

บ้านวัวลาย

ประวัติความเป็นมา

หมู่บ้านวัวลายเกิดขึ้นในสมัยพระเจ้ากาวิละกวาดต้อนผู้คนมาอยู่ในเมืองเพราะเมืองเชียงใหม่ร้างมานาน ชาวบ้านวัวลายก็ได้อาศัยตั้งรกรากอยู่ในเมืองเชียงใหม่ โดยตั้งบ้านเรือนอยู่รอบๆ วัดหมื่นสารเรียกว่าหมู่บ้านวัวลายตามนามบ้านเดิม แล้วก็ได้ทำเครื่องเงินเลี้ยงชีพสืบทอดมาจากบรรพบุรุษมาโดยตลอด และเป็นช่างเงินประจำคุ้มหลวงด้วย (ปวงคำ ตัญเชียว อ้างใน จีราวรรณ กาวิละ, 2544)



ภาพ 1.1.8 แสดงตำแหน่งที่ตั้งชุมชนวัวลาย

สถานการณ์ของบ้านวัวลาย

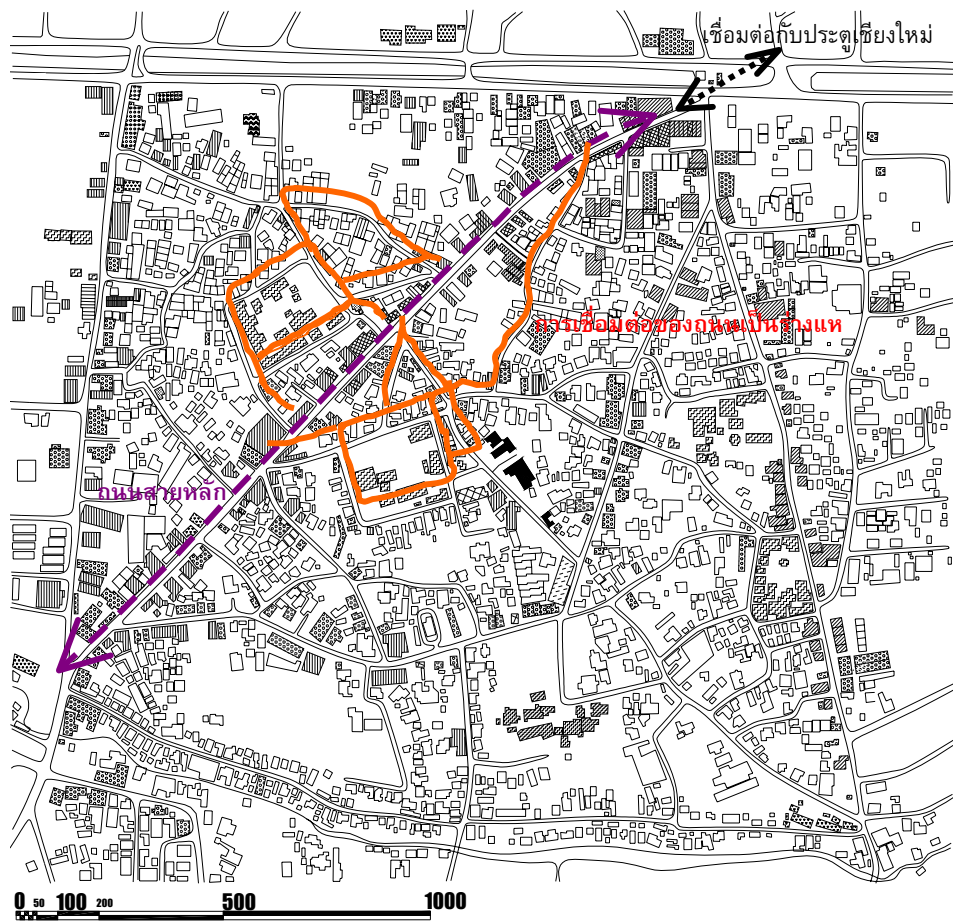
แต่เดิมชาวบ้านวัวลายแทบทุกหลังคาเรือนประกอบอาชีพการทำเครื่องเงิน บริเวณโดยรอบวัดหมื่นสารและวัดศรีสุพรรณตั้งแต่ถนนวัวลายซอย 1 ถึง ซอย 7 เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยเดิมของบรรดาช่างฝีมือเครื่องเงิน แทบทุกหลังคาเรือนจะมีโรงงานเครื่องเงินขนาดย่อมตั้งอยู่ภายในบริเวณบ้าน สมาชิกในครอบครัวจะช่วยกันทำงาน เมื่อทำเสร็จก็นำส่งขายตามร้านค้าเครื่องเงิน ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณสองข้างทางถนนวัวลาย หรือส่งให้ลูกค้าที่สั่งทำทั้งในเชียงใหม่และที่อื่นๆ ส่วนชาวบ้านวัวลายที่อาศัยอยู่ใกล้วัดศรีสุพรรณบริเวณติดถนนข้างหล่อแต่เดิมมีอาชีพในการหล่อพระพุทธรูป แต่ในปัจจุบันคงเหลือเพียง 1-2 หลังคาเรือนเท่านั้นที่ยังยึดอาชีพในการหล่อพระพุทธรูป เนื่องจากชาวบ้านช่างหล่อหลายครอบครัวได้ย้ายที่อยู่ไปอยู่ที่อื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากกรรมวิธีในการหล่อพระต้องใช้พื้นที่ขนาดกว้างขวางพอสมควร และจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการเก็บวัสดุตลอดจนเชื้อเพลิงต่างๆ ด้วย แต่ที่ดินบริเวณถนนข้างหล่อซึ่งตั้งอยู่ในตัวเมืองมีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น ไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ ประกอบกับในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจที่ดินในเมืองเชียงใหม่มีราคาสูงมาก ชาวบ้านช่างหล่อหลายรายได้ขายที่ดินและไปซื้อที่ใหม่ในบริเวณตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งตั้งอยู่นอกเมืองและมีราคาถูกกว่า จึงสามารถซื้อที่ดินที่มีขนาดกว้างขวางกว่าเดิมและสะดวกสบายในการประกอบ

อาชีพหล่อพระ ดังนั้น ในปัจจุบันจึงมีการหล่อพระพุทธรูปกันมากที่ตำบลแม่เหียะมากกว่าที่บ้านช่างหล่อซึ่งเป็นแหล่งหล่อพระดั้งเดิม ส่วนอาชีพการทำเครื่องเงินบ้านวัวลายปัจจุบันหลายครอบครัวประสบปัญหาไม่มีทายาทสืบทอด เนื่องจากบุตรหลานช่างเงินเมื่อได้รับการศึกษาสูงขึ้นก็หันไปประกอบอาชีพอื่นที่มีความมั่นคงและมีรายได้สูงกว่า เช่น รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจและอื่นๆ ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพการทำเครื่องเงินจึงมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับอดีต (ปริชา ชันทนันท อ่างใน จิราวรรณ กาวิละ, 2544)

ชมรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย เป็นกลุ่มคนที่ประกอบด้วยเจ้าของกิจการร้านจำหน่ายเครื่องเงินถนนวัวลายและช่างฝีมือเครื่องเงินหมู่บ้านวัวลาย ได้รวมตัวกันก่อตั้งเป็นชมรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2543 โดยได้รับการสนับสนุนจากหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลายให้เป็นที่ยอมรับของชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างกว้างขวาง เพื่อรวมกลุ่มผู้ค้าเครื่องเงินบ้านวัวลายให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาฝีมือท้องถิ่น เพื่อสร้างอาชีพและเศรษฐกิจชุมชนในมั่นคงยั่งยืน และเพื่อเสริมสร้างและสืบสานเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น (อุไรวรรณ จิโนรส อ่างโนจิราวรรณ กาวิละ, 2544)

ลักษณะทางกายภาพของบ้านวัวลาย

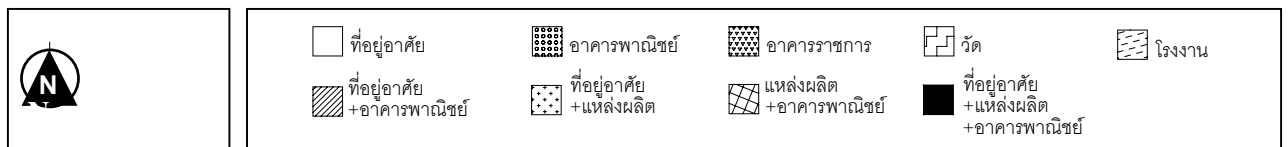
อาคารที่อยู่สองข้างของถนนวัดลายเป็นอาคารเพื่อการค้าขาย การประกอบกิจการหลากหลาย ลักษณะของอาคารผสมผสาน พบว่ามีอาคารโครงสร้างไม้ โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก และโครงสร้างเหล็ก การเข้าถึงของบ้านวัดลาย สามารถเข้าถึงได้ทางประตูเชิงใหม่ ถนนวัดลายเป็นถนน 2 ช่องทางจราจร ความกว้างของผิวถนนประมาณ 8 เมตร ความกว้างของเขตทางประมาณ 10 เมตร ความสูงของอาคารในบ้านวัดลายไม่เกิน 5 ชั้น ภายในถนนซอยที่แยกออกจากถนนวัดลาย พบกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการทำเครื่องเงินทางฝั่งทิศตะวันออกประมาณ 8 เมตร ถนนซอยมีความแคบมาก บางสายรถยนต์ไม่สามารถเข้าถึงได้ ลักษณะของอาคารภายในบริเวณถนนซอยเป็นบ้านพักอาศัยและหอพัก มีที่โล่งว่างเหลืออยู่เกือบ 60 เปอร์เซ็นต์ ถนนซอยมีการเชื่อมต่อถึงกันเหมือนลักษณะโครงตาข่าย



แนวถนนวัวลาย



ภายในย่าน



ภาพ 1.1.9 แสดงสถานการณ์ชุมชนวัวลาย

ปัญหาของบ้านวัวลาย

ปัญหาของบ้านวัวลายอาจแยกได้เป็นปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายในและปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายในมีสาเหตุหลักมาจากความรู้สึกไม่มั่นคงหากต้องประกอบอาชีพการทำเครื่องเงินต่อไป ทำให้เกิดปัญหาการไม่มีทายาทในการสืบทอดวิชาชีพการทำเครื่องเงิน การขาดความตั้งใจในการท่องเที่ยวอื่น ๆ และการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ที่ตั้งที่เป็นเมืองทำให้ความหนาแน่นของชุมชนเพิ่มมากขึ้น มูลค่าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างสูงเป็นสิ่งจูงใจให้ขายที่ดินและย้ายไปหาที่อยู่ใหม่นอกเมือง ประกอบกับรายได้ที่เกิดจากการค้าขายเครื่องเงินไม่แน่นอน ลูกหลานเปลี่ยนอาชีพ ไม่สืบทอดวิชาชีพการทำเครื่องเงิน

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของเมืองเชียงใหม่อย่างรวดเร็ว การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐที่มองแบบ Top-Down ไม่ได้มองที่ความต้องการของผู้ใช้พื้นที่โดยตรง เช่น การส่งเสริมการผลิตเครื่องเงินที่ย่านสันกำแพง ทำให้เอกลักษณ์ของย่านวัวลายในการผลิตเครื่องเงินน้อยลง ช่างฝีมือและลูกจ้างย้ายสถานที่ทำงานไปที่สันกำแพง ทำให้ขาดแรงงาน เป็นต้น

โอกาสของบ้านวัวลาย

จากการศึกษาสภาพการค้าขายและการประกอบอาชีพทำเครื่องเงินของชาวบ้านวัวลายในอดีต อาจกล่าวได้ว่าการค้าขายเครื่องเงินและการประกอบอาชีพการทำเครื่องเงินของบ้านวัวลายมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ได้ เพราะมีอดีตอันยาวนานและมีชื่อเสียงที่โดดเด่นไปในด้านการทำเครื่องเงิน ประกอบกับสภาพในปัจจุบัน (2546) ยังมีร้านค้าและผู้ผลิตอาศัยอยู่ในย่านวัวลายเป็นจำนวนมาก อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เครือข่ายและโครงสร้างของระบบถนนมีการเชื่อมต่อกันตลอดทั้งย่าน ขนาดของเส้นทางเหมาะแก่การเดินหรือใช้ยานพาหนะแบบ 2 ล้อ มากกว่าการใช้รถยนต์ มีสถานที่ผลิตและจำหน่ายเกิดขึ้นเป็นระยะๆ ตลอดเส้นทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินจากเมืองเก่าเชียงใหม่ถึงบ้านวัวลายได้ เพราะอยู่ใกล้เมืองเก่าทางด้านประตูเชียงใหม่

บ้านวัวลายมีสถานที่ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกเหนือจากแหล่งผลิตและร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเงินแล้ว ยังมีศาสนสถานและโบราณสถาน ได้แก่ วัดศรีสุพรรณ และวัดหมื่นสาร มีประเพณี พิธีกรรมและความเชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ความเป็นชุมชนของย่านวัวลายยังคงมีอยู่ สังเกตได้จากการก่อตั้งชมรมเครื่องเงิน และจำนวนผู้เข้าร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

ประตูเชียงใหม่

มีกิจกรรมและร้านค้าเกี่ยวกับ
ศิลปหัตถกรรมอยู่บ้าง

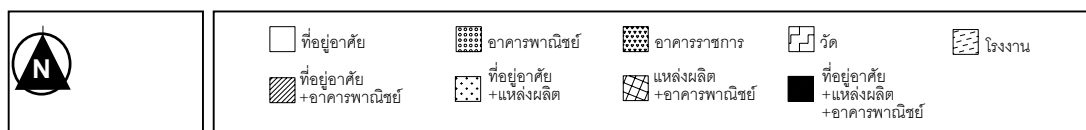
มีวัดเป็น Landmark

มีวัดเป็น Landmark

ถนนสายหลัก

เพิ่มความสามารถในการเข้าถึง

ถนนสายรอง



ภาพ 1.1.10 แสดงโอกาสชุมชนวิวาลัย

สรุป

จากการศึกษา บ้านถวาย บ้านบ่อสร้าง-ตันเปา และบ้านวัวลาย ในเรื่องประวัติ สถานการณ์ ลักษณะทางกายภาพ ปัญหาและโอกาส สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ประวัติของแต่ละหมู่บ้านมีลักษณะที่ต่างกัน โดยประวัติของหมู่บ้านถวายเป็นประวัติของบุคคลที่ทำให้บ้านถวายมีชื่อเสียงด้านการแกะสลักไม้ ส่วนประวัติของบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา เป็นประวัติเชิงอิทธิฤทธิ์ซึ่งเป็นที่มาของชื่อหมู่บ้านบ่อสร้างซึ่งนับเป็นข้อดีในการสร้างเรื่องราวให้กับสถานที่ และประวัติของบ้านวัวลายเป็นประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงใหม่และความผูกพันกับการเกิดเมืองเชียงใหม่

สถานการณ์ของบ้านถวาย บ้านบ่อสร้าง-ตันเปาและบ้านวัวลาย มีการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมในพื้นที่และขายในพื้นที่ บ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา มีการขายสินค้าอื่นๆ ควบคู่ไปกับการขายสินค้าที่ผลิตเอง ภายในย่าน บ้านวัวลายจำนวนร้านค้าที่ผลิตและขายเครื่องเงินลดลงเนื่องจากเปลี่ยนอาชีพและขาดผู้สืบทอด

ลักษณะทางกายภาพของบ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา เป็นการสร้างพื้นที่ใหม่เพื่อการผลิตและขายสินค้าศิลปหัตถกรรม ส่วนบ้านวัวลายยังมีลักษณะทางกายภาพเหมือนเดิมเพราะเป็นพื้นที่เมือง มีการขยายตัวน้อย ความสามารถในการเข้าถึงดีกว่าบ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา เพราะอยู่ใกล้เมืองมากกว่า ความสะดวกในการเข้าถึงบ้านวัวลายใช้การเดินทางที่สะดวกเพราะถนนแคบและหาที่จอดรถยาก

ปัญหาที่เกิดขึ้นของบ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา คือ เอกลักษณะของการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมลดลง เพราะมีการนำสินค้าที่ไม่ได้ผลิตภายในย่านมาขาย คุณภาพของงานศิลปหัตถกรรมน้อยลงเพราะเริ่มผลิตเป็นจำนวนมากและผลิตตามใบสั่งซื้อ ส่วนปัญหาของบ้านวัวลายคือจำนวนผู้ประกอบการลดลง ขาดผู้สืบทอด และทั้งสามย่านยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

โอกาสในการพัฒนาของทั้งสามย่านให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมมีอยู่ โดย

1. ควรมีกิจกรรมที่ต่อเนื่องกันตลอดเส้นทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางต่อเนื่องไป
2. ควรมีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของเส้นทาง
3. สภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพและส่งเสริมการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม เช่น ลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า การกันแดดกันฝน ความร่มรื่น และระยะทางเดินที่เหมาะสม เป็นต้น

บทที่ 2: ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่สองนี้เป็นการวิจารณ์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีและการศึกษาในอดีต ที่เป็นพื้นฐานทางแนวความคิด วิธีวิจัย และเป็นการสรุปประเด็นและตัวแปรให้กับงานวิจัยชิ้นนี้ โดยจะเป็นการสรุปทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะ การรับรู้ทางสายตา (Visual Perception) และความชื่นชอบ (Preference) ต่อลักษณะทางกายภาพของสภาพแวดล้อม โดยมีการสรุปจากการศึกษาในอดีตที่ชี้เข้าไปถึงแนวทางการศึกษา และวิเคราะห์ที่เหมาะสม และตัวแปรที่ได้รับการพิสูจน์ว่ามีความสำคัญต่อการรับรู้และความชื่นชอบของกลุ่มบุคคล ที่มีต่อสภาพแวดล้อม

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดในการดำเนินงานวิจัยชิ้นนี้มีพื้นฐานทางทฤษฎีมาจากนักวิชาการทางด้านพฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อมทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย (Kaplan and Kaplan, 1983; Nasar, 1997; Rapoport, 1992; วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541) ซึ่งได้รวบรวมและอธิบายกระบวนการความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสภาพแวดล้อม เนื้อหาโดยรวมสามารถสรุปได้ว่าเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม เช่น การจัดวางที่ว่างและองค์ประกอบกายภาพ ลักษณะกายภาพ และสภาวะที่เป็นอยู่
2. ปัจจัยทางพฤติกรรม เช่น การรู้สึก (Sensation) การรับรู้ (Perception) การรู้ (Cognition) การประเมิน (Evaluation) และ การแสดงออกทางพฤติกรรม (Action)
3. ปัจจัยทางมนุษย์ เช่น วัฒนธรรม ความเชื่อ ประสบการณ์ กลุ่มย่อยทางสังคม และบุคลิกภาพส่วนบุคคล

นักวิชาการทางสถาปัตยกรรมและมานุษยวิทยา Amos Rapoport (1990; 1992; 1999) เสนอว่าการสื่อสารเกิดขึ้นระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม และการสื่อสารแบบนี้ถือเป็นการสื่อสารด้วย อวจนภาษา (Non-Verbal Communication) และเสนอการวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมมนุษย์ ตามแนวทางของ Non-Verbal Communication โดยการสังเกต และวิเคราะห์องค์ประกอบกายภาพในสามระดับ ได้แก่ 1) องค์ประกอบถาวร (Fixed Features) ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่คงทนและไม่เปลี่ยนแปลง เช่น อาคาร ส่วนของอาคาร ถนน ต้นไม้ใหญ่ และองค์ประกอบกายภาพหลักที่ถาวรอื่นๆ 2) องค์ประกอบกึ่งถาวร (Semi-Fixed Features) ประกอบด้วยองค์ประกอบที่คงอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่สามารถเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนย้ายได้ตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น สิ่งประดับ เฟอร์นิเจอร์ และพืชพรรณขนาดย่อม และ 3) องค์ประกอบชั่วคราว (Non-Fixed Features) ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่เปลี่ยนแปลงหรือเคลื่อนที่ตลอดเวลา เช่น สิ่งมีชีวิต ยานพาหนะ บนท้องถนน แสงเงา คิวไฟ และความเปลี่ยนแปลงชั่วขณะอื่นๆ ซึ่งความแตกต่างของการจัดวาง ความสัมพันธ์ และปฏิสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 ระดับ มีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของมนุษย์ โดยการรับรู้สภาพแวดล้อม จะนำไปสู่การ “ถอดรหัส” (Decode) ทางวัฒนธรรมที่แฝงมากับสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจ และนำไปสู่การปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบทนั้นๆ โดยสรุปแล้วมนุษย์ที่ได้รับการอบรมทางวัฒนธรรมนั้นมักจะปฏิบัติตามบริบททางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ จะเห็นได้จากคำกล่าวหรือคำสอนดั้งเดิม เช่น “(ไม่)รู้จักกาลเทศะ” หรือ ของชาวตะวันตก เช่น “When in Rome, do as the Roman do” เป็นต้น

นักจิตวิทยาสภาพแวดล้อม J. J. Gibson (1966) มองสัมผัส (Senses) ต่างๆ ว่ามีการทำงานร่วมกันเป็น “ระบบการรับรู้” (Perceptual Systems) ที่มีการทำงานในการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และ Gibson (1979) ยัง

สรุปไว้ด้วยว่ามนุษย์รับรู้สภาพแวดล้อมในแง่ที่ว่าสิ่งแวดล้้อมนั้นๆจะเอื้อต่อกิจกรรม (Affordance) บางประการของมนุษย์ได้อย่างไร เมื่อมนุษย์รับรู้สภาพแวดล้อมแห่งใดแห่งหนึ่งว่าคืออะไร ในขณะที่เดียวกันก็จะรับรู้ด้วยว่าจะทำอย่างไรได้บ้างกับสิ่งแวดล้้อมนั้นๆ ซึ่งสาเหตุอันนี้ทำให้เกิดความขึ้นชอบต่อสภาพแวดล้้อมที่ให้ประโยชน์ด้วย ในมุมมองที่สอดคล้องกัน นักภูมิศาสตร์ Jay Appleton (1975) สรุปจากการวิเคราะห์ภาพเขียนทิวทัศน์ในอดีตจนถึงร่วมสมัยว่า มนุษย์จะมีความขึ้นชอบต่อสภาพแวดล้้อมที่มีคุณสมบัติที่เอื้ออำนวยต่อการหลบภัย (Refuge) และการช้บแอบมอง (Prospect) ซึ่งความขึ้นชอบอันนี้เป็นผลมาจากสัญชาตญาณการมีชีวิตรอด และการล่าที่ติดตัวมนุษย์มาแต่ดึกดำบรรพ์ ดังนั้นการรับรู้ และความขึ้นชอบของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้้อมนั้น มีที่มาจากทั้งสัญชาตญาณเดิม (Innate Instinct) ที่เกี่ยวกับการดำรงชีพ และประสบการณ์การเรียนรู้ (Learned Experience) ในการใช้ประโยชน์ที่ได้รับเมื่อโตขึ้น

ต่อเนื่องมาจากแนวความคิดเรื่องการรับรู้ และความขึ้นชอบต่อสภาพแวดล้้อมของมนุษย์ของ Gibson (1966; 1979) และ Appleton (1975) นักจิตวิทยาสภาพแวดล้้อม Stephen และ Rachel Kaplan ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้และความขึ้นชอบต่อสภาพแวดล้้อมของมนุษย์ ที่เรียกว่า “กรอบความคิดของความขึ้นชอบ” (Preference Framework) จากผลงานวิจัยต่อเนื่องเป็นจำนวนมากในระยะเวลาอันยาวนานของ Stephen และ Rachel Kaplan และลูกศิษย์ (Kaplan & Kaplan, 1983; 1995) งานของนักวิจัยกลุ่มนี้จะมุ่งความสนใจไปที่ลักษณะการจัดวาง (Configuration) ของที่ว่าง และองค์ประกอบทางกายภาพ (Content)

Kaplan และ Kaplan (1983) สรุปว่าการรับรู้ และความขึ้นชอบต่อสภาพแวดล้้อม มีความเกี่ยวข้องกับความเข้าใจ และคุณค่า ซึ่งความคุณค่านี้มีผลทั้งทางบวก (คุณค่าดี อบอุ่น) และลบ (เหมือนเดิม น่าเบื่อ) ต่อความขึ้นชอบต่อสภาพแวดล้้อม Kaplan และ Kaplan (1983) ยังเสนอเพิ่มเติมต่อไปด้วยว่า ความขึ้นชอบขึ้นอยู่กับระดับของ “ความเข้าใจ” (Making Sense) และ “ความเกี่ยวข้อง” (Involvement) ในบริบทที่เป็น “ปัจจุบัน หรือ ชั่วขณะ” (Present or Immediate) และบริบทที่เป็น “อนาคตหรือที่คาดหวังได้” (Future or Promised) (Kaplan & Kaplan, 1983; 1995) โดยความสัมพันธ์หรือ กรอบความคิดของความขึ้นชอบ (Preference Framework) สามารถแสดงได้เป็นตารางดังนี้

ตาราง 2.1.1 กรอบความคิดของความขึ้นชอบ

| | ความเข้าใจ (Making Sense) | ความเกี่ยวข้อง (Involvement) |
|--|----------------------------|------------------------------|
| ชั่วขณะปัจจุบัน (Present or Immediate) | ความคล้อยจอง (Coherence) | ความซับซ้อน (Complexity) |
| อนาคต (Future or Promised) | ความต่อเนื่อง (Legibility) | ความลึกลับ (Mystery) |

หมายเหตุ: ความขึ้นชอบจะสูง ถ้าภาพหรือสภาพแวดล้้อมที่เห็นมีลักษณะข้างต้นอย่างน้อย 1 อย่างสูง

Kaplan และ Kaplan (1983) อธิบายว่า ในสภาพแวดล้้อมที่มองเห็นเป็นภาพนั้น ถ้าองค์ประกอบรวมขาดความคล้อยจองแล้ว จะดูไม่เข้าใจและไม่รู้สึกขึ้นชอบ ในขณะที่เดียวกันถ้าองค์ประกอบคล้อยจองกันไปหมดจนเรียบง่ายไม่ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจเลย ผู้ดูก็จะรู้สึกน่าเบื่อและไม่ขึ้นชอบ ในลักษณะเดียวกัน ความต่อเนื่องแสดงถึงความเข้าใจในการเดินลึกเข้าไปในสภาพแวดล้้อม แต่ความลึกลับแสดงถึงลักษณะที่หนทางไปจะถูกบังอยู่บ้าง แต่สามารถมองเห็นได้พอประมาณ ทำให้คาดได้ว่าจะไปถึงได้ และมีเนื้อหาให้เรียนรู้เมื่อเดินลึกเข้าไป ซึ่งในภาพของสภาพแวดล้้อมที่เห็นนั้นถ้ามีความต่อเนื่องชัดเจนเกินไปก็จะง่ายและไม่น่าขึ้นชอบ แต่ถ้าลึกลับเกินไปก็จะขาดความต่อเนื่องและไม่เชิญชวน ทำให้ไม่น่าขึ้นชอบอีกเช่นกัน ดังนั้นภาพที่จะเป็นที่ขึ้นชอบควรมีลักษณะที่ทั้งมีความเข้าใจ และมีความเกี่ยวข้อง โดยไม่มีด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไป

โดยสรุปแล้ว Kaplan และ Kaplan (1983; 1995) ได้อธิบายความชื่นชอบซึ่งเป็นปัจจัยทางพฤติกรรมว่าความชื่นชอบเป็นองค์ประกอบหลักของการประเมิน เพราะคนเรามักจะประเมินสิ่งต่างๆโดยใช้ความชื่นชอบส่วนตัวเป็นหลักเสมอ ได้มีการพิสูจน์แล้วว่า การประเมินความชื่นชอบเป็นมิติฐานมูล (Underlying Dimension) หลักอันหนึ่งในปฏิกิริยาที่คนทั่วไปมีต่อสภาพแวดล้อม (Horayangkura, 1978) ยิ่งไปกว่านั้น Kaplan และ Kaplan (1983) อธิบายว่าความชื่นชอบเป็นผลผลิตของการรับรู้ และมีที่มาจากทั้งสัญชาตญาณดั้งเดิมของมนุษย์ และการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และความชื่นชอบสามารถนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดทัศนคติของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี เพราะเข้าใจง่าย เป็นสิ่งที่คนทั่วไปแสดงออกอยู่ตลอดเวลา และได้มีผู้นำมาใช้และพิสูจน์อย่างแพร่หลาย การวิเคราะห์ข้อมูลความชื่นชอบด้วย Factor Analysis จะได้มิติฐานมูล (Underlying Dimension) ซึ่งเป็นลักษณะมูลฐานของการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อม ที่มีความหลากหลาย การวิเคราะห์มูลฐานของการรับรู้ก็นำไปสู่ลักษณะร่วมทางกายภาพระหว่างมิติฐานมูลต่างๆ ที่สามารถนำมาตีความ และอธิบายเป็นความรู้เกี่ยวกับการรับรู้ของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมได้ ลักษณะร่วมในมิติฐานมูลที่มักจะพบบ่อยที่สุดได้แก่ การจัดวางที่ว่าง (Spatial Configuration) และองค์ประกอบสำคัญ (Content) (Kaplan & Kaplan, 1995)

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีการศึกษาโดยกลุ่มของ Stephen and Rachel Kaplan และลูกศิษย์ ได้มีการพัฒนาวิธีการใช้การสำรวจความชื่นชอบโดยใช้ภาพถ่าย การเลือกตอบแบบให้ค่าเป็นระดับ (Likert -Type Rating Scale) การวิเคราะห์ข้อมูลความชื่นชอบด้วยวิธีทางสถิติ Factor Analysis และการวิเคราะห์มูลฐานของการรับรู้ เพื่อให้ได้ลักษณะร่วมระหว่างมิติฐานมูล และตัวแปรต่างๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ขั้นต่อไป ซึ่งขั้นตอน และวิธีการดำเนินการได้มีการสรุปไว้อย่างชัดเจน (Kaplan & Kaplan, 1995) ซึ่งจะได้มีการกล่าวถึงอย่างละเอียดใน บทที่ 3 ที่ว่าด้วยระเบียบวิธีการวิจัย

งานกลุ่มอื่นที่เกี่ยวกับการรับรู้และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อม (Nasar, 1997; Stamps 1994, 1999; Stamps & Nasar, 1997) ได้พิสูจน์ความเกี่ยวข้องของความชอบกับตัวแปรอิสระอื่นๆ เช่น ความเป็นระเบียบ (Order) ความเข้าใจ (Legibility) ความซับซ้อน (Complexity) องค์ประกอบทางที่ว่าง (Spatial Configuration) และ ตัวแปรทางเศรษฐกิจ และสังคม (Socio-Economic Variables) โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งได้มีการพบว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างทั้งรูปแบบของการรับรู้ และระดับความชื่นชอบ (Herzog, Herbert, Kaplan & Cook, 2000; Kaplan & Herbert, 1987; Purcell, Peron & Sanchez, 1998; Nasar & Kang, 1999)

Nasar (1997) สรุปไว้ด้วยว่าผู้ที่มีจุดประสงค์ต่างกันย่อมมีความต้องการ และมีทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาในข้อนี้ ทำให้เกิดการตั้งคำถามเกี่ยวกับมุมมอง และทัศนคติระหว่างผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ในกรณีการจับจ่ายสินค้า และการท่องเที่ยวนี้ ผู้ประกอบการค้า และผู้ผลิตอาจจะมีทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการย่อมต้องการกำไรสูงสุด โดยจะต้องขายให้ได้มาก และรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในเวลาเดียวกัน จึงต้องการอาคารขนาดใหญ่ แต่ต้นทุนต่ำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวอาจต้องการพบเห็นสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม สินค้าที่เฉพาะไม่ใช่ของไหล และอยากได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น เฉพาะตัว และรู้สึกพิเศษ ซึ่งจะหาได้จากอาคารขนาดเล็ก และมีบรรยากาศเฉพาะตัว และต้อนรับลูกค้าในปริมาณน้อย ดังนั้นในการศึกษารั้วนี้ต้องมีการคำนึงถึงความแตกต่างข้อนี้ด้วย

ทฤษฎีและกรอบแนวความคิดต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนี้ได้มีการพิสูจน์ และอ้างถึงอย่างแพร่หลาย และการใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์งานวิจัยในประเทศไทย (Lekagul, 2002) ซึ่งสามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับในต่างประเทศ และได้ผลการวิจัยในทำนองเดียวกันกับงานวิจัยในอดีตของต่างประเทศ (Kaplan & Kaplan, 1995) ดังนั้นการนำเอาทฤษฎีและกรอบแนวคิดเหล่านี้มาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ มีความเหมาะสมต่อแนวความคิดและแนวทาง ถือว่ามีความตรง (Validity) ต่อเนื้อหาและแนวทาง ซึ่งจะทำให้ได้รับผลการวิจัยที่มีความสำคัญ เชื่อถือได้ และร่วมสร้างองค์ความรู้ทางทฤษฎี นอกเหนือจากทฤษฎีและกรอบความคิดแล้ว วิธีการวิจัย ปัจจัย และตัวแปรต่างๆ จากงานวิจัยในอดีตก็เป็นพื้นฐานสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้เช่นกัน

แนวทางและวิธีการศึกษาความชื่นชอบ

การวัดและวิเคราะห์มิติฐานมูลของความชื่นชอบ

การศึกษาทัศนคติที่มีต่อสภาพแวดล้อมสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งกระบวนการวัด การใช้สื่อ และการวิเคราะห์ ทางด้านการวัดนั้น กระบวนการที่ใช้อย่างแพร่หลายที่สุดคือการให้ค่าน้ำหนัก (Rating) ซึ่งทำได้ง่าย โดยเฉพาะการใช้ค่าน้ำหนักที่มีพิสัย (Range) ไม่กว้างมาก เช่น 1-5 เนื่องจากไม่ถูกผลกระทบจากการที่ผู้ตอบเลือกใช้ค่าช่วงใดช่วงหนึ่งเท่านั้น (Kaplan & Kaplan, 1995) อีกทั้งยังสามารถใช้วิเคราะห์ทางสถิติได้อย่างกว้างขวางหลายวิธีการ และมักมีการอนุมานให้ใช้ในกรรมวิธีพหุตัวแปร (Multivariate Methods) ได้แม้ว่าสมมุติฐาน (Assumptions) ของวิธีทางสถิติพหุตัวแปรมักจะต้องการข้อมูลระดับ Scale เท่านั้น (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998)

Kaplan & Kaplan (1995) ได้เสนอแนวทางในการศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อมกายภาพ โดยกรรมวิธีที่เรียกว่า Category Identification Methodology ซึ่งกรรมวิธีนี้ ใช้การให้ค่าน้ำหนักความชื่นชอบด้วยระดับ 1-5 กับภาพสีที่ถ่ายมาจากสภาพแวดล้อมที่ต้องการศึกษา และใช้กรรมวิธี Factor Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการแยกภาพออกเป็นกลุ่ม ที่มีลักษณะที่เหมือนกันตามรูปแบบของการให้ค่าน้ำหนักจากผู้ตอบทั้งหมดในแต่ละกลุ่มนั้นจะมีลักษณะเป็นกลุ่ม (Category) ที่มีลักษณะต่างกัน ลักษณะของแต่ละกลุ่มจะเรียกว่า มิติ (Dimension) แต่ละมิติจะมีลักษณะร่วมที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ไปในแนวทางเดียวกัน แนวทางการศึกษานี้มีประโยชน์มากในการที่จะศึกษารูปแบบของการรับรู้ของคนทั่วไปที่มีต่อสภาพแวดล้อม เพราะเป็นการยากที่จะได้รับจากวิธีอื่นโดยกรรมวิธีที่เชื่อได้ว่ามาจากกระบวนการรับรู้ในสมองของผู้ตอบจริงๆ และไม่เป็นการชี้นำผู้ตอบ ดังนั้นแนวทางนี้จึงสมควรที่จะนำมาใช้ในการศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อมของชุมชนศิลปหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในงานวิจัยชิ้นนี้ โดยกระบวนการที่ใช้จะมีการอธิบายอย่างละเอียดในระเบียบวิธีวิจัยต่อไป

การใช้ภาพถ่ายในการสำรวจ

ภาพถ่ายได้ถูกใช้อย่างแพร่หลายในงานวิจัยที่มีการประเมินสภาพแวดล้อม เพราะความเหมาะสมต่อการดำเนินการ และความตรง (Validity) ต่อสิ่งที่จะวัดไม่ว่าจะเป็น ความชื่นชอบหรือความสวยงาม ในอุดมคติสิ่งที่ดีที่สุดในการประเมินสภาพแวดล้อมน่าจะเป็นการพาผู้ตอบแบบสอบถามไปดูสถานที่จริงแล้วจึงประเมิน แต่ในความเป็นจริงแล้วการพาผู้ตอบจำนวนมากพอที่จะมีนัยสำคัญทางสถิติไปชมสถานที่จริงนั้นเป็นสิ่งที่แทบจะไม่สามารถทำได้ในการวิจัย (Danial & Meitner, 2001; Dunn, 1976; Shuttleworth, 1980) เพราะ

- ลำบากและใช้งบประมาณสูงมากๆ ต้องมีการขนส่ง
- ใช้เวลานาน

- เนื่องจากต้องใช้ความพยายาม และเวลามาก อาจต้องมีค่าจ้างที่สูงพอให้ผู้ตอบยอมทำแบบสอบถาม ในขณะที่การทำแบบสอบถามส่วนมากมักไม่มีค่าจ้างให้
- ไม่สามารถควบคุมเงื่อนไขที่เกิดจากสภาพแวดล้อม เวลา และมุมมองให้คงที่ระหว่างผู้ตอบที่ไปชมไม่พร้อมกันได้

อีกทางเลือกหนึ่งสามารถทำได้จากการเลือกผู้ตอบที่กำลังอยู่ในสถานที่ที่ต้องการประเมิน แต่วิธีนี้มีข้อเสียคือ มักจะได้ผลในเชิงบวกกับสภาพแวดล้อมนั้นๆ เพราะผู้ที่เลือกมายังสถานที่นั้นย่อมมีความชื่นชอบที่นั่นมากกว่าที่อื่น (Shuttleworth, 1980) ดังนั้นวิธีการที่เหมาะสมจึงเป็นการใช้สื่อเช่นภาพถ่าย โดยเฉพาะภาพสีซึ่งสามารถทดแทนสถานที่จริงได้ในระดับที่เชื่อถือได้ (Danial & Meitner, 2001; Dunn, 1976; Shuttleworth, 1980)

การใช้ภาพถ่ายได้รับการทดสอบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์แล้วว่าสามารถทดแทนสถานที่จริงได้ในการทำวิจัยประเมินสภาพแวดล้อมที่มีการใช้การประเมินด้วยการให้ค่าน้ำหนัก (Rating) งานชิ้นแรกๆ และสำคัญเป็นการทดสอบการประเมินสภาพแวดล้อมจริง เปรียบเทียบกับภาพถ่ายของสถานที่นั้นๆ ซึ่งผลออกมาว่าการประเมินทั้งสองส่วนมีความเหมือนกัน และสรุปว่าใช้แทนกันได้ในการที่ภาพถ่ายได้รวมถึงสิ่งที่นักวิจัยต้องการจะให้เห็นอย่างเพียงพอ (Shafer & Richards, 1974) งานต่อมา ได้มีการพิสูจน์ว่าผลการประเมินภาพถ่ายสี ขาวดำ และสถานที่จริง ไม่มีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และยังเห็นว่าภาพถ่ายสีมีรูปแบบการประเมินที่เหมือนสถานที่จริงกว่าภาพขาวดำ Shuttleworth (1980)

จากการวิเคราะห์ และวิจารณ์งานวิจัยในอดีตที่ศึกษาการใช้ภาพสีแทนสภาพแวดล้อมจริง มีข้อสรุปว่าการใช้ภาพสีมีความตรง และเหมาะสมในการใช้แทนสถานที่จริงในกรณีดังต่อไปนี้ (Lekagul, 2002)

- 1 ใช้ในการประเมินภาพรวม มากกว่าการประเมินรายละเอียด
- 2 ภาพนั้นๆสามารถรวบรวมเนื้อหา และคุณสมบัติที่ต้องการจะศึกษาอย่างเพียงพอ
- 3 มีการควบคุมความหลากหลายขององค์ประกอบไม่ให้เกิดต่างเกินไป
- 4 ต้องมีการควบคุมคุณภาพของภาพที่แสดงให้สม่ำเสมอทุกภาพ
- 5 ควรแนะนำผู้ตอบคำถามให้ทราบว่าเป็นการประเมินสถานที่ที่ปรากฏ ไม่ใช่เพียงแค่ภาพ

ดังนั้นการใช้ภาพถ่ายสีจึงเลือกใช้ในการวิจัยขั้นนี้ด้วยเหตุผลที่ได้สรุปไว้ข้างต้นแล้ว

ปัจจัยและตัวแปรที่สำคัญต่อการรับรู้และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อม

การศึกษาวิจัยในอดีตได้ค้นหา และพิสูจน์ปัจจัยหลายๆประการที่มีผลต่อการรับรู้และความชื่นชอบของคน ที่มีต่อสภาพแวดล้อม กลุ่มของปัจจัยหลักที่ได้รับการพิสูจน์ว่ามีอิทธิพลต่อการรับรู้และความชื่นชอบได้แก่ ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และปัจจัยทางกลุ่มบุคคล นอกจากนั้นยังมีกลุ่มตัวแปรที่สำคัญอีกหลายประการ ดังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม

ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมมักจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้และระดับความชื่นชอบของคน การศึกษาอิทธิพลของลักษณะต่างๆของสภาพแวดล้อมมักจะเป็นจุดประสงค์หลักของการศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อม (Kaplan & Kaplan, 1995; Nasar, 1997) ปัจจัยต่างๆทางสภาพแวดล้อมที่สำคัญและมักเป็นที่สนใจในงานวิจัยต่างๆได้แก่ ชนิดของสภาพแวดล้อม การจัดวางที่ว่าง และองค์ประกอบทางกายภาพที่สำคัญ

ชนิดของสภาพแวดล้อม (Type of Environment)

ชนิดของสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหลักที่คนทั่วไปรับรู้ได้ถึงความแตกต่าง โดยทั่วไปแล้วความแตกต่างในลักษณะชั่วคราวข้ามที่พบในงานวิจัยในอดีตคือ สภาพในเมืองและสภาพที่เป็นธรรมชาติ (Urban and Natural) (Kaplan & Kaplan, 1995) ลักษณะแบบแผนดั้งเดิมและลักษณะสมัยใหม่ (Traditional and Modern) (Lekagul, 2003) ภูมิทัศน์ต่างลักษณะ (Herzog et al., 2000) และภูมิทัศน์การใช้ที่ดินต่างชนิดทางการเกษตร (Agrarian Landscape) (Strumse, 1996) นอกจากจะรับรู้ความแตกต่างแล้ว คนทั่วไปยังมีระดับความชื่นชอบต่อชนิดของสภาพแวดล้อมที่ไม่เท่ากัน ตัวอย่างเช่น สภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติจะเป็นที่ชื่นชอบมากกว่าสภาพในเมืองเสมอ (Kaplan & Kaplan, 1995) แต่สำหรับลักษณะแบบแผนดั้งเดิมและลักษณะสมัยใหม่ ระดับความชื่นชอบจะเป็นเงื่อนไขกับบริบท และจุดประสงค์ของผู้ที่จะเข้าไปเกี่ยวข้อง (Lekagul, 2002)

ความแตกต่างปลีกย่อยภายในชนิดของสภาพแวดล้อมที่มักพบว่ามีผลต่อการรับรู้และความชื่นชอบด้วยคือ รูปแบบ (Style) รูปแบบที่เคยพบว่ามีผลต่อความชื่นชอบ ได้แก่รูปแบบของสวนเกาหลี สวนญี่ปุ่น และสวนตะวันตก (Yang & Brown, 1992) รูปแบบของบ้าน เช่น แบบรสนิยมสูงและรสนิยมทั่วไป (High Style and Popular Style) (Stamps & Nasar, 1997) หรือ รูปแบบสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ (Modern and Post-Modern Styles) (Nasar & Kang, 1999) อิทธิพลของรูปแบบเหล่านี้มักจะมีผลเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และมีผลแตกต่างกันตามกลุ่มของคน

การจัดวางที่ว่าง (Spatial Configuration and Organization)

การจัดวางที่ว่างเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และความชื่นชอบ ความแตกต่างที่มักพบคือขนาดของที่ว่าง เช่นกว้าง-แคบ เพดานสูง-ต่ำ และความลึกเข้าไปข้างหน้า ในงานวิจัยในอดีตมักพบว่า ที่ว่างที่มีขนาดใหญ่กว่า และมีความลึกและต่อเนื่องของมุมมองมักจะเป็นที่ชื่นชอบมากกว่า ที่ว่างที่คับแคบ และตันหรือตัน (Kaplan & Kaplan, 1995; Lekagul, 2002) การจัดระเบียบ (Organization) ของสถานที่มีผลอย่างมากต่อความเข้าใจ และความเข้าใจมักจะนำไปสู่ความชื่นชอบ (Kaplan & Kaplan, 1983) ตัวอย่างเช่น ศูนย์การค้าที่ดูยุ่งเหยิงไม่เป็นระเบียบได้รับความชื่นชอบน้อยกว่าศูนย์การค้าที่เป็นระเบียบเรียบร้อย (Lekagul, 2002)

องค์ประกอบกายภาพที่สำคัญ (Significant Physical Elements)

นอกจากที่ว่างแล้วสิ่งที่มีผลอย่างมากคือองค์ประกอบกายภาพที่สำคัญ (Kaplan & Kaplan, 1995) ซึ่งอาจจะแตกต่างกันไปตามสถานที่ งานวิจัยในอดีตส่วนมากมักพบว่าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความชื่นชอบคือ ต้นไม้และพืชพรรณอื่นๆ เฟอร์นิเจอร์ เช่นที่นั่ง และองค์ประกอบที่สำคัญในบริบทเช่นสินค้าในตลาด (Lekagul, 2002) ในสภาพแวดล้อมอื่นเช่นภูมิทัศน์ธรรมชาติ องค์ประกอบเด่นๆบางชนิดมีผลมากต่อการรับรู้และความชื่นชอบ เช่น หินขนาดใหญ่ แหล่งน้ำ และต้นไม้ที่มีลักษณะเด่น (Herzog et al., 2000; Kaplan & Kaplan, 1995) เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้ดึงดูดความสนใจให้กับสภาพแวดล้อมโดยรอบ อย่างไรก็ตามการที่ความชื่นชอบจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับทัศนคติของคนที่มีต่อองค์ประกอบนั้นๆ และความหมายขององค์ประกอบนั้นๆต่อผู้มอง ความหมายที่มีการใช้อธิบายความชื่นชอบต่อพืชพรรณและแหล่งน้ำคือ ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งอาหารและการพักอาศัย (Appleton, 1975) และจากแนวความคิดที่ต่อเนื่องกัน ความหมายอีกประการในการมององค์ประกอบต่างๆก็คือ สิ่งนั้นสามารถใช้ทำอะไรได้ (Gibson, 1979)

ปัจจัยทางกลุ่มบุคคล

ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างต่อการรับรู้ และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมคือปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มบุคคล ในทางทฤษฎีได้มีการอธิบายไว้ว่า ความชื่นชอบบางประการที่มีต่อสภาพแวดล้อมมาจากสัญชาตญาณเดิม ในขณะที่บางสิ่งเป็นเรื่องที่เป็นการเรียนรู้ (Appleton, 1975; Kaplan & Kaplan, 1983) ในเรื่องที่เป็นสัญชาตญาณนั้น การรับรู้และความชื่นชอบของคนมักจะเหมือนกันไปทุกคน และทุกกลุ่ม แต่สำหรับเรื่องที่เป็นการเรียนรู้และวัฒนธรรมแล้ว การรับรู้และความชื่นชอบจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มที่มีการเรียนรู้ร่วมกันหรือเหมือนกัน ซึ่งความแตกต่างนี้มีตั้งแต่ระดับรายบุคคล ไปจนถึงระดับกลุ่มใหญ่เช่น เผ่าพันธุ์ (ชนชาติตะวันตก-ตะวันออก)

ความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่เคยพบในงานวิจัยในอดีตมีหลายประเด็นที่แตกต่างกันตามเหตุผล เช่น กลุ่มทางสังคม กลุ่มอาชีพ กลุ่มวัฒนธรรมย่อย กลุ่มตามแหล่งที่พักอาศัย และกลุ่มทางพฤติกรรม จากการสรุปจากการวิเคราะห์ผลงานวิจัยจำนวนมาก (Kaplan & Kaplan, 1995; Nasar, 1997) ได้มีการสรุปว่ากลุ่มทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างทางความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมมากที่สุด ซึ่งกลุ่มต่างๆก็จะมีเหตุผลที่แตกต่างกันไป แต่โดยมากแล้วเป็นเรื่องของประสบการณ์ และการเรียนรู้ในอดีต เช่นชนชาติ การศึกษา อาชีพ และความสนใจ ตัวอย่างของกลุ่มที่มักมีความแตกต่างทางการรับรู้ และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมคือ กลุ่มนักออกแบบ สถาปนิก และนักวางผัง กลุ่มดังกล่าว มีการรับรู้ และความชื่นชอบที่ไม่เหมือนคนทั่วไป ถัดลงไปจะเป็นนักอนุรักษ์ธรรมชาติ และกลุ่มอายุ ซึ่งกลุ่มต่างๆเหล่านี้มีการเรียนรู้เฉพาะทางอันเกี่ยวเนื่องกับสภาพแวดล้อม การค้นพบเหล่านี้ส่งผลที่สำคัญทางสังคม และการประกอบวิชาชีพนักออกแบบและวางผัง เนื่องจากสังคมในปัจจุบันให้ความสำคัญต่อทัศนคติของผู้ใช้ และในขณะเดียวกัน สิ่งนี้นักออกแบบเสนอว่าเหมาะสมนั้นอาจไม่เหมาะสมในทัศนคติของผู้ใช้ก็เป็นได้ ดังนั้นจึงต้องถือเป็นข้อควรระวังของนักออกแบบ และเป็นการเน้นให้เห็นความสำคัญของการศึกษาวิจัยเพื่อให้เข้าใจถึงทัศนคติ การรับรู้ และความชื่นชอบของผู้ใช้

ในงานวิจัยขั้นนี้มีการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนศิลปหัตถกรรมในเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช่ของนักท่องเที่ยวผู้ตอบ งานวิจัยในอดีตเคยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีรูปแบบและระดับความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากเจ้าของวัฒนธรรม (Yang & Brown, 1992) แสดงให้เห็นว่าไม่สามารถใช้ความชื่นชอบของชุมชนหรือแม้แต่ของผู้ออกแบบวางผัง มาทดแทนความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ให้เข้าใจถึงรูปแบบการรับรู้ และความชื่นชอบที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตัวแปรอื่น ๆ ที่สำคัญ

คุณสมบัติของสภาพแวดล้อม เช่น ความซับซ้อน ความเป็นระเบียบ ความคุ้นเคยและต้นแบบและความคาดหวังตัวแปรเหล่านี้ แม้ว่าจะเป็นที่น่าสนใจในงานวิจัยที่ผ่านมา แต่ก็มีผลการศึกษาที่ยากต่อการสรุป เพราะมักมีผลที่เป็นเงื่อนไขหรือเป็นไปได้ทั้งด้านบวกและลบ ตัวอย่างเช่น ความซับซ้อนจะเป็นที่ชื่นชอบสูงสุดเมื่อมีระดับปานกลาง หรือเรียกได้ว่ามีความสัมพันธ์เป็นกราฟรูปตัว U คว้ากับความชื่นชอบ (Nasar, 1997) ความเป็นระเบียบก็เช่นกันจะส่งผลให้เกิดความชื่นชอบในระดับหนึ่งเท่านั้น มากไปกว่านั้นแล้วความชื่นชอบก็จะลดลง ความคุ้นเคย ต้นแบบ และความคาดหวัง มีผลในทำนองเดียวกันคือ เป็นไปได้ทั้งทางลบและบวก สิ่งคุ้นเคยอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่โปรดหรือสิ่งที่เบียด (Kaplan & Kaplan, 1983) การตรงกับสิ่งคาดหวังและกับต้นแบบ เช่นบ้านต้องมีลักษณะตรงกับความเป็นบ้านในใจผู้บริโภค ถ้าหากบ้านที่เห็นมีลักษณะไม่ตรงตามนั้น ก็

เป็นไปได้ทั้งทำให้เกิดความขัดเคืองและไม่ชอบ หรือรู้สึกตื่นเต้นและชอบ ดังนั้นจึงเป็นตัวแปรที่ต้องตีความอย่างระมัดระวัง

ในบทนี้ได้กล่าวถึงแนวคิดทางทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานของการศึกษาและความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ในสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องเกี่ยวกับการรับรู้และความชื่นชอบที่มีต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งก็คือเหตุผลสนับสนุนการศึกษา และแนวทางในการศึกษา จนถึงปัจจัยที่สำคัญต่างๆที่ได้รับการพิสูจน์ถึงความเกี่ยวข้องและความสัมพันธ์กับการรับรู้ และความชื่นชอบที่คนทั่วไปมีต่อสภาพแวดล้อม เนื้อหาต่างๆจากบทนี้จะ เป็นพื้นฐานและตัวอย่างที่สนับสนุนและชี้นำไปสู่การออกแบบงานวิจัยที่จะกล่าวอย่างละเอียดในบทต่อไป

บทที่ 3: ระเบียบวิธีการวิจัย

จากที่ได้กล่าวไปแล้วในบทนำและบทที่หนึ่ง ชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง ซึ่งได้แก่ บ้านถวาย บ่อสร้าง-ต้นเปา และวัลลาย มีศักยภาพสูงที่จะพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม ซึ่งการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมนี้จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวม และการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม จะเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม และคุณภาพของสภาพแวดล้อมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน และในบทที่ 2 ได้อธิบายถึงเนื้อหาของวรรณกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การพัฒนาสภาพแวดล้อม และการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้เป็นข้อสรุปจากทฤษฎีและการวิจารณ์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่นำมาสู่เนื้อหาในบทนี้ซึ่งเป็นการอธิบายระเบียบวิธีวิจัยที่เลือกใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ การอธิบายในบทนี้เริ่มจากการสรุปเนื้อหาจากการวิจารณ์วรรณกรรม ตามด้วยการออกแบบงานวิจัยซึ่งแบ่งเป็น คำถามการวิจัย การเก็บข้อมูลด้วยกระบวนการต่างๆ และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพและปริมาณ รายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อสรุปที่ได้จากทฤษฎีและการวิจารณ์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจารณ์วรรณกรรมในบทที่ผ่านมา ได้ครอบคลุมวรรณกรรมจากหนังสือ งานวิจัย และบทความทางวิชาการ ทางด้านเนื้อหาได้ครอบคลุมตั้งแต่ด้านการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ แนวคิดและกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและหลักการพัฒนายั่งยืน ตลอดจนทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับการศึกษาการรับรู้ และการประเมินความชื่นชอบ เนื้อหาดังกล่าวได้ถูกสรุปมาใช้ในการออกแบบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมในเชียงใหม่มีความสำคัญและมีศักยภาพที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้ ในบริบทของการท่องเที่ยวระดับประเทศ และมีความเชื่อมโยงกับแนวโน้มของการท่องเที่ยวในระดับโลก
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญ และเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางจิตวิทยา ทางการตลาด ทางสังคม และทางสภาพแวดล้อม
3. การศึกษาและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมของมนุษย์สามารถใช้เพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมกายภาพ
4. การเก็บข้อมูลความชื่นชอบโดยใช้การให้ค่าความชื่นชอบที่มีต่อภาพถ่ายของสภาพแวดล้อมสามารถนำมาใช้ในการศึกษารูปแบบการรับรู้ และระดับความชื่นชอบที่มีต่อลักษณะทางกายภาพแบบต่างๆ
5. การวิเคราะห์มิติฐานมูลของความชื่นชอบ (Underlying Dimensions of Preference) สามารถทำให้เข้าใจถึงรูปแบบของการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ
6. การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบ (Magnitudes of Preference) ที่มีต่อรูปแบบของสภาพแวดล้อมต่างๆสามารถทำให้เกิดความเข้าใจในลักษณะที่สามารถดึงดูด และดึงดูดนักท่องเที่ยว
7. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติฐานมูลของความชื่นชอบ และมิติฐานมูลของการให้ค่าความสำคัญของกิจกรรมและบริการสามารถแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของการให้ค่าความสำคัญของกิจกรรมและบริการต่อการรับรู้และความชื่นชอบ
8. การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมของคนต่างกลุ่ม สามารถให้ข้อมูลที่ตอบสนองความชื่นชอบของคนต่างกลุ่มได้ดีขึ้น

9. การใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการเขียนคำบรรยาย และการสัมภาษณ์ ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพสามารถช่วยอธิบาย และสนับสนุนผลที่ได้รับจากข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์ทางสถิติ
10. ผลของงานวิจัยในอดีตที่สะสมกันมาทำให้สามารถชี้แนะตัวแปรที่เกี่ยวข้องได้ อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานทางทฤษฎี และทางปฏิบัติที่สามารถช่วยอธิบายผลของงานวิจัยใหม่ๆได้

จากข้อมูลในบทที่ผ่านมาบทนี้จะเป็นการอธิบายเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีในการวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งเนื้อหาในส่วนนี้จะแบ่งเป็น วัตถุประสงค์ของงานวิจัย คำถามการวิจัย และการออกแบบงานวิจัย ซึ่งจะครอบคลุมไปถึง แนวความคิดเกี่ยวกับการวัด การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อการพัฒนาศักยภาพดังที่กล่าวมาแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ

1. ศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง
2. นำเสนอวิธีการและรูปแบบการพัฒนา และการจัดการสภาพแวดล้อมของเส้นทาง ที่สอดคล้องกับการรับรู้และความชื่นชอบ ของนักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความชัดเจนของภาพลักษณ์ และลักษณะเฉพาะชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม และเพิ่มความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมของชุมชน
3. จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายโดยการพัฒนาชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมที่มีศักยภาพ ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยว ที่มีความเหมาะสมต่อการรับรู้ และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนผู้ผลิต โดยมีใช้กระบวนการจัดทำเส้นทาง และการดำเนินกิจการที่มีหลักการดังต่อไปนี้
 - สร้างความหลากหลายทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม ซึ่งจะรวมการผลิต การสาธิต และการซื้อขาย และวิถีชีวิตของชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม
 - ส่งเสริมให้มีการใช้พื้นที่อย่างเต็มศักยภาพ โดยจะครอบคลุมพื้นที่และเส้นทาง ที่มีความเหมาะสมกับกิจกรรมการผลิต การสาธิตและการจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม
 - ส่งเสริมให้มีกระบวนการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของชุมชน และบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่องระหว่างประกอบการที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
 - มีการใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยในพื้นที่

เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้แล้วนั้น คำถามในการวิจัยได้ถูกตั้งขึ้นเพื่อที่จะจัดเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

คำถามการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความชื่นชอบต่อลักษณะทางกายภาพในรูปแบบใดบ้าง มากน้อยแค่ไหน? และอย่างไร?
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรูปแบบการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่งอย่างไร?
3. รูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์อย่างไรกับการให้ความสำคัญกับกิจกรรม และบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและจับจ่ายสินค้า และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันทางพฤติกรรม และข้อมูลส่วนบุคคล?

4. ผู้ประกอบการในชุมชนมีทัศนคติ และความต้องการทางกายภาพอย่างไร? และมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งต่อรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือไม่? และชุมชนมีความต้องการที่จะตอบสนองต่อการรับรู้และความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร?

ข้อมูลที่ได้จากคำถามทั้งสี่ข้อนั้นจะนำมาใช้ในการจัดทำคำแนะนำในพัฒนาที่เหมาะสม และเมื่อได้คำแนะนำในการพัฒนาสภาพแวดล้อม และศักยภาพของชุมชนในเรื่องเที่ยวแล้วก็จะสามารถจัดทำเส้นทางที่เหมาะสมของแต่ละชุมชนได้

การออกแบบงานวิจัย

การออกแบบงานวิจัยชิ้นนี้สามารถอธิบายได้เป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 หรือ ส่วนเหตุผลเป็นการอธิบายแนวคิดหลักการ และเหตุผลในการเลือกแนวทางและวิธีการ ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูล เป็นการแจงรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอน และหลักการของกิจกรรมต่างๆ ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ส่วนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการอธิบายหลักการและขั้นตอนของวิธีการวิเคราะห์ที่เลือกใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิด หลักการ และเหตุผล

งานวิจัยชิ้นนี้มีแนวคิดที่ว่า การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวควรสอดคล้องกับการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นผู้ใช้หลัก และการได้มาซึ่งการรับรู้ และความชื่นชอบควรใช้วิธีการที่มีความเที่ยง และความตรง อีกทั้งเป็นการสร้างความรู้ใหม่ที่นำไปใช้ประโยชน์ได้

หลักการและแนวทางจะอิงอยู่บนแนวคิดและกระบวนการ Category Identifying Methodology (CIM) ซึ่งพัฒนาโดย Stephen และ Rachel Kaplan (Kaplan & Kaplan, 1983; 1995) โดยจะมีปรับการใช้วิธีทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ Factor Analysis จาก Non-Metric (SSA III) มาเป็นวิธีมาตรฐานทั่วไปที่สามารถวิเคราะห์ได้ทั่วไป เช่น SPSS

การวัดที่ใช้จะเป็น การวัดความชื่นชอบซึ่งเหมาะสมกับจุดประสงค์ของงานวิจัยที่จะเข้าใจรูปแบบของการรับรู้ และระดับของความชื่นชอบ อีกทั้งยังเหมาะสมกับคนทั่วไปเพราะเข้าใจง่าย ค้นคว้าดี และเป็นการประเมินรวบยอดที่ครอบคลุมความรู้ ความต้องการ ความจำ และแรงตลใจอื่นๆหลายด้าน ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีความเที่ยง และความตรงในการใช้และให้ผลที่เชื่อถือได้ในต่างประเทศ (Kaplan & Kaplan, 1995) และในประเทศไทย (Lekagul, 2002)

ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูล

เพื่อที่จะได้ข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการตอบคำถามการวิจัยทั้งหมด กรรมวิธีทางการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมได้ถูกคัดเลือกตามความเหมาะสมจากกรรมวิธีที่ได้มีผู้ใช้และแนะนำในการศึกษาในอดีต วิธีการเก็บข้อมูลที่เลือกใช้งานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ตามลักษณะข้อมูลที่จะเก็บ ได้แก่ การสำรวจความชื่นชอบ การสำรวจพฤติกรรมท่องเที่ยวและจับจ่าย การสำรวจข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

การสำรวจความชื่นชอบ

การสำรวจความชื่นชอบเป็นส่วนหลักของงานวิจัยชิ้นนี้ มีจุดประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับรูปแบบ และระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชอบสภาพแวดล้อมมากแค่ไหน และมองสภาพแวดล้อมเหล่านั้นอย่างไร โดยมีการใช้ภาพถ่ายสีเป็นตัวแทนสภาพแวดล้อมเพื่อให้ นักท่องเที่ยวประเมินความชื่นชอบที่มีต่อสภาพแวดล้อมนั้นๆ การสำรวจความชอบมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการเก็บตัวอย่างภาพ

- 1 ถ่ายภาพจากสถานที่จริงโดยใช้มุมมองปกติของนักท่องเที่ยว ด้วยกล้อง 35 มม. กับเลนส์ 50 มม. ซึ่งจะให้ภาพที่ใกล้เคียงกับมุมมองปกติของคน วิธีการถ่ายจะถ่ายจากบริเวณทางเท้า หรือทางเดินที่นักท่องเที่ยวจะเดินเวลาซื้อหาจับจ่ายสินค้า ด้วยการมองในระดับสายตาเวลาเดิน โดยอาจมองตรงไปข้างหน้าหรือฝั่งตรงข้าม
- 2 ถ่ายภาพจากชุมชนทั้งสามแห่ง โดยให้ครอบคลุมทุกลักษณะย่อย (ร้านค้า ส่วนผลิต ส่วนบริการและอื่นๆ) ลักษณะกิจกรรมที่จะเกิด และลักษณะกายภาพที่แตกต่างกัน เช่นบริเวณข้างถนน ในซอย ในวัง หรือสภาพที่มีองค์ประกอบแตกต่างกัน เช่นถนนส่วนหน้า และในซอยย่อย

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างภาพ

- 1 คัดเลือกภาพที่มีข้อบกพร่อง และไม่เหมาะสมที่อาจส่งผลในแง่ลบออก เช่น
 - ภาพที่มีมืดหรือสว่างเกินไป
 - ภาพที่มีหน้าคนขนาดใหญ่อยู่กลางภาพ
 - ภาพที่มีองค์ประกอบที่มีภาพทางลบที่ชัดเจน เช่นถังขยะหรือสิ่งปฏิกูลต่างๆ สิ่งปรักหักพังที่ไม่ใช่ส่วนของสถานที่ และป้ายที่มีข้อความที่อาจไม่เหมาะสม
- 2 คัดเลือกภาพที่ใช้จริง 60 ภาพ โดยแบ่งสัดส่วนตามปริมาณของพื้นที่ของแต่ละสถานที่ (Stratification) โดยใช้ ตาราง (Matrix) 3 x 3 ได้แก่ชุมชนทั้งสามแห่ง บ้านถวาย บ่อสร้าง-ต้นเปา และวัวลาย และลักษณะหลัก 3 อย่างคือ ส่วนร้านค้า ส่วนผลิต และส่วนอื่นๆ โดยมีหลักการว่าจะต้องมีภาพจากอย่างน้อย 3 ภาพ ในแต่ละช่อง หรือแต่ละลักษณะย่อย จำนวนภาพที่ได้จากการเลือกจะเป็นดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3.1.1 สัดส่วนจำนวนภาพจากแต่ละชุมชน และแต่ละลักษณะบริเวณ

| ชุมชน บริเวณ | บ้านถวาย | บ่อสร้าง-ต้นเปา | วัวลาย | รวม |
|-----------------|----------|-----------------|--------|-----|
| ร้านค้า | 8 | 7 | 5 | 20 |
| ส่วนผลิต | 8 | 7 | 5 | 20 |
| ส่วนอื่นๆ | 8 | 7 | 5 | 20 |
| รวม | 24 | 21 | 15 | 60 |

- 3 เพิ่มจำนวนภาพที่ไม่ใช่จริง 6 ภาพ โดยจัดวางเป็น 3 ภาพแรก และ 3 ภาพสุดท้าย ที่วางให้เป็น 3 ภาพแรกเพราะผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่คุ้นเคยกับการให้คะแนน ส่วน 3 ภาพหลังเป็นการป้องกันการคาดเดาตอนจบของผู้ตอบ (Miller, 1984; Woods, 1995)

ขั้นตอนการนำเสนอภาพในแบบสอบถาม

- 1 เรียงลำดับภาพเป็น 2 ลำดับ (ชุด A และ ชุด B) โดยการเลือกแบบสุ่ม (Random Selection) โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้
 - ภาพจากชุมชนเดียวกันและบริเวณเดียวกันจะไม่เรียงอยู่ติดกัน
 - ภาพจากแต่ละชุมชนจะต้องกระจายเป็นส่วนเท่าๆกันทั่วทั้งชุด โดยที่เมื่อแบ่งภาพทั้งหมดเป็น 3 ส่วน ต้องมีภาพจากแต่ละชุมชนกระจายอยู่ในสัดส่วนที่เท่าๆกัน เพื่อป้องกันไม่ให้ภาพจากชุมชนหนึ่งกระจุกตัวอยู่ด้วยกันหมด
- 2 นำภาพมาพิมพ์บนกระดาษ และจัดทำเป็นสมุดภาพขนาด A 4
- 3 ใช้สมุดภาพร่วมกับแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวเลือกให้คะแนน (Rating) ตามความชอบสำหรับแต่ละภาพ (1= ไม่ชอบ 5 = ชอบมาก)

การสำรวจโดยใช้การบรรยายภาพ

การเก็บข้อมูลการบรรยายภาพของนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์คือ ต้องการทราบว่านักท่องเที่ยวเห็นอย่างไรหรือคิดอย่างไรกับภาพที่เห็น โดยคำบรรยายสั้นๆนี้จะมาจากการคิดแวบแรก ซึ่งจะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ข้อมูลคำบรรยายภาพแต่ละภาพของนักท่องเที่ยวทุกคน เมื่อนำมารวมกันและวิเคราะห์จะแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของการรับรู้ ใช้ช่วยอธิบายผลจากการวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้ที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติ ผลของการบรรยายภาพได้ถูกวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสามารถใช้ในการช่วยอธิบายกลุ่มภาพหรือมิติที่ได้จากการวิเคราะห์ Factor Analysis ได้อย่างดี และมีคำอธิบายที่ได้รับการพิสูจน์ว่าสอดคล้องกับการค้นพบของงานวิจัยในอดีต (Miller, 1984; Woods, 1995; Lekagul, 2002) กระบวนการเตรียมการ และสำรวจมีดังนี้

- แบ่งภาพ 60 ภาพที่ใช้ออกเป็น 4 ชุดๆ ละ 15 ภาพ (ชุด 1 2 3 และ 4) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเดียวกับการจัดชุดภาพในการสำรวจค่าน้ำหนักความชื่นชอบ
- นำชุดภาพแต่ละชุดไปประกอบกับ 60 ภาพในสมุดภาพแต่ละชุด โดย จะมีทั้งสิ้น 8 ชุดของสมุดภาพที่มีลำดับแตกต่างกัน (A1, A2, A3, A4 และ B1, B2, B3, B4)
- นำไปใช้ร่วมกับแบบสอบถาม โดยให้นักท่องเที่ยวเขียนอธิบายสั้นๆเกี่ยวกับภาพแต่ละภาพลงในช่องที่กำหนดไว้

การสำรวจการให้ค่าความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ

การสำรวจส่วนนี้มีจุดประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างการให้ค่าความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจับจ่ายและท่องเที่ยว และรูปแบบของการรับรู้และชื่นชอบ การสำรวจจะเป็นคำถามสัมภาษณ์ 24 ข้อที่ให้ผู้ตอบประเมินและให้ค่าน้ำหนัก แก่กิจกรรมและบริการในแต่ละข้อ โดยการให้ค่าน้ำหนัก 5 ระดับ (1= ไม่สำคัญ 5 = สำคัญมาก)

กิจกรรมและบริการต่างๆที่เลือกมานั้นได้มาจากประเด็นต่างๆที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และจับจ่าย เช่น 4 ปัจจัยหลักในทางการตลาด (4 Ps) ซึ่งได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นหลักสำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด (Berkowitz, Kerin, Hartley, & Rudelius, 1997) และมีผลต่อการเลือกจับจ่ายสินค้า และการท่องเที่ยว และในการออกแบบคำถามนั้น แต่ละปัจจัยจะถูกแจกแจงออกไปเป็นหลายหัวข้อย่อยที่เกี่ยวข้อง เช่น

- สินค้าและบริการ จะถูกแจกแจงเป็น ปริมาณ ความหลากหลาย และคุณภาพ

- ราคาจะถูกแจกแจงเป็น ฎก แพง การต่อรองได้
- สถานที่ที่ถูกแจกแจงเป็น ความสะดวก ความสบาย และความใกล้กับที่ท่องเที่ยวอื่นๆ
- กิจกรรมส่งเสริมการขาย จะถูกแจกแจงเป็น เทศกาลพิเศษ การสาธิตวิธีทำ การมีส่วนร่วม และอื่นๆ

หัวข้อต่างๆในคำถามเป็นตัวแปรที่ถูกพบว่ามีผลต่อระดับความชื่นชอบในงานวิจัยในอดีต (Lekagul, 2002; Woods, 1995)

การสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและจับจ่าย

จุดประสงค์ของการสำรวจชุดนี้คือการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจับจ่าย และท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการจับจ่าย และท่องเที่ยวและระดับความชื่นชอบ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ตรงกับพฤติกรรมการจับจ่าย และท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามเลือกคำตอบ (Categorical Answer) จำนวน 6 ข้อ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจับจ่าย (Traveling and Shopping Behaviors) ได้แก่ ลักษณะสินค้า การใช้จ่ายเงินในการจับจ่าย ช่วงเวลาของการจับจ่าย การใช้จ่ายเงิน ลักษณะการท่องเที่ยว และบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ตัวแปรที่เลือกใช้ได้ถูกพบว่ามีผลต่อระดับความชื่นชอบในงานวิจัยในอดีต (Gerhard, 1998; Lekagul, 2002; Woods, 1995)

การสำรวจข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว

การสำรวจข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อ เก็บข้อมูลส่วนตัว เช่นประเทศที่มา ลักษณะเมืองที่อยู่ กลุ่มอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพการแต่งงาน ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และการใช้จ่ายต่อวัน ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ข้อมูลเหล่านี้จะนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับระดับความชื่นชอบที่มีต่อลักษณะต่างๆของสภาพแวดล้อม และผลจากการวิเคราะห์ทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มที่อาจแตกต่างกัน ข้อมูลส่วนตัว หรือข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมนี้ เป็นตัวแปรที่สำคัญในงานวิจัยส่วนมากทางสังคมศาสตร์ ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามเลือกคำตอบ (Categorical Answer) จำนวน 8 ข้อ

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

จุดประสงค์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคือการรวบรวมข้อมูลจากคนในชุมชน ซึ่งก็คือผู้ประกอบการค้าขาย และผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมในชุมชน ข้อมูลที่เก็บคือทัศนคติต่อชุมชนและการท่องเที่ยว ความต้องการทางกายภาพ ตลอดจนความยินยอมที่จะพัฒนาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการสร้างคำแนะนำในการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากความสำเร็จของการพัฒนาย่อมจะไม่สำเร็จหากไม่ได้รับความร่วมมือกับคนในชุมชน และความร่วมมือย่อมมาจากทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนา ความต้องการที่ตรงกัน และความยินยอมต่อการตอบสนองลูกค้า

ในการสัมภาษณ์จะเลือกตัวแทนชุมชนๆละ 7 คน รวมเป็นทั้งหมด 21 คน ตัวแทนชุมชนที่ถูกสัมภาษณ์จะเป็นผู้นำชุมชน ผู้นำทางวิชาชีพหรือผู้นำองค์กรเช่นสมาคมผู้ค้าหรือผลิต และผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการขนาดเล็ก ต่างๆ ได้แก่ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ คำถามสัมภาษณ์เกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับกิจการและชุมชน สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ การท่องเที่ยว สิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจ แนวโน้มและความต้องการ และความยินดีที่จะสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการสัมภาษณ์จะมีการเอารูปภาพที่เป็นตัวแทนจาก

แต่ละมิติที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ให้ผู้แทนชุมชนดูเพื่อออกความคิดเห็นเพื่อที่จะนำไปเปรียบเทียบกับความรู้ของนักท่องเที่ยวด้วย

ส่วนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีจุดประสงค์หลักที่จะศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงต้องมีการใช้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ตอบ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวย่อมหมายถึงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่ในขอบเขตอันมีข้อจำกัดของงานวิจัยชิ้นนี้จึงทำการศึกษานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเท่านั้น เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจากต่างชาติได้นำเงินเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีวัฒนธรรมที่แตกต่าง และอาจมีการรับรู้และความชื่นชอบที่แตกต่างจากชาวไทย ทำให้ผู้ที่คิดจะพัฒนาตอบสนองนักท่องเที่ยวอาจไม่สามารถคาดเดา หรือใช้ข้อมูลที่ถูกต้องได้ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงใช้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเมืองเชียงใหม่ในช่วงการวิจัยคือช่วง ปลายเดือนสิงหาคม ถึงต้นเดือนตุลาคม ซึ่งไม่นับเป็นช่วง High Season

การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินี้มีจุดประสงค์ที่จะเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาเที่ยวในเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นวิธีที่เหมาะสมจึงต้องมีการสุ่มให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศต่าง ๆ กัน และมีการคำนึงถึงสัดส่วนที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธี Quota ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดที่มีความแตกต่างทางจำนวนและลักษณะระหว่างกลุ่มย่อย โดยคัดเลือกให้กลุ่มตัวอย่างมีตัวแทนจากกลุ่มย่อยเป็นสัดส่วนเป็นสัดส่วนเดียวกันกับประชากร (Babbie, 1998) โดยในงานวิจัยชิ้นนี้จะมีการควบคุมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ที่ตอบแบบสอบถามเป็นสัดส่วนร้อยละเท่า ๆ กันกับสัดส่วนจริงของนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ทั้งหมดในเมืองเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่จะถูกแจกแจงนักท่องเที่ยวตามกลุ่มประเทศที่มา โดยใช้ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปี 2545 ซึ่งรวบรวมโดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือ (2545)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้คือ 300 คน เนื่องจากมีการใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีจะมีความต้องการขั้นต่ำไม่เท่ากัน เช่น Hair, et al. (1998) แนะนำว่า

- Factor Analysis มีความต้องการกลุ่มตัวอย่างอย่างต่ำ 5 คน ต่อตัวแปร 1 ตัว
- Multiple Regression มีความต้องการกลุ่มตัวอย่างอย่างต่ำ 10 คน ต่อตัวแปร 1 ตัว

จะเห็นว่าตัวเลขที่น่าจะสูงที่สุดจะมาจากความต้องการของ Factor Analysis เนื่องจากมีการใช้ภาพ 60 ภาพเป็นตัวแปร ดังนั้น $60 \times 5 = 300$ ตัวอย่าง จึงยึดตัวเลข 300 เป็นค่าต่ำสุดของจำนวนตัวอย่างที่ต้องเก็บ ซึ่งใน 300 คนนี้จะมีการแบ่งสัดส่วนร้อยละตามข้อมูลนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวไปแล้ว และมีการจัดแบ่งสัดส่วนตามชุดของแบบสอบถาม โดยจะมีการพิเศษขึ้นและเก็บเผื่อเพื่อป้องกันข้อมูลไม่สมบูรณ์ (Missing Data) และการปรับเปลี่ยนในกรณีที่ไม่สามารถได้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มตามแผนที่วางไว้ การแจกแจงปริมาณสัดส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างตามแผน และจำนวนที่เก็บได้จริง จะแสดงอยู่ในตารางการแจกแจงสัดส่วนนักท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

ตาราง 3.1.2 การแจกแจงสัดส่วนนักท่องเที่ยวในการแจกแบบสอบถาม

| Distribution of Questionnaire by Regions of Foreign Visitors in Chiang Mai | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------|------------------|---------------|------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| Continents/ Regions | Countries | Number | % | Approx. | Required Number | A-01 | A-02 | A-03 | A-04 | B-01 | B-02 | B-03 | B-04 | Total | Over |
| Asia | | 255,720 | 18.08 | 18 | 54 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 56 | 2 |
| | Malaysia | 26,249 | | | | | | | | | | | | | |
| | Singapore | 59,649 | | | | | | | | | | | | | |
| | China | 21,145 | | | | | | | | | | | | | |
| | Hong Kong | 7,470 | | | | | | | | | | | | | |
| | Japan | 107,254 | | | | | | | | | | | | | |
| | Korea | 12,532 | | | | | | | | | | | | | |
| | Taiwan | 21,421 | | | | | | | | | | | | | |
| India & Middle East | | 28,067 | 1.98 | 2 | 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 8 | 2 |
| | Middle East | 22,448 | | | | | | | | | | | | | |
| | India | 5,619 | | | | | | | | | | | | | |
| Europe | | 692,850 | 48.99 | 49 | 147 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 152 | 5 |
| | Austria | 13,427 | | | | | | | | | | | | | |
| | Belgium | 31,808 | | | | | | | | | | | | | |
| | Denmark | 56,654 | | | | | | | | | | | | | |
| | France | 107,564 | | | | | | | | | | | | | |
| | Germany | 123,641 | | | | | | | | | | | | | |
| | Italy | 30,041 | | | | | | | | | | | | | |
| | Netherlands | 85,696 | | | | | | | | | | | | | |
| | Sweden | 21,258 | | | | | | | | | | | | | |
| | Switzerland | 46,725 | | | | | | | | | | | | | |
| | UK | 176,036 | | | | | | | | | | | | | |
| North America | | 212,654 | 15.04 | 15 | 45 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 48 | 3 |
| | USA | 173,654 | | | | | | | | | | | | | |
| | Canada | 39,000 | | | | | | | | | | | | | |
| Australia | | 76,251 | 5.39 | 5 | 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 16 | 1 |
| | Australia | 59,555 | | | | | | | | | | | | | |
| | New Zealand | 16,696 | | | | | | | | | | | | | |
| Others | | 148,758 | 10.52 | 11 | 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 | -1 |
| | Others | 148,758 | | | | | | | | | | | | | |
| Total | | 1,414,300 | 100.00 | 100 | 300 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 39 | 312 | 12 |

ขั้นตอนการสำรวจ

แบบสอบถามทั้งหมดจะแจกโดยผู้แจกแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักศึกษาวิชาเอกภาษาอังกฤษ คณะมนุษย-ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 9 คน โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มจำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 2-3 คน และได้แบ่งพื้นที่และประเภทของสถานที่ในการแจกแบบสอบถามอย่างคร่าวๆ โดยคำนึงถึงสถานที่ที่มักพบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมาก และเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของสถานที่ในการแจกแบบสอบถามให้ครอบคลุมพื้นที่ในเขตเมืองเชียงใหม่ ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 แจกแบบสอบถามตามที่พัก ได้แก่ โรงแรม Guest House รวมถึงย่านสถานที่ท่องเที่ยวประเภทจับจ่าย ได้แก่ บริเวณถนนท่าแพและ Night Bazaar

- กลุ่มที่ 2 แจกแบบสอบถามตามสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา ได้แก่โรงเรียนคริสต์ ย่านทางทิศตะวันตกของแม่น้ำปิง ตามร้านอาหาร และตามสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัด ได้แก่วัดสำคัญต่างๆ ในเขตคูเมือง
 - กลุ่มที่ 4 แจกแบบสอบถามในแถบถนนอ้อมเมือง ได้แก่ สถานีขนส่ง (อาเขต) และมหาวิทยาลัยพายัพ
 - กลุ่มที่ 5 แจกแบบสอบถามในพื้นที่บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้แก่ Uniserve ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดตามถนนสุเทพ
- หมายเหตุ: เดิมมีกลุ่มที่ 3 ภายหลังได้ยกเลิกไปเนื่องจากนักศึกษาในกลุ่มยกเลิกการทำงาน

ผู้แจกแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มจะนำชุดแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วยสมุดภาพทั้ง 8 ชุด และแบบคำตอบไปยังจุดต่างๆในเมืองเชียงใหม่ โดยจะมีการสลับหมุนเวียนชุดสมุดภาพเพื่อให้ได้ปริมาณตามที่ต้องการ ตามขั้นตอนการแจกแบบสอบถามซึ่งมีดังต่อไปนี้

- ผู้แจกแบบสอบถามเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะแจก
 - ผู้แจกแบบสอบถามแนะนำตัวเอง ถามนักท่องเที่ยวว่ามีเวลาให้สักนิดหรือไม่
 - หากนักท่องเที่ยวตอบว่ามี ผู้แจกแบบสอบถามอธิบายว่ากำลังเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว และขอให้นักท่องเที่ยวทำแบบสอบถาม โดยอธิบายว่าเป็นการทำโดยสมัครใจ และนักท่องเที่ยวสามารถหยุดได้เมื่อต้องการ และคำตอบทั้งหมดจะเก็บเป็นความลับโดยนักท่องเที่ยวไม่ต้องบอกชื่อ
 - เมื่อนักท่องเที่ยวยินยอม ผู้แจกแบบสอบถามอธิบายวิธีการกรอก และใช้สมุดภาพ
 - เมื่อนักท่องเที่ยวทำเสร็จ ผู้แจกแบบสอบถามขอบคุณนักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือ
- ผู้แจกแบบสอบถาม บันทึกข้อมูลที่จำเป็นลงบนปกของแบบคำตอบ เช่นวัน เวลา สถานที่ เลขชุดแบบสอบถาม และหมายเลขผู้ตอบ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการหาคำตอบสำหรับคำถามการวิจัย ข้อมูลที่เก็บมาได้ทั้งหมดจะถูกวิเคราะห์ด้วยกรรมวิธีเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ กรรมวิธีเชิงปริมาณทั้งหมดเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้ โปรแกรมวิเคราะห์ SPSS ซึ่งเหมาะสมกับการวิเคราะห์ในงานวิจัยสาขาสังคมศาสตร์ การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การเปรียบเทียบลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในแต่ละชุมชน การวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมกายภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาคำอธิบายภาพ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติฐานมูลของความชื่นชอบกับความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการการเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆที่มีต่อลักษณะกายภาพที่แตกต่างกัน และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การเปรียบเทียบลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในแต่ละชุมชน

การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบที่มีต่อลักษณะกายภาพต่างๆของสถานที่ที่มีจุดประสงค์ที่จะบ่งชี้ว่าลักษณะทางกายภาพใดบ้างที่มีผลให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และในทางตรงกันข้าม ลักษณะทางกายภาพใดบ้างที่มีผลให้นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ การวิเคราะห์จะทำได้โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Means) ของภาพในแต่ละชุมชนเพื่อให้เห็นว่า ลักษณะร่วมอะไรของของภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงมีผลต่อความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และลักษณะร่วมอะไรของของภาพที่มีค่าเฉลี่ยต่ำมีผลต่อความไม่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว และสามารถนำไปสู่ข้อสรุปได้ว่าในแต่ละชุมชนนั้น ลักษณะที่ได้รับความนิยมชื่นชอบสูงควรได้รับการส่งเสริมให้อนุรักษ์หรือประยุกต์ใช้ ในขณะที่เดียวกันลักษณะที่ได้รับความนิยมชื่นชอบต่ำควรได้รับการแก้ไขปรับปรุง วิธีการเปรียบเทียบคือ

- จัดเรียงภาพในแต่ละชุมชนตามค่าเฉลี่ยความชื่นชอบ
 - คัดเลือกภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของภาพทั้งหมดจากชุมชนนั้น
 - คัดเลือกภาพที่ได้รับความนิยมต่ำสุดเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของภาพทั้งหมดจากชุมชนนั้น
 - รวบรวมลักษณะและองค์ประกอบของกลุ่มภาพที่ได้รับความนิยมสูง และกลุ่มภาพที่ได้รับความนิยมต่ำในแต่ละชุมชน
 - สรุปเป็นลักษณะร่วมกันที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และไม่ชื่นชอบในแต่ละชุมชน
 - สรุปรวมเป็นลักษณะทั่วไปที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และไม่ชื่นชอบ
- ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้จะนำไปรวมกับผลการวิเคราะห์ในส่วนอื่นเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนา เพื่อเพิ่มความชื่นชอบให้กับชุมชน

การวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบ

การวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบ จะใช้ Factor Analysis ซึ่งจะแบ่งกลุ่มภาพเป็นกลุ่มย่อยๆ ที่มีรูปแบบของคะแนนความชื่นชอบที่นักท่องเที่ยวประเมินและให้คะแนนเหมือนกัน แต่ละกลุ่มภาพจะเรียกว่า มิติ (Dimension) ซึ่งภาพในแต่ละมิติมีความเป็นลักษณะร่วมบางประการที่ทำให้ผู้ประเมินมองเห็นหรือ ชอบเหมือนกัน (Kaplan & Kaplan, 1995) แต่ละมิติจะแสดงถึงแนวลักษณะร่วมบางประการที่มีทิศทางชัดเจน แต่ละภาพในมิติจะมีค่า Factor Loading ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์กับมิติ โดยที่ภาพที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดจะมีการแสดงออกถึงลักษณะร่วมนั้นๆมากที่สุด ดังนั้นเมื่อเรียงภาพในแต่ละมิติตาม ค่า Factor Loading จะทำให้เห็นถึงแนวทางของลักษณะร่วมได้อย่างชัดเจน

ได้มีการเสนอแนวทางในการวิเคราะห์โดยใช้ Factor Analysis สำหรับการวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบดังนี้

- ค่า Eigenvalue ของมิติที่จะยอมรับเพื่อการวิเคราะห์ได้ควรมีค่าอย่างน้อย 1.0 (Hair, et al., 1998; Kaplan & Kaplan, 1995)
- ในการเลือกจำนวนมิติเพื่อการตีความ นอกจากค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1.0 แล้ว ควรดูกราฟ ของ Scree Plot ประกอบไปด้วย จุดที่เกิดมุมหักมุมบนกราฟ และกราฟเริ่มแบนราบแสดงถึง จำนวนมิติที่เหมาะสม (Hair, et al., 1998)
- ค่า Factor Loading สำหรับภาพที่จะถือว่าอยู่ในมิติ และจะถูกวิเคราะห์ ควรมีค่า Factor Loading อย่างน้อย 0.3 (Hair, et al., 1998) หรือ 0.5 (Kaplan & Kaplan, 1995)
- ภาพที่ไม่มีค่า Factor Loading ที่สูงเพียงพอ ในมิติใด ๆ ก็ตามจะถูกคัดออกจากการวิเคราะห์ (Kaplan & Kaplan, 1995)
- แต่ละมิติที่สามารถนำมาตีความได้ ต้องมีภาพอย่างน้อย 3 ภาพ (Kaplan & Kaplan, 1995)
- ค่าที่เกิดจากการให้คะแนนของผู้ตอบแต่ละคนจะถูกนำมาคำนวณร่วมกับค่า Factor Loadings แล้วบันทึกไว้เป็นตัวแปรที่เป็นมิติฐานมูล (Underlying Dimension) ของกลุ่มตัวแปรเดิมของแต่ละมิติที่จะใช้วิเคราะห์ต่อไป

จากนั้นภาพทั้งหมดจะถูกจัดตามมิติ โดยเรียงตาม Factor Loadings เพื่อเปรียบเทียบ และตีความ โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์คำบรรยายภาพมาช่วยอธิบาย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการอธิบายภาพ

ข้อมูลจากการอธิบายภาพจะเป็นคำบรรยายซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเหมาะสมกับข้อมูลบรรยายสั้นๆ แต่มีปริมาณมากเช่นนี้ กรรมวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาได้ถูกใช้กับข้อมูลในลักษณะนี้ในงานวิจัยในอดีต และให้ผลที่เชื่อถือได้ (Miller, 1984; Lekagul, 2002; Woods, 1995) กระบวนการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

- รวบรวมและแจกแจงคำบรรยายทั้งหมดตามภาพ
 - สุ่มตัวอย่างภาพขึ้นมาทำการแยกกลุ่มคำบรรยายตามความเหมือนกัน
 - เมื่อทดลองจนได้การจัดกลุ่มแล้ว แยกคำอธิบายเป็นกลุ่มย่อยตามที่วางไว้
 - รวมกลุ่มย่อยที่คล้ายกันเพื่อสร้างกลุ่มหลักที่แตกต่างกันด้วยประเด็นที่ชัดเจน
 - นับจำนวนครั้งของคำอธิบายแต่ละกลุ่มย่อย
 - ทำเป็นตารางสรุปคำบรรยายของแต่ละภาพ
 - นำเอาคำบรรยายของแต่ละภาพที่อยู่ในมิติเดียวกันมารวมกัน และสรุปเป็นตารางของมิติ
 - คิดค่าเฉลี่ยของค่าที่สามารถเทียบกันได้ระหว่างกลุ่ม และหาเกณฑ์ที่จะนำมาใช้เป็นจุดตัดที่จะแยกเอาเฉพาะคำอธิบายที่มีความถี่สูงเพียงพอ
 - นำผลมาช่วยในการอธิบายกลุ่มภาพในแต่ละมิติ ที่แสดงรูปแบบการรับรู้
- ผลที่ได้จะช่วยสนับสนุนการตีความลักษณะกายภาพจากการวิเคราะห์ลักษณะร่วมของภาพในแต่ละมิติ และทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้นถึงสาเหตุและสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นร่วมกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติทางกายภาพของความชื่นชอบกับความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ การวิเคราะห์ชุดนี้มีจุดประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างมิติฐานมูลของความชื่นชอบกับมิติฐานมูลของความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ เนื่องจากการเห็นความสำคัญของกิจกรรมและบริการต่างๆ แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมที่มีกิจกรรมและบริการที่แตกต่างกันไป ขั้นตอนการวิเคราะห์มีดังนี้

- ใช้ Factor Analysis ในการจัดกลุ่มความสำคัญของกิจกรรมและบริการ ซึ่งกระบวนการจะเป็นเช่นเดียวกับการจัดกลุ่มของภาพทั้ง 60 ภาพ แต่ในกรณีนี้จะเป็นคำถามทั้ง 24 ข้อ ที่ใช้ในทั้ง 2 กระบวนการ
- ค่าที่เกิดจากการให้คะแนนของผู้ตอบแต่ละคนจะถูกนำมาคำนวณร่วมกับค่า Factor Loadings แล้วบันทึกไว้เป็นตัวแปรที่เป็นมิติฐานมูล (Underlying Dimension) ของกลุ่มตัวแปรเดิมของแต่ละมิติที่จะใช้วิเคราะห์ต่อไป
- ใช้ Multiple Regression Analysis วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรของมิติฐานมูลของความชื่นชอบกับการให้ความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ Multiple Regression Analysis นี้จะเป็นการหาความสัมพันธ์ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) 1 ตัว กับตัวแปรอิสระ (Independent Variable) หลายๆ ตัว โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) เพื่อให้ถูกต้องตาม Assumption ของ Multiple Regression Analysis จึงต้องเปลี่ยนตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจากค่ามาตรฐานของ Factor Score (จากมิติกายภาพ และปัจจัย 7 กลุ่ม) ให้เป็น Scale

$$1-100 \text{ โดยใช้สูตร } \left(\frac{X - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}} \right) \times 100$$

- 2) ทำการวิเคราะห์โดยใช้ Scale ของมิติทางกายภาพทั้ง 7 เป็นตัวแปรตามทีละตัว โดยวิเคราะห์กับตัวแปรอิสระทั้งหมด 39 ตัว (Scale จาก 7 ปัจจัยทางการตลาด และตัวแปรทางพฤติกรรมและข้อมูลส่วนบุคคล)
- 3) ใช้วิธี Stepwise ซึ่งตามวิธีนี้ ตัวแปรอิสระที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องจะถูกแยกออก เหลือแต่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเท่านั้น
- 4) ความสัมพันธ์ที่ได้จะออกมาในลักษณะของ ค่าความสามารถในการอธิบาย ในรูปของค่า R-Square จำนวนตัวแปรอิสระที่มีความสำคัญ พร้อมด้วยค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ (ค่า b และ Beta) ซึ่งจะมากน้อยแตกต่างกัน และอาจมีค่าบวกหรือลบ ค่าบวกหมายความว่าตัวแปรตัวนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปรตาม และค่าลบหมายความว่าตัวแปรตัวนั้นมีความสัมพันธ์ทางลบกับตัวแปรตาม คือถ้าตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามจะลดลง
- 5) ผลการวิเคราะห์สามารถทำให้เห็นได้ว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์ และสามารถมีส่วนช่วยในการเพิ่มความชื่นชอบให้กับสภาพแวดล้อมที่ต้องการปรับปรุงได้

การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆที่มีต่อลักษณะกายภาพที่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบชุดนี้มีจุดประสงค์ที่จะเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆที่มีต่อลักษณะกายภาพที่แตกต่างกัน โดยจะเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆที่มีต่อมิติของสภาพแวดล้อม ในการเปรียบเทียบจะใช้ Multiple Regression Analysis เช่นเดียว กับปัจจัยทางความสำคัญของกิจกรรมและบริการโดยการวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความชื่นชอบของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อแต่ละมิติหรือลักษณะ โดยที่แต่ละตัวแปรจะประกอบด้วยค่าที่ใช้หรือไม่ใช้ เพียงอย่างเดียวโดยใช้ตัวเลข 1 (ใช่) และ 0 (ไม่ใช่) สำหรับแต่ละมิตินั้น ค่าความสำคัญของแต่ละตัวแปรจะแสดงระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญ) และแสดงความแตกต่างของรูปแบบความชื่นชอบของแต่ละกลุ่ม ซึ่งการพัฒนาลักษณะกายภาพจะสามารถปรับให้ตรงกับความชื่นชอบของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้

การเปรียบเทียบความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวกับทัศนคติ และความต้องการของผู้ประกอบการ การเปรียบเทียบในขั้นตอนนี้มีจุดประสงค์เพื่อที่จะสังเคราะห์ผลที่จะนำไปสู่คำแนะนำในการพัฒนาสภาพแวดล้อม ในกระบวนการประกอบด้วย

- สรุปประเด็นจากการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
- วิเคราะห์ทัศนคติ และความต้องการของผู้ประกอบการจากบทสัมภาษณ์โดยเรียบเรียงเป็นประเด็น เช่น แนวทางการพัฒนา และขยายตัว ขนาดพื้นที่ การจัดพื้นที่ การตกแต่ง สินค้า และความต้องการที่จะสนองต่อความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
- นำสรุปการบรรยายภาพมาเปรียบเทียบกับข้อสรุปการรับรู้จากการบรรยายภาพของนักท่องเที่ยว
- เรียบเรียงระดับของข้อสรุปตามความต้องการของชุมชน และการรับรู้และความชื่นชอบที่ตรงกันชุมชนและของนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ทั้งหมดที่กล่าวถึงไปแล้ว จะมีการสรุปผลที่ได้และสังเคราะห์ไปเป็นคำแนะนำที่เหมาะสมในการพัฒนา อนุรักษ์ ปรับปรุง และจัดการสภาพแวดล้อมและกิจกรรมของชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้ง 3 แห่ง โดยใช้คำแนะนำทั้งหมดในการจัดและพัฒนาเส้นทางที่มีอยู่แล้ว

สรุป

ในบทที่ 3 นี้ได้อธิบายถึงระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ทั้งหมด เริ่มตั้งแต่จุดประสงค์ของการวิจัย คำถามการวิจัย เหตุและผลในการเลือกแนวทาง กรรมวิธีในการเก็บข้อมูล วิธีการเลือกผู้ตอบและขั้นตอนในการสำรวจ และกรรมวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล ในบทที่ 4 จะเป็นการอธิบายผลจากการวิเคราะห์ทั้งหมดและสรุปร่วมกันเป็นคำแนะนำที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมได้

บทที่ 4: ผลการวิจัย

บทที่ 4 นี้จะนำเสนอผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ดำเนินการตามวิธีการวิเคราะห์ตามที่อธิบายไว้ในบทที่ 3 โดยจะมีการบรรยายตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 4.1 **ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ** ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมต่างรูปแบบและต่างชุมชน และผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มภาพที่ได้รับความนิยมชื่นชอบสูงสุด และต่ำสุด
- 4.2 **การมีอัตลักษณ์ และลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้** ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการวิเคราะห์รูปแบบของการรับรู้สภาพแวดล้อม จากการวิเคราะห์มิติฐานมูล (Underlying Dimensions) จากข้อมูลการสำรวจความชื่นชอบ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลคำอธิบายภาพของนักท่องเที่ยว
- 4.3 **ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่สำคัญทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและจับจ่ายสินค้า และปัจจัยทางความแตกต่างของกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยว** กับรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างความชื่นชอบที่มีต่อรูปแบบทางกายภาพของสภาพแวดล้อม กับปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความชื่นชอบ อันได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวและจับจ่าย และปัจจัยทางพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวและปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
- 4.4 **ทัศนคติและความต้องการของชุมชนศิลปหัตถกรรม** ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการการผลิตและค้าขายสินค้าศิลปหัตถกรรม และผลจากการเปรียบเทียบความเห็นของผู้นำและผู้ประกอบการเกี่ยวกับการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวกับการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว

จากนั้นจะเป็นการสรุปผลทั้งหมดเพื่อนำไปสร้างคำแนะนำในการพัฒนาสภาพแวดล้อมและจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม

4.1 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ

จากคำถามการวิจัยที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความชื่นชอบต่อลักษณะทางกายภาพในรูปแบบใดบ้าง มากน้อยแค่ไหน? และอย่างไร? คำตอบสำหรับคำถามข้อนี้จะได้จากผลการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับการเปรียบเทียบลักษณะและความชื่นชอบ ได้แก่ การเปรียบเทียบความชื่นชอบระหว่างชุมชน และการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของภาพที่ได้รับความนิยมชื่นชอบสูงสุดและต่ำสุดเป็นจำนวนหนึ่งในสามของภาพทั้งหมด ซึ่งรายละเอียดในการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

การเปรียบเทียบค่าความชื่นชอบระหว่างชุมชน

การเปรียบเทียบความชื่นชอบระหว่างชุมชน โดยใช้ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบจากทุกภาพที่มาจากชุมชนนั้นๆ มาเปรียบเทียบกันจะแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแต่ละชุมชนอย่างไร และแต่ละชุมชนอยู่ ณ จุดไหนเมื่อเปรียบเทียบกัน ผลการเปรียบเทียบแสดงให้เห็นว่า ชุมชนบ้านถวายได้รับความนิยมชื่นชอบมากที่สุด (3.19) อย่างชัดเจน รองลงมาเป็นชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา (2.89) และชุมชนวัวลายได้รับความนิยมชื่นชอบน้อยที่สุด (2.87) โดยจะใกล้เคียงกันกับชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา ดังนั้นชุมชนวัวลาย

และชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา ต้องพยายามมากกว่าชุมชนบ้านถวายในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมกายภาพให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ลำดับความขึ้นชอบและค่าเฉลี่ยแสดงในตาราง 4.1.1 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความขึ้นชอบระหว่างชุมชน

| ลำดับ | ชุมชน | ค่าเฉลี่ยความขึ้นชอบ | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
|-------|-----------------|----------------------|---------------------|
| 1 | บ้านถวาย | 3.1881 | 0.4932 |
| 2 | บ่อสร้าง-ตันเปา | 2.8946 | 0.5566 |
| 3 | วัวลาย | 2.8726 | 0.5372 |

การเปรียบเทียบภาพที่นักท่องเที่ยวชอบที่สุด และชอบน้อยที่สุดจากแต่ละชุมชน







เพื่อให้เห็นว่าลักษณะที่ได้รับความนิยมขึ้นชอบสูง และต่ำในแต่ละชุมชนเป็นอย่างไร จึงมีการเรียงภาพจากแต่ละชุมชนตามค่าเฉลี่ยความขึ้นชอบ จากสูงที่สุดไปยังต่ำสุด และเลือกภาพที่ได้รับความนิยมขึ้นชอบสูงสุด และต่ำสุดเป็นจำนวนหนึ่งในสามของจำนวนภาพจากแต่ละชุมชนที่ใช้ในการศึกษา มาวิเคราะห์องค์ประกอบที่เป็นที่ยอมรับและไม่ขึ้นชอบ โดยที่การวิเคราะห์ชุมชนบ้านถวายจะมี 8 ภาพที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ 8 ภาพที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด การวิเคราะห์ชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา จะมี 7 ภาพที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ 7 ภาพที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด และการวิเคราะห์ชุมชนวัวลายจะมี 5 ภาพที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ 5 ภาพที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด ที่ถูกเรียงลำดับในการวิเคราะห์ ผลออกมาดังต่อไปนี้

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบในชุมชนบ้านถวาย

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบจะเห็นได้จากลักษณะเฉพาะ และลักษณะร่วมของภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความขึ้นชอบสูง ดังจะเห็นได้ในตาราง 4.1.2—ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบในชุมชนบ้านถวาย ซึ่งมีภาพทั้งหมด 8 ภาพ ประกอบไปด้วยภาพในส่วนผลิต 2 ภาพ ส่วนขาย 4 ภาพ และส่วนอื่นๆ 2 ภาพ

ตาราง 4.1.2 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบในชุมชนบ้านถวาย

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 1 | Title WS02 Mean 3.65 SD. 1.08 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขายของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: อาคารเฉพาะของร้านค้าขนาดใหญ่ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบ: อาคารพื้นถิ่น หน้าจั่ว เสาไม้เลื้อย |
| 2 | Title WP03 Mean 3.61 SD. 1.01 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: บริเวณกิจกรรมการผลิตบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: ร้านค้าที่มีการผลิตในร้าน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวขึ้นชอบ: กิจกรรมการผลิต (แกะสลักไม้) สินค้าไม้แกะสลัก ทางเดินเท้าได้ร่มเงา |

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 3 | Title WS01 Mean 3.60 SD. 1.05 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขายของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: ส่วนตกแต่งด้านหน้าของร้านค้าขนาดใหญ่ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: การตกแต่งแบบศิลปะตะวันออก ลักษณะปราสาทหิน อิฐก่อ แก้ว ร่ม ทางเดินเท้าได้ร่มเงา มีต้นไม้ประดับ |
| 4 | Title WS07 Mean 3.50 SD. 0.98 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขายของชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ถนนทางเดินหน้าร้านบริเวณสองฝั่งคลอง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ถนนชอยหน้าร้าน ทางเดินเท้าได้ร่มเงา มีต้นไม้ข้างทาง มีอาคารหลังคาจั่ว ระเบียบไม้ |
| 5 | Title WP07 Mean 3.50 SD. 1.08 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตบริเวณสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ซอยย่อยที่แยกมาจากถนนไปบริเวณบ้านพักอาศัย ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ซอยแคบๆ โกง ไม่คาดฝัน มีรั้วไม้ไผ่ มีต้นไม้ข้างทาง มองเห็นอาคารขนาดเล็ก หลังคาจั่ว |
| 6 | Title WS03 Mean 3.45 SD. 0.97 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขายของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: การตกแต่งหน้าร้าน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ด้านหน้าร้านค้า มีต้นไม้กระถางประดับปริมาณค่อนข้างมาก มีกระถางต้นไม้อิฐก่อ |
| 7 | Title WM02 Mean 3.42 SD. 0.99 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ที่นั่งพักบริเวณชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ส่วนอื่นๆ--ซุ้มที่นั่งเหนือคลองส่งน้ำ ระหว่างถนน 2 ข้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ด้านหน้าร้าน มีหลังคามุงจั่ว มีที่นั่งพักผ่อนได้ร่ม ไม้เลื้อย |
| 8 | Title WM03 Mean 3.40 SD. 0.99 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ--ที่นั่งพักบริเวณชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ซุ้มที่นั่งเหนือคลองส่งน้ำ ระหว่างถนน 2 ข้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการพักผ่อน ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา ซุ้มโครงสร้างไม้ไผ่ขนาดเล็ก |

ภาพส่วนใหญ่เป็นภาพที่แสดงด้านหน้าของร้านค้า (6 ภาพ ยกเว้นภาพที่ 5 และภาพที่ 8) ซึ่งประกอบไปด้วย บริเวณถนนและทางเดินด้านหน้าร้าน และการจัดหน้าร้าน โดยที่ถนนด้านหน้าของร้านค้าส่วนใหญ่ (4 ภาพ ยกเว้นภาพที่ 1 และภาพที่ 6) เป็นถนนที่เน้นคนเดิน (ไม่ใช่ถนนที่มีรถยนต์วิ่งเป็นหลัก) หรือเป็นถนนที่มีทางเท้าให้สามารถเดินได้ และมีร่มเงา

ตัวร้านค้าจะมองเห็นได้ 2 แบบคือแบบที่เห็นด้านนอกของร้านค้า (ภาพที่ 1, 3, 4, 6, 7) ซึ่งจะมองเห็นอาคารเกือบเต็มความสูงทั้งหมด และที่เห็นภายในของร้าน (ภาพที่ 2) ภาพที่เห็นด้านนอกของร้านค้าส่วนใหญ่แสดงลักษณะอาคารพื้นถิ่น ได้แก่ รูปทรงหลังคา และวัสดุ ได้แก่ ไม้ อิฐ และการใช้ต้นไม้ พืชพรรณ ในการตกแต่งด้านหน้า ในขณะที่ภาพที่เห็นถึงภายในร้านจะแสดงให้เห็นสินค้าศิลปหัตถกรรม ได้แก่ ไม้แกะสลัก ภาพที่ไม่ใช่ภาพด้านหน้าร้านค้า (ภาพที่ 5, 8) เป็นภาพทางเดินเข้าสู่ชุมชน (ภาพที่ 5) และภาพส่วนพักผ่อนของชุมชน (ภาพที่ 8) โดยทั้ง 2 ภาพจะมีพืชพรรณไม้เป็นส่วนประกอบสำคัญ และมีลักษณะของความเป็นพื้นถิ่น ได้แก่ รั้วไม้ระแนง หลังคาจั่ว (ภาพที่ 5) และซุ้มโครงสร้างไม้ไผ่ (ภาพที่ 8)

ภาพโดยส่วนใหญ่เป็นภาพที่มีองค์ประกอบย่อยๆ มากมาย (ยกเว้นภาพที่ 5 และภาพที่ 7) และองค์ประกอบย่อยๆ มีความหลากหลายทั้งในด้าน รูปทรง ขนาด และสี มีเพียง 2 ภาพ (ภาพที่ 5, 6) ที่มีมิติในทางลึกมากๆ เนื่องจากเป็นภาพทางเดินลึกเข้าไป

โดยสรุป ภาพที่เป็นที่ชื่นชอบจากชุมชนบ้านถวายจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ อาคารขนาดเล็ก หลังคาจั่ว หรือหลังคามุงจั่ว มีระเบียบไม่ขอยแคบๆ ไม่ตาดคิ้ว รั้วไม้ไผ่ ซุ้มโครงสร้างไม้ไผ่ขนาดเล็ก กระถางต้นไม้อิฐก่อ
2. พืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ยืนต้น และไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้ประดับทางเดิน มีต้นไม้กระถางประดับปริมาณค่อนข้างมาก
3. ลักษณะทางเดินเท้าได้ร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง ทั้งที่เป็นต้นไม้ใหญ่และต้นไม้กระถางประดับทางเดิน ได้แก่ ขอยแคบๆ มีต้นไม้ข้างทาง
4. ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา ได้แก่ ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มไม้เลื้อย
5. กิจกรรมการผลิตศิลปหัตถกรรม ได้แก่ กิจกรรมแกะสลักไม้ สินค้าไม้แกะสลัก
6. การตกแต่งแบบตะวันออกหรือพื้นถิ่น ได้แก่ ลักษณะปราสาทหิน อิฐก่อ แก้วอี ร่ม
7. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง หรือขอยแคบๆ โค้ง

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบจะเห็นได้จากลักษณะเฉพาะ และลักษณะร่วมของภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบต่ำ ดังจะเห็นได้ในตาราง 4.1.3—ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย ซึ่งมีภาพทั้งหมด 8 ภาพ ประกอบไปด้วยภาพในส่วนผลิต 3 ภาพ และส่วนอื่นๆ 5 ภาพ

ตาราง 4.1.3 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 1 | Title WM06 Mean 2.30 SD. 1.04 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ ของส่วนของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: ลานจอดรถ มีโครงหลังคาทรงแสง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถคอนกรีตขนาดใหญ่ โครงสร้างเหล็กสูง รถยนต์ เสาไฟฟ้า แดดร้อน ไม่มีคน ไม่มีกิจกรรม |

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|--|
| 2 | Title WM07 Mean 2.30 SD. 1.05 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ ของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: ถนนหลัก ลานจอดรถ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถขนาดใหญ่ ถนนคอนกรีต โครงสร้างเหล็กสูง รถยนต์ เสาไฟฟ้า แตร้อน |
| 3 | Title WP04 Mean 2.79 SD. 1.08 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต ของชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ลานกองวัสดุสำหรับการผลิต ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: กองไม้และอุปกรณ์ เกะกะ รก แตร้อน ไม่มีคน ไม่มีกิจกรรม |
| 4 | Title WM08 Mean 2.87 SD. 0.91 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ ของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: ถนนสายรอง—ร้านอาหาร ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีตโล่ง แตร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |
| 5 | Title WM04 Mean 2.88 SD. 0.88 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: ถนนและซุ้มทางเข้าส่วนของบ้านถวายด้านหน้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ซุ้มถนนทางเข้าขนาดใหญ่ ถนนคอนกรีตกว้าง แตร้อน |
| 6 | Title WP06 Mean 2.90 SD. 1.09 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตของบ้านถวายด้านหน้า คำอธิบาย: พื้นที่หลังอาคารส่วนบ้านถวายด้านหน้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: มีวัสดุตากอยู่ ไม่เรียบร้อย แตร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |
| 7 | Title WM05 Mean 2.93 SD. 1.06 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ—ชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ถนนหลักและซุ้มทางเข้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ซุ้มทางเข้าถนนขนาดใหญ่ แตร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |
| 8 | Title WP05 Mean 3.07 SD. 1.02 |  | สถานที่: บ้านถวาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ทางเดินมีของกอง 2 ข้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: กองไม้และอุปกรณ์วาง เกะกะ รก แตร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |

ภาพส่วนใหญ่ เป็นภาพถ่ายกลางแจ้งแสดงสภาพอากาศที่มีแดดจัด และมีร่มเงาเล็กน้อย และเป็นภาพที่ไม่มีภาพของผู้คนหรือกิจกรรมของคนปรากฏอยู่ในภาพโดยเป็นภาพถนนและลานจอดรถ 5 ภาพ (ยกเว้นภาพที่ 3, 6, 8 ซึ่งเป็นภาพส่วนผลิต) เนื่องจากเป็นภาพถนนจึงมีมิติลึกเข้าไปข้างใน ซึ่งแบ่งได้ 2 ลักษณะคือ ภาพถนนกึ่งๆ ลานจอดรถ และ ภาพถนนทางเข้าของรถยนต์ที่มีซุ้มทางเข้าคร่อมถนน (ภาพที่ 5 และภาพที่ 7)

ภาพถนนกึ่งๆ ลานจอดรถ (ภาพที่ 1, 2, 4) มี องค์ประกอบหลักเป็นถนนคอนกรีตซึ่งใช้เป็นลานจอดรถ (ยกเว้นภาพที่ 4 ที่อาจเป็นลานคอนกรีตเฉยๆ) องค์ประกอบรองเป็นอาคารโครงสร้างเหล็กสูงที่มีหลังคาหลังคาเป็นทรงพื้นถิ่น (จั่ว) แต่ใช้วัสดุสมัยใหม่ (กระเบื้องหรือสังกะสี) มีรถยนต์ประกอบ (ภาพที่ 1, 2) องค์ประกอบย่อยอื่นๆ ได้แก่ เสาไฟฟ้า สายไฟฟ้า ป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนภาพถนนทางเข้าของรถยนต์ที่มีซุ้มทางเข้าคร่อมถนนเป็นภาพถนนทางเข้าของรถยนต์ลึกเข้าไปในภาพ มีซุ้มทางเข้ามีลักษณะพื้นถิ่น (รูปทรงของหลังคาจั่ว และวัสดุไม้) เป็นองค์ประกอบหลัก มีวัสดุพืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ยืนต้นและไม้พุ่มเป็นองค์ประกอบรองและมีส่วนประกอบย่อยอื่นๆ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์

นอกเหนือจากภาพถนนกึ่งๆ ลานจอดรถ เป็นภาพส่วนผลิต 3 ภาพ (ภาพที่ 3, 6, 8) มี 2 ลักษณะ คือภาพกองวัสดุในการผลิต (ภาพที่ 3, 8) และภาพในส่วนด้านหลังการผลิต (ภาพที่ 6) ภาพกองวัสดุในการผลิตมีองค์ประกอบหลักคือกองวัสดุที่ใช้ในการผลิตงานหัตถกรรม ได้แก่ ไม้ ลักษณะภาพดูค่อนข้างรก ภาพที่ 3 เห็นชัดเจนว่าเป็นกองวัสดุที่รกและอยู่กลางแจ้ง แต่ภาพที่ 8 เป็นกองวัสดุที่มีหลายชนิดทำให้ดูไม่ค่อยเป็นระเบียบ ส่วนภาพส่วนด้านหลังการผลิต เห็นหลังคาอาคารในส่วนผลิต วัสดุและงานผลิตที่แขวน วางไว้ด้านหลัง และมีลำคลองเป็นองค์ประกอบรอง เนื่องจากสีสนที่หลากหลายของวัสดุในการผลิตทำให้ภาพดูไม่เป็นระเบียบนัก

โดยสรุป ลักษณะที่ไม่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวายจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาเล็กน้อย
2. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3. ถนนหรือลานจอดรถขนาดใหญ่ ทั้งที่ลาดและไม่ลาดคอนกรีต
4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา ได้แก่ กองไม้และกองอุปกรณ์ที่เกะกะ รก การตากวัสดุไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เสาไฟฟ้าและสายไฟฟ้า
5. ซุ้มถนนทางเข้าขนาดใหญ่
6. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ โครงสร้างเหล็กสูง รถยนต์

สรุปลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบสามารถสรุปประเด็นรวมได้ดังตาราง 4.1.4

ตาราง 4.1.4 สรุปลักษณะที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชอบในชุมชนบ้านถวาย

| ความชื่นชอบ | สิ่งที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ |
|---|--|
| ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบสูง) | <ul style="list-style-type: none"> - บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ อาคารขนาดเล็ก หลังคาจั่ว หรือหลังคามุขจั่ว มีระเบียบไม่ชวยแคบๆ ไม่ดาดผิว รั้วไม้ไผ่ ชุมโครสร้างไม้ไผ่ขนาดเล็ก - พืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ต้น และไม้ประดับ - ลักษณะทางเดินเท้าได้ร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง - ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา - กิจกรรมการผลิตศิลปหัตถกรรม - การตกแต่งแบบตะวันออกหรือพื้นถิ่น ได้แก่ ลักษณะปราสาทหิน อีฐก่อ แก้วอี ร่ม - ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง |
| ไม่ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบต่ำ) | <ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาไม่พอ - ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม - ถนนหรือลานจอดรถขนาดใหญ่ ทั้งที่ดาดและไม่ดาดคอนกรีต - ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา ได้แก่ กองไม้และกองอุปกรณ์ที่เกะกะ รก - ชุมถนนทางเข้าขนาดใหญ่ - ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ โครงสร้างเหล็กสูง |

จากตารางสามารถอธิบายลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบส่วนต่างๆ ของชุมชนบ้านถวายได้ดังนี้

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย ได้แก่

1. บรรยากาศพื้นถิ่น เป็นลักษณะที่เห็นได้จากภาพที่มีอาคารที่แสดงความเป็นพื้นถิ่น ได้แก่ ลักษณะของอาคารขนาดเล็ก มีจำนวนชั้นไม่มาก ก่อสร้างโดยใช้วัสดุและรูปแบบพื้นถิ่น เช่น ใช้โครงสร้างไม้ ใช้ทรงหลังคาที่แสดงความเป็นพื้นถิ่น เช่น ทรงหลังคาจั่ว หรือทรงหลังคาที่มีมุขจั่ว หรือจากส่วนต่างๆ ในบริเวณ ได้แก่ ชอยแคบๆ ไม่ดาดผิว รั้วไม้ระแนง ชุมนั่งพักผ่อนขนาดเล็กทำด้วยไม้ไผ่ นอกจากนั้นบรรยากาศที่เกิดจากการประดับตกแต่งอาคารและบริเวณที่ก่อสร้างติดมากับอาคาร เช่น การก่ออิฐ การทำปูนปั้นเป็นลวดลายโบราณ และการใช้สิ่งของประดับตกแต่งอื่นๆ เช่น การแขวนตุ้ม (ธงแบบพื้นถิ่น) การตั้งร่มกันแดด การใช้ต้นไม้ประเภทเถาไม้เลื้อย เป็นต้น โดยบรรยากาศพื้นถิ่นเป็นลักษณะเด่นที่ปรากฏให้เห็นในภาพส่วนใหญ่และน่าจะเป็นลักษณะสำคัญที่สามารถแนะนำให้ชุมชนส่งเสริมขึ้นมาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
2. ต้นไม้และพืชพรรณต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ที่ขึ้นในบริเวณเดียวกับอาคารร้านค้า ต้นไม้สองข้างทางเดิน และที่ใช้ประดับอาคารและส่วนอื่นๆ เช่น ต้นไม้ที่ปลูกประดับไว้ด้านหน้าอาคาร ทั้งต้นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่และต้นไม้ขนาดเล็ก รวมไปถึงไม้เลื้อยต่างๆ ที่ใช้ประดับอาคาร ชุมนั่งพักผ่อน ซึ่งน่าจะเป็นลักษณะที่คนโดยทั่วไปชื่นชอบและเป็นลักษณะที่ควรแนะนำให้ชุมชนส่งเสริมให้มีมากขึ้น
3. ทางเดินเท้าได้ร่มเงาหรือทางเดินที่มีต้นไม้สองข้างทาง ทั้งร่มเงาที่เกิดจากเครื่องป้องกันแดด เช่น ชายคาและร่มเงาจากต้นไม้ ด้วยการเดินเท้าเป็นวิธีในการสำรวจสภาพแวดล้อมได้มากที่สุด และเป็นวิธีการในการเลือกสินค้า สภาพของทางเดินจึงมีผลต่อการเลือกชมสินค้าและบรรยากาศอื่นๆ และด้วยลักษณะอากาศที่มีแดดจัด ทางเดินที่มีร่มเงาจึงเป็นลักษณะที่คนที่เข้ามาจับจ่ายชื่นชอบ
4. ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา ได้แก่ ชุมนั่งพักผ่อน ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนการเดินเพื่อการจับจ่าย และทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสังเกตการณ์สภาพแวดล้อมรอบข้างที่ไม่ใช่เฉพาะตัวสินค้ามากขึ้น

- กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม ในชุมชนนี้ กิจกรรมการผลิตหลักคือการแกะสลักไม้ ซึ่งเป็นลักษณะหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ
- ลักษณะทางเดินคดโค้ง เนื่องจากสร้างความน่าสนใจให้กับมุมมองการเดินชมสิ่งต่างๆ ที่ไม่ได้เห็นทั้งหมดในเวลาเดียว และเพิ่มมุมมองให้กับสิ่งต่างๆ ที่อยู่ข้างทางเดินเพราะผู้ที่เดินจะได้เห็นในมุมที่ต่างกันไปใน การเคลื่อนตัวไปตามทางตามมุมมองสายของแนวทางเดินกับสิ่งที่อยู่ข้างทาง

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย ได้แก่

- ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาน้อย เป็นลักษณะหลักที่ชัดเจนซึ่งอาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง ร้อน ความไม่สบาย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยง
- ภาพหรือสถานที่ที่ไม่มีกิจกรรม หรือไม่มีผู้คน อาจทำให้ภาพขาดความมีชีวิตชีวา แห้งแล้ง ไม่น่าอยู่
- ถนนและลานจอดรถขนาดใหญ่ โดยเฉพาะพื้นลาดคอนกรีตขนาดใหญ่ ซึ่งเมื่อร่วมกับลักษณะของแดด ร้อน อาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง และสร้างความรู้สึกของพื้นผิวที่แข็งกระด้าง ไม่สวยงาม
- ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา ซึ่งปรากฏในภาพทั้งที่เป็นกรก่องวัสดุและเครื่องมือในการผลิต และภาพกระบวนการผลิตซึ่งต้องมีการวางเรียงวัสดุ ลักษณะการจัดวางที่มีความหลากหลายทั้งชนิด ขนาด สีสน พื้นผิว โดยไม่มีระเบียบในการจัดวางชัดเจน อาจสร้างความรู้สึกรก ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย จึงเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
- ชุมทางเข้าถนนขนาดใหญ่ เป็นลักษณะของชุมทางเข้าที่สร้างคร่อมถนนทางเข้า โดยสร้างลักษณะพื้นดิน เช่นใช้ลักษณะหลังคาจั่วหรือหลังคามุขจั่วมาประกอบ ใช้วัสดุพื้นดิน เช่น ไม้ตองตึง แต่ด้วยการใช้สัดส่วนที่ใหญ่ อาจสร้างความรู้สึกที่ขัดกับความเป็นพื้นดินที่ใช้สัดส่วนเล็กๆ พอติดกับสัดส่วนของมนุษย์
- ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ โครงสร้างเหล็กสูงในอาคารขายสินค้าและรถยนต์ อาจสร้างความรู้สึกของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่แข็งกระด้าง เป็นกลไก ประกอบกับลักษณะของพื้นลาดคอนกรีตขนาดใหญ่ อาจให้ความรู้สึกสมัยใหม่ แห้งแล้ง ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับคนซึ่งขัดกับลักษณะความเป็นพื้นดินที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ต้นเปา

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบจะเห็นได้จากลักษณะเฉพาะ และลักษณะร่วมของภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบสูง ดังจะเห็นได้ในตาราง 4.1.5—ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ต้นเปา ซึ่งมีภาพทั้งหมด 7 ภาพ ประกอบไปด้วยภาพในส่วนผลิต 4 ภาพ ส่วนขาย 2 ภาพ และส่วนอื่นๆ 1 ภาพ

ตาราง 4.1.5 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ต้นเปา

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|--|
| 1 | Title PM06 Mean 3.56 SD. 1.14 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ ในบริเวณบ้านต้นเปา คำอธิบาย: ทางธรรมชาติ ต้นไม้ใหญ่ เยียว ลึกเข้าไป ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ต้นไม้ปริมาณมาก ร่มเงาจากต้นไม้ ทางเดินดินคดเคี้ยว ไม่ลาดผิว มีต้นไม้สองข้างทาง |

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|--|
| 2 | Title PS03 Mean 3.39 SD. 0.94 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย ในบริเวณบ่อสร้าง คำอธิบาย: ทางเดินหน้าร้าน มีสินค้าขนาดเล็กแสดง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ทางเดินเท้าได้ร่มเงา มีสินค้ากระจุกกระจิกหลากหลาย มีไม้กระถางประดับ |
| 3 | Title PP03 Mean 3.13 SD. 1.05 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบริเวณบ้านต้นเปา คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิต |
| 4 | Title PP01 Mean 3.10 SD. 1.06 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบริเวณบ่อสร้าง คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิต (เครื่องเรือนไม้) ได้ร่มเงา อาคารโครงสร้างไม้ |
| 5 | Title PP05 Mean 3.08 SD. 0.86 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ร้านค้าในส่วนผลิตในบ้านต้นเปา คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: อาคารร้านค้าชั้นเดียว หลังคาจั่ว จัดแสดงสินค้าหลากหลาย มีต้นไม้ประดับ |
| 6 | Title PS07 Mean 3.05 SD. 0.92 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนขายในบ้านต้นเปา คำอธิบาย: บ้านที่เป็นร้านค้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: บ้านร้านค้า มีต้นไม้ให้ร่มเงา สินค้าหลากหลายจำนวนมาก |
| 7 | Title PP06 Mean 3.02 SD. 1.03 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ลานตากโครงไม้ไผ่ (กิจกรรมการผลิต) |

ภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นภาพเดียวที่แตกต่างจากภาพอื่นๆ ทั้งหมด เนื่องจากเป็นภาพเป็นภาพของทางเดินในชนบทที่มีต้นไม้เป็นองค์ประกอบหลัก ถึงแม้จะมีบางภาพ (ภาพที่ 5, 6, 7) ที่มีต้นไม้แต่ไม่ใช่องค์ประกอบส่วนใหญ่ของภาพ ภาพนี้มีมิติในทางลึกเข้าไปมากกว่าภาพอื่นๆ ด้วย ภาพอื่นๆ สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ ภาพกิจกรรมการผลิตงานหัตถกรรม (ภาพที่ 3, 4, 7) และภาพร้านค้าที่ขายสินค้าศิลปหัตถกรรม (ภาพที่ 2, 5, 6) ภาพกิจกรรมการผลิตมี 2 ลักษณะ คือ ภาพที่มีคนเป็นองค์ประกอบหลักของภาพ

(ภาพที่ 3, 4) และภาพที่งานหัตถกรรมเป็นองค์ประกอบหลักของภาพ (ภาพที่ 7) ภาพที่มีคนเป็นองค์ประกอบหลักจะเป็นภาพที่คนกำลังดำเนินกิจกรรมการผลิต ลักษณะพื้นที่การผลิตจะเป็นกึ่งภายในและภายนอกอาคาร คือเป็นส่วนที่อยู่ภายใต้ร่มเงาแต่เป็นพื้นที่ที่ไม่มีผนังแบ่งแยกหรือปิดบังอย่างมิดชิด องค์ประกอบรองของภาพได้แก่ส่วนประกอบต่างๆ ของอาคาร ได้แก่ เสา บันได ชายคา รวมไปถึงอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต ส่วนภาพที่งานหัตถกรรมเป็นองค์ประกอบหลักของภาพเป็นภาพที่มีองค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ อาคารและต้นไม้

ภาพร้านค้ามี 2 ลักษณะคือ ภาพด้านหน้าร้านค้า (5, 6) และภาพกึ่งภายในและภายนอกของร้านค้า (ภาพที่ 2) แต่ภาพร้านค้าทั้งหมดจะมีการใช้ต้นไม้เป็นองค์ประกอบของภาพทั้งหมดด้วย ภาพด้านหน้าร้านค้าเป็นลักษณะร้านค้าย่อยๆ ที่ไม่ได้ติดถนนหลัก โดยสังเกตจากแนวต้นไม้ประดับที่ล้อมออกมาจากร้านในภาพที่ 5 และภาพที่ 6 เป็นอาคารร้านค้าที่อยู่ในบริเวณที่มีรั้วกันเขตโดยรอบ แต่ภาพที่ 2 ซึ่งเป็นภาพกึ่งภายในและภายนอกของร้านค้าแสดงให้เห็นพื้นที่ใต้ร่มเงาของอาคารที่ไม่ได้อยู่ในเขตกำแพงหรือผนังกันมิดชิดเป็นลักษณะทางเดินด้านหน้าร้านที่มีชายคายื่นลงมาคลุม มีลักษณะการจัดสินค้าชิ้นเล็กๆ จำนวนมาก ค่อนข้างรกกว่าภาพที่ 5, 6

โดยสรุป ลักษณะที่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปาจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. พืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ยืนต้น และไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้ปริมาณมาก ต้นไม้สองข้างทางเดิน ไม้กระถางประดับทางเดิน ต้นไม้ประดับอาคาร ต้นไม้ให้ร่มเงา
2. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลายในการจัดแสดงสินค้า ได้แก่ สินค้ากระจุกกระจิก
3. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ อาคารโครงสร้างไม้ อาคารร้านค้าชั้นเดียว หลังคาจั่ว ทางเดินดินไม่ลาดผิว
4. ลักษณะทางเดินเท้าใต้ร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง ทั้งที่เป็นต้นไม้ใหญ่และไม่กระถางประดับทางเดิน
5. กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม ได้แก่ กิจกรรมการผลิตเครื่องเรือนไม้ ลานตากโคร่งไม้ไผ่
6. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ดันเปา

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบจะเห็นได้จากลักษณะเฉพาะ และลักษณะร่วมของภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบต่ำ ดังจะเห็นได้ในตาราง 4.1.6—ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ดันเปา ซึ่งมีภาพทั้งหมด 7 ภาพ ประกอบไปด้วยภาพในส่วนผลิต 2 ภาพ ส่วนขาย 1 ภาพ และส่วนอื่นๆ 4 ภาพ

ตาราง 4.1.6 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ดันเปา

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 1 | Title PM03 Mean 2.49 SD. 1.00 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ บ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: ถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีตโล่ง อาคารตึกแถว อาคารด้านข้างไม่กลมกลืน แดดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 2 | Title PM02 Mean 2.53 SD. 1.00 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ บ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: ที่นั่งข้างถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีต แก้วคอนกรีต แดดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |
| 3 | Title PM01 Mean 2.70 SD. 0.98 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ คำอธิบาย: ชุมทางเข้าบ้านดงเปา ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ชุมทางเข้า โครงสร้างเหล็กสูง มีป้ายประชาสัมพันธ์หลายอันดูไม่เป็นระเบียบ ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |
| 4 | Title PP07 Mean 2.70 SD. 0.92 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบ้านดงเปา คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถ มีรถขายของจอดด้านหน้า การแสดงสินค้าไม่เป็นระเบียบ |
| 5 | Title PM07 Mean 2.80 SD. 0.98 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ คำอธิบาย: ถนนหลักบ้านบ่อสร้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีตโล่ง แดดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |
| 6 | Title PP04 Mean 2.80 SD. 0.95 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบ้านดงเปา คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน—ลานตากกระดาษ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถ ส่วนต่อเติมที่ไม่สัมพันธ์กับตัวบ้าน แดดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม |
| 7 | Title PS06 Mean 2.81 SD. 0.94 |  | สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย บริเวณบ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: ดิ็กแถวมีลานด้านหน้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานคอนกรีตใหญ่โล่งหน้าอาคารดิ็กแถว |

ภาพโดยส่วนใหญ่ (ยกเว้นภาพที่ 3) จะมีส่วนประกอบของถนนหรือลานคอนกรีตโล่งๆ ภาพที่ได้รับความนิยมชื่นชอบต่ำที่สุดมีส่วนประกอบของถนน (ภาพที่ 1, 2, 5) ที่มีมิติที่ลึกเข้าไปมากเนื่องจากมีถนนเป็นองค์ประกอบหลัก และมีปริมาณมาก มีอาคารริมถนนเป็นองค์ประกอบรอง โดยภาพทั้ง 3 เป็นช่วงกลางวันมีแดดจัด ทำให้ส่วนถนนสว่างมากซึ่งตรงข้ามกับบริเวณในร้านค้าซึ่งเป็นเงามืดเนื่องจากแสงภายนอกมีความเข้มมาก ทำให้เกิดความขัดแย้งมาก มองไม่สบายตา องค์ประกอบย่อยอื่นๆ ได้แก่ เสาไฟฟ้า ป้ายประชาสัมพันธ์ ท่อระบายน้ำริมถนน ส่วนภาพที่มีส่วนประกอบของลานคอนกรีต (ภาพที่ 4, 6, 7) จะมีอาคารเป็นองค์ประกอบหลัก

ภาพที่ 4, 6 เป็นอาคารไม้ เป็นลักษณะอาคารพักอาศัยที่มีลานจอดรถของบ้านซึ่งเป็นลานดินอยู่ด้านหน้า (ภาพที่ 4) หรือลานกรวดอยู่ด้านข้าง (ภาพที่ 6) ภาพที่ 7 เป็นอาคารเป็นอาคารแถวซึ่งเป็นอาคารกึ่งพาณิชย์ มีลานจอดรถคอนกรีตค่อนข้างกว้างอยู่ด้านหน้า

ภาพที่ไม่มีส่วนประกอบของถนน ได้แก่ ภาพที่ 3 เป็นภาพของชุมทางเข้าของรถยนต์ซึ่งมีรูปแบบพื้นถนนที่เป็นหลังคาทรงจั่ว โดยมีซุ้มเป็นองค์ประกอบหลักของภาพมีพืชพรรณริมทางเข้า และป้ายประชาสัมพันธ์เป็นประกอบรอง ซึ่งป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีจำนวนมาก มีลักษณะและสีสันทันที่หลากหลายนอกจากนี้ยังมีการจัดเรียงทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย

โดยสรุป ลักษณะที่ไม่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปาจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. ถนนหรือลานจอดโดยเฉพาะถนนลาดคอนกรีต
2. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3. ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงา
4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์หลายอันจัดเรียงไม่เป็นระเบียบ การแสดงสินค้าในรถขายของไม่เป็นระเบียบ
5. ลักษณะที่ไม่กลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ได้แก่ อาคารตึกแถวและอาคารด้านข้างไม่กลมกลืน ส่วนต่อเติมที่ไม่สัมพันธ์กับตัวบ้าน
6. ชุมถนนทางเข้าขนาดใหญ่
7. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ ชุมทางเข้าโครงสร้างเหล็กสูง

สรุปลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปา

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบสามารถสรุปประเด็นรวมได้ดังตาราง 4.1.7

ตาราง 4.1.7 สรุปลักษณะที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปา

| ความชื่นชอบ | สิ่งที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ |
|---|--|
| ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบสูง) | <ul style="list-style-type: none"> - พืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ยืนต้น และไม้ประดับ - ผลัดกันสีสินค้าที่หลากหลาย - บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ อาคารโครงสร้างไม้ อาคารร้านค้าชั้นเดียว หลังคาจั่ว ทางเดินดินไม่ลาดชัน - ลักษณะทางเดินเท้าได้ร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง - กิจกรรมการผลิตศิลปหัตถกรรม - ลักษณะทางเดินที่คดเคี้ยว |
| ไม่ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบต่ำ) | <ul style="list-style-type: none"> - ถนนหรือลานจอดโดยเฉพาะถนนลาดคอนกรีต - ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม - ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงา - ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา - ลักษณะที่ไม่กลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ได้แก่ อาคารตึกแถวและอาคารด้านข้างไม่กลมกลืน - ชุมถนนทางเข้าขนาดใหญ่ - ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ ชุมทางเข้าโครงสร้างเหล็กสูง |

จากตารางสามารถอธิบายลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบส่วนต่างๆ ของชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปา ได้ดังนี้

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ้านบ่อสร้าง - ดันเปา ได้แก่

1. ดันไม้และพืชพรรณต่างๆ ในปริมาณมากทั้งที่อยู่สองข้างทางเดินและส่วนที่ใช้ประดับอาคาร และบริเวณต่างๆ ซึ่งเป็นลักษณะที่ชัดเจนที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ อาจเนื่องจากให้ความรู้สึกของความสดชื่น ชุ่มชื้น ซึ่งตรงกันข้ามกับลักษณะแดดร้อนที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
2. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลาย เห็นได้จากภาพที่มีการจัดแสดงสินค้าจำนวนมากที่มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปร่าง ขนาด สีสัณ แต่มีการจัดแสดงอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ดูไม่รกตาซึ่งเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
3. บรรยากาศความเป็นพื้นถิ่น ซึ่งเห็นได้จากลักษณะอาคารโครงสร้างไม้ และรูปแบบหลังคาจั่วที่ให้ความรู้สึกของพื้นถิ่น
4. ทางเดินเท้าได้ร่มเงาหรือทางเดินที่มีต้นไม้สองข้างทาง เห็นได้จากภาพทางเดินชมสินค้าด้านหน้าอาคารที่มีชายคาด้านหน้าอาคารยื่นออกมาบังแดด และทางเดินได้ร่มเงาต้นไม้ ซึ่งจะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมการเดินสำรวจและการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น จึงเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
5. กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม โดยความชื่นชอบหลักจะอยู่ที่กิจกรรมการผลิตอย่างชัดเจน เห็นได้จากภาพกิจกรรมการผลิตทั้งที่มีคนกำลังทำกิจกรรมอยู่ในภาพ และภาพแสดงกิจกรรมการผลิตที่ไม่มีคนอยู่ในภาพ ต่างเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
6. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง เห็นได้จากภาพที่มีค่าเฉลี่ยความชื่นชอบสูงสุดเนื่องจากเป็นลักษณะทางที่สร้างความน่าสนใจให้กับมุมมองของผู้เดินได้มากยิ่งขึ้น

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านบ่อสร้าง - ดันเปา ได้แก่

1. ถนนและลานจอดรถโดยเฉพาะถนนลาดคอนกรีตรวมไปถึงสิ่งอื่นๆ ที่ทำจากคอนกรีต ได้แก่ ที่นั่งพักผ่อนที่ทำจากคอนกรีต ซึ่งอาจสร้างความรู้สึกของพื้นผิวที่แข็งกระด้าง ไม่สวยงาม
2. ภาพหรือสถานที่ที่ไม่มีกิจกรรม หรือไม่มีผู้คน อาจทำให้ภาพขาดความมีชีวิตชีวา แห้งแล้ง ไม่น่าอยู่
3. ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาน้อย เป็นลักษณะหลักที่ชัดเจนซึ่งอาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง ร้อน ความไม่สบาย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยง
4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย รุกตา ซึ่งปรากฏในภาพที่มีรถขายของจอดหน้าบ้านซึ่งมีการจัดแสดงสินค้าอย่างไม่เป็นระเบียบ อาจทำให้รู้สึกวุ่นวายและไม่น่าซื้อ และในภาพที่มีป้ายจราจรที่มีความหลากหลายทั้งขนาด รูปแบบ สีสัณ และจัดเรียงอย่างไม่เป็นระบบระเบียบ อาจทำให้เกิดความรู้สึกว่ารกตา
5. ลักษณะที่ไม่กลมกลืนกันทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ปรากฏในภาพที่มีอาคารตึกแถวสองชั้นอยู่ติดกับอาคารพักอาศัยไม้สองชั้นมีรูปแบบเก่า จึงมีความแตกต่างกันชัดเจน และภาพที่มีส่วนต่อเติมของบ้านสองชั้นสร้างด้วยไม้ โดยมีส่วนต่อเติมชั้นเดียวใช้วัสดุสมัยใหม่ทำให้ความแตกต่างกันมากทั้งสีและวัสดุ ทำให้เกิดความไม่กลมกลืนกันซึ่งเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
6. ชุมชนทางเข้าขนาดใหญ่ เห็นได้จากภาพถนนทางเข้าหมู่บ้านดันเปาที่มีชุมทางเข้าขนาดใหญ่มีลักษณะพื้นถิ่นที่มีหลังคาจั่ว แต่ขนาดที่ใหญ่โตอาจไม่เข้ากันกับลักษณะพื้นถิ่นจึงไม่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
7. การแสดงความเป็นสมัยใหม่ ปรากฏในภาพที่เป็นชุมทางเข้าหมู่บ้านดันเปาที่ใช้โครงสร้างเหล็กสูงและเน้นโครงสร้างด้วยการใช้สีที่ฉูดฉาด ที่อาจเป็นการเน้นความรู้สึกของความใหญ่โต เทอะทะ และไม่มีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนวัวลาย

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบจะเห็นได้จากลักษณะเฉพาะ และลักษณะร่วมของภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบสูง ดังจะเห็นได้ในตาราง 4.1.8—ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนวัวลาย ซึ่งมีภาพทั้งหมด 5 ภาพ ประกอบไปด้วยภาพในส่วนผลิต 3 ภาพ และส่วนขาย 2 ภาพ

ตาราง 4.1.8 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนวัวลาย

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|--|
| 1 | Title SP04 Mean 3.50 SD. 0.97 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในซอยแยกจากถนนหลัก คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิตได้ร่วมเงา สินค้าภาชนะ |
| 2 | Title SP01 Mean 3.37 SD. 0.92 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต คำอธิบาย: ส่วนผลิต ในซอยแยกจากถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: หน้าประตูรั้ว มีซุ้มแฝก มีต้นไม้กระถางประดับ |
| 3 | Title SS03 Mean 3.16 SD. 0.93 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย คำอธิบาย: อาคารร้านค้าขนาดใหญ่ติดกับถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: เรือนไม้พื้นดิน มีหลังคามุงจั่ว มีต้นไม้กระถางประดับ |
| 4 | Title SP02 Mean 3.15 SD. 0.96 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ในซอยแยกจากถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: พื้นที่นั่งได้ร่วมเงาชายคาอาคาร มีไม้กระถางประดับ |
| 5 | Title SP03 Mean 3.12 SD. 1.09 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต ในซอยแยกจากถนนหลัก คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิตได้ร่วมเงา |

สามารถแบ่งลักษณะของภาพเป็น 2 ลักษณะที่ค่อนข้างชัดเจน คือ ภาพที่แสดงส่วนการผลิต (ภาพที่ 1 และภาพที่ 5) และภาพที่แสดงให้เห็นการตกแต่งด้านหน้าอาคาร (ภาพที่ 2, 3 และภาพที่ 4) ซึ่งภาพที่ได้รับการชื่นชอบสูงสุดเป็นภาพในส่วนการผลิตด้วย โดยภาพที่แสดงให้เห็นส่วนการผลิตทั้งหมด จะมีคนซึ่งกำลังทำกิจกรรมการผลิตเป็นองค์ประกอบหลักของภาพ มีเครื่องมือและวัสดุในการผลิตเป็นองค์ประกอบรอง และองค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ ส่วนเก็บของ ต้นไม้ ภาพทั้งหมดในส่วนการผลิตจะอยู่ในร่มเงา ส่วนภาพที่แสดงให้เห็น

การตกแต่งหน้าร้าน มีทางเข้าหน้าร้าน หรืออาคารร้านค้าเป็นองค์ประกอบหลัก โดยมีพืชพรรณที่ใช้ตกแต่งหน้าร้านเป็นองค์ประกอบรอง ซึ่งโดยหลักเป็นไม้กระถาง มีการจัดวางแบบทั้งที่เป็นระเบียบ (ภาพที่ 3) และไม่ค่อยเป็นระเบียบ (ภาพที่ 2, 4)

โดยสรุป ลักษณะที่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนวัวลายจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. พืชพรรณไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้กระถางด้านหน้า ต้นไม้กระถางประดับ
2. ที่นั่งไ้ร่มเงา ทั้งร่มเงาจากอาคารและร่มเงาจากต้นไม้
3. กิจกรรมการผลิตศิลปหัตถกรรม
4. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ เรือนไม้พื้นถิ่นมีหลังคามุงจั่ว ชุมแฟกด้านหน้าประตูรั้ว

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนวัวลาย

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบจะเห็นได้จากลักษณะเฉพาะ และลักษณะร่วมของภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบต่ำ ดังจะเห็นได้ในตาราง 4.1.9—ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนวัวลาย ซึ่งมีภาพทั้งหมด 5 ภาพ ประกอบไปด้วยภาพในส่วนร้านค้า 2 ภาพ และภาพในส่วนอื่นๆ อีก 3 ภาพ

ตาราง 4.1.9 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนวัวลาย

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 1 | Title SS01 Mean 2.49 SD. 0.91 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย คำอธิบาย: ร้านค้าขนาดใหญ่ติดกับถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีต แดดร้อน มีรถจักรยานยนต์จอดอยู่บนทางเท้า ไม่มีผู้คนผ่านไปมา |
| 2 | Title SM04 Mean 2.52 SD. 0.98 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ คำอธิบาย: ถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีต แดดร้อน มีรถจักรยานยนต์จอดอยู่บนทางเท้า อยู่ ไม่มีผู้คนผ่านไปมา |
| 3 | Title SS04 Mean 2.55 SD. 0.93 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย คำอธิบาย: ร้านค้าขนาดใหญ่มุมถนนหลักกับถนนรอง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีต แดดร้อน มีรถจักรยานยนต์จอดอยู่บนทางเท้า ไม่มีผู้คนผ่านไปมา |
| 4 | Title SM03 Mean 2.55 SD. 0.96 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ คำอธิบาย: อาคารอื่นๆ ริมถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: อาคารชั้นเดียวดูปิด ถนนคอนกรีต แดดร้อน มีป้ายวางตะแคงอยู่บนทางเท้า ไม่มีผู้คนผ่านไปมา |

| ลำดับ | ข้อมูลภาพ | ภาพ | การวิเคราะห์ |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 5 | Title SM02 Mean 2.63 SD. 1.06 |  | สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ คำอธิบาย: ถนนหลักและชุมทางเข้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ชุมทางเข้าหลังคามุงกระเบื้องย่อมุมมีมุขจั่ว ถนนกว้าง แดดร้อน มีรถผ่าน มีรั้วจากร |

จากการวิเคราะห์ภาพทั้งหมดจะเห็นได้ว่า องค์ประกอบหลักที่เห็นได้จากทุกภาพคือถนนสายหลักของย่านวัวลาย (ถนนวัวลาย) ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนถนน และส่วนทางเดินเท้าริมถนนที่เป็นคอนกรีตและอยู่กลางแดด องค์ประกอบรอง ได้แก่ อาคารที่อยู่ริมถนน ชุมทางเข้าถนน และองค์ประกอบย่อยอื่นๆ ได้แก่ ป้ายจราจร ป้ายประชาสัมพันธ์ และเสาไฟฟ้า ลักษณะร่วมที่เห็นได้ค่อนข้างชัดเจน คือ การกีดขวางทางเดินเท้าริมถนน เช่น รถจักรยานยนต์ที่จอดบนทางเท้า (ภาพที่ 1) รถยนต์จอดคร่อมบนทางเท้า (ภาพที่ 2) รถจักรยานที่จอดคร่อมบนทางเท้า (ภาพที่ 3) ป้ายประชาสัมพันธ์วางพิงกำแพงบนทางเท้า (ภาพที่ 4)

โดยสรุป ลักษณะที่ไม่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนวัวลายจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาน้อย
2. ถนนโดยเฉพาะถนนลาดคอนกรีต
3. ลักษณะทางเท้าที่มีสิ่งกีดขวาง ได้แก่ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน ที่จอดบนทางเท้า
4. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
5. ชุมถนนทางเข้าขนาดใหญ่

สรุปลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนวัวลาย

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบสามารถสรุปประเด็นรวมได้ดังตาราง 4.1.10

ตาราง 4.1.10 สรุปลักษณะที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนวัวลาย

| ความชื่นชอบ | สิ่งที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ |
|---|--|
| ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบสูง) | - พืชพรรณไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้กระถางด้านหน้า ต้นไม้กระถางประดับ - ที่นั่งไ้ร่มเงา - กิจกรรมการผลิตศิลปหัตถกรรม - บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ เรือนไม้พื้นถิ่นมีหลังคามุงจั่ว ชุมแฝกด้านหน้าประตูรั้ว |
| ไม่ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบต่ำ) | - ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงา - ถนนโดยเฉพาะถนนลาดคอนกรีต - ลักษณะทางเท้าที่มีสิ่งกีดขวาง - ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม - ชุมถนนทางเข้าขนาดใหญ่ |

จากตารางสามารถอธิบายลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบส่วนต่างๆ ของชุมชนวัวลาย ได้ดังนี้

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนวัวลาย ได้แก่

1. พืชพรรณไม้ประดับ จากต้นไม้และพืชพรรณ ที่ปรากฏอยู่ในภาพบ้าน และร้านค้าต่างๆ การตกแต่งด้านหน้าด้วยไม้กระถาง หรือต้นไม้ปลูก
2. ที่นั่งไถ่ร่มเงา ทั้งที่เกิดจากต้นไม้ในบริเวณและจากเครื่องบังแดดอื่นๆ โดยส่วนใหญ่จะปรากฏในภาพที่มีกิจกรรมการผลิตภายใต้ร่มเงา ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความรู้สึกการนั่งทำงานในร่ม เป็นบรรยากาศที่สบายและส่งเสริมการทำงาน จึงเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเนื่องจากมีความชื่นชอบเรื่องกิจกรรมการผลิต
3. กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
4. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ปรากฏในภาพที่มีชุมชนทางเข้าที่ใช้วัสดุพื้นถิ่น ได้แก่ ไม้ไผ่ คาน และภาพอาคารที่ใช้วัสดุพื้นถิ่น ได้แก่ ไม้ และรูปแบบที่แสดงความเป็นพื้นถิ่น ได้แก่ หลังคาจั่ว

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านวัวลาย ได้แก่

1. ลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาน้อย เป็นลักษณะหลักที่ชัดเจนซึ่งอาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง ร้อน ความไม่สบาย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยง
2. ถนน ทั้งที่ลาดค่อนกวีตและลาดยางเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบอย่างค่อนข้างชัดเจน
3. ลักษณะทางเท้าที่มีสิ่งกีดขวาง ได้แก่ รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ ที่จอดบนทางเท้า รวมไปถึงสิ่งกีดขวางอื่นๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณาที่ไม่ใช่แล้ว
4. ภาพหรือสถานที่ที่ไม่มีกิจกรรม หรือไม่มีผู้คน อาจทำให้ภาพขาดความมีชีวิตชีวา แห้งแล้ง ไม่น่าอยู่
5. ชุมชนทางเข้าขนาดใหญ่ ที่มีความขัดแย้งของรูปแบบหลังคาพื้นถิ่นและการใช้โครงสร้างและวัสดุสมัยใหม่

สรุปลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบโดยรวม

สรุปจากทั้ง 3 ชุมชน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบได้แก่

1. บรรยากาศพื้นถิ่น ทั้งที่ปรากฏที่ตัวอาคารและที่ปรากฏในบริเวณโดยรอบ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะชื่นชอบและเข้าใจลักษณะพื้นถิ่นจากตัวอาคารเป็นหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบของหลังคาอาคารและการใช้วัสดุพื้นถิ่น เช่น ไม้ เป็นลักษณะที่สร้างบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
2. ต้นไม้และพืชพรรณธรรมชาติ ทั้งต้นไม้ขนาดใหญ่ในบริเวณและต้นไม้ที่ใช้ประดับตกแต่ง
3. ร่มเงา ทั้งในส่วนทางเดินชมสินค้า ที่นั่งพักผ่อน และร่มเงาในส่วนกิจกรรมการผลิต
4. กิจกรรมการผลิต เป็นส่วนสำคัญที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
5. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลาย เป็นลักษณะของการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้เห็นถึงความหลากหลายเป็นหลัก
6. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง ทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลาย

สรุปจากทั้ง 3 ชุมชน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบได้แก่

1. ถนนหรือลานจอดรถ ทั้งที่ลาดผิวและไม่ลาดผิวร่วมกับลักษณะแดดจัดและมีร่มเงาน้อย ทำให้เกิดแสงจ้าจากแดดที่สะท้อนบนผิวถนน ให้ความรู้สึกร้อน แห้งแล้ง
2. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3. ชุมชนทางเข้าขนาดใหญ่

4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา และลักษณะที่ไม่กลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ได้แก่อาคารและองค์ประกอบอาคารต่างๆ ที่มีความหลากหลายและไม่มีการจัดการให้เรียงกันอย่างเป็นระเบียบ
5. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ เช่น โครงสร้างเหล็กสูง
6. ลักษณะทางเท้าที่มีสิ่งกีดขวาง

จากการสรุปในหัวข้อ 4.1 —ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบนี้ ได้มีการเปรียบเทียบความชื่นชอบที่มีต่อ และลักษณะทางกายภาพต่างๆของแต่ละชุมชน ได้ข้อสรุปที่จะนำไปช่วยสร้างคำแนะนำเพื่อใช้ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมให้ได้รับความชื่นชอบมากขึ้น ในส่วนต่อไปจะมีผลการวิเคราะห์ ในหัวข้อ 4.2—รูปแบบการรับรู้ ทำให้ทราบถึงรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการพัฒนาอัตลักษณ์ และรูปแบบที่เป็นที่สังเกต จดจำ และชื่นชอบสำหรับชุมชนศิลปหัตถกรรมในระดับที่เกี่ยวข้องกับระบบการรับรู้สภาพแวดล้อมกายภาพของนักท่องเที่ยว

4.2 การมีอัตลักษณ์ และลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้

จากคำถามการวิจัยที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรูปแบบการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่งอย่างไร? คำตอบสำหรับคำถามข้อนี้จะได้จากผลการวิเคราะห์ Factor Analysis ที่จะแบ่งภาพเป็นกลุ่มย่อยๆตามรูปแบบการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพของแต่ละกลุ่มแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นและแยกแยะสภาพแวดล้อมต่างๆ กันของชุมชนศิลปหัตถกรรมอย่างไร และแต่ละชุมชนนั้นมีอัตลักษณ์หรือไม่ในสายตาของนักท่องเที่ยว โดยถ้าภาพจากชุมชนเดียวกันถูกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็แสดงว่าชุมชนนั้นหรือลักษณะนั้นๆ มีอัตลักษณ์ในสายตาของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นลักษณะของชุมชนนั้นร่วมกัน และมองเห็นได้ว่าแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ

ในตอบคำถามข้อนี้จะมีการเรียบเรียงคำอธิบายตามผลการศึกษาได้แก่ ผลโดยรวมจากการวิเคราะห์มิติของการรับรู้ลักษณะทางกายภาพของแต่ละมิติ ผลการบรรยายภาพของนักท่องเที่ยว และการเปรียบเทียบระหว่างการวิเคราะห์ลักษณะกายภาพกับการบรรยายของนักท่องเที่ยว ลักษณะร่วมของมิติที่เป็นฐานมูลของการรับรู้ของนักท่องเที่ยว และท้ายที่สุดการสรุปการตอบปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์และการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ผลจากค่าการทดสอบความเพียงพอของกลุ่มตัวอย่าง (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่า 8.75 ซึ่งเป็นค่าที่สูง (จาก 1.0) แสดงให้เห็นว่ามีผู้ตอบที่มากเพียงพอต่อการวิเคราะห์ที่ทำให้ผลออกมามีความเที่ยงและเชื่อถือได้ (ผู้ตอบครบทุกภาพ 348 จากผู้ตอบทั้งหมด 379 คน) ผลจาก Factor Analysis แสดงให้เห็นว่า ภาพทั้งหมดถูกแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ประกอบด้วยภาพทั้งสิ้น 34 ภาพ โดยที่ภาพที่ไม่เข้าพวกจะถูกตัดออกจากการวิเคราะห์ ผลการแบ่งเป็น 7 กลุ่ม ด้วยภาพ 34 ภาพนี้สามารถอธิบายค่าความแปรเปลี่ยน ได้ประมาณ 58 % (Cumulative Percentage of Variances Explained = 57.95) ซึ่งถือว่าไม่สูงแต่สามารถยอมรับได้สำหรับการศึกษาปรากฏการณ์ในทางสังคมศาสตร์ เพราะมีพื้นฐานทางสาเหตุที่หลากหลาย และไม่อาจควบคุมปัจจัยทางบริบทได้

ภาพในแต่ละกลุ่มจะถูกนำมาเรียงตามค่า Factor Loadings โดยที่ภาพที่มีค่า Factor Loading สูงกว่า (ใกล้ 1.0) จะถือว่ามีความสามารถในการเป็นตัวแทนของมิติมากกว่า จากนั้นจะมีการตั้งชื่อมิติตามลักษณะร่วมของภาพที่อยู่ในกลุ่ม และวิเคราะห์ลักษณะกายภาพตามโครงสร้างของสถานที่ และองค์ประกอบที่ปรากฏ เพื่อหาลักษณะร่วมอันเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพเหล่านั้นเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยการวิเคราะห์จะมีการแยกแยะ และเรียบเรียงจาก องค์ประกอบถาวร (Fixed Features) องค์ประกอบกึ่งถาวร (Semi-Fixed Features) องค์ประกอบชั่วคราว (Non-Fixed Features) และความหมายนัยตรง (Denotative Meaning) เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถวิเคราะห์ได้อย่างเป็นกลางตามที่ได้เห็นได้ ในขณะที่ความหมายนัยประหวัด (Connotative Meaning) จะแตกต่างกันในแต่ละคน หรือแต่ละกลุ่มซึ่งจะทราบได้จากคำบรรยายภาพของนักท่องเที่ยว

จากนั้นคำบรรยายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพในแต่ละกลุ่มก็จะถูกนำมารวมนับความถี่ของคำบรรยายที่จัดอยู่ในกลุ่มย่อยเดียวกัน และเรียบเรียงในตารางที่มีแสดงความถี่ของแต่ละภาพ แต่ละกลุ่ม และความถี่ทั้งหมด คำบรรยายที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ขั้นสุดท้ายจะต้องมีความถี่ไม่ต่ำกว่า 2% ของจำนวนคำบรรยายทั้งหมดในกลุ่ม และคำบรรยายชุดนั้นถูกใช้บรรยายภาพเป็นจำนวน 2 ใน 3 ของจำนวนภาพทั้งหมดในกลุ่ม จากนั้นคำบรรยายที่คัดเลือกแล้วจะถูกเรียบเรียงสรุปอยู่ในตารางเพื่อใช้เป็นคำบรรยายร่วมของกลุ่ม และใช้

ช่วยอธิบาย และยืนยันลักษณะร่วม และเหตุผลของการที่ภาพถูกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยพบว่าทุกกลุ่ม มีโครงสร้างของคำบรรยายที่แบ่งได้เป็นหัวข้อเหมือนกัน ได้แก่

1. ลักษณะและบรรยากาศ (Atmosphere/ Character) ซึ่งเป็นการบรรยายบรรยากาศและลักษณะโดยรวมของภาพ (มีอยู่ทั้ง 7 มิติ)
2. การใช้งานและชนิดของสภาพแวดล้อม (Function/ Type of Environment) ซึ่งมักจะเป็นการระบุชนิดหรือลักษณะการใช้สถานที่ (มีอยู่ทั้ง 7 มิติ)
3. การประเมิน (Judgment) เป็นการตัดสินภาพโดยใช้ความรู้สึก เช่นดี-เลว ชอบ-ไม่ชอบ หรือสวย-ไม่สวย (มีอยู่ทั้ง 7 มิติ)
4. รูปแบบ (Style) มักจะเป็นการระบุรูปแบบเช่น ลักษณะพื้นถิ่น (มีอยู่ 5 มิติ)
5. สภาวะชั่วคราว (Temporal Condition) มักจะเป็นการบรรยายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นชั่วคราว และบางที่มองเห็นได้ยากเช่นแสง เงา หรืออุณหภูมิ (มีอยู่ 5 มิติ)
6. เนื้อหาขององค์ประกอบ (Content) มักจะเป็นการระบุองค์ประกอบบางประการที่ปรากฏอยู่ในภาพ (มีอยู่ 4 มิติ)
7. พื้นที่ทางกายภาพ (Spatial) มักจะเป็นการกล่าวถึงขนาดของที่ว่างหรือสถานที่ (มีอยู่ 3 มิติ)
8. การจัดวาง ระเบียบ และการดูแลรักษา (Organization/ Order/ Maintenance) มักจะเป็นการกล่าวถึงความเรียบร้อย และความสะอาด (มีอยู่ 3 มิติ)

โดยที่แต่ละมิติอาจจะไม่มีทุกหัวข้อในการวิเคราะห์ขึ้นอยู่กับความถี่ที่เพียงพอ หลังจากเปรียบเทียบระหว่างการวิเคราะห์ภาพ และคำบรรยายภาพแล้วจะเป็นการสรุปรูปแบบในการรับรู้และเหตุผลในการรับรู้แต่ละรูปแบบของสภาพแวดล้อม คำอธิบายที่แสดงในตารางจะเป็นภาษาอังกฤษตามที่นักท่องเที่ยวได้เขียนอธิบายไว้ โดยจะมีการวิเคราะห์และอธิบายที่ละมิตติดังต่อไปนี้

มิติที่ 01: ถนนและลานคอนกรีต

มิติที่ 1 ประกอบด้วยภาพ 9 ภาพ จากทั้งสามชุมชน โดยประกอบด้วย ภาพจากบ้านถวาย 2 ภาพ วัวลาย 5 ภาพ และบ่อสร้าง 2 ภาพ มิติดังนี้เป็นลักษณะที่ปรากฏอยู่เป็นส่วนมากของบริเวณที่ศึกษาทั้งหมด (ทั้งสามชุมชน) ซึ่งสังเกตได้จากความสามารถในการอธิบายความแปรเปลี่ยนได้มากที่สุดคือ ประมาณ 24 % ซึ่งเป็นส่วนมากเมื่อเทียบกับ 58 % ของทุกกลุ่มรวมกัน ลักษณะทั่วไปของภาพในมิตินี้จะเป็นภาพของส่วนทั่วไปของชุมชน ได้แก่บริเวณถนนสายหลักที่มีอาคารร้านค้าอยู่ข้างถนน ถนนเป็นถนนคอนกรีตที่ค่อนข้างกว้างและโล่ง โดยบางภาพจะรวมพื้นที่ของลานจอดรถคอนกรีตไว้ด้วย องค์ประกอบกายภาพอื่นๆของภาพประกอบด้วยส่วนประกอบทั่วไปของถนน ได้แก่เสาไฟฟ้า รถยนต์ ปริมาณส่วนของภาพที่เป็นพื้นค่อนข้างมาก (มากกว่า 50 %) พื้นที่กว้าง ลึก และเปิดโล่ง แสดงบริเวณกลางแจ้งจากมุมมองภายนอกอาคาร ในตอนกลางวัน มีแดดและมีเงาอาคารบนพื้น มิติดังนี้จึงถูกตั้งชื่อจากลักษณะทั่วไปว่า “ถนน และลานคอนกรีต”

ภาพทั้งหมดในมิติที่ 1—ถนนและลานคอนกรีตนี้ได้ถูกรวบรวม และเรียงตามค่าของ Factor Loading เพื่อวิเคราะห์ลักษณะร่วมของมิตินี้ การวิเคราะห์เบื้องต้นขององค์ประกอบรวมทางกายภาพมีดังนี้

- องค์ประกอบถาวร ประกอบด้วยถนนคอนกรีตที่ว่างโล่ง และลึกเป็นหลัก มีอาคารข้างถนนเป็นอาคารสูงประมาณ 1-2 ชั้น เสาไฟฟ้า และต้นไม้เพียงเล็กน้อย
- องค์ประกอบกึ่งถาวร ประกอบด้วย รถยนต์จำนวนหนึ่ง และจักรยานยนต์อีกเล็กน้อย สิ่งประดับเช่น รั้ว และรั้วจราจรและป้ายต่างๆ
- องค์ประกอบชั่วคราวประกอบด้วย คนจำนวนน้อย แสงและเงาบนพื้นถนน

- ความหมายโดยตรงจะเป็นพื้นที่ค้าขายทั่วไปในเมืองที่ค่อนข้างโล่ง ไม่มีคนพลุกพล่าน แห้งแล้ง แสบไม่มีต้นไม้ให้เห็น

ภาพทั้งหมดรวมทั้งค่า Factor Loading ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.2.1

ตาราง 4.2.1 มิติที่ 01: ถนนและลานคอนกรีต

มิติที่ 01: ถนน และลานคอนกรีต



คำบรรยายสำหรับ มิติที่ 1: ถนนและลานคอนกรีต

คำบรรยายของมิติที่1 พอจะสรุปได้ จากตาราง 4.2.2 ว่านักท่องเที่ยวมองเห็นความเป็นถนนที่มีธุรกิจการค้าของมิตินี้มากที่สุด รองลงไปจะเห็นว่าไม่มีอะไร เจียบ น่าเบื่อ ไม่สวย และธรรมดา ในขณะที่เดียวกันก็เห็นด้วยว่าสะอาดเรียบร้อย โล่งแต่ร้อน และยังมีลักษณะท้องถนนอยู่บ้าง คำอธิบายที่พบบ่อยที่สุดสำหรับมิตินี้จะเป็นการตัดสิน รองลงไปจะเป็นชนิดและการใช้งานของสถานที่ และบรรยายตามลำดับ พอจะสรุปได้ว่า บรรยายภาพและชนิดของสถานที่ของมิตินี้ไม่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่ชอบถนนที่กว้างๆ ของย่านการค้าที่ไม่มีอะไรน่าสนใจ

ตาราง 4.2.2 คำบรรยายที่ได้รับบ้อยที่สุดสำหรับ มิติที่ 1: ถนนและลานคอนกรีต

| มิติที่ 01: ถนน และลานคอนกรีต | WM7 | PM03 | SS04 | SM04 | SM05 | WM06 | SS01 | SM02 | SS02 | รวม ความถี่ | เฉลี่ย ต่อภาพ | จำนวน ภาพ | อัตรา ส่วนต่อทั้ง หมด |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|------------------|--------------|-----------------------------|
| Atmosphere/ Character | 1 | 11 | 6 | 16 | 7 | 1 | 5 | 0 | 5 | 52 | | | |
| peaceful/ calm/ quiet/ silent | | 6 | 4 | 10 | 5 | 1 | | | 1 | 27 | 3.00 | 6 | 0.04 |
| ordinary/ usual/ plain/ average/ reasonable/ normal | 1 | 5 | 2 | 6 | 2 | | 5 | | 4 | 25 | 2.78 | 7 | 0.03 |
| Function/ Type of Environment | 10 | 16 | 2 | 10 | 11 | 3 | 4 | 2 | 4 | 62 | | | |
| street scene/ commercial street/ sell on street/ wide street with lot of store | 2 | 15 | 2 | 9 | 10 | | 4 | 2 | 2 | 46 | 5.11 | 8 | 0.06 |
| shopping place/ commercial/ market/ | 8 | 1 | | 1 | 1 | 3 | | | 2 | 16 | 1.78 | 6 | 0.02 |
| Judgment | 14 | 20 | 28 | 18 | 13 | 16 | 24 | 13 | 17 | 163 | | | |
| nothing/ no comment/ no idea/ not good/ anything/ no see unreadable/ no understand | 1 | 5 | 11 | 4 | | 2 | 4 | 3 | 4 | 34 | 3.78 | 8 | 0.05 |
| boring/ bland/ blurry/ lazy/ dull | 2 | 2 | 4 | 5 | 6 | 3 | 4 | | 1 | 27 | 3.00 | 8 | 0.04 |
| not attractive/ unattractive/ not nice/ ugly/ not beautiful/ unpleasant/ not appeal/ not very lovely | 5 | 4 | 1 | 1 | 3 | 6 | 4 | 1 | 2 | 27 | 3.00 | 9 | 0.04 |
| nice/ beautiful/ pretty/ pleasant | 4 | 3 | 2 | | | | 2 | 3 | 4 | 18 | 2.00 | 6 | 0.02 |
| so-so/ standard/ ok | | 3 | 4 | 4 | | 1 | 3 | 3 | | 18 | 2.00 | 6 | 0.02 |
| bad/ junkie/ don't like/ not visited | 2 | | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | | 2 | 15 | 1.67 | 7 | 0.02 |
| interesting/ intriguing/ special/ appeal | | 2 | 2 | | 1 | | 3 | 2 | 3 | 13 | 1.44 | 6 | 0.02 |
| good/ no problem/ cool | | 1 | 2 | 3 | 1 | | 2 | 1 | 1 | 11 | 1.22 | 7 | 0.02 |
| Organization/ Order/ Maintenance | 0 | 1 | 1 | 4 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 11 | | | |
| clean/ tidy | | 1 | 1 | 4 | 2 | | 2 | 1 | | 11 | 1.22 | 6 | 0.02 |
| Spatial | 0 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 14 | | | |
| empty street | | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 14 | 1.56 | 8 | 0.02 |
| Style | 1 | 6 | 1 | 3 | 1 | 0 | 5 | 3 | 3 | 23 | | | |
| old | | 5 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 2 | 12 | 1.33 | 7 | 0.02 |
| life in village/ rural/ local/ country | 1 | 1 | | 2 | | | 4 | 2 | 1 | 11 | 1.22 | 6 | 0.02 |
| Temporal Condition | 3 | 3 | 0 | 1 | 0 | 5 | 2 | 0 | 1 | 15 | | | |
| hot | 3 | 3 | | 1 | | 5 | 2 | | 1 | 15 | 1.67 | 6 | 0.02 |

สรุปลักษณะร่วมของมิติที่ 01

จากการวิเคราะห์ทั้งภาพและคำบรรยายของมิติที่ 1 ทำให้เข้าใจได้ว่า สิ่งที่เป็นลักษณะร่วมที่สำคัญของมิตินี้คือ ทำให้เห็นท้องที่ยามมองเห็นเป็นรูปแบบเดียวกันคือ ลักษณะถนนที่โล่งกว้าง ในย่านการค้า ชุมชนและไม่มีอะไร และไม่เป็นที่พึงประสงค์คือร้อนและไม่สวยงาม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ามิตินี้เป็นเรื่องของความเป็นถนนที่โล่งกว้าง ชุมชนไม่มีอะไร ขาดอัตลักษณ์หรือลักษณะที่จะส่งเสริมความเป็นชุมชนศิลปหัตถกรรม ร้อนและน่าเบื่อ แต่เป็นลักษณะทั่วไปที่มีอยู่เป็นส่วนมากของทั้งสามชุมชน (จากการที่อธิบายความแปรเปลี่ยนได้มากที่สุดถึง 24%) ดังนั้นจึงเป็นลักษณะที่พึงควรแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองเหมาะสมกับความเป็นชุมชนศิลปหัตถกรรม และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว

มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต

มิติที่ 2 ประกอบด้วยภาพ 7 ภาพ จากชุมชน 2 ชุมชน คือบ้านถวาย และ บ่อสร้าง-ตันเปา โดยประกอบด้วยภาพจากบ้านถวาย 3 ภาพ และบ่อสร้าง 4 ภาพ มิตินี้สามารถอธิบาย ความแปรเปลี่ยน ได้ประมาณ 11 % จากทั้งหมด ลักษณะทั่วไปของภาพในมิตินี้จะแสดงกิจกรรมการผลิตในส่วนที่ผลิตสินค้าของชุมชน โดยมีทั้งส่วนที่มีกิจกรรมการผลิตที่ด้านหน้าร้านค้า เพื่อสาธิตขั้นตอน หรือเพื่อแสดงฝีมือ จึงมีลักษณะเป็นอาคารที่ค่อนข้างถาวร และเป็นส่วนผลิตอย่างเดียว ซึ่งมักอยู่บริเวณส่วนใน หรือด้านหลังของส่วนขาย รวมทั้งส่วน

การผลิตภายในครัวเรือนที่ไม่มีส่วนขาย ซึ่งในประเภทที่เป็นส่วนผลิตอย่างเดียวนี้จะอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ได้เป็นลักษณะอาคารถาวรปิดล้อมมิดชิด อย่างไรก็ตาม ส่วนผลิตในกลุ่มภาพนี้ทั้งหมดจะมีลักษณะของบริเวณที่อยู่ในภายใต้หลังคา หรือกึ่งภายในอาคาร โดยองค์ประกอบหลักที่เด่นที่สุดจะเป็นภาพบุคคลที่กำลังทำกิจกรรมการผลิตสินค้า และพื้นที่ในการผลิต นอกจากนั้นยังมีอุปกรณ์ประกอบ ได้แก่ โต๊ะนั่งทำงาน โต๊ะยืนทำงาน พื้นที่นั่งทำงานบนพื้น และพื้นที่จัดวางสิ่งของ ทั้งสินค้าที่กำลังผลิต ได้แก่ ไม้แกะสลัก เพอร์นิเจอร์ เครื่องเงิน ภาชนะกระดาส และกระดาสา และวัสดุอื่นๆที่ใช้ในการผลิต องค์ประกอบอาคารเป็นพื้นที่ร่มสำหรับทำงาน เช่น เสาอาคาร ชายคา บ้านไฉบ้าน ภาพโดยรวมมีองค์ประกอบขนาดเล็กจำนวนมาก หลากหลาย ชับซ้อน ดูค่อนข้างรก ลักษณะมุมมองของภาพค่อนข้างต่ำ ไม่เปิดกว้าง ส่วนใหญ่จะเป็นภาพที่ถ่ายจากระยะใกล้







ภาพทั้งหมดในมิติที่ 2—กิจกรรมการผลิต นี้ได้ถูกรวบรวม และเรียงตามค่าของ Factor Loading เพื่อวิเคราะห์ลักษณะร่วมของมิตินี้ การวิเคราะห์เบื้องต้นขององค์ประกอบร่วมทางกายภาพมีดังนี้

- องค์ประกอบถาวร ประกอบด้วยพื้นที่ผลิตสินค้าซึ่งอยู่ในร่ม และองค์ประกอบของอาคารที่ให้ร่มเงาแก่พื้นที่ เช่น ผนัง หลังคา ชายคา เสา บ้านไฉ
- องค์ประกอบกึ่งถาวร ประกอบด้วย ชั้นวางสินค้า โต๊ะ เก้าอี้ กองวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับการผลิตที่ยังไม่ได้ใช้งานขณะที่ถ่ายภาพ
- องค์ประกอบชั่วคราวประกอบด้วย บุคคลผู้ผลิต และสินค้าที่กำลังผลิต และร่มเงาของบริเวณที่ผลิต
- ความหมายนัยตรงจะเป็นพื้นที่ผลิตสินค้า

ภาพทั้งหมดรวมทั้งค่า Factor Loading ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.2.3

ตาราง 4.2.3 มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต

มิติที่02: กิจกรรมการผลิต

| | | |
|---|---|--|
|  |  |  |
| WP02: Loading = .799 | WP04: Loading = .721 | PP01: Loading = .717 |
|  |  |  |
| SP04: Loading = .704 | WP01: Loading = .680 | PP02: Loading = .580 |