

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาการวิเคราะห์การประเมินความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะของกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง เพื่อประเมินตัวชี้วัดและระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน และผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า จำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยที่ผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

- 1) ผลศึกษาประเภทและลักษณะของกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า
- 2) ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 3) ผลการศึกษาการประเมินตัวชี้วัดและระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง
- 4) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง

#### 4.1 ผลการศึกษาประเภทและลักษณะของกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาประเภทและลักษณะของกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้ดังนี้

รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมถนนคนเดินที่จัดขึ้นบนถนนคนเดินกาดกองต้า เป็นกิจกรรมที่มีความยืดหยุ่น โดยเน้นให้เกิดความสอดคล้องกับชุมชน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน แล้วยังเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านไปด้วย โดยกิจกรรมที่ได้มีการจัดแสดงสาธิตนั้นไม่ว่าจะงานแสดงทางวัฒนธรรม ดนตรี งานศิลปะ งาน

ฝีมือ หัตถกรรม ฯลฯ ล้วนได้สร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการจัดแสดงในถนนคนเดิน โดยลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมในถนนคนเดิน มีดังนี้

#### 4.1.1. กิจกรรมที่ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม

##### (1) เวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในถนนคนเดินจะมีเวทีการแสดง เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยว และแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเวทีที่ใช้จัดแสดงในถนนคนเดินนั้นมี 2 เวที ซึ่งแต่ละเวทีจะมีการแสดงในแต่ละวัน โดยกิจกรรมที่เข้ามาแสดงในถนนคนเดินนั้นได้รับการติดต่อขอมาร่วมแสดงในถนนคนเดิน ประกอบด้วย การเล่นดนตรีพื้นเมือง และการแสดงฟ้อนรำ แสดงโดยกลุ่มเด็ก ๆ และเยาวชน (จากการสัมภาษณ์)

##### (2) หอศิลป์ลำปาง มุลนิธินิยม ปัทมะเสวี

ประวัติของเรือนไทยในกาดกองต้าหลังนี้ เริ่มจากเมื่อครั้งที่นายจินบุญ (บุญ บุญ เจริญ) ได้มาเดินทางเข้ามาสร้างหลักปักฐานที่กาดกองต้าในยุคธุรกิจทำไม้เฟื่องฟู ต่อมาได้สะสมเงินทองจนมีความมั่งคั่ง และได้สร้างอาคารพาณิชย์ขึ้นมา ซึ่งมีลวดลายที่ความสวยงาม และอยู่ติดกับอาคารพองหลี ในปี พ.ศ. 2456 โดยเปิดเป็นร้านขายของใช้หลายอย่าง ทั้งสินค้าของไทยและสินค้าจากจีน พม่า และทางยุโรป โดยเฉพาะจากอังกฤษ

นายจินบุญแต่งงานกับนางหนู หญิงชาวลำปาง มีลูกทั้งหมด 7 คน หนึ่งในทายาทของท่านได้สมรสกับขุนอุทานคดี ส่วนทายาทคนสุดท้ายคือ ทนายน้อย สุวสิน ต้นสกุลสุวสิน อดีตนายกเทศมนตรีเมืองลำปาง ต่อมาคุณบุญมา ซึ่งมีศักดิ์เป็นหลาน ได้รื้อถอนอาคารดังกล่าวลงในปี พ.ศ. 2520 เพราะอาคารเริ่มชำรุดตามกาลเวลา แต่ก็ได้นำส่วนประดับของอาคารไม้เก่าทั้งหมดมาก่อสร้างใหม่เป็นเรือนไทยทรงล้านนาประยุกต์อย่างสวยงาม

ในปัจจุบัน เรือนไทยหลังนี้มีอายุเกือบ 100 ปี ได้รับการอนุรักษ์เชิงสงวนรักษาใหม่อีกครั้งหนึ่ง โดยมูลนิธินิยม ปัทมะเสวี ซึ่งยังคงรักษาความเก่าแก่และเอกลักษณ์ไว้อย่างครบถ้วนในฐานะที่เคยได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่น ประจำปี 2550 ประเภทอาคารอนุรักษ์สถาปัตยกรรมล้านนา โดยกรมการสถาปนิกสยามล้านนา เพื่อเปิดเป็นหอศิลป์ลำปาง มูลนิธินิยม ปัทมะเสวี ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2553

หอศิลป์ลำปางเปิดกว้างสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้สนใจงานศิลปะทุกสาขา โดยไม่จำกัดวัย ไม่จำกัดเพศ ไม่จำกัดคุณวุฒิใด ๆ เป็นสถานที่แสดงออกทางความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในเชิงศิลป์สำหรับศิลปิน นักเรียน และนักศึกษา ได้มีพื้นที่แสดงผลงานที่ต้องการจะถ่ายทอดความรู้ความชำนาญไปยังเยาวชน หรือผู้สนใจ นำไปต่อยอดให้กว้างขวางเป็นประโยชน์

ต่อไป ที่สำคัญยังเป็นศูนย์รวมงานศิลปะของล้านนาที่หาโอกาสชมได้ไม่บ่อยนัก โดยหอศิลป์ลำปาง มุลินีนิยาม ปัทมะเสวี เปิดให้เข้าชมโดยไม่เก็บค่าธรรมเนียมนิด ๆ ทั้งสิ้น ในวันศุกร์ เปิดเวลา 13.00-18.00 นาฬิกา และวันเสาร์-อาทิตย์ เปิดเวลา 13.00-21.00 นาฬิกา (กิตติศักดิ์ เสงษ์ฎีกุล, 2552)

### (3) สถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีน

ชุมชนตลาดจีนมีอาคารอยู่ 4 รูปแบบ ได้แก่ เรือนปั้นหยา เรือนมะนิลา เรือนขนมปังจิง และตึกฝรั่ง โดยลักษณะทางสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนนี้ แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากเรือนพื้นถิ่นของคนลำปางทั่วไป ซึ่งนิยมปลูกสร้างด้วยไม้สัก เพราะหาได้ง่ายในสมัยที่ไม้สักทางภาคเหนือยังอุดมสมบูรณ์ บ้านจึงเป็นเรือนไม้ได้ดูสูง มุงหลังคาด้วยกระเบื้องดินเผา มีชานเล่นระหว่างเรือน อาณาบริเวณกว้างขวาง ร่มรื่นด้วยพรรณไม้หลายชนิด ส่วนอาคารร้านค้าย่านตลาดจีนไม่ได้เป็นเช่นนั้น ทุกอาคารแทบจะสร้างชิดกัน หน้าหน้าเข้าหาถนน เปิดหน้าร้านเพื่อค้าขาย และยังมีกรนำอิฐและปูนมาใช้ในการก่อสร้างด้วย ทำให้มีความแข็งแรงทนทาน อาคารหลายหลังจึงยังอยู่มาถึงทุกวันนี้ และได้ตกทอดมาถึงทายาทรุ่นปัจจุบัน บางหลังก็เปลี่ยนกรรมสิทธิ์ไปจนไม่อาจสืบค้นที่มาได้ อย่างไรก็ตามรูปแบบของอาคารทั้ง 4 รูปแบบ ได้มีคุณค่าทางสถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ รวมทั้งบรรยากาศของผู้คน และสินค้าที่จำหน่ายหลากหลายชนิดให้ทั้งคนลำปางและนักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินในการชม โดยอาคารที่มีความสำคัญในชุมชนตลาดจีน มีดังนี้ (กิตติศักดิ์ เสงษ์ฎีกุล, 2552)

1. บ้านสินานนท์ (สร้างในปี พ.ศ. 2462) ได้รับรางวัลอนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมดีเด่น ปี 2548 ประเภทเคหสถานและบ้านเรือนเอกชน จากสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์
2. บ้านคมสัน (สร้างในปี พ.ศ. 2460)
3. บ้านเลขที่ 155 (สร้างราวปี พ.ศ. 2450)
4. หอศิลป์ลำปาง (สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2471)
5. บ้านแม่แดง (สร้างราวปี พ.ศ. 2461)
6. บ้านเลขที่ 210 (สร้างราวปี พ.ศ. 2455)
7. บ้านทนายความ (สร้างราวปี พ.ศ. 2471)
8. อาคารกาญจวงศ์ (สร้างราวปี พ.ศ. 2451)
9. อาคารฟองหลี (สร้างในช่วงปี พ.ศ. 2434-2444) ได้รับรางวัลอนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมดีเด่น ปี 2551 ประเภทอาคารพาณิชย์ จากสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

10. อาคารหม่อมไฉ่น (สร้างราวปี พ.ศ. 2451) ได้รับรางวัลอนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมดีเด่น ปี 2550 ประเภทอาคารอนุรักษ์สถาปัตยกรรมล้านนา จากกรมวิชาการล้านนาสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์

11. อาคารเขียนซีไท่ลิกี (สร้างในปี พ.ศ. 2456)

12. บ้านอนุรักษ์ (สร้างราวปี พ.ศ. 2456)

13. ตึกแดง (สร้างในช่วง พ.ศ. 2461-2470)

#### (4) สะพานรัชฎาภิเศก (กิตติศักดิ์ เสงษ์ภูิกุล, 2552)

สะพานรัชฎาภิเศก ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และอยู่ในส่วนของพื้นที่ถนนคนเดินกาตองต้า สะพานนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 รุ่น ได้แก่ รุ่นแรกเป็นสะพานไม้สร้างในสมัยเจ้าบุญวาทย์วงษ์มานิต ซึ่งเป็นเจ้าของนครลำปางองค์ โดยสร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2436 ตรงกับรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) รุ่นที่สองเป็นสะพานไม้เสริมเหล็ก ไม่มีหลักฐานยืนยันว่าสร้างเสร็จเมื่อใด และรุ่นที่สามสร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2460 เป็นสะพานคอนกรีตเสริมเหล็กทาสีขาว และได้รับการซ่อมแซมบูรณะอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้รูปแบบสถาปัตยกรรมของสะพานได้ตามรูปแบบเดิม เป็นสิ่งก่อสร้างของท้องถิ่นที่อยู่สองฝั่งแม่น้ำวังมาเป็นเวลา ถึง 95 ปี ดังนั้นสะพานรัชฎาภิเศกจึงเป็นสะพานที่มีคอนกรีตเสริมเหล็กที่เก่าแก่ที่สุดในภาพเหนือ และยังแข็งแรงพอที่จะเปิดให้ทั้งคนและรถได้ใช้สัญจรไปมาด้วยความยาว 120 เมตร ในสมัยรัชกาลที่ 5 สะพานรัชฎาภิเศกนับเป็นสะพานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ ทำให้นึกถึงความยิ่งใหญ่ของแม่น้ำวังเมื่อในอดีต ซึ่งกินพื้นที่ไปถึงคอสะพาน และในปัจจุบันนี้ความกว้างของแม่น้ำลดลงเหลือแค่สอง โคนตรงกลางเท่านั้น แต่ด้วยรูปแบบของสะพานที่มีความงามเฉพาะตัว รวมถึงประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ และบรรยากาศที่สวยงาม จึงทำให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของทั้งคนลำปางและนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชม

#### 4.1.2 กิจกรรมที่ส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน

กิจกรรมที่ส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน ได้แก่ การเปิดให้คนในชุมชนสามารถจำหน่ายสินค้าที่หน้าบ้านของตนได้ โดยที่ไม่มีการเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ และจากการที่สินค้าที่นำมาวางขายล้วนแต่มีความหลากหลาย ด้วยเหตุนี้จึงมีการจำแนกลักษณะสินค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำความเข้าใจในภาพรวมของสินค้าในถนนคนเดิน ดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

สินค้าประเภทที่ 1 สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ของเล่น เครื่องดนตรีพื้นบ้าน ฯลฯ สินค้าประเภทนี้จะได้รับความนิยม ความสนใจ จากการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะสินค้าประเภทนี้จะมีการสาธิตการทำไปด้วย

สินค้าประเภทที่ 2 สินค้าจากผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า สินค้าประเภทนี้มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นบ้าน โดยผ่านนั้นจะเป็นผ้าฝ้าย ทั้งฝ้ายดิบและฝ้ายฟอก มีการตกแต่งลวดลาย เพื่อความสวยงาม สินค้าประเภทนี้ก็ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอีกเช่นเดียวกัน

สินค้าประเภทที่ 3 สินค้าประเภทเครื่องประดับ เช่น ต่างหู กำไล เข็มกลัด สร้อย ปิ่นปักผม ฯลฯ สินค้าประเภทนี้มีทั้งแบบที่ทำมาจากธรรมชาติ คือ กะลามะพร้าว สัตว์ปีกแข็ง เครื่องสาน เป็นต้น

สินค้าประเภทที่ 4 สินค้าประเภทไม้แกะสลัก สินค้าประเภทนี้จะได้รับความนิยม ความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างมาก ยิ่งผู้ค้ารายใดมานั่งแกะสลักให้ดูจะยิ่งมีผู้สนใจไปรุมดูจำนวนมาก

สินค้าประเภทที่ 5 สินค้าประเภทศิลปะ ได้แก่ ภาพวาดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวล้านนา ภาพเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวล้านนา และอีกประเภทคือ ปูนปั้น ดินปั้นเป็นรูปต่าง ๆ

สินค้าประเภทที่ 6 สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์จากกระดาษ เช่น กระดาษห่อของขวัญ โคมไฟกระดาษ การ์ดต่าง ๆ

สินค้าประเภทที่ 7 สินค้าประเภทเครื่องเงิน

สินค้าประเภทที่ 8 สินค้าประเภทหัตถกรรม แบ่งออกเป็นจากไม้ เช่น เครื่องดนตรีพื้นเมือง และจากเชือกถัก ซึ่งนำมาทำเป็นกระเป๋า หมวก เสื้อ รองเท้า ฯลฯ

สินค้าประเภทที่ 9 สินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ เทียนหอม เตาปรับอากาศ เป็นต้น สินค้าประเภทนี้มีรูปแบบที่หลากหลายตามความต้องการของตลาด

สินค้าประเภทที่ 10 สินค้าประเภทแฟชั่นสมัยนิยม

สินค้าประเภทที่ 11 สินค้าประเภทของใช้ทั่วไป สินค้าราคาถูก

สินค้าประเภทที่ 12 อาหารและเครื่องดื่ม

#### 4.2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่และร้อยละ ได้ดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามเพศ พบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศ

หญิง โดยเป็นเพศชาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 และเป็นเพศหญิง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ

เพศ	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่ จำหน่ายสินค้า	รวม
ชาย	117 (58.50)	72 (36.00)	189 (47.25)
หญิง	83 (41.50)	128 (64.00)	211 (52.75)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

อายุ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามอายุ พบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และอายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมดส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 อายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และต่ำกว่า 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่ จำหน่ายสินค้า	รวม
ต่ำกว่า 20 ปี	143 (71.50)	6 (3.00)	149 (37.25)
21 - 30 ปี	37 (18.50)	46 (23.00)	83 (20.75)
31 - 40 ปี	13 (6.50)	81 (40.50)	94 (23.50)
41 - 50 ปี	6 (3.00)	39 (19.50)	45 (11.25)
51 ปี ขึ้นไป	1 (0.50)	28 (14.00)	29 (7.25)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**สถานภาพสมรส** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 มีสถานภาพอยู่ย่ำร้าง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 และมีสถานภาพหม้าย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมดส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ มีสถานภาพโสด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีสถานภาพหม้าย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และมีสถานภาพอยู่ย่ำร้าง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คนดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่ จำหน่ายสินค้า	รวม
โสด	178 (89.00)	60 (30.00)	238 (59.50)
สมรส	17 (8.50)	112 (56.00)	129 (32.25)
หม้าย	2 (1.00)	15 (7.50)	17 (4.25)
อยู่ร้าง	3 (1.50)	13 (6.50)	16 (4.00)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**ภูมิฐานะ** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามภูมิฐานะ พบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดส่วนใหญ่มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดลำปาง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดใกล้เคียง (เชียงใหม่ ลำพูน) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 มีภูมิฐานะอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และมีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมดส่วนใหญ่มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดลำปาง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือ มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดใกล้เคียง (เชียงใหม่ ลำพูน) จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 มีภูมิฐานะอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และมีภูมิฐานะอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับรวม ทั้งหมด จำนวน 200 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่ จำหน่ายสินค้า	รวม
จังหวัดลำปาง	175 (87.50)	153 (76.50)	328 (82.00)
จังหวัดใกล้เคียง (เชียงใหม่ ลำพูน)	12 (6.00)	29 (14.50)	41 (10.25)
กรุงเทพมหานคร	7 (3.50)	8 (4.00)	15 (3.75)
อื่น ๆ	6 (3.00)	10 (5.00)	16 (4.00)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**ระดับการศึกษา** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ระดับประถมศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมดส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ระดับประถมศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ ทั้งหมด จำนวน 200 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่ จำหน่ายสินค้า	รวม
ประถมศึกษา	7 (3.50)	33 (16.50)	40 (10.00)
มัธยมศึกษาตอนต้น	28 (14.00)	40 (20.00)	68 (17.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	84 (42.00)	32 (16.00)	116 (29.00)
อนุปริญญา/ปวส.	13 (6.50)	49 (24.50)	62 (15.50)
ปริญญาตรี	63 (31.50)	43 (21.50)	106 (26.50)
สูงกว่าปริญญาตรี	5 (2.50)	3 (1.50)	8 (2.00)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**อาชีพ** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามอาชีพ พบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 รับจ้างทั่วไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และแม่บ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมดส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 รับจ้างทั่วไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และแม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ทั้งหมด จำนวน 200 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ

อาชีพ	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่ จำหน่ายสินค้า	รวม
นักเรียน/นักศึกษา	159 (79.50)	13 (6.50)	172 (43.00)
พนักงานบริษัทเอกชน	16 (8.00)	24 (12.00)	40 (10.00)
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5 (2.50)	10 (5.00)	15 (3.75)
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	8 (4.00)	135 (67.50)	143 (35.75)
รับจ้างทั่วไป	9 (4.50)	14 (7.00)	23 (5.75)
แม่บ้าน	3 (1.50)	4 (2.00)	7 (1.75)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

รายได้ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามรายได้ พบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 8,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาคือ มีรายได้ไม่แน่นอน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีรายได้ระหว่าง 8,001 – 16,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 มีรายได้ระหว่าง 16,001 – 24,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 มีรายได้ระหว่าง 24,001 – 32,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และมีรายได้ 32,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 8,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ 8,001 – 16,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 มีรายได้ระหว่าง 16,001 – 24,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีรายได้ 32,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

มีรายได้ระหว่าง 24,001 – 32,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และมีรายได้ไม่แน่นอน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ทั้งหมด จำนวน 200 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน (บาท)	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า	รวม
ต่ำกว่า 8,000 บาท	114 (57.00)	96 (48.00)	210 (52.50)
8,001 – 16,000 บาท	26 (13.00)	46 (23.00)	72 (18.00)
16,001 – 24,000 บาท	4 (2.00)	25 (12.50)	29 (7.25)
24,001 – 32,000 บาท	2 (1.00)	11 (5.50)	13 (3.25)
32,001 บาท ขึ้นไป	1 (0.50)	12 (6.00)	13 (3.25)
ไม่แน่นอน	53 (26.50)	10 (5.00)	63 (15.75)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**ความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรม** กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า ในกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า สามารถจำแนกตามความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรมพบว่า จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรม 4 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 รองลงมาคือ เข้าร่วมกิจกรรมเป็นครั้งแรก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 เข้าร่วมกิจกรรมเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และเข้าร่วมกิจกรรมเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ รวมทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าทั้งหมด ส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรม 4 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 รองลงมาคือ

เข้าร่วมกิจกรรมเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 2 คัดเป็นร้อยละ 1.00 และเข้าร่วมกิจกรรมเป็นครั้งแรก จำนวน 1 คน คัดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ทั้งหมด จำนวน 200 คน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

**ตารางที่ 4.8** จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแยกตามความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรม

ความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรม	กลุ่มตัวอย่าง		
	นักท่องเที่ยว	ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้า	รวม
ครั้งแรก	22 (11.00)	1 (0.50)	23 (5.75)
2 ครั้ง	16 (8.00)	2 (1.00)	18 (4.50)
3 ครั้ง	7 (3.50)	-	7 (1.75)
4 ครั้ง ขึ้นไป	155 (77.50)	197 (98.50)	352 (88.00)
รวม	200 (100.00)	200 (100.00)	400 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

#### 4.3 ผลการศึกษาการประเมินตัวชี้วัดและระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาในส่วนนี้จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าอุปโภค ด้านสินค้าบริโภค ด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัษฎาภิเศก ด้านเวทีการแสดง วัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านบุคลากร และด้านสาธารณูปโภค ซึ่งตัวชี้วัดความสำเร็จเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ดังนั้นได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง และศึกษาระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ผลการศึกษามีดังนี้

#### 4.3.1 ผลการศึกษาการประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ด้านสินค้าอุปโภค ด้านสินค้าบริโภค ด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก ด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านบุคลากร และด้านสาธารณูปโภค ซึ่งระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 0 หมายถึง ระดับแย่มาก 1 หมายถึง ระดับแย่ 2 หมายถึง ระดับปานกลาง 3 หมายถึง ระดับดี และ 4 หมายถึง ระดับดีมาก โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

**ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าอุปโภค** การประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า ด้านสินค้าอุปโภค พบว่า แสดงผลการศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าอุปโภคของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านสินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีมาก จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 ระดับปานกลาง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และระดับแย่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านสินค้ามีคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และระดับปานกลาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ระดับปานกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และระดับแย่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระดับปานกลาง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และระดับแย่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ และระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านสินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีและดีมาก จำนวน 172 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา คือ ระดับปานกลาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ระดับแย่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และระดับแย่มาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ส่วนผลการศึกษาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าอุปโภคสามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านสินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ด้านสินค้ามีคุณภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ด้านราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และด้านสินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 โดยคะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าอุปโภคโดยรวมเท่ากับ 3.32 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าอุปโภค

ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าอุปโภค	ระดับความสำเร็จ						คะแนนเฉลี่ย
	0	1	2	3	4	รวม	
สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	-	5 (1.25)	33 (8.25)	151 (37.75)	211 (52.75)	400 (100)	3.42
สินค้ามีคุณภาพ	-	-	34 (8.50)	206 (51.50)	160 (40.00)	400 (100)	3.32
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท	-	3 (0.75)	32 (8.00)	194 (48.50)	171 (42.75)	400 (100)	3.33
ราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-	2 (0.50)	33 (8.25)	205 (51.25)	160 (40.00)	400 (100)	3.31
สินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา	2 (0.50)	16 (4.00)	38 (9.50)	172 (43.00)	172 (43.00)	400 (100)	3.24
คะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าอุปโภค							3.32

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าบริโภค** การประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า ด้านสินค้าบริโภค พบว่า ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่มมีให้เลือกหลากหลายประเภท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีมาก จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ระดับปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และระดับแย่ จำนวน 3 คน คิดเป็น

ร้อยละ 0.75 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ระดับปานกลาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และระดับแย่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านอุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ระดับปานกลาง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และระดับแย่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ระดับปานกลาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และระดับแย่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 และระดับปานกลาง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

ส่วนผลการศึกษาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าบริโภค สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีให้เลือกหลากหลายประเภท มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ด้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 ด้านอุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ด้านราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และด้านอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 โดยคะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าบริโภคโดยรวมเท่ากับ 3.32 ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวชี้วัดความสำเร็จ  
ด้านสินค้าบริโภค

ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าบริโภค	ระดับความสำเร็จ						คะแนนเฉลี่ย
	0	1	2	3	4	รวม	
อาหารและเครื่องดื่มมีให้เลือก หลากหลายประเภท	-	3 (0.75)	24 (6.00)	167 (41.75)	206 (51.50)	400 (100)	3.44
อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด ปลอดภัย	-	2 (0.50)	34 (8.50)	226 (56.50)	138 (34.50)	400 (100)	3.25
อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและ เครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย	-	2 (0.50)	48 (12.00)	192 (48.00)	158 (39.50)	400 (100)	3.27
ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความ เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	-	1 (0.25)	38 (9.50)	189 (47.25)	172 (43.00)	400 (100)	3.33
อาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี	-	-	39 (9.75)	206 (51.50)	155 (38.75)	400 (100)	3.29
คะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสินค้าบริโภค							3.32

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

#### ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎา

ภิศก การประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า ด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิศก พบว่า ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านสถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีมาก จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 ระดับปานกลาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และระดับแย่มาก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านสถานที่ที่มีความเหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ระดับปานกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และระดับแย่มาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านประวัติความเป็นมา/ความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรมมีความดึงดูดใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ระดับปานกลาง จำนวน 31

คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และระดับแย่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านสภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ระดับปานกลาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และระดับแย่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ส่วนผลการศึกษาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านสถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ด้านสถานที่มีความเหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ด้านประวัติความเป็นมา/ความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรมมีความดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และด้านสภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 โดยคะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศกโดยรวมเท่ากับ 3.40 ดังแสดงในตารางที่ 4.11

**ตารางที่ 4.11** จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก

ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสถาปัตยกรรม ของกลุ่มอาคารตลาดจีน และสะพานรัชฎาภิเศก	ระดับความสำเร็จ						คะแนน เฉลี่ย
	0	1	2	3	4	รวม	
สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	-	1 (0.25)	27 (6.75)	117 (29.25)	255 (63.75)	400 (100)	3.57
สถานที่มีความเหมาะสมในการรองรับ นักท่องเที่ยว	-	2 (0.50)	32 (8.00)	190 (47.50)	176 (44.00)	400 (100)	3.35
ประวัติความเป็นมา/ความเก่าแก่ของ สถาปัตยกรรมมีความดึงดูดใจ	-	1 (0.25)	31 (7.75)	211 (52.75)	157 (39.25)	400 (100)	3.31
สภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของ ชุมชน	-	4 (1.00)	27 (6.75)	191 (47.75)	178 (44.50)	400 (100)	3.36
คะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก							3.40

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น การประเมินตัวชี้วัด ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า ด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่า ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านศิลปิน/นักแสดงมีความสามารถในการแสดง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีมาก จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ระดับปานกลาง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และระดับแย่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีมาก จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 ระดับปานกลาง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และระดับแย่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ และระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีและดีมาก จำนวน 176 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ ระดับปานกลาง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และระดับแย่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ส่วนผลการศึกษาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของตัวชี้วัดความสำเร็จด้านเวทีการแสดง วัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านศิลปิน/นักแสดงมีความสามารถในการแสดง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ด้านภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 โดยคะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยรวมเท่ากับ 3.33 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวชี้วัดความสำเร็จ  
ด้านเวทีการแสดงผลงานวัฒนธรรมท้องถิ่น

ตัวชี้วัดความสำเร็จด้าน เวทีการแสดงผลงานวัฒนธรรมท้องถิ่น	ระดับความสำเร็จ						คะแนน เฉลี่ย
	0	1	2	3	4	รวม	
ศิลปิน/นักแสดงมีความสามารถในการ แสดง	-	12 (3.00)	43 (10.75)	142 (35.50)	203 (50.75)	400 (100)	3.34
ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความ ดึงดูดใจ	-	10 (2.50)	39 (9.75)	157 (39.75)	194 (48.50)	400 (100)	3.34
สภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้าง บรรยากาศในการชมการแสดง	-	6 (1.50)	42 (10.50)	176 (44.00)	176 (44.00)	400 (100)	3.33
คะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านเวทีการแสดงผลงานวัฒนธรรมท้องถิ่น							3.33

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านบุคลากร** การประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรม ถนนคนเดินกาดกองต้า ด้านบุคลากร พบว่า ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านพ่อค้าและแม่ค้ามีความรู้/เชี่ยวชาญในตัวสินค้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดีมาก จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 ระดับปานกลาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และระดับแย่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านพ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยไมตรีดี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ระดับปานกลาง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และระดับแย่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านพ่อค้าและแม่ค้ามีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ระดับปานกลาง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และระดับแย่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านเจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 ระดับปานกลาง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ระดับแย่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และระดับแย่มาก จำนวน 3 คน

คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านเจ้าหน้าที่มีอัยาศัยไมตรีดี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ระดับปานกลาง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ระดับแย่มาก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และระดับแย่มาก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ส่วนผลการศึกษาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของตัวชี้วัดความสำเร็จด้านบุคลากร สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านพ่อค้าและแม่ค้ามีความรู้/เชี่ยวชาญในตัวสินค้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ด้านพ่อค้าและแม่ค้ามีอัยาศัยไมตรีดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ด้านพ่อค้าและแม่ค้ามีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ด้านเจ้าหน้าที่มีเพียงพต่อการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และด้านเจ้าหน้าที่มีอัยาศัยไมตรีดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 โดยคะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านบุคลากร โดยรวมเท่ากับ 3.33 ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวชี้วัดความสำเร็จด้านบุคลากร

ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านบุคลากร	ระดับความสำเร็จ						คะแนนเฉลี่ย
	0	1	2	3	4	รวม	
พ่อค้าและแม่ค้ามีความรู้/เชี่ยวชาญในตัวสินค้า	-	1 (0.25)	27 (6.75)	185 (46.25)	187 (46.75)	400 (100)	3.40
พ่อค้าและแม่ค้ามีอัยาศัยไมตรีดี	-	1 (0.25)	28 (7.00)	187 (46.75)	184 (46.00)	400 (100)	3.39
พ่อค้าและแม่ค้ามีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	-	1 (0.25)	35 (8.75)	196 (49.00)	168 (42.00)	400 (100)	3.33
เจ้าหน้าที่มีเพียงพต่อการให้บริการ	3 (0.75)	5 (1.25)	46 (11.50)	201 (50.25)	145 (36.25)	400 (100)	3.20
เจ้าหน้าที่มีอัยาศัยไมตรีดี	2 (0.50)	3 (0.75)	36 (9.00)	188 (47.00)	171 (42.75)	400 (100)	3.31
คะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านบุคลากร							3.33

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

**ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสาธารณูปโภค** การประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า ด้านสาธารณูปโภค พบว่า ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ ระดับดี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ระดับปานกลาง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และระดับแย่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ระดับปานกลาง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ระดับแย่ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และระดับแย่มาก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมด้านความเพียงพอของที่จอดรถยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมา คือ ระดับดีมาก จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ระดับปานกลาง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ระดับแย่ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และระดับแย่มาก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

ส่วนผลการศึกษาคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสาธารณูปโภค สามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ด้านความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 และด้านความเพียงพอของที่จอดรถยนต์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 โดยคะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสาธารณูปโภคโดยรวมเท่ากับ 2.95 ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.14 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวชี้วัดความสำเร็จ  
ด้านสาธารณูปโภค

ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสาธารณูปโภค	ระดับความสำเร็จ						คะแนนเฉลี่ย
	0	1	2	3	4	รวม	
ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า	-	5 (1.25)	33 (8.25)	142 (35.50)	220 (55.00)	400 (100)	3.44
ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ	11 (2.75)	53 (13.25)	81 (20.25)	131 (32.75)	124 (31.00)	400 (100)	2.76
ความเพียงพอของที่จอดรถยนต์	7 (1.75)	73 (18.25)	79 (19.75)	137 (34.25)	104 (26.00)	400 (100)	2.65
คะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จด้านสาธารณูปโภค							2.95

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

#### 4.3.2 ผลการศึกษาระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง

ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ด้านสินค้าอุปโภค ด้านสินค้าบริโภค ด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัษฎาภิเศก ด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านบุคลากร และด้านสาธารณูปโภค ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับคะแนนเฉลี่ยของตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ทั้ง 6 ด้าน ที่ได้กล่าวมาในข้างต้น รวมถึงคะแนนเฉลี่ยระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินโดยรวม พบว่า ตัวชี้วัดด้านสินค้าอุปโภคอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ตัวชี้วัดด้านสินค้าบริโภคอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ตัวชี้วัดด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัษฎาภิเศกอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตัวชี้วัดด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่นอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ตัวชี้วัดด้านบุคลากรอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และตัวชี้วัดด้านสาธารณูปโภคอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 โดยระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง

ตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดกิจกรรม	คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำเร็จ
ด้านสินค้าอุปโภค	3.32	ดี
ด้านสินค้าบริโภค	3.32	ดี
ด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก	3.40	ดี
ด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.33	ดี
ด้านบุคลากร	3.33	ดี
ด้านสาธารณูปโภค	2.95	ดี
คะแนนเฉลี่ยระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมโดยรวม	3.27	ดี

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.4 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาในส่วนนี้ได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง โดยการใช้แบบจำลอง Ordered Logit และแบบจำลอง Ordered Probit เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จากนั้นทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้วย Model Selection รวมถึงการวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect)

โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า ประกอบด้วย ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จอีก 6 ปัจจัยหลัก ดังนี้

ปัจจัยด้านสินค้าอุปโภค ประกอบด้วย สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สินค้ามีคุณภาพ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท ราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และสินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา

ปัจจัยด้านสินค้าบริโภค ประกอบด้วย อาหารและเครื่องดื่มมีให้เลือกหลากหลายประเภท อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี

ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก ประกอบด้วย สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สถานที่มีความเหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยว ประวัติ

ความเป็นมา/ความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรมมีความดึงดูดใจ และสภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน

ปัจจัยด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ประกอบด้วย ศิลปิน/นักแสดงมีความสามารถในการแสดง ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ และสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง

ปัจจัยด้านบุคลากร ประกอบด้วย พ่อค้าและแม่ค้ามีความรู้/เชี่ยวชาญในตัวสินค้า พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยไมตรีดี พ่อค้าและแม่ค้ามีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ เจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ และเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีดี

ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ประกอบด้วย ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ และความเพียงพอของที่จอดรถ

เมื่อนำมาคำนวณด้วยแบบจำลอง Ordered Logit และแบบจำลอง Ordered Probit แล้วได้ผลการศึกษาดังนี้

#### 4.4.1 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า จังหวัดลำปาง โดยการใช้แบบจำลอง Ordered Logit

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า จังหวัดลำปาง โดยการใช้แบบจำลอง Ordered Logit พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสินค้าอุปโภค ได้แก่ สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท และสินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ปัจจัยด้านสินค้าบริโภค ได้แก่ อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย และอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัษฎาภิเศก ได้แก่ สภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน ปัจจัยด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ และสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีดี และปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ และความเพียงพอของที่จอดรถ ถ้าปัจจัยเหล่านี้เพิ่มขึ้น จะมีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้าเพิ่มขึ้นตาม ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

นอกจากนี้หากพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) จะพบว่า ปัจจัยด้านสินค้าอุปโภค ได้แก่ สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท และสินค้ามี

การรับประกัน/เปลี่ยนคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา ปัจจัยด้านสินค้าบริโภค ได้แก่ อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มน้ำมีความสะอาดปลอดภัย และอาหารและเครื่องดื่มรสชาติดี ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก ได้แก่ สภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน ปัจจัยด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ และสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีอรรถาสัยไม่ตรีดี และปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ และความเพียงพอของที่จอดรถ ด้วยเครื่องหมายบอกหน้าค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) สามารถตีความหมายได้ว่า เมื่อปัจจัยเหล่านี้มีค่าเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคกลางเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Ordered Logit

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคกลาง	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	Std. Err.	z	P> z
<b>ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป</b>				
เพศ	-0.1122681	1.476704	-0.08	0.939
อายุ	-0.0400883	0.1483301	-0.27	0.787
สถานภาพโสด	2.37629	4.396081	0.54	0.589
สถานภาพสมรส	4.05275	3.560352	1.14	0.255
สถานภาพหม้าย	-15.43735	9.221553	-1.67	0.094
ภูมิลำเนาจังหวัดลำปาง	-6.516831	5.357873	-1.22	0.224
ภูมิลำเนาจังหวัดใกล้เคียง	-3.021612	4.868463	-0.62	0.535
ภูมิลำเนากรุงเทพมหานคร	-6.869896	5.969874	-1.15	0.250
ระดับการศึกษา	0.6451893	0.7338809	0.88	0.379
อาชีพนักเรียน/นักศึกษา	4.456171	8.733465	0.51	0.610
อาชีพพนักงานเอกชน	-1.781279	8.521765	-0.21	0.834
อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.441856	8.114093	0.30	0.763
อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	-1.313555	8.13633	-0.16	0.872
อาชีพรับจ้างทั่วไป	3.674501	7.942445	0.46	0.644

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: โดยที่ \* มีระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$  หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

ตารางที่ 4.16 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ที่ใช้แบบจำลอง Ordered Logit

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของ การจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	Std. Err.	z	P> z
<b>ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป (ต่อ)</b>				
รายได้	-0.0000151	0.0001166	-0.13	0.897
ความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรม	1.89065	1.433402	1.32	0.187
<b>ปัจจัยด้านสินค้าอุปโภค</b>				
สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	6.524808	2.76117	2.36	0.018*
สินค้ามีคุณภาพ	3.449577	1.899486	1.82	0.069
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท	5.729432	2.425941	2.36	0.018*
ราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	2.798038	1.630379	1.72	0.086
สินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืน ในกรณีที่สินค้ามีปัญหา	5.458796	2.6057	2.09	0.036*
<b>ปัจจัยด้านสินค้าบริโภค</b>				
อาหารและเครื่องดื่มมีให้เลือกหลากหลายประเภท	3.655128	1.99246	1.83	0.067
อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย	2.079177	1.699022	1.22	0.221
อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย	5.66862	2.446058	2.32	0.020*
ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	2.798852	2.035547	1.37	0.169
อาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี	8.755056	2.968482	2.95	0.003*
<b>ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดเงินและสะพานรัชฎาภิเศก</b>				
สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	6.542344	3.407777	1.92	0.055
สถานที่มีความเหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.964441	2.095291	1.89	0.058
ประวัติความเป็นมา/ความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรมมีความดึงดูดใจ	3.868112	2.25102	1.72	0.086
สภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน	9.274014	3.517105	2.64	0.008*

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: โดยที่ \* มีระดับนัยสำคัญ ที่  $\alpha = 0.05$  หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

ตารางที่ 4.16 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Ordered Logit

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	Std. Err.	z	P> z
<b>ปัจจัยด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น</b>				
ศิลปิน/นักแสดงมีความสามารถในการแสดง	3.116485	2.442556	1.28	0.202
ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ	7.541685	3.114602	2.42	0.015*
สภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง	8.00541	3.44604	2.32	0.020*
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>				
พ่อค้าและแม่ค้ามีความรู้/เชี่ยวชาญในตัวสินค้า	5.62652	2.880176	1.95	0.051
พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยไมตรีดี	1.81461	2.295299	0.79	0.429
พ่อค้าและแม่ค้ามีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	3.853477	2.831468	1.36	0.174
เจ้าหน้าที่มีเพียงพต่อการให้บริการ	3.567118	2.179013	1.64	0.102
เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีดี	4.87601	2.078353	2.35	0.019*
<b>ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค</b>				
ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า	8.707118	3.010704	2.89	0.004*
ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ	5.177274	1.999079	2.59	0.010*
ความเพียงพอของที่จอดรถ	9.059297	3.197411	2.83	0.005*
Number of obs	400			
LR chi2(41)	668.81			
Prob > chi2	0.0000			
Log pseudolikelihood	-20.099453			
Pseudo R2	0.9433			

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: โดยที่ \* มีระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$  หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

#### 4.4.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสินค้าอุปโภค ได้แก่ สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สินค้ามีคุณภาพ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท และสินค้ามี

การรับประกัน/เปลี่ยนแปลงในกรณีที่ดินค้ำมีปัญหา ปัจจัยด้านสินค้าบริโภค ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มนำมาให้เลือกหลากหลายประเภท อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มนำมาให้เลือกหลากหลายประเภทปลอดภัย และอาหารและเครื่องดื่มนำมาให้เลือกหลากหลายประเภท ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก ได้แก่ สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน ปัจจัยด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ และสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีอรรถาศัยไมตรีดี และปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ และความเพียงพอของที่จอดรถ ถ้าปัจจัยเหล่านี้เพิ่มขึ้น จะมีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้าเพิ่มขึ้นตามที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

นอกจากนี้หากพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) จะพบว่า ปัจจัยด้านสินค้าอุปโภค ได้แก่ สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สินค้ามีคุณภาพ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท และสินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนแปลงในกรณีที่ดินค้ำมีปัญหา ปัจจัยด้านสินค้าบริโภค ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มนำมาให้เลือกหลากหลายประเภท อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มนำมาให้เลือกหลากหลายประเภทปลอดภัย และอาหารและเครื่องดื่มนำมาให้เลือกหลากหลายประเภท ปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก ได้แก่ สถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน ปัจจัยด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ และสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีอรรถาศัยไมตรีดี และปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ได้แก่ ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ และความเพียงพอของที่จอดรถ ด้วยเครื่องหมายบอกหน้าค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient) สามารถตีความหมายได้ว่า เมื่อปัจจัยเหล่านี้มีค่าเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้าเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของ การจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	Std. Err.	z	P> z
<b>ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป</b>				
เพศ	-0.1128206	0.6931702	-0.16	0.871
อายุ	-0.0186596	0.0649476	-0.29	0.774
สถานภาพโสด	1.201887	2.030868	0.59	0.554
สถานภาพสมรส	1.83032	1.606909	1.14	0.255
สถานภาพหม้าย	-6.024805	3.822171	-1.58	0.115
ภูมิลำเนาจังหวัดลำปาง	-2.397128	2.203045	-1.09	0.277
ภูมิลำเนาจังหวัดใกล้เคียง	-1.064545	2.060632	-0.52	0.605
ภูมิลำเนากรุงเทพมหานคร	-2.224728	2.595143	-0.86	0.391
ระดับการศึกษา	0.2173209	0.3095439	0.70	0.483
อาชีพนักเรียน/นักศึกษา	1.68689	3.886059	0.43	0.664
อาชีพพนักงานเอกชน	-0.7927262	3.877311	-0.20	0.838
อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1.059304	3.763603	0.28	0.778
อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	-0.630109	3.65508	-0.17	0.863
อาชีพรับจ้างทั่วไป	0.8999642	3.505271	0.26	0.797
รายได้	-0.0000197	0.0000455	-0.43	0.664
ความบ่อยในการเข้าร่วมกิจกรรม	0.7419949	0.6406478	1.16	0.247
<b>ปัจจัยด้านสินค้าอุปโภค</b>				
สินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	2.779845	1.112789	2.50	0.012*
สินค้ามีคุณภาพ	1.655389	0.8103354	2.04	0.041*
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท	2.32149	0.9376664	2.48	0.013*
ราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	0.9742891	0.6288133	1.55	0.121
สินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืน ในกรณีที่สินค้ามีปัญหา	2.404231	1.105622	2.17	0.030*

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: โดยที่ \* มีระดับนัยสำคัญ ที่  $\alpha = 0.05$  หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

ตารางที่ 4.17 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับความสำเร็จของ การจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	Std. Err.	z	P> z
<b>ปัจจัยด้านสินค้าบริโภค</b>				
อาหารและเครื่องดื่มมีให้เลือกหลากหลายประเภท	1.697092	0.8328975	2.04	0.042*
อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย	0.6888869	0.7457661	0.92	0.356
อุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มมีความ สะอาดปลอดภัย	2.328783	0.9114825	2.55	0.011*
ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับ คุณภาพและปริมาณ	0.9725406	0.84877	1.15	0.252
อาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี	4.116932	1.26567	3.25	0.001*
<b>ปัจจัยด้านสภาพัฒนธรรมของกลุ่มอาคารตลาดจีนและสะพานรัชฎาภิเศก</b>				
สภาพัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.270225	1.385358	2.36	0.018*
สถานที่มีความเหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยว	1.695802	0.8956716	1.89	0.058
ประวัติความเป็นมา/ความเก่าแก่ของสภาพัฒนธรรมมี ความดึงดูดใจ	1.58155	0.916639	1.73	0.084
สภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน	3.778815	1.242931	3.04	0.002*
<b>ปัจจัยด้านเวทีการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น</b>				
ศิลปิน/นักแสดงมีความสามารถในการแสดง	1.556112	1.104013	1.41	0.159
ภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ	2.897814	1.148641	2.52	0.012*
สภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการ ชมการแสดง	3.156573	1.358887	2.32	0.020*
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>				
พ่อค้าและแม่ค้ามีความรู้/เชี่ยวชาญในตัวสินค้า	2.629338	1.352872	1.94	0.052
พ่อค้าและแม่ค้ามีอัธยาศัยไมตรีดี	0.8928405	0.9935277	0.90	0.369
พ่อค้าและแม่ค้ามีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	1.306885	1.174455	1.11	0.266
เจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการให้บริการ	1.650154	0.8969304	1.84	0.066
เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีดี	2.600343	1.000493	2.60	0.009*

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: โดยที่ \* มีระดับนัยสำคัญ ที่  $\alpha = 0.05$  หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

ตารางที่ 4.17 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของ การจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า	ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)	Std. Err.	z	P> z
<b>ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค</b>				
ความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า	4.096671	1.257337	3.26	0.001*
ความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ	2.248601	0.8038807	2.80	0.005*
ความเพียงพอของที่จอดรถ	3.840729	1.160389	3.31	0.001*
Number of obs	400			
LR chi2(41)	664.90			
Prob > chi2	0.0000			
Log pseudolikelihood	-22.056173			
Pseudo R2	0.9378			

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: โดยที่ \* มีระดับนัยสำคัญที่  $\alpha = 0.05$  หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95

#### 4.4.3 การวิเคราะห์การเปรียบเทียบด้วย Model Selection

ในการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างแบบจำลอง Ordered Logit และแบบจำลอง Ordered Probit ด้วย Model Selection นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทราบถึงความเหมาะสมในการนำมาตีความหมายระหว่างทั้งสองแบบจำลองข้างต้นนี้ พบว่า ค่า AIC ของแบบจำลอง Ordered Logit เท่ากับ 128.1989 ส่วนค่า AIC ของแบบจำลอง Ordered Probit เท่ากับ 132.1123 ในส่วนของค่า BIC ของ Ordered Logit เท่ากับ 303.8233 ส่วนค่า BIC ของแบบจำลอง Ordered Probit เท่ากับ 307.7368 จะเห็นได้ว่า Model Selection ของแบบจำลอง Ordered Logit มีค่าน้อยกว่า Model Selection ของแบบจำลอง Ordered Probit ทั้งนี้จึงกล่าวได้ว่าแบบจำลอง Ordered Logit ดีกว่าและมีความเหมาะสมมากกว่าแบบจำลอง Ordered Probit จึงนำข้อมูลผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการใช้แบบจำลอง Ordered Logit ในการประมาณค่ามาตีความหมายในขั้นตอนต่อไป โดยใช้การวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effects) ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระหว่างแบบจำลอง Ordered Logit และแบบจำลอง Ordered Probit ด้วย Model Selection

Model Selection of Ordered Logit	Obs	ll(null)	ll(model)	df	AIC	BIC
	400	-354.5052	-20.09945	44	128.1989	303.8233
Model Selection of Ordered Probit	Obs	ll(null)	ll(model)	df	AIC	BIC
	400	-354.5052	-22.05617	44	132.1123	307.7368

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.4.4 การวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จากการประมาณค่าของ Ordered Logit Model ของผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน กาดกองต้า จังหวัดลำปาง

ในการตีความหมายได้มีการนำค่าผลกระทบส่วนเพิ่มที่ได้จากในทัวแปร  $X_{ij}$  มาดูความสัมพันธ์กับค่าทางเลือกในแบบจำลอง และพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าทางเลือกในแบบจำลอง พบว่า ระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ซึ่งอยู่ในระดับที่  $Y_i = 3$  ดังนั้น ถ้าจะพัฒนาปรับปรุงกิจกรรมถนนคนเดิน กาดกองต้าให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงอธิบายตีความหมายของตัวแปรต่าง ๆ นั้น ที่  $Y_i = 4$  ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก เพื่อคว่ามีตัวแปรหรือปัจจัยตัวไหนบ้างที่ทำให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน กาดกองต้าอยู่ในระดับดีมาก สามารถสรุปได้ดังนี้

โดยผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่  $Y_i = 4$  คือ ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินอยู่ในระดับดีมาก สามารถอธิบายได้ว่า

1. เมื่อปัจจัยด้านสินค้ามีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (X11) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.11
2. เมื่อปัจจัยด้านสินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท (X13) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.91
3. เมื่อปัจจัยด้านสินค้ามีการรับประกัน/เปลี่ยนคืนในกรณีที่สินค้ามีปัญหา (X15) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.90
4. เมื่อปัจจัยด้านอุปกรณ์/เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดปลอดภัย (X23) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.40

5. เมื่อปัจจัยด้านอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติดี (X25) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.61

6. เมื่อปัจจัยด้านสภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน (X34) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.15

7. เมื่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของศิลปิน/นักแสดงมีความดึงดูดใจ (X42) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.60

8. เมื่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีส่วนในการสร้างบรรยากาศในการชมการแสดง (X43) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.87

9. เมื่อปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรีดี (X55) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.13

10. เมื่อปัจจัยด้านความเพียงพอของแสงสว่างของไฟฟ้า (X61) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.54

11. เมื่อปัจจัยด้านความเพียงพอของห้องน้ำสาธารณะ (X62) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.96

12. เมื่อปัจจัยด้านความเพียงพอของที่จอดรถ (X63) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับดีมาก เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.78

การวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) จากการประมาณค่าของ Ordered Logit Model ของผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองศา จังหวัดลำปาง ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่มของตัวแปร (Marginal Effects)

ตัวแปร (Variable)	$\frac{\partial \Pr(Y_i = 0)}{\partial x_{ij}}$	$\frac{\partial \Pr(Y_i = 1)}{\partial x_{ij}}$	$\frac{\partial \Pr(Y_i = 2)}{\partial x_{ij}}$	$\frac{\partial \Pr(Y_i = 3)}{\partial x_{ij}}$	$\frac{\partial \Pr(Y_i = 4)}{\partial x_{ij}}$
X11	-	N/A	-6.46e-08 (0.609)	-0.0117979* (0.072)	0.011798* (0.072)
X13	-	N/A	-4.97e-08 (0.615)	-0.0090807* (0.099)	0.0090808* (0.099)
X15	-	N/A	-4.95e-08 (0.609)	-0.0090381* (0.082)	0.0090382* (0.082)
X23	-	N/A	-7.71e-08 (0.611)	-0.0140889* (0.074)	0.0140889* (0.074)
X25	-	N/A	-8.81e-08 (0.608)	-0.016099* (0.059)	0.016099* (0.059)
X34	-	N/A	-1.18e-07 (0.611)	-0.021533* (0.059)	0.0215331* (0.059)
X42	-	N/A	-8.79e-08 (0.607)	-0.0160469* (0.055)	0.0160469* (0.055)
X43	-	N/A	-4.74e-08 (0.608)	-0.008655* (0.091)	0.008655* (0.091)
X55	-	N/A	-6.17e-08 (0.610)	-0.0112759* (0.072)	0.011276* (0.072)
X61	-	N/A	-8.42e-08 (0.610)	-0.01538* (0.063)	0.0153801* (0.063)
X62	-	N/A	-5.28e-08 (0.614)	-0.0096421* (0.077)	0.0096422* (0.077)
X63	-	N/A	-9.74e-08 (0.610)	-0.0177893* (0.055)	0.0177894* (0.055)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ตารางแสดงค่า dy/dx และในวงเล็บแสดงค่า P value

โดยที่  $\frac{\partial \Pr(Y_i = 0)}{\partial x_{ij}}$  ไม่พบข้อมูลที่ Y=0

โดยที่ N/A หมายถึง ไม่สามารถคำนวณหาข้อมูลได้

โดยที่ \* มีระดับนัยสำคัญ ที่  $\alpha = 0.10$  หรือระดับความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 90