

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการประเมินความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินภาคองต้า จังหวัดลำปาง ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้ 1) แนวคิดการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน 2) แนวคิดการประเมินผล โครงการ 3) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ 4) ทฤษฎีการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ ได้แก่ แบบจำลอง Ordered Probit และแบบจำลอง Ordered Logit

#### 2.1 แนวคิดทางทฤษฎี

##### 2.2.1 แนวคิดการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน

###### (1) แนวคิดถนนคนเดินเท้า

ถนนคนเดินเป็นแนวคิดที่ว่าถนนเป็นพื้นที่สาธารณะขนาดใหญ่ของเมืองที่ทุกคนเข้าถึงและใช้ทำกิจกรรมสาธารณะได้ มีความสำคัญในฐานะเป็นพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรมของชุมชนที่มีควรถูกใช้สำหรับเป็นทางรถยนต์ แรงผลักดันให้เกิดถนนคนเดินในโลกเกิดจากการเรียกร้องสิทธิและความต้องการใช้พื้นที่สาธารณะเพื่อกิจกรรมของคนทั้งทางกายภาพ สังคม การเมือง นันทนาการ เป็นการต่อต้านบทบาท ปัญหา และผลกระทบของรถยนต์ที่มีต่อการอยู่อาศัย ได้แก่ มลภาวะ (เสียง ควัน ฝุ่นละออง ภาวะโลกร้อน) การจราจรแออัด และติดขัด อุบัติเหตุทางการจราจร การสิ้นเปลืองทรัพยากรน้ำมัน นอกจากนี้เกิดจากความต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองโดยมองว่าภาพลักษณ์ของเมืองอยู่ที่ภาพลักษณ์ของพื้นที่คนเดิน (Image of the city is the image of space where people walk) และการสร้างระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพ และการรณรงค์ให้เดินทางด้วยการเดินเท้า จะเป็นแรงผลักดันที่ทำให้คนหันมาใช้ขนส่งมวลชนแทนรถยนต์มากขึ้น

การปิดถนนเพื่อคนเดินเท้าเกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศอุตสาหกรรมและแนวคิดนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกำลังเป็นแนวโน้มของการพัฒนาเมือง โดยเฉพาะเมืองประวัติศาสตร์ในยุโรปในกลุ่มตลาดร่วมยุโรปกำลังคิดถึงการเมืองที่ปลอดรถยนต์มีแต่คนเดินเท้า และจักรยานเท่านั้น ข้าหลวงใหญ่ฝ่ายสิ่งแวดล้อมของอีซีได้เสนอผลการศึกษาว่า การใช้ชีวิตในเมืองที่ปลอดรถยนต์จะทำให้ค่าครองชีพถูกลง 2 ถึง 5 เท่า ในประเทศญี่ปุ่นมีการปิดถนนชินจูกุ ซึ่ง

เป็นย่านธุรกิจในนครโตเกียวในช่วงวันอาทิตย์มานานกว่า 20 ปี และหลวงพระบางก็กำลังจะปิดถนนอนุรักษ์อย่างถาวร ห้ามมิให้ขุดยานใด ๆ ยกเว้นจักรยานเข้าไป สาเหตุที่ทำให้เกิดแนวคิดการปิดถนนให้คนเดิน คือปัญหาที่สั่งสมมาจากการจราจรติดขัดบนถนนสายนั้นเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดกระแสการปฏิเสธรถยนต์ การจราจรที่แออัดพลุกพล่านได้ทำลายสังคม เศรษฐกิจของย่านนั้น และบ่อนทำลายสุขภาพและความปลอดภัยของคนเดินถนนจนทำให้เขาเหล่านั้นปราศจากความสุขในแง่สังคม การจราจรที่พลุกพล่านตัดขาดการติดต่อของคนสองฟากฝั่งถนนจากในอดีตที่เคยข้ามไปมาหาสู่กัน เมื่อการจราจรทำให้คนสองฟากถนนติดต่อกันยากและไม่ปลอดภัย ทำลายจิตวิญญาณของชุมชน (community spirit) และทำให้ชุมชนอ่อนแอ ในแง่เศรษฐกิจ การค้าขายของห้างร้านต่าง ๆ ถดถอยลงเนื่องจากลูกค้าหาที่จอดรถไม่ได้ สินค้าที่ตั้งโชว์สกปรกไปด้วยเขม่าควันจากการจราจร ยากที่จะขายได้กำไร ในแง่สุขภาพ คนเดินเท้าต้องผจญ ฝุ่นละออง ก๊าซพิษ และควันจากท่อไอเสียรถยนต์จำนวนมาก ปอดและระบบทางเดินหายใจถูกทำร้ายจากฝุ่น ฟูเฟือนจากเสียงดังเกินระดับของการจราจรทำให้เจ็บป่วย สุขภาพถูกบั่นทอน และเสียชีวิตหรือบาดเจ็บจากการถูกรถเฉี่ยวชน การปิดถนนเพื่อให้คนเดินเท้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดของการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนที่ต้องการให้คนในเมืองเดินทางแบบไร้เครื่องยนต์ เพื่อประหยัดพลังงาน ลดมลภาวะทางอากาศ และประชาชนมีโอกาสออกกำลังกายไม่ได้ตั้งใจ มีทางเลือกในการสัญจร และมีโอกาสพบปะพูดคุยกับคนอื่น ๆ สามารถสร้างสัมพันธภาพกับคนอื่น ๆ และเป็นการฟื้นฟูจิตวิญญาณของชุมชนทำให้ชุมชนเข้มแข็ง โครงการปิดถนนให้คนเดินในทุกเมือง เริ่มแรกมักได้รับการคัดค้านหรือต่อต้านจากห้างร้านที่เรียงรายริมถนน เพราะเกรงจะกระทบธุรกิจของตน หรือจากผู้ใช้ถนนที่ไม่คุ้นชินกับการเปลี่ยนแปลงเส้นทาง หรือรับความไม่สะดวกจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น แต่เมื่อดำเนินไปได้ระยะหนึ่งผู้ประกอบการกลับพบว่าถนนคนเดินทำให้เศรษฐกิจของพวกเขาดีขึ้น ประชาชนมีความสุขกับการเดินช้อปปิ้งในบรรยากาศที่ดี และปลอดภัยและเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจแห่งใหม่ของเมืองเพราะชาวเมืองสามารถมาร้องรำทำเพลงบนถนนอย่างสนุกสนาน หรือแสดงความสามารถด้านศิลปะแขนงต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ (ระวีวรรณ โอพารัตน์มณี, 2546)

## (2) ลักษณะกิจกรรมถนนคนเดิน

โครงการถนนคนเดินเป็นลักษณะของ “กิจกรรมรณรงค์” เพื่อการอนุรักษ์ และประหยัดพลังงานที่เน้นความสอดคล้องกับวิถีชุมชนในพื้นที่ดำเนินการ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานตามโครงการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หลายประการในเวลาเดียวกัน ดังนี้ (จุดประกายปริทัศน์, 2545)

1. การรณรงค์ให้ประชาชนเข้าใจและตระหนักในเรื่องการประหยัดพลังงานโดยผ่านกิจกรรมในแต่ละครั้งโดยจัดเตรียมวิธีการประหยัดพลังงานเป็นเกมส์ หรือสื่อต่าง ๆ ตลอดจน

นิทรรศการ การประชาสัมพันธ์ เชิญชวนให้ประชาชนเริ่มประหยัดพลังงาน โดยเริ่มจากตนเอง หรือเริ่มที่บ้าน

2. การปิดการจราจรนอกจากเป็นกุศโลบายในการเชิญชวนให้ผู้มาเที่ยวงานหันมาใช้รถสาธารณะเพื่อแก้ปัญหาเรื่องรถที่จอดแล้ว ยังเห็นผลเชิงประจักษ์เมื่อถนนคนเดินที่ดำเนินการกิจกรรมไม่มีรถยนต์วิ่งจึงเป็นการลดมลพิษไปในตัว และเมื่อมีการปิดการจราจรบนถนนเพื่อดำเนินการอย่างสม่ำเสมอในทุกสัปดาห์ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ดำเนินการตลอดจนประชาชนที่มาร่วมกิจกรรมบนถนนจะรู้สึกได้ถึงอากาศที่ดีขึ้นเมื่อไม่มีรถยนต์มาวิ่งบนถนนนั้น

3. รูปแบบกิจกรรมที่จัดขึ้นบนถนนคนเดิน เป็นกิจกรรมที่มีความยืดหยุ่น โดยเน้นให้เกิดความสอดคล้องกับชุมชน หรือพื้นที่ดำเนินการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้นอกจากเป็นการสร้างความเป็นเจ้าของและการมีส่วนร่วมของประชาชนแล้วยังเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมในพื้นที่ไปด้วย อันนำมาซึ่งความน่าสนใจของกิจกรรมที่ได้มีการจัดแสดงสาธิต ใช้งานแสดงทางวัฒนธรรมดนตรี งานศิลปะ งานฝีมือ หัตถกรรม หัตถศิลป์ และอีกมากมายที่เกิดขึ้นบนถนนคนเดินในแต่ละแห่งซึ่งเสน่ห์เหล่านี้คือแม่เหล็กในการดึงดูดให้ประชาชนเกิดความสนใจในตัวเนื่องงานและกิจกรรมตลอดจนวัฒนธรรมการแสดงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนถนนคนเดินในรูปแบบนี้จึงได้ผลในเชิงส่งเสริมการท่องเที่ยวไปในตัว

4. การกระจายรายได้ จากการที่มีประชาชนมาร่วมงานนับแสนคนทำให้เกิดเม็ดเงินจากการซื้อของ และจับจ่ายสินค้าท้องถิ่น เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน

5. การรณรงค์ประหยัดพลังงาน มุ่งเน้นในการปลูกฝัง สร้างความเข้าใจกระตุ้นจิตสำนึกให้ประชาชนเห็นความจำเป็นที่จะต้องเริ่มต้นประหยัดพลังงาน หากแต่การประหยัดพลังงานจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อทุก ๆ คนพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และลงมือปฏิบัติ

กล่าวโดยสรุปโครงการถนนคนเดิน คือกิจกรรมรณรงค์รูปแบบหนึ่งที่ทำหน้าที่นำข้อมูลเรื่องการรณรงค์ประหยัดพลังงาน ไปสู่ประชาชนในรูปแบบของการใช้ถนนเป็นสื่อกลาง โดยผ่านนิทรรศการในรูปแบบบันเทิงต่าง ๆ การแสดงด้านวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับประเพณีท้องถิ่นอันเป็นตัวเชื่อมประสานระหว่างประชาชนในแต่ละพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวงาน ทั้งนี้ยังเป็นกิจกรรมที่มีความยืดหยุ่นในวิธีดำเนินการ คือไม่มีรูปแบบเฉพาะนอกจากปรัชญาของโครงการที่ยึดมั่นในเป้าหมายที่จะรณรงค์ให้ประชาชนเข้าใจว่าการประหยัดพลังงานตั้งแต่นั้นนี้คือความจำเป็นเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายตนเอง และสงวนเงินตราต่างประเทศไว้ในประเทศของเราในภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

นอกจากนี้ ระวีวรรณ โอพารัตน์มณี (2546) ยังได้อธิบายถึงการเกิดถนนคนเดินควรมีปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

1. ระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพ เป็นเรื่องสำคัญที่สุดที่จะต้องสร้างวิธีการให้คนเข้าออกเมืองและเดินทางภายในเมืองได้โดยไม่ต้องใช้รถส่วนตัว หรือรถรับจ้างส่วนบุคคล โดยต้องมีระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพที่ครอบคลุมพื้นที่ เพียงพอกับความต้องการ มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่จอดรถและจุดออกนอกเมือง มีคุณภาพ ไม่มีผลกระทบทางมลพิษด้านต่าง ๆ เช่น ควัน เสียง และมีฐานราคาโดยสารที่เหมาะสม

2. ระบบที่จอดรถในเมือง ผู้อยู่อาศัย และร้านค้าในเมืองยังคงมีความต้องการใช้รถส่วนตัวบ้างเพื่อการเดินทางระยะไกล ขนส่งสินค้า หรือรองรับความสะดวกสบาย ดังนั้นปริมาณรถส่วนตัวในเขตเมืองย่อมต้องมีอยู่ และการจัดการพื้นที่จอดรถที่ดี ตลอดจนการจำกัดการจอดรถตามข้างทาง ทำให้ถนนมีความเป็นระเบียบและเอื้อต่อการเดินเท้า

3. นโยบาย Traffic Calming ของเมือง เช่น การจำกัดความเร็ว การเก็บค่าธรรมเนียมก่อนเข้าเขตเมือง การกำหนดผู้มีสิทธิเข้าเมือง การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจอดรถ การให้ส่วนลดภาษีแก่ผู้ไม่มีรถส่วนตัวที่อาศัยในเมือง การเก็บภาษีน้ำมันเบนซิน และดีเซลสูงจนไม่คุ้มต่อการเดินทางส่วนตัว เหล่านี้มีส่วนช่วยให้คนลดการใช้รถส่วนตัว และหันมาใช้ขนส่งมวลชน และการเดินเท้ามากขึ้น

4. การออกแบบระบบการเดินเท้า เช่น ความกว้างของทางเท้าที่เหมาะสม การลดอุปสรรค และสิ่งกีดขวางต่าง ๆ การจัดระบบพื้นที่สีเขียวขนานทางเท้า และการจัดวางองค์ประกอบของสวนตกแต่งถนนให้เกื้อหนุนต่อการเดิน การออกแบบจุดตัดระหว่างทางรถกับทางเท้าให้มีความเหมาะสม และปลอดภัย เป็นต้น

5. การสร้างแรงจูงใจในการเดิน เช่น การสร้างรูปลักษณ์ของอาคารที่สวยงาม และทัศนียภาพที่รื่นรมย์ มีร้านค้า และแหล่งจับจ่ายเป็นระยะทำให้เกิดความต้องการเดินชมสินค้า การจัดจุดน้ำดื่มสาธารณะ จุดนั่งพักผ่อน พุดคุย ทานอาหาร และเครื่องดื่มระหว่างทาง เพื่อให้คนเลือกที่จะเดินมากกว่านั่งรถ

6. การสนับสนุนให้ใช้จักรยานเป็นวิธีการที่มักใช้ควบคู่กับการลดการใช้รถยนต์ ซึ่งมีหลายวิธี เช่น การจัดจักรยานสาธารณะมีที่จอดอยู่ทั่วไปโดยการมีผู้สนับสนุนเอกชนที่อาศัยจักรยานเป็นสื่อในการโฆษณาสินค้า การจัดหาที่จอดจักรยานสาธารณะที่หาง่าย และปลอดภัย หรือการจัดที่จอดจักรยานส่วนตัวใกล้กับจุดขึ้นลงสถานีขนส่งมวลชน

7. การใช้กลยุทธ์จิตวิทยาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างสำนึกและความร่วมมือจากประชาชน

### (3) ถนนคนเดินในต่างประเทศ

ในปี ค.ศ. 1962 ถนน Stroget ในโคเปนเฮเกน เป็นถนนสายแรกที่ถูกเปลี่ยนเป็นถนนคนเดิน โดยได้มีการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไปจากความสำเร็จของถนนสายแรกสู่สายต่อ ๆ มาที่ได้ถูกปรับเป็นพื้นที่สาธารณะของเมือง ปัจจุบันถนนคนเดินในเดนมาร์กมีความยาวประมาณ 3.2 กิโลเมตร เพิ่มขึ้นจากในปี 1962 ถึง 6 เท่าตัว เป็นโครงข่ายถนนคนเดินที่ยาวที่สุดแห่งหนึ่งในโลก ส่วนในประเทศฝรั่งเศสจะมีถนนคนเดินที่เมืองบอร์กโดซ์ ซึ่งเป็นเมืองทางตอนใต้ ในอดีตเคยเป็นเมืองท่า แต่ต่อมาท่าเรือได้ย้ายออกไป เมืองบอร์กโดซ์มีเนื้อที่ประมาณ 250 ตารางกิโลเมตร เป็นเมืองที่มีถนนแบบยุคกลาง มีอาคารอนุรักษ์ที่ได้รับการรักษาสภาพไว้เป็นอย่างดีที่สุดเมืองหนึ่ง ซึ่งถนนคนเดินที่เก่าแก่ที่สุดในเมืองบอร์กโดซ์ คือ St. Catharine นอกจากนี้ ถนน 16 (16 th Street) ของเมืองเดนเวอร์ ก็เป็นตัวอย่างของการพัฒนาถนนคนเดินแบบเมืองสมัยใหม่ในอเมริกา ที่มีถนนแบบตารางบริเวณเดิมของถนน 16 เป็นพื้นที่ค้าขายในเมือง และในปี ค.ศ. 1982 ได้รับการปรับปรุงเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านค้า โรงภาพยนตร์ โรงแรมอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน และปิดถนนเป็นถนนคนเดินและมีรถโดยสาร (shuttle) วิ่งวนไปกลับรับส่งคนโดยไม่เก็บเงิน ซึ่งจากความสำเร็จของถนนคนเดินในต่างประเทศ ส่วนใหญ่เกิดขึ้นเนื่องจาก การมีระบบขนส่งมวลชนที่ดี รวมถึงการส่งเสริมการจัดจรรย์าน รวมถึงมีการรักษาสภาพอาคาร ถนน ทางเท้าและภูมิทัศน์ไว้เป็นอย่างดี มีการสร้างสภาพแวดล้อมให้สวยงามน่าเดิน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนารูปแบบถนนเพื่อส่งเสริมการเดินทาง (ระวีวรรณ โอพารัตน์มณี, 2546)

### (4) โครงการถนนคนเดินกาดกองต้า

บทสรุปของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2554) อธิบายโครงการถนนคนเดินว่าเป็นกิจกรรมที่มีการดำเนินการในจังหวัดลำปางบริเวณชุมชนตลาดจีน หรือกาดกองต้า ซึ่งเป็นถนนสายเศรษฐกิจที่มีความเป็นมาที่เก่าแก่และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในจุดที่เคยเป็นศูนย์กลางการค้าขายที่สำคัญของเมืองลำปางยุคหนึ่งที่มีประวัติและความเป็นมายาวนาน มีชุมชนที่จะสามารถกระตุ้นและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้ โดยมีการปิดถนนตั้งแต่เชิงสะพานรัชฎาถึงแยกสวนดอก ความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร นับเป็นการปลุกวัฒนธรรมของพื้นที่ให้มีชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้ง และมีการนำขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีที่งดงามของล้านนามาเป็นหัวใจในการนำเสนอในรูปแบบของกิจกรรมถนนคนเดิน เริ่มแรกเกิดขึ้นจากความต้องการของชาวบ้านในชุมชนที่ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมในชุมชนของตนเองขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมการจัดกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชน อีกทั้งต้องการที่จะสร้างความสามัคคีให้แก่คนในชุมชน ทั้งนี้ยังเป็นการเพิ่มรายได้และเป็นแหล่งกระจายสินค้า รวมทั้งเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมพื้นบ้านให้แก่ผู้ที่เข้ามาเดินถนนคนเดิน ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่วันที่ 12 เมษายน 2547 แต่ก็มีการจัดเฉพาะช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น

ต่อมาจึงเสนอโครงการไปยังเทศบาลนครลำปาง และทางเทศบาลนครลำปางจึงได้สนับสนุนและจัดให้เกิดโครงการถนนคนเดินดังกล่าวขึ้นมาอีกครั้ง ภายใต้กิจกรรม “กาดกองต้า กองฮิมวัง อาหารฮิมน้ำ ย้อนยุควิถีชีวิตวัฒนธรรมคนเมือง” เริ่มตั้งแต่วันที่ 5 พฤศจิกายน 2548 ตั้งแต่เวลา 17.00 – 22.00 น. และได้จัดกิจกรรมเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

โครงการถนนคนเดินกาดกองต้า ที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตามแนวทางวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้จังหวัดลำปางมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตชุมชนคนเมืองที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นชุมชนน่าอยู่ เมืองน่าอยู่ อย่างมีชีวิตชีวาอย่างยั่งยืน
2. เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดลำปางให้ดีขึ้น
3. เพื่อให้ประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะในชุมชนกาดกองต้าได้มีจิตสำนึกรำลึกคุณค่าของทุนทางสังคมตามวัฒนธรรมวิถีชีวิตคนเมืองของตนเองที่เคยรุ่งเรืองมาตั้งแต่ในอดีตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงและอนุรักษ์ให้ยั่งยืนต่อไป

โครงการดังกล่าว เป็นการก่อประโยชน์ให้กับชุมชนทั้งในแง่ของสังคม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิต เพราะการเปิดถนนจะทำให้สามารถนำพื้นที่มาสร้างเป็นลานกิจกรรมทางสังคม กลายเป็นที่สาธารณะกลางเมืองให้ชุมชนพร้อมทั้งให้โอกาสถนนและพื้นที่ตัวจากมลพิษ เป็นการพัฒนาทั้งทางด้านรูปธรรมและนามธรรม คือ ได้มีโอกาสปรับปรุงทั้งทางด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมของเมือง และคุณภาพจิตใจของประชาชน

## 2.2.2 แนวคิดการประเมินผลโครงการ (สมพิศ สุขแสน, 2545)

### (1) ความของการประเมินผลโครงการ

การประเมินผลโครงการ หมายถึง กระบวนการที่มุ่งแสวงหาคำตอบว่านโยบาย/แผนงาน/โครงการบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ เพียงใด โดยมีมาตรฐานและเครื่องมือในการวัดที่แม่นยำและเชื่อถือได้

### (2) จุดมุ่งหมายของการประเมินผลโครงการ

1. เพื่อสนับสนุนหรือยกเลิก การประเมินผลจะเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจว่าควระยกเลิกโครงการหรือสนับสนุนให้มีการขยายผลต่อไป โดยเฉพาะการมีโครงการใหม่ ๆ ยังไม่ได้จัดทำในรูปของโครงการทดลอง (Experimental) ซึ่งมีโอกาสจะผิดพลาดหรือล้มเหลวได้ง่าย ความล้มเหลวของโครงการจึงไม่ใช่ความล้มเหลวของผู้บริหารเสมอไป ดังนั้นถ้าเราประเมินผลแล้ว

โครงการนั้นสำเร็จตามที่กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายไว้ก็ควรดำเนินการต่อไป แต่ถ้าประเมินผลแล้วโครงการนั้นมีปัญหา หรือมีผลกระทบเชิงลบมากกว่าเราก็ควรยกเลิกไป

2. เพื่อทราบถึงความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานตามโครงการ ว่าเป็นไปตามที่กำหนด วัตถุประสงค์และเป้าหมาย หรือกฎเกณฑ์ หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้เพียงใด

3. เพื่อปรับปรุงงาน ถ้าเรานำโครงการไปปฏิบัติแล้ว พบว่าโครงการไม่ได้เสียทั้งหมด แต่ก็ยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทุกข้อ เราควรนำโครงการนั้นมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น โดยพิจารณาว่าโครงการนั้นบกพร่องในเรื่องใด เช่น ขาดความร่วมมือของประชาชน ขัดต่อค่านิยมของประชาชน ขาดการประชาสัมพันธ์ หรือสมรรถนะขององค์การที่รับผิดชอบต่ำ เมื่อเราทราบผลของการประเมินผลเราก็จะได้ปรับปรุงแก้ไขให้ตรงประเด็น

4. เพื่อศึกษาทางเลือก (Alternative) โดยปกติในการนำโครงการไปปฏิบัตินั้น ผู้บริหารโครงการจะพยายามหาทางเลือกที่ดีที่สุด จากทางเลือกอย่างน้อย 2 ทางเลือก ดังนั้นการประเมินผลจะเป็นการเปรียบเทียบทางเลือกก่อนที่จะตัดสินใจทางเลือกใดปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงให้น้อยลง

5. เพื่อขยายผลในการนำโครงการไปปฏิบัติ ถ้าเราไม่มีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เราอาจจะไม่ทราบถึงความสำเร็จของโครงการ แต่เราประเมินผลโครงการเป็นระยะสม่ำเสมอ ปรากฏว่าโครงการนั้นบรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดวัตถุประสงค์ เราก็ควรจะขยายผลโครงการนั้นต่อไป แต่การขยายผลนั้นไม่ได้หมายความว่าขยายไปได้ทุกพื้นที่ การขยายผลต้องคำนึงถึงมิติของประชากร เวลา สถานที่ สถานการณ์ต่าง ๆ เช่น โครงการปลูกพืชเมืองหนาวจะประสบความสำเร็จดีในพื้นที่ภาคเหนือ แต่ถ้าขยายผลไปยังภูมิภาคอื่นอาจจะไม่ได้ผลดีเสมอไป เพราะต้องคำนึงถึงลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ เชื้อชาติ ค่านิยม ฯลฯ ดังนั้นสิ่งที่ต้องคำนึงคือ สิ่งที่น่าไปในพื้นที่หนึ่งอาจได้ผลดี แต่นำไปขยายผลในพื้นที่หนึ่งอาจไม่ได้ผล หรือสิ่งที่เคยทำได้ผลดีในช่วงเวลาหนึ่ง อาจจะไม่ได้ผลดีในอีกช่วงเวลาหนึ่ง

### (3) เกณฑ์และตัวชี้วัดความสำเร็จ

การประเมินผลโครงการนั้นต้องมีเกณฑ์และตัวชี้วัด (Indicator) ระดับความสำเร็จของโครงการให้ทราบ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลโครงการ (วรเดช จันทรศร และไพโรจน์ ภัทรนรากุล, 2541: 44) มีดังนี้

1. เกณฑ์ประสิทธิภาพ (Efficiency) มีตัวชี้วัด เช่น สัดส่วนของผลผลิตต่อค่าใช้จ่าย ผลผลิตต่อหน่วยเวลา ผลผลิตต่อกำลังคน ระยะเวลาในการให้บริการผู้ป่วย

2. เกณฑ์ประสิทธิผล (Effectiveness) มีตัวชี้วัด เช่น ระดับการบรรลุเป้าหมาย ระดับการบรรลุตามเกณฑ์มาตรฐาน ระดับการมีส่วนร่วม ระดับความเสี่ยงของโครงการ

3. เกณฑ์ความพอเพียง (Adequacy) มีตัวชี้วัด เช่น ระดับความพอเพียงของทรัพยากร
  4. เกณฑ์ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีตัวชี้วัด เช่น ระดับความพึงพอใจ
  5. เกณฑ์ความเป็นธรรม (Equity) มีตัวชี้วัด เช่น การให้โอกาสกับผู้ด้อยโอกาส ความเป็นธรรมระหว่างเพศ หรือระหว่างกลุ่มอาชีพ
  6. เกณฑ์ความก้าวหน้า (Progress) มีตัวชี้วัด เช่น ผลผลิตเปรียบเทียบกับเป้าหมายรวม กิจกรรมที่ทำเสร็จแล้ว ทรัพยากร และเวลาที่ใช้ไป
  7. เกณฑ์ความยั่งยืน (Sustainability) มีตัวชี้วัด เช่น ความอยู่รอดของโครงการด้านเศรษฐกิจ สมรรถนะด้านสถาบัน ความเป็นไปได้ในด้านการขยายผลของโครงการ
  8. เกณฑ์ความเสียหายของโครงการ (Externalities) มีตัวชี้วัด เช่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น
- สำหรับตัวชี้วัด (Indicator) ความสำเร็จของโครงการนั้น หมายถึง ข้อความที่แสดง หรือระบุประเด็นที่ต้องการจะวัดหรือประเมิน หรือตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา โดยจะมีการระบุ ลักษณะที่ค่อนข้างเป็นรูปธรรม ทั้งส่วนที่มีลักษณะเชิงปริมาณ และส่วนที่แสดงลักษณะเชิงคุณภาพ

#### (4) หลักการสร้างตัวชี้วัดที่ดี

ในการสร้างตัวชี้วัดที่ดี จำเป็นจะต้องมีหลักการที่ใช้เป็นเป้าหมายในการดำเนินการ ดังนี้

1. เลือกใช้/สร้างตัวชี้วัดที่ดีเป็นตัวแทนที่สำคัญเท่านั้น
2. คำอธิบาย หรือการกำหนดตัวชี้วัดควรเป็นวลีที่มีความชัดเจน
3. ตัวชี้วัดอาจจะกำหนดได้ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ
4. ควรนำจุดประสงค์ของโครงการ หรือประเด็นการประเมินมาเป็นตัวชี้วัด
5. การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวชี้วัดควรรวบรวมข้อมูลทั้งจากปฐมภูมิและทุติยภูมิ

เกณฑ์และตัวชี้วัดดังกล่าวนี้ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลโครงการได้ดี ซึ่งจะครอบคลุมมิติด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านบริหารจัดการ ด้านทรัพยากร และด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถวัดถึงความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการพัฒนาต่าง ๆ ของรัฐได้ ซึ่งในทางปฏิบัติมักประเมินผลจะต้องนำเกณฑ์และตัวชี้วัดดังกล่าวมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะและบริบทของโครงการ



### 2.2.3 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

คำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นคำที่ค่อนข้างใหม่ และมีลักษณะของความเป็นนามธรรมมากกว่าความเป็นรูปธรรม ในความเข้าใจของคนทั่วไป โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกก็มักจะพูดถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมเป็นหลัก ทำให้เกิดความสับสนระหว่างคำว่า “เศรษฐกิจวัฒนธรรม (Cultural Economy)” และ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)” อยู่ไม่น้อย ซึ่งความสับสนและความไม่เข้าใจดังกล่าวทำให้การแบ่งประเภทและขอบเขตของอุตสาหกรรมในปัจจุบันยังมีความไม่ชัดเจนและเป็นสากล (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ศูนย์สร้างสร้งงานออกแบบ, 2552)

#### (1) ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยภาพรวมความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ยังอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาแนวคิดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีความหลากหลาย และยังไม่มีความจำกัดความที่สร้างความเข้าใจและยอมรับอย่างเป็นทางการเป็นหนึ่งเดียวกัน อย่างไรก็ตาม มีความหมายอย่างง่ายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดขึ้นจากความคิดของมนุษย์” โดย John Howkins ทั้งนี้ มีคำจำกัดความที่มักใช้อ้างอิงอย่างกว้างขวาง ดังนี้

##### 1.1) ความหมายที่กำหนดโดยประเทศที่เป็นผู้นำการพัฒนา

สหราชอาณาจักรเป็นประเทศแรก ๆ ที่ให้ความสำคัญต่อแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเป็นประเทศต้นแบบที่มีความสำเร็จในการพัฒนาได้รับการยอมรับให้เป็น “ศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก (World Creative Hub)” ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้ “เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงานให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถสังสรรค์และส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา”

##### 1.2) ความหมายที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศเพื่อสร้างมาตรฐานอ้างอิง

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในบริบทของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นบริบทของทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Right) ว่า “ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและ

ศิลปะทั้งหมดทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างงาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีทันใดในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตเสียก่อน”

**องค์การยูเนสโก (UNESCO)** ได้ยึดคำนิยามที่นำเสนอโดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬาของสหราชอาณาจักร (UK DCMS) ว่า คือ “อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สิน”

โดยสรุป จะเห็นได้ว่าความหมาย “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมใหม่

## (2) ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมกลุ่มต่าง ๆ ที่ได้รับการจัดกลุ่ม และแยกประเภทบนพื้นฐานของแนวคิดหลัก 2 แนวคิดกว้าง ๆ คือ กลุ่มที่แยกประเภทตามชนิดสินค้า/บริการ และกลุ่มที่แยกประเภทตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต โดยมีตัวอย่างรูปแบบการแบ่งประเภทที่เป็นที่รู้จักในปัจจุบันทั้งหมด 6 รูปแบบ ดังนี้

**2.1) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศสหราชอาณาจักร (UK DCMS Model)** โดยเป็นผู้ริเริ่มการแบ่งอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นครั้งแรกในปี 2541 ซึ่งแบ่งออกเป็น 13 กลุ่ม แยกตามสินค้าและบริการ คือ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานศิลปะและวัตถุโบราณ งานฝีมือ แฟชั่น งานออกแบบ ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์ และวิทยุ และ วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์

**2.2) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้วัฒนธรรมเป็นหลัก (Symbolic Texts Model)** แบ่งออกเป็น 11 กลุ่ม ได้แก่ โฆษณา ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ดนตรี สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และวิดีโอ ศิลปะสร้างสรรค์ เครื่องใช้ไฟฟ้า แฟชั่น ซอฟต์แวร์และ กีฬา

**2.3) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric Circle Model)** แบ่งออกเป็น 14 กลุ่ม ได้แก่ วรรณกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง งานศิลปะ ภาพยนตร์ พืชภัณฑ์และห้องสมุด การดูแลศิลปวัตถุ/โบราณสถาน สื่อสิ่งพิมพ์ การบันทึกเสียง วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานออกแบบ แฟชั่น

**2.4) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright Model)** ใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด แบ่งออกเป็น 20 กลุ่ม ได้แก่ โฆษณา งานสะสม ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ งาน

ศิลปะและกราฟฟิค สื่อสำหรับบันทึก เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องดนตรี กระจาดย เครื่องถ่ายเอกสารและอุปกรณ์ถ่ายภาพ สถาปัตยกรรม เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า งานออกแบบ แฟชั่น สินค้าตกแต่งบ้าน และของเล่น

**2.5) การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดย UNCTAD** ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)

**2.6) การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดย UNESCO** ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นเฉพาะด้านวัฒนธรรมออกเป็น 5 กลุ่มหลัก (Core Cultural Domains) ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (Cultural and Natural Heritage) การแสดง (Performance and Celebration) ทัศนศิลป์ งานฝีมือ และการออกแบบ (Visual arts, Crafts and Design) หนังสือและสิ่งพิมพ์ (Books and Press) และ โสตทัศนและสื่อดิจิทัล (Audio Visual and Digital Media) นอกจากนั้นยังได้เพิ่มกลุ่มอื่นที่เกี่ยวข้อง (Related Domains) เพื่อเป็นทางเลือกในการจัดประเภทให้เหมาะสมกับลักษณะวัฒนธรรมของแต่ละประเภท

**(3) การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (NBSDB)**

จากการทบทวนกรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์พบว่าองค์ประกอบของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” จะมีพื้นฐานแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน โดยที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การตั้งสมมติฐานของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมใหม่ แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะมีพื้นฐานแนวคิดที่คล้ายคลึงกันแต่ก็มีความแตกต่างของการจัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ในระดับองค์การระหว่างประเทศซึ่งกำหนดขอบเขตเพื่อเป็นมาตรฐานอ้างอิงนั้น มีจุดเน้นและการให้น้ำหนักความสำคัญที่แตกต่างกัน สำหรับในระดับประเทศนั้นเป็นผลมาจากอัตลักษณ์ ตลอดจนการเลือกกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐานของความได้เปรียบ ทั้งความได้เปรียบเชิงสัมบูรณ์และเชิงเปรียบเทียบ (Absolute and Comparative Advantages)

การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยโดย สศช. จะใช้การจัดประเภทโดยยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก และ 15 กลุ่มย่อย ทั้งนี้ การจัดประเภทนี้เป็นเพียงข้อเสนอเบื้องต้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อชี้ถึงความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยต่อไป ดังแสดงได้ในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบการจัดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

	DCMS	Symbolic Texts	Concentri c Circles	WIPO	UNCTA D	UNESC O/UIS	NESDB
1. การโฆษณา	X	X	X	X	X	X	X
2. สถาปัตยกรรม	X		X	X	X	X	X
3. การออกแบบ	X		X	X	X	X	X
4. แฟชั่น	X	X	X			X	X
5. फिल्म และวิดีโอ	X	X	X	X	X	X	X
6. ฮาร์ดแวร์ (อุปกรณ์)	X	X		X		X	
7. บริการท่องเที่ยว			X		X	X	X
8. วรรณกรรม		X	X	X	X	X	X
9. ดนตรี	X	X	X	X	X	X	X
10. พิพิธภัณฑ์ ห้อง แสดง ห้องสมุด			X	X		X	
11. การพิมพ์ สื่อ สิ่งพิมพ์	X	X	X	X	X	X	X
12. ซอฟต์แวร์	X	X		X	X		X
13. กีฬา		X					
14. ศิลปะการแสดง (ละครเวทีและ เต้นรำ)	X	X	X	X	X	X	X
15. การกระจายเสียง		X	X	X	X	X	X
16. วิดีโอเกมส์	X	X	X	X	X	X	X
17. ทักษะศิลปการ ถ่ายภาพและงาน ฝีมือ	X	X	X	X	X	X	X
18. อาหารไทย							X
19. การแพทย์แผนไทย							X

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2552

#### (4) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แม้แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย และยังไม่มีการกำหนดนิยามและขอบเขตของกิจกรรมที่ชัดเจน แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจะพบว่าประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญา เพื่อใช้ ประโยชน์ในวงจำกัดและเพื่อการพาณิชย์มาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะหลัง ได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตและบริการต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและบูรณาการมากขึ้น ตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ อุตสาหกรรมออกแบบ และเครือข่ายวิสาหกิจสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อการส่งออก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม กลไกและนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เหล่านี้ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ความชัดเจนของนโยบาย การบูรณาการของแผน และหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจน โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ยังเป็นสิ่งที่ต้องการพัฒนาและผลักดัน อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความได้เปรียบในภาวะที่หลายประเทศยังคงอยู่ในระยะเริ่มต้นเช่นเดียวกับไทย

ประเทศไทยเริ่มต้นตัวและกำลังทำความเข้าใจกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) กันมากขึ้น หลังจากรัฐบาลนายฯ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ประกาศเดินหน้าและพร้อมผลักดันให้เรื่องนี้เป็น “วาระแห่งชาติ” เพราะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งยังเป็นประโยชน์ที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตไปข้างหน้าอย่างมั่นคงอีกด้วย ซึ่งประเทศไทยนั้นอยู่ในลำดับที่ 17 ใน 20 ประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์มากที่สุดในโลก โดยมีมูลค่าในการส่งออก 4,323 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ข้อมูลจาก Creative Economy Report 2008 โดย UNCTAD) และจากข้อมูลของสำนักบัญชีประชาชาติปี 2549 ระบุว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10.4 ของรายได้ประชาชาติ โดยมีมูลค่ารวมประมาณ 848,000 ล้านบาท และมีมูลค่าการส่งออกในปี 2549 ประมาณ 289,000 ล้านบาท

นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีวัตถุดิบที่สามารถพัฒนาขึ้นเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative Asset) อยู่อีกเป็นจำนวนมาก ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง พระแก้วมรกต พระพุทธรูปปางงาม พระราชวังและวัดต่าง ๆ อาหารไทย รำไทย มวยไทย นวดไทย ข้าวไทย ผลไม้ไทย ผ้าไหมไทย สุนัขพันธุ์ไทยหลังอาน แมวไทย และรอยยิ้มที่แจ่มใสของคนไทย ฯลฯ และจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีมากมาย ล้วนดึงดูดใจให้ชาวต่างชาติอยากไปเยี่ยมชม เช่น พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต ฟังงา กระบี่ อยุธยา สุโขทัย เขาวราช สำเพ็ง พายูร์ด เมืองโบราณ ตลาดน้ำ ฟาร์มจระเข้ ฯลฯ วัตถุดิบ

เหล่านี้กำลังรอกอการพัฒนาขึ้นเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยอย่างแท้จริง

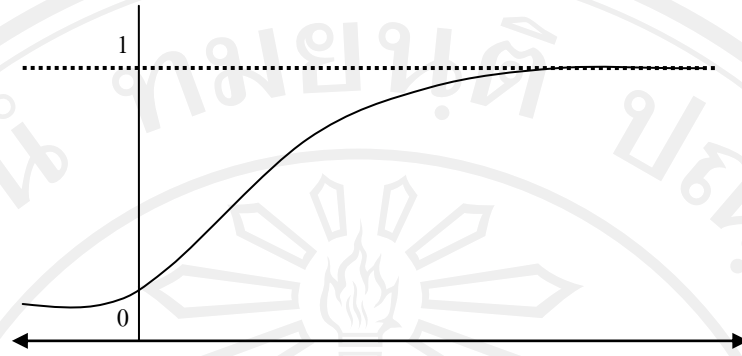
การพัฒนาที่ผ่านมานั้นประเทศไทยเร่งพัฒนาประเทศจนเศรษฐกิจเติบโตในอัตราที่สูง โดยการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตทั้งทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานที่มีราคาถูกและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง จนทรัพยากรหลายอย่างหมดสิ้นไป และภายใต้กระแสการพัฒนาที่ต้องการความมั่นคงอย่างยั่งยืนในอนาคต จำเป็นอย่างยิ่งที่เศรษฐกิจไทยต้องมีการปรับโครงสร้างให้ปรับสู่เศรษฐกิจที่สูงขึ้น คือ ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม นั่นคือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์อย่างจริงจัง เพราะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการลงทุนและการผลิตเป็นจำนวนมาก แต่เป็นเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานสำคัญอยู่ที่การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่

ดังนั้นสิ่งที่น่าสนใจศึกษา คือ วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชน และการประสานอย่างลงตัวกับองค์ความรู้ และนวัตกรรมใหม่ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งในแผนงานกระตุ้นเศรษฐกิจระยะที่ 2 (2553-2555) ของรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ งานสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้รับเงินจัดสรรรวม 17,585 ล้านบาท โดยจัดสรรให้แก่การส่งเสริมและพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา การส่งเสริมเอกลักษณ์ด้านศิลปะและวัฒนธรรม การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมช่างฝีมือไทย การส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงและซอฟต์แวร์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมรวมออกแบบและสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และการขับเคลื่อนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

#### 2.2.4 ทฤษฎีการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดทางเศรษฐมิติมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และประเมินความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ว่าแต่ละตัวชี้วัดนั้นมีผลให้ผู้เข้าร่วมในกิจกรรมประเมินความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินว่าอยู่ในระดับใด โดยการนำเอาแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับการเรียงลำดับ (Ordered Model) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งแบบจำลองนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ 1) แบบจำลอง Ordered Probit และ 2) แบบจำลอง Ordered Logit โดยทั้งสองแบบจำลองนี้จะใช้กับข้อมูลที่มีการเรียงลำดับ (Ordered Data) เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป (Walker 2006; Peter Schmidt และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2530)





ภาพที่ 2.1 การแจกแจงแบบ Probit

ที่มา : Albert 1993; อารี วิบูลย์พงศ์, 2549

ในส่วนของการแจกแจงแบบจำลอง Ordered Probit จะมีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากแบบจำลอง Probit คือ ในแบบจำลอง Ordered Probit นั้นจะมีทางเลือกที่มากกว่า 2 ทางขึ้นไป โดยที่  $Y$  จะขึ้นอยู่กับตัวแปรแฝงที่มีค่าเป็นบวก (Positive) คือ ค่า  $0, 1, \dots, n$  (Tobia, 2009)

$$Y^* = x'\beta + \varepsilon \quad (2.3)$$

$$Y = \begin{cases} 0 \\ 1 \\ 2 \\ \vdots \\ \vdots \\ n \end{cases}$$

$$\text{โดยที่ } Y = 0 \text{ ถ้า } y^* \leq 0; \Pr(Y=0 | X) = \Phi(-x'\beta)$$

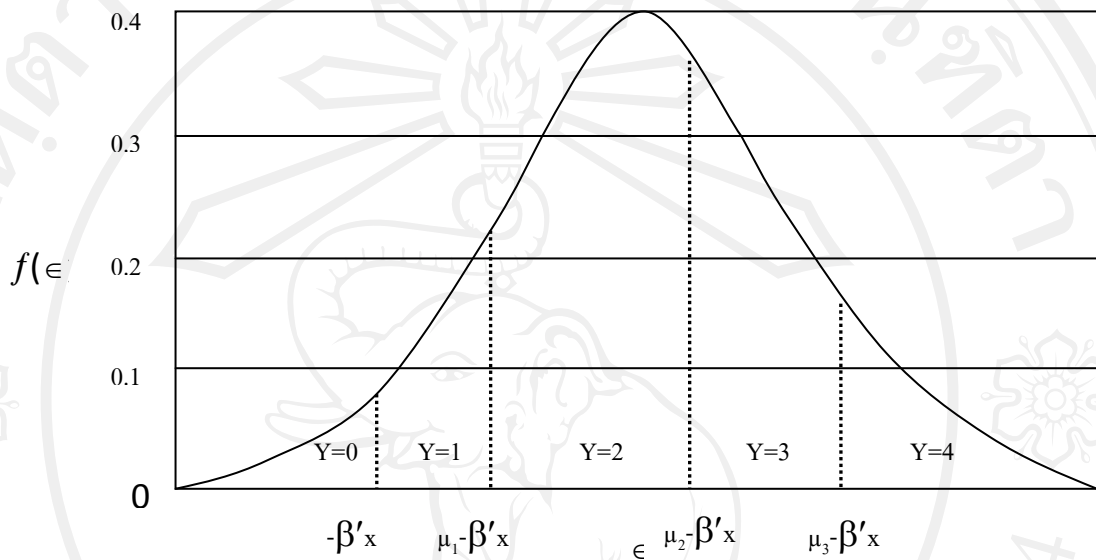
$$Y = 1 \text{ ถ้า } 0 < y^* \leq \mu_1; \Pr(Y=1 | X) = \Phi(\mu_1 - x'\beta) - \Phi(-x'\beta)$$

$$Y = 2 \text{ ถ้า } \mu_1 < y^* \leq \mu_2; \Pr(Y=2 | X) = \Phi(\mu_2 - x'\beta) - \Phi(\mu_1 - x'\beta)$$

$$Y = n \text{ ถ้า } y^* > \mu_{n-1}; \Pr(Y=n | X) = 1 - \Phi(\mu_{n-1} - x'\beta)$$



เมื่อ  $y^*$  คือ ตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรของ  $Y$  ในแบบจำลอง  
 $\mu$  คือ ตัวแปรสุ่มที่สังเกตไม่ได้



ภาพที่ 2.2 การแจกแจงแบบ Ordered Probit

ที่มา: Greene, 2002

## (2) แบบจำลอง Ordered Logit

แบบจำลอง Ordered Logit เป็นแบบจำลองที่พัฒนามาจากแบบจำลอง Logit โดยแบบจำลอง logit เป็นหนึ่งในแบบจำลองแบบสองทางเลือก (Binary Choice Model) ซึ่งจะมีลักษณะใกล้เคียงกับแบบจำลอง Probit คือ เป็นหนึ่งในแบบจำลองที่ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามซึ่งมีค่าเพียงสองค่าคือ 0 และ 1 นอกจากนี้ในแบบจำลอง Logit ได้มีการใช้หลักการของความน่าจะเป็นเข้ามาวิเคราะห์เช่นเดียวกับแบบจำลอง Probit แต่เงื่อนไขบางส่วนของแบบจำลองจะแตกต่างกัน ในแบบจำลอง Logit นั้นจะพิจารณากลุ่มข้อมูลที่มีการกระจายของข้อมูลที่เท่ากัน แต่ในแบบจำลอง Probit นั้นจะเป็นการพิจารณาในส่วนของตัวแปรแฝงที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normal distribution) (Zoonekynd, 2007)

$$\Pr(Y=1 | X) = \frac{1}{1 + e^{-X}} \quad (2.4)$$

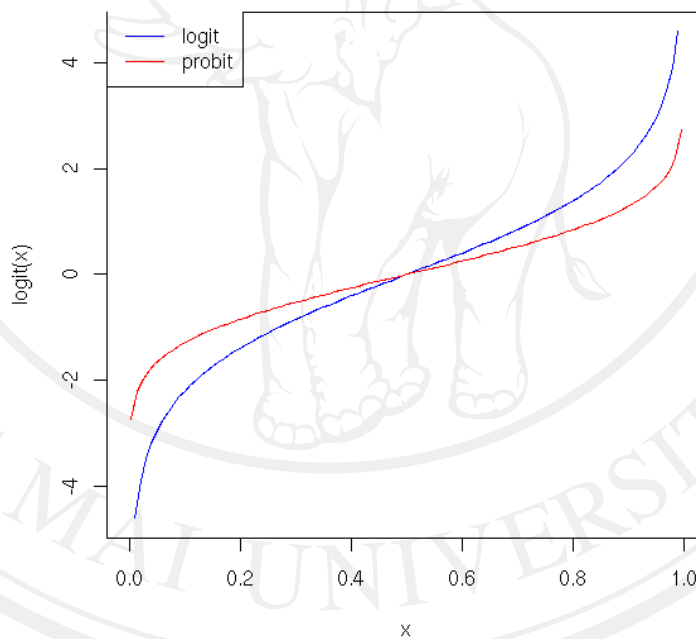
$$\text{หรือ } \Pr(Y=1 | X) = \frac{1}{1 + e^{-X\beta}} \quad \text{เมื่อ } X = x'\beta \quad (2.5)$$

โดยที่ Pr = ความน่าจะเป็น  
 $\beta$  = พารามิเตอร์ที่ประมาณจาก Maximum Likelihood

แบบจำลอง Logit

$$\hat{Y}_i = \frac{e^u}{1 + e^u} \quad (2.6)$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  เป็นค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่น่าสนใจ  
 โดยที่  $u = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$



ภาพที่ 2.3 การแจกแจงของแบบจำลอง Logit เปรียบเทียบกับการแจกแจงของแบบจำลอง Probit  
 ที่มา: Zoonekynd, 2007

ในส่วน of แบบจำลอง Ordered Logit นั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากแบบจำลอง Logit คือ ในแบบจำลอง Ordered Logit นั้น จะมีทางเลือกมากกว่า 2 ทางเลือกขึ้นไป และในแต่ละลำดับทางเลือกนั้นจะมีการแสดงความหมายในแต่ละทางเลือกที่แน่นอน โดยจะแสดงความน่าจะเป็นในแต่ละผลลัพธ์หักออกจากความน่าจะเป็นสะสม ใน Ordered Logit นั้น Y จะขึ้นอยู่กับตัวแปรแฝงที่มีค่าเป็นบวก (Positive) คือ ค่า 0, 1, ..., n (Torres-Reyna, 2011)

$$Y^* = x'\beta + \varepsilon \quad (2.7)$$

$$Y = \begin{cases} 0 \\ 1 \\ 2 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ n \end{cases}$$

โดยที่

$$Y = \begin{cases} 0 & \text{ถ้า } y^* \leq 0; \Pr(Y=0 | X) = \Phi(-x'\beta) \\ 1 & \text{ถ้า } 0 < y^* \leq \mu_1; \Pr(Y=1 | X) = \Phi(\mu_1 - x'\beta) - \Phi(-x'\beta) \\ 2 & \text{ถ้า } \mu_1 < y^* \leq \mu_2; \Pr(Y=2 | X) = \Phi(\mu_2 - x'\beta) - \Phi(\mu_1 - x'\beta) \\ \cdot & \\ \cdot & \\ n & \text{ถ้า } y^* > \mu_{n-1}; \Pr(Y=n | X) = 1 - \Phi(\mu_{n-1} - x'\beta) \end{cases}$$

เมื่อ  $y^*$  คือ ตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรของ  $Y$  ในแบบจำลอง  
 $\mu$  คือ ตัวแปรสุ่มที่สังเกตไม่ได้

จากแบบจำลองของ Ordered Probit และ Ordered Logit ที่ได้กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่าทั้งสองแบบจำลองนั้นมีกระบวนการการวิเคราะห์ที่คล้ายกัน ดังนั้นในส่วนของการอธิบายความหมายของตัวแปรทางเลือกที่ได้จากแบบจำลองจึงใช้วิธีเดียวกัน คือ วิธีผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ในการอธิบายความหมายอันดับของทางเลือกแต่ละทาง (Leehtam, 2011)

### (3) การตีความหมาย

ในการตีความหมายของค่าที่ได้จากแบบจำลอง Ordered Probit และ แบบจำลอง Ordered Logit นั้น ได้อาศัยหลักของความน่าจะเป็นเข้ามาในการตีความหมาย เนื่องจาก ค่าทางเลือกที่ได้จากแบบจำลองก็เป็นค่าของความน่าจะเป็น ซึ่งการตีความหมายของแบบจำลองนั้นจะอาศัยหลักของ ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effects) มาใช้ในการตีความหมายของค่าทางเลือก

กล่าวคือ ผลกระทบส่วนเพิ่มของ  $x$  ที่มีต่อค่าความน่าจะเป็นที่ทางเลือก  $Y = 0, 1, 2, \dots, n$  ถ้ามีค่าเป็นบวก หมายถึงค่าความน่าจะเป็นที่  $Y = 0, 1, 2, \dots, n$  จะสูงขึ้นตามค่าของ  $x$  ที่เปลี่ยนไป โดยผลกระทบของ  $x$  จะเท่ากับ (อารี วิบูลย์พงศ์, 2549)

$$\text{Marginal Effect (Y=0)} = \frac{\partial \text{Pr}(Y = 0)}{\partial x} \quad (2.8)$$

$$\text{Marginal Effect (Y=1)} = \frac{\partial \text{Pr}(Y = 1)}{\partial x} \quad (2.9)$$

$$\text{Marginal Effect (Y=2)} = \frac{\partial \text{Pr}(Y = 2)}{\partial x} \quad (2.10)$$

$$\text{Marginal Effect (Y=n)} = \frac{\partial \text{Pr}(Y = n)}{\partial x} \quad (2.11)$$

ดังนั้น ในการตีความหมายได้มีการนำค่าผลกระทบส่วนเพิ่มที่ได้จากในทุกตัวแปร  $X$  มาดูความสัมพันธ์กับค่าทางเลือกในแบบจำลอง และพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าทางเลือกในแบบจำลอง (Tobia 2009; Leeahtam, 2011)

#### (4) การเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบบจำลอง Ordered Probit และ Ordered Logit ในการเลือกแบบจำลองที่เหมาะสมกับข้อมูลสามารถพิจารณาได้จากแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ 3 แบบจำลอง คือ

##### 1. Akaike Information Criterion (AIC) (Akaike, 1974)

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเลือกแบบจำลองการประมาณค่าทางสถิติที่เหมาะสม โดยแบบจำลองที่เหมาะสมจะให้ค่า AIC ต่ำที่สุด ซึ่ง AIC สามารถพิจารณาได้จากสมการดังต่อไปนี้ (อัครพงษ์ อ้นทอง, 2546)

$$AIC = 2k - 2 \ln(L) \quad (2.12)$$

โดยที่  $k$  คือ จำนวนพารามิเตอร์ในแบบจำลอง  
 $L$  คือ ค่าของฟังก์ชันความเป็นไปได้สูงสุด (Maximized Value of Likelihood Function)

##### 2. Schwarz Information Criterion (BIC) (Schwarz, 1978)

BIC เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเลือกแบบจำลองการประมาณค่าทางสถิติที่เหมาะสมที่มีความคล้ายคลึงกับ AIC อย่างไรก็ตาม BIC เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากกว่า เนื่องจากสามารถใช้ในการเลือกระดับของแบบจำลองพารามิเตอร์ที่มีจำนวนพารามิเตอร์แตกต่างกันได้ BIC โดยแบบจำลองที่เหมาะสมจะให้ค่า BIC ต่ำที่สุดสามารถเขียนได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 -2 \ln p(x|k) &\approx BIC = -2 \ln L + k \ln(n) \\
 &= n \ln \left( \frac{RSS}{n} \right) + k \ln(n)
 \end{aligned}
 \tag{2.13}$$

โดยที่	$x$	คือ	จำนวนข้อมูลที่พบ
	$n$	คือ	จำนวนขนาดตัวอย่าง
	$k$	คือ	จำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ถูกระบุค่า และในกรณีที่เป็นแบบจำลองถดถอยเชิงเส้น $k$ คือ จำนวนการถดถอยและค่าคงที่
	$p(x k)$	คือ	ความน่าจะเป็น (Probability) ของข้อมูลที่สังเกตได้เมื่อทราบจำนวนพารามิเตอร์ หรือความเป็นไปได้ (Likelihood) ของพารามิเตอร์เมื่อทราบชุดของข้อมูล
	$L$	คือ	ค่าของฟังก์ชันความเป็นไปได้สูงสุด (Maximized Value of Likelihood Function)

### 3. Hannan-Quinn Information Criterion (HQC) (Hannan & Quinn, 1979)

HQC ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเลือกแบบจำลองการประมาณค่าทางสถิติที่เหมาะสม ซึ่งเป็นทางเลือกนอกเหนือจาก AIC และ BIC เช่นเดียวกับสถิติทดสอบ AIC และ BIC แบบจำลองที่เหมาะสมจะให้ค่า HQC ต่ำที่สุดสถิติทดสอบ HQC สามารถเขียนได้ดังนี้

$$HQC = n \ln \left( \frac{RSS}{n} \right) + 2k \ln \ln(n)
 \tag{2.14}$$

โดยที่	$k$	คือ	จำนวนพารามิเตอร์
	$n$	คือ	จำนวนขนาดตัวอย่าง
	$RSS$	คือ	ผลรวมของส่วนที่เหลือกำลังสองจากการถดถอยเชิงเส้นหรือแบบจำลองทางสถิติอื่น ๆ

## 2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และใช้แบบจำลอง Logit ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความพึง

พอใจในสถานที่จัดงาน ความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงาน และความพึงพอใจในวันที่ใช้ในการจัดงาน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ กล่าวคือ หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่จัดกิจกรรมมาก ด้านความพึงพอใจในระดับราคาสินค้าภายในงานมาก และด้านความพึงพอใจในวันที่ใช้ในการจัดงานมาก ก็จะมีโอกาสที่จะมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยด้านความพึงพอใจช่วงเวลาในการจัดงาน ด้านความพึงพอใจในอสังหาริมทรัพย์ของพ่อค้าแม่ค้า เพศ จำนวนปีการศึกษาของผู้บริโภค และรายได้ของผู้บริโภคนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่

**ัญญ กาญจนวัฒน์านนท์ (2547)** ศึกษาเรื่องการประเมินโครงการถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการถนนคนเดิน ศึกษาระดับรายได้ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ดำเนินงาน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามจากผู้ขายสินค้าและบริการเฉพาะกิจในงานถนนคนเดิน จำนวน 50 ตัวอย่าง และผู้ขายสินค้าและบริการที่ตั้งร้านถาวรในงานถนนคนเดิน จำนวน 50 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และผู้ที่มาเที่ยวชมงานถนนคนเดิน จำนวน 100 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่มาเที่ยวชมงานถนนคนเดิน ผู้ขายสินค้าและบริการที่ตั้งร้านเฉพาะกิจในงาน และผู้ขายสินค้าและบริการที่ตั้งร้านถาวรในบริเวณงาน มีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการเดินทางและจราจร ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสถานที่ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการป้องกันอุบัติเหตุ ปัจจัยด้านการจัดการทั่วไป ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ และพบว่า ผู้ขายสินค้าและบริการที่ตั้งร้านเฉพาะกิจในงาน มีรายได้เฉลี่ยและกำไรสุทธิจากการขายสินค้าและบริการในงานถนนคนเดินเพิ่มขึ้น ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคที่ควรได้รับการแก้ไข คือ ความมีจิตวิญญาณของผู้ให้บริการของพนักงานเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ระบบขนส่งมวลชนที่ให้บริการแก่เจ้าหน้าที่และประชาชนมีไม่เพียงพอ ขาดพื้นที่สำหรับจอดรถและระบบการดูแลพาหนะของนักท่องเที่ยว และถึงขณะรองรับขยะจากนักท่องเที่ยวและผู้ขายสินค้าและบริการมีไม่เพียงพอ

**ระวีวรรณ โอพารัตน์มณี และรุจิยา มุสิกะลักษณ์ (2547)** ศึกษาเรื่องถนนคนเดินในเขตเมืองเชียงใหม่ในแง่ของเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อม มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างฐานความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาถนนคนเดิน เสนอแนวทางการจัดทำโครงข่ายเส้นทางกิจกรรมบนถนนคนเดินเมืองเชียงใหม่อย่างยั่งยืน และศึกษาถึงการเพิ่มศักยภาพประสิทธิภาพถนนคนเดินเมืองเชียงใหม่ขอบเขตพื้นที่ใช้พื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม การ

ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ถนนคนเดินเมืองเชียงใหม่เป็นถนนคนเดินของคนท้องถิ่นมากกว่านักท่องเที่ยว มีตัวชี้วัดความสำเร็จในด้านของสังคมและเศรษฐกิจ คือ จำนวนคนเดินมีแนวโน้มคงที่ กิจกรรมสังคมเป็นแบบสร้างสรรค์และเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และมีปริมาณการใช้จ่ายหมุนเวียนสูงประมาณ 9-10 ล้านบาทต่อวัน แต่มีจุดด้อยด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากถนนคนเดินเชียงใหม่มีคนมาเดินเล่นชมกิจกรรมและสินค้ามากกว่าจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการ ด้านการสร้างโครงข่ายถนนคนเดินในอนาคต พบว่า คนส่วนใหญ่ต้องการให้มีถนนคนเดินที่อื่นอีก คือ ถนนท่าแพ ถนนช้างคลาน ถนนลอยเคราะห์ ถนนราชดำเนิน ถนนพระปกเกล้า นอกจากนี้ถนนคนเดินเมืองเชียงใหม่มีความต้องการพัฒนาใน 2 ระดับ คือ การพัฒนาคุณภาพถนนคนเดินในปัจจุบัน และการพัฒนาระยะยาวเพื่อรองรับการไปสู่ถนนคนเดินที่ถาวรและยั่งยืน และยังเสนอแนะว่าถนนด้านในคูเมืองมีศักยภาพที่น่าจะได้รับการพัฒนาพื้นที่เน้นคนเดิน ซึ่งหากทำได้ถนนคนเดินเมืองเชียงใหม่จะมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นถนนคนเดินถาวรแห่งแรกของไทย

**ทวิศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548)** ศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามถามผู้บริโภคที่เข้าชมดนตรีในคอนเสิร์ตฮอลล์ อายุตั้งแต่ 15-24 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง ตามสะดวกและเจาะจง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบัตรเข้าชมการแสดงดนตรี คือ ชื่นชอบในตัวศิลปิน/วงดนตรี รองลงมาคือ ชอบเพลง/แนวเพลงนั้น ๆ ในส่วนของปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการประเมินเพื่อซื้อบัตรชมการแสดงดนตรี คือ ศิลปิน/วงดนตรี ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาบัตรไม่สูงเกินไป ปัจจัยด้านบุคคลคือ ความสามารถของประสบการณ์ของศิลปิน/วงดนตรี ปัจจัยด้านสถานที่คือ ความสะดวกในการเดินทางมาที่สถานที่จัดการแสดงดนตรี และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

**ปทุมพร แก้วคำ (2548)** ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการภัตตาคารและร้านอาหาร: กรณีศึกษา ภัตตาคารและร้านอาหาร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการให้บริการของพนักงานในภัตตาคารและร้านอาหาร และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 380 ตัวอย่าง โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่

ในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการผลิตอาหาร และด้านสภาวะแวดล้อม ตามลำดับ และมีความพึงพอใจโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านการบริการ

**กัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ (2549)** ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานบริการบ้านพักเยาวชนในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบสถานบริการบ้านพักเยาวชนในประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการใช้บริการบ้านพักเยาวชน เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อบ้านพักเยาวชน และศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในการให้บริการบ้านพักสำหรับเยาวชน โดยใช้แบบสอบถามถามผู้ประกอบการสถานบริการบ้านพักเยาวชน จำนวน 14 แห่ง และนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักชาวไทยจำนวน 100 ตัวอย่าง จากการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) การวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและปัจจัยด้านบุคลากรและองค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยด้านราคาและคุณค่า ปัจจัยด้านบุคลากรและองค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อทำการวิเคราะห์โดยรวมแล้ว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมแล้วพบว่า ปัจจัยด้านราคาและคุณค่า ปัจจัยด้านบุคลากรและองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม

**พุลศิริ กลายสุข (2549)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึกบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้บริโภคคนไทยที่มาเดินชมถนนคนเดิน จำนวน 200 ตัวอย่าง เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 100 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยว 100 ตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างตามสะดวก และวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มของที่ระลึก พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะมีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านรูปแบบของสินค้ามีสีสันสวยงาม และด้านสินค้าให้เลือกหลายประเภท ตามลำดับ ปัจจัยปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านสามารถต่อรองราคาได้มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ ตามลำดับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านอธยาศัยไมตรีของพ่อค้าและแม่ค้าใน



งานเป็นกันเองมีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และด้านร้านตกแต่งสวยงาม ตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านการลดราคาในบางโอกาสมีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ และด้านมีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าเป็นประจำ

**วัชรวิวรรณ ศศิผลิน (2549)** ศึกษาเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา กิจกรรมถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาวิวัฒนาการของการจัดถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาบทบาทและลักษณะการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มคนที่เข้าร่วมในถนนคนเดิน และศึกษาผลของการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน พื้นที่ที่ศึกษา ได้แก่ พื้นที่จัดกิจกรรมถนนคนเดินวันอาทิตย์ บริเวณถนนราชดำเนินและถนนพระปกเกล้า จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การสำรวจ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกพื้นที่จัดกิจกรรม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มคนที่เข้ามาทำกิจกรรมจะประกอบไปด้วย กลุ่มค้าขาย กลุ่มสันตนาการ กลุ่มผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ถนนคนเดิน กลุ่มนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ซึ่งปัญหาที่พบของการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน คือ ไม่มีที่นั่งขะ ห้างสุขา และสถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอ พื้นที่นั่งพักผ่อน และการจัดการแสดงบนเวทีมีน้อย ไม่มีกฎเกณฑ์ในการคัดเลือกคณะกรรมการ มีการลอกเลียนแบบสินค้า มีการจำหน่ายสินค้าโรงงาน มีการจำหน่ายของมีนเมา พื้นที่จำหน่ายสินค้าคับแคบ เสียงดัง จากกิจกรรมการแสดง และเสียงประกาศตามสาย และผลของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินได้ก่อให้เกิดผลดีในด้านต่าง ๆ ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ สร้างรายได้ให้แก่คนท้องถิ่น และเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านสังคม ได้แก่ เกิดพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ เกิดพื้นที่นันทนาการ เกิดการใช้พื้นที่โล่งในเมืองให้เป็นประโยชน์ และสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ช่วยในการอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นแหล่งถ่ายทอดความรู้ทางวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สร้างพื้นที่ปลอดมลพิษ อย่างไรก็ตามก็มีผลเสียจากการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ได้แก่ สร้างความลำบากในการเข้าออก และปัญหาเสียงดังให้กับผู้อาศัยในพื้นที่จัดกิจกรรม ทำให้เกิดมลภาวะในพื้นที่ใกล้เคียงและเป็นการเพิ่มปริมาณการใช้พลังงาน

**สุกิจ วงศ์ปั้นจ่าว (2549)** ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ขายในกิจกรรมถนนคนเดิน ในจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ขายสินค้าในกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่ รวมไปถึงความเต็มใจจ่ายค่าเช่าสถานที่จำหน่ายสินค้า หลังจากมีการปรับปรุงสถานที่แล้ว สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ขาย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามจากผู้ขายสินค้าในกิจกรรมถนนคนเดิน จำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา

ค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย วิธี Rating Scale และ วิธี Bidding Games Question ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจในกิจกรรมถนนคนเดินในด้านต่าง ๆ พบว่า ผู้ชายมีความพึงพอใจในด้านวันและเวลาในการจัดกิจกรรมมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล ความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมช่วงเทศกาล ความพึงพอใจในการได้รับโอกาสแสดงความคิดเห็นของผู้ชาย ความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย ความพึงพอใจในด้านสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

**เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549)** ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี ของนักท่องเที่ยวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีมากขึ้น ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น มีการศึกษาสูงขึ้น มีระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ยาวนานขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารีน้อยลงหากมีอายุมากขึ้น และเพศของนักท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในทิวเขาฟารี

**นรินทร์พิศ ศรีชัย (2551)** ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม และเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม รวมถึงศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้แบบสำรวจถึงอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว แบบสำรวจทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 10 ตัวอย่าง และแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test การทดสอบค่า F-test และวิธีของ LSD (Least Significant Difference's Method) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งโฮมสเตย์นั้นมีที่พักให้นักท่องเที่ยวได้เลือกหลายระดับ ตั้งแต่ระบบโฮมสเตย์แบบดั้งเดิมจนถึงแบบโฮมสเตย์กึ่งรีสอร์ท ลักษณะจุดเด่นของโฮมสเตย์จะเน้นในเรื่อง

บ้านพักที่อยู่ริมน้ำ สำหรับกิจกรรมที่เป็นจุดเด่นสำหรับนักท่องเที่ยวคือ การเที่ยวชมหิ่งห้อยในเวลา กลางคืน และผู้ประกอบการต้องการพัฒนาโฮมสเตย์ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและ กิจกรรม และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก

**ทวิลาภ รัตนราช (2553)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมพัทธ์วัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮิน จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมพัทธ์วัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮิน จังหวัดชุมพร โดยใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 315 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่า t-test ค่า F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: One – way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's least significance difference: L.S.D) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเชิงสัมพัทธ์ วัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮิน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมพัทธ์วัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮิน จังหวัดชุมพร โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เพศและระดับการศึกษาไม่มีผลความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมพัทธ์วัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮิน จังหวัดชุมพร แต่อายุและระดับรายได้ต่อเดือนมีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมพัทธ์วัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอยะโฮิน จังหวัดชุมพร

**สวรรยา วัฒนศิริเสรีกุล (2554)** ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยว ประเทศไทยซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยระหว่างกลุ่ม ที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรกและกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ เปรียบเทียบลักษณะและ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ ระหว่างกลุ่มที่มาเที่ยว 1 ครั้ง และกลุ่มที่มา เที่ยวมากกว่า 1 ครั้งในรอบหนึ่งปี และปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย จากโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวบูรณาการที่ ยั่งยืนในกลุ่มแม่น้ำโขง ปีที่ 4 จำนวน 4,268 ตัวอย่าง โดยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยและ สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มด้วยวิธีการทางสถิติ และใช้แบบจำลอง Ordered Logit ผล การศึกษาพบว่า ลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มที่มาเที่ยว 1 ครั้ง และกลุ่มที่มา

เที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนใหญ่คล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาเที่ยวครั้งแรก และกลุ่มที่มาเที่ยวซ้ำ สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ พบว่า ตัวแปรด้านอายุ รายได้ ความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ความคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไป ความยินดีที่จะจ่ายเพื่อกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และการได้รับความพึงพอใจมากกว่าที่คาดไว้ จะทำให้ออกสาในการกลับมาเที่ยวประเทศไทยมีมากขึ้น ในขณะที่ตัวแปรการมีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคเอเชีย การศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป และการประกอบอาชีพอิสระ ทำให้ออกสาในการกลับมาเที่ยวประเทศไทยลดลง และมีเพียงตัวแปรเพศที่ไม่มีอิทธิพลต่อโอกาสในการกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ

### 2.3 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการประเมินความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง อาจจะแบ่งได้เป็น 3 แนวทาง ได้แก่ แนวทางแรก เป็นการศึกษาประเภทและลักษณะของกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง เช่น งานวิจัยของ ชัญญ์ กาญจนวิวัฒนานนท์ (2547) งานวิจัยของ ระวีวรรณ โอพารัตน์มณี และรุจิยา มุสิกะลักษณ์ (2547) และงานวิจัยของวัชรวิวัฒนาศศิพลิน (2549) ส่วนที่สอง เป็นการศึกษาการประเมินตัวชี้วัดและระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง เช่น งานวิจัยของพุลศิริ กลายสุข (2549) และส่วนที่สาม เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง เช่น งานวิจัยของเปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์ (2546) งานวิจัยของทวีศักดิ์ คล่องวัฒนกิจ (2548) งานวิจัยของพุลศิริ กลายสุข (2549) และงานวิจัยของเอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549)

การวิเคราะห์ในส่วนแรก การศึกษาประเภทและลักษณะของกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ได้มีการรวบรวมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่อ้างอิงมาในข้างต้น มีวิธีการ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ในส่วนที่สอง การศึกษาการประเมินตัวชี้วัดและระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง ได้มีการรวบรวมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่อ้างอิงมาในข้างต้น โดยสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ ด้านสินค้า ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านสาธารณูปโภค โดยตัวชี้วัดเหล่านี้ได้จะกล่าวต่อไปในบทที่ 3 และมีวิธีการ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนาประกอบ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

การวิเคราะห์ในส่วนที่สาม การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง มีวิธีการ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนาประกอบ สามารถแบ่งออกเป็น 3 วิธีการด้วยกันคือ วิธีแรก เป็นการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor

Analysis) วิธีที่สอง เป็นการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Logit และวิธีที่สาม เป็นการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Logit ซึ่งในแต่ละวิธีมีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นเทคนิคการจัดกลุ่ม หรือรวมกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือตรงข้ามกันก็ได้ ซึ่งในการวิเคราะห์นี้สามารถทำให้ทราบว่าองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบประกอบด้วยตัวแปรอะไรบ้าง และตัวแปรแต่ละตัวแปรควรมีน้ำหนักหรือมีอัตราความสัมพันธ์กับองค์ประกอบมากน้อยเพียงใด แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดคือ ควรใช้ขนาดตัวอย่างให้สอดคล้องกับหลักการคิดขนาดตัวอย่างตามหลักสถิติ และข้อมูลต้องมีระดับการวัดประเภทมาตราอันตรภาค และมาตราส่วน ส่วนตัวแปรที่มีระดับการวัดแบบกลุ่ม ต้องทำให้เป็นตัวแปรหุ่นก่อน นอกจากนี้ลักษณะข้อมูลต้องมีการกระจายเป็นโค้งปกติ

วิธีการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Ordered Logit เป็นแบบจำลองที่พัฒนามาจากแบบจำลอง Logit โดยแบบจำลอง logit เป็นหนึ่งในแบบจำลองแบบสองทางเลือก (Binary Choice Model) ซึ่งจะมีลักษณะใกล้เคียงกับแบบจำลอง Probit คือ เป็นหนึ่งในแบบจำลองที่ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามซึ่งมีค่าเพียงสองค่าคือ 0 และ 1 นอกจากนี้ในแบบจำลอง Logit ได้มีการใช้หลักการของความน่าจะเป็นเข้ามาวิเคราะห์เช่นเดียวกับแบบจำลอง Probit แต่เงื่อนไขบางส่วนของแบบจำลองจะแตกต่างกัน ในแบบจำลอง Logit นั้นจะพิจารณากลุ่มข้อมูลที่มีการกระจายของข้อมูลที่เท่ากัน แต่ในแบบจำลอง Probit นั้นจะเป็นการพิจารณาในส่วนของตัวแปรแฝงที่มีการแจกแจงแบบปกติ

ในส่วนของแบบจำลอง Ordered Logit นั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากแบบจำลอง Logit คือ ในแบบจำลอง Ordered Logit จะมีทางเลือกมากกว่า 2 ทางเลือกขึ้นไป และในแต่ละลำดับทางเลือกนั้นจะมีการแสดงความหมายในแต่ละทางเลือกที่แน่นอน โดยจะแสดงความน่าจะเป็นในแต่ละผลลัพธ์ที่หักออกจากความน่าจะเป็นสะสม ใน Ordered Logit นั้น  $Y$  จะขึ้นอยู่กับตัวแปรแฝงที่มีค่าเป็นบวก (Positive) คือ ค่า  $0, 1, \dots, n$

เนื่องจากการศึกษาการประเมินความสำเร็จของการจัดกิจกรรมถนนคนเดินกาดกองต้า จังหวัดลำปาง นั้น ความสำเร็จของการจัดกิจกรรมมีการประเมินออกเป็นลำดับ คือ 0 ถึง 4 ดังนั้นวิธีที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงควรเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ แบบจำลอง Ordered Logit แต่เพื่อความสมบูรณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit จากนั้นทำการเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม (Selection Model) โดยพิจารณาจากค่า AIC และ BIC และนำผลที่ได้มาตีความหมายโดยใช้การวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ซึ่งการวิเคราะห์นี้จะกล่าวต่อไปในบทที่ 3