



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



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Key Success Factors of Walking Street on Ratchadamnoen Road,  
Chiang Mai Province

**Author** Miss Usana Jangruangthong

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Asst.Prof. Theerakiti Navaratana Na Ayudhya

Chairperson

Lect. Apichart Chomphunut

Member

**ABSTRACT**

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.