

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามของการศึกษานี้ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่ทำการจองพื้นที่บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 355 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ทดสอบสถิติ ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปเป็น 3 ส่วน ได้แก่

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพหลัก คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายมีรายได้ประจำต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมถนนคนเดินต่ำกว่า 5,000 บาท มีระยะเวลาในการเข้าร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ระยะเวลา 1 ปี 1 เดือน ถึง 3 ปี และจะมาตั้งร้านเป็นประจำทุกวันอาทิตย์ของกิจกรรมถนนคนเดิน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจกรรมถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัด เชียงใหม่

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจกรรมถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญในระดับมาก มี 8 ปัจจัย เรียงอันดับได้ดังนี้ อันดับ 1 ด้านบุคลากร (4.03) อันดับ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ (4.01) อันดับ 3 ด้านกระบวนการ (4.01) อันดับ 4 ด้านการจัดจำหน่าย (3.96) อันดับ 5 ด้านราคา (3.86) อันดับ 6 ด้านเครือข่าย (3.69) อันดับ 7 ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม (3.64) อันดับ 8 ด้านหลักฐานทางกายภาพ (3.51) ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง อันดับ 9 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.14)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่องความจริงใจและชื่อเสียงของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เรื่องอัธยาศัยไมตรีของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเรื่องการให้ความรู้ให้คำแนะนำของผู้จำหน่ายในเรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่องความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย เรื่องรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเรื่องรูปแบบที่ทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่องการบริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เรื่องความถูกต้องในการคิดค่าผลิตภัณฑ์และ เรื่องความรวดเร็วในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่องวันและเวลาจัดกิจกรรมมีความเหมาะสม และเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาที่ถนนคนเดิน

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลายระดับราคา เรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เรื่องราคาสามารถต่อรองได้ และเรื่องราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าที่อื่น

ปัจจัยด้านเครือข่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก โดย 3 ปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญมาก 3 อันดับแรก คือ อันดับ 1 เรื่องการให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการในการปฏิบัติตามข้อกำหนด อันดับ 2 เรื่องการให้ความร่วมมือของผู้ที่อยู่อาศัยบริเวณถนนคนเดินในการจัดกิจกรรม อันดับ 3 เรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและเทศบาลจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก คือ อันดับที่ 1 เรื่องผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่น อันดับที่ 2 เรื่องรูปแบบการแสดงเน้นศิลปะพื้นบ้านเพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น อันดับที่ 3 เรื่องการใช้ภาษาท้องถิ่นในการให้บริการ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก 3 อันดับแรก คือ เรื่อง อันดับที่ 1 พื้นที่จัดกิจกรรมถนนคนเดินมีความสะอาด อันดับที่ 2 เรื่องพื้นที่จัดกิจกรรมถนนคนเดินมีความปลอดภัย และ อันดับที่ 3 เรื่องพื้นที่จัดกิจกรรมถนนคนเดินมีระยะเวลาทางการจัดกิจกรรมอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลางในเรื่องการประชาสัมพันธ์จากภาคเอกชน และเรื่องการประชาสัมพันธ์จากผู้ประกอบการ

เมื่อนำค่าเฉลี่ยระหว่างปัจจัยด้านการจัดการการตลาดท่องเที่ยว (4 P's) และด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (3 P's) มาเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ต่อ ปัจจัยด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม และเครือข่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญระหว่างทุกปัจจัยความสำเร็จในตลาดบริการ (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ) ต่อ ปัจจัยความสำเร็จในด้านทุนทางวัฒนธรรมและเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่กับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ความถี่ในการจัดตั้งร้าน มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนข้อมูลทั่วไปด้านอื่นๆ คือ เพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และ ระยะเวลาในการเข้าร่วม พบว่าไม่มีผลต่อการให้ความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มช่วงอายุที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ และ ด้านทุนทางสังคมทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยความสำเร็จในด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านเครือข่าย ทุกกลุ่มอายุให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 50

ตารางที่ 50 แสดงปัจจัยความสำเร็จที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อจำแนกตามอายุ

จำแนกข้อมูลตาม	ปัจจัยย่อยที่เกิดความแตกต่าง	อายุที่ให้ความสำคัญแตกต่างกัน
อายุ	● ผลิตภัณฑ์	● อายุ 21-30 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป
	● ราคา	● อายุ 21-30 ปีและอายุ 31-40 ปี ● อายุ 21-30 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไป
	● การจัดจำหน่าย	● อายุ 21-30 ปีและอายุ 31-40 ปี ● อายุ 21-30 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไป
	● บุคลากร	● อายุ 21-30 ปีและอายุ 31-40 ปี ● อายุ 21-30 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไป
	● กระบวนการ	● อายุ 21-30 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไป
	● หลักฐานทางกายภาพ	● อายุ 21-30 ปีและอายุ 31-40 ปี ● อายุ 21-30 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไป
	● ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม	● อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 21-30 ปี ● อายุต่ำกว่า 20 ปีและอายุ 31-40 ปี ● อายุ 21-30 ปีและอายุ 40 ปีขึ้นไป

การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญในด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านทุนทางสังคมทุนทางวัฒนธรรมและ ด้านเครือข่ายที่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยความสำเร็จในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกกลุ่มการศึกษาให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 51

ตารางที่ 51 แสดงปัจจัยความสำเร็จและปัจจัยย่อยที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา

จำแนกข้อมูลตาม	ปัจจัยย่อยที่เกิดความแตกต่าง	ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญแตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	● บุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษานุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
	● กระบวนการ	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษานุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
	● หลักฐานทางกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษานุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี
	● ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษานุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ● ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ● ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าและระดับการศึกษานุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ● ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าและระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 51 ตารางแสดงปัจจัยความสำเร็จและปัจจัยย่อยที่เกิดความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

จำแนกข้อมูลตาม	ปัจจัยย่อยที่เกิดความแตกต่าง	ระดับการศึกษาที่ให้ความสำคัญแตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> ด้านเครือข่าย 	<ul style="list-style-type: none"> ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าและระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ระดับระดับการศึกษาอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่าและระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามความบ่อยครั้งในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ทุกกลุ่มความถี่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นประจำให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม และด้านเครือข่าย มากกว่าผู้ที่มาจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นบางครั้ง ส่วนปัจจัยความสำเร็จในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านหลักฐานทางกายภาพ ทุกกลุ่มการศึกษาให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 แนวคิดด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยวเป็นปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดิน บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานนี้ได้รับการสนับสนุนกล่าวคือ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นที่ผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความสำเร็จในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายได้ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดในการบริหารงานด้านการตลาดท่องเที่ยว (ฉล่องศรี พิมลสมพงษ์, 2542) ในเรื่องของการเลือกนำเสนอสินค้าให้ใกล้เคียงกับความต้องการของตลาดก็

นับว่าประสบความสำเร็จไปแล้วเกือบครึ่งหนึ่ง ในด้านการจัดจำหน่าย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ประกอบการแสดงความคิดเห็นว่าทำให้กิจกรรมถนนคนเดินประสบความสำเร็จ เนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง และวันและเวลาในการจัดงานมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวสันต์ เสือขำ (2547) ในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกระดับ 5 ดาว ในระดับภูมิภาค ที่พบว่าสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม จะส่งผลให้สินค้าประสบความสำเร็จด้านยอดขายได้ดี และยังสอดคล้องกับการศึกษาของสุกิจ วงศ์ปิ่นง้าว (2549) เรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ขายในกิจกรรมถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในโครงการถนนคนเดิน โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้านสถานที่ในเรื่องความเหมาะสมของสถานที่และช่องทางเดินชมสินค้า ในด้านราคานั้น ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดิน ถนนราชดำเนินแห่งนี้ เพราะเมื่อมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลายหลายแล้ว ในเรื่องราคาควรมีหลายระดับราคาเช่นกัน ราคาควรมีความสอดคล้องกับคุณภาพ และราคายังสามารถเจรจาต่อรองได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงาน

สมมุติฐานที่ 2 แนวคิดด้านส่วนประสมการตลาดบริการเป็นปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดิน บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานนี้ได้รับการสนับสนุนกล่าวคือ ผู้ประกอบการให้ระดับความสำคัญในระดับมากด้านบุคลากร ในเรื่องความจริงใจและชื่อเสียงของผู้จำหน่าย อธยาศัยไมตรี และการให้ความรู้ ให้คำแนะนำของผู้จำหน่ายในเรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ในด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ประกอบการให้ระดับความสำคัญระดับมากในเรื่อง พื้นที่จัดกิจกรรมถนนคนเดินมีความสะอาด เรื่องพื้นที่จัดกิจกรรมถนนคนเดินมีความปลอดภัย และเรื่องพื้นที่จัดกิจกรรมถนนคนเดินมีระยะทางการจัดกิจกรรมอย่างเหมาะสม เป็น 3 อันดับแรก ซึ่ง สอดคล้องกับ การศึกษาของ รัชฎา กาญจน์ วัฒนานนท์ (2547) เรื่อง การประเมินผลโครงการถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในหมวดสิ่งแวดล้อมและสถานที่ เรื่องบรรยากาศสถานที่จัดอยู่ในระดับมากในเรื่องความเหมาะสมในการแสดงสินค้าและการบริการกับสถานที่จัดอยู่ในระดับมาก และในเรื่องความพอเพียงของพื้นที่ในการจัดแสดงผลิตภัณฑ์กับสถานที่จัดอยู่ในระดับมาก ในด้านกระบวนการ

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ความสำเร็จของถนนคนเดินส่วนหนึ่งเกิดจากปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องการบริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ความถูกต้องในการคิดค่าผลิตภัณฑ์ เรื่องความรวดเร็วในการส่งมอบผลิตภัณฑ์

สมมุติฐานที่ 3 แนวคิดด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดิน บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานนี้ได้รับการสนับสนุนกล่าวคือ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมล้านนา เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ทำให้ถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นผลึกทัศน์ที่จำหน่ายในกิจกรรมถนนคนเดินที่เกิดจากการผลิตด้วยทรัพยากรท้องถิ่น ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมา รูปแบบการแสดงเน้นศิลปะพื้นบ้านเพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น เรื่องการใช้ภาษาท้องถิ่นในการให้บริการ เรื่องการแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง การจัดกิจกรรมในบริเวณสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมทำให้ดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยวมาก สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดเสน่ห์ เกิดความน่าสนใจ ต่อทั้งผู้บริโภคท้องถิ่นที่ยินดีให้การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นตนเอง ต่อทั้งนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จะเยี่ยมชมหรือได้ศึกษาความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านทางสินค้า บริการ และการแสดงศิลปะพื้นบ้านที่จัดขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของระวีวรรณ โอพารัตน์มณี และ รุจิยา มุสลิักษณ์ (2547) ทำการศึกษาเรื่องถนนคนเดินในเขตเมืองเชียงใหม่ พบว่า จุดเด่นที่แตกต่างของถนนคนเดินท่าแพจากที่อื่นๆคือ มีของพื้นเมือง มีสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นงานหัตถกรรมมากกว่าที่อื่นและเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ถนนคนเดินบริเวณนี้ประสบความสำเร็จ

สมมุติฐานที่ 4 แนวคิดด้านเครือข่าย เป็นปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดิน บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานนี้ได้รับการสนับสนุนกล่าวคือ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า การให้ความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณถนนคนเดินในการจัดกิจกรรมนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้กิจกรรมถนนคนเดินประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมหมาย กล้าณรงค์ (2548) เรื่อง การพัฒนาเครือข่ายชุมชนสร้างสุขภาพบ้านทุ่งโป่ง พบว่า การพัฒนาเครือข่ายด้วยกระบวนการวางแผนแม่บทชุมชน หากคนในชุมชนยอมรับในโครงการและพร้อมที่จะให้ความร่วมมือ รวมถึงการประสานงานและสนับสนุนโครงการจากทั้งภาครัฐและเอกชน ย่อมทำให้โครงการใดๆ ดำเนินการได้อย่างยั่งยืน

จากสมมุติฐานทั้ง 4 สมมุติฐานนี้ ผู้ศึกษานำมาสรุปเป็นภาพรวมปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดิน บริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ ในมุมมองของผู้ประกอบการ ดังนี้

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า สำหรับถนนคนเดินแห่งนี้ บุคลากรเป็นองค์ประกอบ สำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การนำเอาเอกลักษณ์ด้านภาษา การแต่งกาย มานำเสนอเมื่อทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความโดดเด่น ในด้านผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายนั้น นอกจากความหลากหลายและคุณภาพแล้ว ยังคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือหัตถกรรม เช่น สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านต่างๆ มาจำหน่าย ในด้านการจัดจำหน่ายและในด้านหลักฐานทางกายภาพ นอกเหนือจากที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรื่อง ความสะอาด ความสะดวก ความปลอดภัย ระยะทางในการจัดจำหน่ายที่เพียงพอ วันและเวลาที่ เหมาะสมแล้ว บรรยากาศแห่งการเป็นถนนสายวัฒนธรรม มีกิจกรรมการแสดงตามบริเวณต่างๆ ยัง เป็นหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จของถนนสายนี้ เนื่องจากเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยความสำเร็จของถนนเส้นนี้ยังรวมถึงการให้ความร่วมมือกันในลักษณะเครือข่ายใน การดำเนินกิจกรรมแห่งนี้ ทั้งจากภาครัฐ ในการอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย ความ สะอาด การจราจร ทั้งจากภาคเอกชน เช่น การแนะนำกิจกรรม ทั้งจากผู้ประกอบการ เช่น การ ปฏิบัติตามข้อกำหนด และทั้งจากประชาชนชาวเชียงใหม่ ที่อยู่อาศัยบริเวณการจัดกิจกรรมด้วย

ข้อค้นพบ

1. อายุ ระดับการศึกษาและความบ่อยครั้งในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิด ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล
2. เพศ อาชีพ รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และระยะเวลา ในการเข้าร่วมกิจกรรม ไม่มีผลต่อผู้ประกอบการในการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จ
3. ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.03 โดย ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญมากกว่าระดับ การศึกษาในระดับอื่นๆ
4. ผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด
5. ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยวและด้านส่วนประสมการตลาด มีความแตกต่างกับค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและด้านเครือข่าย อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ทุกค่าเฉลี่ย

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์และเสนอแนะแนวทางให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตลาดท่องเที่ยวได้ดังนี้

สำหรับผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนิน

1. ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ควรให้ความสำคัญและทำการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่ายมากขึ้น ว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ณ ปัจจุบันสอดคล้องกับเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจุดเด่นของถนนสายนี้ มากน้อยเพียงใด
2. ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ควรให้ความสำคัญและทำการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้านบุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพมากขึ้น การสร้างความประทับใจไม่ว่าจะเป็นความจริงใจในการให้บริการ การคิดค่าผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้อง การจัดเรียงสินค้าหน้าร้านอย่างเหมาะสม ความสะดวกต่อลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า การบริการที่ดีจะก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ จะเป็นการเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ถนนคนเดินแห่งนี้
3. ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ควรให้ความสำคัญเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้านบุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ ด้านทุนทางสังคมในเรื่องทุนทางวัฒนธรรม และด้านเครือข่ายมากขึ้น ผู้ประกอบการใดที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับทั้งลูกค้า ทั้งกับผู้ประกอบการด้วยกัน ทั้งกับทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม เช่น การพูดคุยกับลูกค้าด้วยภาษาท้องถิ่น การช่วยเหลือกันและกันร้านใกล้เรือนเคียงระหว่างจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การให้ความร่วมมือในปฏิบัติตามกฎระเบียบของเทศบาลนครเชียงใหม่ อาจก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจที่มีประโยชน์ เช่น ช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้เกิดยอดขายที่เพิ่มขึ้นได้
4. ถนนคนเดินสายนี้เป็นถนนสายวัฒนธรรม ผู้ประกอบอาจตกแต่งหน้าร้านให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเพื่อสร้างบรรยากาศในการเยี่ยมชมสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารกิจกรรมถนนคนเดิน

1. การควบคุมสินค้าที่นำมาจำหน่ายในแต่ละโซน ยังพบว่ายังมีสินค้าโรงงาน สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผิดวัตถุประสงค์ของโครงการ วางจำหน่ายอยู่ตามบริเวณต่างๆ เจ้าพนักงานเทศกิจ เทศบาลนครเชียงใหม่ ควรมีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง
2. การจัดสรรพื้นที่เพื่อการจัดจำหน่าย ควรมีระยะช่องว่างสำหรับการเดินเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม ไม่คับแคบเกินไป
3. ในเรื่องความสะดวก ควรมีการจัดหาลังขยะให้เพียงพอตามบริเวณต่างๆ เพราะความสะดวก เป็นหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค
4. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ความสว่างของไฟตลอดระยะทางการจัดกิจกรรม ที่จอดรถและการรักษาความปลอดภัย ควรมีอย่างเพียงพอ ทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวต้องการความมั่นใจเรื่องความปลอดภัยขณะเข้าร่วมกิจกรรม
5. วันและเวลาในการจัดกิจกรรมอาจมีการปรับเปลี่ยนได้ (ขยายวันและเวลาในช่วงเทศกาล) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และเพิ่มโอกาสสร้างรายได้ให้ชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น

สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมถนนคนเดินไม่สูงมากนัก คือ ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน แม้ว่าถนนคนเดินบริเวณถนนราชดำเนินนี้ประสบความสำเร็จในแง่เศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วน ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการนำมาจำหน่ายด้วย
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของกิจกรรมถนนคนเดินสายอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ถนนวัวลาย ในเรื่องของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ