

บ้านวัวลาย

ประวัติความเป็นมา

หมู่บ้านวัวลายเกิดขึ้นในสมัยพระเจ้ากาวิละกาวตต์ต้อนผู้คนมาอยู่ในเมืองเพรารเมืองเชียงใหม่ร้างมานานช้าบ้านวัวลายก็ได้อาศัยตั้งตระกรากอยู่ในเมืองเชียงใหม่ โดยตั้งบ้านเรือนอยู่รอบๆ วัดหมื่นสารเรียกว่าหมู่บ้านวัวลายตามนามบ้านเดิม และก็ได้ทำเครื่องเงินลี้ยงชีพสืบทอดมาจากบรรพบุรุษมาโดยตลอด และเป็นช่างเงินประจำคุ้มหลวงด้วย (ปวงคำ ตุ้ยเชี่ยว ยังใน จิราภรณ กาวิละ, 2544)



ภาพ 1.1.8 แสดงตำแหน่งที่ตั้งชุมชนวัวลาย

สถานการณ์ของบ้านวัวลาย

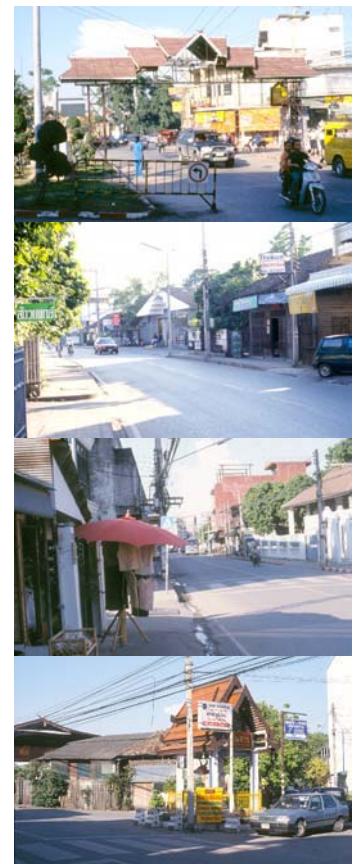
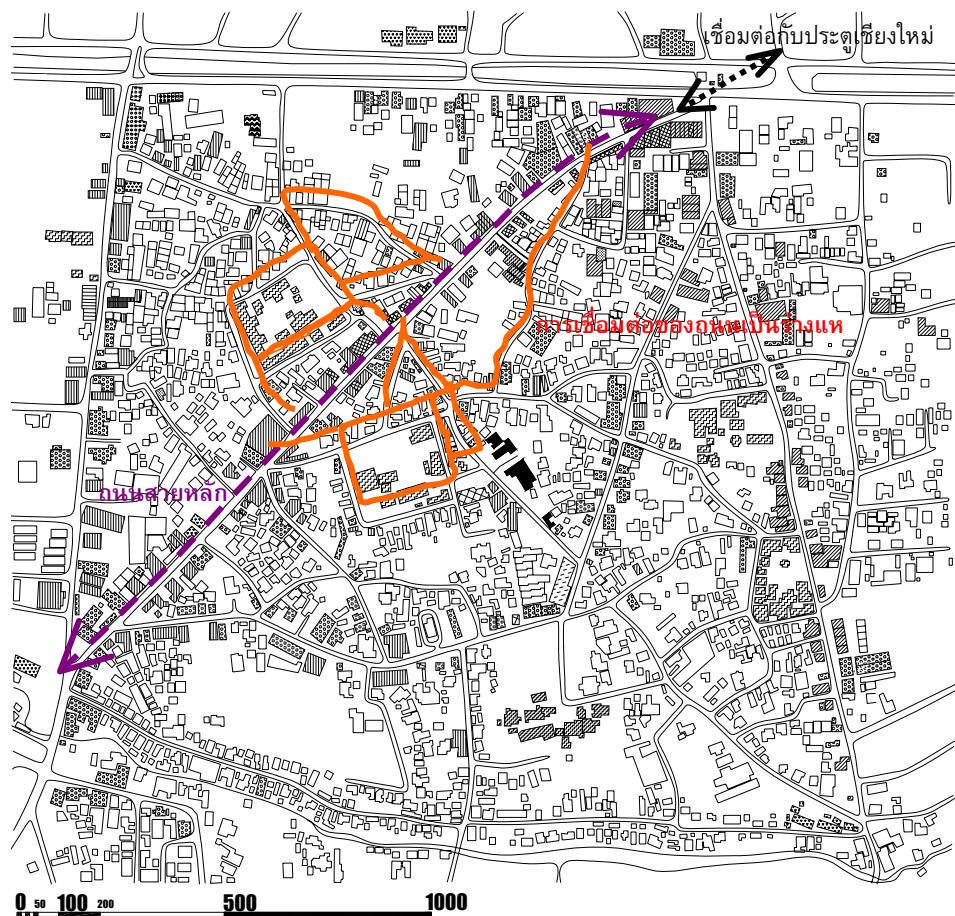
แต่เดิมชาวบ้านวัวลายเห็นทุกหลังคารีบ่อนประกอบอาชีพการทำเครื่องเงิน บริเวณโดยรอบวัดหมื่นสารและวัดครีสพรรณเดิมแต่ถูกบูรณะอย่างดี บ้านเดิมของบรรดาช่างฝีมือเครื่องเงิน แทบทุกหลังคารีบ่อนจะมีโรงงานเครื่องเงินขนาดย่อมตั้งอยู่ภายในบ้าน สมาชิกในครอบครัวจะช่วยกันทำงาน เมื่อทำเสร็จก็นำส่งขายตามร้านค้าเครื่องเงิน ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณสองข้างทางถนนวัวลาย หรือส่งให้ลูกค้าที่สั่งทำทั้งในเชียงใหม่และที่อื่นๆ ส่วนชาวบ้านวัวลายที่อาศัยอยู่ใกล้วัดครีสพรรณบริเวณเดิมถนนช่างหล่อแต่เดิมมีอาชีพในการหล่อพระพุทธรูป แต่ในปัจจุบันคงเหลือเพียง 1-2 หลังคารีบ่อนเท่านั้นที่ยังมีอาชีพในการหล่อพระพุทธรูป เนื่องจากชาวบ้านช่างหล่อหลายครอบครัวได้ย้ายที่อยู่ไปอยู่ที่อื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากกรรมวิธีในการหล่อพระต้องใช้พื้นที่ขนาดกว้างขวางพอสมควร และจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการเก็บวัสดุตลอดจนเชื้อเพลิงต่างๆ ด้วย แต่ที่ดินบริเวณถนนช่างหล่อซึ่งตั้งอยู่ในตัวเมืองมีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น ไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ ประกอบกับในช่วงก่อโนวิกฤตเศรษฐกิจที่ดินในเมืองเชียงใหม่มีราคาสูงมาก ชาวบ้านช่างหล่อหลายรายได้ขายที่ดินและไปซื้อที่ใหม่ในบริเวณตำบลแม่เหียะ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งตั้งอยู่นอกเมืองและมีราคาถูกกว่า จึงสามารถซื้อที่ดินที่มีขนาดกว้างขวางกว่าเดิมและสะดวกสบายในการประกอบ

อาชีพหล่อพระ ดังนั้น ในปัจจุบันจึงมีการหล่อพระพุทธรูป กันมากที่ตำบลแม่เตียะมากกว่าที่บ้านช่างหล่อซึ่งเป็นแหล่งหล่อพระดั้งเดิม ส่วนอาชีพการทำเครื่องเงินบ้านวัวลายปัจจุบันหลายครอบครัวประสบปัญหาไม่มีทายาทสืบทอด เนื่องจากบุตรหลานช่างเงินเมื่อได้รับการศึกษาสูงขึ้นก็หันไปประกอบอาชีพอื่นที่มีความมั่นคงและมีรายได้สูงกว่า เช่น รับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานวิสาหกิจและอื่นๆ ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพการทำเครื่องเงินจึงมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับอดีต (ปรีชา ขันทดนันต์ อ้างใน จิราวรรณ กาวิลະ, 2544)

ชุมชนเครื่องเงินบ้านวัวลาย เป็นกลุ่มคนที่ประกอบด้วยเจ้าของกิจการร้านจำหน่ายเครื่องเงินถนนวัวลายและช่างฝีมือเครื่องเงินหมู่บ้านวัวลาย ได้รวมตัวกันก่อตั้งเป็นชุมชนเครื่องเงินบ้านวัวลาย เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2543 โดยได้รับการสนับสนุนจากการค้าจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลายให้เป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างกว้างขวาง เพื่อรวมกลุ่มผู้ค้าเครื่องเงินบ้านวัวลายให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อนำรักษ์ศิลปวัฒนธรรมแก่ภูมิปัญญาฝีมือหัตถกรรม สำหรับอาชีพและเศรษฐกิจชุมชนในมั่นคงยั่งยืน และเพื่อเสริมสร้างและสืบสานเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น (อุไรวรรณ จิโนรส อ้างใน จิราวรรณ กาวิลະ, 2544)

ลักษณะทางกายภาพของบ้านวัวลาย

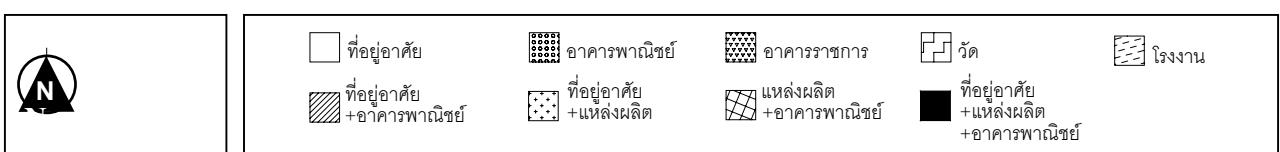
อาคารที่อยู่ส่องข้างของถนนวัวลายเป็นอาคารเพื่อการค้าขาย การประกอบกิจกรรมทางการค้า ลักษณะของอาคารผสมผสาน พ布ว่ามีอาคารโครงสร้างไม้ โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก และโครงสร้างเหล็ก การเข้าถึงของบ้านวัวลาย สามารถเข้าถึงได้ทางประตูเชียงใหม่ ถนนวัวลายเป็นถนน 2 ช่องทางจราจร ความกว้างของผิวถนนประมาณ 8 เมตร ความกว้างของเขตทางประมาณ 10 เมตร ความสูงของอาคารในบ้านวัวลายไม่เกิน 5 ชั้น ภายในถนนซอยที่แยกออกจากถนนวัวลาย พบกิจกรรมเกี่ยวกับการทำเครื่องเงินทางฝั่งทิศตะวันออกประป้าย ถนนซอยมีความแคบมาก บางสายรถยนต์ไม่สามารถเข้าถึงได้ ลักษณะของอาคารภายในบริเวณถนนซอยเป็นบ้านพักอาศัยและหอพัก มีที่โล่งว่างเหลืออยู่เกือบ 60 เปอร์เซ็นต์ ถนนซอยมีการเชื่อมต่อถึงกันเหมือนลักษณะโครงสร้างฯ



หน้าที่ ๑๘



ภาษาไทยฯ



ภาพ 1.1.9 แสดงสถานการณ์ชุมชนวัวลาย

ปัญหาของบ้านวัวลาย

ปัญหาของบ้านวัวลายอาจแยกได้เป็นปัญหาที่เกิดจากบ้านจัจภัยภายในและปัญหาที่เกิดจากบ้านจัจภัยภายนอก ปัญหาที่เกิดจากบ้านจัจภัยภายนอกมีสาเหตุหลักมาจากการความรู้สึกไม่มั่นคงหากต้องประกอบอาชีพการทำเครื่องเงิน ต่อไป ทำให้เกิดปัญหาการไม่มีทายาทในการสืบท่อวิชาชีพการทำเครื่องเงิน การขาดความดึงดูดในการท่องเที่ยวอีกด้วย และการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ที่ตั้งที่เป็นเมืองทำให้ความหนาแน่นของชุมชนเพิ่มมากขึ้น มูลค่าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างสูงเป็นสิ่งจูงใจให้ขายที่ดินและย้ายไปหาที่อยู่ใหม่นอกเมือง ประกอบกับรายได้ที่เกิดจากการค้าขายเครื่องเงินไม่แน่นอน ลูกหลานเปลี่ยนอาชีพ ไม่สืบท่อวิชาชีพการทำเครื่องเงิน

ปัญหาที่เกิดจากบ้านจัจภัยภายนอกมีสาเหตุหลักมาจากการเดินทางเศรษฐกิจของเมืองเชียงใหม่อย่างรวดเร็ว การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐที่มองแบบ Top-Down ไม่ได้มองที่ความต้องการของผู้ใช้พื้นที่โดยตรง เช่น การส่งเสริมการผลิตเครื่องเงินที่ย่านสันกำแพง ทำให้เอกลักษณ์ของย่านวัวลายในการผลิตเครื่องเงิน น้อยลง ซ่างฟีมือและลูกจ้างย้ายสถานที่ทำงานไปที่สันกำแพง ทำให้ขาดแรงงาน เป็นต้น

โอกาสของบ้านวัวลาย

จากการศึกษาสภาพการค้าขายและการประกอบอาชีพการทำเครื่องเงินของชาวบ้านวัวลายในอดีต อาจกล่าวได้ว่า การค้าขายเครื่องเงินและการประกอบอาชีพการทำเครื่องเงินของบ้านวัวลายมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ได้ เพราะมีอดีตอันยาวนานและมีชื่อเสียงที่โดดเด่นไปในด้านการทำเครื่องเงิน ประกอบกับสภาพในปัจจุบัน (2546) ยังมีร้านค้าและผู้ผลิตอาศัยอยู่ในย่านวัวลายเป็นจำนวนมาก อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เครือข่ายและโครงสร้างของระบบถนนมีการเชื่อมต่อกันตลอดทั้งย่าน ขนาดของเส้นทางเหมาะสมแก่การเดินหรือใช้ยานพาหนะแบบ 2 ล้อ มากกว่าการใช้รถยนต์ มีสถานที่ผลิตและจำหน่ายเกิดขึ้นเป็นระยะๆ ตลอดเส้นทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินจากเมืองเชียงใหม่ถึงบ้านวัวลายได้ เพราะอยู่ใกล้เมืองเก่าทางด้านประตูเชียงใหม่

บ้านวัวลายมีสถานที่ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว岡หนึ่งจากแหล่งผลิตและร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเงินแล้ว ยังมีศาสนสถานและโบราณสถาน ได้แก่ วัดศรีสุพรรณ และวัดหมื่นสาร มีประเพณี พิธีกรรมและความเชื่อที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ความเป็นชุมชนของย่านวัวลายยังคงมีอยู่ สังเกตได้จากการก่อตั้งชุมชนเครื่องเงิน และจำนวนผู้เข้าร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

ประชุมเชียงใหม่

มีกิจกรรมและร้านค้าเกี่ยวกับ
ศิลปหัตถกรรมอยู่บ้าง

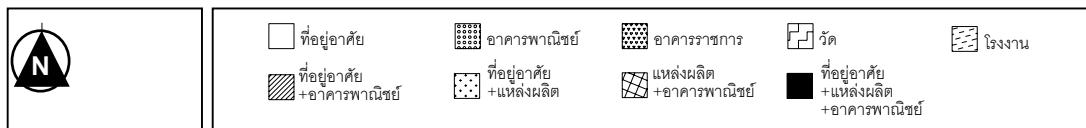
มีวัดเป็น Landmark

มีวัดเป็น Landmark

ถนนสายหลัก

เพิ่มความสามารถในการเข้าถึง

ถนนสายรอง



ภาพ 1.1.10 แสดงโอลกาสชุมชนวัวลาย

สรุป

จากการศึกษา บ้านถวาย บ้านบ่อสร้าง-ตันเปา และบ้านวัวลาย ในเรื่องประวัติ สถานการณ์ ลักษณะทางกายภาพ ปัญหาและโอกาส สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ประวัติของแต่ละหมู่บ้านมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยประวัติของหมู่บ้านถวายเป็นประวัติของบุคคลที่ทำให้บ้านถวายมีชื่อเสียงด้านการแกะสลักไม้ ส่วนประวัติของบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา เป็นประวัติเชิงอภินิหารซึ่งเป็นที่มาของชื่อหมู่บ้านบ่อสร้างซึ่งนับเป็นข้อดีในการสร้างเรื่องราวให้กับสถานที่ และประวัติของบ้านวัวลายเป็นประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงใหม่และมีความผูกพันกับการเกิดเมืองเชียงใหม่

สถานการณ์ของบ้านถวาย บ้านบ่อสร้าง-ตันเปาและบ้านวัวลาย มีการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมในพื้นที่และขายในพื้นที่ บ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา มีการขายสินค้าอื่นๆ ควบคู่ไปกับการขายสินค้าที่ผลิตเองภายในย่าน บ้านวัวลายจำนวนร้านค้าที่ผลิตและขายเครื่องเงินลดลงเนื่องจากเปลี่ยนอาชีพและขาดผู้สืบทอด

ลักษณะทางกายภาพของบ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา เป็นการสร้างพื้นที่ใหม่เพื่อการผลิตและขายสินค้าศิลปหัตถกรรม ส่วนบ้านวัวลายยังมีลักษณะทางกายภาพเหมือนเดิม เพราะเป็นพื้นที่เมือง มีการขยายตัวน้อย ความสามารถในการเข้าถึงดีกว่าบ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา เพราะอยู่ใกล้เมืองมากกว่า ความสะดวกในการเข้าถึงบ้านวัวลายใช้การเดินเท้าดีที่สุด เพราะถนนแคบและหาก็จอดรถยาก

ปัญหาที่เกิดขึ้นของบ้านถวายและบ้านบ่อสร้าง-ตันเปา คือ เอกลักษณ์ของการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมลดลง เพราะมีการนำสินค้าที่ไม่ได้ผลิตภายในย่านมาขาย คุณภาพของงานศิลปหัตถกรรมน้อยลง เพราะเริ่มผลิตเป็นจำนวนมากและผลิตตามใบสั่งซึ่ง ส่วนปัญหาของบ้านวัวลายคือจำนวนผู้ประกอบการลดลง ขาดผู้สืบทอด และทั้งสามย่านยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

โอกาสในการพัฒนาของทั้งสามย่านให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมมีอยู่ โดย

- 1 ควรมีกิจกรรมที่ต่อเนื่องกันตลอดเส้นทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางต่อเนื่องไป
- 2 ควรมีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของเส้นทาง
- 3 สภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพและส่งเสริมการเดินเพื่อการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม เช่น ลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า การกันแดดกันฝน ความร่มรื่น และระยะทางเดินที่เหมาะสม เป็นต้น

บทที่ 2: ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

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

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดในการดำเนินงานวิจัยชิ้นนี้มีพื้นฐานทางทฤษฎีมาจากการทางด้านพฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อมทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย (Kaplan and Kaplan, 1983; Nasar, 1997; Rapoport, 1992; วิมลสิทธิ์ หร่ายกุร, 2541) ซึ่งได้รับรวมและอธิบายกระบวนการความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสภาพแวดล้อม 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

นักวิชาการทางสถาปัตยกรรมและมนุษยวิทยา Amos Rapoport (1990; 1992; 1999) เสนอว่าการสื่อสารเกิดขึ้นระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม และการสื่อสารแบบนี้ถือเป็นการสื่อสารด้วย อาจงภาษา (Non-Verbal Communication) และเสนอการวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และพฤติกรรมมนุษย์ ตามแนวทางของ Non-Verbal Communication โดยการสังเกต และวิเคราะห์องค์ประกอบกายภาพในสามระดับ ได้แก่ 1) องค์ประกอบถาวร (Fixed Features) ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่คงทนและไม่เปลี่ยนแปลง เช่น อาคาร ส่วนของอาคาร ถนน ต้นไม้ใหญ่ และองค์ประกอบกายภาพหลักที่ถาวร เช่น 2) องค์ประกอบกึ่งถาวร (Semi-Fixed Features) ประกอบด้วยองค์ประกอบที่คงอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่สามารถเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนย้ายได้ตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น สิ่งประดับ เพอร์นิเจอร์ และพืชพรรณขนาดย่อม และ 3) องค์ประกอบชั่วคราว (Non-Fixed Features) ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่เปลี่ยนแปลงหรือเคลื่อนที่ตลอดเวลา เช่น สิ่งมีชีวิต ยานพาหนะ บันท้องถนน แสงเงา ควันไฟ และความเปลี่ยนแปลงชั่วขณะ เช่น ซึ่งความแตกต่างของการจัดวาง ความสัมพันธ์ และปฏิสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 ระดับ มีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของมนุษย์ โดยการรับรู้สภาพแวดล้อม จะนำไปสู่การ “ถอดรหัส” (Decode) ทางวัฒนธรรมที่แฝงมากับสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจ และนำไปสู่การปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบทหนึ่ง โดยสรุปแล้วมนุษย์ที่ได้รับการอบรมทางวัฒนธรรมนั้นมักจะปฏิบัติตามบริบททางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ จะเห็นได้จากคำกล่าวหรือคำสอนดังเดิม เช่น “ไม่รู้จักกาลเทศะ” หรือ ของชาวตะวันตก เช่น “When in Rome, do as the Roman do” เป็นต้น

นักจิตวิทยาสภาพแวดล้อม J. J. Gibson (1966) มองสัมผัส (Senses) ต่างๆ ว่ามีการทำงานร่วมกันเป็นระบบการรับรู้ (Perceptual Systems) ที่มีการทำงานในการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และ Gibson (1979) ยัง

สรุปไว้ว่าด้วยว่ามนุษย์รับรู้สภาพแวดล้อมในแบบที่ว่าสิ่งแวดล้อมนั้นๆ จะมีอิทธิพลต่อกิจกรรม (Affordance) บางประการของมนุษย์ได้อย่างไร เมื่อมนุษย์รับรู้สภาพแวดล้อมแห่งใดแห่งหนึ่งว่าคืออะไร ในขณะเดียวกันก็จะรับรู้ด้วยว่าจะทำอย่างไรได้บ้างกับสิ่งแวดล้อมนั้นๆ ซึ่งสาเหตุอันนี้ทำให้เกิดความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมที่ให้ประโยชน์ด้วย ในมุมมองที่สอดคล้องกัน นักภูมิศาสตร์ Jay Appleton (1975) สรุปจากการวิเคราะห์ภาพเขียนทิวทัศน์ในอดีตจนถึงร่วมสมัยว่า มนุษย์จะมีความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมที่มีคุณสมบัติที่เอื้ออำนวยต่อการหลบภัย (Refuge) และการซุ่มแอบมอง (Prospect) ซึ่งความชื่นชอบอันนี้เป็นผลมาจากการสัญชาตญาณ การมีชีวิตрод และการล่าที่ติดตัวมนุษย์มาแต่เด็กตั้งแต่เด็ก ดังนั้นการรับรู้ และความชื่นชอบของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมนั้น มีที่มาจากการทั้งสัญชาตญาณเดิม (Innate Instinct) ที่เกี่ยวกับการดำรงชีพ และประสบการณ์ การเรียนรู้ (Learned Experience) ในการใช้ประโยชน์ที่ได้รับเมื่อโടိขึ้น

ต่อเนื่องมาจากแนวความคิดเรื่องการรับรู้ และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมของมนุษย์ของ Gibson (1966; 1979) และ Appleton (1975) นักจิตวิทยาสภาพแวดล้อม Stephen และ Rachel Kaplan ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับรู้และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมของมนุษย์ ที่เรียกว่า “กรอบความคิดของความชื่นชอบ” (Preference Framework) จากผลงานวิจัยต่อเนื่องเป็นจำนวนมากในระยะเวลาอันยาวนานของ Stephen และ Rachel Kaplan และลูกศิษย์ (Kaplan & Kaplan, 1983; 1995) งานของนักวิจัยกลุ่มนี้จะมุ่งความสนใจไปที่ลักษณะการจัดวาง (Configuration) ของที่ว่าง และองค์ประกอบทางกายภาพ (Content)

Kaplan และ Kaplan (1983) สรุปว่าการรับรู้ และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อม มีความเกี่ยวข้องกับความเข้าใจ และคุณเคย ซึ่งความคุ้นเคยนี้มีผลทั้งทางบวก (คุ้นเคยดี บอกรุ่น) และลบ (เหมือนเดิม น่าเบื่อ) ต่อความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อม Kaplan และ Kaplan (1983) ยังเสนอเพิ่มเติมต่อไปด้วยว่า ความชื่นชอบขึ้นอยู่กับระดับของ “ความเข้าใจ” (Making Sense) และ “ความเกี่ยวข้อง” (Involvement) ในบริบทที่เป็น “ปัจจุบัน หรือชั่วขณะ” (Present or Immediate) และบริบทที่เป็น “อนาคต หรือที่คาดหวังได้” (Future or Promised) (Kaplan & Kaplan, 1983; 1995) โดยความสัมพันธ์หรือ กรอบความคิดของความชื่นชอบ (Preference Framework) สามารถแสดงได้เป็นตารางดังนี้

ตาราง 2.1.1 กรอบความคิดของความชื่นชอบ

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

หมายเหตุ: ความชื่นชอบจะสูง ถ้าภาพหรือสภาพแวดล้อมที่เห็นมีลักษณะข้างต้นอย่างน้อย 1 อย่างสูง

Kaplan และ Kaplan (1983) อธิบายว่า ในสภาพแวดล้อมที่มองเห็นเป็นภาพนั้น ถ้าองค์ประกอบรวมขาดความคล้องจองแล้ว จะดูไม่เข้าใจและไม่รู้สึกชื่นชอบ ในขณะเดียวกันถ้าองค์ประกอบคล้องจองกันไปหมดจนเรียงง่ายไม่ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจเลย ผู้ดูก็จะรู้สึกน่าเบื่อและไม่ชื่นชอบ ในลักษณะเดียวกัน ความต่อเนื่องแสดงถึงความเข้าใจในการเดินลีกเข้าไปในสภาพแวดล้อม แต่ความลึกลับแสดงถึงลักษณะที่หนทางไปจะถูกบังอยู่บ้าง แต่สามารถมองเห็นได้พอประมาณ ทำให้คาดได้ว่าจะไปถึงได้ และมีเนื้อหาให้เรียนรู้เมื่อเดินลีกเข้าไป ซึ่งในภาพของสภาพแวดล้อมที่เห็นนั้นถ้ามีความต่อเนื่องชัดเจนเกินไปก็จะง่ายและไม่น่าชื่นชอบ แต่ถ้าลึกลับเกินไปก็จะขาดความต่อเนื่องและไม่เชิญชวน ทำให้ไม่น่าชื่นชอบอีกเช่นกัน ดังนั้นภาพที่จะเป็นที่ชื่นชอบควรมีลักษณะที่ทั้งมีความเข้าใจ และมีความเกี่ยวข้อง โดยไม่มีด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไป

โดยสรุปแล้ว Kaplan และ Kaplan (1983; 1995) ได้อธิบายความชื่นชอบซึ่งเป็นปัจจัยทางพฤติกรรมว่า ความชื่นชอบเป็นองค์ประกอบหลักของการประเมิน เพระคนเรามักจะประเมินสิ่งต่างๆ โดยใช้ความชื่นชอบ ส่วนตัวเป็นหลักเสมอ ได้มีการพิสูจน์แล้วว่าการประเมินความชื่นชอบเป็นมิติฐานมูล (Underlying Dimension) หลักอันหนึ่งในปฏิกริยาที่คนทั่วไปมีต่อสภาพแวดล้อม (Horayangkura, 1978) ยิ่งไปกว่านั้น Kaplan และ Kaplan (1983) อธิบายว่าความชื่นชอบเป็นผลผลิตของการรับรู้ และมีที่มาจากการทั้งสัญชาตญาณ ดั้งเดิมของมนุษย์ และการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และความชื่นชอบสามารถนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดทัศนคติของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี เพราะเข้าใจง่าย เป็นสิ่งที่คนทั่วไปแสดงออกอยู่ตลอดเวลา และได้มีผู้นำมาใช้และพิสูจน์อย่างแพร่หลาย การวิเคราะห์ข้อมูลความชื่นชอบด้วย Factor Analysis จะได้มิติฐานมูล (Underlying Dimension) ซึ่งเป็นลักษณะมูลฐานของการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อม ที่มีความหลากหลาย การวิเคราะห์มูลฐานของการรับรู้นี้นำไปสู่ลักษณะร่วมทางกายภาพระหว่างมิติฐานมูลต่างๆ ที่สามารถนำมารวบรวมกันได้ 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

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

Nasar (1997) สรุปไว้ว่าผู้ที่มีจุดประสงค์ต่างกันย่อมมีความต้องการ และมีทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาในข้อนี้ ทำให้เกิดการตั้งคำถามเกี่ยวกับมนุษย์ และทัศนคติระหว่างผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ในกรณีการจับจ่ายสินค้า และการท่องเที่ยวนี้ ผู้ประกอบการค้า และผู้ผลิตอาจจะมีทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการย่อมต้องการกำไรสูงสุด โดยจะต้องพยายามให้ได้มาก และรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในเวลาเดียวกัน จึงต้องการอาคารขนาดใหญ่ แต่ต้นทุนต่ำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวอาจต้องการพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม สินค้าที่เฉพาะไม่ใช่ของโลก และอยากรับการต้อนรับที่อบอุ่น เฉพาะตัว และรู้สึกพิเศษ ซึ่งจะหาได้จากอาคารขนาดเล็ก และมีบรรยากาศเฉพาะตัว และต้อนรับลูกค้าในปริมาณน้อย ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ต้องมีการคำนึงถึงความแตกต่างข้อนี้ด้วย

ทฤษฎีและกรอบแนวความคิดต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนี้ได้มีการพิสูจน์ และอ้างถึงอย่างแพร่หลาย และการใช้ใน การอธิบายปรากฏการณ์งานวิจัยในประเทศไทย (Lekagul, 2002) ซึ่งสามารถอธิบายได้ เช่นเดียวกับในต่าง ประเทศ และได้ผลการวิจัยในทำนองเดียวกันกับงานวิจัยในอดีตของต่างประเทศ (Kaplan & Kaplan, 1995) ดังนั้นการนำเอาทฤษฎีและกรอบแนวคิดเหล่านี้มาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ มีความเหมาะสมต่อแนวความคิดและ แนวทาง ถือว่ามีความตรง (Validity) ต่อเนื้อหาและแนวทาง ซึ่งจะทำให้ได้รับผลการวิจัยที่มีความสำคัญ เชื่อ ถือได้ และร่วมสร้างองค์ความรู้ทางทฤษฎี นอกเหนือจากทฤษฎีและกรอบความคิดแล้ว วิธีการวิจัย ปัจจัย และตัวแปรต่างๆ จากการวิจัยในอดีตก็เป็นพื้นฐานสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้เช่นกัน

แนวทางและวิธีการศึกษาความชื่นชอบ

การวัดและวิเคราะห์มิติฐานมูลของความชื่นชอบ

การศึกษาทัศนคติที่มีต่อสภาพแวดล้อมสามารถถูกทำได้หลายวิธี ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งกระบวนการวัด การ ใช้สื่อ และการวิเคราะห์ ทางด้านการวัดนั้น กระบวนการที่ใช้อย่างแพร่หลายที่สุดคือการให้ค่าน้ำหนัก (Rating) ซึ่งทำได้ง่าย โดยเฉพาะการใช้ค่าน้ำหนักที่มีพิสัย (Range) ไม่กว้างมาก เช่น 1-5 เนื่องจากไม่ถูกผล กระบวนการจากการที่ผู้ตอบเลือกใช้ค่าช่วงใดช่วงหนึ่งเท่านั้น (Kaplan & Kaplan, 1995) อีกทั้งยังสามารถใช้ วิเคราะห์ทางสถิติได้อย่างกว้างขวางหลายวิธีการ และมักมีการอนุโลมให้ใช้ในกรรมวิธีพหุตัวแปร (Multivariate Methods) ได้แก่ สมมุติฐาน (Assumptions) ของวิธีทางสถิติพหุตัวแปรมักจะต้องการข้อมูล ระดับ Scale เท่านั้น (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998)

Kaplan & Kaplan (1995) ได้เสนอแนวทางในการศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อมโดยภาพ โดยกรรมวิธีที่เรียก ว่า Category Identification Methodology ซึ่งกรรมวิธีนี้ ใช้การให้ค่าน้ำหนักความชื่นชอบด้วยระดับ 1-5 กับ ภาพสีที่ถ่ายมาจากการถ่ายภาพแวดล้อมที่ต้องการศึกษา และใช้กรรมวิธี Factor Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการแยกภาพออกเป็นกลุ่ม ที่มีลักษณะที่เหมือนกันตามรูปแบบของการให้ค่าน้ำหนักจากผู้ตอบทั้งหมด ในแต่ละกลุ่มนี้จะมีลักษณะเป็นกลุ่ม (Category) ที่มีลักษณะต่างกัน ลักษณะของแต่ละกลุ่มจะเรียกว่า มิติ (Dimension) แต่ละมิติจะมีลักษณะร่วมที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ไปในแนวทางเดียวกัน แนวทางการศึกษานี้มีประโยชน์มากในการที่จะศึกษารูปแบบของการรับรู้ของคนทั่วไปที่มีต่อสภาพแวดล้อม เพราะเป็นการยกที่จะได้รับจากวิธีอื่นโดยกรรมวิธีที่เชื่อได้ว่ามาจากกระบวนการในรับรู้ในสมองของผู้ตอบ จริงๆ และไม่เป็นการซึ่งนำผู้ตอบ ดังนั้นแนวทางนี้จึงสมควรที่จะนำมาใช้ในการศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อม ของชุมชนศิลปหัตถกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงานวิจัยชิ้นนี้ โดยกระบวนการที่ใช้จะมีการอธิบาย อย่างละเอียดในบริบทเชิงวิจัยต่อไป

การใช้ภาพถ่ายในการสำรวจ

ภาพถ่ายได้ถูกใช้อย่างแพร่หลายในงานวิจัยที่มีการประเมินสภาพแวดล้อม เพื่อความเหมาะสมสมต่อการ ดำเนินการ และความตรง (Validity) ต่อสิ่งที่จะวัดไม่ว่าจะเป็น ความชื่นชอบหรือความสวยงาม ในอุดมคติสิ่งที่ ดีที่สุดในการประเมินสภาพแวดล้อมน่าจะเป็นการพาผู้ตอบแบบสอบถามไปถูสถานที่จริงแล้วจึงประเมิน แต่ ในความเป็นจริงแล้วการพาผู้ตอบจำแนกพอที่จะมีรายสำคัญทางสถิติไปชุมสถานที่จริงนั้นเป็นสิ่งที่แทบจะ “ไม่สามารถทำได้ใน การวิจัย (Danial & Meitner, 2001; Dunn, 1976; Shuttleworth, 1980) เพราะ

- จำกัดและใช้บประมาณสูงมากๆ ต้องมีการขนส่ง
- ใช้เวลานาน

- เนื่องจากต้องใช้ความพยายาม และเวลามาก อาจต้องมีค่าจ้างที่สูงพอให้ผู้ตอบยอมทำแบบสอบถาม ในขณะที่การทำแบบสอบถามส่วนมากมักไม่มีค่าจ้างให้
- ไม่สามารถควบคุมเงื่อนไขที่เกิดจากสภาพแวดล้อม เวลา และมุ่งมองให้คงที่ระหว่างผู้ตอบที่ไปชมไม่พร้อมกันได้

อีกทางเลือกหนึ่งสามารถทำได้จากการเลือกผู้ตอบที่กำลังอยู่ในสถานที่ๆต้องการประเมิน แต่วิธีนี้มีข้อเสียคือ มักจะได้ผลในเชิงบวกกับสภาพแวดล้อมนั้นๆ เพราะผู้ที่เลือกมาบังสถานที่นั้นย่อมมีความชื่นชอบที่นั้นมาก กว่าที่อื่น (Shuttleworth, 1980) ดังนั้นวิธีการที่เหมาะสมจึงเป็นการใช้สื่อเช่นภาพถ่าย โดยเฉพาะภาพสีซึ่ง สามารถทดสอบสถานที่จริงได้ในระดับที่เชื่อถือได้ (Danial & Meitner, 2001; Dunn, 1976; Shuttleworth, 1980)

การใช้ภาพถ่ายได้รับการทดสอบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์แล้วว่าสามารถทดสอบสถานที่จริงได้ในการทำวิจัย ประเมินสภาพแวดล้อมที่มีการใช้การประเมินด้วยการให้ค่าหนัก (Rating) งานชิ้นแรกๆ และสำคัญเป็นการ ทดสอบการประเมินสภาพแวดล้อมจริง เปรียบเทียบกับภาพถ่ายของสถานที่นั้นๆ ซึ่งผลออกมาว่าการ ประเมินทั้งสองส่วนมีความเหมือนกัน และสรุปว่าใช้แทนกันได้ในกรณีที่ภาพถ่ายได้รวมถึงสิ่งที่นักวิจัย ต้องการจะให้เห็นอย่างเพียงพอ (Shafer & Richards, 1974) งานต่อมา ได้มีการพิสูจน์ว่าผลการประเมิน ภาพถ่ายสี ขาด และสถานที่จริง ไม่มีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และยังเน้นว่าภาพถ่ายสีมีรูปแบบ การประเมินที่เหมือนสถานที่จริงกว่าภาพขาวดำ Shuttleworth (1980)

จากการวิเคราะห์ และวิจารณ์งานวิจัยในอดีตที่ศึกษาการใช้ภาพสีแทนสภาพแวดล้อมจริง มีข้อสรุปว่าการใช้ ภาพสีมีความตรง และเหมาะสมในการใช้แทนสถานที่จริงในกรณีดังต่อไปนี้ (Lekagul, 2002)

- 1 ใช้ในการประเมินภาพรวม มากกว่าการประเมินรายละเอียด
- 2 ภาพนั้นๆสามารถรับรู้และคุณสมบัติที่ต้องการจะศึกษาอย่างเพียงพอ
- 3 มีการควบคุมความหลากหลายขององค์ประกอบไม่ให้แตกต่างกันไป
- 4 ต้องมีการควบคุมคุณภาพของภาพที่แสดงให้สม่ำเสมอ กันทุกภาพ
- 5 ควรแนะนำผู้ตอบคำถามให้ทราบว่าเป็นการประเมินสถานที่ที่ปรากฏ ไม่ใช่เพียงแค่ภาพ ดังนั้นการใช้ภาพถ่ายสีจึงเลือกใช้ในกรณีที่นี้ด้วยเหตุผลที่ได้สรุปไว้ข้างต้นแล้ว

ปัจจัยและตัวแปรที่สำคัญต่อการรับรู้และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อม

การศึกษาวิจัยในอดีตได้ค้นหา และพิสูจน์ปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อการรับรู้และความชื่นชอบของคน ที่ มีต่อสภาพแวดล้อม กลุ่มของปัจจัยหลักที่ได้รับการพิสูจน์ว่ามีอิทธิพลต่อการรับรู้และความชื่นชอบได้แก่ ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และปัจจัยทางกลุ่มนบุคคล นอกจากนั้นยังมีกลุ่มตัวแปรที่สำคัญอีกหลายประการ ดัง ฉะนี้ล่าวถึงต่อไปนี้

ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม

ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมมักจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้และระดับความชื่นชอบของคน การ ศึกษาอิทธิพลของลักษณะต่างๆของสภาพแวดล้อมมักจะเป็นจุดประสงค์หลักของการศึกษาการรับรู้สภาพ แวดล้อม (Kaplan & Kaplan, 1995; Nasar, 1997) ปัจจัยต่างๆทางสภาพแวดล้อมที่สำคัญและมักเป็นที่สนใจในงานวิจัยต่างๆได้แก่ ชนิดของสภาพแวดล้อม การจัดวางที่ว่าง และองค์ประกอบทางกายภาพที่สำคัญ

ชนิดของสภาพแวดล้อม (Type of Environment)

ชนิดของสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหลักที่คนทั่วไปรับรู้ได้ถึงความแตกต่าง โดยทั่วไปแล้วความแตกต่างในลักษณะขั้วตรงข้ามที่พบในงานวิจัยในอดีตคือ 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)

ความแตกต่างปเล็กย่อยภายในชนิดของสภาพแวดล้อมที่มักพบว่ามีผลต่อการรับรู้และความชื่นชอบด้วยคือ รูปแบบ (Style) รูปแบบที่เคยพบว่ามีผลต่อความชื่นชอบ ได้แก่รูปแบบของสวนເກาหาร สวยงาม และสวนตะวันตก (Yang & Brown, 1992) รูปแบบของบ้าน เช่น แบบสนิยมสูงและสนิยมทั่วไป (High Style and Popular Style) (Stamps & Nasar, 1997) หรือ รูปแบบสมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่ (Modern and Post-Modern Styles) (Nasar & Kang, 1999) อิทธิพลของรูปแบบเหล่านี้มักจะมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และมีผลแตกต่างกันตามกลุ่มของคน

การจัดวางที่ว่าง (Spatial Configuration and Organization)

การจัดวางที่ว่างเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้และความชื่นชอบ ความแตกต่างที่มักจะพบคือขนาดของที่ว่าง เช่นกว้าง-แคบ เพดานสูง-ต่ำ และความลึกเข้าไปข้างหน้า ในงานวิจัยในอดีตมักจะพบว่า ที่ว่างที่มีขนาดใหญ่ กว่า และมีความลึกและต่ำกว่าของของมุมมองมักจะเป็นที่ชื่นชอบมากกว่า ที่ว่างที่แคบแคบ และตื้นหรือตัน (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 เพอร์นิเจอร์ เข็นที่นั่ง และองค์ประกอบที่สำคัญในบริบทเข่นสันท้าในตลาด (Lekagul, 2002) ในสภาพแวดล้อมอื่นเช่นภูมิทัศน์ธรรมชาติ องค์ประกอบเด่นๆ บางชนิดมีผลมากต่อการรับรู้และความชื่นชอบ เช่น หินขนาดใหญ่ แหล่งน้ำ และต้นไม้ที่มีลักษณะเด่น (Herzog et al., 2000; Kaplan & Kaplan, 1995) เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้ดึงดูดความสนใจให้กับสภาพแวดล้อมโดยรอบ อย่างไรก็ตามการที่ความชื่นชอบจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับทัศนคติของคนที่มีต่อองค์ประกอบนั้นๆ และความหมายขององค์ประกอบนั้นๆ ต่อผู้มอง ความหมายที่มีการใช้อธิบายความชื่นชอบต่อพืชพรรณและแหล่งน้ำคือ ความอุดมสมบูรณ์ ของแหล่งอาหารและการพักอาศัย (Appleton, 1975) และจากแนวความคิดที่ต่อเนื่องกัน ความหมายอีกประการในการมององค์ประกอบต่างๆ ก็คือ สิ่งนั้นสามารถใช้ทำอะไรได้ (Gibson, 1979)

ปัจจัยทางกลุ่มบุคคล

ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างต่อการรับรู้ และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมคือปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มบุคคล ในทางทฤษฎีได้มีการอธิบายไว้ว่า ความชื่นชอบบางประการที่มีต่อสภาพแวดล้อมมาจากสัญชาตญาณเดิม ในขณะที่บางสิ่งเป็นเรื่องที่เป็นการเรียนรู้ (Appleton, 1975; Kaplan & Kaplan, 1983) ในเรื่องที่เป็นสัญชาตญาณนั้น การรับรู้และความชื่นชอบของคนมักจะเหมือนกันไปทุกคน และทุกกลุ่ม แต่สำหรับเรื่องที่เป็นการเรียนรู้ และวัฒนธรรมแล้ว การรับรู้และความชื่นชอบจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มที่มีการเรียนรู้ร่วมกันหรือเหมือนกัน ซึ่งความแตกต่างนี้มีตั้งแต่ระดับรายบุคคล ไปจนถึงระดับกลุ่มใหญ่เช่น ผู้พันธุ์ (ชนชาติตะวันออก-ตะวันตก)

ความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่เคยพบในงานวิจัยในอดีตมีหลายประเด็นที่แตกต่างกันตามเหตุผล เช่น กลุ่มทางสังคม กลุ่มอาชีพ กลุ่มวัฒนธรรมย่อย กลุ่มตามแหล่งที่พักอาศัย และกลุ่มทางพฤติกรรม จากการสรุปจาก การวิเคราะห์ผลงานวิจัยจำนวนมาก (Kaplan & Kaplan, 1995; Nasar, 1997) ได้มีการสรุปว่ากลุ่มทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างทางความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมมากที่สุด ซึ่งกลุ่มต่างๆ ก็จะมีเหตุผลที่แตกต่างกันไป แต่โดยมากแล้วเป็นเรื่องของประสบการณ์ และการเรียนรู้ในอดีต เช่นชนชาติ การศึกษา อาชีพ และความสนใจ ตัวอย่างของกลุ่มที่มักมีความแตกต่างทางการรับรู้ และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมคือ กลุ่มนักออกแบบ สถาปนิก และนักวางแผน กลุ่มดังกล่าว มีการรับรู้ และความชื่นชอบที่ไม่เหมือนคนทั่วไป ถัดลงไปจะเป็น นักอนุรักษ์ธรรมชาติ และกลุ่มอายุ ซึ่งกลุ่มต่างๆ เหล่านี้มีการเรียนรู้เฉพาะทางอันเกี่ยวนี้กับสภาพแวดล้อม การค้นพบเหล่านี้ส่งผลที่สำคัญทางสังคม และการประกอบวิชาชีพนักออกแบบและวางแผน เป็นจากสังคมในปัจจุบันให้ความสำคัญต่อทัศนคติของผู้ใช้ และในขณะเดียวกัน สิ่งที่นักออกแบบเสนอว่าเหมาะสมสมนั้นอาจไม่เหมาะสมในทัศนคติของผู้ใช้ก็เป็นได้ ดังนั้นจึงต้องถือเป็นข้อควรระวังของนักออกแบบ และเป็นการเน้นให้เห็นความสำคัญของการศึกษาวิจัยเพื่อให้เข้าใจถึงทัศนคติ การรับรู้ และความชื่นชอบของผู้ใช้

ในงานวิจัยนี้มีการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนศิลปหัตถกรรมในเชียงใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ใช่องค์ประกอบท่องเที่ยวผู้ต้อง งานวิจัยในอดีตเคยพบว่าคนท่องเที่ยวต่างชาติมีรูปแบบและระดับความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากเจ้าของวัฒนธรรม (Yang & Brown, 1992) แสดงให้เห็นว่าไม่สามารถใช้ความชื่นชอบของชุมชนหรือแม้แต่ของผู้ออกแบบแบบวางผัง มาทดแทนความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ให้เข้าใจถึงรูปแบบการรับรู้ และความชื่นชอบที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตัวแปรอื่น ๆ ที่สำคัญ

คุณสมบัติของสภาพแวดล้อม เช่น ความซับซ้อน ความเป็นระเบียบ ความคุ้นเคยและต้นแบบและความคาดหมายตัวแปรเหล่านี้ แม้ว่าจะเป็นที่สนใจในงานวิจัยที่ผ่านมา แต่ก็มีผลการศึกษาที่ยากต่อการสรุป เพราะมักมีผลที่เป็นเงื่อนไขหรือเป็นไปได้ทั้งด้านบวกและลบ ตัวอย่างเช่น ความซับซ้อนจะเป็นที่ชื่นชอบสูงสุดเมื่อมีระดับปานกลาง หรือเรียกว่ามีความสัมพันธ์เป็นกราฟรูปตัว U ค่าวัดความชื่นชอบ (Nasar, 1997) ความเป็นระเบียบก็เช่นกันจะมีผลทำให้เกิดความชื่นชอบในระดับหนึ่งเท่านั้น หากไปกว่านั้นแล้วความชื่นชอบก็จะลดลง ความคุ้นเคย ต้นแบบ และความคาดหมาย มีผลในทำนองเดียวกันคือ เป็นไปได้ทั้งทางลบและบวก สิ่งคุ้นเคยอาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่โปรดหรือสิ่งที่เบื้อง (Kaplan & Kaplan, 1983) การตระหนักรู้และกับดันแบบ เช่นบ้านต้องมีลักษณะตรงกับความเป็นบ้านในใจผู้บริโภค ถ้าหากบ้านที่เห็นมีลักษณะไม่ตรงตามนั้น ก็

เป็นไปได้ทั้งทำให้เกิดความขัดเคืองและไม่ชอบ หรือรู้สึกตื่นเต้นและชอบ ดังนั้นจึงเป็นตัวแปรที่ต้องศึกษาอย่างระมัดระวัง

ในบทนี้ได้กล่าวถึงแนวคิดทางทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานของการศึกษาและความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ในสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เกี่ยวกับการรับรู้และความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งก็คือเหตุผลสนับสนุนการศึกษา และแนวทางในการศึกษา จนถึงปัจจัยที่สำคัญต่างๆ ที่ได้รับการพิสูจน์ถึงความเกี่ยวข้องและความสัมพันธ์กับการรับรู้ และความเชื่อของบุคคลที่คนทั่วไปมีต่อสภาพแวดล้อม เนื้อหาต่างๆ จากบทนี้จะเป็นพื้นฐานและตัวอย่างที่สนับสนุนและชี้นำไปสู่การออกแบบงานวิจัยที่จะกล่าวอย่างโดยละเอียดในบทต่อไป

บทที่ 3: ระเบียบวิธีการวิจัย

จากที่ได้กล่าวไปแล้วในบทที่หนึ่ง ชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง ซึ่งได้แก่ บ้านถวาย ป่าสrang-ตันเปา และวัวลาย มีศักยภาพสูงที่จะพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม ซึ่งการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมนี้จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวม และการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม จะเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม และคุณภาพของสภาพแวดล้อมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน และในบทที่ 2 ได้อธิบายถึงเนื้อหาของวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การพัฒนาสภาพแวดล้อม และการศึกษา วิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้เป็นข้อสรุปจากทฤษฎีและการวิจารณ์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่นำมาสู่เนื้อหาในบทนี้ซึ่งเป็นการอธิบายระเบียบวิธีวิจัยที่เลือกใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ การอธิบายในบทนี้เริ่มจากการสรุปเนื้อหาจากการวิจารณ์วรรณกรรม ตามด้วยการออกแบบงานวิจัยซึ่งแบ่งเป็น คำダメาวิจัย การเก็บข้อมูลด้วยกระบวนการต่างๆ และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพและปริมาณ รายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจารณ์วรรณกรรมในบทที่ผ่านมา ได้ครอบคลุมวรรณกรรมจากหนังสือ งานวิจัย และบทความทางวิชาการ ทางด้านเนื้อหาได้ครอบคลุมดังต่อไปนี้ แนวคิดและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับการศึกษาการรับรู้ และการประเมินความชื่นชอบ เนื้อหาดังกล่าวได้ถูกสรุปมาใช้ในการออกแบบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

- การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมในเชียงใหม่มีความสำคัญและมีศักยภาพที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้ในบริบทของการท่องเที่ยวระดับประเทศ และมีความเชื่อมโยงกับแนวโน้มของการท่องเที่ยวในระดับโลก
- กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญ และเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางจิตวิทยา ทางการตลาด ทางสังคม และทางสภาพแวดล้อม
- การศึกษาและการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรู้และความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมของมนุษย์สามารถใช้เพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมภายภาคพ
- การเก็บข้อมูลความชื่นชอบโดยใช้การให้ค่าความชื่นชอบที่มีต่อภาพถ่ายของสภาพแวดล้อมสามารถนำมาใช้ในการศึกษารูปแบบการรับรู้ และระดับความชื่นชอบที่มีต่อลักษณะทางกายภาพแบบต่างๆ
- การวิเคราะห์มิติฐานมูลของความชื่นชอบ (Underlying Dimensions of Preference) สามารถทำให้เข้าใจถึงรูปแบบของการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมภายภาคพ
- การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบ (Magnitudes of Preference) ที่มีต่อรูปแบบของสภาพแวดล้อมต่างๆสามารถทำให้เกิดความเข้าใจในลักษณะที่สามารถดึงดูด และไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยว
- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติฐานมูลของความชื่นชอบ และมิติฐานมูลของการให้ค่าความสำคัญของกิจกรรมและบริการต่อการรับรู้และความชื่นชอบ
- การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมของคนต่างกลุ่ม สามารถให้ข้อมูลที่จะตอบสนองความชื่นชอบของคนต่างกลุ่มได้ดีขึ้น

9. การใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการเรียนคำบรรยาย และการสัมภาษณ์ ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพสามารถช่วยอธิบาย และสนับสนุนผลที่ได้รับจากข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์ทางสถิติ
10. ผลของงานวิจัยในอดีตที่สะสมกันมาทำให้สามารถซึ่งนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องได้ อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานทางทฤษฎี และทางปฏิบัติที่สามารถช่วยอธิบายผลของงานวิจัยใหม่ๆได้

จากข้อมูลในบทที่ผ่านมาบทนี้จะเป็นการอธิบายเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีในการวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งเนื้อหาในส่วนนี้จะแบ่งเป็น วัตถุประสงค์ของงานวิจัย คำถามการวิจัย และการออกแบบงานวิจัย ซึ่งจะครอบคลุมไปถึง แนวความคิดเกี่ยวกับการวัด การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อการพัฒนาศักยภาพดังที่กล่าวมาแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะ

1. ศึกษาการรับรู้และความซื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายภาคของชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่ง
2. นำเสนอวิธีการและรูปแบบการพัฒนา และการจัดการสภาพแวดล้อมของเส้นทาง ที่สอดคล้องกับการรับรู้และความซื่นชอบ ของนักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความชัดเจนของภาพลักษณ์ และลักษณะเฉพาะชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม และเพิ่มความซื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมของชุมชน
3. จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวแบบบันจายโดยการพัฒนาชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมที่มีศักยภาพ ให้ เป็นเส้นทางการท่องเที่ยว ที่มีความเหมาะสมต่อการรับรู้ และความซื่นชอบของนักท่องเที่ยว และสนองต่อ ความต้องการของผู้ประกอบการและชุมชนผู้ผลิต โดยมีใช้กระบวนการจัดทำเส้นทาง และการดำเนินกิจ กิจการที่มีหลักการตั้งต่อไปนี้
 - สร้างความหลากหลายทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบบันจายสินค้าศิลปหัตถกรรม ซึ่งจะรวมการ ผลิต การสาธิต และการซื้อขาย และวิธีชีวิตของชุมชนผู้ผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม
 - ส่งเสริมให้มีการใช้พื้นที่อย่างเต็มศักยภาพ โดยจะที่ครอบคลุมพื้นที่และเส้นทาง ที่มีความเหมาะสมกับ กิจกรรมการผลิต การสาธิตและการจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม
 - ส่งเสริมให้มีกระบวนการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของชุมชน และบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ระหว่างประกอบการที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
 - มีการใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการและผู้อุปถัมภ์อาศัยในพื้นที่

เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้แล้วนั้น คำถามในการวิจัยได้ถูกตั้งขึ้นเพื่อที่จะจัดเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

คำถามการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความซื่นชอบต่อลักษณะทางภายภาคในรูปแบบใดบ้าง มากน้อยแค่ไหน? และอย่างไร?
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรูปแบบการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมภายภาคของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง สามแห่งอย่างไร?
3. รูปแบบการรับรู้และความซื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์อย่างไรกับการให้ความสำคัญกับกิจ กรรม และบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและจับจ่ายสินค้า และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตก ต่างกันทางพฤติกรรม และข้อมูลส่วนบุคคล?

4. ผู้ประกอบการในชุมชนมีทัศนคติ และความต้องการทางกายภาพอย่างไร? และมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งต่อรูปแบบการรับรู้และความซื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือไม่? และชุมชนมีความต้องการที่จะตอบสนองต่อการรับรู้และความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร?

ข้อมูลที่ได้จากคำถามทั้งสี่ข้อนี้จะนำมาใช้ในการจัดทำคำแนะนำในพัฒนาที่เหมาะสม และเมื่อได้คำแนะนำในการการพัฒนาสภาพแวดล้อม และศักยภาพของชุมชนในการรื่องเที่ยวแล้วก็จะสามารถจัดทำเส้นทางที่เหมาะสมของแต่ละชุมชนได้

การออกแบบงานวิจัย

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

ส่วนที่ 1 แนวคิด หลักการ และเหตุผล

งานวิจัยชิ้นนี้มีแนวคิดที่ว่า การพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวควรสอดคล้องกับการรับรู้และความซื่นชอบของนักท่องเที่ยวซึ่งก็เป็นผู้ใช้หลัก และการได้มาซึ่งการรับรู้ และความซื่นชอบควรใช้วิธีการที่มีความเที่ยง และความตรง อีกทั้งเป็นการสร้างความรู้ใหม่ที่นำไปใช้ประโยชน์ได้

หลักการและแนวทางจะอิงอู่บันแนวคิดและกระบวนการ 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 การวัดความซื่นชอบซึ่งเหมาะสมกับจุดประสงค์ของงานวิจัยที่จะเข้าใจรูปแบบของการรับรู้ และระดับของความซื่นชอบ อีกทั้งยังเหมาะสมกับคนทั่วไป เพราะเข้าใจง่าย คุ้นเคยดี และเป็นการประเมินรวมยอดที่ครอบคลุมความรู้ ความต้องการ ความจำ และแรงดลใจอื่นๆ หลายๆ ด้าน ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีความเที่ยง และความตรงในการใช้และให้ผลที่เชื่อถือได้ในต่างประเทศ (Kaplan & Kaplan, 1995) และในประเทศไทย (Lekagul, 2002)

ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูล

เพื่อที่จะได้ข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการตอบคำถามการวิจัยทั้งหมด กรรมวิธีทางการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมได้ถูกคัดเลือกตามความเหมาะสมจากกรรมวิธีที่ได้มีผู้ใช้และแนะนำในการศึกษาในอดีต วิธีการเก็บข้อมูลที่เลือกใช้ในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ตามลักษณะข้อมูลที่จะเก็บ ได้แก่ การสำรวจความซื่นชอบ การสำรวจ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและจับจ่าย การสำรวจข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

การสำรวจความชื่นชอบ

การสำรวจความชื่นชอบเป็นส่วนหลักของงานวิจัยชิ้นนี้ มีจุดประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับรูปแบบ และระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ได้แก่นักท่องเที่ยวชอบสภาพแวดล้อมมากแค่ไหน และมองสภาพแวดล้อมเหล่านั้นอย่างไร โดยมีการใช้ภาพถ่ายสีเป็นตัวแทนสภาพแวดล้อมเพื่อให้นักท่องเที่ยวประเมินความชื่นชอบที่มีต่อสภาพแวดล้อมนั้นๆ การสำรวจความชื่นชอบมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการเก็บตัวอย่างภาพ

- ถ่ายภาพจากสถานที่จริงโดยใช้มุมมองปกติของนักท่องเที่ยว ด้วยกล้อง 35 มม. กับเลนส์ 50 มม. ซึ่งจะให้ภาพที่ใกล้เคียงกับมุมมองปกติของคน วิธีการถ่ายจะถ่ายจากบริเวณทางเท้า หรือทางเดินที่นักท่องเที่ยวจะเดินเวลาซื้อของจับจ่ายสินค้า ด้วยการมองในระดับสายตาเวลาเดิน โดยอาจมองตรงไปข้างหน้าหรือผ่านตรงข้าม
- ถ่ายภาพจากชุมชนทั้งสามแห่ง โดยให้ครอบคลุมทุกกลุ่มนายอยู่ (ร้านค้า ส่วนผลิต ส่วนบริการและอื่นๆ) ลักษณะกิจกรรมที่จะเกิด และลักษณะภายนอกที่แตกต่างกัน เช่นบริเวณช้างถนน ในเรือง หรือ สภาพที่มีองค์ประกอบแตกต่างกัน เช่นถนนส่วนหน้า และในซอยย่อย

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างภาพ

- คัดเลือกภาพที่มีข้อนอกพร่อง และไม่เหมาะสมที่อาจส่งผลในแง่ลบออก เช่น
 - ภาพที่มีดหรือสว่างเกินไป
 - ภาพที่มีหน้าคนขนาดใหญ่อยู่กลางภาพ
 - ภาพที่มีองค์ประกอบที่มีภาพทางลบที่ชัดเจน เช่นถังขยะหรือสิ่งปฏิกูลต่างๆ สิ่งปรักหักพังที่ไม่ใช่ส่วนของสถานที่ และป้ายที่มีข้อความที่อาจไม่เหมาะสม
- คัดเลือกภาพที่ใช้จริง 60 ภาพ โดยแบ่งสัดส่วนตามปริมาณของพื้นที่ของแต่ละสถานที่ (Stratification) โดยใช้ ตาราง (Matrix) 3×3 ได้แก่ชุมชนทั้งสามแห่ง บ้านถาวร บ่อสร้าง-ตันเป่า และวัวลาย และลักษณะหลัก 3 อย่างคือ ส่วนร้านค้า ส่วนผลิต และส่วนอื่นๆ โดยมีหลักการว่าจะต้องมีภาพจากอย่างน้อย 3 ภาพ ในแต่ละช่อง หรือแต่ละลักษณะย่อย จำนวนภาพที่ได้จากการเลือกจะเป็นดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3.1.1 สัดส่วนจำนวนภาพจากแต่ละชุมชน และแต่ละลักษณะบริเวณ

ชุมชน บริเวณ	บ้านถาวร	บ่อสร้าง-ตันเป่า	วัวลาย	รวม
ร้านค้า	8	7	5	20
ส่วนผลิต	8	7	5	20
ส่วนอื่นๆ	8	7	5	20
รวม	24	21	15	60

- เพิ่มจำนวนภาพที่ไม่ใช้จริง 6 ภาพ โดยจัดวางเป็น 3 ภาพแรก และ 3 ภาพสุดท้าย ที่วางให้เป็น 3 ภาพแรกเพราะผู้ต้องแบบสอบถามยังไม่คุ้นเคยกับการให้คะแนน ส่วน 3 ภาพหลังเป็นการป้องกันการคาดเดา ตอนจบของผู้ตอบ (Miller, 1984; Woods, 1995)

ขั้นตอนการนำเสนอภาพในแบบสอบถาม

- 1 เรียงลำดับภาพเป็น 2 ลำดับ (ชุด A และ ชุด B) โดยการเลือกแบบสุ่ม (Random Selection) โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้
 - ภาพจากชุมชนเดียวกันและบริเวณเดียวกันจะไม่เรียงอยู่ติดกัน
 - ภาพจากแต่ละชุมชนจะต้องกระจายเป็นสัดส่วนเท่าๆ กันทั่วทั้งชุด โดยที่เมื่อแบ่งภาพทั้งหมดเป็น 3 ส่วน ต้องมีภาพจากแต่ละชุมชนกระจายอยู่ในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน เพื่อป้องกันไม่ให้ภาพจากชุมชนหนึ่งกระ挤กตัวอยู่ด้วยกันหมด
- 2 นำภาพมาพิมพ์บนกระดาษ และจัดทำเป็นสมุดภาพขนาด A 4
- 3 ใช้สมุดภาพร่วมกับแบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวเลือกให้คะแนน (Rating) ตามความชอบสำหรับแต่ละภาพ ($1 = \text{ไม่ชอบ} 5 = \text{ชอบมาก}$)

การสำรวจโดยใช้การบรรยายภาพ

การเก็บข้อมูลการบรรยายภาพของนักท่องเที่ยว มีจุดประสงค์คือ ต้องการทราบว่านักท่องเที่ยวเห็นอย่างไร หรือคิดอย่างไรกับภาพที่เห็น โดยคำบรรยายสั้นๆ นี้จะมาจากการความคิดแวนแรก ซึ่งจะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ข้อมูลคำบรรยายภาพแต่ละภาพของนักท่องเที่ยวทุกคน เมื่อนำมารวมกันแล้ว วิเคราะห์จะแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของการรับรู้ 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 โดยให้นักท่องเที่ยวเขียนอธิบายสั้นๆ เกี่ยวกับภาพแต่ละภาพลงในช่องที่กำหนดไว้

การสำรวจการให้ค่าความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ

การสำรวจส่วนนี้มีจุดประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างการให้ค่าความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจับจ่ายและท่องเที่ยว และรูปแบบของการรับรู้และชื่นชอบ การสำรวจจะเป็นคำถามสัมภาษณ์ 24 ข้อที่ให้ผู้ตอบประเมินและให้ค่าน้ำหนัก แก่กิจกรรมและบริการในแต่ละข้อ โดยการให้ค่าน้ำหนัก 5 ระดับ ($1 = \text{ไม่สำคัญ} 5 = \text{สำคัญมาก}$)

กิจกรรมและบริการต่างๆ ที่เลือกมาນั้นได้มาจากประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และจับจ่าย เช่น 4 ปัจจัยหลักในทางการตลาด (4 Ps) ซึ่งได้แก่ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นหลักสำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด (Berkowitz, Kerin, Hartley, & Rudelious, 1997) และมีผลต่อการเลือกจับจ่ายสินค้า และการท่องเที่ยว และในการออกแบบคำถามนั้น แต่ละปัจจัยจะถูกแจกแจงออกไปเป็นหลายหัวข้ออยู่ที่เกี่ยวข้อง เช่น

- สินค้าและบริการ จะถูกแจกแจงเป็น ปริมาณ ความหลากหลาย และคุณภาพ

- ราคากลุ่มแรกจะเป็น กลุ่ม แพง การต่อรองได้
- สถานที่จะกลุ่มแรกจะเป็น ความสะดวก ความสบาย และความใกล้กับที่ท่องเที่ยวอื่นๆ
- กิจกรรมส่งเสริมการขาย จะกลุ่มแรกจะเป็น เทศกาลพิเศษ การสาธิตวิธีทำ การมีส่วนร่วม และอื่นๆ

หัวข้อต่างๆในคำถามเป็นตัวแปรที่ถูกพบว่ามีความสำคัญต่อระดับความซึ่นชอบในงานวิจัยในอดีต (Lekagul, 2002; Woods, 1995)

การสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและจับจ่าย

จุดประสงค์ของการสำรวจชุดนี้คือการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจับจ่าย และท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการจับจ่าย และท่องเที่ยวและระดับความซึ่นชอบ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ตรงกับพฤติกรรมการจับจ่าย และท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามเลือกข้อตอบ (Categorical Answer) จำนวน 6 ข้อ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจับจ่าย (Traveling and Shopping Behaviors) ได้แก่ ลักษณะสินค้า การใช้เงินในการจับจ่าย ช่วงเวลา ของการจับจ่าย การใช้จ่ายเงิน ลักษณะการท่องเที่ยว และบุคคลที่เที่ยวด้วยกัน ตัวแปรที่เลือกใช้ได้ถูกพบว่า มีความสำคัญต่อระดับความซึ่นชอบในงานวิจัยในอดีต (Gerhard, 1998; Lekagul, 2002; Woods, 1995)

การสำรวจข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว

การสำรวจข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อ เก็บข้อมูลส่วนตัว เช่นประเภทที่มา ลักษณะเมืองที่อยู่ กลุ่มอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพการแต่งงาน ระยะเวลาในการท่องเที่ยว และการใช้จ่ายต่อวัน ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ข้อมูลเหล่านี้จะนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับระดับความซึ่นชอบที่มีต่อลักษณะต่างๆ ของสภาพแวดล้อม และผลจากการวิเคราะห์ทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับระดับความซึ่นชอบของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มที่อาจแตกต่างกัน ข้อมูลส่วนตัว หรือข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมนี้ เป็นตัวแปรที่สำคัญในงานวิจัยส่วนมากทางสังคมศาสตร์ ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามเลือกข้อตอบ (Categorical Answer) จำนวน 8 ข้อ

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

จุดประสงค์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคือการรวบรวมข้อมูลจากคนในชุมชน ซึ่งก็คือผู้ประกอบการค้าขาย และผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมในชุมชน ข้อมูลที่เก็บคือทัศนคติต่อชุมชนและการต้องการเที่ยว ความต้องการทางกายภาพ ตลอดจนความยินยอมที่จะพัฒนาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการสร้างคำแนะนำในการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับการรับรู้และความซึ่นชอบของนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากความสำเร็จของการพัฒนาย่อมจะไม่สำเร็จหากไม่ได้รับความร่วมมือกับคนในชุมชน และความร่วมมือย่อมมาจากทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนา ความต้องการที่ต้องกัน และความยินยอมต่อการตอบสนองลูกค้า

ในการสัมภาษณ์จะเลือกตัวแทนชุมชน ฯลฯ 7 คน รวมเป็นทั้งหมด 21 คน ตัวแทนชุมชนที่ถูกสัมภาษณ์จะเป็นผู้นำชุมชน ผู้นำทางวิชาชีพหรือผู้นำองค์กรเช่นสมาคมผู้ค้าหรือผลิต และผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการขนาดต่างๆ ได้แก่ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ คำถามสัมภาษณ์เกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับกิจการและชุมชน สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ การท่องเที่ยว สิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจ แนวโน้มและความต้องการ และความยินดีที่จะสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ใน การสัมภาษณ์จะมีการเออรูปภาพที่เป็นตัวแทนจาก

แต่ละมิติที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ให้ผู้แทนชุมชนดูเพื่อออกความคิดเห็นเพื่อที่จะนำไปเปรียบเทียบกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้วย

ส่วนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีจุดประสงค์หลักที่จะศึกษาการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงต้องมีการใช้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ตอบ ทั้งนั้นนักท่องเที่ยวอยู่ในหลายถิ่นทั่งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่ในขบวนเดือนมีข้อจำกัดของงานวิจัยชิ้นนี้จึงทำการศึกษานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเท่านั้น เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจากต่างชาติได้นำเงินเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก อีกทั้งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีวัฒนธรรมที่แตกต่าง และอาจมีการรับรู้และความชื่นชอบที่แตกต่างจากชาวไทย ทำให้ผู้ที่คิดจะพัฒนาตอบสนองนักท่องเที่ยวอาจไม่สามารถคาดเดา หรือใช้ข้อมูลที่ถูกต้องได้ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงใช้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเมืองเชียงใหม่ในช่วงการวิจัยคือช่วง ปลายเดือนสิงหาคม ถึงต้นเดือนตุลาคม ซึ่งไม่นับเป็นช่วง High Season

การสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินี้มีจุดประสงค์ที่จะเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาเที่ยวในเมืองเชียงใหม่ ดังนั้นวิธีที่เหมาะสมจะต้องมีการสุ่มให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศต่างๆ กัน และมีการคำนึงถึงสัดส่วนที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธี Quota ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดที่มีความแตกต่างทางจำนวนและลักษณะระหว่างกลุ่มอยู่อย่าง โดยคัดเลือกให้กลุ่มตัวอย่างมีตัวแทนจากกลุ่มอยู่เป็นสัดส่วนเป็นสัดส่วนเดียวกันกับประชากร (Babbie, 1998) โดยในงานวิจัยชิ้นนี้จะมีการควบคุมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ที่ตอบแบบสอบถามเป็นสัดส่วนร้อยละเท่าๆ กันกับสัดส่วนจริงของนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ทั้งหมดในเมืองเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่จะถูกแจกแจงนักท่องเที่ยวตามกลุ่มประเทศที่มา โดยใช้ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปี 2545 ซึ่งรวมโดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนด (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

จะเห็นได้ว่าตัวเลขที่น่าจะสูงที่สุดจะมาจากความต้องการของ Factor Analysis เนื่องจากมีการใช้วิธีภาพ 60 ภาพเป็นตัวแปร ดังนั้น $60 \times 5 = 300$ ตัวอย่าง จึงยึดตัวเลข 300 เป็นค่าต่ำสุดของจำนวนตัวอย่างที่ต้องเก็บซึ่งใน 300 คนนี้จะมีการแบ่งสัดส่วนร้อยละตามข้อมูลนักท่องเที่ยวดังที่กล่าวไปแล้ว และมีการจัดแบ่งสัดส่วนตามชุดของแบบสอบถาม โดยจะมีการปัดเศษขั้นและเก็บเพื่อเพื่อป้องกันข้อมูลไม่สมบูรณ์ (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 คณะมนุษยศาสตร์ 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 ในเขตคุเมือง
- กลุ่มที่ 4 แจกแบบสอบถามในແບບຄົນອ້ອມເມືອງ ໄດ້ແກ່ ສານີຂັນສົ່ງ (ອາເຊີຕ) ແລະ ມາວິທຍາລ້ຽພາຢັພ
- กลุ่มที่ 5 แจกแบบสอบถามໃນພື້ນທີບໍລິເວນມາວິທຍາລ້ຽພາຢັເຊີງໃໝ່ ທັກງານໃນແລກປາຍນອກມາວິທຍາລ້ຽພາຢັ ໄດ້ແກ່ Uniserve ໃນມາວິທຍາລ້ຽພາຢັເຊີງໃໝ່ ຮ່ວມທັກສານທີ່ທອງເຖິງປະເທດຕາມຄົນແສຸເຫັນ ໂມຍເຫດຸ: ເດີມມີກຸລຸ່ມທີ່ 3 ກາຍຫລັງໄດ້ຍົກເລີກໄປເນື່ອງຈາກນັກສຶກສາໃນກຸລຸ່ມຍົກເລີກການທຳກຳ

ຜູ້ແຈກແບບສອບຄາມໃນແຕ່ລະກຸລຸ່ມຈະນໍາຊຸດແບບສອບຄາມຕຶ້ງປະກອບໄປດ້ວຍສຸດກາພທັ້ງ 8 ຊຸດ ແລະ ແບບຄຳດອນໄປຢັງຈຸດຕ່າງໆໃນເມືອງເຊີງໃໝ່ ໂດຍຈະມີການສັບຮຸນເວີຍນຸ້ມສຸດກາພເພື່ອໃຫ້ໄດ້ປະເມີນດາມທີ່ຕ້ອງການ ຕາມຂັ້ນຕອນການແຈກແບບສອບຄາມຕຶ້ງມີດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້

- ຜູ້ແຈກແບບສອບຄາມເຂົ້າໄປທັກທາຍນັກທອງເຖິງທີ່ຕິ່ງໃຈຈະແຈກ
- ຜູ້ແຈກແບບສອບຄາມແນະນຳຕ້ວເອງ ຄານນັກທອງເຖິງວ່າມີເວລາໄທສັກນິດທີ່ວີ່ໄມ່
- ທາກນັກທອງເຖິງທີ່ຕິ່ງຕ່າງໆວ່າມີ ຜູ້ແຈກແບບສອບຄາມອົບນາຍວ່າກຳລັງເກີນຂ້ອມຸລເພື່ອການວິຈີຍໃນການພັດນາສກາພ ແວດລ້ອມເພື່ອການທອງເຖິງ ແລະ ຂອ່າໃຫ້ນັກທອງເຖິງທີ່ຕິ່ງແບບສອບຄາມ ໂດຍອົບນາຍວ່າເປັນການທຳໂດຍສັກຈະ ແລະ ນັກທອງເຖິງສາມາດຫຍຸດໄດ້ເມື່ອຕ້ອງການ ແລະ ຄຳດອນທັງໝົດຈະເກີນເປັນຄວາມລັບໂດຍນັກທອງເຖິງໄໝ ຕ້ອງບອກຂໍ້ອ
- ເມື່ອນັກທອງເຖິງຍືນຍອມ ຜູ້ແຈກແບບສອບຄາມອົບນາຍວິທີກອກ ແລະ ໄຊ້ສຸດກາພ
- ເມື່ອນັກທອງເຖິງທີ່ໃຫ້ເສົ້າ ຜູ້ແຈກແບບສອບຄາມຂອບຄຸນນັກທອງເຖິງທີ່ໃຫ້ຄວາມຮັ່ວມມືອ ຜູ້ແຈກແບບສອບຄາມ ບັນທຶກຂ້ອມຸລທີ່ຈໍາເປັນລົງບັນກຸງຂອງແບບຄຳດອນ ເຊັ່ນວັນ ເວລາ ສານທີ່ ເລີ້ມຊຸດແບບສອບຄາມ ແລະ ໂມຍເຫດຸຜູ້ດອນ

ส່ວນທີ່ 4 ກາຣົວເຄຣະໜ້າຂ້ອມຸລ

ໃນກາຮ່າຄຳດອນສໍາຮັບຄຳດາມກາຣົວເຄຣະໜ້າຂ້ອມຸລທີ່ເກີນມາໄດ້ທັງໝົດຈະຄູກວິເຄຣະໜ້າດ້ວຍກຣມວິທີເຊີງປະເມີນ ແລະ ເຊີງຄຸນກາພ ກຣມວິທີເຊີງປະເມີນທັງໝົດເປັນກາຣົວເຄຣະໜ້າທຳກຳສົດໃດໆໃຫ້ ໂປຣແກຣມວິເຄຣະໜ້າ SPSS ຊື່ເໜັກສົນກັບກາຣົວເຄຣະໜ້າໃນງານວິຈີຍສາຂາສັກຄະກາສຕ່ວ ກາຣົວເຄຣະໜ້າຂ້ອມຸລປະກອບດ້ວຍ ກາຣົວເຄຣະໜ້າລັບຄວາມຮັ່ວມມືອ ລັກຂະນະທີ່ນັກທອງເຖິງຊື່ຂອບແລະ ໄມຊື່ຂອບໃນແຕ່ລະໜຸ່ມໜຸ່ນ ກາຣົວເຄຣະໜ້າຮູ່ປະກອບດ້ວຍກາຮົວນັ້ນ ແລະ ຄວາມຊື່ຂອບຕ້ອງການທຳກຳສົດໃຫ້ ຕ້ອງການແວດລ້ອມກາຍກາພ ກາຣົວເຄຣະໜ້າເນື້ອຫາຄຳອົບນາຍກາພ ກາຣົວເຄຣະໜ້າຄວາມສັນພັນເຮົ່ວ່າງມິດຈູານມຸລ ຂອງຄວາມຊື່ຂອບກັນຄວາມສຳຄັງດ້ວຍກົງກະນະ ແລະ ບໍລິຫານການເປົ້າມາໃຫ້ການການເປົ້າມາໃຫ້ການການສັນພັນເຮົ່ວ່າງມິດຈູານມຸລ ຖ້າມີຕ່ອລັກຂະນະກາຍກາພທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ແລະ ກາຣົວເຄຣະໜ້າຂ້ອມຸລຈາກການສັນພັນເຮົ່ວ່າງມິດຈູານມຸລ

ກາຣົວເຄຣະໜ້າລັກຂະນະທີ່ນັກທອງເຖິງຊື່ຂອບແລະ ໄມຊື່ຂອບໃນແຕ່ລະໜຸ່ມໜຸ່ນ

ກາຣົວເຄຣະໜ້າທີ່ມີຕ່ອລັກຂະນະກາຍກາພທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ດີເລີ້ນວ່າ ລັກຂະນະຮັ່ວມອະໄວຂອງຂອງກາພທີ່ມີຄ່າເຈລື່ອສູງມີຜົລຕ້ອຄວາມຊື່ຂອບຂອງນັກທອງເຖິງ ແລະ ລັກຂະນະຮັ່ວມອະໄວຂອງຂອງກາພທີ່ມີຄ່າເຈລື່ອຕໍ່ມີຜົລຕ້ອຄວາມໄມ່ຊື່ຂອບຂອງນັກທອງເຖິງ ແລະ ສາມາດນຳໄປສູ່ຂ້ອສຽບໄດ້ວ່າໃນແຕ່ລະໜຸ່ມໜຸ່ນນັ້ນ ລັກຂະນະທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມຊື່ຂອບສູງຄວ່າໄດ້ຮັບການສັງເສົມໄຫວ່ອນຸ້ກຍ໌ທີ່ວີ່ປະຍຸກຕີ້ ໃຊ້ໃນຂະນະເດີຍກັນລັກຂະນະທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມຊື່ຂອບຕໍ່ຄວ່າໄດ້ຮັບການແກ້ໄຂປັບປຸງ ວິທີການເປົ້າມາໃຫ້ການການສັນພັນເຮົ່ວ່າງມິດຈູານມຸລ

- จัดเรียงภาพในแต่ละชุมชนตามค่าเฉลี่ยความซื่นชอบ
 - คัดเลือกภาพที่ได้รับความซื่นชอบสูงสุดเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของภาพทั้งหมดจากชุมชนนั้น
 - คัดเลือกภาพที่ได้รับความซื่นชอบต่ำสุดเป็นจำนวน 1 ใน 3 ของภาพทั้งหมดจากชุมชนนั้น
 - รวบรวมลักษณะและองค์ประกอบร่วมของกลุ่มภาพที่ได้รับความซื่นชอบสูง และกลุ่มภาพที่ได้รับความซื่นชอบต่ำในแต่ละชุมชน
 - สรุปเป็นลักษณะร่วมที่นักท่องเที่ยวซื่นชอบ และไม่ซื่นชอบในแต่ละชุมชน
 - สรุปร่วมเป็นลักษณะทั่วไปที่นักท่องเที่ยวซื่นชอบ และไม่ซื่นชอบ
- ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้จะนำไปรวมกับผลการวิเคราะห์ในส่วนอื่นเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนา เพื่อเพิ่มความซื่นชอบให้กับชุมชน

การวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความซื่นชอบ

การวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความซื่นชอบ จะใช้ Factor Analysis ซึ่งจะแบ่งกลุ่มภาพเป็นกลุ่มย่อยๆ ที่มีรูปแบบของคะแนนความซื่นชอบที่นักท่องเที่ยวประเมินและให้คะแนนเหมือนๆ กัน แต่ละกลุ่มภาพจะเรียกว่า มิติ (Dimension) ซึ่งภาพในแต่ละมิติมีความเป็นลักษณะร่วมบางประการที่ทำให้ผู้ประเมินมองเห็นหรือ ชอบเหมือนๆ กัน (Kaplan & Kaplan, 1995) แต่ละมิติจะแสดงถึงแนวลักษณะร่วมบางประการที่มีทิศทางซัดเจน แต่ละภาพในมิติจะมีค่า Factor Loading ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์กับมิติ โดยที่ภาพที่มีค่า Factor Loading สูงที่สุดจะมีการแสดงออกถึงลักษณะร่วมนั้นๆ มากที่สุด ดังนั้นมีเรียงภาพในแต่ละมิติตาม ค่า Factor Loading จะทำให้เห็นถึงแนวทางของลักษณะร่วมได้อย่างชัดเจน

ได้มีการเสนอแนวทางในการวิเคราะห์โดยใช้ Factor Analysis สำหรับการวิเคราะห์รูปแบบการรับรู้และความซื่นชอบดังนี้

- ค่า Eigenvalue ของมิติที่จะยอมรับเพื่อการวิเคราะห์ได้ควรมีค่าอย่างน้อย 1.0 (Hair, et al., 1998; Kaplan & Kaplan, 1995)
- ในการเลือกจำนวนมิติเพื่อการตีความ นอกจากค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1.0 แล้ว ควรดูกราฟ ของ Scree Plot ประกอบไปด้วย จุดที่เกิดมุขหักมากๆ บนกราฟ และกราฟเริ่มแนบราบแสดงถึง 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 ในมิติใดๆ ก็ตามจะถูกคัดออกจากวิเคราะห์ (Kaplan & Kaplan, 1995)
- แต่ละมิติที่สามารถนำมาตีความได้ ต้องมีภาพอย่างน้อย 3 ภาพ (Kaplan & Kaplan, 1995)
- ค่าที่เกิดจากการให้คะแนนของผู้ตอบแต่ละคนจะถูกนำมาคำนวณร่วมกับค่า Factor Loadings และบันทึกไว้เป็นตัวแปรที่เป็นมิติฐานะ (Underlying Dimension) ของกลุ่มตัวแปรเดิมของแต่ละมิติที่จะใช้วิเคราะห์ต่อไป

จากนั้นภาพทั้งหมดจะถูกจัดตามมิติ โดยเรียงตาม Factor Loadings เพื่อเปรียบเทียบ และตีความ โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์คำบรรยายภาพมาช่วยอธิบาย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการอธิบายภาพ

ข้อมูลจากการอธิบายภาพจะเป็นคำบรรยายซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งหมายความว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลบรรยายสั้นๆ แต่มีปริมาณมาก เช่นนี้ กรรมวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาได้ถูกใช้กับข้อมูลในลักษณะนี้ในงานวิจัยในอดีต และให้ผลที่เชื่อถือได้ (Miller, 1984; Lekagul, 2002; Woods, 1995) กระบวนการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

- รวบรวมและแจกแจงคำบรรยายทั้งหมดตามภาพ
- สูตร化ตัวอย่างภาพขึ้นมาทำการแยกกลุ่มคำบรรยายตามความเหมือนกัน
- เมื่อทดลองจนได้การจัดกลุ่มแล้ว แยกคำอธิบายเป็นกลุ่มย่อยตามที่วางไว้
- รวมกลุ่มย่อยที่คล้ายกันเพื่อสร้างกลุ่มหลักที่แตกต่างกันด้วยประเด็นที่ชัดเจน
- นับจำนวนครั้งของคำอธิบายแต่ละกลุ่มย่อย
- ทำเป็นตารางสรุปคำบรรยายของแต่ละภาพ
- นำเอาคำบรรยายของแต่ละภาพที่อยู่ในมิติเดียวกันมาร่วมกัน และสรุปเป็นตารางของมิติ
- คิดค่าเฉลี่ยของความถี่ที่สามารถเทียบกันได้ระหว่างกลุ่ม และหาเกณฑ์ที่จะนำมาใช้เป็นจุดตัดที่จะแยก เอาเฉพาะคำอธิบายที่มีความถี่สูงเพียงพอ
- นำผลมาช่วยในการอธิบายกลุ่มภาพในแต่ละมิติ ที่แสดงรูปแบบการรับรู้

ผลที่ได้จะช่วยสนับสนุนการตีความลักษณะภายนอกภาพจากการวิเคราะห์ลักษณะร่วมของภาพในแต่ละมิติ และ ทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้นถึงสาเหตุและสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นร่วมกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติทางภาษาของความเชื่นชอบกับความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ การวิเคราะห์ชุดนี้มีจุดประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างมิติฐานมูลของความเชื่นชอบกับมิติฐานมูลของ ความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการ เนื่องจากการเห็นความสำคัญของกิจกรรมและบริการต่างๆ แตกต่างกัน ของนักท่องเที่ยว อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกิจกรรมเชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมที่มีกิจกรรมและบริการที่แตกต่างกันไป ขั้นตอนการวิเคราะห์มีดังนี้

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

- 1) เพื่อให้ถูกต้องตาม Assumption ของ Multiple Regression Analysis จึงต้องเปลี่ยนตัวแปรอิสระและ ตัวแปรตามจากค่ามาตรฐานของ 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 ของมิติทางภาษาพหัง 7 เป็นตัวแปรตามที่ละตัว โดยวิเคราะห์กับตัว แปรอิสระทั้งหมด 39 ตัว (Scale จาก 7 ปัจจัยทางการตลาด และตัวแปรทางพฤติกรรมและข้อมูลส่วนบุคคล)
- 3) ใช้วิธี Stepwise ซึ่งตามวิธีนี้ ตัวแปรอิสระที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องจะถูกแยกออก เหลือแต่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเท่านั้น
- 4) ความสัมพันธ์ที่ได้จะօอกมาในลักษณะของ ค่าความสามารถในการอธิบาย ในรูปของค่า R-Square จำนวนตัวแปรอิสระที่มีความสำคัญ พร้อมด้วยค่า b และ Beta ซึ่งจะมากน้อยแตกต่างกัน และอาจมีค่าบวกหรือลบ ค่าบวกหมายความว่าตัวแปรตัวนั้นมีความสัมพันธ์ทางบวก กับตัวแปรตาม และค่าลบหมายความว่าตัวแปรตัวนั้นมีความสัมพันธ์ทางลบกับตัวแปรตาม คือถ้าตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น ตัวแปรตามจะลดลง
- 5) ผลการวิเคราะห์สามารถทำให้เห็นได้ว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีความสัมพันธ์ และสามารถมีส่วนช่วยในการเพิ่มความชื่นชอบให้กับสภาพแวดล้อมที่ต้องการปรับปรุงได้

การเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อลักษณะภาษาพหังที่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบชุดนี้มีจุดประสงค์ที่จะเปรียบเทียบระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อ ลักษณะภาษาพหังที่แตกต่างกัน โดยจะเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยงลุ่มต่างๆ ที่มีต่อ มิติของสภาพแวดล้อม ในการเปรียบเทียบจะใช้ Multiple Regression Analysis เช่นเดียว กับปัจจัยทางความสำคัญของกิจกรรมและบริการโดยทำการวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความชื่นชอบของแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีต่อแต่ละมิติหรือลักษณะ โดยที่แต่ละตัวแปรจะประกอบด้วยค่าที่ใช้หรือไม่ใช้ เพียงอย่างเดียวโดยใช้ตัวเลข 1 (ใช่) และ 0 (ไม่ใช่) สำหรับแต่ละมิตินั้น ค่าความสำคัญของแต่ละตัวแปรจะแสดงระดับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (อย่างมีนัยสำคัญ) และแสดงความแตกต่างของรูปแบบความชื่นชอบของแต่ละกลุ่ม ซึ่งการพัฒนาลักษณะภาษาพหังสามารถปรับให้ตรงกับความชื่นชอบของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

การเปรียบเทียบความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวกับทัศนคติ และความต้องการของผู้ประกอบการ การเปรียบเทียบในขั้นตอนนี้มีจุดประสงค์เพื่อที่จะสังเคราะห์ผลที่จะนำไปสู่คำแนะนำในการพัฒนาสภาพแวดล้อม ในกระบวนการประกอบด้วย

- สรุประดิษฐ์จากการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
- วิเคราะห์ทัศนคติ และความต้องการของผู้ประกอบการจากบทสัมภาษณ์โดยเรียงเป็นประดิษฐ์ เช่น แนวทางการพัฒนา และขยายตัว ขนาดพื้นที่ การจัดพื้นที่ การตกแต่ง สินค้า และความต้องการที่จะสนองต่อความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
- นำสรุปการบรรยายภาษาพหังมาเปรียบเทียบกับข้อสรุปการรับรู้จากการบรรยายภาษาพหังของนักท่องเที่ยว
- เรียนเรียงระดับของข้อสรุปตามความต้องการของชุมชน และการรับรู้และความชื่นชอบที่ตรงกันชุมชนและของนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ทั้งหมดที่กล่าวถึงไปแล้ว จะมีการสรุปผลที่ได้และสังเคราะห์ไปเป็นคำแนะนำที่เหมาะสมในการพัฒนา อนุรักษ์ ปรับปรุง และจัดการสภาพแวดล้อมและกิจกรรมของชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าศิลปหัตถกรรมทั้ง 3 แห่ง โดยใช้คำแนะนำทั้งหมดในการจัดและพัฒนาเส้นทางที่มีอยู่แล้ว

สรุป

ในบทที่ 3 นี้ได้อธิบายถึงระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ทั้งหมด เริ่มตั้งแต่จุดประสงค์ของการวิจัย คำถากม การวิจัย เหตุและผลในการเลือกแนวทาง กรรมวิธีในการเก็บข้อมูล วิธีการเลือกผู้ตอบและขั้นตอนในการสำรวจ และกรรมวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล ในบทที่ 4 จะเป็นการอธิบายผลจากการวิเคราะห์ทั้งหมดและสรุป รวมกันเป็นคำแนะนำที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมได้

บทที่ 4: ผลการวิจัย

บทที่ 4 นี้จะนำเสนอผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ดำเนินการตามวิธีการวิเคราะห์ตามที่อธิบายไว้ในบทที่ 3 โดยจะมีการบรรยายตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 4.1 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมต่างรูปแบบและต่างชุมชน และผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มภาพที่ได้รับความชื่นชอบสูงสุด และต่ำสุด
- 4.2 การมีอัตลักษณ์ และลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการวิเคราะห์รูปแบบของการรับรู้สภาพแวดล้อม จากการวิเคราะห์มิติฐานมูล (Underlying Dimensions) จากข้อมูลการสำรวจความชื่นชอบ และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลคำอธิบายภาพของนักท่องเที่ยว
- 4.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่สำคัญทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและจับจ่ายสินค้า และปัจจัยทางความแตกต่างของกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยว กับรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างความชื่นชอบที่มีต่อรูปแบบทางกายภาพของสภาพแวดล้อม กับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความชื่นชอบอันได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวและจับจ่าย และปัจจัยทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
- 4.4 ทัศนคติและความต้องการของชุมชนศิลปหัตถกรรม ในส่วนนี้จะเป็นการอธิบายผลจากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการการผลิตและค้าขายสินค้าศิลปหัตถกรรม และผลจากการเปรียบเทียบความเห็นของผู้นำและผู้ประกอบการเกี่ยวกับการพัฒนาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวกับการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว

จากนั้นจะเป็นการสรุปผลทั้งหมดเพื่อนำไปสร้างคำแนะนำในการพัฒนาสภาพแวดล้อมและจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้าศิลปหัตถกรรม

4.1 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ

จากคำถามการวิจัยที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความชื่นชอบต่อลักษณะทางกายภาพในรูปแบบใดบ้าง มากน้อยแค่ไหน? และอย่างไร? คำตอบสำหรับคำถามข้อนี้จะได้จากการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับการเปรียบเทียบลักษณะและความชื่นชอบ ได้แก่ การเปรียบเทียบความชื่นชอบระหว่างชุมชน และการวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของภาพที่ได้รับความชื่นชอบสูงสุดและต่ำสุดเป็นจำนวนหนึ่งในสามของภาพทั้งหมด ซึ่งรายละเอียดในการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

การเปรียบเทียบค่าความชื่นชอบระหว่างชุมชน

การเปรียบเทียบความชื่นชอบระหว่างชุมชน โดยใช้ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบจากทุกภาพที่มาจากชุมชนนั้นๆ มาเปรียบเทียบกันจะแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแต่ละชุมชนอย่างไร และแต่ละชุมชนอยู่ ณ จุดไหนเมื่อเปรียบเทียบกัน ผลการเปรียบเทียบแสดงให้เห็นว่า ชุมชนบ้านถวยได้รับความชื่นชอบมากที่สุด (3.19) อ่อนางชัดเจน รองลงมาเป็นชุมชนบ่อสร้าง-ตันเป่า (2.89) และชุมชนวัลลายได้รับความชื่นชอบน้อยที่สุด (2.87) โดยจะใกล้เคียงกับชุมชนบ่อสร้าง-ตันเป่า ดังนั้นชุมชนวัลลาย

และชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา ต้องพยายามมากกว่าชุมชนบ้านถาวรในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายภาคให้เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ลำดับความชื่นชอบและค่าเฉลี่ยแสดงในตาราง 4.1.1 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความชื่นชอบระหว่างชุมชน

ลำดับ	ชุมชน	ค่าเฉลี่ยความชื่นชอบ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1	บ้านถาวร	3.1881	0.4932
2	บ่อสร้าง-ตันเปา	2.8946	0.5566
3	วัฒนธรรม	2.8726	0.5372

การเปรียบเทียบภาพที่นักท่องเที่ยวชอบที่สุด และชอบน้อยที่สุดจากแต่ละชุมชน

เพื่อให้เห็นว่าลักษณะที่ได้รับความชื่นชอบสูง และต่ำในแต่ละชุมชนเป็นอย่างไร จึงมีการเรียงภาพจากแต่ละชุมชนตามค่าเฉลี่ยความชื่นชอบ จากสูงสุดไปยังต่ำสุด และเลือกภาพที่ได้รับความชื่นชอบสูงสุด และต่ำสุด เป็นจำนวนหนึ่งในสามของจำนวนภาพจากแต่ละชุมชนที่ใช้ในการศึกษา มหาวิเคราะห์องค์ประกอบที่เป็นที่ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ โดยที่การวิเคราะห์ชุมชนบ้านถาวรจะมี 8 ภาพที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ 8 ภาพที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด การวิเคราะห์ชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา จะมี 7 ภาพที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ 7 ภาพที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด และการวิเคราะห์ชุมชนวัฒนธรรมจะมี 5 ภาพที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ 5 ภาพที่ค่าเฉลี่ยต่ำสุด ที่ถูกเรียงลำดับในการวิเคราะห์ ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ้านถาวร

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบจะเห็นได้จากลักษณะเฉพาะ และลักษณะร่วมของภาพที่ได้รับค่าเฉลี่ยความชื่นชอบสูง ดังจะเห็นได้ในตาราง 4.1.2—ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ้านถาวร ซึ่งมีภาพทั้งหมด 8 ภาพ ประกอบไปด้วยภาพในส่วนผลิต 2 ภาพ ส่วนขาย 4 ภาพ และส่วนอื่นๆ 2 ภาพ

ตาราง 4.1.2 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ้านถาวร

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
1	Title WS02 Mean 3.65 SD. 1.08		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: ส่วนขายของบ้านถาวรด้านหน้า คำอธิบาย: อาคารเดียวของร้านค้าขนาดใหญ่ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: อาคารพื้นดิน หน้าจั่ว เค้าไม้ เลื่อย
2	Title WP03 Mean 3.61 SD. 1.01		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: บริเวณกิจกรรมการผลิตบ้านถาวรด้านหน้า คำอธิบาย: ร้านค้าที่มีการผลิตในร้าน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิต (แกะสลักไม้) สินค้าไม้แกะสลัก ทางเดินเท้าได้ร่มเงา

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
3	Title WS01 Mean 3.60 SD. 1.05		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: ส่วนข้างของบ้านถาวรด้านหน้า คำอธิบาย: สวนตกแต่งด้านหน้าของร้านค้าขนาดใหญ่ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: การตกแต่งแบบศิลปะตะวันออก ลักษณะปราสาทพื้น อิฐอ่อน เก้าอี้ร่ม ทางเดินเท้าได้ร่มเงา มีต้นไม้ประดับ
4	Title WS07 Mean 3.50 SD. 0.98		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: ส่วนข้างของชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ถนนทางเดินหน้าร้านบริเวณสองฝั่งคลอง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ถนนซอยหน้าร้าน ทางเดินเท้าได้ร่มเงา มีต้นไม้ข้างทาง มีอาคารหลังคาจั่ว ระเบียงไม้
5	Title WP07 Mean 3.50 SD. 1.08		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตบริเวณสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ซอยย่อยที่แยกมาจากถนนไปบริเวณบ้านพักอาศัย ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ซอยแคบๆ โถง ไม่คาดผิด มีรั้วไม้ มีต้นไม้ข้างทาง มองเห็นอาคารขนาดเล็ก หลังคาจั่ว
6	Title WS03 Mean 3.45 SD. 0.97		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: ส่วนข้างของบ้านถาวรด้านหน้า คำอธิบาย: การตกแต่งหน้าร้าน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ด้านหน้าร้านค้า มีต้นไม้กระถางประดับปริมาณค่อนข้างมาก มีกระถางต้นไม้อ่อนๆ
7	Title WM02 Mean 3.42 SD. 0.99		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: ที่นั่งพักบริเวณชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: สวนอื่นๆ-ชุมที่นั่งเหนือคลองส่งน้ำ ระหว่างถนน 2 ข้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ด้านหน้าร้าน มีหลังคาบุกๆ ใจกลางเมือง ไม่เลือย
8	Title WM03 Mean 3.40 SD. 0.99		สถานที่: บ้านถาวร บริเวณที่แสดง: สวนอื่นๆ-ที่นั่งพักบริเวณชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ชุมที่นั่งเหนือคลองส่งน้ำ ระหว่างถนน 2 ข้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการพักผ่อน ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา ชุมโกรงสร้างไม้ไผ่ขนาดเล็ก

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) ซึ่งจะมองเห็นอาคารเกือบทุกความสูงทั้งหมด และที่เห็นภายในของร้าน (ภาพที่ 2) ภาพที่เห็นด้านนอกของร้านค้าส่วนใหญ่แสดงลักษณะอาคารพื้นถิ่น ได้แก่ รูปทรงหลังคา และวัสดุ ได้แก่ ไม้อิฐ และการใช้ต้นไม้ พืชพรรณ ในการตกแต่งด้านหน้า ในขณะที่ภาพที่เห็นถึงภายในร้านจะแสดงให้เห็นสินค้าศิลปหัตถกรรม ได้แก่ ไม้แกะสลัก ภาพที่ไม่ใช่ภาพด้านหน้าร้านค้า (ภาพที่ 5, 8) เป็นภาพทางเดินเข้าสู่ชุมชน (ภาพที่ 5) และภาพส่วนพักผ่อนของชุมชน (ภาพที่ 8) โดยทั้ง 2 ภาพจะมีพืชพรรณไม้เป็นส่วนประกอบสำคัญ และมีลักษณะของความเป็นพื้นถิ่น ได้แก่ รั้วไม้ระแนง หลังคاجั้ว (ภาพที่ 5) และชั้มโครงสร้างไม้ไฝ (ภาพที่ 8)

ภาพโดยส่วนใหญ่เป็นภาพที่มีองค์ประกอบอยู่ๆ มากมาย (ยกเว้นภาพที่ 5 และภาพที่ 7) และองค์ประกอบอยู่ๆ มีความหลากหลายทั้งในด้าน รูปทรง ขนาด และสี มีเพียง 2 ภาพ (ภาพที่ 5, 6) ที่มีมิติในการลึกมากๆ เนื่องจากเป็นภาพทางเดินลึกเข้าไป

โดยสรุป ภาพที่เป็นที่ชื่นชอบจากชุมชนบ้านถวายจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ อาคารขนาดเล็ก หลังคاجั้ว หรือหลังคามุขจั้ว มีระเบียงไม้ชอยแคนๆ ไม่คาดผิว รั้วไม้ไฝ ชั้มโครงสร้างไม้ไฝขนาดเล็ก กระถางต้นไม้อิฐก่อ
2. พืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ยืนต้น และไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้ประดับทางเดิน มีต้นไม้กระถางประดับปริมาณค่อนข้างมาก
3. ลักษณะทางเดินเท้าได้ร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง ทั้งที่เป็นต้นไม้ใหญ่และต้นไม้กระถางประดับทางเดิน ได้แก่ ชอยแคนๆ มีต้นไม้ข้างทาง
4. ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา ได้แก่ ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มไม้เลี้ยง
5. กิจกรรมการผลิตค้าศิลปหัตถกรรม ได้แก่ กิจกรรมแกะสลักไม้ สินค้าไม้แกะสลัก
6. การตกแต่งแบบตะวันออกหรือพื้นถิ่น ได้แก่ ลักษณะปราสาทหิน อิฐก่อ เก้าอี้ร่ม
7. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง หรือชอยแคนๆ 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 มีโครงหลังคากร่องแสง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถค่อนกรีดขนาดใหญ่ โครงสร้างเหล็กสูง รกรยนต์ เสาไฟฟ้า แตดร้อน ไม่มีคน ไม่มีกิจกรรม

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
2	Title WM07 Mean 2.30 SD. 1.05		สถานที่: บ้าน kazay บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ ของบ้าน kazay ด้านหน้า คำอธิบาย: ถนนหลัก ลานจอดรถ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถขนาดใหญ่ ถนนคอนกรีต โครงสร้างเหล็กสูง รัฐยันต์ เสาไฟฟ้า แฉดร้อน
3	Title WP04 Mean 2.79 SD. 1.08		สถานที่: บ้าน kazay บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต ของชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ลานกองวัสดุสำหรับการผลิต ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: กองไม้และอุปกรณ์ เกาะกะราก แฉดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
4	Title WM08 Mean 2.87 SD. 0.91		สถานที่: บ้าน kazay บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ ของบ้าน kazay ด้านหน้า คำอธิบาย: ถนนสายรอง—ร้านอาหาร ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีตโอลัง แฉดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
5	Title WM04 Mean 2.88 SD. 0.88		สถานที่: บ้าน kazay บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ ของบ้าน kazay ด้านหน้า คำอธิบาย: ถนนและชุมทางเข้าส่วนของบ้าน kazay ด้านหน้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ชุมทางเข้าขนาดใหญ่ ถนนคอนกรีตกว้าง แฉดร้อน
6	Title WP06 Mean 2.90 SD. 1.09		สถานที่: บ้าน kazay บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตของบ้าน kazay ด้านหน้า คำอธิบาย: พื้นที่หลังอาคารส่วนบ้าน kazay ด้านหน้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: มีวัสดุตกอยู่ ไม่เรียบร้อย แฉดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
7	Title WM05 Mean 2.93 SD. 1.06		สถานที่: บ้าน kazay บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ—ชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ถนนหลักและชุมทางเข้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ชุมทางเข้าถนนขนาดใหญ่ แฉดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
8	Title WP05 Mean 3.07 SD. 1.02		สถานที่: บ้าน kazay บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในชุมชนสองฝั่งคลอง คำอธิบาย: ทางเดินมีอง Kong 2 ข้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: กองไม้และอุปกรณ์วาง เกาะกะราก แฉดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม

ภาพส่วนใหญ่ เป็นภาพถ่ายกลางแจ้งแสดงสภาพอากาศที่มีแดดจัด และมีร่มเงาňอย และเป็นภาพที่ไม่มีภาพของผู้คนหรือกิจกรรมของคนปรากฏอยู่ในภาพโดยเป็นภาพถนนและลานจอดรถ 5 ภาพ (ยกเว้นภาพที่ 3, 6, 8 ซึ่งเป็นภาพส่วนผลิต) เนื่องจากเป็นภาพถนนจึงมีมิติลึกเข้าไปข้างใน ซึ่งแบ่งได้ 2 ลักษณะคือ ภาพถนน กึ่งๆ ลานจอดรถ และ ภาพถนนทางเข้าของรถยนต์ที่มีชั้นทางเข้าคร่อมถนน (ภาพที่ 5 และภาพที่ 7)

ภาพถนนกึ่งๆ ลานจอดรถ (ภาพที่ 1, 2, 4) มี องค์ประกอบบนหลักเป็นถนนคอนกรีตซึ่งใช้เป็นลานจอดรถ (ยกเว้นภาพที่ 4 ที่อาจเป็นลานคอนกรีตเฉยๆ) องค์ประกอบรองเป็นอาคารโครงสร้างเหล็กสูงที่มีหลังคาหลังคา เป็นทรงพื้นถิ่น (จั่ว) แต่ใช้วัสดุสมัยใหม่ (กระเบื้องหรือสังกะสี) มีรถยนต์ประกอบ (ภาพที่ 1, 2) องค์ประกอบ ย่ออยู่อื่นๆ ได้แก่ เสาไฟฟ้า สายไฟฟ้า ป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนภาพถนนทางเข้าของรถยนต์ที่มีชั้นทางเข้า คร่อมถนนเป็นภาพถนนทางเข้าของรถยนต์ลึกเข้าไปในภาพ มีชั้นทางเข้ามีลักษณะพื้นถิ่น (รูปทรงของหลัง คาจั่ว และวัสดุไม้) เป็นองค์ประกอบหลัก มีวัสดุพื้นที่รองต่างๆ ทั้งไม้ยืนตันและไม้พุ่มเป็นองค์ประกอบรอง และมีองค์ประกอบย่ออยู่อื่นๆ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์

นอกเหนือจากการถนนกึ่งๆ ลานจอดรถ เป็นภาพส่วนผลิต 3 ภาพ (ภาพที่ 3, 6, 8) มี 2 ลักษณะ คือภาพ กองวัสดุในการผลิต (ภาพที่ 3, 8) และภาพในส่วนด้านหลังการผลิต (ภาพที่ 6) ภาพกองวัสดุในการผลิตมี องค์ประกอบหลักคือกองวัสดุที่ใช้ในการผลิตงานหัตถกรรม ได้แก่ ไม้ ลักษณะภาพดูค่อนข้างรกร ภาพที่ 3 เห็นชัดเจนว่าเป็นกองวัสดุที่รกรและอยู่กลางแจ้ง แต่ภาพที่ 8 เป็นกองวัสดุที่มีหลายชนิดทำให้ดูไม่ค่อยเป็น ระเบียบ ส่วนภาพส่วนด้านหลังการผลิต เห็นหลังคาอาคารในส่วนผลิต วัสดุและงานผลิตที่แขวน วางไว้ด้าน หลัง และมีลำคล้องเป็นองค์ประกอบรอง เนื่องจากสีสันที่หลากราดของวัสดุในการผลิตทำให้ภาพดูไม่เป็น ระเบียบมาก

โดยสรุป ลักษณะที่ไม่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถาวรจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่ เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพห้าหมวด

1. ลักษณะแಡดจัดและมีร่มเงาňอย
2. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3. ถนนหรือลานจอดรถขนาดใหญ่ ทั้งที่ดัดและไม่ดัดคอนกรีต
4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกๆ ได้แก่ กองไม้และกองอุปกรณ์ที่เกะกะ ราก รายการวัสดุไม่เป็น ระเบียบเรียบร้อย เสาไฟฟ้าและสายไฟฟ้า
5. ชั้นถนนทางเข้าขนาดใหญ่
6. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ โครงสร้างเหล็กสูง รถยนต์

สรุปลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถาวร

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบสามารถสรุปประเด็นรวมได้ดังตาราง 4.1.4

ตาราง 4.1.4 สรุปลักษณะที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย

ความชื่นชอบ	สิ่งที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ
ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่น ชอบสูง)	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายกาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ อาคารขนาดเล็ก หลังคาจั่ว หรือหลังคามุงชี้จั่ว มีระเบียงไม้ชอยแคบๆ ไม่คาดผิว รั้วไม้ไผ่ ซึ่งโครงสร้างไม่ผ่านขนาดเล็ก - พืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ดัน และไม้ประดับ - ลักษณะทางเดินเท้าได้ร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง - ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา - กิจกรรมการผลิตค้าศิลปหัตถกรรม - การตกแต่งแบบตะวันออกหรือพื้นถิ่น ได้แก่ ลักษณะปราสาททิพย์ อิฐก่อ เก้าอี้ ร่ม - ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง
ไม่ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่น ชอบต่ำ)	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะแฉดจัดและมีร่มเงาแนอย - ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม - ถนนหรือลานจอดรถขนาดใหญ่ ทั้งที่คาดและไม่คาดคอนกรีต - ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกตา ได้แก่ กองไม้และกองอุปกรณ์ที่เกะกะ รกราก ซึ่งถนนทางเข้าขนาดใหญ่ - ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ โครงสร้างเหล็กสูง

จากการสามารถอธิบายลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบส่วนต่างๆ ของชุมชนบ้านถวาย ได้ดังนี้

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ้านถวาย ได้แก่

- บรรยายกาศพื้นถิ่น เป็นลักษณะที่เห็นได้จากภาพที่มีอาคารที่แสดงความเป็นพื้นถิ่น ได้แก่ ลักษณะของอาคารขนาดเล็ก มีจำนวนชั้นไม่มาก ก่อสร้างโดยใช้วัสดุและรูปแบบพื้นถิ่น เช่น ใช้โครงสร้างไม้ ใช้ทรงหลังคาที่แสดงความเป็นพื้นถิ่น เช่น ทรงหลังคาจั่ว หรือทรงหลังคาที่มีมุขจั่ว หรือจากส่วนต่างๆ ในบริเวณ ได้แก่ ชอยแคบๆ ไม่คาดผิว รั้วไม้ระแนง ซึ่งนั่งพักผ่อนขนาดเล็กทำด้วยไม้ไผ่ นอกจากนั้นบรรยายกาศที่เกิดจากการประดับตกแต่งอาคารและบริเวณที่ก่อสร้างติดมากับอาคาร เช่น การก่ออิฐ การทำปูนปั้นเป็นลวดลายโบราณ และการใช้สิ่งของประดับตกแต่งอื่นๆ เช่น การแขวนดุง (ธงแบบพื้นถิ่น) การตั้งร่มกันแดด การใช้ต้นไม้ประ��ทekaไม้เลือย เป็นต้น โดยบรรยายกาศพื้นถิ่นเป็นลักษณะเด่นที่ pragau ให้เห็นในภาพส่วนใหญ่และน่าจะเป็นลักษณะสำคัญที่สามารถแนะนำให้ชุมชนส่งเสริมขึ้นมาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
- ต้นไม้และพืชพรรณต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ที่ขึ้นในบริเวณเดียวกับอาคารร้านค้า ต้นไม้สองข้างทางเดิน และที่ใช้ประดับอาคารและส่วนอื่นๆ เช่น ต้นไม้ที่ปลูกประดับไว้ด้านหน้าอาคาร ทั้งต้นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่และต้นไม้ขนาดเล็ก รวมไปถึงไม้เลือยต่างๆ ที่ใช้ประดับอาคาร ซึ่งนั่งพักผ่อน ซึ่งน่าจะเป็นลักษณะที่คนโดยทั่วไปชื่นชอบและเป็นลักษณะที่ควรแนะนำให้ชุมชนส่งเสริมให้มีมากขึ้น
- ทางเดินเท้าได้ร่มเงาหรือทางเดินที่มีต้นไม้สองข้างทาง ทั้งร่มเงาที่เกิดจากเครื่องป้องกันแดด เช่น ชายคา และร่มเงาจากต้นไม้ ด้วยการเดินเท้าเป็นวิธีในการสำรวจสภาพแวดล้อม ได้มากที่สุด และเป็นวิธีการในการเลือกสินค้า สภาพของทางเดินจึงมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบรรยายกาศอื่นๆ และด้วยลักษณะอาคารที่มีiated ทางเดินที่มีร่มเงาจึงเป็นลักษณะที่คนที่เข้ามาจับจ่ายชื่นชอบ
- ที่นั่งพักผ่อนได้ร่มเงา ได้แก่ ซึ่งนั่งพักผ่อน ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนการเดินเพื่อการจับจ่าย และทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสังเกตการณ์สภาพแวดล้อมรอบข้างที่ไม่ใช่เฉพาะตัวสินค้ามากขึ้น

5. กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม ในชุมชนนี้ กิจกรรมการผลิตหลักคือการแกะสลักไม้ ซึ่งเป็นลักษณะหลักที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ
6. ลักษณะทางเดินคดโค้ง เนื่องจากสร้างความนำสู่ให้กับมุ่งมองการเดินชมสิ่งต่างๆ ที่ไม่ได้เห็นทั้งหมด ในเวลาเดียว และเพิ่มมุมมองให้กับสิ่งต่างๆ ที่อยู่ข้างทางเดิน เพราะผู้ที่เดินจะได้เห็นในมุมที่ต่างกันไปในการเคลื่อนตัวไปตามทางตามมุมของศาของแนวทางเดินกับสิ่งที่อยู่ข้างทาง

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านถวย ได้แก่

1. ลักษณะแ decad จัดและมีร่มเงาหน่อย เป็นลักษณะหลักที่ขาดเจนซึ่งอาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง ร้อน ความไม่สบาย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวพิจารณาหลีกเลี่ยง
2. ภาพหรือสถานที่ที่ไม่มีกิจกรรม หรือไม่มีผู้คน อาจทำให้ภาพขาดความมีชีวิตชีวา แห้งแล้ง ไม่น่าอยู่
3. ถนนและลานจอดรถขนาดใหญ่ โดยเฉพาะพื้นดัดตอนกรีตขนาดใหญ่ ซึ่งเมื่อร่วมกับลักษณะของ decad ร้อน อาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง และสร้างความรู้สึกของพื้นผิวที่แข็งกระด้าง ไม่สวยงาม
4. ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกร้าว ซึ่งปรากฏในภาพทั้งที่เป็นการกองวัสดุและเครื่องมือในการผลิต และภาพกระบวนการผลิตซึ่งต้องมีการวางเรียงวัสดุ ลักษณะการจัดวางที่มีความหลากรายหั้งชนิดขนาด สีสัน พื้นผิว โดยไม่มีระเบียบในการจัดวางชัดเจน อาจสร้างความรู้สึก反感 ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย จึงเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
5. ชั้นทางเข้าถนนขนาดใหญ่ เป็นลักษณะของชั้นทางเข้าที่สร้างคร่อมถนนทางเข้า โดยสร้างลักษณะพื้นกิน เช่นใช้ลักษณะหลังคาจั่วหรือหลังคามุงจั่วมาประกอบ ใช้วัสดุพื้นกิน เช่น ใบตองตี แต่ด้วยการใช้สัดส่วนที่ใหญ่ อาจสร้างความรู้สึกที่ขัดกับความเป็นพื้นกินที่ใช้สัดส่วนเล็กๆ พอดีกับสัดส่วนของมนษย์
6. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ โครงสร้างเหล็กสูงในอาคารขายสินค้าและร้านค้า อาจสร้างความรู้สึกของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่แข็งกระด้าง เป็นกลไก ประกอบกับลักษณะของพื้นดัดตอนกรีตขนาดใหญ่ อาจให้ความรู้สึกสมัยใหม่ แห้งแล้ง ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับคนซึ่งขัดกับลักษณะความเป็นพื้นกินที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา

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

ตาราง 4.1.5 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
1	Title PM06 Mean 3.56 SD. 1.14		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: สวนอื่นๆ ในบริเวณบ้านตันเปา คำอธิบาย: ทางธรรมชาติ ต้นไม้ใหญ่ เชิญ ลึกเข้าไป ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ต้นไม้ปริมาณมาก ร่มเงาจากต้นไม้ ทางเดินดินคดเคี้ยว ไม่คาดผิด มีต้นไม้สองข้างทาง

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
2	Title PS03 Mean 3.39 SD. 0.94		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย ในบริเวณบ่อสร้าง คำอธิบาย: ทางเดินหน้าร้าน มีสินค้าขนาดเล็กแสดง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ทางเดินเท้าได้รับเงา มีสินค้า กระจุกกระจิกหลากหลาย มีไม้กระถางประดับ
3	Title PP03 Mean 3.13 SD. 1.05		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบริเวณบ้านด้านเป่า คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิต
4	Title PP01 Mean 3.10 SD. 1.06		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบริเวณบ่อสร้าง คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิต (เครื่องเรือน ไม้) ได้รับเงา อาคารโครงสร้างไม้
5	Title PP05 Mean 3.08 SD. 0.86		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ร้านค้าในส่วนผลิตในบ้านด้านเป่า คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: อาคารร้านค้าขนาดเดียว หลังคา จั่ว จัดแสดงสินค้าหลากหลาย มีดันไม้ประดับ
6	Title PS07 Mean 3.05 SD. 0.92		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนขายในบ้านด้านเป่า คำอธิบาย: บ้านที่เป็นร้านค้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: บ้านร้านค้า มีดันไม้ให้ร่มเงา สินค้าหลากหลายจำนวนมาก
7	Title PP06 Mean 3.02 SD. 1.03		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิตในบ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: ลานตากโครงร่มไม้ไผ่ (กิจ กรรมการผลิต)

ภาพที่ได้รับความชื่นชอบสูงที่สุดเป็นภาพเดียวที่แตกต่างจากภาพอื่นๆ ทั้งหมด เนื่องจากเป็นภาพเป็นภาพของทางเดินในชนบทที่มีดันไม้เป็นองค์ประกอบหลัก ถึงแม้จะมีบางภาพ (ภาพที่ 5, 6, 7) ที่มีดันไม้แต่ไม่ใช่องค์ประกอบส่วนใหญ่ของภาพ ภาพนี้มีมิติในทางลึกเข้าไปมากกว่าภาพอื่นๆด้วย ภาพอื่นๆสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือภาพกิจกรรมการผลิตงานหัตถกรรม (ภาพที่ 3, 4, 7) และภาพร้านค้าที่ขายสินค้าศิลปหัตถกรรม (ภาพที่ 2, 5, 6) ภาพกิจกรรมการผลิตมี 2 ลักษณะ คือ ภาพที่มีคนเป็นองค์ประกอบหลักของภาพ

(ภาพที่ 3, 4) และภาพที่งานหัตถกรรมเป็นองค์ประกอบหลักของภาพ (ภาพที่ 7) ภาพที่มีคนเป็นองค์ประกอบหลักจะเป็นภาพที่คนกำลังดำเนินกิจกรรมการผลิต ลักษณะพื้นที่การผลิตจะเป็นกึ่งภายในและภายนอกอาคาร คือเป็นส่วนที่อยู่ภายใต้ร่มเงาแต่เป็นพื้นที่ที่ไม่มีผนังแบ่งแยกหรือปิดบังอย่างมีดีชิด องค์ประกอบรองของภาพได้แก่ส่วนประกอบต่างๆ ของอาคาร ได้แก่ เสา บันได ชายคา รวมไปถึงอุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต ส่วนภาพที่งานหัตถกรรมเป็นองค์ประกอบหลักของภาพเป็นภาพที่มองค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ อาคาร และต้นไม้

ภาคร้านค้ามี 2 ลักษณะคือ ภาพด้านหน้าร้านค้า (5, 6) และภาพกึ่งภายในและภายนอกของร้านค้า (ภาพที่ 2) แต่ภาคร้านค้าทั้งหมดจะมีการใช้ต้นไม้เป็นองค์ประกอบของภาพทั้งหมดด้วย ภาพด้านหน้าร้านค้าเป็นลักษณะร้านค้าย่อยๆ ที่ไม่ได้ติดถนนหลัก โดยสังเกตจากแนวต้นไม้ประดับที่ล้ำออกมาจากหน้าร้านในภาพที่ 5 และภาพที่ 6 เป็นอาคารร้านค้าที่อยู่ในบริเวณที่มีรากน้ำขึ้นเบตโดยรอบ แต่ภาพที่ 2 ซึ่งเป็นภาพกึ่งภายในและภายนอกของร้านค้าแสดงให้เห็นพื้นที่ที่ร่มเงาของอาคารที่ไม่ได้อยู่ในเขตกำแพงหรือผนังกันมีดีชิดเป็นลักษณะทางเดินด้านหน้าร้านที่มีชายคายืนยาวๆ ลักษณะการจัดสินค้าชิ้นเล็กๆ จำนวนมาก ค่อนข้างรกกว่าภาพที่ 5, 6

โดยสรุป ลักษณะที่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ตันเปาจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

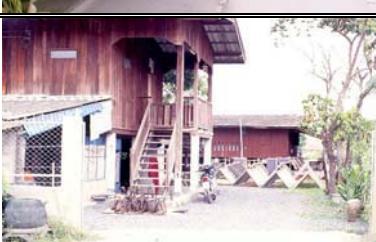
1. พืชพรรณต่างๆ ทั้งไม้ยืนต้น และไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้ปริมาณมาก ต้นไม้สองข้างทางเดิน ไม้กระถางประดับทางเดิน ต้นไม้ประดับอาคาร ต้นไม้ให้ร่มเงา
2. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลายในการจัดแสดงสินค้า ได้แก่สินค้ากระถุงกระถัง
3. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ อาคารโครงสร้างไม้ อาคารร้านค้าชั้นเดียว หลังคาจั่ว ทางเดินดินไม่ลาดผิว
4. ลักษณะทางเดินเท้าให้ร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง ทั้งที่เป็นต้นไม้ใหญ่และไม้กระถางประดับทางเดิน
5. กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม ได้แก่ กิจกรรมการผลิตเครื่องเรือนไม้ ลานตากโครงร่มไม้ไผ่
6. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา

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

ตาราง 4.1.6 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง-ตันเปา

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
1	Title PM03 Mean 2.49 SD. 1.00		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ บ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: ถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีตโอลี อาคารตึกແກา อาคารด้านข้างไม่กลมกลืน แฉดร้อน ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
2	Title PM02 Mean 2.53 SD. 1.00		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: สวนอื่นๆ บ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: ที่นั่งข้างถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีต เก้าอี้ คอนกรีต decadron ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3	Title PM01 Mean 2.70 SD. 0.98		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: สวนอื่นๆ คำอธิบาย: ซุ้มทางเข้าบ้านดันเป่า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ซุ้มทางเข้า โครงสร้างเหล็ก สูง มีป้ายประชาสัมพันธ์หลายอันดูไม่เป็นระเบียบ ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
4	Title PP07 Mean 2.70 SD. 0.92		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: สวนผลิตในบ้านดันเป่า คำอธิบาย: สวนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถ มีรถขายของ จอดด้านหน้า การแสดงสินค้าไม่เป็นระเบียบ
5	Title PM07 Mean 2.80 SD. 0.98		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: สวนอื่นๆ คำอธิบาย: ถนนหลักบ้านบ่อสร้าง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนคอนกรีตโล่ง decadron ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
6	Title PP04 Mean 2.80 SD. 0.95		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: สวนผลิตในบ้านดันเป่า คำอธิบาย: สวนผลิตในครัวเรือน—ลานตากกระดาษ ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานจอดรถ ส่วนต่อเติมที่ไม่สัมพันธ์กับตัวบ้าน decadron ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
7	Title PS06 Mean 2.81 SD. 0.94		สถานที่: บ่อสร้าง บริเวณที่แสดง: สวนขาย บริเวณบ้านบ่อสร้าง คำอธิบาย: จึกแต่ว่ามีลานด้านหน้า ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ลานคอนกรีตใหญ่โล่งหน้า อาคารตึกແກา

ภาพโดยส่วนใหญ่ (ยกเว้นภาพที่ 3) จะมีส่วนประกอบของถนนหรือลานคอนกรีตโล่งๆ ภาพที่ได้รับความชื่นชอบต่ำที่สุดมีส่วนประกอบของถนน (ภาพที่ 1, 2, 5) ที่มีมิติที่ลึกเข้าไปมากเนื่องจากมีถนนเป็นองค์ประกอบหลัก และมีปริมาณมาก มีอาคารริมถนนเป็นองค์ประกอบรอง โดยภาพทั้ง 3 เป็นช่วงกลางวันมีแดดจัด ทำให้ส่วนถนนสว่างมากซึ่งตรงข้ามกับบริเวณในร้านค้าซึ่งเป็นเงามืดเนื่องจากแสงภายนอกมีความเข้มมาก ทำให้เกิดความขัดแย้งมาก มองไม่ขยายได้ องค์ประกอบย่อยอื่นๆ ได้แก่ เสาไฟฟ้า ป้ายประชาสัมพันธ์ ห้องน้ำ ห้องน้ำริมถนน ส่วนภาพที่มีส่วนประกอบของลานคอนกรีต (ภาพที่ 4, 6, 7) จะมีอาคารเป็นองค์ประกอบหลัก

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

ภาพที่ไม่มีส่วนประกอบของถนน ได้แก่ ภาพที่ 3 เป็นภาพของชุมทางเข้าของรถยนต์ซึ่งมีรูปแบบพื้นถังที่เป็นหลังคาทรงจั่ว โดยมีชุมเป็นองค์ประกอบหลักของภาพมีพื้นที่กว้างและป้ายประชาสัมพันธ์เป็นประกอบรอง ซึ่งป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีจำนวนมาก มีลักษณะและสีสันที่หลากหลายและไม่มีการจัดเรียงทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย

โดยสรุป ลักษณะที่ไม่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปาจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. ถนนหรือลานจอดโดยเฉพาะถนนดาดคอนกรีต
2. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3. ลักษณะแเดดจัดและมีร่มเงาň
4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกๆ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์หลายอันจัดเรียงไม่เป็นระเบียบ การแสดงสินค้าในรากขายของไม่เป็นระเบียบ
5. ลักษณะที่ไม่กลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ได้แก่ อาคารตึกແຄวและอาคารด้านข้างไม่กลมกลืน ส่วนต่อเติมที่ไม่สัมพันธ์กับตัวบ้าน
6. ชุมชนทางเข้าขนาดใหญ่
7. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ ชุมทางเข้าโครงสร้างเหล็กสูง

สรุปลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปา

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบสามารถสรุปประเด็นรวมได้ดังตาราง 4.1.7

ตาราง 4.1.7 สรุปลักษณะที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ดันเปา

ความชื่นชอบ	สิ่งที่ทำให้ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ
ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่น ชอบสูง)	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่กว้าง - ผู้คนจำนวนมาก - บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถัง ได้แก่ อาคารโครงสร้างไม้ อาคารร้านค้าชั้นเดียว หลังคาจั่ว ทางเดินดินไม่ดาดฟ้า - ลักษณะทางเดินแทรกตัวร่มเงา หรือทางเดินที่มีต้นไม้ข้างทาง - กิจกรรมการผลิตค้าศิลปหัตถกรรม - ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง
ไม่ชื่นชอบ (ค่าเฉลี่ยความชื่น ชอบต่ำ)	<ul style="list-style-type: none"> - ถนนหรือลานจอดโดยเฉพาะถนนดาดคอนกรีต - ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม - ลักษณะแเดดจัดและมีร่มเงาň - ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรกๆ - ลักษณะที่ไม่กลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ได้แก่ อาคารตึกແຄวและอาคารด้านข้างไม่กลมกลืน - ชุมทางเข้าขนาดใหญ่ - ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ ชุมทางเข้าโครงสร้างเหล็กสูง

จากการสามารถอธิบายลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบส่วนต่างๆ ของชุมชนบ่อสร้าง - ตันเปา ได้ดังนี้

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ตันเปา ได้แก่

1. ตันไม้และพืชพรรณต่างๆ ในปริมาณมากทั้งที่อยู่สองข้างทางเดินและส่วนที่ใช้ประดับอาคาร และบริเวณต่างๆ ซึ่งเป็นลักษณะที่ชัดเจนที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ อาจเนื่องจากให้ความรู้สึกของความสดชื่น ชุ่มชื้น ซึ่งตรงกันข้ามกับลักษณะแครดร้อนที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
2. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลาย เนื่องได้จากการที่มีการจัดแสดงสินค้าจำนวนมากที่มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปร่าง ขนาด สีสัน แต่มีการจัดแสดงอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ดูไม่รก杂ซึ่งเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
3. บรรยากาศความเป็นพื้นถิ่น ซึ่งเห็นได้จากการโครงสร้างไม้ และรูปแบบหลังคาจั่วที่ให้ความรู้สึกของพื้นถิ่น
4. ทางเดินเท้าได้รับเงาหรือทางเดินที่มีตันไม้สองข้างทาง เนื่องได้จากการทางเดินชั้นหน้าอาคารที่มีชายคาด้านหน้าอาคารยื่นออกมานั้นแต่ทางเดินได้รับเงาตันไม้ ซึ่งจะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมการเดินสำรวจและการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น จึงเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
5. กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม โดยความชื่นชอบหลักจะอยู่ที่กิจกรรมการผลิตอย่างชัดเจน เนื่องได้จากการกิจกรรมการผลิตทั้งที่มีคนกำลังทำการอยู่ในภาพ และภาพแสดงกิจกรรมการผลิตที่ไม่มีคนอยู่ในภาพ ต่างเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
6. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง เนื่องได้จากการที่มีค่าเฉลี่ยความชันชื่นชอบสูงสุดเนื่องจากเป็นลักษณะทางที่สร้างความน่าสนใจให้กับบุคคลของผู้เดินได้มากยิ่งขึ้น

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ่อสร้าง - ตันเปา ได้แก่

1. ถนนและลานจอดรถโดยเฉพาะถนนคาดคอนกรีตรวมไปถึงสิ่งอื่นๆ ที่ทำจากคอนกรีต ได้แก่ ที่นั่งพักผ่อนที่ทำจากคอนกรีต ซึ่งอาจสร้างความรู้สึกของพื้นผิวที่แข็งกระด้าง ไม่สวยงาม
2. ภาพหรือสถานที่ที่ไม่มีกิจกรรม หรือไม่มีผู้คน อาจทำให้ภาพขาดความมีชีวิตชีวา แห้งแล้ง ไม่น่าอยู่
3. ลักษณะแ crudely และมีร่องรอย เป็นลักษณะหลักที่ชัดเจนซึ่งอาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง ร้อน ความไม่ sanitary ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวพิจารณาลดลง
4. ลักษณะที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ดูรากๆ ซึ่งปรากฏในภาพที่มีร่องรอยของจอดหน้าบ้านซึ่งมีการจัดแสดงสินค้าอย่างไม่เป็นระเบียบ อาจทำให้รู้สึกว่าไม่น่าซื้อ และในภาพที่มีป้ายจราจรที่มีความหลากหลายทั้งขนาด รูปแบบ สีสัน และจัดเรียงอย่างไม่เป็นระบบระเบียบ อาจทำให้เกิดความรู้สึกว่ารกๆ
5. ลักษณะที่ไม่กลมกลืนกันทำให้ดูไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ปรากฏในภาพที่มีอาคารตึกแถวสองชั้นอยู่ติดกับอาคารพักอาศัยไม้สองชั้น มีรูปแบบเก่า จึงมีความแตกต่างกันชัดเจน และภาพที่มีส่วนต่อเติมของบ้านสองชั้นสร้างด้วยไม้ โดยมีส่วนต่อเติมชั้นเดียวใช้วัสดุสมัยใหม่ทำให้ความความแตกต่างกันมากทั้งสีและวัสดุ ทำให้เกิดความไม่กลมกลืนกันซึ่งเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ
6. ชุมชนทางเข้าขนาดใหญ่ เนื่องได้จากการพื้นที่ทางเข้าหมู่บ้านตันเปาที่มีชุมทางเข้าขนาดใหญ่มีลักษณะพื้นถิ่นที่มีหลังคาจั่ว แต่ขนาดที่ใหญ่โตอาจไม่เข้ากันกับลักษณะพื้นถิ่นจึงไม่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว
7. การแสดงความเป็นสมัยใหม่ ปรากฏในภาพที่เป็นชุมทางเข้าหมู่บ้านตันเปาที่ใช้โครงสร้างเหล็กสูงและเน้นโครงสร้างด้วยการใช้สีที่ฉูดฉาด 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: กิจกรรมการผลิตได้รับเงา สินค้าภาษาชน
2	Title SP01 Mean 3.37 SD. 0.92		สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต คำอธิบาย: ส่วนผลิต ในซอยแยกจากถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: หน้าประทุร้า มีซัมแฟก มีต้นไม้กราบงประดับ
3	Title SS03 Mean 3.16 SD. 0.93		สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย คำอธิบาย: อาคารร้านค้าขนาดใหญ่ติดกับถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: เรือนไม้พื้นถิ่น มีหลังคามุงข้าว มีต้นไม้กราบงประดับ
4	Title SP02 Mean 3.15 SD. 0.96		สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ในซอยแยกจากถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: พื้นที่นั่งได้รับเงาชายคาอาคาร มีไม้กราบงประดับ
5	Title SP03 Mean 3.12 SD. 1.09		สถานที่: วัวลาย บริเวณที่แสดง: ส่วนผลิต ในซอยแยกจากถนนหลัก คำอธิบาย: ส่วนผลิตในครัวเรือน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ: กิจกรรมการผลิตได้รับเงา

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 โดยมีพื้นพรรณที่ใช้ตกแต่ง หน้าร้านเป็นองค์ประกอบรอง ซึ่งโดยหลักเป็นไม้กระถาง มีการจัดวางแบบทั้งที่เป็นระเบียบ (ภาพที่ 3) และ “ไม่ค่อยเป็นระเบียบ (ภาพที่ 2, 4)

โดยสรุป ลักษณะที่เป็นที่ชื่นชอบในชุมชนวัฒนธรรมจะมีลักษณะดังต่อไปนี้ เรียงลำดับจากลักษณะร่วมที่เห็นได้ ขัดเจนมากที่สุดของภาพทั้งหมด

1. พื้นพรรณไม้ประดับ ได้แก่ ต้นไม้กระถางด้านหน้า ต้นไม้กระถางประดับ
2. ที่นั่งได้ร่มเงา ทั้งร่มเงาจากอาคารและร่มเงาจากต้นไม้
3. กิจกรรมการผลิตค้าศิลปหัตถกรรม
4. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ได้แก่ เรือนไม้พื้นถิ่นมีหลังคามุงข้าว ชั้มแฟกค้านหน้าประตูรั้ว

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนวัฒนธรรม

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

ตาราง 4.1.9 ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนวัฒนธรรม

ลำดับ	ข้อมูลภาพ	ภาพ	การวิเคราะห์
1	Title SS01 Mean 2.49 SD. 0.91		สถานที่: วัฒนธรรม บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย คำอธิบาย: ร้านค้าขนาดใหญ่ติดกับถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนค่อนกรีด แಡดร้อน มีรถจักรยานยนต์จอดอยู่บนทางเท้า ไม่มีผู้คนผ่านไปมา
2	Title SM04 Mean 2.52 SD. 0.98		สถานที่: วัฒนธรรม บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ คำอธิบาย: ถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนค่อนกรีด แಡดร้อน มีรถยนต์จอดอยู่บนทางเท้า อยู่ ไม่มีผู้คนผ่านไปมา
3	Title SS04 Mean 2.55 SD. 0.93		สถานที่: วัฒนธรรม บริเวณที่แสดง: ส่วนขาย คำอธิบาย: ร้านค้าขนาดใหญ่ มุ่งเน้นหลักกับถนนรอง ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: ถนนค่อนกรีด แಡดร้อน มีรถจักรยานยนต์จอดอยู่บนทางเท้า ไม่มีผู้คนผ่านไปมา
4	Title SM03 Mean 2.55 SD. 0.96		สถานที่: วัฒนธรรม บริเวณที่แสดง: ส่วนอื่นๆ คำอธิบาย: อาคารอื่นๆ ริมถนนหลัก ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบ: อาคารชั้นเดียวชูปิด ถนนค่อนกรีด แಡดร้อน มีป้ายวางตะแคงอยู่บนทางเท้า ไม่มีผู้คนผ่านไปมา

ລຳດັບ	ຂໍ້ມູນລາພ	ກາພ	ກາຮົວເຄຣະທີ
5	Title SM02 Mean 2.63 SD. 1.06		ສພານທີ: ວິລາຍ ບຣິເວັນທີແສດງ: ສວນອື່ນໆ ຄໍາອົບນາຍ: ຄົນໜ່າລັກແລະຫຼຸ້ມທາງເຂົ້າ ລັກຊະນະທີ່ນັກທ່ອງເຖິງໄມ່ຈື່ນຂອບ: ຫຼຸ້ມທາງເຂົ້າຫັ້ງຄຸນຸ່ງ ກະບົນຍ່ອມຸມມື້ນຸ່ງຈ້າວ ຄົນກວ້າງ ແດຣອນ ມີຮັດຜ່ານ ມີວັຈຣາຈ

ຈາກກາຮົວເຄຣະທີ່ກາພທັງໝາດຈະເຫັນໄດ້ວ່າ ອົງຄປະກອບຫັກທີ່ເຫັນໄດ້ຈາກທຸກກາພຄືອຄົນສາຍຫັກຂອງຢ່ານວ້າ ລາຍ (ຄົນວິລາຍ) ຜຶ່ງປະກອບໄປດ້ວຍສ່ວນຄົນ ແລະສ່ວນທາງເດີນເທົ່າມີຄົນທີ່ເປັນຄອນກົງຮົດແລະອູ່ກລາງແດດ ອົງຄປະກອບຮອງ ໄດ້ແກ່ ອາຄາຣທີ່ອູ່ຮົມຄົນ ຫຼຸ້ມທາງເຂົ້າຄົນ ແລະອົງຄປະກອບຍ່ອຍອື່ນໆ ໄດ້ແກ່ ປ້າຍຈາຈາກ ປ້າຍປະຊຳສັນພັນ໌ ແລະເສາໄຟຟ້າ ລັກຊະນະຮ່ວມທີ່ເຫັນໄດ້ຄ່ອນຂັ້ງຂັດເຈັນ ອື່ນ ກົດຂາວງທາງເດີນເທົ່າມີຄົນ ເຊັ່ນ ຮັດຈັກຍານຍົດທີ່ຈົດບົນທາງເທົ່າ (ກາພທີ 1) ຮັຍນົດຈົດຄວ່ມບົນທາງເທົ່າ (ກາພທີ 2) ຮັດຈັກຍານທີ່ຈົດ ຄວ່ມບົນທາງເທົ່າ (ກາພທີ 3) ປ້າຍປະຊຳສັນພັນ໌ວາງພົງກຳແພັງບົນທາງເທົ່າ (ກາພທີ 4)

ໂດຍສຽງ ລັກຊະນະທີ່ໄມ່ເປັນທີ່ຈື່ນຂອບໃນຫຼຸ້ມທາງວິລາຍຈະມີລັກຊະນະດັ່ງຕ້ອໄປນີ້ ເຮັດວຽກລຳດັບຈາກລັກຊະນະຮ່ວມທີ່ເຫັນໄດ້ຂັດເຈັນນາກທີ່ສຸດຂອງກາພທັງໝາດ

1. ລັກຊະນະແດດຈັດແລະມີຮ່ວມເງັນ້ອຍ
2. ຄົນໂດຍເລີພະຄົນດາດຄອນກົງຮົດ
3. ລັກຊະນະທາງເທົ່າທີ່ມີສິ່ງກົດຂາວງ ໄດ້ແກ່ ຮັຍນົດ ຮັດຈັກຍານຍົດ ຮັດຈັກຍານ ທີ່ຈົດບົນທາງເທົ່າ
4. ກາພທີ່ໄມ່ມີຜັກ ໄມ່ມີກິຈການ
5. ຫຼຸ້ມຄົນທາງເຂົ້າຂາດໄຫຍ່

ສຽງລັກຊະນະທີ່ນັກທ່ອງເຖິງຈື່ນຂອບແລະໄມ່ຈື່ນຂອບໃນຫຼຸ້ມທາງວິລາຍ

ລັກຊະນະທີ່ນັກທ່ອງເຖິງຈື່ນຂອບຫຼືໄມ່ຈື່ນຂອບສາມາດຮັບສຽງປະເທົ່າມາໄດ້ດັ່ງຕາງໆ 4.1.10

ຕາງໆ 4.1.10 ສຽງລັກຊະນະທີ່ທຳໄໝໃຫ້ຈື່ນຂອບແລະໄມ່ຈື່ນຂອບໃນຫຼຸ້ມທາງວິລາຍ

ຄວາມຈື່ນຂອບ	ສິ່ງທີ່ທຳໄໝໃຫ້ຈື່ນຂອບແລະໄມ່ຈື່ນຂອບ
ຈື່ນຂອບ (ຄໍາເນີ້ນຄວາມຈື່ນ ຂອບສູງ)	<ul style="list-style-type: none"> - ພຶພຣອນໄມ່ປະດັບ ໄດ້ແກ່ ດັນໄມ້ກະຮາງດ້ານໜ້າ ດັນໄມ້ກະຮາງປະດັບ - ທີ່ນັ້ນໄດ້ຮ່ວມເງັນ - ກິຈການກົດລົງຄົນ - ບຽນແຈກແລະອາຄາຣທີ່ມີລັກຊະນະພື້ນຖານ ໄດ້ແກ່ ເຮັດວຽກໄນ້ພື້ນຖານມີຫັ້ງຄຸນຸ່ງຈ້າວ ຫຼຸ້ມແກດ້ານໜ້າປະຕູວັ້ນ
ໄມ່ຈື່ນຂອບ (ຄໍາເນີ້ນຄວາມຈື່ນ ຂອບຕໍ່າ)	<ul style="list-style-type: none"> - ລັກຊະນະແດດຈັດແລະມີຮ່ວມເງັນ້ອຍ - ຄົນໂດຍເລີພະຄົນດາດຄອນກົງຮົດ - ລັກຊະນະທາງເທົ່າທີ່ມີສິ່ງກົດຂາວງ - ກາພທີ່ໄມ່ມີຜັກ ໄມ່ມີກິຈການ - ຫຼຸ້ມຄົນທາງເຂົ້າຂາດໄຫຍ່

ຈາກຕາງໆສາມາດຮອບເຂົ້າມາຍື່ນວ່າລັກຊະນະທີ່ທຳໄໝໃຫ້ນັກທ່ອງເຖິງຈື່ນຂອບຫຼືໄມ່ຈື່ນຂອບສ່ວນຕ່າງໆ ຂອງຫຼຸ້ມທາງວິລາຍ ໄດ້ ດັ່ງນີ້

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในชุมชนวัวลาย ได้แก่

1. พืชพรรณไม้ประดับ จากต้นไม้มะลิและพืชพรรณ ที่ปราภภูมิอยู่ในภาพบ้าน และร้านค้าต่างๆ การตกแต่งด้านหน้าด้วยไม้กระถาง หรือต้นไม้ป่าลูก
2. ที่นั่งให้ร่มเงา ทึ่งที่เกิดจากต้นไม้ในบริเวณและจากเครื่องบังแดดอื่นๆ โดยส่วนใหญ่จะปราภภูมิอยู่ในภาพที่มีกิจกรรมการผลิตภายในได้ร่มเงา ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความรู้สึกการนั่งทำงานในร่ม เป็นบรรยากาศที่สนับสนุนและส่งเสริมการทำงาน จึงเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเนื่องจากมีความชื่นชอบเรื่องกิจกรรมการผลิต
3. กิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรม เป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
4. บรรยากาศและอาคารที่มีลักษณะพื้นถิ่น ปราภภูมิที่มีชุมทางเข้าที่ใช้วัสดุพื้นถิ่น ได้แก่ ไม้ไผ่ ศาและภาพอาคารที่ใช้วัสดุพื้นถิ่น ได้แก่ ไม้ และรูปแบบที่แสดงความเป็นพื้นถิ่น ได้แก่ หลังคาจั่ว

ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบในชุมชนบ้านวัวลาย ได้แก่

1. ลักษณะแฉดและมีร่มเงาน้อย เป็นลักษณะหลักที่ชัดเจนซึ่งอาจให้ความรู้สึกของความแห้งแล้ง ร้อน ความไม่สนับสนุน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบอย่างค่อนข้างชัดเจน
2. ถนน ทึ่งที่คาดคอนกรีตและลาดยางเป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบอย่างค่อนข้างชัดเจน
3. ลักษณะทางเท้าที่มีสิ่งกีดขวาง ได้แก่ รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ ที่จอดบนทางเท้า รวมไปถึงสิ่งกีดขวางอื่นๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณาที่ไม่ใช้แล้ว
4. ภาพหรือสถานที่ที่ไม่มีกิจกรรม หรือไม่มีผู้คน อาจทำให้ภาพขาดความมีชีวิตชีวา แห้งแล้ง ไม่น่าอยู่
5. ชุมชนทางเข้าขนาดใหญ่ ที่มีความขัดแย้งของรูปแบบหลังคาพื้นถิ่นและการใช้โครงสร้างและวัสดุสมัยใหม่

สรุปลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบโดยรวม

สรุปจากทั้ง 3 ชุมชน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบได้แก่

1. บรรยากาศพื้นถิ่น ทึ่งที่ปราภภูมิที่ตัวอาคารและที่ปราภภูมิในบริเวณโดยรอบ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะชื่นชอบและเข้าใจลักษณะพื้นถิ่นจากตัวอาคารเป็นหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบของหลังคาอาคารและการใช้วัสดุพื้นถิ่น เช่น ไม้ เป็นลักษณะที่สร้างบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
2. ต้นไม้และพืชพรรณธรรมชาติ ทึ่งต้นไม้ขนาดใหญ่ในบริเวณและต้นไม้ที่ใช้ประดับตกแต่ง
3. ร่มเงา ทึ่งในส่วนทางเดินชุมชนค้า ที่นั่งพักผ่อน และร่มเงาในส่วนกิจกรรมการผลิต
4. กิจกรรมการผลิต เป็นส่วนสำคัญที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
5. ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความหลากหลาย เป็นลักษณะของการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้เห็นถึงความหลากหลาย เป็นหลัก
6. ลักษณะทางเดินที่คดโค้ง ทำให้เกิดมุมมองที่หลากหลาย

สรุปจากทั้ง 3 ชุมชน ลักษณะที่นักท่องเที่ยวไม่ชื่นชอบได้แก่

1. ถนนหรือลานจอดรถ ทึ่งที่คาดผิวและไมดาดผิวรวมกับลักษณะแฉดจัดและมีร่มเงาน้อย ทำให้เกิดแสงจำจากแฉดที่สะท้อนบนผิวน้ำ ให้ความรู้สึกร้อน แห้งแล้ง
2. ภาพที่ไม่มีผู้คน ไม่มีกิจกรรม
3. ชุมชนทางเข้าขนาดใหญ่

4. ลักษณะที่ไม่เป็นระบะบเรียบร้อย ดูรกตา และลักษณะที่ไม่กลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่เป็นระบะบเรียบร้อย ได้แก่อาคารและองค์ประกอบอาคารต่างๆ ที่มีความหลากรายละเอียดมาก ไม่มีการจัดการให้เรียงกันอย่างเป็นระเบียบ
5. ลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ เช่น โครงสร้างเหล็กสูง
6. ลักษณะทางเท้าที่มีสิ่งกีดขวาง

จากการสรุปในหัวข้อ 4.1 — ลักษณะที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและไม่ชื่นชอบนี้ ได้มีการเปรียบเทียบความชื่นชอบที่มีต่อ และลักษณะทางกายภาพต่างๆ ของแต่ละชุมชน ได้ข้อสรุปที่จะนำไปช่วยสร้างคำแนะนำเพื่อใช้ในการพัฒนาสภาพแวดล้อมกายภาพของชุมชนศิลปหัตถกรรมให้ได้รับความชื่นชอบมากขึ้น ในส่วนต่อไปจะมีผลการวิเคราะห์ ในหัวข้อ 4.2—รูปแบบการรับรู้ ทำให้ทราบถึงรูปแบบการรับรู้และความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการพัฒนาอัตลักษณ์ และรูปแบบที่เป็นที่สังเกต ดังนี้ และชื่นชอบสำหรับชุมชนศิลปหัตถกรรมในระดับที่เกี่ยวข้องกับระบบการรับรู้สภาพแวดล้อมกายภาพของนักท่องเที่ยว

4.2 การมีอัตลักษณ์ และลักษณะทางภาษาที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้

จากคำถามการวิจัยที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรูปแบบการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมภาษาของชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้งสามแห่งอย่างไร? คำตอบสำหรับคำถามข้อนี้จะได้จากการวิเคราะห์ Factor Analysis ที่จะแบ่งภาษาเป็นกลุ่มย่อยๆตามรูปแบบการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ลักษณะทางภาษาของนักท่องเที่ยวจะแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นและแยกแยะสภาพแวดล้อมต่างๆ กันของชุมชนศิลปหัตถกรรมอย่างไร และแต่ละชุมชนนั้นมีอัตลักษณ์หรือไม่ในสายตาของนักท่องเที่ยว โดยถ้าภาษาจากชุมชนเดียวกันถูกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็จะแสดงว่าชุมชนนั้นหรือลักษณะนั้นๆ มีอัตลักษณ์ในสายตาของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นลักษณะของชุมชนนั้นร่วมกัน และมองเห็นได้ว่าแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ

ในตอบคำถามข้อนี้จะมีการเรียนรู้เรื่องคำอธิบายตามผลการศึกษาได้แก่ ผลโดยรวมจากการวิเคราะห์มิติของ การรับรู้ลักษณะทางภาษาของนักท่องเที่ยว และการเปรียบเทียบ ระหว่างการวิเคราะห์ลักษณะภาษาพกับการบรรยายของนักท่องเที่ยว ลักษณะร่วมของมิติที่เป็นฐานมูลของ การรับรู้ของนักท่องเที่ยว และท้ายที่สุดการสรุปการตอบปัญหาที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์และการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ผลจากค่าการทดสอบความเพียงพอของกลุ่มตัวอย่าง (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่า 0.875 ซึ่งเป็นค่าที่สูง (จาก 1.0) แสดงให้เห็นว่ามีผู้ตอบที่มากเพียงพอต่อการวิเคราะห์ที่ทำให้ผลออกมา มีความเที่ยงและเชื่อถือได้ (ผู้ตอบครบถ้วน 348 จากผู้ตอบทั้งหมด 379 คน) ผลจาก Factor Analysis แสดงให้เห็นว่า ภาพทั้งหมดถูกแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ประกอบด้วยภาพทั้งสิ้น 34 ภาพ โดยที่ภาพที่ไม่เข้าพวกจะถูกตัดออกจากวิเคราะห์ ผลการแบ่งเป็น 7 กลุ่ม ด้วยภาพ 34 ภาพ นี้สามารถอธิบายค่าความแปรเปลี่ยน ได้ประมาณ 58 % (Cumulative Percentage of Variances Explained = 57.95) ซึ่งถือว่าไม่สูงแต่สามารถรับได้สำหรับการศึกษาปรากฏการณ์ในทางสังคมศาสตร์ เพราะมีพื้นฐานทางสาเหตุที่หลากหลาย และไม่อาจควบคุมปัจจัยทางปริบบทได้

ภาพในแต่ละกลุ่มจะถูกนำมาเรียงตามค่า Factor Loadings โดยที่ภาพที่มีค่า Factor Loading สูงกว่า (ใกล้ 1.0) จะถือว่ามีความสามารถในการเป็นตัวแทนของมิติมากกว่า จากนั้นจะมีการตั้งชื่อมิติตามลักษณะร่วมของภาพที่อยู่ในกลุ่ม และวิเคราะห์ลักษณะภาษาพกตามโครงสร้างของสถานที่ และองค์ประกอบที่ปรากฏ เพื่อหาลักษณะร่วมอันเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าภาษาเหล่านั้นเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยการวิเคราะห์จะมีการแยกแยะ และเรียนรู้เรื่องจาก องค์ประกอบถาวร (Fixed Features) องค์ประกอบกึ่งถาวร (Semi-Fixed Features) องค์ประกอบชั่วคราว (Non-Fixed Features) และความหมายนัยตรง (Denotative Meaning) เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถวิเคราะห์อย่างเป็นกลางตามที่เห็นได้ ในขณะที่ความหมายนัยประหวัด (Connotative Meaning) จะแตกต่างไปในแต่ละคน หรือแต่ละกลุ่มซึ่งจะทราบได้จากคำบรรยายภาษาของนักท่องเที่ยว

จากนั้นคำบรรยายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาษาในแต่ละกลุ่มก็จะถูกนำมารวมกัน นับความถี่ของคำบรรยายที่จัดอยู่ในกลุ่มย่อยเดียวกัน และเรียนรู้เรื่องในตารางที่มีแสดงความถี่ทั้งแต่ละภาพ แต่ละกลุ่ม และความถี่ทั้งหมด คำบรรยายที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ขั้นสุดท้ายจะต้องมีความถี่ไม่น้อยกว่า 2% ของจำนวนคำบรรยายทั้งหมดในกลุ่ม และคำบรรยายชุดนั้นถูกใช้บรรยายภาพเป็นจำนวน 2 ใน 3 ของจำนวนภาพทั้งหมดในกลุ่ม จากนั้นคำบรรยายที่คัดเลือกแล้วจะถูกเรียงสรุปอยู่ในตารางเพื่อใช้เป็นคำบรรยาร่วมของกลุ่ม และใช้

ช่วยอธิบาย และยืนยันลักษณะร่วม และเหตุผลของการที่ภาพถูกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยพบว่าทุกกลุ่ม มีโครงสร้างของคำบรรยายที่แบ่งได้เป็นหัวข้อเหมือนๆ กัน ได้แก่

1. ลักษณะและบรรยายภาพ (Atmosphere/ Character) ซึ่งเป็นการบรรยายบรรยายภาพและลักษณะโดยรวมของภาพ (มีอยู่ทั้ง 7 มิติ)
2. การใช้งานและชนิดของสภาพแวดล้อม (Function/ Type of Environment) ซึ่งมักจะเป็นการระบุชนิดหรือลักษณะการใช้สถานที่ (มีอยู่ทั้ง 7 มิติ)
3. การประเมิน (Judgment) เป็นการตัดสินภาพโดยใช้ความรู้สึก เช่น ดี-เลว ชอบ-ไม่ชอบ หรือสวย-ไม่สวย (มีอยู่ทั้ง 7 มิติ)
4. รูปแบบ (Style) มักจะเป็นการระบุรูปแบบ เช่น ลักษณะพื้นถิ่น (มีอยู่ 5 มิติ)
5. สภาวะชั่วคราว (Temporal Condition) มักจะเป็นการบรรยายถึงที่เกิดขึ้นชั่วคราว และบางทีมองเห็นได้ยาก เช่นแสง เผา 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 โดยจะมีการวิเคราะห์และอธิบายที่ละเอียดดังต่อไปนี้

มิติที่ 01: ถนนและลานคอนกรีต

มิติที่ 1 ประกอบด้วยภาพ 9 ภาพ จากทั้งสามชุมชน โดยประกอบด้วย ภาพจากบ้านถาวร 2 ภาพ วัลลาย 5 ภาพ และบ่อสร้าง 2 ภาพ มิตินี้ถือเป็นลักษณะที่ปรากฏอยู่เป็นส่วนมากของบริเวณที่ศึกษาทั้งหมด (ทั้งสามชุมชน) ซึ่งสังเกตได้จากการความสามารถในการอธิบายความแปรเปลี่ยนได้มากที่สุดคือ ประมาณ 24 % ซึ่งเป็นส่วนมากเมื่อเทียบกับ 58 % ของทุกกลุ่มรวมกัน ลักษณะทั่วๆ ไปของภาพในมิตินี้จะเป็นภาพของส่วนทั่วๆ ไปของชุมชน ได้แก่บริเวณถนนสายหลักที่มีอาคารร้านค้าอยู่ข้างถนน ถนนเป็นถนนคอนกรีตที่ค่อนข้างกว้างและโล่ง โดยบางภาพจะรวมพื้นที่ของลานจอดรถคอนกรีตไว้ด้วย องค์ประกอบภายในภาพอื่นๆ ของภาพประกอบด้วยส่วนประกอบทั่วๆ ไปของถนน ได้แก่เสาไฟฟ้า รถยนต์ ปริมาณส่วนของภาพที่เป็นพื้นค่อนข้างมาก (มากกว่า 50 %) พื้นที่กว้าง ลึก และเปิดโล่ง แสดงบริเวณกลางแจ้งจากมุมมองภายนอกอาคาร ในตอนกลางวัน มีแดดและมีเงาอาคารบนพื้น มิตินี้จึงถูกตั้งชื่อจากลักษณะทั่วๆ ไปว่า “ถนน และลานคอนกรีต”

ภาพทั้งหมดในมิติที่ 1—ถนนและลานคอนกรีตนี้ได้ถูกรวบรวม และเรียงตามค่าของ Factor Loading เพื่อวิเคราะห์ลักษณะร่วมของมิตินี้ การวิเคราะห์เบื้องต้นขององค์ประกอบร่วมทางกายภาพมีดังนี้

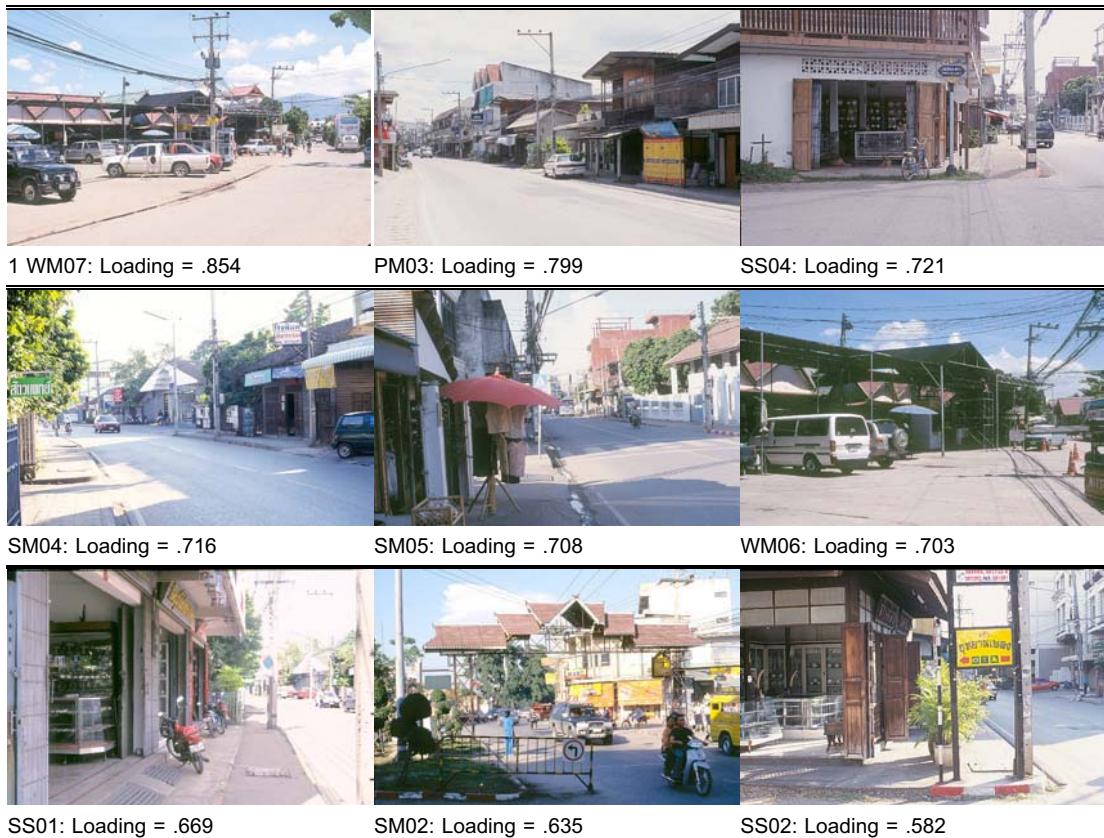
- องค์ประกอบถาวร ประกอบด้วยถนนคอนกรีตที่กว้างโล่ง และลึกเป็นหลัก มีอาคารข้างถนนเป็นอาคารสูงประมาณ 1-2 ชั้น เสาไฟฟ้า และต้นไม้เพียงเล็กน้อย
- องค์ประกอบกีฬา ประกอบด้วย รถยนต์จำนวนหนึ่ง และจักรยานยนต์อีกเล็กน้อย สิ่งประดับ เช่น ร่ม และรัวจราจรและป้ายต่างๆ
- องค์ประกอบชั่วคราว ประกอบด้วย คนจำนวนน้อย แสงและเงาบนพื้นถนน

- ความหมายนัยตรงจะเป็นพื้นที่ค้าขายทั่วๆไปในเมืองที่ค่อนข้างโล่ง ไม่มีคนพลุกพล่าน แห้งแล้ง แทนไม่มีต้นไม้ให้เห็น

ภาพทั้งหมดรวมทั้งค่า Factor Loading ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.2.1

ตาราง 4.2.1 มิติที่ 01: ถนนและลานคองกรีต

มิติที่ 01: ถนน และลานคองกรีต



คำบรรยายสำหรับ มิติที่ 1: ถนนและลานคองกรีต

คำบรรยายของมิติที่ 1 พолжะสรุปได้ จากรายงาน 4.2.2 ว่า낙ท่องเที่ยวมองเห็นความเป็นถนนที่มีธุรกิจการค้าของมิตินี้มากที่สุด รองลงไปจะเห็นว่าไม่มีอะไร เงียบ น่าเบื่อ ไม่สวยงาม และธรรมดานะเดียว กันก็เห็นด้วย ว่าสะอาดเรียบร้อย โล่งแต่ร้อน และยังมีลักษณะท้องถิ่นอยู่บ้าง คำอธิบายที่พอบนอยู่ที่สุดสำหรับมิตินี้จะเป็น การตัดสิน รองลงไปจะเป็นชนิดและการใช้งานของสถานที่ และบรรยายกาศตามลำดับ พолжะสรุปได้ว่า บรรยายกาศและชนิดของสถานที่ของมิตินี้ไม่เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่ชอบถนนที่กว้างๆ ของย่านการค้าที่ไม่มีอะไรน่าสนใจ

ตาราง 4.2.2 คำบรรยายที่ได้รับบอยที่สุดสำหรับ มิติที่ 1: ถนนและลานคอนกรีต

มิติที่ 01: ถนน และลานคอนกรีต	WM07	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	1	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 สิ่งที่เป็นลักษณะร่วมที่สำคัญของมิตินี้ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นเป็นรูปแบบเดียวกันคือ ลักษณะถนนที่โล่งกว้าง ในย่านการค้า ธรรมชาดาและไม่มีอะไร และไม่เป็นที่พึงประสงค์คือร้อนและไม่สวยงาม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ามิตินี้เป็นเรื่องของความเป็นถนนที่โล่งกว้าง ธรรมชาดาไม่มีอะไร ขาดอัตลักษณ์หรือลักษณะที่จะส่งเสริมความเป็นชุมชนศิลปหัตถกรรม ร้อนและน่าเบื่อ แต่เป็นลักษณะทั่วไปที่มีอยู่เป็นส่วนมากของทั้งสามชุมชน (จากการที่อธิบายความแปรเปลี่ยนได้มากที่สุดถึง 24%) ดังนั้นจึงเป็นลักษณะที่พึงควรแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เหมาะสมกับความเป็นชุมชนศิลปหัตถกรรม และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว

มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต

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

การผลิตภายนครวัวเรือนที่ไม่มีส่วนขาย ซึ่งในประเภทที่เป็นส่วนผลิตอย่างเดียวจะอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ได้เป็นลักษณะอาคารสาธารณะล้อมมิดชิด อย่างไรก็ตาม ส่วนผลิตในกลุ่มภพนี้ทั้งหมดจะมีลักษณะของบริเวณที่อยู่ในภัยใต้หลังคา หรือกึ่งภัยในอาคาร โดยองค์ประกอบหลักที่เด่นที่สุดจะเป็นภาพบุคคลที่กำลังทำกิจกรรมการผลิตสินค้า และพื้นที่ในการผลิต นอกจากนั้นยังมีอุปกรณ์ประกอบ ได้แก่ โต๊ะนั่งทำงาน โต๊ะยืนทำงาน พื้นที่นั่งทำงานบนพื้น และพื้นที่จัดวางสิ่งของ ทั้งสินค้าที่กำลังผลิต ได้แก่ ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเขิน ภาชนะระดับชาช และกระดาษสา และวัสดุอื่นๆ ที่ใช้ในการผลิต องค์ประกอบอาคารเป็นพื้นที่ร่วมสำหรับทำงาน เช่น เสาอาคาร ชายคา บันไดบ้าน ภาพโดยรวมมีองค์ประกอบขนาดเล็กจำนวนมาก หลากหลาย ซับซ้อน ดูค่อนข้างรกราก ลักษณะมุ่งมองของภาพค่อนข้างดีน ไม่เปิดกว้าง ส่วนใหญ่จะเป็นภาพที่ถ่ายจากระยะใกล้

ภาพทั้งหมดในมิติที่ 2—กิจกรรมการผลิต นี้ได้ถูกรวบรวม และเรียงตามค่าของ Factor Loading เพื่อวิเคราะห์ลักษณะร่วมของมิตินี้ การวิเคราะห์เบื้องต้นขององค์ประกอบร่วมทางกายภาพมีดังนี้

- องค์ประกอบทั่วไป ประกอบด้วยพื้นที่ผลิตสินค้าซึ่งอยู่ในร่ม และองค์ประกอบของอาคารที่ให้ร่มเงาแก่พื้นที่ เช่น ผนัง หลังคา ชายคา เสา บันได
- องค์ประกอบที่มีความร่วมกัน ประกอบด้วย ชั้นวางสินค้า โต๊ะ เก้าอี้ กองวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือสำหรับการผลิตที่ยังไม่ได้ใช้งานขณะที่ถ่ายภาพ
- องค์ประกอบที่มีความร่วมกัน ประกอบด้วย บุคคลผู้ผลิต และสินค้าที่กำลังผลิต และร่มเงาของบริเวณที่ผลิต
- ความหมายนัยตรจะเป็นพื้นที่ผลิตสินค้า

ภาพทั้งหมดรวมทั้งค่า Factor Loading ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.2.3

ตาราง 4.2.3 มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต

มิติที่ 02: กิจกรรมการผลิต

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