

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมเกี่ยวข้อง	
สมมุติฐานการวิจัย	3
แนวคิดการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว	4
แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ	6
แนวคิดทุนทางสังคม	7
แนวคิดเครือข่าย	8
เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตเนื้อหา	14
ประชากร	15
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	15
การเก็บรวบรวมข้อมูล	16
เครื่องมือใช้ในการศึกษา	17
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติใช้	17
ระยะเวลาในการศึกษา	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วน 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วน 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจกรรมถนนคนเดินบริเวณ ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	27
ส่วน 3 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณ ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	68
อภิปรายผล	73
ข้อค้นพบ	76
ข้อเสนอแนะ	77
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	81
ภาคผนวก ก	82
ภาคผนวก ข	87
ภาคผนวก ค	93
ประวัติผู้เขียน	97

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงสัดส่วนการเลือกตัวอย่างโควตาของผู้ประกอบการ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	19
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	20
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน	21
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมถนนคนเดิน	22
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเข้าร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์	23
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความบ่อยครั้งในการตั้งร้าน	23
10 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมถนนคนเดินจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
11 แสดงค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในแต่ละด้าน	27
12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์	28
13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านราคา	29
14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่าย	30
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด	31
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	32
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านส่วน ประสมการตลาดบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ	34
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จด้านทุนทาง สังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม	35
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จด้าน เครือข่าย	36
21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จของกิจกรรมถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	37
22 แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำเร็จด้านการจัดการด้านตลาดการ ท่องเที่ยว (4 P's) และด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (3 P's) ต่อ ด้านทุนทางสังคม ในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและด้านเครือข่าย	38
23 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยความสำเร็จในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ	39
24 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยความสำเร็จในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ	40
25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยด้านอายุเป็นรายคู่	41
26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ด้านส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามปัจจัยด้านอายุเป็นรายคู่	42
27 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมจำแนกตามปัจจัยด้านอายุเป็นรายคู่	43
28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านความสำเร็จในการจัดการ ด้านการตลาดท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	44
29 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ในการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามปัจจัยด้านอายุ เป็นรายคู่	45
30 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ในการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านราคา จำแนกตามปัจจัยด้านอายุเป็น รายคู่	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ในด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามปัจจัยด้าน อายุเป็นรายคู่	47
32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในในส่วนประสม การตลาดบริการจำแนกตามอายุ	48
33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ในในส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามปัจจัยด้านอายุเป็นรายคู่	49
34 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ในในส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ จำแนกตามปัจจัยด้านอายุเป็น รายคู่	50
35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ในในส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพจำแนกตามปัจจัยด้าน อายุเป็นรายคู่	51
36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในด้านต่าง ๆ จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	52
37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุดเป็น รายคู่	53
38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมจำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษา สูงสุดเป็นรายคู่	55
39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ ด้านเครือข่ายจำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่	57
40 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในในส่วนประสมการตลาด บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	58
41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จในในส่วน ประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุด เป็นรายคู่	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการจำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่	60
43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพจำแนกตามปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่	61
44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ	62
45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมถนนคนเดิน	63
46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมจำหน่ายผลิตภัณฑ์	64
47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในด้านต่าง ๆ จำแนกตามความถี่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	65
48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยย่อยด้านความสำเร็จในการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว จำแนกตามความถี่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	66
49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในด้านส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามจำแนกตามความถี่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	67
50 แสดงปัจจัยความสำเร็จที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อจำแนกตามอายุ	71
51 แสดงปัจจัยความสำเร็จและปัจจัยย่อยที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา	72