	-0.01	0.992
	หญิง	175	4.18	0.95		

จากตาราง 53 ผลการทดสอบ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test Independent แสดงให้เห็นว่า หัวข้อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในสื่อต่างๆ มีค่า prob. เท่ากับ 0.893 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.893 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในสื่อต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อการส่งเสริมการขาย (เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง) มีค่า prob. เท่ากับ 0.609 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.609 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านการส่งเสริมการขาย (เช่น ลดราคา, แคมเปญสินค้า, แจกสินค้าตัวอย่าง) ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อผู้ขายสินค้าของที่ระลึกมีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกได้ มีค่า prob. เท่ากับ 0.840 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.840 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านผู้ขายสินค้าของที่ระลึกมีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกได้ ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อผู้ขายสินค้าของระลึกสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ หรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ มีค่า prob. เท่ากับ 0.359 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.359 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านผู้ขายสินค้าของระลึกสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ หรือใช้วิธีการอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถเข้าใจได้ ไม่แตกต่างกัน

หัวข้อผู้ขายสินค้าของระลึกพูดคุยหรือสื่อสารด้วยความสุภาพ อธิบายชัด และเป็นกันเอง มีค่า prob. เท่ากับ 0.992 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ($0.992 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าของที่ระลึก ด้านผู้ขายสินค้าของระลึกพูดคุยหรือสื่อสารด้วยความสุภาพ อธิบายชัด และเป็นกันเอง ไม่แตกต่างกัน

4.5 ข้อคิดเห็น/เสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์

1. สินค้าที่เป็นของท้องถิ่นค่อนข้างมีน้อย ควรมีสินค้าที่แสดงถึงความเป็นเมืองเชียงใหม่ใหม่ๆ มากกว่านี้ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.85
2. ควรมีการจำหน่ายสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น เนื่องจากมีร้านที่ขายสินค้าเหมือนกันหลายรายเกินไป มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.54
3. สินค้าประเภทเสื้อผ้าผู้ชายมีน้อย มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.54
4. ไม่ทราบข้อมูลว่าสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
5. สินค้าท้องถิ่นของเชียงใหม่ ไม่เหมือนกับสินค้าที่ขายในกรุงเทพฯ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
6. รูปแบบสินค้ามีการออกแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของไทย มากกว่าสินค้าที่จำหน่ายในกรุงเทพฯ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
7. สนใจสินค้าประเภทกระเป๋า/กระเป๋าเดินทาง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
8. สินค้าบางประเภทมีคุณภาพไม่ดีพอ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
9. ควรระบุความแตกต่างระหว่างสินค้าหัตถกรรม และสินค้าอุตสาหกรรม มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
10. ควรมีการอธิบาย หรือบ่งบอกให้ชัดเจน ว่าสินค้าใดเป็นสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติบ้าง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
11. ควรมีการบริการห่อของขวัญ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะด้านราคา

1. ควรมีป้ายบอกราคาสินค้าด้วย ทั้งนี้เนื่องจากไม่ต้องการต่อราคามากเกินไป โดยมีความรู้สึกว่าคุณขายสินค้าแข่งราคาที่เป็นราคาขายสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากราคาสำหรับคนไทย ถึงแม้ว่าโดยทั่วไปแล้วราคาสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จะสมเหตุสมผลกว่าในแหล่งอื่นก็ตาม มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38
2. สินค้าราคาถูกดี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
3. สินค้าเหมือนกันแต่ราคาแตกต่างกัน มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ควรมีถังขยะวางไว้ในที่ที่สังเกตเห็นได้ง่าย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 25.38
2. มีผู้มาเดินถนนคนเดินจำนวนมาก ทำให้แออัด และไม่สามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกเท่าที่ควร ทำให้ต้องพลาดสินค้าที่น่าสนใจไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.23 โดยมีข้อเสนอเพื่อแก้ไข ดังนี้
 - ควรจัดทำป้ายบอกทิศทาง/เส้นทางเดิน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินตามเส้นทาง
 - กำหนดเวลาจัดกิจกรรมถนนคนเดินให้เร็วขึ้นกว่านี้ เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว และคาดว่าจำเป็นการกระจายจำนวนผู้มาเดินถนนคนเดินในแต่ละช่วงเวลาได้มากขึ้น
 - จัดกิจกรรมถนนคนเดินให้บ่อยขึ้น โดยอาจจะจัดช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งรวมวันเสาร์ด้วย
 - ควรขยายพื้นที่ในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน
3. ควรมีห้องน้ำสาธารณะเพื่อให้บริการมากขึ้น และไม่ควรเก็บค่าบริการ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38
4. ควรมีการจัดกลุ่มสินค้าที่เหมือนกันไว้ในบริเวณใกล้เคียงกัน เพื่อสามารถเดินเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้น สามารถเปรียบเทียบ และต่อรองได้ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.66
5. ควรจัดทำป้ายบอกแผนที่ ที่เป็นภาษาอังกฤษ และแสดงการแบ่งพื้นที่/บริเวณของสินค้าที่เหมือนกัน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.08
6. ควรดูแลเรื่องความสะดวกของถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ให้มากกว่านี้ เนื่องจากมีฝูงพลาดตึกจำนวนมาก และถนนคนเดินควรมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่านี้ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.31
7. ควรมีพื้นที่/สถานที่สำหรับนั่งพัก มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.31

8. ไม่จำเป็นต้องมีการบริการขนส่งสินค้า มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
9. ควรลดเสียงดังบริเวณที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
10. ไม่ทราบรูปแบบ/ลักษณะของความเป็นด้านหน้าว่าเป็นแบบใด มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
11. ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินมีบรรยากาศความเป็นไทยที่ดี แต่เป็นในลักษณะที่ทันสมัยมากขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะด้านการส่งเสริมการขาย

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น แจกข้อมูลกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน ไปยังผู้เขียน/บรรณาธิการของหนังสือประเภทท่องเที่ยว, การประชาสัมพันธ์ที่เกสต์เฮาส์ เพื่อแนะนำตลาดที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกที่เหมาะสม/น่าสนใจ ที่ไม่ใช่ตลาดขายสินค้าปลอมอื่นๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38
2. ผู้ขายสินค้ามีข้อจำกัดด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.85
3. ควรมีเอกสาร/หนังสือเล่มเล็กๆ เพื่อแจกให้พร้อมกับสินค้าที่ซื้อ เพื่ออธิบายรายละเอียดข้อมูลสินค้า เช่น ผลิตที่ไหน, อย่างไร, ใช้เวลาในการผลิตเท่าไร เป็นต้น มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.54
4. ผู้ขายควรให้นักท่องเที่ยวต่อรองราคาได้มากกว่านี้ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.54
5. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
6. ชอบซื้อสินค้าที่มีการลดราคา มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
7. ผู้ขายสินค้าควรนำเสนอบริการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ เช่น การบริการขนส่งสินค้าทางไปรษณีย์ผ่านบริษัท DHL และ/หรือ Fed-ex มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
8. ผู้ขายสินค้า บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน มีความเป็นกันเองมากกว่า ผู้ขายสินค้า ที่ตลาดไนท์บาร์ชา มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
9. บางครั้งผู้ขายสินค้ามีการแสดงท่าทางราคา/โมโห มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ

1. เป็นกิจกรรมถนนคนเดินที่จัดได้เยี่ยมมากแห่งหนึ่ง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.54
2. ไม่มีปัญหาเลย สนุกมาก และมีความสุขที่ได้มาที่ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69

3. หากเปรียบเทียบกับถนนคนเดินที่ประเทศสิงคโปร์ซึ่งแออัด ถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน
ที่นี่ดีมาก ขอให้ดำเนินการจัดกิจกรรมถนนคนเดินต่อไป เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ดี ผู้คน
เป็นมิตร บรรยากาศมีความเป็นกันเองมาก และข่าวของสะพานราวกั๊วว่าได้รับการควบคุม
ที่ดี มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.15
4. ไม่มีเหตุผลที่จะต้องแนะนำให้ผู้อื่นซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน
เนื่องจากการซื้อสินค้าหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.54
5. รักเชียงใหม่ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.54
6. ป้ายข้อความต่างๆ ไม่มีเป็นภาษาอังกฤษ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
7. การจะแนะนำให้ผู้อื่นให้ซื้อสินค้าของที่ระลึก บนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินได้นั้น จะต้อง
มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าท้องถิ่นของไทยให้นักท่องเที่ยวได้เลือกให้มากขึ้น มีจำนวน 1 คน
คิดเป็นร้อยละ 0.77
8. น่าจะมีการรำ การแสดงทางวัฒนธรรม และแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง มีจำนวน 1 คน คิด
เป็นร้อยละ 0.77
9. ไม่ควรมีเด็กที่เรียกรขอเงิน หรือเล่นดนตรี/ฟ้อนรำ ในตอนกลางคืน มีจำนวน 1 คน คิดเป็น
ร้อยละ 0.77
10. อยากให้มีการจำหน่ายผลไม้มากขึ้นกว่านี้ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
11. บริเวณที่จำหน่ายอาหาร ควรมีที่นั่งมากกว่านี้ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
12. อาหารไม่สะอาด มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
13. อาหารควรมีฉลาก/ข้อความภาษาอังกฤษ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77
14. ควรกำหนดให้เป็นพื้นที่ปลอดบุหรี่ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

หมายเหตุ: - จำนวนผู้ตอบข้อเสนอแนะ 130 คน

- ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ