

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ประชากร คือ กลุ่มของผู้ประกอบการที่ทำการจองพื้นที่บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 355 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าและบริการบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพหลัก คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขาย มีรายได้ประจำต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในกิจกรรมถนนคนเดินต่ำกว่า 5,000 บาท มีระยะเวลาในการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าและบริการระยะเวลา 1 ปี 1 เดือน ถึง 3 ปี และจะมาตั้งร้านเป็นประจำทุกวันอาทิตย์ของกิจกรรมถนนคนเดิน เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปพบว่า อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และความบ่อยครั้งในการจำหน่ายสินค้าและบริการมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ในขณะที่ข้อมูลทั่วไปด้านอื่นๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยจากการจำหน่ายสินค้าและบริการ และระยะเวลาในการเข้าร่วม ไม่มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ

ปัจจัยความสำเร็จของกิจกรรมถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านเครือข่าย ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม ส่วนปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

The objective of this independent study was to study key success factors of walking street at Ratchadamnoen Road, Chiang Mai Province. The samples were 355 entrepreneurs registered with municipality in 2010. The tool used to collect data was a questionnaire and the data was analyzed using frequency, percentage, mean, t-test, and one-way ANOVA.

The results of the study show that most questionnaire respondents were female, age between 21 – 30 years old, bachelor's degree, with their own business, and earned less than 10,000 baht/month. Their income earned at walking street was less than 5,000 baht/month. In terms of personal information, it was found that age, educational background and visit frequency affected the decision of entrepreneurs towards key success factors of walking street at Ratchadamnoen Road, Chiang Mai Province. Other personal information, sex, occupation, income gained from walking street and participation period did not affect the decision of entrepreneurs towards key success factors of walking street at Ratchadamnoen Road, Chiang Mai Province.

The key success factors which the respondents ranked at the high level were people, product, process, place, price, physical evidence, community network and social capital in term of cultural capital. The respondents ranked promotion at the medium level.