

แนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี

The Hostel Design Guidelines that Imply Identity of Kanchanaburi Province

พีรวัส เจนตระกูลโรจน์ (Peerawat Jentrakulroj) *

อนุชา แผงเกษร (Anucha Pangkesorn) **

อัฐมา บุญपालิต (Attama Boonpalit)**

บทคัดย่อ

การเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ย่อมส่งผลกระทบต่อจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชุมชน จึงควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี และศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าพักโฮสเทล เพื่อนำเสนอแนวทางในการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ภาพถ่ายในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 คน และใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 400 คน พบว่าภาพถ่ายที่สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ของกาญจนบุรีมากที่สุดได้แก่ ภาพถ่ายสะพานมอญ ภาพถ่ายสะพานรถไฟ/ทางรถไฟ ภาพถ่ายเมืองมัลลิกา ภาพถ่ายริสอร์ทริมน้ำแควและภาพถ่ายสุสาน ซึ่งสามารถใช้เป็นส่วนประกอบในการออกแบบภายในของโฮสเทลได้ อย่างไรก็ตามสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเพิ่มเติมมากที่สุดได้แก่ห้องพักที่สะอาด ปลอดภัย มีที่จอดรถ มีมุมสวยให้ถ่ายรูป จัดให้รวมกิจกรรมประเพณีและให้บริการอาหารท้องถิ่น

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ โฮสเทล การออกแบบ

* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศิลปกร, peerawat@srifabakery.co.th

** อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยศิลปกร

Abstract

The rapid growing of tourism industry may cause negative impacts to tourism destinations in terms of environmental, cultural and local ways of life. Therefore, promoting local identity of destination community is necessary. This study aimed to investigate Kanchanaburi' identity and tourists' needs and behavior in order to propose a hostel design guidelines that imply identity of Kanchanaburi Province. The data was collected using photographic interview to 12 key informants and questionnaire to tourists visiting Ampure Meaung Kanchanaburi (n=400). It was found that the most chosen photos that implying identity of Kanchanabuir included Moone Bridge, Railway and Railway Bridge, Malika City, River Kwae Resort and Alliances Cemetery. Nevertheless, additional service that the majority of tourists respondents need the most were a room that is safe and clean, parking space, a beautiful photo taking corner, a change to involve in local event and providing of local food.

1. บทนำ

กาญจนบุรี สมบูรณ์ด้วยป่าไม้ ธรรมชาติ โฉมถ้ำ น้ำตก และประเพณีวัฒนธรรมอันหลากหลายของผู้คนหลากหลายเชื้อชาติที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ทั้ง ไทย พม่า มอญ ปากะญอ ทั้งยังมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะเหตุการณ์ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งมีอนุสรณ์สถานหลายแห่งที่ปรากฏให้เห็นเป็นหลักฐาน เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารสัมพันธมิตร พิพิธภัณฑ์ช่องเขาขาด เป็นต้น (อาทิตยา บัวศรี, 2558)

ทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเติบโตขึ้นอย่างมาก จากการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 4,438 ตัวอย่าง (นักท่องเที่ยวชาวไทย 4,137 คนและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 301 คน) ซึ่งในนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีสัดส่วนเพศชายและเพศหญิงในใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างและพนักงานเอกชน เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเมื่อแยกพิจารณาจากการสำรวจพบว่า ในกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย ส่วนใหญ่มาจากภาคกลางและจังหวัดใกล้เคียง เป็นการเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เดินทางมา คือ อาหารอร่อย เวลาในการเดินทาง และสินค้าราคาถูก ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีแล้ว โดยจัดการเดินทางเองด้วยรถส่วนตัวมีผู้ร่วมเดินทางประมาณ 3 คนเป็นคนในครอบครัวหรือเพื่อน มักจะเลือกพักในบังกะโล รีสอร์ท เรือนแพ โดยมีวันพักเฉลี่ยรวม 2.36 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 1,754.35 บาท ต่อคน

ในขณะที่ชาวต่างชาตินั้น เดินทางมาจากทวีปยุโรปมากที่สุด (ร้อยละ 39.2) มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน อายุ 45-54 ปี มีรายได้ปีละ 40,000-59,999 ดอลลาร์สหรัฐฯ แรงจูงใจให้เดินทางมายังจังหวัดกาญจนบุรี คือ สถานที่ท่องเที่ยว มีความปลอดภัย และอาหารอร่อย ร้อยละ 96 มาเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีเป็นครั้งแรก เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 จังหวัดด้วยการเดินทางเอง ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว (ร้อยละ 69.8) มีผู้ร่วมเดินทางประมาณ 4 คน ประกอบไปด้วยคนในครอบครัวหรือเพื่อน เลือกที่พักในบังกะโล รีสอร์ท เรือนแพเฉลี่ยรวม 2.76 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 2,432.25 บาทต่อคน (กรมการท่องเที่ยว, 2557) จะเห็นได้ว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวแบบค้างคืนและมีความตั้งใจมาเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีโดยเฉพาะ ซึ่งทำให้ธุรกิจที่พักและโรงแรมในจังหวัดกาญจนบุรีเติบโตเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตามการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และการพัฒนาการอย่างก้าวกระโดดของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างเป็นเงาตามตัว (ธนิต แสงกระจ่าง, 2560) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเกิดการขยายตัวและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ทำให้เกิดผลกระทบต่อความเสื่อมโทรมทั้งด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชุมชนอย่างต่อเนื่อง (ศิริลักษณ์ เมฆอ่อน, 2556) รัฐควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เน้นให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว และควรมีมาตรการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมเพื่อป้องกันไม่ให้อัตลักษณ์สูญหายหรือถูกทำลายจากการท่องเที่ยวที่เติบโตมากเกินไป

การวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญต่อการศึกษาอัตลักษณ์และวิถีชุมชนเพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นเมื่อจะมีโครงการปรับปรุงอาคารพาณิชย์ เพื่อเป็นโฮเทลสำหรับนักท่องเที่ยวในบริเวณตลาดเก่าจังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนี้การศึกษายังมีความสนใจศึกษาการรับรู้ของประชาชนทั่วไปด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีอีกด้วย เนื่องจากในงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การรับรู้มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี (อทิทยา บัวศรี และ สุพาดา สิริกุดตา, 2558) ซึ่งการที่ลูกค้ารับรู้ด้วยประสาทสัมผัส การมองเห็น การได้ยิน การชิม การสัมผัสทั้ง 5 และการได้กลิ่นในการรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลการส่งเสริมการขายหรือบริการของธุรกิจ ไม่เพียงเป็นแรงกระตุ้นต่อการซื้อหรือใช้บริการของลูกค้าเท่านั้น แต่เป็นการรับรู้ว่าเป็นบริการต่างๆ นั้นจะสร้างความต้องการของลูกค้าด้วย (Morison อ้างถึงใน อทิทยา บัวศรี, 2558) ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมีความสนใจศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบโฮเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์และมีความกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนตลาดกาญจนบุรี

1. 1 ที่พักแบบโฮสเทล

โฮสเทล คือ ที่พักนักท่องเที่ยวราคาประหยัดที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียงนอน และที่เก็บของ ส่วนมากจะมีลักษณะคล้ายหอพัก มีเตียงสองชั้นหลายๆเตียงในห้องเดียวกัน สามารถรองรับผู้เข้าพักได้ตั้งแต่ 4,6,8 ไปจนถึง 12 คนต่อห้องบางแห่งจะแยกห้องพักสำหรับผู้หญิงไว้คนละส่วนเพื่อความปลอดภัยและสบายใจ ระหว่างเข้าพักใช้ห้องน้ำร่วมกันแต่ก็มีบางส่วนของโฮสเทลที่เป็นห้องพักระเบียบ กลุ่มคนที่มาใช้บริการอาจเป็นแบคแพคเกอร์ชาวต่างชาติแล้ว ก็ยังมีกลุ่มคนในประเทศที่เข้าไปใช้งานโฮสเทล เหตุผลที่เลือกก็อาจจะเพราะอยากลองเปลี่ยนที่นอน อยากเจอเพื่อนใหม่ หรือเพราะเดินทางไปไหนมาไหนสะดวก ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของโฮสเทล เช่น ถ้าตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย ก็อาจจะมีนักเรียนนักศึกษาที่มาจากต่างถิ่นมาใช้บริการ เพราะราคาถูกกว่าพักโรงแรม ซึ่งเสน่ห์ของโฮสเทลคือ เป็นแหล่งพบปะเพื่อนใหม่ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพราะเวลาเข้าพักโรงแรม แทบไม่มีโอกาสได้เจอเพื่อนเลย ต่างคนต่างก็อยู่ในห้องตัวเอง แต่ถ้าพักโฮสเทล จะสามารถเลือกห้องพักรวม (Dormitory) ซึ่งแน่นอนว่าจะได้เจอเพื่อนร่วมห้องที่มาจากหลากหลายประเทศทั่วโลก นับเป็นโอกาสอันดีในการทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันถ้าโชคดีเจอคนที่คุยถูกคอ

กันอาจจะได้ชัยบสถานะจากเพื่อนร่วมห้องกลายเป็นเพื่อนสนิทไปเลยก็ได้นะแต่นั้นก็ขึ้นอยู่กับความชอบและการท่องเที่ยวของแต่ละคนด้วย บรรยากาศเป็นกันเองเหมือนไปนอนบ้านเพื่อน

โดยเกือบทุกโฮสเทลจะมี Common Area หรือพื้นที่ส่วนรวมให้ผู้เข้าพักใช้ทำกิจกรรมร่วมกันอาจจะ เป็นห้องครัวหรือห้องนั่งเล่นซึ่งสามารถทำอะไรก็ได้เหมือนอยู่บ้านตัวเอง ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก โฮสเทล อาจไม่ได้ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองเนื่องด้วยปัจจัยทางด้านราคา แต่ในทางกลับกันโฮสเทลมักตั้งอยู่ใกล้กับ สถานีขนส่งสาธารณะ อันได้แก่ สถานีรถไฟ สถานีรถไฟฟ้า สถานีรถไฟใต้ดิน ซึ่งสะดวกมากสำหรับ นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวในที่ต่างๆ ราคาห้องพักถูกกว่าโรงแรมหลายเท่า อาจจะเป็นเพราะผู้ ให้บริการใช้ต้นทุนน้อยกว่าขนาดของห้องของโรงแรมเล็กกว่ามีส่วนที่ใช้งานร่วมกันมากกว่าจึงสามารถคิดราคา ถูกได้ (เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์, 2560)

แม้ว่าโฮสเทลมักจะทำตั้งอยู่ในเขตเมืองเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง ใน ราคาประหยัด แต่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีทางเลือกในเรื่องที่พักอาศัยได้หลากหลายดังกล่าวแล้ว การสร้างอัต ลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการของโฮสเทลจะช่วยให้ได้เปรียบคู่แข่ง และยังช่วยให้นักท่องเที่ยวได้บรรยากาศของ ห้องถิ่นที่ตนไปเยี่ยมเยือนอีกด้วย

เมื่อทราบถึงรูปแบบต่างๆของที่พักแล้วนั้น สิ่งที่จะต้องศึกษาค้นคว้าคือแนวคิดและทฤษฎีที่ เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์เพราะเป็นแนวทางในการออกแบบเพื่อให้ที่พักมีความโดดเด่นตามอัตลักษณ์ของพื้นที่

1. 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์

สังคมมนุษย์ คือการอยู่ร่วมกันของมนุษย์โดยมีลักษณะความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ ที่อยู่อาศัย สังคมของมนุษย์เกิดจากกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันไม่ว่าจะใน ด้านใด เช่น ประเทศ จังหวัดและอื่น ๆ และมักจะมีวัฒนธรรมหรือประเพณีรวมถึงภาษา การละเล่นและอาหาร การกินของตนเองในแต่ละสังคม การที่มนุษย์รวมกันเป็นสังคมนั้น เพราะมนุษย์มีพฤติกรรมการอยู่รวมกัน ใน สังคมพฤติกรรมเหล่านั้นได้ขัดเกลาโดยลำดับจนกลายเป็นวัฒนธรรม ดังนั้นในแต่ละสังคมจึงย่อมมีวัฒนธรรม เฉพาะตัวถือเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น แม้ว่าจะมีชนกลุ่มต่าง ๆ ตามภาษาพูดที่หลากหลายแต่วัฒนธรรมจะแสดง ถึงความเป็นปึกแผ่นการมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์อย่างเด่นชัดและหลากหลายจนกลายเป็นวัฒนธรรมหลัก ของประเทศมนุษย์ได้สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่างๆ เพื่อให้การดำเนินชีวิตในสังคม เป็นไปอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคมทำให้เกิดการหล่อหลอมให้สมาชิกในสังคมมี ทัศนคติความเชื่อ ความสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ไปในทางเดียวกันก่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน คือ การนิยามตัวตนหรือบอกว่าตนเป็นใครตรงกับศัพท์ทางวิชาการด้านมานุษยวิทยาที่ว่า “อัตลักษณ์” (อภิลักษณ์ ธรรมวิมุติ & พิทักษ์ ศิริวงศ์, 2560)

“อัตลักษณ์” มาจากภาษาบาลีว่า อตต รวมกับคำว่า ลักษณะ โดยที่ “อัตตะ” มีความหมายว่าตัวตน ของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความหมายเชิง คุณค่า ซึ่งคุณค่าเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากล แต่เป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้าง ตัวตนจากวัฒนธรรมย่อยก็ได้ ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณะทางสังคมซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในคำนิยาม สมัยแรกที่จะต้องสร้างเพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมนั้น แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการยอมรับในการมีอยู่

ของปัจเจกอย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับ ยุทธธร บุญสนิท (2545) ที่ให้ความหมายไว้ว่า อัตลักษณ์ คือจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในสังคมที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่าตัวเอง คือใครมีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นอย่างไรและจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายของการแสดงออก คำว่า “อัตลักษณ์” นั้น อาจหมายถึงสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของคน ซึ่งส่วนหนึ่งก็จะเป็นลักษณะของตัวตนภายนอก เช่น กิริยาท่าทาง ภาษาและการแสดงออกต่อบุคคลอื่นกับลักษณะของตัวตนภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด นิสัยใจคอ คตินิยม ความเชื่อและสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ อัตลักษณ์นั้นเป็นเพียงคำที่ต้องการสื่อถึงคำพูดบางประการเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของคุณและเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่น

1.3 อัตลักษณ์ทางการออกแบบ

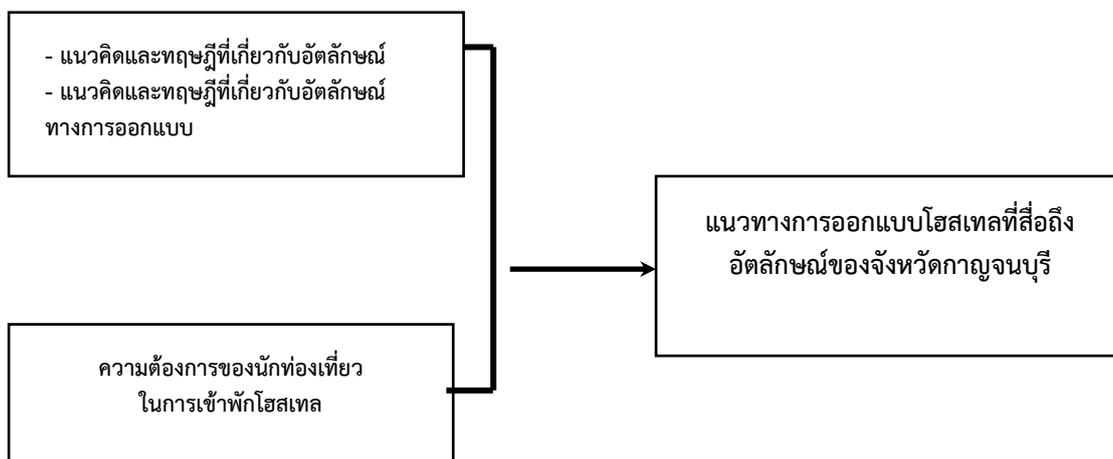
มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์ไม่ได้เป็นเพียงคุณสมบัติของสรรพสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและตัวแปรรอบข้างเท่านั้น อัตลักษณ์ ยังเป็นประสบการณ์ของการรับรู้เฉพาะบุคคลซึ่งแตกต่างกันไปตามจิตนิสัยด้วย ในทำนองเดียวกัน อัตลักษณ์ยังสามารถเกิดจากประสบการณ์ร่วมของกลุ่มคนในสังคมที่เกี่ยวข้องกัน แต่ก็แปรเปลี่ยนไปได้เสมอตามกาลเวลา นอกจากอัตลักษณ์จะไม่ใช่ว่าสิ่งที่ยังคงอยู่ถาวร เปลี่ยนไปตามกาลเวลาและสถานที่แล้ว อัตลักษณ์ยังไม่ได้เกิดขึ้นที่ตัวของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือศิลปินเอง ทว่าเกิดขึ้นที่ความรู้ของผู้คน ถ้ามองอย่างผิวเผิน อาจคิดว่า อัตลักษณ์ เกิดที่ตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือศิลปิน แต่โดยแท้แล้ว อัตลักษณ์ ดังกล่าวเกิดขึ้นในความรู้ในใจ ในประสบการณ์ร่วมของผู้คนในสังคม หากไม่มีผู้รับรู้ อัตลักษณ์ดังกล่าวจะไม่สามารถปรากฏขึ้นมาได้ ดังนั้นการพยายามสร้างอัตลักษณ์ให้แก่สิ่งใด จำเป็นต้องสร้างที่ใจของผู้คน แต่เนื่องจากคนมีความเปลี่ยนแปลงอยู่เป็นนิจ ตามวัย ตามประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น ตามเทคโนโลยีซึ่งเคลื่อนตัวไม่หยุดยั้ง การสร้างอัตลักษณ์จึงต้องคำนึงถึงผู้คนที่มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเป็นหลัก (มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์, 2556)

การสร้างอัตลักษณ์บนความเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายของผู้คน จำเป็นต้องรู้จัก ตัวตน ทั้งของผู้รับสารและของสิ่งอันพึงสร้างอัตลักษณ์อย่างถ่องแท้ นั่นหมายความว่าต้องศึกษาปัจจัยตลอดจนตัวแปรต่างๆต้องเรียนรู้หาจุดร่วมในความหลากหลายของผู้คนผู้เป็นกลุ่มเป้าหมาย ความรู้ความเข้าใจเหล่านี้มีบทบาทสำคัญยิ่งในลำดับขั้นตอน วางตัว และ ออกตัว สิ่งที่ต้องการสร้างอัตลักษณ์ เช่น อัตลักษณ์ ที่ก่อตัวจากวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของชุมชนและชาติ เกิดขึ้นจากลักษณะร่วมของคนในชาติ ซึ่งอยู่ภายใต้เงื่อนไขสิ่งแวดล้อมเดียวกัน เช่น การได้รับการปลูกฝังเรื่องมโนทัศน์ สภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศ สามารถส่งผลให้เกิดวัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกายและการดำรงชีวิตในแบบเฉพาะของชาติและชุมชนนั้นๆ (พรสมิทธิ ฉายสมิทธิกุล, 2560) นอกจากนี้ลักษณะการตัดสินใจและกระทำการใดๆในนามตัวแทนของชาติก็มีผลเช่นกัน เช่น อัตลักษณ์ชาติ ชุมชน ก่อตัวผ่านอาวุธประจำชาติ ผ่านศิลปะการต่อสู้ ผ่านรูปแบบหน้ากากประจำชาติ ผ่านชุดนักรบ ผ่านที่อยู่อาศัย (โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมภ์, 2559)

มนุษย์มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็รูประธรรม เช่น เครื่องเรือน อาคาร ถนน ชุมชน เมือง สภาพแวดล้อมทางอุณหภูมิ แสงสว่าง ระดับเสียงที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ และในแต่ละสภาพการณ์ของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมีมิติทางด้านเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน คุณสมบัติของ

สภาพแวดล้อมในฐานะที่เป็นสิ่งเร้า มีผลกระทบต่อความรู้สึก การรับรู้ การจำ การคิด และพฤติกรรมในสภาพแวดล้อม การออกแบบและวางแผนกับกระบวนการทางพฤติกรรม ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จึงเกี่ยวข้องกับมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เป้าหมายของการออกแบบและวางแผนที่สอดคล้องกับหลักการทางพฤติกรรมศาสตร์ทั้ง 3 กระบวน ได้แก่ กระบวนการรับรู้ กระบวนการรู้ และกระบวนการเกิดพฤติกรรมในสภาพแวดล้อม (วิลลิสทีร์ ทรยางกูร, 2558) สภาพแวดล้อมสามารถสื่อความหมายไปยังผู้ใช้งานได้ซึ่งประกอบไปด้วยความหมายที่ต้องการนำเสนอ และนำไปสู่การตอบสนองของผู้ใช้งานผ่านการรับรู้ของบุคคล (Lang, 1974) จากแนวคิดข้างต้นทำให้ทราบว่า สภาพแวดล้อมกายภาพต่างๆ ที่อยู่รอบตัวนั้นมีความหมายจากการตีความของบุคคลซึ่งมีประสบการณ์ต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งสิ่งดังกล่าวสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ของสถานที่ได้เช่นกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ได้ตัวแปรและการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ดังกรอบแนวคิดใน ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.4 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีที่ประชาชนทั่วไปรับรู้ได้
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพักโฮสเทลในอำเภอเมืองกาญจนบุรี
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี

2. การดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีมีดังนี้

2.1 ด้านพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง คือ สะพานข้ามแม่น้ำแควจำนวน 100 คน ทางรถไฟสายมรณะจำนวน 100 คน วัดป่าเลไลยก์จำนวน 100 คน และตลาดผาสุขจำนวน 100 คน

2.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก และประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

2.1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ประชาชนและผู้ประกอบธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

2.1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมืองกาญจนบุรี

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1.2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชาชนและผู้ประกอบธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีที่ยินดีให้ข้อมูล จำนวน 12 คน

1.2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็น กลุ่มตัวอย่างที่บรรลุนิติภาวะและมีวิสัยทัศน์ในเกณฑ์ที่สามารถตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่เดินทางมาเที่ยวอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีในการศึกษานี้จึงได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากตารางของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 384 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการดำเนินการเก็บข้อมูลจากใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจำนวน 100 คน ทางรถไฟสายมรณะจำนวน 100 คน วัดป่าเลไลยก์จำนวน 100 คน และตลาดผาสุข จำนวน 100 คน

2.3 ด้านเนื้อหาของการวิจัย

ศึกษาข้อพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเข้าพักโฮสเทลโดยศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ

2.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บข้อมูลไว้แล้วเช่น ตำราและเอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลด้านสถิติ ค้นคว้าจากวารสาร เอกสาร หนังสือจากห้องสมุดต่างๆ รวมทั้งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ศึกษาจากการใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักและใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ สะพานข้ามแม่น้ำแควจำนวน 100 คน ทางรถไฟสายมรณะจำนวน 100 คน วัดป่าเลไลยก์จำนวน 100 คน และตลาดผาสุข จำนวน 100 คนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความต้องการในการเข้าพักโฮสเทล ในด้าน การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ การบริการและกิจกรรม การเข้าถึงและพฤติกรรมทางเลือกที่พัก

3. สรุปผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยสรุปได้ดังนี้

3.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เรื่องอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิจัยได้จากการสัมภาษณ์ โดยการเลือกภาพถ่าย ภาพถ่ายที่ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เลือกทั้ง 12 คน ได้แก่ ภาพถ่ายวัดถ้ำเสือ ภาพถ่ายรีสอร์ตริมน้ำ ภาพถ่ายสะพานมอญ (2 ภาพ) ภาพถ่ายสะพานข้ามแม่น้ำแคว (2 ภาพ) และภาพถ่ายสุสานพันธมิตร



ภาพถ่ายวัดถ้ำเสือ



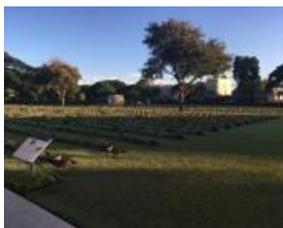
ภาพถ่ายรีสอร์ตริมน้ำ



ภาพถ่ายสะพานมอญ



ภาพถ่ายสะพานข้ามแม่น้ำแคว



ภาพถ่ายสุสานพันธมิตร

ภาพถ่ายที่ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 11 คนเลือก ได้แก่ ภาพถ่ายเมืองมัลลิกา (2 ภาพ) ภาพถ่าย
รีสอร์ททริมน้ำ (2 ภาพ) ภาพทางรถไฟสายมรณะ (3 ภาพ) ภาพด่านเจดีย์สามองค์ และภาพประตูสุสานพันมิตร



ภาพเมืองมัลลิกา



ภาพรีสอร์ททริมน้ำ



ภาพถ่ายทางรถไฟสายมรณะ



ภาพถ่ายด่านเจดีย์สามองค์



ภาพถ่ายประตูลู่สุสานพันมิตร

ผลจากการเลือกภาพถ่ายแสดงให้เห็นว่ากาญจนบุรีเป็นที่รู้จักผ่านแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ทางรถไฟสายมรณะ สุสานพันมิตร ด้านเจดีย์สามองค์ วัดถ้ำเสือ จนถึงสถานที่ท่องเที่ยวอันยุคที่สร้างขึ้นใหม่อย่างเมืองมัลลิกา ดังนั้นอัตลักษณ์ของกาญจนบุรีสามารถสื่อผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักเหล่านี้

3. 2 สรุปผลที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 59.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.0 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 60.0 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.75

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 53.5 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวครั้งนี้ 1-2 วันคิดเป็นร้อยละ 52.5 ลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 36.75 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวครั้งนี้ต่อคนเป็นเงิน 4,001-6,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 22.75 ถ้ามีการพักค้างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกพักรีสอร์ทที่ใกล้ชิดธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 53. สำหรับค่าที่พักที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยินดีจะจ่ายอยู่ที่ 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.7

ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าพักโฮสเทล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อการนำเสนอลักษณะทางการภาพของโฮสเทลแยกเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ ห้องพักมีความปลอดภัย (ร้อยละ 39.75) ห้องพักระบาย (ร้อยละ 38.0) และมีที่จอดรถ (ร้อยละ 37.75) ส่วนลักษณะทางกายภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการในระดับมาก ได้แก่ มีการออกแบบที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี (ร้อยละ 37.75) ห้องพักรวมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (ร้อยละ 36.25) และใช้วัสดุธรรมชาติในการก่อสร้าง/ตกแต่ง (ร้อยละ 33.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อบริการและกิจกรรมของโฮสเทลแยกเป็นรายด้านดังนี้ ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ มีมุมสวยให้ถ่ายรูป (ร้อยละ 43.0) จัดให้ร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี (ร้อยละ 42.0) ให้บริการอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 40.5) และมีห้องอาหารไว้

บริการอย่างน้อย 1 ห้อง (ร้อยละ 37.25) ส่วนบริการและกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการในระดับมาก ได้แก่ มีพนักงานให้บริการ 24 ชม. อย่างน้อย 1 คน (ร้อยละ 44.75) และมีฟรีไวไฟ (ร้อยละ 42.0)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการด้านการเข้าถึงของโฮสเทลแยกเป็นรายด้านดังนี้ ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ ใกล้สถานบันเทิง (ระยะทางไม่เกิน 2 กม.) (ร้อยละ 44.5) ใกล้ตลาด หรือ ศูนย์การค้า (ระยะทางไม่เกิน 2 กม.) (ร้อยละ 43.25) และใกล้สถานีรถสาธารณะ (ระยะทางไม่เกิน 2 กม.) (ร้อยละ 40.5) ส่วนด้านการเข้าถึงที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการในระดับมาก ได้แก่ ใกล้แหล่งสินค้าท้องถิ่น/สินค้าชุมชน (ระยะทางไม่เกิน 5 กม.) (ร้อยละ 44.75) ได้เห็นวิถีชีวิตชุมชน (ร้อยละ 43.5) และใกล้สถานที่ท่องเที่ยว (ระยะทางไม่เกิน 5 กม.) (ร้อยละ 42.75)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นรายด้านดังนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในระดับมากที่สุดและระดับมากเท่ากัน ได้แก่ การจองห้องพักสะดวก สามารถจองห้องพักได้ด้วยตนเอง (ร้อยละ 43.75) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัดสินใจจองห้องพักโดยการแนะนำของเพื่อน หรือกลุ่มสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 43.25) จองที่พักที่มีรูปถ่ายที่สวยงาม ดูดี (ร้อยละ 43.0) และจองที่พักที่มีวิวที่ดี (ร้อยละ 42.0) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในระดับมาก ได้แก่ จองที่พักที่มีราคาพิเศษ (ร้อยละ 42.25)

การวิเคราะห์ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 คนโดยการเลือกภาพถ่าย และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์นี้จะนำมาบูรณาการเพื่อเสนอเป็นแนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีต่อไป

4. อภิปรายผลและเสนอแนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี

จากการนำแนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยมาบูรณาการ ได้แนวทางการออกแบบโฮสเทลดังนี้

2.1 การจัดแบ่งพื้นที่ของโฮสเทล

มีการจัดแบ่งพื้นที่ให้มีส่วนของที่พัก ส่วนบริการของโรงแรม พื้นที่กิจกรรมของผู้เข้าพัก พื้นที่สีเขียวในล็อบบี้ และส่วนสนับสนุน ได้แก่ ส่วนปฏิบัติงานของพนักงานและส่วนจัดเก็บอุปกรณ์

ส่วนของที่พัก จะมีพื้นที่ประมาณ 3 ใน 4 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยจะมีลักษณะเป็นห้องพักเดี่ยวและคู่ที่มีห้องน้ำในตัวร้อยละ 80 (ภาพที่ 1) และห้องรวมและห้องน้ำรวม แยกส่วนชาย หญิงร้อยละ 20 สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่เลือกที่จะเข้าพักห้องที่มีห้องน้ำในตัว ส่วนห้องรวมมีไว้สำหรับนักเรียน นักศึกษาที่มาเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน และครอบครัวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น

การตกแต่งห้องพักเป็นแบบเรียบง่ายใช้วัสดุในท้องถิ่น เน้นให้ห้องพักสะอาด และมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยใช้กุญแจแบบคีย์การ์ด และตั้งรหัสใหม่ทุกครั้งเมื่อแขกเช็คเอาท์ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด



ภาพที่ 1 ห้องพักที่มีห้องน้ำในตัว

ส่วนบริการของโรงแรม พื้นที่กิจกรรมของผู้เข้าพัก อยู่ชั้นล่างทั้งหมด ให้บริการที่จำเป็นแก่แขก ได้แก่ ส่วนบริการเช็คอินด้วยตนเอง ลีโอบบี้ที่มีการตกแต่งเป็นพื้นที่สีเขียว (ภาพที่ 2) ห้องอาหารบริการอาหารท้องถิ่น และเครื่องดื่ม 1 ห้อง และส่วนปฏิบัติงานของพนักงานและส่วนจัดเก็บอุปกรณ์ที่คอยดูแลให้การบริการและกิจกรรมในโฮสเทลดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตกแต่งพื้นที่สีเขียวเพื่อให้แขกที่เข้าพักรู้สึกผ่อนคลาย เนื่องจากโฮสเทลตั้งอยู่ในเมืองที่มีคนมาก และพื้นที่สีเขียวมีจำกัด สอดคล้องกับการจัดพื้นที่สีเขียวในชุมชนเมืองของ สร้อยสุข พงษ์พูล (2550) ที่กล่าวว่า พื้นที่สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นพื้นที่สีเขียวที่เสริมคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การเพิ่มก๊าซออกซิเจน และลดอุณหภูมิความร้อนในเมือง มีคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม เป็นเสมือนปอดของชุมชนเมือง และส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นกับชุมชนโดยรอบ (Anuntaprayoon & Homsettee, 2017) ได้แก่ สวนในบ้าน พื้นที่สีเขียวในโรงเรียน หน่วยงานราชการ และศาสนสถาน



ภาพที่ 2 ล็อบบี้ของโฮสเทลที่มีพื้นที่สีเขียว

นอกจากนั้นยังมีการจัดสวนของชั้นดาดฟ้าให้เป็นสวนและพื้นที่พักผ่อน ชมบรรยากาศของเมือง และถ่ายรูป (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 สวนบนดาดฟ้า

2.2 การตกแต่งภายในที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของกาญจนบุรี

จากการเลือกภาพถ่ายที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรีของผู้ให้ข้อมูลหลัก จึงควรรนำอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ สะพานรถไฟ/ทางรถไฟ มาใช้ในการตกแต่ง เช่น เป็นราวบันไดที่มีลักษณะโค้งเหมือนราวสะพาน มุมระหว่างโถงบันไดของทุกชั้นเป็นมุมถ่ายภาพที่มีการตกแต่งเป็นลักษณะย้อนยุค และใช้วัสดุธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น ไม้และไม้ไผ่ในการตกแต่ง และเป็นเฟอร์นิเจอร์

สิ่งสำคัญประการหนึ่งของการช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีและอัตลักษณ์ท้องถิ่น คือ จัดให้ผู้เข้าพักได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมประเพณีของท้องถิ่น เช่น งานบุญ ตักบาตรตอนเช้า เป็นการปลูกฝังให้นักท่องเที่ยวให้ความเคารพวิถีชุมชนท้องถิ่น ต้องศึกษาข้อห้ามและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดทั้งนี้เพื่อความงามของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จะคงอยู่คู่เมืองไทยตลอดไป (มนรัตน์ ใจเอื้อ, 2559)

เอกสารอ้างอิง

- Anuntaprayoon, V, & Homsettee, O. (2017). The emergence of sustainable design in interior design projects (small hotels). *E-Journal*, 10(4), 44-62.
- Lang, DV. (1974). Deep-level transient spectroscopy: A new method to characterize traps in semiconductors. *Journal of applied physics*, 45(7), 3023-3032.
- โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมภ์. (2559). อัตลักษณ์ในงานออกแบบบทพิจารณาเพื่องานออกแบบสื่อสาร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด.
- ธนิต แสงกระจ่าง. (2560). การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของ ประเทศไทย. มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- พรสมิทธิ์ ฉายสมิทธิกุล. (2560). ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ กับการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมต่อวัดที่มีอัตลักษณ์ด้านวัตถุมงคลและ พระเครื่อง จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสาร สุนันทา มนุษย์ กับ สังคม *Sunandha Journal of Humans & Society*, 3(2), 6.
- มนรัตน์ ใจเอื้อ. (2559). รูปแบบการตลาดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม: ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัด นครปฐม. วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี *Sripatum Chonburi Journal*, 12(3), 12-24.
- มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์. (2556). ปัจจัยความเชื่อมั่นและความ ภักดีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษา ห้างสรรพสินค้า ชั้นนำในกรุงเทพมหานคร.
- วิมลสิทธิ์ ทรายงกูร. (2558). งานออกแบบเป็นงานวิจัย ได้ หรือ? วารสารวิธีวิทยาการวิจัย (*Journal of Research Methodology: JRM*), 15(2), 167-190.
- ศิริลักษณ์ เมฆอ่อน. (2556). ผลกระทบการท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนแหล่งท่องเที่ยวอัมพวา. วารสาร วิชาการ คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ขอนแก่น, 12(2), 1-19.
- สร้อยสุข พงษ์พูล. (2550). แนวทางการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร.

- อภิสิทธิ์ ธรรมวิมุตติ, & พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). การดำรงอัตลักษณ์ไทยทรงดำ: ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม
สู่การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนหมู่บ้านหัว เขาจีน. ฉบับ ภาษา ไทย สาขา มนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ และ ศิลปะ และ ฉบับ *International Humanities, Social Sciences and arts*,
10(1), 1552-1571.
- อาทิตยา บัวศรี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัด
กาญจนบุรี. วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทร์วิโรฒ, 6(1), 114-123.
- เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์. (2560). รู้จักโฮสเทล ที่พักคู่ใจของเหล่าแบ็คแพ็คเกอร์.

ภาษาต่างประเทศ

- Anuntaprayoon, V, & Homsettee, O. (2017). The emergence of sustainable design in interior
design projects (small hotels). *E-Journal*, 10(4), 44-62.
- Lang, DV. (1974). Deep-level transient spectroscopy: A new method to characterize traps in
semiconductors. *Journal of applied physics*, 45(7), 3023-3032.