

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ การวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ขายใน
กิจกรรมถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายสุกิจ วงศ์ปิ่นง้าว

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

ผศ. วัชรวิทย์ พุกกฤษกันนที	ประธานกรรมการ
ผศ. ดร. อัญชติ เจ็งเจริญ	กรรมการ
อาจารย์ กัญต์สินี กันทะวงษ์วาร	กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ขายสินค้าในกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ รวมไปถึงจนถึงความเต็มใจจ่ายค่าเช่าสถานที่จำหน่ายสินค้า หลังจากมีการปรับปรุงสถานที่แล้ว สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ขายในการศึกษาในครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) โดยการออกแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการขายของผู้ขายสินค้า ใช้ค่าความถี่ร้อยละ เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในกิจกรรมถนนคนเดินของผู้ขายต่อการบริหารจัดการของทางเทศบาลนครเชียงใหม่ วิเคราะห์โดยใช้วิธี Rating Scale และหาค่าเฉลี่ยเพื่อนำไปแปลความหมายตามเกณฑ์ช่วงคะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความเต็มใจจ่ายค่าเช่าสถานที่ในกิจกรรมถนนคนเดิน เมื่อมีการปรับปรุงสถานที่แล้ว ใช้การถามด้วยวิธี Bidding Games Question

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการขาย พบว่าผู้ขายร้อยละ 56 เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38 และผู้ขายร้อยละ 82 มาจำหน่ายสินค้าที่กิจกรรม

ถนนคนเดินเป็นอาชีพเสริม โดยมีสินค้าส่วนใหญ่คือสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้า และของใช้ / ของตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ 22.1 ตามลำดับ ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้า คิดเป็นร้อยละ 27.5 สินค้าในกิจกรรมถนนคนเดินร้อยละ 81.5 ผู้ขายเป็นผู้ผลิตเอง มีผู้ขายจำนวนร้อยละ 40 มาจำหน่ายสินค้าทั้งวันอาทิตย์และในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ที่เหลืออีก ร้อยละ 60 มาจำหน่ายสินค้าเฉพาะวันอาทิตย์เท่านั้น ลักษณะธุรกิจของผู้ขายร้อยละ 86.5 เป็นแบบเจ้าของคนเดียว และสินค้าน้อยกว่าร้อยละ 80.5 ไม่ได้เป็นสินค้า OTOP โดยมียอดขายเฉลี่ยในวันธรรมดา (วันอาทิตย์) ที่ 2,541.37 บาทต่อวัน และมียอดขายเฉลี่ยในช่วงเทศกาล ที่ 3,603.89 บาทต่อวัน

ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจในกิจกรรมถนนคนเดิน ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านวันและเวลาในการจัดกิจกรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านการได้รับโอกาสแสดงความคิดเห็นของผู้ขาย และด้านการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล พบว่าผู้ขายมีความพึงพอใจในด้านวันและเวลาในการจัดกิจกรรมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68 และความพึงพอใจในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.69 โดยมีความพึงพอใจในด้านความเพียงพอของสถานที่จอดรถและความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 และ 2.23 ตามลำดับ

ผลการศึกษาด้านความเต็มใจจ่ายค่าเช่าสถานที่จำหน่ายสินค้า หลังจากมีการปรับปรุงสถานที่แล้ว พบว่า ผู้ขายมีความเต็มใจจ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 19.66 บาทต่อวัน โดยมีค่าความเต็มใจจ่ายสูงสุดที่ 100 บาท และค่าความเต็มใจจ่ายต่ำสุดที่ 0 บาท

ผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของภาครัฐบาลในการจัดสรรงบประมาณ หรือเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมถนนคนเดิน เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

Independent Study Title	An Analysis of the Behavior and Satisfaction of Walking Street Vendors in Chiang Mai Province	
Author	Mr. Sukit Wongpanngao	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Asst. Prof. Watcharee Prugsiganont	Chairperson
	Asst. Prof. Dr. Anchalee Jengjalern	Member
	Lect. Kansinee Guntawongwan	Member

ABSTRACT

The objectives of this study were to determine the behavior and satisfaction of vendors in the walking street at Ratchadamnoan Road, Chiang Mai Province, and also ascertain their willingness to pay rent after redecoration had been carried out by the Chiang Mai Municipality. The sample size of this study is 200 observations collected by questionnaires using the simple random sampling method.

The first part of the survey concentrated essentially on general data and the vendors' behavior. Frequency and Percentage statistics were used for data analysis. The Rating Scale was used to measure vendor satisfaction under the management of the Chiang Mai Municipality. And the last part of this study comprised information on the vendors' willingness to pay rent after redecoration had been carried out by the Chiang Mai Municipality. The data were collected by using the Bidding Games Question method.

The result from the first part of the study showed that 56 percent of the 200 walking street vendors were female and 38 percent had obtained a bachelor's degree as their highest grade of education. Moreover, roughly 82 percent of them had participated in a non-primary occupation

such as selling cloths and house decorations in up to 26.1 percent and 22.1 percent, respectively. In fact, the best selling product in the walking street was clothing items (27.5 percent). Approximately 81.5 percent of the overall products in the walking street were made by the sellers. While 40 percent of the vendors came to the walking street on Sundays and on festive occasions, the other 60 percent came on Sundays only. Additionally, 86.5 percent of them had an individual business and 80.5 percent sold non-OTOP products, with an average income of 2,541.37 baht per day and 3,603.89 baht per day in the high season.

The outcome from the second section of the survey illustrated satisfaction with the walking street, in particular, its location, opening day and time, environment, public utilities and facilities, security, chances for vendors' suggestion and government activities in festivals. As a consequence, a mean of 3.68 vendors were grateful mostly for the opening day and time, while a mean of only 2.69 showed satisfaction with public utilities and facilities. In addition, a mean of 2.19 and 2.23 was satisfied with adequate parking space and public lavatories, respectively.

Furthermore, the analysis of the vendors' willingness to pay rent after improved decoration found that the mean rate of acceptance was 19.66 baht a day with a range of 0 baht per day to 100 baht per day.

The results of this study can be used by the Chiang Mai Municipality in creating guidelines for further improvements to the walking street in order to finally make it one of Chiang Mai's most important tourist attractions.