



การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท:
แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์

โดย

นางสาวภัสสร วรวงษ์วิวัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท:
แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์

โดย

นางสาวภัสสร วรวงษ์วิวัฒน์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FOREIGN TOURISTS' PERCEPTION OF RESORT ARCHITECTURE:
VERNACULAR AND APPLIED THAI

BY

MISS PATSORN VORRAWONGWIWAT



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARCHITECTURE
ARCHITECTURE
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวภััสสร วรวงษ์วิวัฒน์

เรื่อง

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท:
แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก



(ศาสตราจารย์ ดร. วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(อาจารย์ ดร. สาธิตา สกุรัตน์กุลชัย)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ เฉลิมวัฒน์ ตันตสวัสต์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมริสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์
ชื่อผู้เขียน	นางสาวภัศรา วรวงษ์วิวัฒน์
ชื่อปริญญา	สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ศาสตราจารย์ ดร. วิมลสิทธิ์ ทรยางกูร
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมริสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์” มีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ของริสอร์ทกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิอาศัยแบบในการจัดบันทึกข้อมูลสำหรับการสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารโครงการริสอร์ท และแบบสอบถามสำหรับการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากการศึกษาและค้นคว้าจากการทบทวนวรรณกรรม ตำรา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติโดยการใช้ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ โดยการใช้ Chi-square และpaired t-test ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย จากการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มตัวอย่าง ที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 127 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป เพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 39 ปี สถานะโสด และมีอาชีพอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปะหรือการออกแบบ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชื่นชอบและมีการรับรู้รูปแบบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมากกว่าไทยประยุกต์ มีความแตกต่างในการรับรู้ลักษณะนามธรรมในเรื่องความเบา/ ลอย และความโปร่ง/ โล่ง แต่ไม่มีความแตกต่างในเรื่องความร่มรื่น/ เย็นสบาย ความชื่นชอบ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้สถาปัตยกรรมริสอร์ทในเชิงรูปแบบและวัสดุ

(2)

ผลการวิจัยสามารถนำไปกำหนดรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

คำสำคัญ: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว, สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น, สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์



Thesis Title	FOREIGN TOURISTS' PERCEPTION OF RESORT ARCHITECTURE: VERNACULAR AND APPLIED THAI
Author	Miss Patsorn Vorrawongwiwat
Degree	Master of Architecture
Major Field/Faculty/University	Architecture Architecture and Planning Thammasat University
Thesis Advisor	Professor Vimolsiddhi Horayangkura, Ph.D.
Academic Years	2015

ABSTRACT

The thesis topic on “Foreign Tourists’ Perception of Resort Architecture: Vernacular and Applied Thai” is intended to analyse the relationship between the foreign tourists’ perception of vernacular and applied Thai architecture. Primary data were collected, through the interview regarding project management of the resort and the use of questionnaire regarding tourists’ perception of architectural style. Secondary data were obtained from studies of literature, publication, online data source and related research. Analysis of tourist information was made by using frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis concerning relationship between preferences and perception of concrete dimension was tested using Chi-square and the perception of abstract dimension was tested using paired t-test. Data from foreign tourist sample of 127 people at Chiang Mai province show that most of them are European, female, aged between 20 – 39 years, single and occupation not related to art or design. The result of research reveals that the preference and perception of resort architecture is focussed on vernacular rather than applied Thai. There are differences in perception of resort architecture about lightness/ buoyancy and transparency/ spaciousness but there are no differences in shadiness/ coolness. Preferences relate to the perception of resort

architecture, regarding form and material. The result of research can be used as a guide to determine the appropriate architectural style of resort that reflects perception of target group.

Keywords: Tourists' Perception, Vernacular Architecture, Applied Thai Architecture



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องจากได้รับการชี้แนะที่เป็นประโยชน์จากกรรมการวิทยานิพนธ์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้ทุกท่าน ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร. วิมลสิทธิ์ หรยางกูร ที่เป็นกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คอยให้ความรู้ คำปรึกษา คำชี้แนะ ช่วยตรวจสอบความถูกต้องในงานวิจัย นอกจากนี้ยังเป็นบุคคลต้นแบบ และเป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมไทยของศิษย์เสมอมา รองศาสตราจารย์ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ ที่เป็นกรรมการและประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ในงานวิจัย อาจารย์ ดร. สาธิตา สกุรัตน์กุลชัย ที่เป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ให้คำปรึกษา และให้คำแนะนำในงานวิจัยนี้

หากผลการศึกษานี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงแก้ไขในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

นางสาวภััสสร วรวงษ์วิวัฒน์

สารบัญ

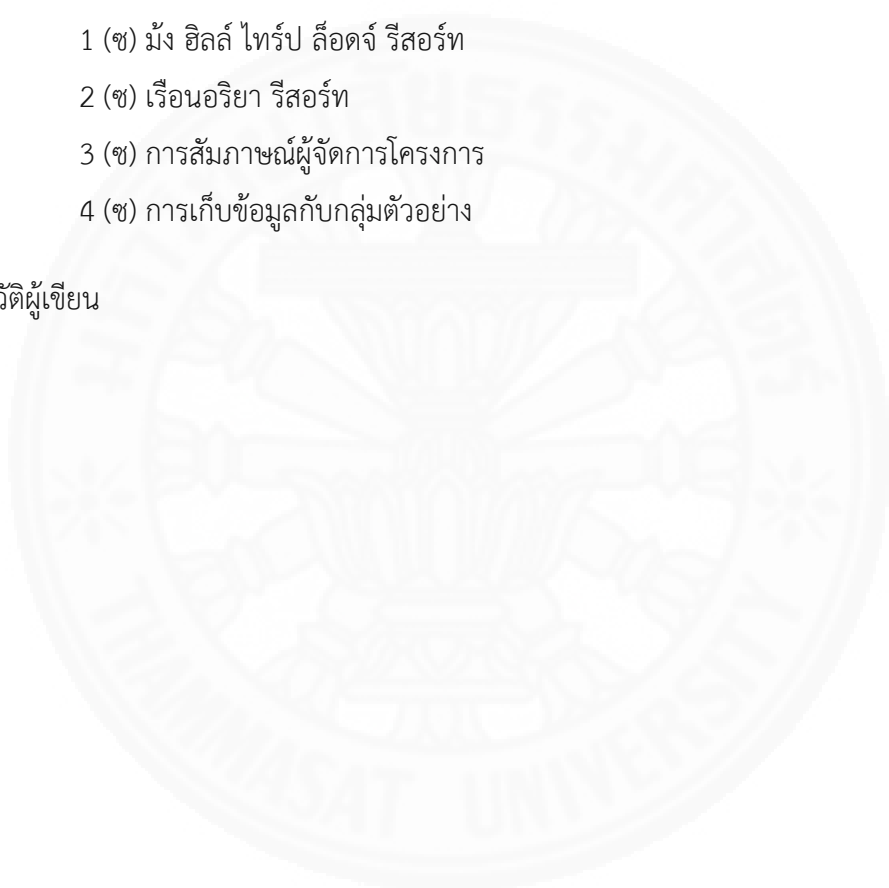
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.1.1 ความสำคัญด้านศิลปะและสถาปัตยกรรม	1
1.1.2 ความสำคัญของรีสอร์ท	2
1.1.3 ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	2
1.1.4 ความสำคัญด้านความชื่นชอบ และการรับรู้ในงานสถาปัตยกรรม	3
1.1.5 ความสำคัญของงานวิจัย	4
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	5
1.3 ระเบียบวิธีการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	7
1.4.1 เนื้อหา	7
1.4.2 พื้นที่ในการศึกษาวิจัย	7
1.4.3 กรณีศึกษา	8
1.4.4 ประชากร	9
1.4.5 กลุ่มตัวอย่าง	10
1.5 ระยะเวลาดำเนินการทำวิทยานิพนธ์	10
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	10
1.6.1 รูปแบบสถาปัตยกรรม	10

1.6.2	เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะรูปธรรม	11
1.6.3	เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะนามธรรม	11
1.6.4	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	11
1.6.5	ความชื่นชอบ	11
1.6.6	การรับรู้	11
1.6.7	ระดับการรับรู้	12
1.6.8	ลักษณะทางกายภาพ	12
1.7	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	12
บทที่ 2	วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1	แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	13
2.1.1	สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	13
2.1.2	ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	13
2.2	แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	14
2.2.1	สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	14
2.2.2	ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	14
2.3	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	15
2.3.1	ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	15
2.3.2	กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว	15
2.3.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว	17
2.3.4	ลักษณะของนักท่องเที่ยว	18
2.4	แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมความชื่นชอบ	19
2.4.1	ความชื่นชอบ	19
2.5	แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้	20
2.5.1	การเลือกรับรู้ของนักท่องเที่ยว	20
2.5.2	การรับรู้ในลักษณะรูปธรรม	21
2.5.3	การรับรู้ในลักษณะนามธรรม	23
2.6	บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24

บทที่ 3 วิธีการวิจัย	27
3.1 คำถามวิจัย	27
3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	28
3.3 สมมติฐานการวิจัย	29
3.3.1 สมมติฐานที่ 1	29
3.3.2 สมมติฐานที่ 2	29
3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ	30
3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ	31
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
3.5.1 รูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
3.5.2 การสร้างเครื่องมือวิจัย	33
3.6 การวิเคราะห์และแปรผลข้อมูล	33
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูล	33
3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในการทดสอบสมมติฐาน	34
3.7 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	34
3.7.1 กำหนดขอบเขตงานวิจัย	34
3.7.2 สร้างเครื่องมือวิจัยขั้นที่ 1 (แบบฟอร์มในการบันทึกข้อมูล)	34
3.7.3 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลครั้งที่ 1 (รูปภาพและการพรรณนา)	35
3.7.4 การกำหนดดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรม	36
3.7.5 การสร้างเครื่องมือวิจัยขั้นที่ 2 (แบบสอบถาม)	37
3.7.6 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลครั้งที่ 2 (ข้อมูลเชิงสถิติ)	37
3.7.7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล	37
3.7.8 สรุปผลและเสนอแนะ	37
บทที่ 4 ผลการวิจัย	38
4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	38
4.2 ความชื่นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	39
4.3 การรับรู้สถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	40

	(9)
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะ รูปธรรม	43
4.5 การรับรู้ความแตกต่างระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ ในลักษณะนามธรรม	46
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	48
5.1 สรุปผลการวิจัย	48
5.1.1 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	48
5.1.2 การรับรู้สถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	48
5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะ รูปธรรม	50
5.1.4 การรับรู้ความแตกต่างระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ใน ลักษณะนามธรรม	50
5.2 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย	52
5.2.1 สำหรับการนำผลวิจัยไปใช้	52
5.2.2 สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป	53
รายการอ้างอิง	55
ภาคผนวก	59
ภาคผนวก ก ภาพประกอบ	60
1 (ก) เอกลักษณ์ความเป็นไทย	60
2 (ก) รูปแบบสถาปัตยกรรมไทยในรีสอร์ท	60
ภาคผนวก ข ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย	61
ภาคผนวก ค ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่	67
ภาคผนวก ง เครื่องมือวิจัยขั้นที่ 1	71
1 (ง) แบบฟอร์มในการบันทึกข้อมูล	72
2 (ง) แบบสัมภาษณ์	77
ภาคผนวก จ เครื่องมือวิจัยขั้นที่ 2	81
1 (จ) แบบสอบถาม	82
2 (จ) ภาพประกอบการสอบถาม	86

	(10)
ภาคผนวก ฉ การจัดการข้อมูลปฐมภูมิ	87
1 (ฉ) การจำแนกประเภทและการกำหนดเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของข้อมูล	87
2 (ฉ) เกณฑ์ในการกำหนดอันตรายภาคชั้น	89
ภาคผนวก ช ผลและสรุปผลสำหรับการเสนอแนะงานวิจัย	90
1 (ช) ผลสำหรับการเสนอแนะงานวิจัย	90
2 (ช) สรุปผลสำหรับการเสนอแนะงานวิจัย	97
ภาคผนวก ซ ประมวลภาพถ่าย	101
1 (ซ) มัง ฮิลล์ ไทร์ป ลีตดจ์ รีสอร์ท	101
2 (ซ) เรือนอริยา รีสอร์ท	102
3 (ซ) การสัมภาษณ์ผู้จัดการโครงการ	103
4 (ซ) การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง	103
ประวัติผู้เขียน	105



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	9
1.2	10
2.1	26
3.1	31
4.1	39
4.2	39
4.3	40
4.4	41
4.5	41
4.6	42
4.7	42
4.8	43
4.9	44
4.10	45
4.11	47
5.1	51
5.2	51
1.1 (ข)	61
1.2 (ข)	62
1.3 (ข)	65

1.4 (ข)	มูลค่า GDP ภาคบริการ สาขาโรงแรมและภัตตาคาร พ.ศ. 2550 - 2557	66
1.1 (ค)	ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ปรากฏต่อสากล	68
1.2 (ค)	การจัดอันดับเมืองที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจมากที่สุด	69
1.1 (ฉ)	แสดงตัวแปร ประเภทของข้อมูล และเกณฑ์การแบ่งกลุ่มข้อมูล ของคำถาม ส่วนที่ 1	87
1.2 (ฉ)	แสดงตัวแปร ประเภทของข้อมูล และเกณฑ์การแบ่งกลุ่มข้อมูล ของคำถาม ส่วนที่ 2	88
2.1 (ฉ)	เกณฑ์ในการกำหนดอันตรายภาคขึ้น	89
1.1 (ช)	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และความชื่นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	90
1.2 (ช)	ความชื่นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง	91
1.3 (ช)	ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรม	92
1.4 (ช)	การรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง	93
1.5 (ช)	การรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง	93
1.6 (ช)	การรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และลักษณะเพศของกลุ่มตัวอย่าง	94
1.7 (ช)	ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรม	95
1.8 (ช)	การรับรู้ความเบา/ ลอยในสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง	96
1.9 (ช)	การรับรู้ความเบา/ ลอยในสถาปัตยกรรม และลักษณะเพศของกลุ่มตัวอย่าง	97
2.1 (ช)	สรุปความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	97
2.2 (ช)	สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	98
2.3 (ช)	สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรม และลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	99
2.4 (ช)	สรุปค่าความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติ และเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อความชื่นชอบ และการรับรู้สถาปัตยกรรม	100

สารบัญญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	ส่วนแบ่งการตลาดโครงการธุรกิจที่พักแรมในประเทศไทย ปี 2558	2
1.2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2551-2558	3
1.3	ระเบียบวิธีการวิจัย	6
1.4	มั่ง ฮิลล์ ไทร์ป ลีตจ้ รีสอร์ท	9
1.5	เรื่อนอริยา รีสอร์ท	9
2.1	โมเดลความสัมพันธ์การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	16
2.2	ลำดับความสัมพันธ์ของตัวแปร ที่ทำให้เกิดทัศนคติ ทั้ง 3 รูปแบบ	19
2.3	ความสัมพันธ์ระหว่างโมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	25
3.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	28
3.2	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในสมมติฐานที่ 1	29
3.3	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในสมมติฐานที่ 2	29
3.4	สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของทาโร่ ยามาเน่	31
5.1	แสดงการเปรียบเทียบความชื่นชอบ และการรับรู้ระหว่างสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่น และแบบไทยประยุกต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	49
5.2	แสดงสัดส่วนการรับรู้องค์ประกอบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	50
1.1 (ก)	สิริอำพัน บุติก รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดเชียงใหม่	60
1.2 (ก)	ฮอลิเดย์ อินน์ รีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต	60
1.3 (ก)	อมารี โวก หาดทับแขก จังหวัดกระบี่	60
2.1 (ก)	ซิกซ์เซนส์ ไฮด์อเวย์ เกาะยาวนาน้อย จังหวัดพังงา	60
2.2 (ก)	รอยัล ลันตา รีสอร์ท แอนด์ สปา เกาะลันตา จังหวัดกระบี่	60

1.1 (ข)	ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในด้านการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว	63
1.2 (ข)	สัดส่วนโครงสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศไทยภาคบริการภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรม	66
1.1 (ค)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2557-เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559	67
1.2 (ค)	รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 - เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559	68
1.3 (ค)	อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 - เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559	70
1.1 (จ)	สถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่น (Type A)	86
1.2 (จ)	สถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบไทยประยุกต์ (Type B)	86
1.1 (ช)	ป้ายชื่อโครงการ	101
1.2 (ช)	บริเวณพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ สระว่ายน้ำ และลานเอนกประสงค์	101
1.3 (ช)	บ้านพักภายในโครงการ	101
1.4 (ช)	บ้านพักภายในโครงการ	101
1.5 (ช)	ภายในบ้านพักของโครงการ	101
1.6 (ช)	ภายในห้องพักของโครงการ	101
2.1 (ช)	ป้ายชื่อโครงการ	102
2.2 (ช)	ซุ้มทางเข้าโครงการ	102
2.3 (ช)	บ้านพักของโครงการ	102
2.4 (ช)	บ้านพักของโครงการ	102
2.5 (ช)	บรรยากาศภายในห้องพัก	102
2.6 (ช)	บริเวณสระว่ายน้ำของโครงการ	102
3.1 (ช)	คุณไสถณ ฉัตรนันทเวช	103
3.2 (ช)	คุณนงศราญ ม่วงใจ	103
4.1-4.4 (ช)	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม	103
4.5-4.10 (ช)	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม	104

บทที่ 1

บทนำ

ในงานวิจัยเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรม รีสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ ในส่วนของบทนำสามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา
2. วัตถุประสงค์การวิจัย
3. ระเบียบวิธีการวิจัย
4. ขอบเขตการวิจัย
5. ระยะเวลาดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
6. คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1.1 ที่มาและความสำคัญ

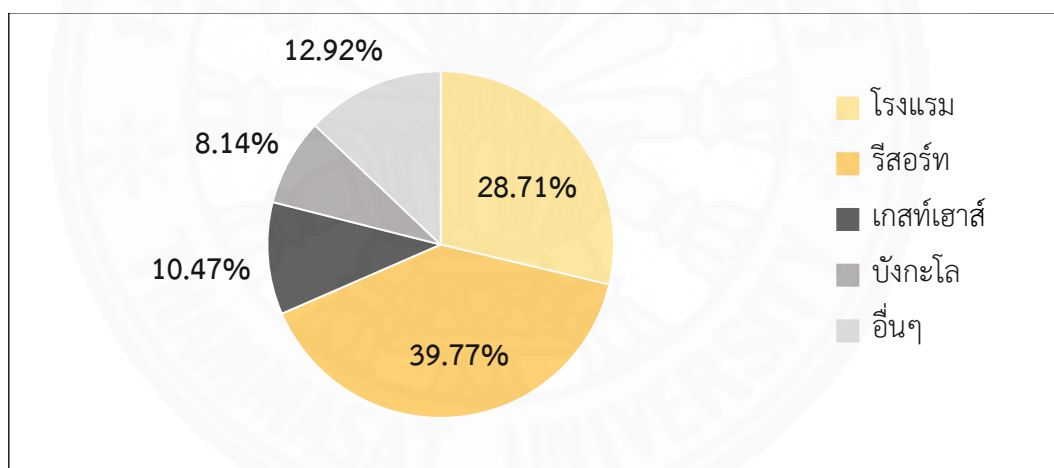
1.1.1 ความสำคัญด้านศิลปะสถาปัตยกรรม

ในปัจจุบันธุรกิจสถานที่พักผ่อนหันมาให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ความเป็นไทยมากขึ้น สังเกตได้จากการนำเสนอเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยผ่านทางการออกแบบเพื่อสร้างประสบการณ์และการรับรู้ของผู้เข้าพัก ให้สามารถรับรู้ได้ถึงภาพลักษณ์ความเป็นไทย ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบอาคารที่พักด้วยรูปแบบของสถาปัตยกรรมไทย (ภาคผนวก ก ภาพที่ 1.1) การตกแต่งพื้นที่ภายในอาคารเพื่อสร้างบรรยากาศความเป็นไทย (ภาคผนวก ก ภาพที่ 1.2) การประดับประดาด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ของอาคารที่แสดงถึงความเป็นไทย (ภาคผนวก ก ภาพที่ 1.3) รวมไปถึงจิตรกรรมไทย และประติมากรรมไทยที่วางเรียงรายและประดับอยู่ตามโถงทางเดิน หรือพื้นที่ต่าง ๆ ภายในโครงการ ทุกสิ่งทุกอย่างมาข้างต้นนั้น มีส่วนในการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมที่อยู่อาศัยแบบไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555 – 2559 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) ที่เน้นการให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ความเป็นไทย และสนับสนุนให้ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นำอัตลักษณ์ความเป็นไทยมาเป็นจุดขาย เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาพลักษณ์ความเป็นไทย

1.1.2 ความสำคัญของรีสอร์ท

หากกล่าวถึงธุรกิจสถานที่พักผ่อนในประเทศไทยถือว่าธุรกิจรีสอร์ทเป็นธุรกิจสถานที่พักผ่อนที่มีจำนวนโครงการมากที่สุดในส่วนแบ่งการตลาดที่พักทั้งหมดของประเทศไทย ซึ่งมีมากถึง 5,819 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 39.77 (ภาพที่ 1.1) และยังมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนรายได้ให้เข้าสู่ประเทศ รัฐบาลจึงได้มีการสนับสนุนให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนช่วยกันพัฒนาธุรกิจ และยังผลักดันให้ทุกฝ่ายให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งในที่นี่ก็คือธุรกิจรีสอร์ท ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ความเป็นไทย (กรมการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

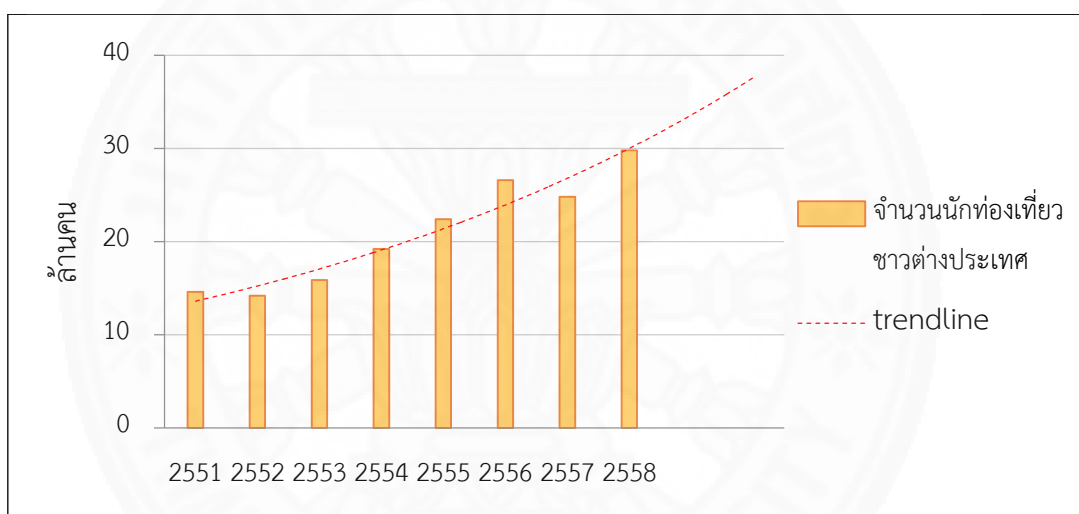


ภาพที่ 1. 1 ส่วนแบ่งการตลาดโครงการธุรกิจที่พักในประเทศไทย ปี 2558. จากศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

1.1.3 ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 9 ของโลก (อันดับที่ 3 ของเอเชีย) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 14 ของโลก (อันดับที่ 4 ของเอเชีย) (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ข) จากข้อมูลสถิติพบว่าในปี พ.ศ. 2551-2557 ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อยู่ที่ร้อยละ 18 ต่อปี มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเพิ่มขึ้นในทุกปี และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้อาจเพราะเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในยุคปัจจุบันที่มีการกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อาทิ การแก้ปัญหาหมักคูกเทศก์เถื่อน เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเกิดความมั่นใจที่จะท่องเที่ยวในประเทศไทยกันมากขึ้น จากรายงานสถานการณ์สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ระบุว่าอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2558 นั้นเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 28.5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า ในไตรมาสที่ 3 ปี 2558 (ภาพที่ 1.2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างสูง มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงทางการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP: TDGDP) ประมาณ 5.45 เมื่อเทียบกับ GDP ของประเทศ และมีดุลการท่องเที่ยวเกินดุลถึง 284.22 ล้านบาท



ภาพที่ 1. 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2551 – 2558. จากกรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

1.1.4 ความสำคัญด้านความชื่นชอบและการรับรู้ในงานสถาปัตยกรรม

ธุรกิจรีสอร์ทกลายเป็นทางเลือกที่นำลงทุนอีกทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการสถานที่พักผ่อน หรือนักพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ จากข้อมูลการเติบโตของธุรกิจภาคอุตสาหกรรม จึงมีแนวโน้มว่าจะมีการขยายตัวของธุรกิจสถานที่พักผ่อนในระดับที่ค่อนข้างสูง รูปแบบทางสถาปัตยกรรมเป็นส่วนที่สำคัญส่วนหนึ่งซึ่งเป็นกลไกในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเนื่องจากสถาปัตยกรรมไทยนั้นสามารถแสดงออกถึงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของความเป็นไทย เป็นจุดขายที่จะนำมาสร้างความประทับใจ (impression) ต่อนักท่องเที่ยว หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากใน

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจในรูปแบบสถาปัตยกรรมมากขึ้น ตามกระแสนิยมในการท่องเที่ยว (ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์, 2556, หน้า 45) ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติตามกระแสสังคมหรือทัศนคติความชื่นชอบส่วนตัว ต่างก็มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่จากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านความบันเทิง ศิลปวัฒนธรรม และสัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในความสวยงามและเอกลักษณ์ของประเทศ (พงศธร จันทรวิโรจน์ และ ณิช กุสิษฐ์, 2554, หน้า 38)

การออกแบบสถาปัตยกรรมไทยในรีสอร์ทนั้นควรคำนึงถึง ทั้งในเชิงการรับรู้รูปธรรม และในเชิงนามธรรม (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2553, หน้า 9) เนื่องจากผู้เข้าพักจะได้รับประสบการณ์ และความประทับใจต่อเอกลักษณ์ความเป็นสถาปัตยกรรมไทยที่ครบถ้วน การนำเอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยมาถ่ายทอดใหม่มีอยู่ 4 ระดับด้วยกัน ได้แก่ การจำลองต้นแบบอย่างเลือกสรร การรักษาลักษณะสำคัญ การเลือกใช้สัญลักษณ์ไทยในบางส่วน และการตีความใหม่ (สันต์ สุวัจนราภินันท์, ทวีศักดิ์ เกียรติวิระศักดิ์, และ รัฐธนา ฤทธิศร, 2555, หน้า 92-93)

รูปแบบของสถาปัตยกรรมไทยที่พบเห็นได้ทั่วไปของรีสอร์ทในประเทศไทยมีรูปแบบหลัก ๆ อยู่ 2 รูปแบบได้แก่ รูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น (ภาคผนวก ก ภาพที่ 2.1) (Thai Vernacular Architecture Style) ที่จำลองมาจากรูปแบบเรือนอยู่อาศัยของชาวบ้าน เพื่อให้ผู้เข้าพักสามารถสัมผัสกับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ด้วยบรรยากาศและสถาปัตยกรรมที่อยู่อาศัยที่คล้ายคลึงกับวิถีชีวิต หรือวัฒนธรรมของท้องถิ่น แต่ก็แฝงด้วยความสะดวกสบาย และความทันสมัยในอุปกรณ์และการบริการ รูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ (ภาคผนวก ก ภาพที่ 2.2) (Applied Thai Architecture Style) เป็นการถ่ายทอดข้อมูลโดยการนำเอกลักษณ์หรือองค์ประกอบบางส่วนที่มีความโดดเด่นจากสถาปัตยกรรมไทยเดิม เพื่อเป็นตัวแทนในการแสดงออกถึงความเป็นสถาปัตยกรรมไทย

ผู้ประกอบการควรศึกษาและทำความเข้าใจทั้งในเชิงธุรกิจและในเชิงรูปแบบสถาปัตยกรรมของโครงการเพื่อทราบถึงความชื่นชอบและระดับความสามารถในการรับรู้ในสถาปัตยกรรมไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการตอบโจทย์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.1.5 ความสำคัญของงานวิจัย

จากข้อสงสัยที่ว่ารูปแบบของสถาปัตยกรรมที่มีความแตกต่างกันนั้นจะสามารถสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่แตกต่างกันออกไป จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์

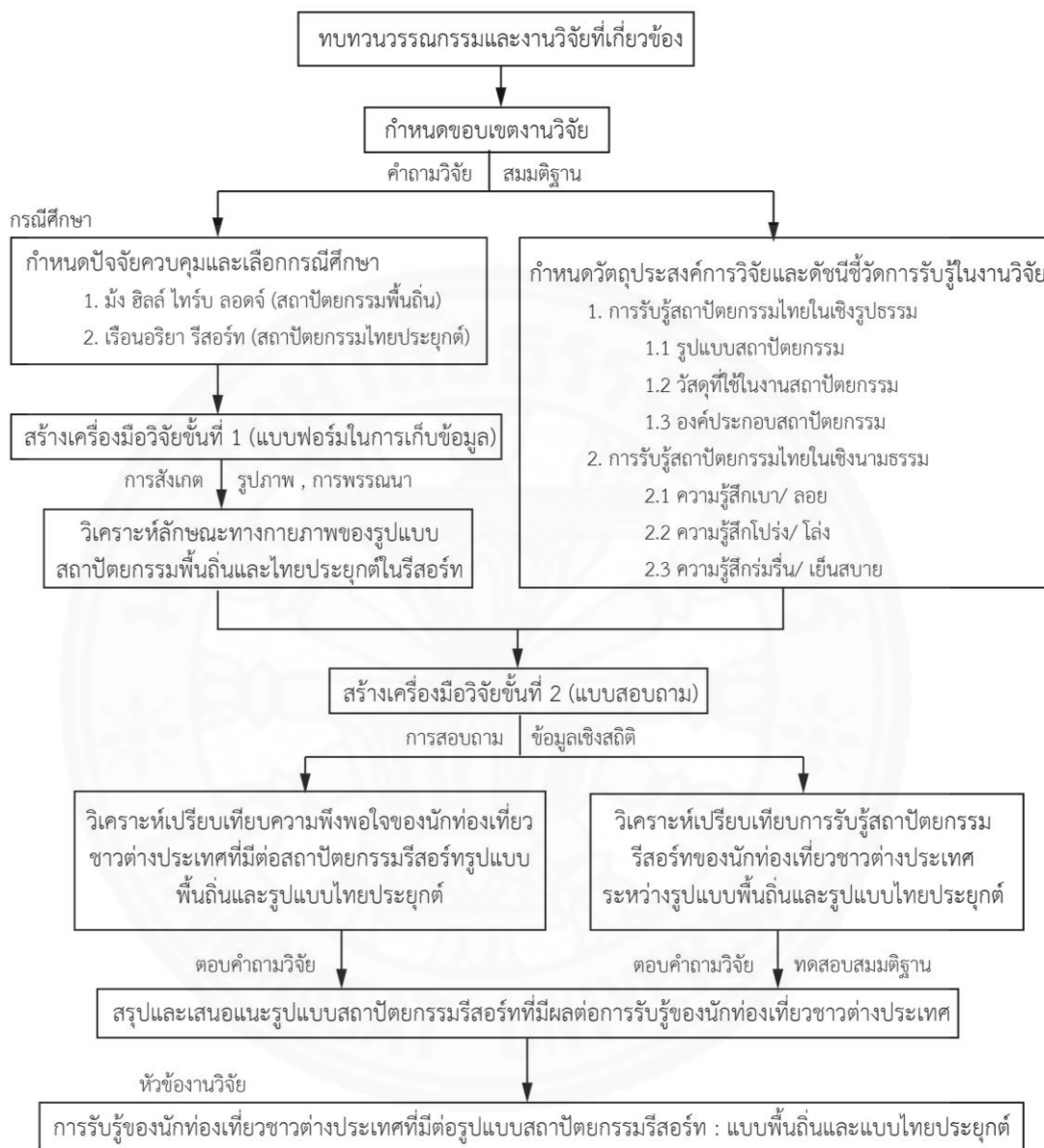
เนื่องจากในปัจจุบันการศึกษาคุณค่าของธุรกิจสถานที่พักผ่อนส่วนใหญ่จะเป็น การศึกษาในด้านการบริการ และยังไม่มีการศึกษาทางด้านสถาปัตยกรรมโดยเฉพาะ ผู้วิจัยจึงต้องการ ที่จะศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดการรับรู้ในเชิงสถาปัตยกรรม เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบสถาปัตยกรรมไทยของรีสอร์ทกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยที่ผู้วิจัยได้ กำหนดตัวชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรมจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และไทยประยุกต์ ร่วมกับการศึกษาทฤษฎีทางจิตวิทยาและหลักการตลาดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยชิ้นนี้จะมีประโยชน์สำหรับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจ รีสอร์ทซึ่งได้แก่ เจ้าของกิจการ สถาปนิก ผู้ออกแบบ และนักวิจัยการตลาด โดยสามารถนำข้อมูลไป ใช้ประกอบการวางแผนในโครงการธุรกิจ และผู้ที่มีความสนใจหรือนักวิจัยรุ่นต่อไปสามารถนำไป ศึกษาและต่อยอดได้ในอนาคต เพื่อเพิ่มระดับคุณค่าทางสถาปัตยกรรมให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์
2. ศึกษาการรับรู้ลักษณะรูปธรรมในสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่น และแบบไทยประยุกต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
3. ศึกษาการรับรู้ลักษณะนามธรรมในสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่น และแบบไทยประยุกต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
4. วิเคราะห์เปรียบเทียบและเสนอแนะการรับรู้สถาปัตยกรรม รีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศระหว่างรูปแบบพื้นถิ่นและรูปแบบไทยประยุกต์

1.3 ระเบียบวิธีการวิจัย



ภาพที่ 1.3 ระเบียบวิธีการวิจัย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 เนื้อหา

1.4.1.1 รูปแบบสถาปัตยกรรมไทยของรีสอร์ท

- (1) สถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่น
- (2) สถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์

1.4.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

- (1) ความชื่นชอบในรูปแบบของสถาปัตยกรรมรีสอร์ท
- (2) พฤติกรรมการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมของรีสอร์ท

1.4.2 พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาและสำหรับเก็บข้อมูลคือ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และมีมาตรฐานการบริการในระดับสากล สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ค) มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ชัดเจน สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในระดับที่สูงมาก

นอกจากนี้แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ที่ 4 ปี พ.ศ. 2558–2561 (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ ร่วมกับคณะอนุกรรมการ) ยังมุ่งพัฒนา และผลักดันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจสถานที่พักแรม ธุรกิจสินค้าที่ระลึก เพื่อให้ภาคธุรกิจเหล่านั้นให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของวัฒนธรรม ช่วยส่งต่อประสบการณ์อันดีงามพร้อมทั้งสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้มาเยือน เพื่อเป็นการกระจายฐานกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์สัมผัสกับวัฒนธรรมความเป็นไทย พร้อมกับการรักษาฐานนักท่องเที่ยวเดิมให้ยังคงความรู้สึกที่ดีต่อภาพลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งนี้เพื่อเตรียมการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

1.4.3 กรณีศึกษา

1.4.3.1 ปัจจัยควบคุมกรณีศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยควบคุมในการวิจัยและเลือกกรณีศึกษาโดยการกำหนดปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางกายภาพของสถาปัตยกรรมทั้งหมด ยกเว้นปัจจัยด้านรูปแบบทางสถาปัตยกรรมเพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกรณีศึกษาดังนี้

- (1) เป็นโครงการรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ (รูปแบบละ 1 โครงการ)
- (2) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กัน
- (3) ระดับการให้บริการของรีสอร์ททั้งสองโครงการอยู่ในระดับเดียวกัน
- (4) กลุ่มเป้าหมายหลักของรีสอร์ททั้ง 2 โครงการ เป็นกลุ่มเดียวกัน
- (5) ราคาเฉลี่ยห้องพักมาตรฐานต่อคืน ของรีสอร์ททกรณีศึกษาต้องมีความใกล้เคียงกัน

1.4.3.2 ผลจากการพิจารณกรณีศึกษา

จากการพิจารณาตามเกณฑ์ข้างต้น (ตารางที่ 1.1) จึงได้กรณีศึกษาสำหรับการศึกษาวิจัย 2 โครงการดังนี้

- (1) มัง ฮิลล์ ไทโรป ลีตดจ์ เป็นรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่นที่จำลองรูปแบบบ้านพักมาจากเรือนพื้นถิ่นของชาวมัง (ภาพที่ 1.4)
- (2) เรือนอริยา รีสอร์ท เป็นรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์เน้นรูปลักษณ์ภายนอกให้มีความเป็นสถาปัตยกรรมไทย (ภาพที่ 1.5)

ตารางที่ 1.1

เปรียบเทียบปัจจัยควบคุมระหว่างกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการ

ปัจจัยควบคุม	มัง ฮิลล์ ไทรป ลีตจ้ รีสอร์ท	เรื่อนอริยา รีสอร์ท
ที่ตั้งโครงการ	111 หมู่ 4 ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่	298 หมู่ 1 ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
รูปแบบสถาปัตยกรรม	สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์
จำนวนห้องพัก	40 ห้องพัก	11 ห้องพัก
ราคาห้องพักมาตรฐาน	3,000 – 6,000 บาท/ คืน	2,500 – 5,700 บาท/ คืน
ราคาเฉลี่ยต่อคืน	4,500 บาท/ คืน	4,100 บาท/ คืน
ระดับการให้บริการ	3 ดาว	3 ดาว



ภาพที่ 1. 4 มัง ฮิลล์ ไทรป ลีตจ้ รีสอร์ท



ภาพที่ 1. 5 เรื่อนอริยา รีสอร์ท

1.4.4 ประชากร

ประชากรในงานวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้เข้าพักในรีสอร์ทที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองแห่ง และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1.4.5 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของกลุ่มประชากร ผู้วิจัยจึงใช้สุทธ
คํานวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของทาโร่ ยามาเน่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2538)

1.5 ระยะเวลาดำเนินการทำวิทยานิพนธ์

ผู้วิจัยได้เริ่มทำการศึกษา และดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558
จนแล้วเสร็จเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559 มีการกำหนดช่วงเวลาในการทำวิทยานิพนธ์เป็น 6 ช่วงเวลา
หลัก ๆ (ตารางที่ 1.2) ดังนี้

ตารางที่ 1.2

ระยะเวลาดำเนินการทำวิทยานิพนธ์

ช่วงเวลาในการดำเนินการ	ขั้นตอนดำเนินการทำวิทยานิพนธ์
23 ธันวาคม พ.ศ. 2558	สอบหัวข้อวิทยานิพนธ์ (thesis proposal examination)
8 – 9 มีนาคม พ.ศ. 2559	ลงพื้นที่สำรวจกรณีศึกษา และเก็บข้อมูลเบื้องต้น
11 – 14 มีนาคม พ.ศ. 2559	ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครั้งที่ 1
6 – 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2559	ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครั้งที่ 2
1 มิถุนายน พ.ศ. 2559	สอบความก้าวหน้าวิทยานิพนธ์ (thesis progress examination)
24 มิถุนายน พ.ศ. 2559	สอบจบวิทยานิพนธ์ (thesis final examination)

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1.6.1 รูปแบบสถาปัตยกรรม

รูปแบบสถาปัตยกรรม (architecture style) ที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้หมายถึง
รูปแบบทางสถาปัตยกรรมไทยในรีสอร์ท 2 รูปแบบ คือ สถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่นและสถาปัตยกรรม
แบบไทยประยุกต์ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากรีสอร์ท ระดับ 3 ดาว ที่เป็นกรณีศึกษาบริเวณ
ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย ทั้ง 2 โครงการ

1.6.2 เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะรูปธรรม

เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะรูปธรรม (concrete identity of Thai architecture) ประกอบไปด้วย 3 ประการ ได้แก่ รูปแบบสถาปัตยกรรม วัสดุที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรม และองค์ประกอบสถาปัตยกรรม

1.6.3 เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะนามธรรม

เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะนามธรรม (abstract identity of Thai architecture) ประกอบไปด้วย 3 ประการ ได้แก่ ความรู้สึกเบา/ ลอย ความรู้สึกโปร่ง/ โล่ง และความรู้สึกร่มรื่น/ เย็นสบาย

1.6.4 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (foreign tourists) ที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผู้ตัดสินใจเลือกเข้าพักในรีสอร์ต ระดับ 3 ดาว ทั้ง 2 แห่งบริเวณตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1.6.5 ความชื่นชอบ

ความชื่นชอบ (preference) ที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้หมายถึง ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ตแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์

1.6.6 การรับรู้

การรับรู้ (perception) ที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้หมายถึง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อสถาปัตยกรรมรีสอร์ตแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ในลักษณะรูปธรรม และนามธรรม

1.6.7 ระดับการรับรู้

ระดับการรับรู้ (perception level) ที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้หมายถึง ระดับของการรับรู้ หรือสัมผัสได้ถึงดัชนีตัวชี้วัดความเป็นสถาปัตยกรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1.6.8 ลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ (physical) ที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้หมายถึงลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้ภายในบริเวณรีสอร์ท หรือจากการพิจารณาภาพถ่ายของสถานที่

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. เพื่อทราบถึงระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมของรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์
2. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการออกแบบธุรกิจรีสอร์ท ได้แก่ เจ้าของกิจการ สถาปนิก ผู้ออกแบบ นักวิชาการตลาด สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผนในการออกแบบโครงการ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจรีสอร์ท ได้แก่ เจ้าของกิจการ สถาปนิก ผู้ออกแบบ นักวิชาการตลาด สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงธุรกิจเพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
4. เป็นการเสนอแนะรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์สำหรับธุรกิจรีสอร์ทที่เหมาะสมและตรงตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
5. ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องรูปแบบสถาปัตยกรรมของรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์หรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบของรีสอร์ทสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อในอนาคต

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย ซึ่งสามารถจำแนกหัวข้อออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
2. แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความชื่นชอบ
5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
6. บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น

2.1.1 สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น

สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและใช้วัสดุก่อสร้างจากท้องถิ่น (วีระ อินพันทัง, 2554, หน้า 7) และมีความใกล้ชิดกับมนุษย์มาก (ธัญญพร จิตราภิรมย์ และ ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี, 2558, หน้า 19) สามารถแสดงออกถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และเรื่องราวการอยู่อาศัยของบุคคลในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นนั้นเป็นวัตถุหรือหลักฐานทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไปตามแต่ละท้องถิ่นที่อยู่อาศัย (ธัญญพร จิตราภิรมย์ และ ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี, 2558, หน้า 25) และเนื่องจากรูปแบบของสถาปัตยกรรมนั้นเกิดจากการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพความเหมาะสมกับวิถีชีวิต ธรรมชาติ บริบทรอบข้าง (สุรีพรรณ สุปรรณสมบุรณ์, 2553, หน้า 27) จึงทำให้เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมกับสถานที่นั้น ๆ มาก ถือเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ควรค่าแก่การศึกษาและอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป

2.1.2 ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น

ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในเชิงกายภาพที่เห็นได้ชัดคือรูปแบบของหลังคาที่แตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น (อรศิริ ปาณินท์, 2546) ซึ่งขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมและรูปแบบของการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นนั้น ๆ แต่ทุกรูปแบบนั้นมีสิ่งเดียวที่เหมือนกันคือ มีองศาความลาด

ชั้นตั้งแต่ 45 องศาขึ้นไป ทำให้กลายเป็นรูปทรงหลังคาจั่วที่มีความสูงและชันมาก (สุวิทย์ วรรณญาพร, 2540) ถือเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาไทยเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องของการระบายน้ำฝน มีชายคายื่นยาวออกมาปกคลุมส่วนของชานหรือพาไล เพื่อบังแดดและสร้างร่มเงาให้แก่ตัวสถาปัตยกรรม (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ, และ วีระ อินพันทัง, 2558) และวัสดุที่ใช้สำหรับสถาปัตยกรรมนั้นจะเป็นวัสดุที่ได้มาจากธรรมชาติ หรือหาได้จากในท้องถิ่น

อาจกล่าวได้ว่า สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นนั้นจะต้องมีความสอดคล้องไม่แปลกแยกจากบริบทของที่ตั้ง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ท้องถิ่นหรือชุมชน และยังสะท้อนถึงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นออกมา สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นนั้นไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เนื่องจากต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามลักษณะทางกายภาพของสภาพแวดล้อมที่ตั้ง แต่หากสังเกตให้ดีจะสามารถจำแนกรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นได้จากรูปทรง รูปร่าง และรูปแบบการก่อสร้างที่เป็นเสมือนเค้าโครงของรากฐานทางวัฒนธรรมของชนชาติหรือท้องถิ่นนั้น ๆ

2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์

2.2.1 สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์

สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ในปัจจุบันมี 2 ลักษณะได้แก่

1. การประยุกต์แบบเชื่อมโยง เช่น อาคารที่สร้างด้วยวัสดุปูน แต่มีองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมไทย หรือมีการผสมผสานความเป็นไทยเข้าไปเช่น รูปทรง สัดส่วน เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและวัสดุสมัยใหม่ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2554, หน้า 1-19)

2. การประยุกต์แบบตัดต่อ เช่น อาคารก่ออิฐถือปูนที่มีหลังคาจั่วแบบไทย เป็นการนำเอารูปแบบของสถาปัตยกรรมไทยเดิมหรือไทยประเพณีมาประยุกต์เข้ากับสังคมสมัยใหม่ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2553, หน้า 5) ซึ่งทำให้ในบางครั้งเกิดความไม่กลมกลืนในรูปแบบของสถาปัตยกรรม อาทิ การลดทอนจนเกิดเป็นความเรียบง่ายตามรูปแบบของอาคารสมัยใหม่ ประยุกต์เข้ากับเครื่องบนของเรือนไทยที่มีองค์ประกอบค่อนข้างละเอียดและซับซ้อน จึงทำให้รูปแบบทั้งสองนั้นมีความขัดแย้งกัน ทำให้เกิดความรู้สึกที่ไม่กลมกลืน

2.2.2 ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์

สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์พัฒนาการมาจากสถาปัตยกรรมไทยประเพณีที่ลดทอนรายละเอียดในงานสถาปัตยกรรมให้น้อยลง เป็นการลดระดับความอ่อนช้อยลงแต่เพิ่มระดับความแข็งแรงและคงทนให้เพิ่มมากขึ้น หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างอาคารสมัยใหม่ที่ประยุกต์

เอาองค์ประกอบสถาปัตยกรรมไทยเดิมมาเพื่อสร้างเอกลักษณ์ภายนอกของอาคาร แต่ภายในอาคารก็ยังเป็นพื้นที่ใช้สอยตามแบบอาคารสมัยใหม่ (รุ่งนภา ศรีวิเศษศักดิ์, 2553) สถาปัตยกรรมรูปแบบไทยประยุคต์นี้มีจุดเด่นคือทรงหลังคาจั่ว ผสมผสานกับเทคนิคในการก่อสร้างด้วยวัสดุสมัยใหม่ (เชษฐา พลายชุม และ อภินันท์ พงศ์เมธากุล, 2544)

รูปแบบของสถาปัตยกรรมไทยประยุคต์นั้นถือเป็นการสะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ จึงถือว่าเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่พยายามจะอนุรักษ์ความเป็นไทยให้ดำรงอยู่ต่อไปท่ามกลางยุคสมัยที่เปลี่ยนไป แต่ในทางกลับกันการใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทนทานอาจลดทอนความอ่อนโยนและประณีตแบบไทยดั้งเดิมลงไป อาจยังมีสัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นเครื่องแทนความหมายว่านี่คือสถาปัตยกรรมไทย แต่น้ำเสียงหรืออารมณ์ของชาวสารที่ส่งออกไปยังผู้รับนั้นก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (consumer behavior) หมายถึงกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องเกี่ยวข้องกับการเลือก ซื้อ และใช้สินค้าและบริการ และยังรวมถึงความคิดและประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ผ่านทางการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจในการบริโภค ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีการคาดหวังผลลัพธ์เอาไว้ว่าควรจะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ (Schiffman & Wisenblit, 2015)

2.3.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (buying decision process) ของนักท่องเที่ยวเกิดจาก 3 กระบวนการดังนี้ (ภาพที่ 2.1) (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 366-374)



ภาพที่ 2.1 โมเดลความสัมพันธ์การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

หมายเหตุ. ดัดแปลงจาก *Consumer Behaviour*, (p.368), by L. G. Schiffman, and J. L. Wisenblit, 2015, The United States of America: Courier Kendallville.

2.3.2.1 ส่วนข้อมูล (input)

ส่วนประสมทางการตลาดจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการวางแผนสำหรับการสื่อสารข้อมูลสินค้าหรือบริการเพื่อส่งต่อไปยังนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยว

2.3.2.2 ส่วนกระบวนการ (process)

(1) การยอมรับความต้องการ (need recognition) อาจเป็นความต้องการระดับพื้นฐานหรือที่เรียกว่าความจำเป็น (need) หรือความต้องการในระดับที่สูงขึ้นหรือที่เรียกว่าความต้องการหรือความอยาก (want) ในกระบวนการนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวทราบและยอมรับในความต้องการของตนเอง

(2) การแสวงหาทางเลือก (identification of alternatives) หรือการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องก่อนจะตัดสินใจซื้อ ระดับของความพยายามหาข้อมูลมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับระดับความเกี่ยวพัน (involvement level) ซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อนักท่องเที่ยว 4 ประการได้แก่ ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวยังมีต่อผลิตภัณฑ์ และราคาของผลิตภัณฑ์ ความสำคัญต่อการยอมรับของสังคม และความสำคัญทางกายภาพต่อนักท่องเที่ยว

(3) การประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวพันสูง (high-involvement product) จะใช้เวลาค่อนข้างมาก ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวพันต่ำ (low-involvement product) จะใช้เวลาค่อนข้างน้อย

2.3.2.3 ส่วนผลลัพธ์ (output)

(1) การตัดสินใจซื้อและการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ (purchase and related decisions) นักท่องเที่ยวจะกำหนดคุณสมบัติที่ตนต้องการเพิ่มเติมจากสินค้า หรือบริการนั้น เพื่อความสะดวกสบาย หรือเพื่อข้อเสนอพิเศษที่จะได้รับ

(2) พฤติกรรมหลังการซื้อ (post-purchase behavior) นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินคุณค่าที่ได้รับจากการซื้อสินค้า หรือบริการนั้น ซึ่งในส่วนนี้จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป

2.3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (influence factors for buying decision process)

1. สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว (travel stimuli) เป็นสิ่งเร้าในรูปของข่าวสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจรวมไปถึงความตระหนักในเรื่อง การท่องเที่ยว (travel awareness) ซึ่งปัจจัยด้านข่าวสารข้อมูล (information factors) มีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ ข่าวสารข้อมูลเพื่อการค้า (commercial sources) และข่าวสารและข้อมูลทั่วไป (social sources) ข้อมูลทั้ง 2 ประเภทนี้มีความแตกต่างกันตรงผู้ส่งสารและจุดประสงค์ของข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือข่าวสารและข้อมูลเพื่อการค้านั้นถูกกระจายออกไปโดยองค์กรธุรกิจของผู้ผลิต เพื่อเป็นการบอกเล่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ ส่วนข่าวสาร และข้อมูลทั่วไปนั้นถูกกระจายออกไปโดยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัวของนักท่องเที่ยว หรือสื่อมวลชน แขนงต่างๆ จุดประสงค์เพื่อบอกเล่าสรรพคุณทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ข้อมูลประเภทนี้จะไม่สามารถ ควบคุมทิศทางได้ขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้ส่งสาร แต่โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวจะรับรู้การมีอยู่ของ ผลิตภัณฑ์จากข้อมูลเพื่อการค้า แต่เลือกที่จะใช้ข้อมูลทั่วไปในการประกอบการตัดสินใจมากกว่า เนื่องจากส่วนใหญ่เห็นว่าข้อมูลทางการค้านั้นผู้เผยแพร่ข้อมูลนั้นมีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ จึงอาจไม่ บอกข้อมูลทั้งหมดแก่นักท่องเที่ยว (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552, หน้า 59)

2. ตัวกำหนดส่วนบุคคลและสังคม (personal and social determinants) เป็นสิ่งกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันออกไป เช่น ความปรารถนา และความคาดหวัง เป็นต้น

3. ตัวแปรภายนอก (external variables) เกี่ยวกับเรื่องของภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และลักษณะของการเดินทาง (trip features) อาทิ ระดับของความเชื่อมั่น ประสิทธิภาพ ความตรงใจ ข้อจำกัดในด้านเวลาและค่าใช้จ่าย ระยะเวลาตลอดการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นต้น

4. คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (destination characteristics) เกี่ยวกับเรื่องของคุณลักษณะและคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การตรวจคนเข้าเมือง ระบบสาธารณสุขปลอดภัย เป็นต้น

5. ภาพรวมลักษณะของนักท่องเที่ยว (tourist profile) คือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว รวมไปถึง ทักษะ ทักษะแรงจูงใจ และประสบการณ์ในอดีต

2.3.4 ลักษณะของนักท่องเที่ยว

การกำหนดส่วนแบ่งการตลาดหรือการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในเชิงธุรกิจนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาถึงลักษณะของนักท่องเที่ยว (tourists characteristics) ตามหลักประชากรศาสตร์ กล่าวคือการศึกษาปัจจัยด้านสังคม (social factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการและความรู้สึกนึกคิดที่ต่างกันอย่างออกไป ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552, หน้า 48-55)

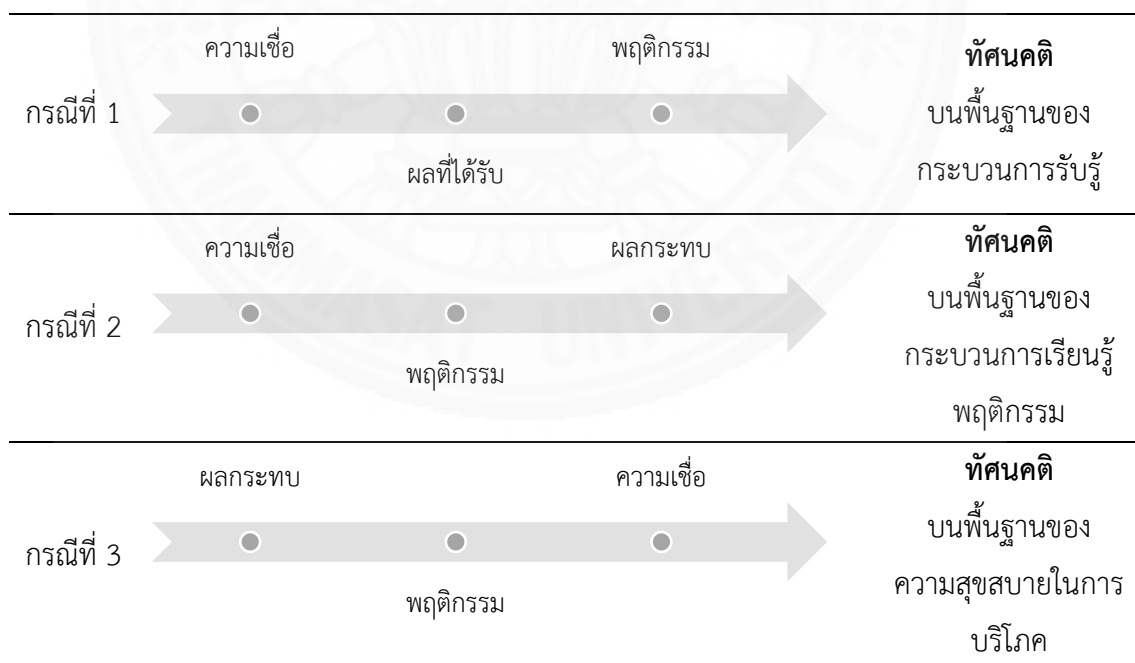
จากการศึกษาวิจัยในศาสตร์แขนงต่างๆ หากเนื้อหาของงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลแล้ว โดยส่วนมากในงานวิจัยจะมีการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลในเชิงลักษณะประชากรศาสตร์ เพื่อสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพสูงสุดเนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และการรับรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งจะสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของแต่ละบุคคล ซึ่งกรอบเหล่านั้นจะถูกหล่อหลอมด้วยบทบาทหรือปัจจัยต่าง ๆ ของแต่ละคน อาทิ เชื้อชาติ เพศ กลุ่มอายุ สถานภาพ หรือแม้กระทั่งกลุ่มอาชีพ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลทำให้ทัศนคติของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันออกไป

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปความเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยขั้นนี้ได้ว่า ปัจจัยทางด้านจิตวิทยานั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ความชื่นชอบ หรือความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าและบริการ และกระบวนการตัดสินใจซื้อก็ยังได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายนอกหรือข่าวสารข้อมูลนั่นเอง ซึ่งในงานวิจัยนี้ก็คือรูปแบบทางสถาปัตยกรรมของรีสอร์ทที่ส่งสารไปยังผู้รับสารซึ่งก็คือนักท่องเที่ยว

2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมความชื่นชอบ

2.4.1 ความชื่นชอบ

ทัศนคติเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้แก่ ความเชื่อของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และผลที่ได้รับ สามารถแบ่งออกเป็น 3 กรณีได้แก่ ทัศนคติที่เกิดจากกระบวนการรับรู้ ทัศนคติที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้พฤติกรรม และทัศนคติที่เกิดจากความสุขสบายในการบริโภค (ภาพที่ 2.2) อาจกล่าวได้ว่าการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว เกิดจากการให้ความสำคัญกับการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา คาดการณ์ถึงความรู้สึกของตนเองในขณะที่บริโภคสินค้าและบริการ เพื่อเป็นเกณฑ์ในการช่วยตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่ ซึ่งกระบวนการคาดการณ์ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการ จะมีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อไปในทิศทางบวก และในทางตรงกันข้าม หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสินค้าและบริการจะมีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อไปในทิศทางลบ (Solomon, Bamossy, Askegaard, & Hogg, 2006, p. 156)



ภาพที่ 2.2 ลำดับความสัมพันธ์ของตัวแปร ที่ทำให้เกิดทัศนคติ ทั้ง 3 รูปแบบ

หมายเหตุ. ดัดแปลงจาก *Consumer Behaviour: A European Perspective* (p.141), by M. Solomon, G. Bamossy, S. Askegaard, and M. K. Hogg, 2006, Madrid: Mateu Cromo.

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวสามารถแยกออกเป็น 2 ทิศทางหลัก ๆ คือ ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบ ซึ่งมีปัจจัยหลายอย่างมาเกี่ยวข้องในการก่อให้เกิดทัศนคติในบริบทของพฤติกรรมมารีโภาค อาทิ ผลិតภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ราคา บรรจุภัณฑ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย ช่องทางการติดต่อ เป็นต้น (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 172-175)

ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวหรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยว เกิดจากสภาพของจิตใจนักท่องเที่ยวในขณะนั้น อาจเป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิดที่อิงไปทางด้านอารมณ์ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520) มากกว่าเหตุผล คล้ายกับเป็นการเอนเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับมา (Solomon, Bamossy, Askegaard, & Hogg, 2006, p. 138) นักการตลาด และผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวในด้านความชื่นชอบ เนื่องจากสามารถเป็นตัวกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจได้

2.5 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมารีโภาค

การรับรู้มีความสำคัญมากในทางการตลาด เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการบนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับรู้มา (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 114-115)

2.5.1 การเลือกรับรู้ของนักท่องเที่ยว

การเลือกที่จะรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะอยู่บนพื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง นักท่องเที่ยวมักจะเลือกรับรู้แต่สิ่งที่ตนเองต้องการ และปิดกั้นต่อสิ่งที่คิดว่าไม่จำเป็นไม่ชอบ หรือสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดความเจ็บปวด (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 116-118) และเนื่องจากร่างกายของมนุษย์เราจะสามารถรับรู้ได้แค่เพียงพลังงานที่อยู่เหนือระดับ เทอร์ชโฮลด์เท่านั้น ไม่สามารถรับรู้ได้ทั้งหมด จึงต้องมีการเลือกที่จะรับรู้ ซึ่งการเลือกรับรู้นั้นขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยหลักได้แก่ ภาวะรับรู้ความรู้สึก และสิ่งเร้า (Stimulus) (รัจรี นพเกตุ, 2540, หน้า 1-4)

สิ่งเร้าจะถูกเลือกก็ต่อเมื่อ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังไว้ล่วงหน้าต่อผลลัพธ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้น (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 122-125) สิ่งเร้าแต่ละตัวต่างก็มีความสามารถในการทำให้เกิดการรับรู้ที่ต่างกัน สิ่งเร้าบางตัวสามารถเรียกร้องความสนใจและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ได้มาก แต่สิ่งเร้าบางตัวก็ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ได้น้อย คุณสมบัติของสิ่งเร้าที่ทำให้ถูกเลือกรับรู้ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงกะทันหัน ความขัดแย้งหรือความแปลก ความแรงหรือความเข้ม ความซ้ำ และความซับซ้อน

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวคือกระบวนการเลือก รวบรวมและตีความสิ่งเร้าทางการตลาดและสภาพแวดล้อมให้เป็นภาพรวม ผ่านประสาทสัมผัสเพื่อรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากทางผู้ให้บริการ (Morison, 1996) นักการตลาดได้แบ่งกระบวนการรับรู้ออกเป็น 3 ระดับได้แก่

1. การเลือกสนใจ (selective attention) นักท่องเที่ยวจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่สนใจหรือข้อมูลที่มากระทบ และเลือกที่จะรับรู้ในสิ่งที่ผิดแปลกไปจากประสบการณ์ที่เคยทราบมาเพื่อที่จะสร้างเป็นภาพด้วยประสาทสัมผัส แล้วจึงสร้างภาพในสมองที่มีความหมายหรือสอดคล้องกับความทรงจำที่เคยมีมาในอดีต แล้วจึงส่งผลให้เกิดเป็นการกระทำ (Schiffman & Wisenblit, 2015, pp. 124-12; ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ, 2546)

2. การเลือกตีความ (selective distortion) เป็นการจัดระเบียบและตีความรู้สึกของความประทับใจของตนเพื่ออธิบายความหมายถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีการบิดเบือนข้อมูลตามความเชื่อหรือประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน หากข้อมูลที่ได้รับมาไม่ตรงกับข้อมูลในอดีต นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อข้อมูลนั้นได้ (Asseal, 1998)

3. การเลือกจดจำ (selective retention) นักท่องเที่ยวจะเลือกจดจำในสิ่งที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อหรือทัศนคติที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้มาจากในอดีต (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2552, หน้า 60)

2.5.2 การรับรู้ในลักษณะรูปธรรม

การรับรู้ในลักษณะรูปธรรม อาจเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า การรับรู้สภาพแวดล้อม (principle of environment perception) เป็นความสามารถในการแปลผลข้อมูลที่ได้จากการมองเห็น (visual cognitive function) ซึ่งนำเอาข้อมูลข่าวสารที่สามารถรับรู้ได้จากการมองเห็นไปประมวลผล โดยทั่วไปจะประกอบไปด้วยความสามารถในการให้ความสนใจในสิ่งที่เห็น ความสามารถในการจดจำในสิ่งที่เห็น ความสามารถในการแยกแยะสิ่งที่มองเห็น นอกจากนี้ยังสามารถแยกออกมาอีก 2 รูปแบบดังนี้

1. การรับรู้วัตถุด้วยสายตา ประกอบไปด้วยการจดจำและจำแนกรูปทรง ความสามารถในการแยกแยะวัตถุ และความสามารถในการแยกแยะภาพ

2. การรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของวัตถุและสภาพแวดล้อมโดยรอบ ประกอบไปด้วยความสามารถในการรับรู้ทิศและตำแหน่งของวัตถุ ความสามารถในการรับรู้รูปแบบ

ความสัมพันธ์ที่มีต่อสิ่งอื่น ความสามารถในการรับรู้ระยะของวัตถุ และความสามารถในการแยกแยะ และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของวัตถุแต่ละชิ้นได้ (นนทिका ถาวรไพบูลย์บุตร, 2555)

หลักการสำคัญของการรับรู้สภาพแวดล้อมนั้นมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิต มีหลักการสำคัญดังนี้ การร่วมอยู่ในสภาพการณ์ของสภาพแวดล้อม ความซับซ้อนของสภาพแวดล้อมที่สามารถรับรู้ได้ การรับรู้สิ่งต่าง ๆ และอิทธิพลของผู้รับรู้ในสภาพการณ์ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ, และ ศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554, หน้า 35-36)

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้สภาพแวดล้อมกายภาพ (factors influencing the perception of physical environment) จะเป็นการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบจึงเป็นการรับรู้ทางทัศนศาสตร์เป็นส่วนใหญ่ การรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมกายภาพในรูปแบบของปัจจัยด้านข่าวสาร หรือลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดความสนใจโดยอาศัยความรู้สึกที่มีต่อ รูปทรง วัสดุ สี สัน ขนาด พื้นผิวสัมผัส รูปลักษณ์ภายนอก ความซับซ้อนขององค์ประกอบ และความชัดเจน เป็นต้น มนุษย์สามารถรับรู้ถึงลักษณะทางกายภาพของสถาปัตยกรรมได้ และสิ่งที่โดดเด่นย่อมมีโอกาสในการถูกเลือกที่จะรับรู้ได้มากกว่าสิ่งที่ไม่มีความโดดเด่น (Bell, 1965) ความโดดเด่นจากความซับซ้อนของรูปทรงมีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร แต่หากว่าความซับซ้อนนั้นมีมากจนเกินไป อาจทำให้ผู้รับสารไม่สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ทั้งหมดภายในครั้งเดียว ทำให้พลาดข้อมูลในหลายๆ ส่วนไป สภาพแวดล้อมนั้นก็มีส่วนสำคัญในการทำให้ข่าวสารข้อมูลที่จะสื่อออกไปเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมไปถึงประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคลล้วนมีความแตกต่างกันออกไป ทำให้การรับรู้ในรูปแบบของงานออกแบบนั้นแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลซึ่งมาจากการจดจำหรือจำได้จากอดีตที่ผ่านมาในเชิงสัญลักษณ์ รูปแบบรูปทรงหรือภาพรวมว่าลักษณะแบบนี้หมายถึงอาคารอะไรหรือเป็นอาคารประเภทไหน เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่อยู่ภายนอก ซึ่งในที่นี้หมายถึง บุคลิกภาพ ประสบการณ์ ค่านิยม ทัศนคติ แรงจูงใจและความคาดหวัง เป็นต้น และปัจจัยด้านความใส่ใจและการให้คุณค่าของผู้รับรู้ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ, และ ศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554, หน้า 46-51)

ความงามที่มนุษย์รับรู้ได้สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ความงามของวัตถุ (material) เป็นการรับรู้ความงามที่มาจากสี สันของวัสดุ
2. ความงามจากรูปแบบ รูปทรง (form) ซึ่งเป็นส่วนแรกสุดที่มนุษย์จะรับรู้ได้เกี่ยวกับตัววัตถุ อาจกล่าวได้ว่าสถาปัตยกรรมมีส่วน กว้าง ยาว สูง และมีลักษณะเป็นสามมิติ (พ.พรหมพิจิตร, 2495) เป็นความงามที่มาจากความพึงพอใจต่อสัดส่วนหรือความสมดุลย์
3. ความงามจากความเด่นชัด (expression) (วนิดา ขำเขียว, 2543)

2.5.3 การรับรู้ในลักษณะนามธรรม

เอกลักษณ์เชิงนามธรรมของสถาปัตยกรรมไทยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่ ความเบาหรือลอยตัว ความโปร่งโล่ง และความร่มรื่น (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2539, หน้า 51-54; ประวิช ประทีป, 2540)

รูปแบบของหลังคาที่มีความอ่อนช้อยและโค้งงออย่างงดงามและเสาลอยที่ทำให้หน้าที่ยกตัวอาคารสถาปัตยกรรมให้สูงขึ้นเหนือพื้นดิน ทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงนามธรรมในแง่ของความเบาลอยต่อผู้ที่พบเห็น ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นในงานสถาปัตยกรรมไทย (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ, และ วีระ อินพันทัง, 2558, หน้า 2-87) เปรียบเสมือนการทำให้อาคารสถาปัตยกรรมนั้นมีน้ำหนักเบา และราวกับลอยอยู่บนอากาศ (วีระ อินพันทัง, 2544, หน้า 29)

ความโปร่งโล่งของสถาปัตยกรรมไทยนั้นส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับบริเวณที่เรียกว่า ชานเรือน หรือบริเวณที่เป็นพื้นที่ว่างโล่ง ที่ทำให้สถาปัตยกรรมดูโปร่งโล่งและไม่อึดอัด ซึ่งบริเวณนี้เป็นบริเวณที่กลางแจ้งหรือค่อนข้างกลางแจ้งและได้รับแสงอาทิตย์เกือบจะตลอดทั้งวัน ทำให้อุณหภูมิของพื้นที่บริเวณนี้ค่อนข้างสูงในเวลากลางวันและให้ความอบอุ่นในตอนกลางคืน แต่การที่อุณหภูมิค่อนข้างสูงในตอนกลางวันเนื่องจากแสงแดด ไม่ได้แปลว่าจะอยู่ไม่สบาย (จิตพัต ฉอเรืองวิวัฒน์, 2545) เพราะพื้นที่บริเวณนั้นมีความโปร่งและโล่ง จึงทำให้มีลมพัดผ่านอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเหมาะกับการนั่งพักผ่อนรับลมธรรมชาติเป็นอย่างดีโดยเฉพาะบริเวณระเบียงหรือพาไล จึงถือเป็นเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งที่ปรากฏอยู่ในสถาปัตยกรรมไทย (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ, และ วีระ อินพันทัง, 2558, หน้า 2-87)

ความร่มรื่นที่เกิดขึ้นในสถาปัตยกรรมไทยส่วนใหญ่เกิดจากการที่มีชายคายื่นยาวเพื่อบังแดดให้กับตัวอาคาร และมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ, และ วีระ อินพันทัง, 2558, หน้า 2-87) การจัดวางต้นไม้ที่เป็นบริบทโดยรอบของสถาปัตยกรรมก็จะให้ความรู้สึกที่ร่มเย็นได้เช่นเดียวกัน (อภิรักษ์ พงศ์เมธากุล, 2542)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้สามารถสรุปความเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้ได้ว่า การรับรู้ของคนเรานั้นเกิดจากความสามารถของระบบสัมผัสของร่างกาย ก่อนที่จะนำข้อมูลเข้าสู่กระบวนการรับรู้จะต้องมีการคัดกรองข่าวสารหรือเลือกที่จะรับรู้เฉพาะสิ่งที่ตนให้ความสนใจหรือมีแรงกระตุ้นสูง หากพิจารณาความสัมพันธ์ของการรับรู้ที่มนุษย์มีต่อสถาปัตยกรรมนั้น อาจกล่าวได้ว่าสามารถรับรู้ได้จากการมองเห็นเป็นส่วนใหญ่ การสัมผัส การดมกลิ่น การรับรู้รส หรือการได้ยินเสียงนั้นอาจเกิดขึ้นได้แต่เพียงส่วนเล็กน้อยเท่านั้น การมองเห็นเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งภาพรวมและรายละเอียดส่วนย่อยได้เกือบทั้งหมด จึงทำให้สิ่งที่มองเห็น

นั้นมีความสำคัญต่อข้อมูลข่าวสารที่จะส่งออกไปยังนักท่องเที่ยว ดังนั้นสิ่งที่สามารถมองเห็นจากสถาปัตยกรรมจึงได้แก่ รูปลักษณ์โดยรวมของอาคาร รูปทรงของตัวอาคาร ส่วนประกอบหลัก ๆ อาทิ หลังคา ตัวอาคาร โครงสร้าง เป็นต้น วัสดุที่ใช้ สีสนของตัวอาคารหรือสีจากวัสดุ ส่วนในเรื่องของบรรยากาศและความรู้สึกเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจำกัดความได้อย่างชัดเจนเนื่องจากมีหลายปัจจัยเป็นตัวกำหนด

2.6 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

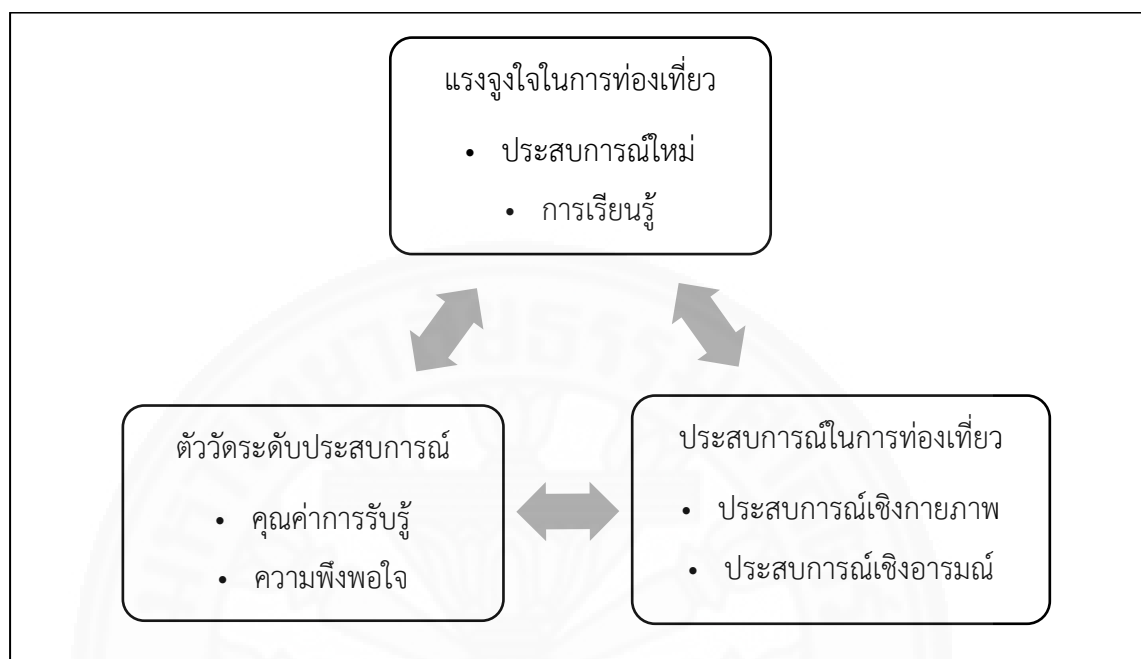
งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของผู้ใช้บริการ” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม ได้แก่ สถาปัตยกรรมภายในอาคาร สถาปัตยกรรมภายนอกอาคาร การสร้างเรื่องราว และการเข้าถึงมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่องค์ประกอบด้านการให้บริการ และองค์ประกอบด้านการสื่อสารสัญลักษณ์ ตามลำดับ (จิรนนท์ เทียนทอง และ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2556, หน้า 635)

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโครงการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ผลการศึกษาพบว่าส่วนประสมด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (ดาลีษะห์ ดะยี่, นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล, และ ปรมะษฐ์ บุญนำศิริกิจ, 2557, หน้า 5)

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับค่านิยม และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่านิยมชอบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ชอบดนตรีพื้นเมือง ชอบให้ผู้ให้บริการ และชอบความทันสมัย มีทัศนคติที่ดีต่อความงดงามของประเทศไทย และความงามแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของประเทศ (พงศธร จันทรวิโรจน์ และ ณัฏษ์ กุณิสร์, 2554, หน้า 38)

งานวิจัยเรื่อง “โมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา และวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ใหม่ และการเรียนรู้ เป็นส่วนหนึ่งของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประสบการณ์เชิงกายภาพ และประสบการณ์เชิงอารมณ์ เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการท่องเที่ยว คุณค่าการรับรู้ และความพึงพอใจ เป็นส่วนหนึ่งในตัววัดระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยที่แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ประสบการณ์เชิงอารมณ์ และ

ตัววัดระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อกันอยู่ในระดับมาก (ภาพที่ 2.3) (ภัทรพร ทิมแดง และ วินัย ปัญจจรศักดิ์, 2554, หน้า 97-100)



ภาพที่ 2. 3 ความสัมพันธ์ระหว่างโมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
หมายเหตุ. จาก โมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ, โดย ภัทรพร
ทิมแดง และ วินัย ปัญจจรศักดิ์, 2554, วารสารสมาคมนักวิจัย, 16(3), 97-100.

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่ใช้บริการในโรงแรมแมนดาริน โอเรียลเต็ล ดาราเทวี จังหวัดเชียงใหม่” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าพักในโครงการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาว
ต่างประเทศ ซึ่งสถาปัตยกรรมเหล่านั้นต้องมีความโดดเด่น และสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจ
ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ (อุทัยรัตน์ นามแก้ว, 2555)

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต” มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรม และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ
โครงการธุรกิจที่พัก ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์กับลักษณะ
ทางกายภาพของโครงการอยู่ในระดับมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 2.1)
(สุรางคนา แก้วตา, 2557, หน้า 37-104)

ตารางที่ 2. 1

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนประสมทางการตลาดที่มี	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ	(n=385)		ความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	3.69	0.64	มาก
ด้านราคา	4.53	0.60	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.19	0.71	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.91	0.57	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.32	0.57	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.55	0.57	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.32	0.52	มากที่สุด
รวม	4.22	0.43	มากที่สุด

หมายเหตุ. จาก ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต (น.46), โดย สุรางคนา แก้วตา, 2557.

จากการศึกษาทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม และลักษณะทางกายภาพของโครงการ มีความสำคัญมากต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักในโครงการรีสอร์ท เนื่องจากมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าพักในรีสอร์ทของนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านกายภาพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติความชื่นชอบ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอยู่ในระดับที่มากถึงมากที่สุด ปัจจัยในเชิงกายภาพที่กล่าวถึงไม่ได้หมายความว่าถึงด้านทำเล หรือที่ตั้งเพียงเท่านั้น แต่หมายรวมถึงรูปแบบของสถาปัตยกรรม การออกแบบตกแต่ง และบรรยากาศของสถานที่ ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ทั้งในลักษณะรูปธรรม และลักษณะนามธรรม ซึ่งความงามของประเทศไทย และเอกลักษณ์ความเป็นไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นจุดเด่นทางวัฒนธรรมของประเทศไทยที่ควรให้ความสำคัญ และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรม รีสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการวิจัย ออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

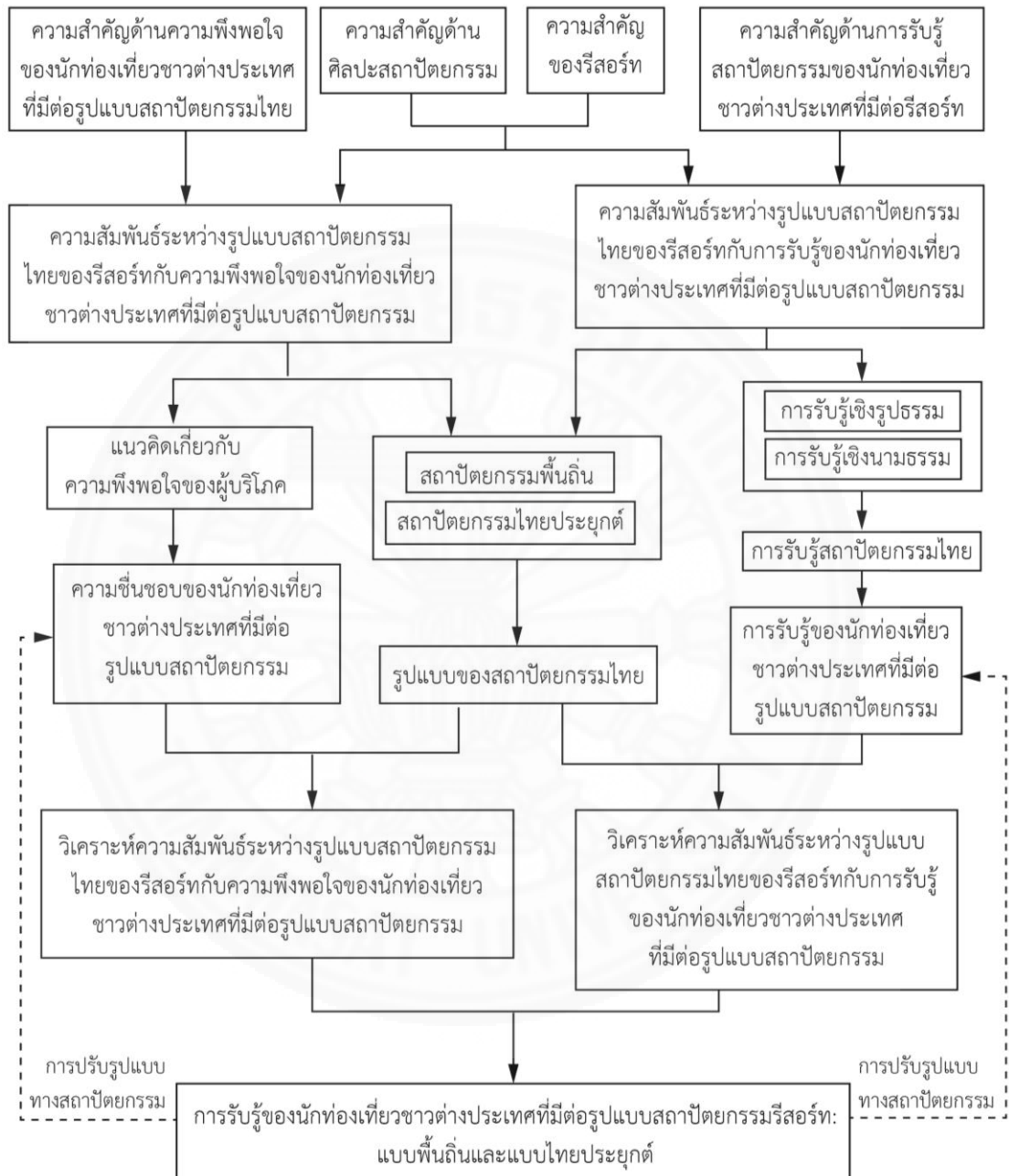
1. คำถามวิจัย
2. กรอบแนวคิดในการวิจัย
3. สมมติฐานการวิจัย
4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การวิเคราะห์และแปรผลข้อมูล
7. ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย

3.1 คำถามวิจัย

จากการศึกษาที่มาและความสำคัญ ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ตั้งคำถามขึ้นมา 4 ประเด็นดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความชื่นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่นหรือแบบไทยประยุกต์มากกว่ากัน
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้ลักษณะรูปธรรมของสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่นหรือแบบไทยประยุกต์มากกว่ากันและมีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบอย่างไร
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้องค์ประกอบใดบ้างของสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้ลักษณะทางนามธรรมของสถาปัตยกรรม รีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ในประเภทใดบ้าง

3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

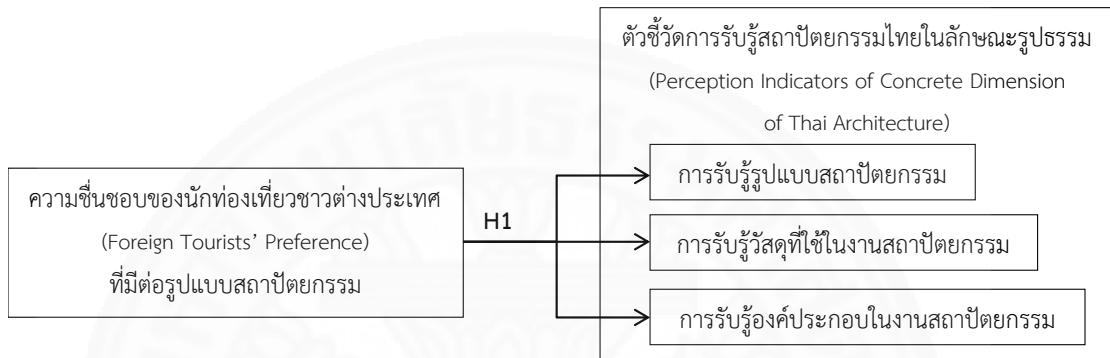


ภาพที่ 3. 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

3.3.1 สมมติฐานที่ 1

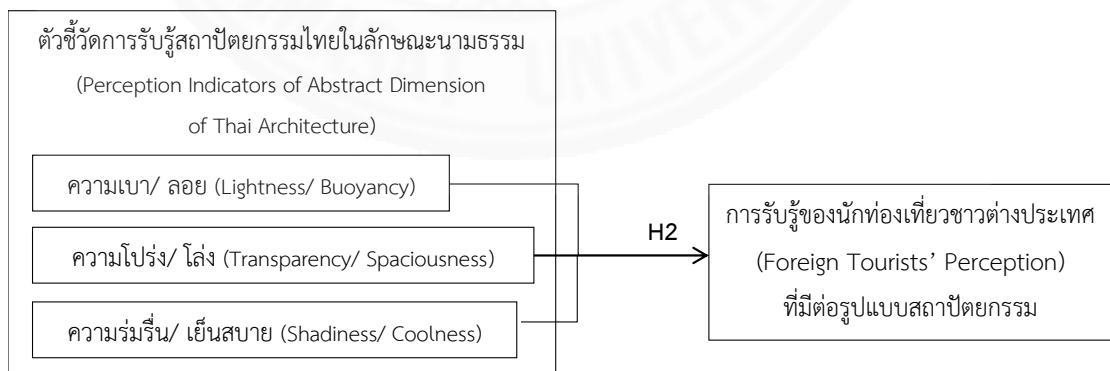
(H1): ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีผลต่อการรับรู้ลักษณะรูปธรรมในสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ



ภาพที่ 3. 2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในสมมติฐานที่ 1

3.3.2 สมมติฐานที่ 2

(H2): นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถรับรู้ถึงความแตกต่างในเรื่องลักษณะนามธรรมระหว่างสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์



ภาพที่ 3. 3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในสมมติฐานที่ 2

3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ มีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากการลงพื้นที่สำรวจ มี 3 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของรีสอร์ททกรณีศึกษา เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ที่ได้มาจากการสังเกต และจดบันทึก แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการพรรณนาถึงลักษณะทางกายภาพ และบรรยากาศภายในโครงการของรีสอร์ททกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการ

ส่วนที่ 2 ภาพถ่ายเพื่อแสดงข้อมูลในเชิงสถาปัตยกรรม สำหรับใช้ประกอบการสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าใจในรูปแบบของสถาปัตยกรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารโครงการรีสอร์ททกรณีศึกษา ทั้ง 2 โครงการแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวความคิด และข้อมูลทั่วไปของโครงการ เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 2 การให้คะแนนความสำคัญด้านรูปแบบสถาปัตยกรรมของรีสอร์ททที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักในโครงการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สถาปัตยกรรมรีสอร์ทท โดยการสำรวจวิจัยกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 127 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 96 และสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้มีค่าเท่ากับ 0.09 (ภาพที่ 3. 4)

$$N = \frac{Z^2}{4e^2}$$

กำหนดให้

$$\begin{aligned} N &= \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \\ Z &= 2.03 \text{ (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 96)} \\ e &= 0.09 \text{ (สัดส่วนของความคลาดเคลื่อน)} \end{aligned}$$

ภาพที่ 3. 4 สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของทาโร ยามาเน่. จาก *หลักสถิติ*, โดย กัลยา วานิชย์บัญชา, 2538.

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาและรวบรวม (ตารางที่ 3.1) จากห้องสมุดคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หอสมุด ป่วย อิงภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต ห้องสมุด TK Park ห้องสมุด TCDC ห้องสมุดหอศิลปะ และวัฒนธรรมกรุงเทพฯ อินเทอร์เน็ต และจากผู้มีพระคุณทุกท่านที่แนะนำรายชื่อหนังสือที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย รวมไปถึงการส่งสำเนาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาให้ผู้วิจัยได้ศึกษาและใช้ประโยชน์ในงานวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3. 1

รายละเอียดแหล่งที่มาของข้อมูลทุติยภูมิ

รายละเอียดข้อมูล	แหล่งข้อมูล						
	การทบทวนวรรณกรรม	ตำราในประเทศ	ตำราต่างประเทศ	สื่อออนไลน์	บทความ และวารสาร	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	นโยบาย/ แผนพัฒนา
ความสำคัญด้านศิลปะสถาปัตยกรรม	✓	-	-	✓	✓	-	✓
แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
แนวความคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
ความสำคัญของรีสอร์ท	✓	-	-	✓	-	-	✓

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

รายละเอียดแหล่งที่มาของข้อมูลทุติยภูมิ

รายละเอียดข้อมูล	แหล่งข้อมูล						
	การทบทวนวรรณกรรม	ตำราในประเทศ	ตำราต่างประเทศ	สื่อออนไลน์	บทความ และวารสาร	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	นโยบาย/ แผนพัฒนา
ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	✓	-	-	✓	-	-	✓
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
ความสำคัญด้านความชื่นชอบและการรับรู้ในงานสถาปัตยกรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมความชื่นชอบ	✓	✓	✓	✓	-	-	-
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้	✓	✓	✓	✓	-	-	-
ข้อมูลเกี่ยวกับกรณีศึกษา	-	-	-	✓	-	-	-
อื่นๆ	-	✓	-	✓	-	✓	-

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.5.1 รูปแบบของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 4 ชนิดดังนี้

1. แบบฟอร์มในการเก็บบันทึกข้อมูลเชิงกายภาพ (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ง) สำหรับรีสอร์ททั้ง 2 โครงการ (จำนวน 2 ชุด) แบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ข้อมูลทั่วไปของโครงการ รูปแบบสถาปัตยกรรมของโครงการ และลิสรายการภาพถ่ายที่ต้องทำการเก็บบันทึก
2. แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารโครงการรีสอร์ท (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ง) ที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองแห่ง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทั่วไปของโครงการ ในเชิงพรรณนา และการสอบถามถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบสถาปัตยกรรมกับการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยว
3. แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก จ) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลด้านการรับรู้สถาปัตยกรรมจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว

ชาวต่างประเทศผู้เข้าพักในโครงการรีสอร์ท และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 127 คน สามารถแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว ลักษณะของคำถามเป็นการตั้งคำถามแบบปลายปิด (closed-ended response question) แบบ 2 คำตอบให้เลือก (dichotomous question) และแบบหลายคำตอบให้เลือก (multiple choices question)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความชื่นชอบ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบทางสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่น และไทยประยุกต์ โดยลักษณะของคำตอบแบบที่มี 2 คำตอบให้เลือกสำหรับคำถามเกี่ยวกับความชื่นชอบในสถาปัตยกรรมและการรับรู้สถาปัตยกรรมในเชิงรูปธรรม และคำตอบในรูปแบบของการให้คะแนนการรับรู้ สำหรับคำถามเกี่ยวกับการรับรู้สถาปัตยกรรมในเชิงนามธรรม

4. ภาพประกอบการสอบถาม (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก จ) เป็นภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของสถาปัตยกรรมรีสอร์ททั้ง 2 รูปแบบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถเข้าใจในคำถามมากขึ้น

3.5.2 การสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาและค้นคว้าวิธีการออกแบบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล รูปแบบของเครื่องมือ เนื้อหาต่าง ๆ ที่เป็นพื้นฐานของแบบสอบถาม และศึกษา ลักษณะและรูปแบบภาษาที่ใช้จากตัวอย่างต่าง ๆ

2. นำแบบร่างของเครื่องมือที่ใช้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ระหว่างวันที่ 3 -7 มีนาคม พ.ศ. 2559 เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์แบบและครอบคลุมวัตถุประสงค์

3. แก้ไขและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีความสมบูรณ์แบบ คำถามมีความครบถ้วนและมุ่งหาคำตอบอย่างตรงประเด็น

4. นำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.6 การวิเคราะห์และแปรผลข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้วย ความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความขึ้นชอบและเปรียบเทียบการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรมระหว่างรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ ด้วยความถี่และร้อยละ

3. การวิเคราะห์การรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมด้วย ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในการทดสอบสมมติฐาน

1. การทดสอบสมมติฐานที่ 1 สำหรับการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความขึ้นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะรูปธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือใช้ Chi-square ในการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 กลุ่มในความสัมพันธ์ต่อกัน

2. การทดสอบสมมติฐานที่ 2 สำหรับการวิเคราะห์หาค่าความแตกต่างในการรับรู้สถาปัตยกรรมไทยในลักษณะนามธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ คือ paired t-test ในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่ม

3.7 ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย

3.7.1 กำหนดขอบเขตงานวิจัย

กำหนดวัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อกำหนดทิศทาง ลำดับขั้นของข้อมูลที่จะศึกษา และกำหนดจุดมุ่งหมายของงานวิจัยเป็นลำดับแรก

3.7.2 สร้างเครื่องมือวิจัยขั้นที่ 1 (แบบฟอร์มในการเก็บบันทึกข้อมูล)

เพื่อเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้สถาปัตยกรรมในเชิงรูปธรรมและนามธรรมของสถาปัตยกรรมรีสอร์ท พฤติกรรมความขึ้นชอบและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว จากนั้นนำข้อมูลมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดความสอดคล้องระหว่างตัวแปร

3.7.3 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลครั้งที่ 1 (รูปภาพและการพรรณนา)

การลงพื้นที่สำรวจและเก็บบันทึกข้อมูลที่รีสอร์ททกรณีศึกษาทั้งสองแห่ง เมื่อวันที่ 8 - 9 มีนาคม พ.ศ. 2559 จากการสำรวจและเก็บข้อมูลเชิงสถาปัตยกรรมภายในโครงการรีสอร์ทและเก็บข้อมูลเบื้องต้นของโครงการจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจโครงการรีสอร์ททั้ง 2 ท่าน ได้แก่ คุณโสภณ ฉัตรนันทเวช (ภาคผนวก ข ภาพที่ 3.1) และคุณนงคราญ ม่วงใจ (ภาคผนวก ข ภาพที่ 3.2)

คุณโสภณ ฉัตรนันทเวช ผู้จัดการรีสอร์ท มัง ฮิลล์ ไทรป ลีตจ้ ได้อธิบายถึงแนวความคิดของโครงการรีสอร์ทว่า “ต้องการให้ลูกค้าได้สัมผัสกับวิถีดั้งเดิมของที่อยู่อาศัยมากที่สุดเท่าที่นักท่องเที่ยวรับได้ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีความสะดวกสบายพอควร” คุณโสภณมีความคิดเห็นว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นของรีสอร์ทมีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สามารถรับรู้ได้มาก สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนเนื่องจากทางรีสอร์ทมีบ้านพักบางหลังที่ต่อเติมด้วยวัสดุสมัยใหม่เข้าไป อาทิ เปลี่ยนจากผนังฝาขัดแตะแบบพื้นถิ่นเป็นผนังก่ออิฐฉาบปูน มีการเพ้นเหมือนบ้านในสมัยปัจจุบัน ด้วยเหตุผลนี้เองทำให้บ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวผู้เข้าพักในบ้านพักหลังที่ถูกปรับปรุงใหม่ส่วนมากขอเปลี่ยนมาเป็นบ้านพักแบบพื้นถิ่น ผู้จัดการจึงได้ให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวผู้เข้าพักให้ความสำคัญกับสถาปัตยกรรมค่อนข้างมากพอๆกับการบริการ

คุณนงคราญ ม่วงใจ ผู้จัดการรีสอร์ท เรือน อริยา รีสอร์ท ได้อธิบายถึงแนวความคิดของโครงการรีสอร์ทว่า “ทางรีสอร์ทเน้นให้ผู้พักได้รับอากาศบริสุทธิ์ท่ามกลางความเป็นไทยและความเป็นธรรมชาติ” และนอกจากนี้คุณนงคราญยังมีความคิดเห็นว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ของ รีสอร์ทมีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สามารถรับรู้ได้มาก สังเกตได้จากกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักจะชื่นชมความงามของบ้านพักสไตล์ไทย ๆ ให้ฟังอยู่บ่อยครั้ง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวผู้เข้าพักยังให้ความสำคัญการถ่ายภาพในส่วนของหลังคาบ้านพักที่ถือว่ามีความโดดเด่นและมีความเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นสถาปัตยกรรมไทยได้เป็นอย่างดี

จากการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลสามารถสรุปภาพรวมของโครงการรีสอร์ททกรณีศึกษา ทั้ง 2 โครงการได้ดังนี้

1. มัง ฮิลล์ ไทรป ลีตจ้ รีสอร์ท เป็นรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่น ซึ่งจำลองรูปแบบบ้านพักมาจากเรือนพื้นถิ่นของชาวมัง สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสัมผัสกับวิถีชีวิตแบบพื้นถิ่น สถาปัตยกรรมรีสอร์ทของโครงการนี้มีความโดดเด่นและแปลกตาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก เริ่มตั้งแต่บริเวณทางเข้า ซึ่งใช้วัสดุพื้นถิ่นเป็นส่วนใหญ่ สังเกตได้จากป้ายชื่อโครงการบริเวณทางเข้า ภาพรวมของโครงการเน้นที่การสร้างบรรยากาศแบบหมู่บ้านพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม เครื่องเรือนต่าง ๆ และบริบทโดยรอบล้วนมีความ

สอดคล้องกับแนวความคิดของโครงการ แต่ขณะเดียวกันต้องแฝงด้วยการบริการที่มีความสะดวกสบายและทันสมัยมากพอสมควร สำหรับรองรับกิจกรรม ต่าง ๆ ภายในโครงการ อาทิ ร้านอาหาร สระว่ายน้ำ และลานเอนกประสงค์ เป็นต้น ทางรีสอร์ทที่มีแนวความคิดที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับประสบการณ์แปลกใหม่แบบพินถิ่นด้วยบ้านพักแบบชาวม้ง บ้านพักภายในโครงการใช้วัสดุพินถิ่นในการสร้างเกือบทั้งหมด อาทิ ผนังขัดแตะไม้ไผ่ หลังคาจาก โครงสร้างเรือนไม้จริง มีการดัดแปลงผนังเรือนภายในให้มีความเหมาะสมกับการทำธุรกิจรีสอร์ท และด้วยเหตุผลด้านพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เน้นเรื่องสุขอนามัยค่อนข้างมาก และเนื่องจากเรือนพินถิ่นของชาวม้งนั้นไม่มีหน้าต่าง ทำให้ทางโครงการต้องดัดแปลงบางส่วนของสถาปัตยกรรม เพื่อตอบรับกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ให้บ้านพักมีการถ่ายเทอากาศที่ดี และในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ก็นักลุยและแมลง จึงต้องมีการเพิ่มมุ้งลวดเพื่อป้องกัน

2. เรือนอริยา รีสอร์ท เป็นรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์ทางโครงการเน้นที่รูปลักษณะภายนอกให้มีความเป็นไทย สามารถสัมผัสถึงความความเป็นไทยได้ตั้งแต่บริเวณทางเข้าโครงการ มีป้ายชื่อโครงการที่มีความเป็นไทย ทำให้รับรู้ได้ว่าโครงการรีสอร์ทแห่งนี้เน้นที่ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ของความเป็นทรงไทย มีซุ้มประตูทางเข้าโครงการเป็นทรงไทย มีบ้านพักรูปแบบไทยประยุกต์ที่รายล้อมไปด้วยธรรมชาติที่ร่มรื่น ซึ่งเป็นแนวความคิดหลักของทางโครงการรีสอร์ทที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการอยู่อาศัยท่ามกลางบรรยากาศของความความเป็นไทยพร้อมกับความร่มรื่นของธรรมชาติ การจัดวางผังภายในบ้านพักเน้นที่ความสวยงามและสะดวกสบายเพื่อตอบรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เน้นความสวยงามของสถาปัตยกรรมและความสะดวกสบายจากการบริการบริเวณภายในโครงการมีสระว่ายน้ำและศาลาสำหรับรับประทานอาหาร

3.7.4 การกำหนดดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรม

เพื่อหาดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรมไทยที่เหมาะสมกับการศึกษาวิจัย โดยการศึกษาสถาปัตยกรรมรีสอร์ททั้งสองรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบพินถิ่น และรูปแบบไทยประยุกต์ในเชิงลึก และศึกษาทัศนียภาพและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรมไทยได้ดังนี้

1. ดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรม
 - 1.1 การรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม
 - 1.2 การรับรู้วัสดุที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรม

1.3 การรับรู้องค์ประกอบในงานสถาปัตยกรรม

2. ดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรม

2.1 การรับรู้ถึงความเบา/ ลอย

2.2 การรับรู้ถึงความโปร่ง/ โล่ง

2.3 การรับรู้ถึงความร่มรื่น/ เย็นสบาย

3.7.5 การสร้างเครื่องมือวิจัยขั้นที่ 2 (แบบสอบถาม)

เพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ในมิติรูปธรรมและนามธรรม

3.7.6 การลงพื้นที่เก็บข้อมูลครั้งที่ 2 (ข้อมูลเชิงสถิติ)

ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนสองครั้ง รอบแรกเมื่อวันที่ 11 - 14 มีนาคม 2559 รอบที่สองเมื่อวันที่ 6 - 12 พฤษภาคม 2559 จากการลงพื้นที่ 2 ครั้ง สามารถเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้เข้าพักในรีสอร์ทและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้จำนวน 127 ชุด

3.7.7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล

วิเคราะห์และเปรียบเทียบการรับรู้สถาปัตยกรรมรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างรูปแบบพื้นถิ่นและรูปแบบไทยประยุกต์โดยการนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เทียบค่าความหมายของคะแนน (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ฉ) หาความสัมพันธ์เชิงสถิติ เปรียบเทียบข้อมูลระหว่างตัวแปรเพื่อตอบคำถามวิจัย และทดสอบสมมติฐานการวิจัย

3.7.8 สรุปผลและเสนอแนะ

สรุปและเสนอแนะรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทที่มีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พร้อมทั้งนำข้อสรุปจากผลวิเคราะห์มาตอบคำถามวิจัยและเสนอแนะแนวทางของรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทที่สามารถสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรม รีสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อวิเคราะห์และคำนวณหาค่าต่าง ๆ ในเชิงสถิติ แล้วจึงนำมาตอบคำถามวิจัย พิสูจน์สมมติฐาน และเปรียบเทียบข้อมูล โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนได้แก่

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ความชื่นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
3. การรับรู้สถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
4. ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมในเชิงรูปธรรม
5. การรับรู้ความแตกต่างระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ในเชิงนามธรรม

4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้าพักในรีสอร์ท และที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 127 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นชาวยุโรป จำนวน 96 คน (ร้อยละ 75.59) รองลงมาเป็นชาวเอเชีย จำนวน 31คน (ร้อยละ 24.41) (ตารางที่ 4.1)

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 75 คน (ร้อยละ 59.06) รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 52 คน (ร้อยละ 40.94) (ตารางที่ 4.1)

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอายุ 20 – 39 ปี จำนวน 87 คน (ร้อยละ 68.50) รองลงมา มีอายุ 40 – 59 ปี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 20.47) มีอายุไม่เกิน 19 ปี จำนวน 11 คน (ร้อยละ 8.66) และ มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน (ร้อยละ 2.36) (ตารางที่ 4.1)

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีสถานะโสด จำนวน 84 คน (ร้อยละ 66.14) รองลงมา มีสถานะสมรส จำนวน 43 คน (ร้อยละ 33.86) (ตารางที่ 4.1)

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอาชีพที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปะและการออกแบบ จำนวน 110 คน (ร้อยละ 86.61) รองลงมา มีอาชีพเกี่ยวข้องกับศิลปะและการออกแบบ จำนวน 17 คน (ร้อยละ 13.39) (ตารางที่ 4.1)

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เพศหญิง มีอายุ 20 – 39 ปี สถานะโสด และมีอาชีพอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปะและการออกแบบ

ตารางที่ 4. 1

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน	ร้อยละ	รวม
เชื้อชาติ	เอเชีย	31	24.41	127 (100.00%)
	ยุโรป	96	75.59	
เพศ	ชาย	52	40.94	127 (100.00%)
	หญิง	75	59.06	
อายุ	≤ 19	11	8.66	127 (100.00%)
	20 – 39	87	68.50	
	40 – 59	26	20.47	
	≥ 60	3	2.36	
สถานภาพ	โสด	84	66.14	127 (100.00%)
	สมรส	43	33.86	
อาชีพ	ศิลปะ/ ออกแบบ	17	13.39	127 (100.00%)
	อื่นๆ	110	86.61	

4.2 ความชื่นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ผลการศึกษาความชื่นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความชื่นชอบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเป็นจำนวน 98 คน (ร้อยละ 77.17) รองลงมาที่มีความชื่นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์จำนวน 29 คน (ร้อยละ 22.83) (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4. 2

ความชื่นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรม

	รูปแบบสถาปัตยกรรม		รวม
	พื้นถิ่น	ไทยประยุกต์	
ความชื่นชอบ	98	29	127 (100.00%)
	(77.17%)	(22.83%)	

4.3 การรับรู้สถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ผลการศึกษารับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเป็นจำนวน 94 คน (ร้อยละ 74.02) รองลงมาที่มีการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์จำนวน 33 คน (ร้อยละ 25.98) (ตารางที่ 4.3)

ผลการศึกษารับรู้วัสดุในงานสถาปัตยกรรมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการรับรู้วัสดุในงานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเป็นจำนวน 96 คน (ร้อยละ 75.59) รองลงมาที่มีการรับรู้วัสดุในงานสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์จำนวน 31 คน (ร้อยละ 24.41) (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4. 3

ความถี่ และร้อยละ เรื่องความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรม

	รูปแบบสถาปัตยกรรม		
	พื้นถิ่น	ไทยประยุกต์	รวม
การรับรู้รูปแบบ	94 (74.02%)	33 (25.98%)	127 (100.00%)
การรับรู้วัสดุ	96 (75.59%)	31 (24.41%)	127 (100.00%)

ผลการศึกษารับรู้องค์ประกอบในงานสถาปัตยกรรมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการรับรู้ส่วนของหลังคาเป็นจำนวน 102 คน (ร้อยละ 80.31) รองลงมาเป็นส่วนของชานหรือระเบียงมีจำนวน 14 คน (ร้อยละ 11.02) และส่วนของบันไดมีจำนวน 11 คน (ร้อยละ 8.66) และการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการรับรู้ส่วนของหลังคาเป็นจำนวน 115 คน (ร้อยละ 90.55) รองลงมาเป็นส่วนของเสาถอยมีจำนวน 7 คน (ร้อยละ 3.94) และส่วนของผนังมีจำนวน 5 คน (ร้อยละ 3.94) (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4. 4

ความถี่ และร้อยละ เรื่องการรับรู้องค์ประกอบสถาปัตยกรรม

	การรับรู้องค์ประกอบ					รวม
	หลังคา	ชาน	บันได	เสา	ผนัง	
สถาปัตยกรรม	102	14	11			127
แบบพื้นถิ่น	(80.31%)	(11.02%)	(8.66%)			(100.00%)
สถาปัตยกรรม	115			7	5	127
แบบไทยประยุกต์	(90.55%)			(5.51%)	(3.94%)	(100.00%)

ผลการศึกษารับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมเรื่องความเบา/ ลอย ระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับรู้ที่สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมีความเบา/ ลอย มากกว่าสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ โดยมีจำนวน 95 คน (ร้อยละ 74.80) รับรู้ที่สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์มีความเบา/ ลอยมากกว่าสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น โดยมี จำนวน 16 คน (ร้อยละ 12.60) และไม่รับรู้ถึงความแตกต่างจำนวน 16 คน (ร้อยละ 12.60) มีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ระดับ 3.60 ใน 5 และสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์มีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ระดับ 2.65 ใน 5 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4. 5

การรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมเรื่องความเบา/ ลอย

	ความเบา/ ลอย			
	จำนวน	ร้อยละ	\bar{x}	SD
พื้นถิ่น	95	74.80	3.60	0.84
ไทยประยุกต์	16	12.60	2.65	1.03
ไม่มีความแตกต่างกัน	16	12.60		

ผลการศึกษารับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมเรื่องความโปร่ง/ โล่ง ระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับรู้ที่สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมีความโปร่ง/ โล่ง มากกว่าสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ โดยมีจำนวน 113 คน (ร้อยละ 88.98)

รับรู้ว่าคุณภาพชีวิตไทยประยุคต์มีความโปร่ง/ โหล่ง มากกว่าสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น โดยมีจำนวน 8 คน (ร้อยละ 6.30) และไม่รับรู้ถึงความแตกต่างจำนวน 6 คน (ร้อยละ 4.72) มีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ระดับ 3.98 ใน 5 และสถาปัตยกรรมไทยประยุคต์มีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ระดับ 2.28 ใน 5 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4. 6

การรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมเรื่องความโปร่ง/ โหล่ง

	ความโปร่ง/ โหล่ง			
	จำนวน	ร้อยละ	\bar{x}	SD
พื้นถิ่น	113	88.98	3.98	0.81
ไทยประยุคต์	8	6.30	2.28	0.93
ไม่มีความแตกต่างกัน	6	4.72		

ผลการศึกษากการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมเรื่องความร่มรื่น/ เย็นสบาย ระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุคต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับรู้ว่าคุณภาพชีวิตไทยประยุคต์มีความร่มรื่น/ เย็นสบาย มากกว่าสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น โดยมีจำนวน 52 คน (ร้อยละ 40.94) รับรู้ว่าคุณภาพชีวิตพื้นถิ่นมีความร่มรื่น/ เย็นสบาย มากกว่าสถาปัตยกรรมไทยประยุคต์ โดยมีจำนวน 37 คน (ร้อยละ 29.13) และไม่รับรู้ถึงความแตกต่างจำนวน 38 คน (ร้อยละ 29.92) มีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ระดับ 4.13 ใน 5 และสถาปัตยกรรมไทยประยุคต์มีค่าเฉลี่ยของคะแนนอยู่ที่ระดับ 4.24 ใน 5 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4. 7

การรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมเรื่องความร่มรื่น/ เย็นสบาย

	ความร่มรื่น/ เย็นสบาย			
	จำนวน	ร้อยละ	\bar{x}	SD
พื้นถิ่น	37	29.13	4.13	0.79
ไทยประยุคต์	52	40.94	4.24	0.81
ไม่มีความแตกต่างกัน	38	29.92		

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรม

จากการศึกษาพบว่าความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 79.218, Sig. = 0.000) (ตารางที่ 4.8) ทั้งนี้เนื่องจากความรู้สึกของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพรวมของสถาปัตยกรรม อาทิ รูปร่าง รูปทรง (Clive Bell, 1965; วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ และ ศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554: 46)

ตารางที่ 4. 8

ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบกับการรับรู้รูปแบบของสถาปัตยกรรมรีสอร์ท

การรับรู้สถาปัตยกรรม	ความชื่นชอบ			Chi-Square	Sig.	
	พื้นถิ่น	ไทยประยุกต์	รวม			
รูปแบบ	พื้นถิ่น	91 (71.65%)	3 (2.36%)	94 (54.78%)	79.218	0.000*
	ไทยประยุกต์	7 (5.51%)	26 (20.47%)	33 (25.98%)		
	รวม	98 (77.17%)	29 (22.83%)	127 (100.00%)		

* มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการศึกษาพบว่าความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้วัสดุที่ใช้ในสถาปัตยกรรมที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 61.392, Sig. = 0.000) (ตารางที่ 4.9) ทั้งนี้เนื่องจากความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้และทำให้รู้สึกสนใจในรายละเอียดในเชิงลึกต่อไปซึ่งในที่นี้คือการให้ความสนใจในเรื่องของวัสดุ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ, และ ศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554, หน้า 46)

ตารางที่ 4. 9

ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบกับการรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรมรีสอร์ท

การรับรู้สถาปัตยกรรม	ความชื่นชอบ			Chi-Square	Sig.	
	พื้นถิ่น	ไทยประยุกต์	รวม			
วัสดุที่ใช้	พื้นถิ่น	90 (70.87%)	6 (4.72%)	96 (75.59%)	61.392	0.000*
	ไทยประยุกต์	8 (6.30%)	23 (18.11%)	31 (24.41%)		
	รวม	98 (77.17%)	29 (22.83%)	127 (100.00%)		

* มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการศึกษาพบว่าความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 6.037, Sig. = 0.049) (ตารางที่ 4.10) เนื่องจากความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรม (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ และศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554: 46) ในขณะที่ความชื่นชอบไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 2.500, Sig. = 0.287) (ตารางที่ 4.10) เนื่องจากเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่เด่นชัดที่สุดในเรื่ององค์ประกอบสถาปัตยกรรมคือหลังคา (อรศิริ ปาณินท์, 2546) ที่มีขนาดใหญ่และใช้วัสดุธรรมชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พบเห็นส่วนใหญ่ รู้สึกสนใจในองค์ประกอบส่วนองหลังคามากที่สุด ไม่ว่าจะมีความชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบในสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นก็ตาม

ตารางที่ 4. 10

ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบกับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมรีสอร์ท

การรับรู้สถาปัตยกรรม	ความชื่นชอบ			Chi-Square	Sig.	
	พื้นถิ่น	ไทยประยุกต์	รวม			
องค์ประกอบ แบบพื้นถิ่น	หลังคา	76 (59.84%)	26 (20.47%)	102 (80.31%)	2.500	0.287
	บันได	9 (7.09%)	2 (1.57%)	11 (8.66%)		
	ชาน/ ระเบียง	13 (10.24%)	1 (0.79%)	14 (11.02%)		
	รวม	98 (77.17%)	29 (22.83%)	127 (100.00%)		
	หลังคา	92 (72.44%)	23 (18.11%)	115 (90.55%)		
องค์ประกอบ แบบไทยประยุกต์	เสา	4 (3.15%)	3 (2.36%)	7 (5.51%)	6.037	0.049*
	ผนัง	2 (1.57%)	3 (2.36%)	5 (3.94%)		
	รวม	98 (77.17%)	29 (22.83%)	127 (100%)		

* มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

หมายเหตุ. ค่าสังเกตในการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า Chi-square มีค่าจำนวนที่ ≤ 5 เกิน ร้อยละ 20 เนื่องจากเป็นการเก็บคำตอบจากกลุ่มตัวอย่างเพียง 127 คน

4.5 การรับรู้ความแตกต่างระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ในลักษณะนามธรรม

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเรื่องความเบา/ลอยระหว่างสถาปัตยกรรมรีสอร์ตรูปแบบพื้นถิ่นและรูปแบบไทยประยุกต์มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($t = 10.883$, Sig. = 0.000) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับรู้ถึงความเบา/ลอยในสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่น ($\bar{x} = 3.60$, SD = 0.84) มากกว่าแบบไทยประยุกต์ ($\bar{x} = 2.65$, SD = 1.03) (ตารางที่ 4.11) ทั้งนี้เนื่องจากรีสอร์ตที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมีการยกใต้ถุน ทำให้ตัวอาคารลอยอยู่เหนือพื้นดิน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าอาคารมีความเบา แตกต่างจากรีสอร์ตที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ ที่ตัวอาคารอยู่ติดกับพื้นดินทำให้เกิดความรู้สึกว่าอาคารมีความหนัก (วีระ อินพันทัง, 2544, หน้า 38)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเรื่องความโปร่ง/โล่งระหว่างสถาปัตยกรรมรีสอร์ตรูปแบบพื้นถิ่นและรูปแบบไทยประยุกต์มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($t = 18.970$, Sig. = 0.000) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากรับรู้ถึงความโปร่ง/โล่ง จากสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่น ($\bar{x} = 3.98$, SD = 0.80) มากกว่าแบบไทยประยุกต์ ($\bar{x} = 2.28$, SD = 0.93) (ตารางที่ 4.11) ทั้งนี้เนื่องจากการยกใต้ถุนของเรือนพื้นถิ่นทำให้อาคารลอยอยู่เหนือระดับสายตาสามารถมองผ่านไปเห็นบริบทรอบข้างได้โดยไม่ถูกตัวอาคารบดบัง (วีระ อินพันทัง, 2544, หน้า 38) ทำให้รู้สึกถึงความโปร่ง/โล่ง และไม่อึดอัด เมื่อเทียบกับสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์ที่มีลักษณะทึบตัน

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเรื่องความร่มรื่น/เย็นสบาย ระหว่างสถาปัตยกรรมรีสอร์ตรูปแบบพื้นถิ่นและรูปแบบไทยประยุกต์ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($t = -1.038$, Sig. = 0.301) โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงความร่มรื่น/เย็นสบาย ในสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่น ($\bar{x} = 4.13$, SD = 0.79) ซึ่งคล้ายคลึงกับแบบไทยประยุกต์ ($\bar{x} = 4.24$, SD = 0.81) (ตารางที่ 4.11) ทั้งนี้เนื่องจากสถาปัตยกรรมรีสอร์ตทั้งสองโครงการเน้นการสร้างบรรยากาศภายในโครงการด้วยบริบทที่มีความเป็นธรรมชาติ จึงทำให้บริบทโดยรอบมีต้นไม้เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่า การจัดวางต้นไม้ที่เป็นบริบทโดยรอบของสถาปัตยกรรมนั้นทำให้เกิดความรู้สึกที่ร่มเย็นได้ (อภินิษฐ์ พงศ์เมธากุล, 2542; วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ, & วีระ อินพันทัง, 2558)

ตารางที่ 4. 11

ความแตกต่างของการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรม

	สถาปัตยกรรม แบบพื้นถิ่น		สถาปัตยกรรม แบบไทยประยุกต์		t	Sig.
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
ความเบา/ ลอย	3.60	0.84	2.65	1.03	10.883	0.000*
ความโปร่ง/ โล่ง	3.98	0.81	2.28	0.93	18.970	0.000*
ความร่มรื่น/ เย็นสบาย	4.13	0.79	4.24	0.81	-1.038	0.301

* มีความแตกต่างทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

หมายเหตุ. ระดับคะแนน และการเทียบความหมายของค่าคะแนน สามารถดูได้จากรเกณฑ์การเปรียบเทียบคะแนน (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ฉ)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การสรุปผลการวิจัยเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

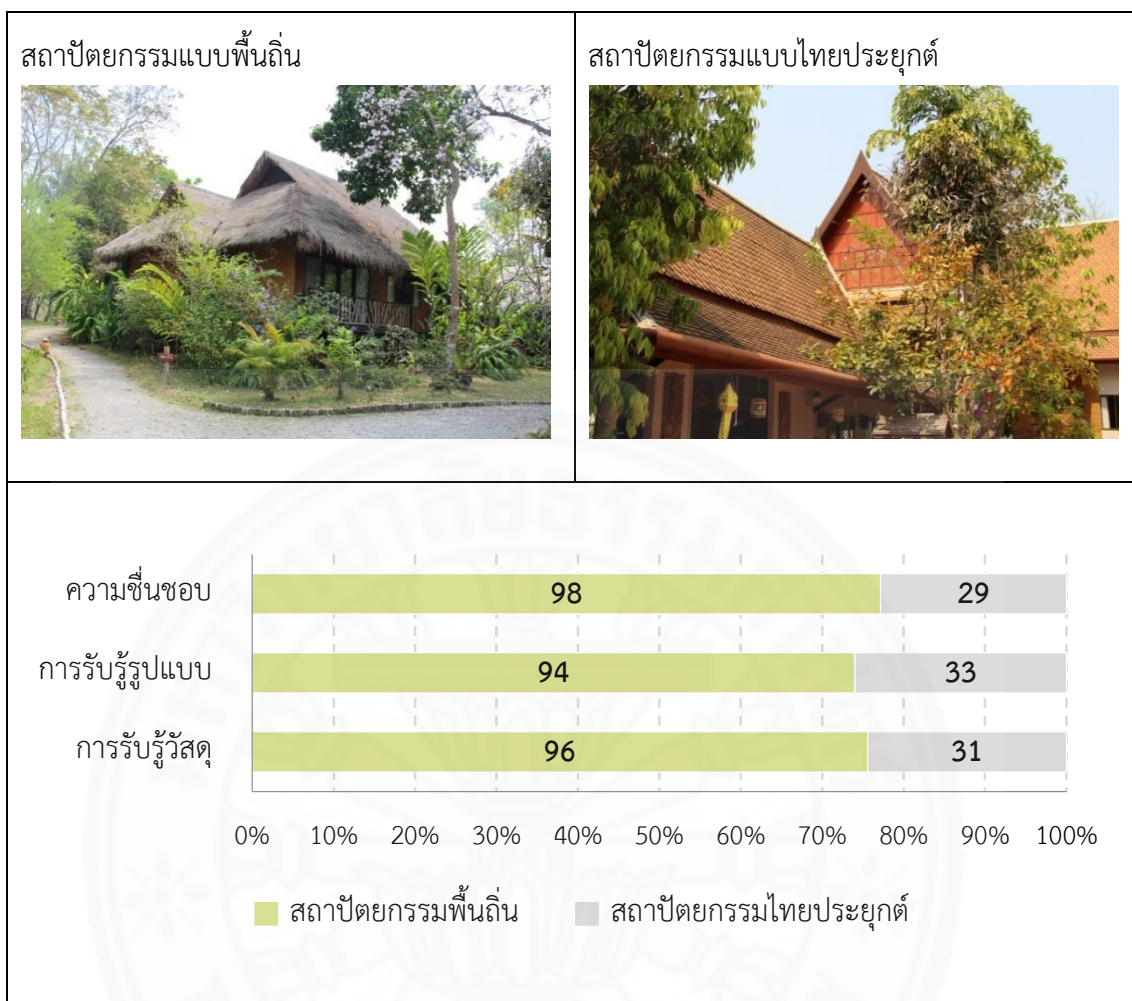
5.1.1 ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความชื่นชอบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นมากกว่าแบบไทยประยุกต์ (ภาพที่ 5.1) ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยด้านสถาปัตยกรรมมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (อุทัยรัตน์ นามแก้ว, 2555) ซึ่งสถาปัตยกรรมเหล่านั้นต้องมีความโดดเด่น และสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ จึงสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจในรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมากกว่าแบบไทยประยุกต์

5.1.2 การรับรู้สถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

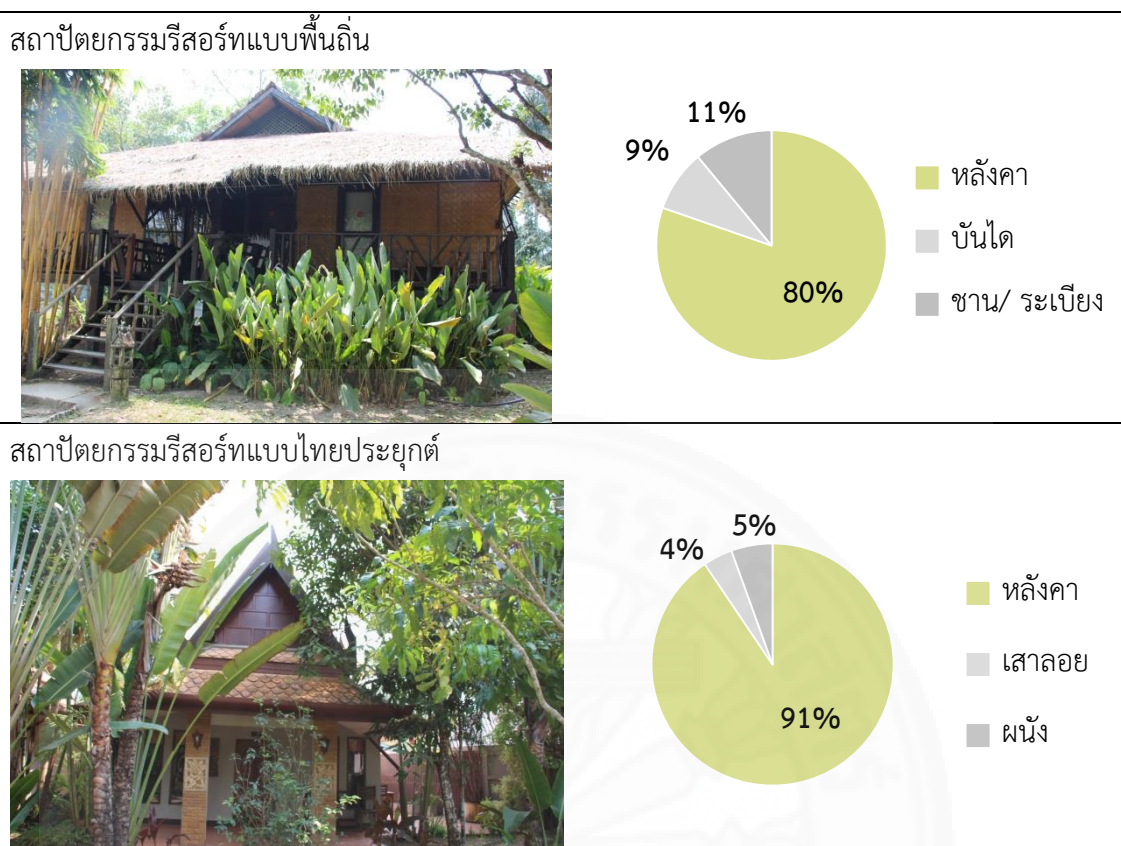
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นมากกว่าแบบไทยประยุกต์ (ภาพที่ 5.1) ทั้งนี้เนื่องจากความรู้สึกของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพรวมของสถาปัตยกรรม อาทิ รูปร่าง รูปทรง (Bell, 1965; วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ, และ ศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554, หน้า 46)

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้วัสดุที่ใช้ในสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นมากกว่าแบบไทยประยุกต์ (ภาพที่ 5.1) ทั้งนี้เนื่องจากความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้และทำให้รู้สึกสนใจในรายละเอียดในเชิงลึกต่อไป ซึ่งในที่นี้คือ การให้ความสนใจในเรื่องของวัสดุ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสฐฐวรกิจ, และ ศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554, หน้า 46)



ภาพที่ 5. 1 แสดงการเปรียบเทียบความชื่นชอบ และการรับรู้ระหว่างสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่น และแบบไทยประยุกต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการรับรู้ในองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์ ในส่วนหลังคามากที่สุด (ภาพที่ 5.2) เนื่องจากความชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรม (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ และศิวาพร กลิ่นมาลัย, 2554: 46) และเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่เด่นชัดที่สุดในเรื่ององค์ประกอบสถาปัตยกรรมคือหลังคา (อรศิริ ปาณินท์, 2546) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของอาคารที่มีขนาดใหญ่ ทำให้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้มากที่สุด เมื่อเทียบกับองค์ประกอบอื่น ๆ



ภาพที่ 5. 2 แสดงสัดส่วนการรับรู้องค์ประกอบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

5.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรม

ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้รูปแบบของสถาปัตยกรรมวัสดุที่ใช้ในสถาปัตยกรรมในงานสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และไทยประยุกต์ และมีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ แต่ความชื่นชอบไม่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น (ตารางที่ 5.1)

5.1.4 การรับรู้ความแตกต่างระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ในลักษณะนามธรรม

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถรับรู้ความแตกต่างในเรื่องของความเบา/ ลอย และความโปร่ง/ โล่ง ระหว่างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ได้ แต่ไม่สามารถรับรู้ความแตกต่างในเรื่องของความร่มรื่น/ เย็นสบาย (ตารางที่ 5.2) ทั้งนี้เนื่องจากรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมีการยกใต้ถุน ทำให้ตัวอาคารลอยอยู่บนเนื้อพื้นดิน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าอาคาร

มีความเบา แตกต่างจากรีซอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ ที่ตัวอาคารอยู่ติดกับพื้นดินทำให้เกิดความรู้สึกว่าอาคารมีความหนัก และนอกจากนั้นการยกใต้ถุนของเรือนพื้นถิ่นทำให้อาคารลอยอยู่เหนือระดับสายตา สามารถมองผ่านไปเห็นบริบทรอบข้างได้โดยไม่ถูกตัวอาคารบดบัง (วีระ อินพันทัง, 2544, หน้า 38) ทำให้รู้สึกถึงความโปร่ง/โล่ง และไม่อึดอัด เมื่อเทียบกับสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์ที่มีลักษณะทึบตัน ด้วยความแตกต่างดังกล่าวจึงทำให้การรับรู้ในลักษณะนามธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความแตกต่างกันออกไป

ตารางที่ 5.1

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและการรับรู้ในลักษณะรูปธรรม

สมมติฐานที่ 1	รูปแบบ	วัสดุ	องค์ประกอบ	
			ไทยประยุกต์	พื้นถิ่น
ความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและการรับรู้ในลักษณะรูปธรรมของสถาปัตยกรรมรีซอร์ท	✓	✓	✓	×
✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน				
× หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน				

ตารางที่ 5.2

สรุปการรับรู้ความแตกต่างในลักษณะนามธรรม

สมมติฐานที่ 2	ความเบา / ลอย	ความโปร่ง / โล่ง	ความร่มรื่น / เย็นสบาย
การรับรู้ความแตกต่างในลักษณะนามธรรมระหว่างสถาปัตยกรรมรีซอร์ทแบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์	✓	✓	×
✓ หมายถึง มีความแตกต่างกัน			
× หมายถึง ไม่มีความแตกต่างกัน			

5.2 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

5.2.1 สำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ธุรกิจรีสอร์ทเป็นธุรกิจที่มีจำนวนโครงการมากที่สุดในส่วนแบ่งการตลาดสถานที่พักผ่อนของประเทศไทย และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต เนื่องจากนโยบายภาครัฐต่าง ๆ ได้มีการผลักดัน และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จึงถือเป็นโอกาสของธุรกิจสถานที่พักผ่อนที่จะขยายฐานธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการประกอบการวางแผนธุรกิจ ทั้งในการริเริ่มโครงการที่จะเกิดขึ้นใหม่ และการปรับปรุงหรือต่อเติมโครงการที่มีอยู่เดิม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการลงทุน

5.2.1.1 ประโยชน์ในเชิงธุรกิจ

1. จากผลวิจัยเกี่ยวกับความชื่นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผู้ประกอบการสามารถนำผลที่สรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่น มากกว่าแบบไทยประยุกต์ มาใช้ในการกำหนดรูปแบบสถาปัตยกรรมของโครงการรีสอร์ท เพื่อให้รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของโครงการสามารถตอบโจทย์ความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมายได้

2. จากดัชนีชี้วัดการรับรู้ในเชิงรูปธรรมทั้ง 3 ค่า ได้แก่ รูปแบบสถาปัตยกรรมวัสดุที่ใช้ในสถาปัตยกรรม และองค์ประกอบของสถาปัตยกรรม ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนธุรกิจ สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดทิศทางการลงทุน ออกแบบ และก่อสร้างโครงการได้ เป็นการลงทุนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) ของโครงการในเชิงกายภาพที่ตรงตามความสามารถในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือเป็นทางเลือกลงทุนอย่างตรงประเด็น ที่มีความคุ้มค่า และเกิดผลลัพธ์สูงสุด

5.2.1.2 ประโยชน์ในเชิงสถาปัตยกรรม

1. จากผลวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สถาปนิก หรือผู้ออกแบบสามารถนำผลสรุปที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่น ได้มากกว่าแบบไทยประยุกต์ มาเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบสถาปัตยกรรมสำหรับโครงการรีสอร์ทที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อเสนอรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมต่อเจ้าของโครงการได้

2. จากผลวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สถาปนิก หรือผู้ออกแบบสามารถนำผลสรุปที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถรับรู้ถึงองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ในส่วนหลังคามากที่สุด มาใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมทั้ง 2 รูปแบบ โดยเน้นความสำคัญไปที่ส่วนของหลังคา เนื่องจากเป็นส่วนที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถรับรู้ได้มากที่สุด จึงควรออกแบบหลังคาให้สามารถถ่ายทอดข่าวสาร หรือสามารถนำเสนอเอกลักษณ์ ความเป็นไทยอันทรงคุณค่าผ่านทางองค์ประกอบส่วนหลังคาให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

3. หากสถาปนิก หรือผู้ออกแบบสามารถออกแบบให้สถาปัตยกรรมรีสอร์ทสร้างการรับรู้ได้ตามดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรมไทย (ดูข้อมูลจาก หน้า 33 ข้อ 3.7.4) จะสามารถเพิ่มคุณค่าในการรับรู้สถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้สัมผัสกับเอกลักษณ์ และคุณค่าของความเป็นสถาปัตยกรรมไทยอย่างครบถ้วน และสมบูรณ์แบบทั้งในลักษณะรูปธรรม และลักษณะนามธรรม

4. จากผลวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ความแตกต่างระหว่างสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่น และแบบไทยประยุกต์ในลักษณะนามธรรม สถาปนิกหรือผู้ออกแบบสามารถนำผลวิจัยที่สรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถรับรู้ความแตกต่างในเรื่องของความเบา/ ลอย และความโปร่ง/ โลง ในสถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่นมากกว่าแบบไทยประยุกต์ (ตารางที่ 4.11) ไปใช้ในการออกแบบโครงการรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น โดยเน้นที่การออกแบบให้สถาปัตยกรรมสามารถสื่อสารความเบา/ ลอย และความโปร่ง/ โลง ไปยังผู้รับสาร หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

5.2.2 สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรมมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ข) เชื้อชาติ และเพศ ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในการรับรู้สถาปัตยกรรม (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ข ตารางที่ 2.4) จึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึก เพื่อทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และการรับรู้ กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2. ดัชนีชี้วัดการรับรู้สถาปัตยกรรมไทย (ดูข้อมูลจาก หน้า 33 ข้อ 3.7.4) ที่กำหนดขึ้นในงานวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดระดับการรับรู้สถาปัตยกรรมไทยในงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้

3. สถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบไทยประยุกต์นั้นยังขาดการสื่อสารในลักษณะนามธรรม ควรศึกษาแนวทางการออกแบบ และเพิ่มคุณค่าความเป็นไทยให้กับสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ ซึ่งหากสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์สามารถสื่อสารความเป็นไทยได้อย่างสมบูรณ์แบบในอนาคตอาจกลายมาเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เปรียบเสมือนตัวแทน สื่อถึงเอกลักษณ์ที่ทรงคุณค่าของประเทศไทยได้

4. ควรทำการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบในความเป็นไทย และทำการศึกษาข้อมูลในเชิงสถาปัตยกรรม เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจที่เน้นความเป็นไทย สำหรับการดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ต่อไป

5. จากแนวโน้มและทิศทางของการท่องเที่ยวในปัจจุบันจะเห็นว่านักท่องเที่ยวจีนและนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนมีจำนวนเพิ่มขึ้นในอัตราที่ค่อนข้างสูงอย่างต่อเนื่อง (ดูรายละเอียดที่ ภาคผนวก ข) ทำให้ในอนาคตจะกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อควรเจาะกลุ่มเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยวชาวจีน และนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนด้วย

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). *หลักสถิติ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ, และ มัทนียา สมมิ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธรรมการพิมพ์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติ: การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย* (พิมพ์ครั้งที่ พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พีระพัทธนา.
- พ.พรหมพิจิตร. (2495). *พุทธศิลป์สถาปัตยกรรม ภาคต้น*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระจันทร์ สนั่น บุญยศิริพันธ์.
- รัจรี นพเกตุ. (2540). *จิตวิทยา: การรับรู้*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อบปี้ (ประเทศไทย).
- วิมลสิทธิ์ ทรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ, และ วีระ อินพันทัง. (2558). *พื้นฐานเอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทย*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการ การสร้างสรรค์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: จี ปี พี เซ็นเตอร์.
- วิมลสิทธิ์ ทรยางกูร, บุษกร เสธฐวรกิจ, และ ศิวาพร กลิ่นมาลัย. (2554). *จิตวิทยาสภาพแวดล้อม: มลฐานการสร้างสรรคและจัดการสภาพแวดล้อมน่าอยู่อาศัย*. กรุงเทพฯ: จี ปี พี เซ็นเตอร์.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *แผนพัฒนาการทองเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555- 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- Asseal, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati: International Thompson.
- Babin, B. J., & Darden, W. R. (1994). *Exploring the concept of affective quality: Expanding the concept of retail personality*. *Journal of Business Research*, 29, 101-110.
- Bell, C. (1965). *Artistic Represent and Form, In Aesthetics*. (J. Stoinitz, Ed.) United States of America: Macmillan Publishing.
- Morison, A. M. (1996). *The new Leaders: Leadership Diversity in America*. San Francisco: Jossey Bass.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11 ed.). (S. Wall, Ed.) The United States of America: Courier Kendallville.

Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2006). *Consumer Behaviour, A European Perspective* (Third ed.). Madrid: Mateu Cromo.

บทความวารสาร

จตุรรัตน์ กิรติวุฒิปงศ์. (เมษายน 2554). วิเคราะห์และวิจารณ์ทัศนศิลป์: สถาปัตยกรรมไทย. *วารสารวิชาการ "วิชา"*, 52-59.

จิรนนท์ เทียนทอง, และ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้แบรนด์โรงแรมรีสอร์ตของผู้ใช้บริการ. *งานประชุมวิชาการ "Built Environment Research Associates Conference, BERAC"*, 4, 630-635.

ดาสิทธิ์ ดะยี่, นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล, และ ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ. (2557). พฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลางในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 10(2), 1-13.

ธัญญพร จิตราภิรมย์, และ ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี. (2558). พลวัตทางสถาปัตยกรรมพื้นที่ถิ่นของเรือนไทยใหญ่ในอำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*, 20, 18-26.

นนทิดา ถาวรไพบูลย์บุตร. (2555). กรอบการอ้างอิงการรับรู้ทางสายตา. *วารสารกิจกรรมบำบัด: บทความพื้นวิชา*, 17(3), 25-29.

พงศธร จันทร์วิโรจน์, และ ณิช กุณิสร์. (2554). พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง. *วารสาร "สุทธิปริทัศน์"*, 77, 33-46.

พพบร เอี่ยมใส, อภิสักดิ์ สิ้นธุภาค, และ อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (1 มกราคม-มิถุนายน 2558). ปัจจัยด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์กับการรับรู้ประเภทและคุณค่าของสินค้า: กรณีศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้บรรจุภัณฑ์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคข้ามวัฒนธรรม. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 6(1), 134-148.

ภัทรพร ทิมแดง, และ วินัย ปัญจขจรศักดิ์. (2554). โมเดลการตลาดเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. *วารสาร "สมาคมนักวิจัย"*, 16(3), 89-101.

- ภูมิชาย พันธุ์ไพโรจน์. (2556). การสืบทอดอาคารระดับชาวบ้านที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาของเรือนไทดำในอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/การผังเมือง*, 10(1), 43-55.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2553). การสร้างสรรค์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่: ปัญหาแนวทางการสร้างสรรค์และพัฒนา และโอกาสในเศรษฐกิจสร้างสรรค์. งานประชุมวิชาการ “Built Environment Research Associates Conference, BERAC”, 1, 3-17.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2554). การสร้างสรรค์มรดกวัฒนธรรม: สู่การสร้างสรรค์เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่. *วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/การผังเมือง*, 8(1), 1-19.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (มิถุนายน 2539). สถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่ (ไทย ร.9) เอกลักษณ์สถาปัตยกรรมไทย: ข้อคิดเห็นบางประการในการกำหนดรูปแบบ - สูตรสำเร็จในการสร้างสรรค์?. *วารสารภาษา*, 48-65.
- วีระ อินพันทัง. (2544). สถาปัตยกรรมไทยพิเคราะห์: ว่าด้วยความเบาลอย. *วารสารวิชาการ “หน้าจั่ว”*, 17, 29-39.
- วีระ อินพันทัง. (กรกฎาคม-กันยายน 2554). การอนุรักษ์เรือนพักอาศัยพื้นถิ่นไทย. *วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์*, 17(66), 7-12.
- สันต์ สุวัจนราภินันท์, ทวีศักดิ์ เกียรติวีระศักดิ์, และ รัฐฐา ฤทธิศร. (2555). สัญวิทยา: การถอดรหัสและการประยุกต์อัตลักษณ์ไทยเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบ. งานประชุมวิชาการ “Built Environment Research Associates Conference, BERAC”, 3, 86-102.
- สุรพล สุวรรณ. (2558). มรดกสถาปัตยกรรมที่อยู่อาศัยแหล่งการดนตรีอาเซียน กรณีศึกษา: บ้านครูดนตรีไทย-ลาว. *วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*, 21, 1-11.
- สุรีพรรณ สุพรรณสมบูรณ์. (2553). การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบสถาปัตยกรรมกับลักษณะที่ทำให้เกิดความสบาย กรณีศึกษา: เรือนพื้นถิ่นในประเทศไทย. งานประชุมวิชาการ “Built Environment Research Associates Conference, BERAC”, 1, 26-38.

วิทยานิพนธ์และงานวิจัย

- เชษฐา พลายชุม, และ อภินันท์ พงศ์เมธากุล. (2544). *การวิจัยและพัฒนาารูปแบบสถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่*. (การวิจัยประเภทกำหนดเรื่อง). กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาวิจัยแห่งชาติ.
- ประวิช ประทีป. (2540). *ลักษณะไทยสมัยใหม่สำหรับงานสถาปัตยกรรมประเภทบ้านพักอาศัย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.

- รุ่งนภา ศรีวิเศษศักดิ์. (2553). *นวัตกรรมการพัฒนาบ้านทรงไทยด้วยวัสดุทดแทนสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง.
- จิตพัฒน์ นอเรืองวิวัฒน์. (2545). *สาระสำคัญด้านสภาวะน่าสบายที่เสริมสร้างอรรถประโยชน์ของบ้านไทยในอดีต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
- สุรางคนา แก้วตา. (2557). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- สุวิทย์ วรรณญาพร. (2540). *ลักษณะไทยสมัยใหม่สำหรับงานสถาปัตยกรรมประเภทพาณิชย์กรรม: โรงแรมและสถานตากอากาศ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
- อภิรักษ์ พงศ์เมธากุล. (2542). *ลักษณะไทยภาคกลางสมัยใหม่ในงานออกแบบสถาปัตยกรรมประเภทบ้านพักอาศัยในปัจจุบัน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.
- อรศิริ ปาณินท์. (2546). *ภูมิปัญญาชาวบ้านในเรือนพื้นถิ่นไทพวนในประเทศไทย : การนำไปสู่สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นใหม่บนฐานของภูมิปัญญาและเทคโนโลยีท้องถิ่น*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อุทัยรัตน์ นามแก้ว. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการในโรงแรมแมนดาริน โอเรียลเต็ล ดาราเทวี จังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะศิลปศาสตร์.



ภาคผนวก

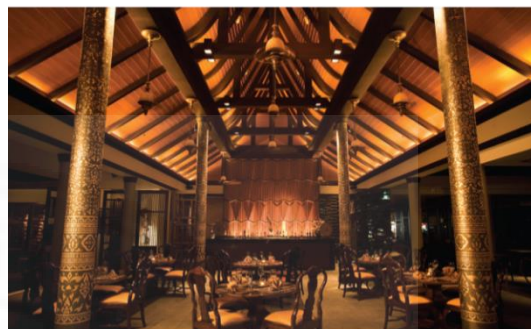
ภาคผนวก ก

ภาพประกอบ

1(ก) เอกลักษณ์ความเป็นไทยที่พบเห็นได้จากโครงการรีสอร์ทในประเทศไทย



ภาพที่ 1.1 (ก) สิริอำพัน บูติค รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 1.2 (ก) ฮอลิเดย์ อินน์ รีสอร์ท จังหวัดภูเก็ต



ภาพที่ 1.3 (ก) อมารี โวค หาดทับแขก จังหวัดกระบี่

2(ก) รูปแบบสถาปัตยกรรมไทยในรีสอร์ท



ภาพที่ 2.1 (ก) ซิกซ์เซนส์ ไฮด์อเวย์ เกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา



ภาพที่ 2.2 (ก) รอยัล ลันตา รีสอร์ท แอนด์ สปา เกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ภาคผนวก ข

ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 24.7 ล้านคน จากแนวโน้ม และทิศทางที่ควรจะเป็น โดยตั้งสมมติฐานว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นอยู่ในภาวะที่ปกติ ไม่มีเหตุการณ์ใดๆที่ส่งผลกระทบต่อในแง่ลบ สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเพิ่มขึ้นมากถึง 45 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 และ 67 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2573

ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 9 ของโลก (อันดับที่ 3 ของเอเชีย) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 14 ของโลก (อันดับที่ 4 ของเอเชีย) (ตารางที่ 1.1) จากข้อมูลสถิติพบว่าในปี พ.ศ. 2551-2557 ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อยู่ที่ร้อยละ 18 ต่อปี มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นในทุกปี และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1.1 (ข)

รายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศของโลก ปี พ.ศ. 2557

	รายได้ (พันล้าน)		การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	
	2556	2557	2556/2555	2557/2556
1 สหรัฐอเมริกา	172.9	177.2	7.0	2.5
2 สเปน	62.6	65.2	7.6	4.2
3 จีน	51.7	56.9	3.3	10.2
4 ฝรั่งเศส	56.7	55.4	5.6	-2.3
5 มาเก๊า	51.8	50.8	18.1	-1.9
6 อิตาลี	43.9	45.5	6.6	3.7
7 สหราชอาณาจักร	41.0	45.3	12.1	10.3
8 เยอรมนี	41.3	43.3	8.2	5.0
9 ไทย	41.8	38.4	23.4	-8.0
10 ฮ็องกง	38.9	38.4	17.7	-1.4

หมายเหตุ. จาก *Tourism Highlights 2015 Edition*, โดย UNWTO.

ในช่วงปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2557 รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 18.9 ต่อปี ในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศทั้งหมด 55,387,752 คน มีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวอยู่เพียง 20 จังหวัด ซึ่งมีเพียง 9 จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า 1 ล้านคน ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ สงขลา กระบี่ อยุธยา และพังงา ตามลำดับ (ตารางที่ 1.2) (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560, กรมการท่องเที่ยวและกีฬา, หน้า 10-11)

ตารางที่ 1.2 (ข)

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (คน)					
1	กรุงเทพมหานคร	18,580,885	11	สมุทรปราการ	817,858
2	ภูเก็ต	8,395,921	12	เชียงราย	526,498
3	ชลบุรี	7,216,105	13	หนองคาย	519,578
4	สุราษฎร์ธานี	2,708,110	14	ปทุมธานี	491,155
5	เชียงใหม่	2,341,905	15	ระยอง	473,614
6	สงขลา	2,212,248	16	ยะลา	448,121
7	กระบี่	1,995,991	17	เพชรบุรี	432,819
8	อยุธยา	1,656,639	18	ตราด	404,153
9	พังงา	1,324,772	19	กาญจนบุรี	364,094
10	ประจวบคีรีขันธ์	916,526	20	นราธิวาส	355,255

หมายเหตุ. จากกรมการท่องเที่ยว.

ตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วง 5 – 10 ปีต่อจากนี้ มีแนวโน้มไปในทางบวก เนื่องจากแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 4 – 5 ต่อปี ซึ่งหากพิจารณาข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวทั่วโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 – พ.ศ. 2556 การเติบโตเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือร้อยละ 8.5 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงที่สุดในโลก ซึ่งการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economic Community: AEC) จะทำให้ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน หากเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวตามภูมิภาค ปริมาณของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียน

ที่เข้ามาในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น จะเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยที่สามารถสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนั้นประเทศไทยยังมีฐานะเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนอีกด้วย

ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในด้านการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว มีเป้าหมายในเชิงยุทธศาสตร์ 3 ประเด็นดังนี้ (ภาพที่ 1.1) (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560, กรมการท่องเที่ยวและกีฬา, หน้า 15-20)



ภาพที่ 1.1 (ข) ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในด้านการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว.

1. ปรับภาพลักษณ์ของประเทศไทยภายใต้แบรนด์ Amazing Thailand (rebranding) เพื่อเป็นการยกระดับของตำแหน่งทางการตลาด (positioning) จากในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและคุ้มค่า (variety and value for money destination) สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (quality leisure destination)

2. ปรับโครงสร้างการตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทย (market restructuring) โดยการขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม high value ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย มีความสนใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทย และพร้อมที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม

ซึ่งทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนจากการขึ้นอยู่กับปริมาณนักท่องเที่ยวมาเป็นการเติบโตของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมากกว่า

3. ปรับสมดุลระหว่างอุปสงค์ และอุปทาน (rebalancing) ทำให้เกิดสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งไปสู่ความยั่งยืน มุ่งการกระจายจังหวัดในการท่องเที่ยว และกระจายรายได้ไปสู่จังหวัดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรอง สร้างความรักและภาคภูมิใจในความเป็นไทยของคนในชาติ เพื่อเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งของสังคมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยว ทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้มากขึ้น โดยที่สามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมได้

กลยุทธ์ในการดำเนินงานสำหรับการยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเน้นการสื่อสารข้อมูลเชิงบวก ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และเน้นที่คำว่า “วิถีไทย” สำหรับการสร้างเอกลักษณ์ของประเทศ และเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสามารถเฟื่องกระแสนิยมความเป็นไทยของคนไทย ให้มีความภูมิใจในเอกลักษณ์ของชาติ ช่วยอนุรักษ์และดำรงไว้ซึ่งความเป็นไทยได้อีกด้วย (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560, กรมการท่องเที่ยวและกีฬา, หน้า20)

ในไตรมาสที่ 3 ปีพ.ศ.2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 7,274,428 คน โดยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก และยุโรป โดยที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ จีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น ตามลำดับ รายได้จากนักท่องเที่ยวมีการขยายตัวร้อยละ 31.25 (ไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2558 มีการขยายตัวร้อยละ 42.49) โดยที่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีการปรับตัวลดลง สร้างรายได้เท่ากับ 207,865.26 ล้านบาท มีการขยายตัวร้อยละ 50.54 (ไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2558 มีการขยายตัวร้อยละ 85.59) ในขณะที่ภูมิภาคยุโรป มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น สร้างรายได้เท่ากับ 76,960.74 ล้านบาท มีการขยายตัวร้อยละ 10.21 ซึ่งเป็นการปรับตัวที่ดีขึ้นจากไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2558 และภูมิภาคอื่น ๆ สร้างรายได้ 72,224.76 ล้านบาท มีการขยายตัวร้อยละ 19.50 ซึ่งเป็นการปรับตัวที่ดีขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2558

จากสถานการณ์ท่องเที่ยวพบว่ามีการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมีจำนวนมากถึงเกือบ 1 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 1, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, หน้า 8-10)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเติบโตในอัตราที่ค่อนข้างสูง สังเกตจากสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงของการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP: TDGDP) ต่อ GDP รวมของประเทศมีค่าเท่ากับร้อยละ 5.45 มีมูลค่าเท่ากับ 180,361 ล้านบาท (ไตรมาสที่ 1 มีมูลค่า

เท่ากับ 170,629 ล้านบาท และไตรมาสที่ 2 มีมูลค่าเท่ากับ 194,571 ล้านบาท) หากรวมมูลค่าเข้ากับผลิตภัณฑ์มวลรวมทางอ้อมด้านการท่องเที่ยว (Tourism Indirect GDP: TIGDP) แล้วจะมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.50 สามารถก่อให้เกิดการจ้างงานในไตรมาสที่ 3 สูงถึง 4.45 ล้านคน หรือร้อยละ 11.64 ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ มีดุลการท่องเที่ยวเกินดุลถึง 284.22 ล้านบาท สาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่า GDP ในสัดส่วนที่สูงที่สุดคือ สาขาที่พักอาศัย (accommodation for tourist) รองลงมาได้แก่ บริการอาหาร และเครื่องดื่ม (food and beverage servicing industry) และบริการที่เน้นเอกลักษณ์หรือวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะตัวของประเทศไทย อาทิ สปา นวดแผนไทย เป็นต้น

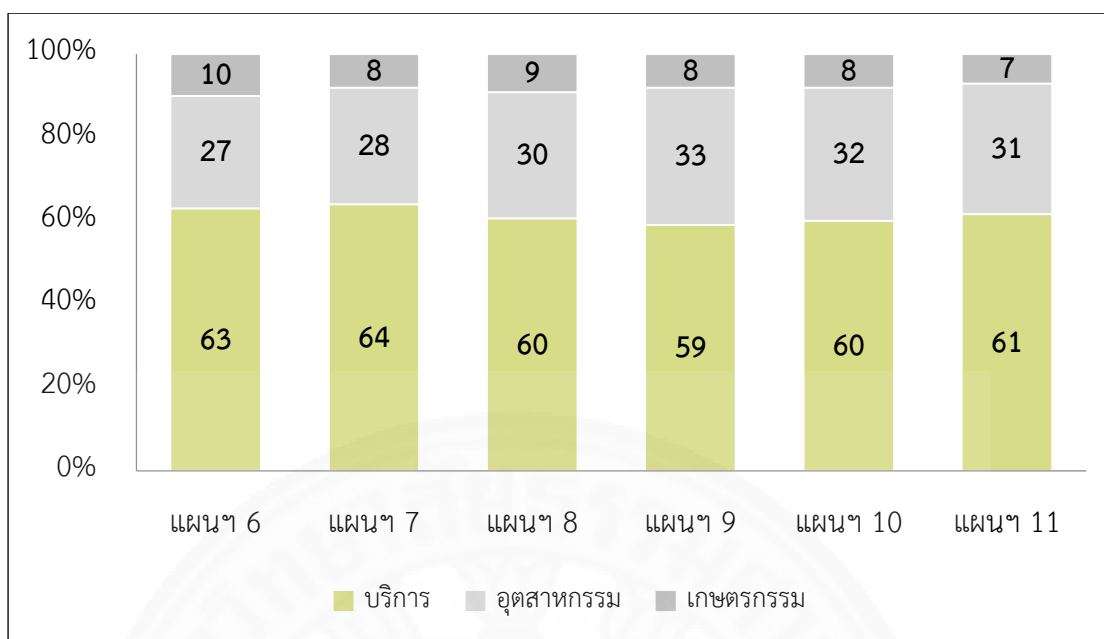
จากการพยากรณ์รายได้ของปี 2559 โดยการคาดการณ์แนวโน้มจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในปี 2558 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ขึ้นชอบในสินค้า และการบริการของประเทศ ไทย สามารถคาดการณ์ได้ว่าในปี 2559 จะเกิดรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 1.67 ล้านล้านบาท (ตารางที่ 1.3) (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 1, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, หน้า 23-24)

ตารางที่ 1.3 (ข)

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และรายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2557

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ (ล้าน คน)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2550	14.46	4.65	547.78	13.57
2551	14.58	0.83	574.52	4.88
2552	14.15	-2.98	510.26	-11.19
2553	15.94	12.63	592.79	16.18
2554	19.23	20.67	776.22	30.94
2555	22.35	16.24	983.93	26.76
2556	26.54	18.76	1,207.15	22.69
2557	24.70	-6.60	1,130.00	-5.80

หมายเหตุ. จาก *ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12* (น.25), โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.



ภาพที่ 1.2 สัดส่วนโครงสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศไทยภาคบริการ ภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรม, จาก *ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12* (น. 27), โดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ตารางที่ 1.4 (ข)

มูลค่า GDP ภาคบริการ สาขาโรงแรมและภัตตาคาร ของประเทศไทย พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2557

ปี	มูลค่าของสาขาโรงแรม และภัตตาคาร	GDP ของภาคบริการ	สัดส่วน GDP ของภาคบริการ ต่อ GDP รวมของประเทศ
2550	277,778	5,150,522	56.75
2551	298,874	5,417,325	55.81
2552	285,443	5,521,476	57.19
2553	311,910	5,939,547	54.98
2554	349,523	6,294,582	55.70
2555	413,838	6,962,470	56.36
2556	477,212	7,377,122	57.14
2557	488,769	7,614,259	57.92

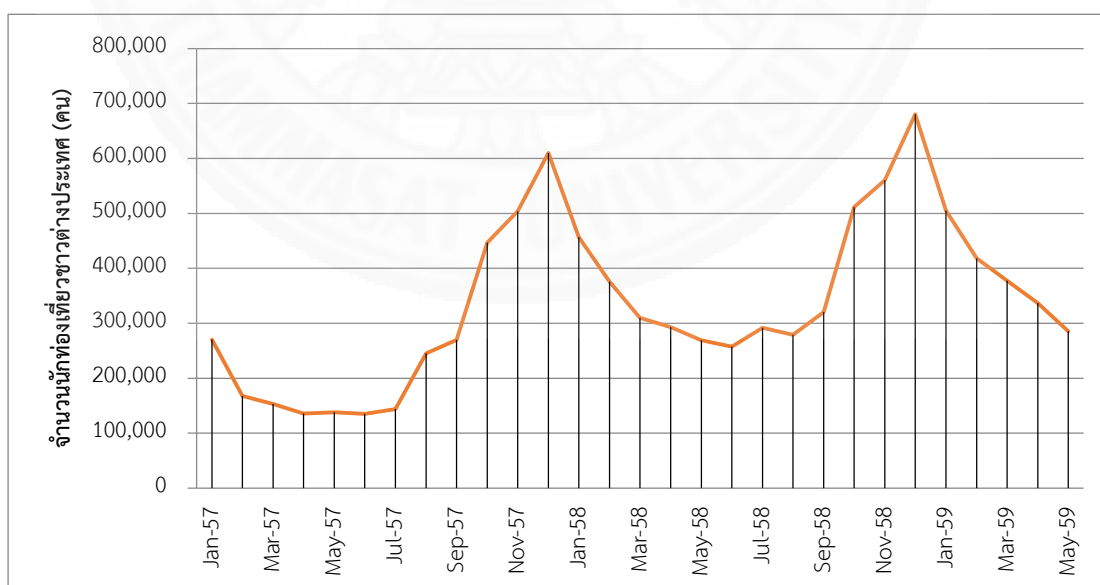
หมายเหตุ. จาก *ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12* (น.24), โดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ภาคผนวก ค

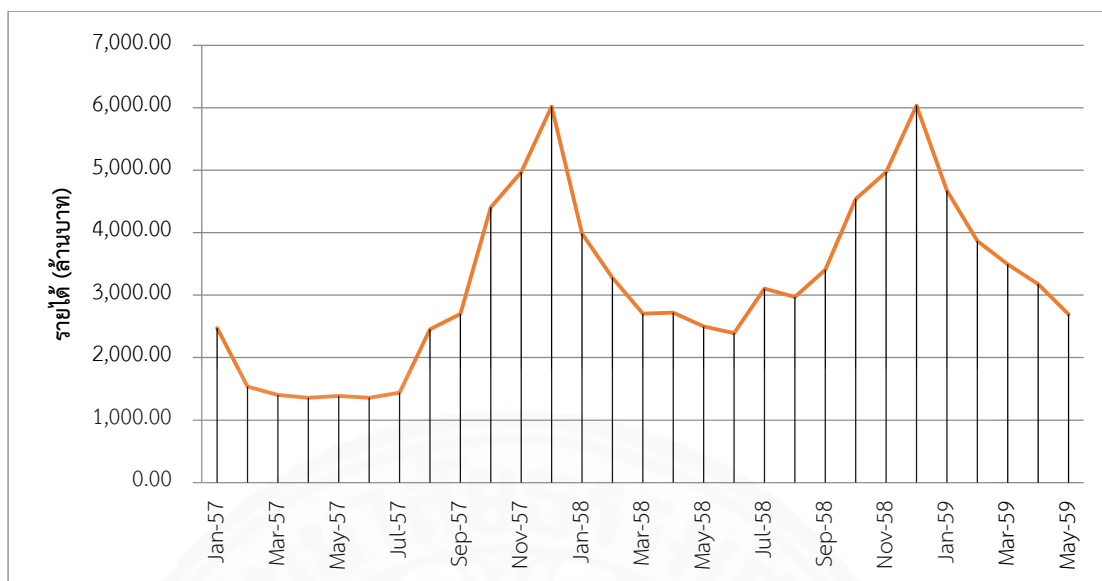
ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ทั้งในระดับประเทศ และในระดับสากล มีภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีภูมิทัศน์ที่งดงาม ศิลปกรรม วรรณคดี และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวล้านนาโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่หลากหลาย จึงสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้ในปี พ.ศ. 2554 จังหวัดเชียงใหม่ได้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญระดับโลก

ในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 5,661,673 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 จำนวน 620,756 คน (ร้อยละ 12.31) สามารถแยกออกเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 3,622,511 คน (ร้อยละ 63.98) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 2,039,162 คน (ร้อยละ 36.02) การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัด 43,070.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 จำนวน 3,563.21 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.02 สามารถแยกออกเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 23,973.93 ล้านบาท (ร้อยละ 55.66) และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 19,096.31 ล้านบาท (ร้อยละ 44.34) มีแนวโน้มที่จะมีอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราการเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี (ภาพที่ 1.1 และ 1.2)



ภาพที่ 1.1 (ค) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 – เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559



ภาพที่ 1.2 (ค) รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 – เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559

ตารางที่ 1.1 (ค)

ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ปรากฏต่อสากล

ปี	ผู้จัดอันดับ	การจัดอันดับ
2553	นิตยสาร Travel & Leisure	เมืองที่น่าท่องเที่ยว อันดับ 2 ของโลก
	นิตยสาร Lonely Planet	1 ใน 10 สุดยอดเมืองแห่งปี
2554	คณะรัฐมนตรี	นครที่เป็นที่สุดแห่งแห่งความสวยงามทางวัฒนธรรม
	Euromonitor International	1 ใน 100 เมืองที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดในโลก
2556	นิตยสาร Travel & Leisure	เมืองที่น่าท่องเที่ยว อันดับที่ 10 ของโลก
	เว็บไซต์ TripAdvisor's daodao.com	แหล่งท่องเที่ยวอันดับที่ 12 ที่คนจีนให้ความนิยม

หมายเหตุ. จาก แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ 4 ปี พ.ศ. 2558-256 (น.29), โดย คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) ร่วมกับคณะอนุกรรมการจัดทำและทบทวนแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ และคณะจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี.

ตารางที่ 1.2 (ค)

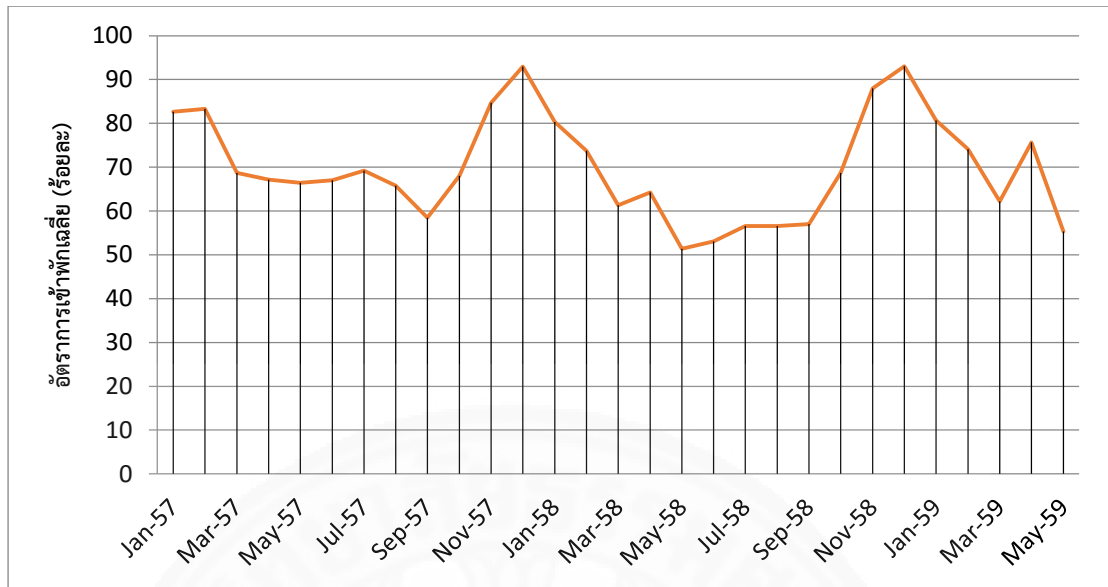
การจัดอันดับเมืองที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจมากที่สุด

จุดหมายปลายทาง	ประสิทธิภาพ		จุดหมายปลายทาง	ประสิทธิภาพ	
	การค้นหาข้อมูล			การค้นหาข้อมูล	
1 ฮองกง, จีน	+50		11 โรม, อิตาลี		+180
2 ภูเก็ต, ไทย	+250		12 เชียงใหม่, ไทย		+180
3 ไต้หวัน	+350		13 นิวยอร์ก, สหรัฐอเมริกา		+280
4 กรุงเทพฯ, ไทย	+270		14 ลอนดอน, อังกฤษ		+120
5 ปารีส, ฝรั่งเศส	+360		15 เกาะเจจู, เกาหลีใต้		+570
6 ดูไบ, อาหรับเอมิเรต	+210		16 โบราเค, ฟิลิปปิน		+360
7 มาเก๊า, จีน	+50		17 เกียวโต, ญี่ปุ่น		+580
8 โซล, เกาหลีใต้	+180		18 โกตา คินาบาลู, มาเลเซีย		+550
9 สิงคโปร์	+170		19 ฮานอย, เวียดนาม		+510
10 บาห์ลี, อินโดนีเซีย	+310		20 กัวลาลัมเปอร์, มาเลเซีย		+190

หมายเหตุ. จาก การเก็บข้อมูลการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวจีน, โดย เว็บไซต์ TripAdvisor's daodao.com, ช่วงเดือน กรกฎาคมถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2556.

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน มาเลเซีย และรัสเซีย ตามลำดับจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการยกย่องจากทั่วโลก และเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในระดับสากล (ตารางที่ 1.1) นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีสนามบินนานาชาติที่เปรียบเสมือนศูนย์กลางการบินนานาชาติของภูมิภาค (Aviation Hub) และตลาดถนนเดินเท้า ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ ยังได้รับการจัดอันดับโดยเว็บไซต์ TripAdvisor ว่ามีความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกมากที่สุด

ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และสปา มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านจำนวนโครงการ และจำนวนผู้ที่มาใช้บริการ (ภาพที่ 1.3) โดยที่ธุรกิจต่าง ๆ ได้นำเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนามาเป็นจุดเด่นทางการตลาด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ และเป็นการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1.3 (ค) อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 – เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559

ภาคผนวก ง

เครื่องมือวิจัยขั้นที่ 1

สำหรับบันทึกข้อมูลและลักษณะทางกายภาพของสถาปัตยกรรมไทยในรีสอร์ท เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้ตามเกณฑ์เดียวกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สำหรับการนำข้อมูลของกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการมาเปรียบเทียบกันได้ ข้อมูลที่ต้องทำการสำรวจและเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ แบบฟอร์มในการบันทึกข้อมูล และแบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารโครงการรีสอร์ท

1(ง) แบบฟอร์มในการบันทึกข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของรีสอร์ทกรณีศึกษา เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ที่ได้มาจากการสังเกต และจดบันทึก แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. เป็นการพรรณนาถึงลักษณะทางกายภาพ และบรรยากาศภายในโครงการของรีสอร์ทกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการ
2. ภาพถ่ายเพื่อแสดงข้อมูลในเชิงสถาปัตยกรรม สำหรับใช้ประกอบการสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าใจในรูปแบบของสถาปัตยกรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

แบบบันทึกข้อมูลนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมรีสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จึงใคร่ขออนุญาตทำการสอบถาม และบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับโครงการรีสอร์ท โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บรักษาข้อมูลในส่วนที่เป็นความลับ และนำไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น

ข้อมูลที่ต้องทำการสำรวจและเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางกายภาพ และบรรยากาศภายในโครงการ

ส่วนที่ 2 บันทึกภาพถ่ายในเชิงสถาปัตยกรรม

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ภัสสร วรวงษ์วิวัฒน์



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

บันทึกเมื่อ...../...../.....

ชื่อโครงการ

รูปแบบสถาปัตยกรรม

วัสดุที่ใช้ในงาน

สถาปัตยกรรม

องค์ประกอบที่เห็นได้ชัด

หรือโดดเด่นในงาน

สถาปัตยกรรม

บันทึกเพิ่มเติม



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

พรรณนาถึงสิ่งที่พบเห็นและบรรยากาศภายในโครงการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บันทึกเพิ่มเติม



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ทัศนียภาพของโครงการ

บันทึกเพิ่มเติม



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

ส่วนที่ 2: การบันทึกภาพถ่ายในเชิงสถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรม

- ภาพรวมของสถาปัตยกรรม (บ้านพัก)
- วัสดุที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรม
- องค์ประกอบหลักของสถาปัตยกรรม (แต่ละส่วน)
- ส่วนประดับประดา และตกแต่ง
- อื่น ๆ

พื้นที่ส่วนกลาง

- สระว่ายน้ำ
- ห้องอาหาร
- อื่น ๆ

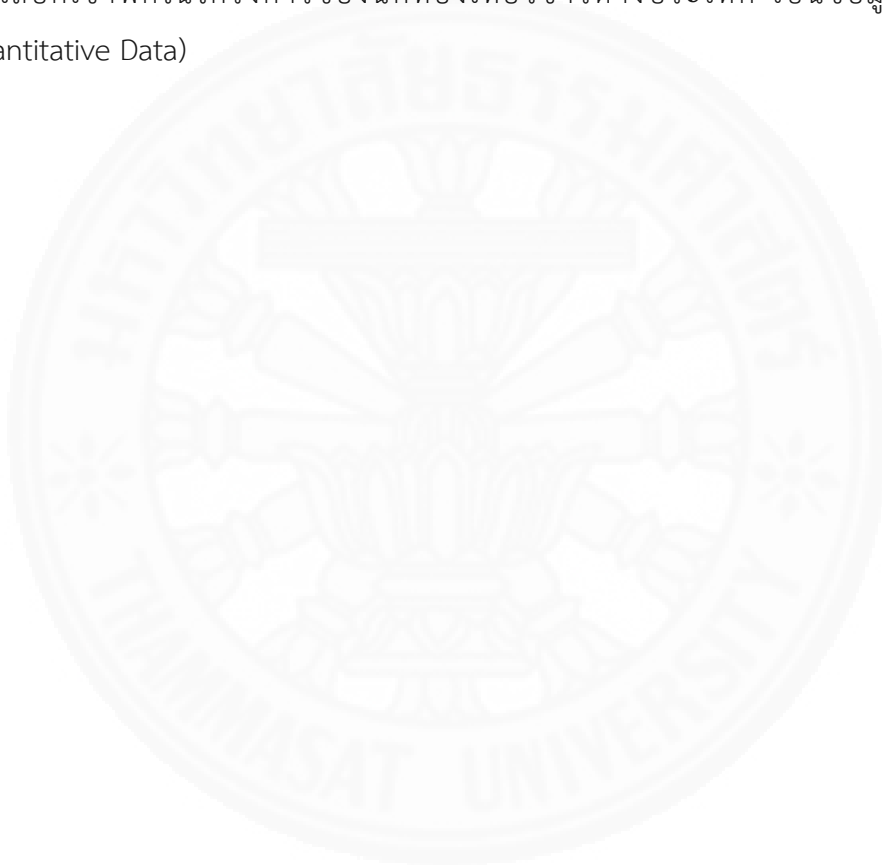
บริบทโดยรอบของ
โครงการ

- การจัดสวน หรือต้นไม้โดยรอบ ๆ โครงการ
- อื่น ๆ

2(ง) แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารโครงการรีสอร์ท

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารโครงการรีสอร์ท
กรณีศึกษา ทั้ง 2 โครงการแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. แนวความคิด และข้อมูลทั่วไปของโครงการ เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ
2. การให้คะแนนความสำคัญด้านรูปแบบสถาปัตยกรรมของรีสอร์ทที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักในโครงการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data)





คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

แบบบันทึกข้อมูลนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบสถาปัตยกรรมริสอร์ท: แบบพื้นถิ่นและแบบไทยประยุกต์” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จึงใคร่ขออนุญาตทำการสัมภาษณ์ และสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับโครงการริสอร์ท โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บรักษาข้อมูลในส่วนที่เป็นความลับ และนำไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น

ข้อมูลที่ต้องทำการสัมภาษณ์ และสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวความคิด และข้อมูลทั่วไปของโครงการ

ส่วนที่ 2 การให้คะแนนความสำคัญด้านรูปแบบสถาปัตยกรรมของริสอร์ทที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักในโครงการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ภัสสร วรวงษ์วิวัฒน์



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

ส่วนที่ 1: แนวความคิด และข้อมูลทั่วไปของโครงการ

โครงการ

ที่ตั้ง

รูปแบบสถาปัตยกรรม

ระดับการให้บริการ (ดาว)

แนวความคิดโครงการ

.....

.....

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

คำอธิบายเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2: การให้คะแนนความสำคัญด้านรูปแบบสถาปัตยกรรมของรีสอร์ทที่มีผลต่อการเลือกเข้าพัก
ในโครงการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ท่านคิดว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมของรีสอร์ท มีผลต่อการเลือกเข้าพักในโครงการของนักท่องเที่ยวชาว
ต่างประเทศมากแค่ไหน

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

ภาคผนวก จ

เครื่องมือวิจัยขั้นที่ 2

1(จ) แบบสอบถาม

สำหรับสอบถามข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้เข้าพักในรีสอร์ทที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ที่จังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับความชื่นชอบและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถาปัตยกรรมของรีสอร์ท ข้อมูลที่ต้องทำการสำรวจและเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะของคำถามเป็นการตั้งคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended response question) มีทั้งแบบ 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous Question) และแบบหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความชื่นชอบ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อรูปแบบทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นและไทยประยุกต์ โดยลักษณะของคำตอบเป็นแบบที่มี 2 คำตอบให้เลือก และเป็นการให้คะแนนระดับการรับรู้



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

This questionnaire is a part of thesis, **“Tourists’ Perception of Resort Architecture : Vernacular and Applied Thai”**, by Miss Patsorn Vorrawongwiwat, Master Student in Management Academic Group of Architecture. Student identification number is 5716030282. The thesis will be submitted in partial fulfilment of the requirements for the Degree of Master of Architecture, Architecture, Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University, Academic year 2015.

So I would like to have your kind cooperation to answering the questionnaire in the survey. The personal information will be kept confidential. Information will be presented in an overview research and used only for academic purposes.

This questionnaire is for tourists who are resort guests. There are two parts of question.

Part 1 : personal information

Part 2 : preference and perception of Thai architecture

With kind regards,

Patsorn Vorrawongwiwat



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

Questionnaire (for Tourists, Resort Guests)

Part 1: Personal Information

(Information in this section will be kept confidential and used only for academic purposes.)

Nationality Asia.....

Europe.....

Gender Male Female

Age ≤ 19 20-39 40-59 ≥ 60

Marital Status Single Married

Occupation Artistic/ Design.....

Other.....



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: http://www.tds.tu.ac.th

Part 2 : Perception of Thai Architecture

1. Regarding Architecture, which one do you like most and why ?

- Type A (Vernacular Architecture)
- Type B (Applied Thai Architecture)

2. Which part of building that is outstanding and interesting ?

Type A	Type B

3. Which architecture is more outstanding ?

- Type A (Vernacular Architecture)
- Type B (Applied Thai Architecture)

4. Which material is more outstanding ?

- Type A (Vernacular Architecture)
- Type B (Applied Thai Architecture)



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จังหวัดปทุมธานี 12121

โทรศัพท์ +66 (0) 2986 9434, +66 (0) 2986 9605-6 โทรสาร +66 (0) 2986 8067

อีเมล: info@ap.tu.ac.th เว็บไซต์: <http://www.tds.tu.ac.th>

Part 2 : Perception of Thai Architecture

5. How do you evaluate the two architectural solutions in terms of “Lightness / Buoyancy”

Type A	1	2	3	4	5
Type B	1	2	3	4	5

6. How do you evaluate the two architectural solutions in terms of “Transparency/ Spaciousness”

Type A	1	2	3	4	5
Type B	1	2	3	4	5

7. How do you evaluate the two architecture solutions in terms of “Shadiness / Coolness”

Type A	1	2	3	4	5
Type B	1	2	3	4	5

2(จ) ภาพประกอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 1.1 (จ) สถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบพื้นถิ่น (Type A)



ภาพที่ 1.2 (จ) สถาปัตยกรรมรีสอร์ทแบบไทยประยุกต์ (Type B)

ภาคผนวก ฉ
การจัดการข้อมูลปฐมภูมิ

1(ฉ) การจำแนกประเภทและการกำหนดเกณฑ์การแบ่งกลุ่มของข้อมูล

1.1 (ฉ) การจัดประเภทข้อมูลของคำถามส่วนที่ 1

ตารางที่ 1.1 (ฉ)

แสดงตัวแปร ประเภทของข้อมูล และเกณฑ์การแบ่งกลุ่มข้อมูล ของคำถามส่วนที่ 1

ตัวแปร	ประเภทของข้อมูล	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
เชื้อชาติ	มาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)	1 = เอเชีย
		2 = ยุโรป
เพศ	มาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)	1 = ชาย
		2 = หญิง
อายุ	มาตรวัดระดับอัตราส่วน (Ratio Scale)	1 = ≤ 19
		2 = 20 – 39
		3 = 40 - 59
		4 = ≥ 60
สถานภาพครอบครัว	มาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)	1 = โสด
		2 = สมรส
อาชีพ	มาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale)	1 = ศิลปะ/ ออกแบบ
		2 = อื่นๆ

1.2 (ฉ) การจัดประเภทข้อมูลของคำถามส่วนที่ 2

ตารางที่ 1.2 (ฉ)

แสดงตัวแปร ประเภทของข้อมูล และเกณฑ์การแบ่งกลุ่มข้อมูล ของคำถามส่วนที่ 2

ตัวแปร	ประเภทของข้อมูล	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
ความชื่นชอบในสถาปัตยกรรม	มาตราวัดระดับเรียงอันดับ (Ordinal Scale)	1 = สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
		2 = สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์
การรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม	มาตราวัดระดับเรียงอันดับ (Ordinal Scale)	1 = สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
		2 = สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์
การรับรู้วัสดุในสถาปัตยกรรม	มาตราวัดระดับเรียงอันดับ (Ordinal Scale)	1 = สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
		2 = สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์
การรับรู้ความเบา/ ลอย	มาตราวัดระดับช่วง (Interval Scale)	1 = น้อยที่สุด
		2 = น้อย
		3 = ปานกลาง
		4 = มาก
		5 = มากที่สุด
การรับรู้ความโปร่ง/ โล่ง	มาตราวัดระดับช่วง (Interval Scale)	1 = น้อยที่สุด
		2 = น้อย
		3 = ปานกลาง
		4 = มาก
		5 = มากที่สุด
การรับรู้ความร่มรื่น/ เย็นสบาย	มาตราวัดระดับช่วง (Interval Scale)	1 = น้อยที่สุด
		2 = น้อย
		3 = ปานกลาง
		4 = มาก
		5 = มากที่สุด

2(ฉ) เกณฑ์ในการกำหนดอันตรายภาคชั้น

ตารางที่ 2.1 (ฉ)

เกณฑ์ในการกำหนดอันตรายภาคชั้น

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับการรับรู้
4.21 - 5.00	สามารถรับรู้ได้มากที่สุด
3.41 - 4.20	สามารถรับรู้ได้มากที่สุด
2.61 - 3.40	สามารถรับรู้ได้ปานกลาง
1.81 - 2.60	สามารถรับรู้ได้น้อย
1.00 - 1.80	สามารถรับรู้ได้น้อยที่สุด

ภาคผนวก ข
ผลและสรุปผลสำหรับการเสนอแนะงานวิจัย

1(ข) ผลสำหรับการเสนอแนะงานวิจัย

1.1 (ข) ความสัมพันธ์ระหว่างความขึ้นชอบและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับความขึ้นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 11.602, Sig. = 0.001) ในขณะที่เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความขึ้นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรม (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 (ข)

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และความขึ้นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

		เชื้อชาติ	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ
ความขึ้นชอบ	Chi-square	11.602	0.141	1.108	0.949	0.005
	Sig.	0.001*	0.707	0.775	0.330	0.942

* มีความสัมพันธ์ทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษาความขึ้นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติเอเชียมีความขึ้นชอบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นจำนวน 17 คน (ร้อยละ 54.84) ขึ้นชอบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 45.16) และนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติยุโรปมีความขึ้นชอบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นจำนวน 81 คน (ร้อยละ 84.38) ขึ้นชอบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์จำนวน 15 คน (ร้อยละ 15.63) (ตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2 (ข)

ความขึ้นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง

ความขึ้นชอบ	เอเชีย	ยุโรป
สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	17 (54.84%)	81 (84.38%)
สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	14 (45.16%)	15 (15.63%)
รวม	31 (100.00%)	96 (100.00%)

1.2 (ข) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สถาปัตยกรรมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 26.58, Sig. = 0.000) ในขณะที่ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม (ตารางที่ 1.3)

จากการศึกษาพบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 25.175, Sig. = 0.000) ในขณะที่ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรม (ตารางที่ 1.3)

จากการศึกษาพบว่าเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 6.197, Sig. = 0.045) ในขณะที่เชื้อชาติ อายุ สถานภาพ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น (ตารางที่ 1.3)

จากการศึกษาพบว่าเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 1.3)

ตารางที่ 1.3 (ข)

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรม

		เชื้อชาติ	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ
รูปแบบ	Chi-square	26.58	1.068	1.858	0.610	0.061
	Sig.	0.000*	0.301	0.602	0.435	0.804
วัสดุ	Chi-square	25.175	0.850	2.054	0.048	0.266
	Sig.	0.000*	0.771	0.561	0.826	0.606
องค์ประกอบ พื้นถิ่น	Chi-square	2.268	6.197	9.543	3.081	3.598
	Sig.	0.322	0.045*	0.145	0.214	0.165
องค์ประกอบ ไทยประยุกต์	Chi-square	3.875	5.160	1.844	4.831	0.805
	Sig.	0.144	0.076	0.933	0.089	0.669

* หมายถึง มีความสัมพันธ์ทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษาการรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติเอเชียมีการรับรู้สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นจำนวน 12 คน (ร้อยละ 38.71) รับรู้สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ จำนวน 19 คน (ร้อยละ 61.29) และนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติยุโรปมีการรับรู้สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นจำนวน 82 คน (ร้อยละ 85.42) รับรู้สถาปัตยกรรม ไทยประยุกต์จำนวน 14 คน (ร้อยละ 14.58) (ตารางที่ 1.4)

ตารางที่ 1.4 (ข)

การรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง

การรับรู้รูปแบบ	เอเชีย	ยุโรป
สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	12 (38.71%)	82 (85.42%)
สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	19 (61.29%)	14 (14.58%)
รวม	31 (100.00%)	96 (100.00%)

จากผลการศึกษาการรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติเอเชียมีการรับรู้ในวัสดุของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นจำนวน 13 คน (ร้อยละ 41.94) รับรู้ในวัสดุของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 58.06) และนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติยุโรปมีรับรู้ในวัสดุของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นจำนวน 83 คน (ร้อยละ 86.46) รับรู้ในวัสดุของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์จำนวน 13 คน (ร้อยละ 13.54) (ตารางที่ 1.5)

ตารางที่ 1.5 (ข)

การรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง

การรับรู้วัสดุ	เอเชีย	ยุโรป
สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	13 (41.94%)	83 (86.46%)
สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	18 (58.06%)	13 (13.54%)
รวม	31 (100.00%)	96 (100.00%)

จากผลการศึกษาการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และลักษณะเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศชายมีการรับรู้องค์ประกอบของ

สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นส่วนหลังคาจำนวน 43 คน (ร้อยละ 82.69) รับรู้อองค์ประกอบส่วนบันไดจำนวน 1 คน (ร้อยละ 1.92) รับรู้อองค์ประกอบส่วนชาน/ ระเบียงจำนวน 8 คน (ร้อยละ 15.38) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศหญิงมีการรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นส่วนหลังคาจำนวน 59 คน (ร้อยละ 78.67) รับรู้อองค์ประกอบส่วนบันได จำนวน 10 คน (ร้อยละ 13.33) รับรู้อองค์ประกอบส่วนชาน/ ระเบียงจำนวน 6 คน (ร้อยละ 8.00) (ตารางที่ 1.6)
ตารางที่ 1.6 (ข)

การรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และลักษณะเพศของกลุ่มตัวอย่าง

การรับรู้องค์ประกอบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	ชาย	หญิง
หลังคา	43 (82.69%)	59 (78.67%)
บันได	1 (1.92%)	10 (13.33%)
ชาน/ ระเบียง	8 (15.38%)	6 (8.00%)
รวม	52 (100.00%)	75 (100.00%)

จากการศึกษาพบว่าเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความเบา/ลอย ในสถาปัตยกรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 7.182, Sig. = 0.028) และเพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความเบา/ลอย ในสถาปัตยกรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Chi-square = 6.335, Sig. = 0.042) ในขณะที่ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความเบา/ลอย ในสถาปัตยกรรม (ตารางที่ 1.7)

จากการศึกษาพบว่าเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความโปร่ง/ โล่ง ในสถาปัตยกรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 1.7)

จากการศึกษาพบว่าเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความร่มรื่น/ เย็นสบาย ในสถาปัตยกรรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 1.7)

ตารางที่ 1.7 (ข)

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรม

		เชื้อชาติ	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ
เบา/ ลอย	Chi-square	7.182	6.335	3.707	0.767	1.107
	Sig.	0.028*	0.042*	0.716	0.681	0.575
โปร่ง/ โถ่ง	Chi-square	1.583	4.919	9.445	0.481	1.678
	Sig.	0.453	0.085	0.150	0.786	0.432
ร่มรื่น/ เย็นสบาย	Chi-square	1.038	4.781	12.087	1.657	5.080
	Sig.	0.595	0.092	0.060	0.437	0.079

* หมายถึง มีความสัมพันธ์ทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษาการรับรู้ความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติเอเชียมีการรับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่นมากกว่าเป็นจำนวน 21 คน (ร้อยละ 67.74) รับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์มากกว่าเป็นจำนวน 8 คน (ร้อยละ 25.81) ไม่รับรู้ถึงความแตกต่างจำนวน 2 คน (ร้อยละ 6.45) และนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติยุโรปมีการรับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่นมากกว่าเป็นจำนวน 74 คน (ร้อยละ 77.08) รับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์มากกว่าเป็นจำนวน 8 คน (ร้อยละ 8.33) ไม่รับรู้ถึงความแตกต่างเป็นจำนวน 14 คน (ร้อยละ 14.58) (ตารางที่ 1.8)

ตารางที่ 1.8 (ข)

การรับรู้ความเบา/ ลอยในสถาปัตยกรรม และลักษณะเชื้อชาติของกลุ่มตัวอย่าง

การรับรู้ความเบา/ ลอย	เอเชีย	ยุโรป
สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	21 (67.74%)	74 (77.08%)
สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	8 (25.81%)	8 (8.33%)
เท่ากัน	2 (6.45%)	14 (14.58%)
รวม	31 (100.00%)	96 (100.00%)

จากผลการศึกษาการรับรู้ความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรม และลักษณะเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศชายมีการรับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่นมากกว่าเป็นจำนวน 39 คน (ร้อยละ 75.00) รับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์มากกว่าเป็นจำนวน 3 คน (ร้อยละ 5.77) ไม่รับรู้ถึงความแตกต่างจำนวน 10 คน (ร้อยละ 19.23) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศหญิงมีการรับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบพื้นถิ่นมากกว่าเป็นจำนวน 56 คน (ร้อยละ 74.67) รับรู้ถึงความเบา/ ลอย ในสถาปัตยกรรมแบบไทยประยุกต์มากกว่าเป็นจำนวน 13 คน (ร้อยละ 17.33) ไม่รับรู้ถึงความแตกต่างเป็นจำนวน 6 คน (ร้อยละ 8.00) (ตารางที่ 1.9)

ตารางที่ 1.9 (ข)

การรับรู้ความเบา/ ลอยในสถาปัตยกรรม และลักษณะเพศของกลุ่มตัวอย่าง

การรับรู้ความเบา/ ลอย	ชาย	หญิง
สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	39 (75.00%)	56 (74.67%)
สถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	3 (5.77%)	13 (17.33%)
เท่ากัน	10 (19.23%)	6 (8.00%)
รวม	52 (100.00%)	75 (100.00%)

2(ข) สรุปผลสำหรับการเสนอแนะงานวิจัย

2.1 (ข) สรุปความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ความชื่นชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรมมีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 (ข)

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างความชื่นชอบและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

	เชื้อชาติ	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ
ความชื่นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรม	✓	×	×	×	×

✓ มีความสัมพันธ์กัน

× ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.2 (ข) สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

การรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรมมีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.2)

การรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรมมีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.2)

การรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นมีความสัมพันธ์กับเพศของนักท่องเที่ยวแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.2)

การรับรู้องค์ประกอบของสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ไม่มีความสัมพันธ์กับ เชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2 (ข)

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะรูปธรรมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

	เชื้อชาติ	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ
การรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม	✓	×	×	×	×
การรับรู้วัสดุของสถาปัตยกรรม	✓	×	×	×	×
การรับรู้องค์ประกอบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	×	✓	×	×	×
การรับรู้องค์ประกอบสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์	×	×	×	×	×

✓ มีความสัมพันธ์กัน

× ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.3 (ข) สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

การรับรู้ความเบา/ ลอยมีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติ และเพศของนักท่องเที่ยวแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.3)

การรับรู้ความโปร่ง/ โล่ง ไม่มีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.3)

การรับรู้ความร่มรื่น/ เย็นสบาย ไม่มีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 2.3)

ตารางที่ 2.3 (ข)

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สถาปัตยกรรมในลักษณะนามธรรมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

	เชื้อชาติ	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ
การรับรู้ความเบา/ ลอย	✓	✓	×	×	×
การรับรู้ความโปร่ง/ โล่ง	×	×	×	×	×
การรับรู้ความร่มรื่น/ เย็นสบาย	×	×	×	×	×

✓ มีความสัมพันธ์กัน

× ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 2.4 (ข)

สรุปค่าความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติ และเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อความชื่นชอบและการรับรู้สถาปัตยกรรม

	เชื้อชาติ		เพศ	
	Chi-square	Sig.	Chi-square	Sig.
ความชื่นชอบรูปแบบสถาปัตยกรรม	11.602	0.001*		
การรับรู้รูปแบบสถาปัตยกรรม	26.580	0.000*		
การรับรู้วัสดุที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรม	25.175	0.000*		
การรับรู้องค์ประกอบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น			6.197	0.045*
การรับรู้ความเบา/ ลอย	7.182	0.028**	6.335	0.042**

* หมายถึง มีความสัมพันธ์ทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

** หมายถึง มีความแตกต่างทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ภาคผนวก ซ
ประมวลภาพถ่าย

1(ซ) มัง ฮิลล์ ไทรป ลีตจ้ รีสอร์ท (กรณีศึกษาที่ 1)



ภาพที่ 1.1 (ซ) ป้ายชื่อโครงการ



ภาพที่ 1.2 (ซ) บริเวณพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ สระว่ายน้ำ และลานเอนกประสงค์



ภาพที่ 1.3 (ซ) บ้านพักภายในโครงการ



ภาพที่ 1.4 (ซ) บ้านพักภายในโครงการ



ภาพที่ 1.5 (ซ) ภายในบ้านพักของโครงการ



ภาพที่ 1.6 (ซ) ภายในห้องพักของโครงการ

2(ช) เรือนอริยา รีสอร์ท (กรณีศึกษาที่ 2)



ภาพที่ 2.1 (ช) ป้ายชื่อโครงการ



ภาพที่ 2.2 (ช) ซุ้มทางเข้าโครงการ



ภาพที่ 2.3 (ช) บ้านพักของโครงการ



ภาพที่ 2.4 (ช) บ้านพักของโครงการ



ภาพที่ 2.5 (ช) บรรยากาศภายในห้องพัก



ภาพที่ 2.6 (ช) บริเวณสระว่ายน้ำของโครงการ

3(ช) การสัมภาษณ์ผู้จัดการโครงการ



ภาพที่ 3.1 (ช) คุณโสภณ ฉัตรนันทเวช



ภาพที่ 3.2 (ช) คุณนงคราญ ม่วงใจ

4(ช) การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 4.1 (ช) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้
ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.2 (ช) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้
ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.3 (ช) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้
ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.4 (ช) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้
ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.5 (ซ) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.6 (ซ) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.7 (ซ) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.8 (ซ) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.9 (ซ) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.10 (ซ) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวภัสสร วรวงษ์วิวัฒน์
วันเดือนปีเกิด	22 มกราคม 2535
วุฒิการศึกษา	ระดับประถมศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์ สีลม ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์ ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระดับปริญญาโท สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

