



รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษา วัดพะโคะ
อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

**Interpretation Form for Cultural Tourism : A Case Study of Pakho Temple
Satingpra District Songkhla Province**

จารุวรรณ ชนะกิจ

Jaruwan Tanakit

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Business Administration in Tourism Management
Prince of Songkla University**

2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์ จุรีรัตน์ บัวแก้ว)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

(นางสาวจารุวรรณ ฐานะกิจ)

นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวจรรุวรรณ ฐานะกิจ)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน	นางสาวจรรุวรรณ ธนะกิจ
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการสื่อความหมาย รวมถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย และกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานเชิงปริมาณ โดยศึกษากลุ่มประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงนักท่องเที่ยว จำนวน 89 คน และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 397 คน สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสัมพันธ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง วิธีวิเคราะห์ข้อมูล คือ นำข้อมูลมาจำแนกหมวดหมู่ ถอดรหัสและตีความ บรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพะโคะ ปัจจุบันมีการสื่อความหมายแปดรูปแบบ โดยแบ่งเป็นการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลสามรูปแบบ ประกอบด้วย ผู้นำชมในท้องถิ่น ยูวมัคคุเทศก์ และมัคคุเทศก์ สำหรับการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลห้ารูปแบบ ได้แก่ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทิศทาง ศูนย์การเรียนรู้ หนังสือ และเว็บไซต์ ภาพรวมของการสื่อความหมายยังไม่สามารถสื่อให้กับนักท่องเที่ยวมีอุปสรรคด้านภาษา รวมถึงตำแหน่งที่ตั้งยังไม่เหมาะสม และขาดความน่าสนใจ เป็นต้น สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย คือ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ได้แก่ ผู้นำชมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.03 ยูวมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ย 3.91 มัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล คือ ป้ายบอกทิศทาง มีค่าเฉลี่ย 4.01 ป้ายสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.99 เว็บไซต์มีค่าเฉลี่ย 3.99 พิชิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ศูนย์บริการข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.85 สื่อวีดิทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.83 แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ย 3.82 คู่มือแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ศูนย์การเรียนรู้มีค่าเฉลี่ย 3.67 จุลสาร มีค่าเฉลี่ย 3.64 ไปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 3.50 และแผ่นปลิว มีค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ

ทั้งนี้ นำข้อมูลดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพะโคะ ทั้งการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล สามารถสรุปได้หกรูปแบบ ดังนี้ ผู้นำชมในท้องถิ่น มัคคุเทศก์นำเที่ยว ยุวมัคคุเทศก์ ป้ายบอกทิศทาง ป้ายสื่อความหมายตามจุดต่างๆ และเว็บไซต์ ทั้งหกรูปแบบจำเป็นต้องมีความรู้ภาษาที่สอง เพื่อที่จะสามารถให้ความรู้สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ต้องคำนึงถึง ข้อความที่ชัดเจน ลักษณะสีพื้นและสีตัวอักษรให้เข้ากัน ตำแหน่งที่ตั้งสำหรับเว็บไซต์ควรได้รับการปรับปรุงเพื่อสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ดังนั้น ทั้งหกรูปแบบ ควรได้รับการพัฒนาในรายละเอียดของเนื้อหา ด้านภาษา โดยเฉพาะประเภท การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสมและมองเห็นได้ชัดเจน

คำสำคัญ: การสื่อความหมาย, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, วัดพะโคะ

Thesis Title	Interpretation Form for Cultural Tourism Tourism : A Case Study of Pakho Temple Satingpra District Songkhla Province
Author	Miss Jaruwan Tanakit
Major Program	Tourism Management
Academic Year	2013

ABSTRACT

This research purposes to educate Interpretation meaning appearance, tourist want toward Interpretation meaning, and Interpretation meaning form for cultural tourism. This case study, Pakho Temple Sathingpra District Songkhla Province, use qualitative and quantitative research by educating 2 population groups that are main informer group such as the population , government and private including 89 tourists and the participant group are 397 Thai tourists and international tourists such as frequency rate, percentage rate, average rate, standard deviation and relation rate. Research Measurement are in-depth interview by main informers and focus group by relevant informers. Data analysis is classified data, and interprets description.

The research result found that Interpretation meaning form for cultural tourism in Pakho Temple has 8 Interpretation forms in present, but meaning Interpretation has 3 forms consists of local guide, young guide and guide Moreover, Interpretation meaning has 5 forms such as Interpretation meaning signal, direction signals, Learning Centers, books, and Websites. Overall Interpretation meaning cannot Interpretation tourists because of language problem, unsuitable direction and lack of interest etc. Furthermore, tourist want toward interpret meaning is Interpretation meaning by person such as local guide has averaged 4.03, young guide has averaged 3.91 and guide has averaged 3.90, but Interpretation meaning by non-person such as direction signal has averaged 4.01, Interpretation meaning signal has averaged 3.99, Website has averaged 3.99, Museum has averaged 3.96, information service center has averaged 3.85, video media has averaged 3.83, folder has averaged 3.82, suggestion manual has averaged 3.79, exhibition has averaged 3.67, pamphlet has averaged 3.64, poster has averaged 3.50, and sheet has averaged 3.38 respectively. Moreover, these information approach to focus group for

Interpretation meaning of cultural tourism form in Pakho Temple by personal communication and non-personal communication that can conclude 6 forms such as local guide, young guide, guide, Direction signal, meaning Interpretation and website. All 6 forms need to recognize a second language for giving knowledge to international tourists especially non-personal communication have to consider obvious message , suitable background color and letter style and locate obvious sight. Moreover, website should improve for approaching information. Therefore, all 6 forms should be developed content details, language, especially, non-person Interpretation meaning locate in suitable location and obvious to see.

Keywords : Interpretation,Cultural Tourism, Pakho Temple

	(10)
สารบัญ	
	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABSTRACT	(7)
กิตติกรรมประกาศ	(9)
สารบัญ	(10)
รายการตาราง	(13)
รายการภาพประกอบ	(16)
รายการแผนภูมิ	(18)
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
คำถามการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	19
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัด	29
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย	30
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมและความต้องการ	60
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	75
บริบทของพื้นที่	94
กรอบแนวคิด	109

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	
ประชากร	111
ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	112
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	114
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	115
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	116
วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล	116
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	117
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ลักษณะการสื่อความหมาย	119
1. รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดพะโคะโดยใช้บุคคล	120
2. รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดพะโคะโดยไม่ใช้บุคคล	140
ผลจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	159
สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย	206
ผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	218
รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	236
1. รูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	237
2. รูปแบบการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	238
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	243
อภิปรายผล	257
ข้อเสนอแนะ	288

	(12)
บรรณานุกรม	291
บุคลากร	307
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	316
ภาคผนวก ข	352
ประวัติผู้เขียน	354

รายการตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	113
2	แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐาน	160
3	แสดงจำนวน และร้อยละของวัตถุประสงค์ของการเดินทาง	164
4	แสดงจำนวน และร้อยละในการเดินทาง	165
5	แสดงจำนวน และร้อยละของช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	165
6	แสดงจำนวน และร้อยละช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทาง	166
7	แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบการเดินทาง	166
8	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว	167
9	แสดงจำนวน และร้อยละของระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	167
10	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความต้องการด้านประเภท และคุณลักษณะของการสื่อความหมาย	168
11	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	169
12	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	170
13	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	171
14	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	172
15	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	173
16	ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	176

รายการตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะความต้องการการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	180
18	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายกับข้อมูลพื้นฐานจำแนกตามเพศ	183
19	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากอายุที่แตกต่างกัน	185
20	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากสถานภาพที่แตกต่างกัน	186
21	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน	187
22	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากอาชีพที่แตกต่างกัน	189
23	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน	191
24	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน	192
25	แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยพิจารณาจากข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่อาศัย	194
26	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากความถี่ในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวต่อปีที่แตกต่างกัน	196
27	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากช่วงเวลาที่จะพักในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	198

รายการตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกัน	199
29	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากเหตุผลที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	201
30	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากระยะเวลาในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน	203
31	แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย	205

รายการภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ	
1 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	26
2 กระบวนการสื่อความหมาย	37
3 แสดงรูปแบบการสื่อความหมาย	49
4 แผนที่ตำบลชุมพล อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา	96
5 วัดพะโคะ	98
6 พระเจดีย์ส่วนมุมนฐานสุวรรณมาลิกเจดีย์ วัดพะโคะ	100
7 วิหารวัดพะโคะ (ในอดีต)	101
8 สุวรรณมาลิกเจดีย์ (ในอดีต)	103
9 การบูรณะได้เสริมฐานประทักษิณ	104
10 แสดงพิกัดวัดพะโคะ	107
11 โบราณสถานและสิ่งที่น่าสนใจภายในวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ)	108
12 กรอบแนวคิด	110
13 ปราชญ์ชาวบ้าน	121
14 ยุวมัคคุเทศก์	138
15 ป้ายประวัติวัดพะโคะ	141
16 ลักษณะป้ายประวัติวัดพะโคะของบุคคลภายนอกจัดถวายเป็น	143
17 ลักษณะป้ายสื่อความหมายของสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา	144
18 ป้ายสื่อความหมายสุวรรณมาลิกเจดีย์	145
19 ป้ายสื่อความหมายวิหารพุทธไสยาสน์	146
20 ป้ายสื่อความหมายศาลาตัดสินความ (ป้ายเดิม)	148
21 ป้ายสื่อความหมายศาลาตัดสินความ (ป้ายใหม่)	149
22 ป้ายบอกทิศทาง	150
23 ป้ายบอกทิศทางหลวงปู่ทวดปางปฐมเทศน์	151

รายการภาพประกอบ(ต่อ)

		หน้า
ภาพประกอบ		
24	ศูนย์การเรียนรู้ (หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด)	152
25	หนังสือ (ประวัติวัดพะโคะและประวัติสมเด็จพระเจ้าพะโคะ)	154
26	พิพิธภัณฑ์ (วัดพะโคะ)	156
27	เว็บไซต์ (วัดพะโคะ)	158
28	การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)	218

รายการแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิ	
1 แสดงประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	207
2 แสดงประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	209
3 แสดงคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	213
4 แสดงคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	214
5 แสดงรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	216

บทที่ 1

บทนำ

ที่มา และความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากเป็นที่มาของรายได้เข้าประเทศทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นจำนวนมากศาล ปัจจุบันไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 5 ของภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (พาด้า) (ผู้จัดการออนไลน์, 2556) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 18 ของโลก จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2556 ในช่วงปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 19,230,470 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.67 จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นเงิน 776,217.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.94 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 133,177,728 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.70 นอกจากนี้ยังมีรายจ่ายจากการท่องเที่ยว 483,224.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.03 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556) แต่ในสภาพความเป็นจริงคุณภาพในการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ยังต้องอาศัยการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานในการให้บริการให้มีคุณภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น เนื่องจากคุณภาพการให้บริการในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีการบอกเล่าเรื่องราวทางสังคมของมนุษย์ผ่านประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมองค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคมโดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลังเพื่อชื่นชม เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณสถานศาสนสถานในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะวัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และนิยมมาเที่ยวกันทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากในอดีตวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คนสำหรับในปัจจุบันวัดกลายเป็น "แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา" หรือ

"กิจกรรมท้าวหัวพระ"ณ วัดสำคัญต่างๆเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มาแรงและได้รับความนิยมอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะตามคติความเชื่อของชาวพุทธที่ถือว่า การได้มาสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ร่วมทำบุญบริจาคทานจะนำความเป็นสิริมงคลมาสู่ชีวิต และช่วยให้จิตใจผ่องใส

วัด เป็นศาสนสถาน หรือ สถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งประกอบด้วยบริเวณ 2 เขตคือเขตพุทธาวาสเป็นที่ตั้งของพระวิหาร พระอุโบสถ เจดีย์และพระปรางค์ ส่วนเขตสังฆาวาสเป็นที่ตั้งกุฏิ หรือที่อยู่ของพระสงฆ์ ศาลาการเปรียญ หอไตร หอนั่ง หรือหอสวดมนต์ในสมัยโบราณวัดอาจไม่จำเป็นต้องมีอาคารถาวรแต่จะใช้สถานที่ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรืออาคารที่มีอยู่แล้วตามความจำเป็นแต่เมื่อมีพระหรือนักบวชในศาสนามากขึ้น จึงทำให้ต้องมีศาสนสถาน ก่อสร้างขึ้นอย่างถาวรเพื่อประกอบศาสนกิจ และประเพณีต่างๆ ในท้องถิ่นหากผู้สร้างมีอำนาจบารมีสูงในระดับผู้ปกครองประเทศ หรือพระมหากษัตริย์ก็ย่อมจะก่อสร้างอย่างประณีต นอกจากจะเป็นศาสนสถานแล้วยังเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สะท้อนอารยธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น อันเป็นแหล่งรวมข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ การศึกษา ศิลปกรรม สถาปัตยกรรมรวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชนศิลปะสำคัญที่น่าศึกษาเรียนรู้ภายในวัดโดยทั่วไป ที่ถูกถ่ายทอดเรื่องราวโดยผ่านศิลปะทางด้านจิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม (เยาวนิศ เต็งไตรรัตน์, 2554)

สำหรับจังหวัดสงขลา ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเภทวัฒนธรรม ซึ่งที่ผ่านมาจังหวัดสงขลาได้นำเสนอทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและ วัฒนธรรม ประเพณีเป็นหลัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย อินโดนีเซีย เริ่มมองหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในจังหวัดสงขลาเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลการศึกษาเบื้องต้นจากการสังเกตและสัมภาษณ์ชุมชนพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมาเลเซีย หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญและนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด เป็นจำนวนมากโดยเฉพาะในช่วงเทศกาล และวันหยุดยาวของมาเลเซีย นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่ วัดพะโคะ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา เป็นจำนวนมากเนื่องจากศรัทธาในหลวงปู่ทวด ซึ่งเป็นพระภิกษุที่มีชื่อเสียงและเคยจำพรรษาที่รัฐไทรบุรี ในอดีตที่ผ่านมามีพลังศรัทธา ที่เกิดขึ้นเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวยังคงนิยมเดินทางมาสักการะ และเที่ยวชมวัดพะโคะอย่างต่อเนื่อง จากอดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนั้นเป็นวัดโบราณที่ปรากฏหลักฐานในพระตำราบรมราชูทิศ เพื่อกลับไป สมัยอยุธยาสำเนากรุงเก่าด้วยการพระราชทานที่กลับไป แต่เดิมวัดพะโคะมีฐานะเป็นวัดหลวง เป็นวัดที่สำคัญวัดหนึ่ง ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ต่อมาวัดพะโคะได้ปรากฏหลักฐานในสมัยสมเด็จพระเจ้าเอกาทศรถ เมื่อ พ.ศ. 2153

เรื่องกัลปนาวัด จังหวัดพัทลุง หลังจากนั้นศาสนสถานของวัดพะโคะได้บูรณะปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่จากของเดิม ต้องเปลี่ยนแปลงศิลปสถาปัตยกรรมเป็นไปตามนิยม ในสมัยนั้น และปัจจุบันยังปรากฏหลักฐาน ศาสนสถานต่างๆ ของวัด เช่น สุวรรณมาลิกเจดีย์ รอยพระพุทธรบาท พระอุโบสถ พระธรรมศาสนา โบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอายุในราวพุทธศตวรรษที่ 12-18 และหลักฐานอื่นๆ บ่งชี้ว่านับแต่พุทธศตวรรษที่ 16-18 เป็นต้นมา เมืองสทิงพระก็เป็นเมืองศูนย์กลางความสำคัญที่สุดของพื้นที่แถบลุ่มทะเลสาบสงขลา หลังจากนั้นค่อยๆ สูญเสียบทบาทลงในประมาณช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 19 ความสำคัญยิ่งของแผ่นดินคาบสมุทรสทิงพระ ประการหนึ่ง คือ เป็นที่ตั้งของวัดพะโคะ หรือ วัดราชประดิษฐฐาน เป็นวัดเก่าแก่และเป็นวัดสำคัญวัดหนึ่งในภาคใต้ เข้าลักษณะเป็น “วัดกษัตริย์สร้าง” เป็นที่ประดิษฐานของพระบรมสารีริกธาตุ เป็นแหล่งโบราณสถานที่ทรงคุณค่า ทั้งทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และ โบราณคดี เคยเป็นวัดที่มีบทบาทสำคัญยิ่งทั้งด้านพระศาสนา และการปกครอง เป็นศูนย์กลางของความศรัทธาและจิตใจของชาวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและชาวไทย ทั้งปวง ด้วยมีความผูกพันอย่างลึกซึ้งกับพระอริยสงฆ์ท่านหนึ่ง คือ หลวงพ่อทวด หรือ หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ซึ่งเปลี่ยนไปด้วยองค์คุณแห่งความศักดิ์สิทธิ์อันได้ประจักษ์ไปทั่ว จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เข้ามาเคารพบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดอย่างไม่ขาดสาย (สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, 2538, น. 18)

วัดพะโคะมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชมศึกษาประวัติศาสตร์และสักการะบูชาให้เป็นสิริมงคลแก่ตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปเยี่ยมชมวัดพะโคะภายในวัดพะโคะมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจเช่น รอยพระพุทธรบาท พระพุทธรูปไสยาสน์หรือพระโคตมะวิหารพะโคะ พระทรงเครื่องต่างๆ สุวรรณมาลิกเจดีย์ ภาพจิตรกรรม อนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าราชมนูณีสามิราม (พะโคะ) ป่อชักจิวร และดวงแก้ววิเศษซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและอยากทราบความเป็นมาจากการสังเกตนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวภายในวัดพะโคะพบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวต้องการทราบเรื่องราวความเป็นมาของวัดพะโคะ ในสถานที่ต่างๆ ที่สำคัญภายในวัด ซึ่งนักท่องเที่ยวได้มีการสอบถามประวัติความเป็นมาจากพระภิกษุสงฆ์ แต่พระภิกษุสงฆ์สามารถเล่าเรื่องราวความเป็นมาของดวงแก้ววิเศษเท่านั้นเนื่องจากดวงแก้วอยู่ภายในกุฏิเจ้าอาวาส แต่นักท่องเที่ยวไม่สามารถทราบเรื่องราวประวัติศาสตร์ในสถานที่อื่นๆ ที่อยู่ภายในวัดพะโคะเนื่องจากการเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะ ต้องใช้เวลาในการเยี่ยมชมแต่บางครั้งหากนักท่องเที่ยวมีโอกาสเจอผู้สูงอายุหรือคนในชุมชน (ปราชญ์ชาวบ้าน) ภายในบริเวณวัดก็จะได้รับทราบเรื่องราวประวัติศาสตร์จากคนกลุ่มนี้ และจากการสัมภาษณ์เบื้องต้นจากพระภิกษุสงฆ์ พบว่า จะทำหน้าที่บรรยายและนำชมสถานที่ต่างๆ ภายในวัด กรณีที่นักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่มใหญ่ 10-20 คน มีพระภิกษุสงฆ์เพียงรูปเดียวที่สามารถให้

ความรู้ หรือเล่าเรื่องราววัดพะโคะได้เนื่องจากพระภิกษุสงฆ์รูปอื่นไม่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัดพะโคะแผ่นป้ายข้อมูลมีจำนวน 3 แผ่นป้าย ส่วนยูมัมคฤเทศก์จะบรรยายให้ความรู้เฉพาะวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดจากการเรียนเท่านั้น (พระศักรินทร์ศิริภโท, 2553)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า “การสื่อความหมายภายในวัดพะโคะ” เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการศึกษาประวัติศาสตร์ของวัดพะโคะเป็นอย่างมาก สื่อที่ใช้สำหรับการสื่อความหมายไม่เพียงพอประกอบกับการสื่อความหมายจากการบรรยายอาจจะคลาดเคลื่อนจากประวัติศาสตร์เดิมและในกรณีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวด้วยตนเองในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ ไม่สามารถได้รับความรู้จากการบรรยายของยูมัมคฤเทศก์หรือพระภิกษุสงฆ์ได้ สำหรับประชาชนชาวบ้านนานาๆ ครั้งที่จะขึ้นมาดูแลหรือพบปะกับนักท่องเที่ยว สำหรับป้ายสื่อความหมายมีจำนวน 3 แผ่นป้าย ซึ่งไม่เพียงพอต่อการสื่อความหมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาลักษณะสื่อความหมาย และความต้องการนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว และให้ได้มาซึ่ง รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทัศนศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา ซึ่งจะทำให้คุณค่าของประวัติศาสตร์วัดพะโคะยังคงอยู่กับคนรุ่นหลังและมีจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์แหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงเป็นการยกระดับการสื่อความหมายของวัดพะโคะและการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสะดวกต่อการศึกษาประวัติศาสตร์ด้วยตนเอง และเป็นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในปี 2558 ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทัศนศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทัศนศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลา
3. เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทัศนศึกษาวัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลา

คำถามการวิจัย

1. ลักษณะการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลา เป็นอย่างไร
2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลา เป็นอย่างไร
3. รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลาควรเป็นอย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจลักษณะการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลาเพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาครัฐ ภาคเอกชน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยว
2. เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะอำเภอสติงพระจังหวัดสงขลา ซึ่งชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ได้
3. สามารถกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลาที่เกิดจากความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยว
4. รูปแบบการสื่อความหมายเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการหรือนักวิจัยในพื้นที่อื่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนำไปต่อยอดได้

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ลักษณะการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระจังหวัดสงขลา

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

3. รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

ขอบเขตด้านประชากร

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมภายในบริเวณ วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

2. ภาคประชาชน/ชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่เป้าหมายที่ดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดเขตศึกษาภายในบริเวณ วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ระหว่างเดือนตุลาคม 2554 ถึงเดือนพฤษภาคม 2557

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการความรู้และประสบการณ์ ที่ได้นำเสนอให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีการบอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม รูปแบบวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงโบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนสถานซึ่งเป็นที่เคารพนับถือภายในวัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

การสื่อความหมาย หมายถึง การสื่อสารระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่น่าสนใจเป็นการนำเสนอสื่อประเภทใช้บุคคล และไม่ใช้บุคคลในการอธิบายความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

รูปแบบการสื่อความหมาย หมายถึง ตัวแบบที่ถ่ายทอดความคิด ความเข้าใจ ตลอดจนจินตนาการของคนที่ติดต่อเรื่องราวต่างๆ ที่ปรากฏหลักฐานเด่นชัด ในลักษณะของการสื่อความหมาย ลักษณะใดลักษณะหนึ่งของวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา

ความต้องการ หมายถึง แรงกระตุ้นหรือแรงผลักดัน เพื่อให้เกิดการแสวงหาตอบสนองความต้องการ และก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวภายในบริเวณวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง ภาคประชาชน ภาคเอกชน ภาครัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษาผู้รับบริการ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมภายในบริเวณวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะอำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา โดยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัด

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมและความต้องการ

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บริบทของพื้นที่

กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมพื้นฐานอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งโดยทั่วไปการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงระยะทางจะใกล้หรือไกล การเดินทางจะมีการค้างคืนหรือไม่ และไม่ได้มีความหมายเฉพาะเพียงแต่การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนาน (จุฑามาศ คงสวัสดิ์, 2550)

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) แห่งสหประชาชาติ ได้กำหนดนิยามเอาไว้ในปะ พ.ศ. 2506 ว่า “การท่องเที่ยว” เป็นการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ หนึ่ง เป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นๆ ด้วยความสมัครใจ สอง เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ (สร้อยยา วรากุลวิทย์, 2546) นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับความหมายเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยวเพิ่มเติมเช่น กระบวนการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างโดยมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการเดินทางดังกล่าวหมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่ง (สมบัติ กาญจนกิจ,2544) เป็นการเดินทางที่สามารถใช้สับเปลี่ยนกันได้ บางครั้งเหมือนเป็นความหมายเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรม การเดินทางกับการท่องเที่ยวแตกต่างกัน คือ การเดินทาง หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่อีกสถานที่หนึ่ง โดยวิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างกันหรือบางครั้งการเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิมสำหรับการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการและอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสุขสบายในการเดินทาง ตลอดจนการจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (สุทธิศรี ชูชาติ, 2547,น. 1-2) และเป็นการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีเงื่อนไขสำคัญ คือ เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2552)

นอกจากนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวางเพราะมิได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ด้วยกัน (นิคม จารุมณี,2544, น. 1) เป็นกระบวนการ รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง ที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ ด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (อารีวรรณ เสริมวิลาสกุล,2547) การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับหลายมิติ โดยการท่องเที่ยวทำให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เกิดจินตนาการ ความลึกลับ และได้พบเห็นสถานที่ที่แตกต่างไปจากถิ่นที่อยู่อาศัยตามปกติ การท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ โดยมีปัจจัยพื้นฐานสี่ประการ คือ ระยะเวลา ระยะเวลาในการเดินทาง ถิ่นที่อยู่อาศัย และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เช่น การเยี่ยมชมญาติ การประชุม รวมถึงธุรกิจความบันเทิง (Gee; Makens and Choy, 1989)

โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวหมายถึงผู้คนหรือประชาชนที่ได้ไปเยี่ยมชมยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว และหมายรวมถึง บุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมประชุมสัมมนาทางการเมือง การประชุมธุรกิจ หรือ การเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญหรือไปทำการวิจัย โดยที่มาเหล่านี้สามารถใช้บริการคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ (อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ, 2548, น. 47)

จึงกล่าวได้ว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ไม่ได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายผู้คนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน และความประทับใจ ดังนั้น จึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่หลากหลายแตกต่างกันตามแรงจูงใจหรือความต้องการในการเดินทางของนักท่องเที่ยว แต่ไม่ว่าจะมีจุดหมายใดๆ ก็ตาม การท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว ไปด้วยความสมัครใจของผู้เดินทาง โดยไม่คำนึงถึงว่าระยะทางจะใกล้หรือไกล จะเป็นการเดินทางระยะสั้นหรือระยะยาว และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ก็ตาม แต่การเดินทางต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม ณ ที่นั้นๆ และต้องไม่มีเรื่องการประกอบอาชีพ หรือหารายได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเดินทางนั้นๆ (จุฑามาศ คงสวัสดิ์, 2550, น. 11)

2. ความสำคัญและบทบาทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศ เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง จิตวิทยา สังคม ทรัพยากรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ประกอบการ และผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543, น. 21)

ในส่วนของบทบาทของการท่องเที่ยว การที่คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้พบเห็นความงดงามของธรรมชาติ ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ ได้ชื่นชมกับหัตถกรรมที่ทรงคุณค่าทางศิลปะและงานฝีมือที่ละเอียดอ่อน ย่อมก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความรักและหวงแหนในทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติได้ดียิ่งขึ้น ส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศถือเป็นการสังสรรค์ ทำความรู้จักทำความเข้าใจระหว่างคนต่างวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการสร้างความเป็นมิตรไมตรีระหว่าง

เพื่อนร่วมโลกคั้งที่สหประชาชาติได้ยอมรับและสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวสากล ซึ่งมีคำขวัญว่า “การท่องเที่ยวเป็นสื่อนำไปสู่สันติภาพ” (Tourism Passport to Peace) ซึ่งบทบาทของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคม จะมีส่วนเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี ความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน รวมถึงช่วยให้ประชาชนรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปสินค้าพื้นเมือง รวมถึงของที่ระลึกไว้สำหรับจำหน่ายแก่ผู้มาเยือนก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เกิดความภาคภูมิใจ ตำนานและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ หวงแหน รักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัย และมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ โดยช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบทช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำ หรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

บทบาทการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลือง วัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลา ตามความเหมาะสม และก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล นับเป็นรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ จึงช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนเป็นวงจรภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพแก่ประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดปัญหาการว่างงานและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค รวมทั้งเป็นการพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึง ดังนั้น จึงเกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยว มีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว โดยเฉพาะการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการนำเอาทรัพยากรของประเทศไทย ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในรูปของการผลิตสินค้าและบริการ

บทบาทของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประกอบด้วยนักท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตนให้เหมาะสมในระหว่างการเดินทาง ตามเงื่อนไขและกติกาของท้องถิ่นภายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนมัคคุเทศก์มีบทบาทสำคัญในการที่จะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว จึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดและที่สำคัญที่สุด คือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะต้องให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ก่อนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อลดการสูญเสียทรัพยากรทั้งที่ตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ เช่น การจัดทำ

แผนการเดินทาง และส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงการขยายสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่มีการจัดการที่ไม่เหมาะสม การจัดปฐมนิเทศให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปรากฏการณ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ควรสนใจเป็นพิเศษ รวมทั้งการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้คน และระบบนิเวศของพื้นที่ที่จะไปเยือน ให้ความรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติขณะเดินทาง เป็นต้น

บทบาทของประชาชนในพื้นที่จัดเป็น 2 กลุ่ม คือ คนในท้องถิ่น และรัฐบาล ซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงจากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบคนในท้องถิ่น ต้องช่วยกันดูแลหากเห็นสิ่งผิดปกติ ต้องแจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้าไปจัดการแก้ไข นอกจากนี้ยังต้องช่วยกันส่งเสริม อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และช่วยกันดูแลความสะอาดของสถานที่ ส่วนภาครัฐบาล มีหน้าที่โดยตรงในการจัดระบบการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบ ไม่ปล่อยให้กลุ่มคนใดกลุ่มหนึ่งใช้ประโยชน์จนสูญเสียความสมดุล รัฐบาลต้องกำหนด รูปแบบ กติกา เข้มงวด กวดขันให้มีการปฏิบัติตาม ลงโทษผู้ที่กระทำผิดหรือฝ่าฝืน ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและบุคลากรในการอนุรักษ์ ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดวิธีการสงวนรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การกำหนดพื้นที่เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า พื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ และพื้นที่อุทยานแห่งชาติ (อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ, 2548, น. 67)

การท่องเที่ยวมีความสำคัญ และมีบทบาทที่ชัดเจน จากการกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันในความแตกต่างทางเชื้อชาติ ภาษา ทำให้เกิดไมตรี สร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ซึ่งปัจจุบันจะเห็นได้ว่าคนเมืองหลังไหลไปเที่ยวชนบทมากขึ้น เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตรวมทั้งหลายๆ กลุ่มคนหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากเมืองเข้าสู่ความสงบในชนบทเพื่อการพักผ่อน และความเหนื่อยล้าจากการทำงาน บทบาทของการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมากทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มมากขึ้น เป็นแหล่งรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความเจริญเติบโต การสร้างงานสร้างรายได้และเกิดการจ้างงาน กระตุ้นให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศ จึงทำให้เกิดผลดีกับเศรษฐกิจของประเทศในหลายๆ ด้าน รวมถึงการฟื้นฟูสมบัติทางวัฒนธรรม ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวยังส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่ภาครัฐและ

ภาคประชาชนจะต้องมีส่วนร่วม และมีส่วนช่วยในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความ สะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว (จุฑามาศ คงสวัสดิ์, 2550)

3. ประเภทของการท่องเที่ยว

การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง กล่าวคือ จะเป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่จำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็นเจ็ดประเภท คือ ประเภทที่หนึ่ง การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational tourism) เป็นการเข้าร่วมการแข่งขัน กีฬา นันทนาการรักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว อาทิเช่น หาดทราย ชายทะเล การแข่งขันกอล์ฟในสนามชั้นเยี่ยม และการแข่งขันเทนนิส การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะ และประเภทที่สองเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tourism) ลักษณะเป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการแก่หน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อการดูงาน ประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และเพื่อนันทนาการ โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบ ในค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งหมดส่วนประเภทที่สามการท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical tourism) จะเข้าชมพิพิธภัณฑสถานและโบราณวัตถุเก่าๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการไปชมอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วัดต่างๆ และการแสดงแสง เสียงเหตุการณ์เด่นๆ ในอดีตกาล ส่วนประเภทที่สี่เพื่อธุรกิจ (Business tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุมหารือ พบปะหรือการสัมมนา ซึ่งเอา การท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ มารวมไว้ด้วยกันเมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภทบางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวต้องการอย่างไร โดยประเภทที่ห้า จะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural tourism)ที่ได้สัมผัสและการเข้าร่วมตามวิถีชีวิตเก่าๆ ที่กำลังจะสูญหายไปบางท้องถิ่น เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงประวัติความเป็นมาการดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตนเอง เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรมประเพณี และงานเทศกาล ซึ่งประเภทที่หกกล่าวถึงการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic tourism) โดยประสงค์ที่จะสังเกตในการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และพิธีกรรมทางศาสนาต่างๆและประเภทสุดท้ายได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม(Environmental tourism)การท่องเที่ยวประเภทนี้

คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ เป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คน ซึ่งจะรวมกันถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องแก่ง การตั้งแคมป์(อุคม เขยกีวงส์ และคณะ,2548, น. 48-49)

นอกจากนี้ การจัดประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ชนิด (ศรีญา วรากุลวิทย์, 2546, น. 15-20) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) การใช้เวลาว่างของมนุษย์มีความแตกต่างกันตามเจตคติและสิ่งแวดล้อม การใช้เวลาว่างของบุคคลเป็นไปตามแรงจูงใจส่วนบุคคลในยุคของข่าวสาร ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งต่างๆ ตามอัธยาศัยของตนเพิ่มขึ้นและวางแผนในการเดินทางล่วงหน้าในแหล่งท่องเที่ยวที่แต่ละคนสนใจ

1.2 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation) การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง การใช้เวลาหยุดงานเพื่อไปท่องเที่ยวในลักษณะสบายๆ เช่น บ้านพักตากอากาศริมทะเล เชียงเขา เป็นต้น

1.3 การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday) นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปต่างท้องถิ่นหรือนอกเมือง นอกถิ่นที่อยู่อาศัยของตน เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน

1.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport) มีวัตถุประสงค์สองประการ คือ การไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ และการไปแข่งขันกีฬาหรือการออกกำลังกาย

1.5 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health) ปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบนี้กำลังเป็นที่นิยม มีการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพอย่างมีระบบ เช่น การเดินทางเพื่อไปรับการรักษาทางการแพทย์ การเดินทางไปอาบน้ำแร่ (Spa) ในแหล่งน้ำแร่ต่างๆ และการจัดการท่องเที่ยวเหมาจ่ายเพื่อรักษาสุขภาพ และฟื้นฟูสุขภาพของชมรมอายุรุษวัยชีวิเป็นสุข เป็นต้น

1.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study) องค์การท่องเที่ยวโลกได้มีมติให้นักศึกษา และผู้ที่เดินทางไปฝึกอบรมศึกษาดูงานเป็นนักท่องเที่ยวด้วย เช่น การเดินทางเพื่อไปศึกษาในต่างถิ่น ต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ภูมิ และประสบการณ์ การเดินทางเพื่อฝึกอบรมระยะสั้น การเดินทางเพื่อศึกษาดูงาน การเรียนภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อน เป็นต้น

1.7 การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion) นับเป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ชนิดหนึ่ง ศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า นมัสการสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น

1.8 การเดินทางเพื่อธุรกิจ (Business) ในปัจจุบันการเดินทางชนิดนี้สามารถจำแนกได้หลายประเภท ได้แก่ การเดินทางเพื่อการปรึกษา(Consulting) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขายสินค้า (Sales) เพื่อการดำเนินการ (Operation) เพื่อการจัดการ (Management) และเพื่อการบำรุงรักษากิจการ(Maintenance)จำแนกเป็นลักษณะใหญ่ๆ ได้ดังนี้ คือ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม(Meeting)การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุม(Convention) และการแสดงนิทรรศการ (Exhibition) ซึ่งรวมเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบ MICE นักท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นกลุ่มที่มีคุณภาพสูง เนื่องจากมีอำนาจในการซื้อสูง และยังมีผู้ติดตามอีกด้วยไม่น้อยกว่าหนึ่งคน

1.9 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relative หรือ VFR) เป็นการเดินทางไปเยี่ยมบิดา มารดา ญาติในถิ่นเกิด หรือที่อยู่อาศัยของครอบครัว เช่น ชาวตะวันตกเดินทางไปเยี่ยมญาติในเทศกาลคริสต์มาส ชาวไทยเดินทางกลับถิ่นเกิดเพื่อเยี่ยมบิดา มารดา และญาติในเทศกาลสงกรานต์ ชาวจีนนิยมเดินทางไปเยี่ยมครอบครัวในเทศกาลตรุษจีน

1.10 การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mission) การท่องเที่ยวชนิดนี้เป็นการเดินทางของบุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กรตน เช่น การเดินทางของคณะรัฐบาลเพื่อไปเยือน หรือ ไปประชุมเจรจาในต่างประเทศ การเดินทางของคณะทูต การเดินทางของผู้สอนศาสนา

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล มีลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ มีสิ่งดึงดูดใจหลายประการ เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือสิ่งดึงดูดใจเฉพาะสถานที่นั้นๆ

2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ ที่แตกต่างจากประเทศของตน ต้องผ่านขั้นตอนการเดินทางระหว่างประเทศหลายประการ เช่น กระทรวงต่างประเทศ กงสุลของประเทศ สถานทูต สุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง

2.3 การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว เป็นการเดินทางเฉพาะบุคคลหรือเป็นครอบครัวที่เดินทางโดยอิสระ การท่องเที่ยวชนิดนี้อาจเป็นการเดินทางคนเดียว คู่สามีภรรยา ครอบครัว หรือเป็นหมู่คณะที่จำนวนต่ำกว่า 15 คน นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาแหล่งท่องเที่ยวได้

จากคู่มือแนะนำเที่ยวของสถานที่นั้นๆ ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางในการเดินทาง

2.4 การเดินทางเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวชนิดนี้ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมอบให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นคณะไม่ต่ำกว่า 15 คน บริษัทจัดดำเนินการนำเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ตามรายการที่ตกลงไว้ การท่องเที่ยวชนิดนี้จ่ายค่าบริการต่ำกว่าการเดินทางลักษณะส่วนตัวมาก การเดินทางชนิดนี้เป็นที่นิยมกันทั่วโลก เรียกว่า GIT (Group Inclusive Tour) มีลักษณะใกล้เคียงกันแต่ต่างกันตรงที่เส้นทาง โดย GIT เส้นทางจะถูกกำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางมีหลากหลาย และอาจจะไม่เคยรู้จักกันมาก่อน

3. การท่องเที่ยวลักษณะการจัดการ การท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

3.1 กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)

3.2 กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long - Haul) และการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short - Haul)

3.3 กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมชมมิตร การประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

3.4 กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือ การทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying Visit) โดยค้างแรม

3.5 กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือเป็นคณะที่ต่ำกว่า 15 คน

3.6 กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel and Visits)

3.7 กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมากๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular Tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social Tourism)

4. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ร้านขายสินค้าที่ระลึก และสาธารณูปโภคด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นทำให้

เกิดธุรกิจ และอุตสาหกรรมอีกหลายชนิด เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์ การท่องเที่ยวมีหลายชนิด ได้แก่ การท่องเที่ยวตามคุณลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยวสามารถพิจารณาจากแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมญาติมิตร และเพื่อธุรกิจ ฯลฯ ชนิดของการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวในประเทศ และต่างประเทศ การท่องเที่ยวคนเดียว และเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวตามการจัดการ ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการจัดการประเภทการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกรับบริการ (นิคม จารุมณี, 2544, น. 250) นอกจากนี้องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เพราะสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง คือ นักท่องเที่ยวสินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวการคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารและบริการ ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนอื่นๆ เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเงินการธนาคาร ระเบียบต่างๆ สถานที่ศึกษาหรือแหล่งค้นคว้าด้านต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนสภาพอ่อนโยนและมีไมตรีต่อกัน (วรรณ วลัยวานิช, 2539, น. 19)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548, น. 49-55)

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรการท่องเที่ยว) มี 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา และประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี
2. การคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ ได้แก่ การตัดและสร้างถนนมีการขยายเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถรับจ้าง บริการรถเช่า รถนำเที่ยว เป็นต้น การสร้างและนำพาหนะขนส่งทางเรือมาให้บริการ เช่น เรือและแพทุกประเภท เป็นต้น การปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ
3. ที่พักแรม มีหลายประเภทหลายรูปแบบให้เลือกและได้มาตรฐานสากล มีการจัดระบบต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม บังกะโล เกสต์เฮาส์ หอพัก ที่ตั้งแคมป์ เป็นต้น

4. ร้านอาหารและภัตตาคาร เช่น ร้านอาหารไทย ร้านอาหารพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่น ร้านอาหารประจำชาติต่างๆ ร้านอาหารจานด่วน ศูนย์อาหาร เป็นต้น

5. การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มีการจัดรายการนำเที่ยวประเภทต่างๆ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์การบริการต่างๆ ที่จัดจำหน่าย บริการในด้านการต้อนรับ การรับส่งนักท่องเที่ยวและให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว

6. ร้านขายของที่ระลึกและขายของพื้นเมือง มีการผลิตสินค้าประเภทต่างๆ สำหรับขายนักท่องเที่ยว ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องเรือน อาหาร เป็นต้น

7. ความปลอดภัย ได้แก่ การแนะนำให้นักท่องเที่ยวช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน การแนะนำนักท่องเที่ยวถึงอันตรายต่างๆ การจัดหน่วยงานพิเศษ เป็นต้น

8. การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และเพื่อประโยชน์ของประเทศ ได้แก่ การออกกฎหมายเพื่อผ่อนคลายระเบียบวิธีการเข้าออกเมือง การให้บริการขอวีซ่า การบริการข่าวสาร การบริการขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร เป็นต้น

9. จัดบริการอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดประชุมในประเทศและนานาชาติการจัดบริการในด้านข้อสนเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่นๆ เป็นต้น

10. การเผยแพร่โฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจและทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว การจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆ และการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวดำเนินไปได้ด้วยความเหมาะสม และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการบริการ การอำนวยความสะดวก ซึ่งเกิดประโยชน์สูงสุดแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้จะนำเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มาวิเคราะห์ในแง่ของบทบาทความสำคัญ ประเภทและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ที่มีความสอดคล้องกับวัดพะโคะ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างเช่น วัดพะโคะ ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ประชาชนให้ความเคารพนับถือ ซึ่งเป็นที่มาของแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัด

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายของการท่องเที่ยว

คนเราสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น มาจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรมชนชาติและการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยอยู่เดิม เนื่องจากเรามีสัญชาตญาณ ของความอยากรู้อยากเห็น (Pizan and Mansfeld 1999) เนื่องจากการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรม และกิจกรรม นันทนาการของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ มหกรรมและงาน แสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑท์ทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดก ต่างๆ (พยอม ธรรมบุตร,2548) ซึ่งอาจจะเป็นการชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม นาฏศิลป์และดนตรี รวมทั้งงาน เทศกาล ประเพณี (ราณี อธิชัยกุล,2546, น. 83) รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ ให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและความงดงามของศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความวิจิตรอลังการ ซึ่ง แตกต่างจากชาติอื่นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว (รติกา อังกุล, 2549, น. 80)

นอกจากนั้นแนวคิดใหม่ที่พยายามออกจากระบบการท่องเที่ยวที่เป็น Mass Tourism ที่คนจำนวนมากนั่งรถโค้ชคันใหญ่ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มมา กขึ้น ในปัจจุบันเนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความเปลี่ยนแปลงจากเดิมเป็นการให้ ความสำคัญและสนใจในรากฐานทางประวัติศาสตร์และความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวหรือสิ่งที่ ปรากฏในงานสถาปัตยกรรม งานประติมากรรม งานหัตถกรรม งานจิตรกรรม เนื่องจกงาน ดังกล่าวเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและสืบทอดมาจากบรรพชนจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นอีกหนึ่งกระบวนการที่ถูกใช้ เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่คู่สังคม และเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการสร้าง ความยั่งยืนในการจัดการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าในด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าถึงอรรถรส ทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายแนวคิด องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการ ท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นใหม่หลังจากการท่องเที่ยวรูปแบบทั่วไปมีปัญหา หรืออีกนัยหนึ่งอาจ

กล่าวได้ว่า แนวคิดส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นความพยายามแสวงหาทางออกให้กับการท่องเที่ยวที่กำลังประสบกับปัญหา และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้น่าจะเป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้หลายความหมาย อาทิการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์ เช่น เมื่อไปเที่ยวนครวัดจำเป็นต้องศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชนชาติ วัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อของผู้คนในอดีต ซึ่งทำให้ทราบถึงแรงบันดาลใจในการสร้างสถาปัตยกรรมที่ยิ่งใหญ่นอกจากนี้ต้องมีการเรียนรู้ สิ่งที่เป็นวิถีชีวิตปัจจุบัน ทั้งภาษา วัฒนธรรม อาหาร ความเป็นอยู่ของชุมชน ที่นักท่องเที่ยวไปเยือน โดยเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิตผู้คน หรือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการเดินทางของผู้คนไปสู่สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม เช่น มรดกวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การละเล่น ที่มีอยู่ในภายนอกชุมชนของตน ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ตนเองมีหรือพบเห็นในชีวิตประจำวัน เป็นการแสวงหาความรู้ และการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540, น. 8-10) ทั้งนี้ยังรวมถึงสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นมรดกตกทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน ด้านความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อุปนิสัยใจคอ ตลอดจนรูปแบบการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งแต่ละท้องถิ่นมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ซึ่งความแตกต่างเหล่านั้นเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็นสี่ประการ คือ ประการแรก ด้านประวัติศาสตร์ บริเวณที่เป็นแหล่งอารยธรรมมาตั้งแต่สมัยโบราณ มักจะมีหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีปรากฏให้เห็น ประการที่สอง ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เป็นการแสดงรูปแบบการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น ซึ่งมีความแตกต่างกันและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ที่ยึดสืบทอดต่อกันมาที่ต้องรักษาไว้ด้วยความรักและความภาคภูมิใจ ประการที่สาม การประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่น ลักษณะของการประกอบอาชีพมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาชีพที่นักท่องเที่ยวไม่เคยเห็นมาก่อน หรือการผลิตสินค้าที่แตกต่างไปจากบริเวณอื่น หรือเป็นการประกอบอาชีพที่มีขึ้นเฉพาะบริเวณใดบริเวณหนึ่งเท่านั้น เช่น การผลิตต้มของจังหวัดเชียงใหม่ หรือ การผลิตมิดอร์ญูญิกของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น ประการสุดท้าย การคมนาคมขนส่ง สถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นที่รู้จักแพร่หลายมีนักท่องเที่ยวเข้าไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ที่สามารถนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ด้วยยานพาหนะชนิดต่างๆ ด้วยความปลอดภัย (วรรณ วลัยวานิช, 2539, น. 30)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมเกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นเนื่องในเทศกาลต่างๆ เป็นการสืบทอดและรักษามรดกทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นไว้โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่น ซึ่งมีหลักสำคัญ คือ เป็นประเพณีหรือวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของแต่ละท้องถิ่นควรที่จะดำรงรักษาให้คงอยู่ต่อไป ส่วนเจ้าของพื้นที่ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการวางแผน การจัดการและการอนุรักษ์ โดยมีวิทยากรและมัคคุเทศก์ประจำท้องถิ่น ซึ่งเป็นการมุ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับทั้งความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความประทับใจและประสบการณ์ในการดำรงชีวิตในสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้ (พลอยศรี โปราณานนท์, 2539, น. 40) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการมีความรู้หรือประสบการณ์ในวัฒนธรรมด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้จะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ทางด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันมีความเพลิดเพลินรวมอยู่ด้วย เช่น การมีประสบการณ์ด้านอาหาร ดนตรี การละเล่น การเดินร่ำที่เป็นวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนรวมทั้งเป็นการเดินทางที่มุ่งความสนใจพิเศษ โดยเฉพาะเรื่องของการศึกษาและเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนรวมถึงการชื่นชมในสุนทรียภาพของ โบราณวัตถุสถานคุณค่าทางวิทยาการและการศึกษา การสร้างเสริมมิตรภาพระหว่างผู้คน การเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นโอกาสที่จะได้ทราบถึงวิถีชีวิตที่แตกต่างของแต่ละท้องถิ่น ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ภาพพจน์ที่ดีของแต่ละสังคม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างคนต่างภูมิภาคหรือคนต่างท้องถิ่น ลดช่องว่างระหว่างชาวเมืองกับชนบท นอกจากนั้นเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างผู้คนต่างชาติ ต่างภาษา ต่างศาสนา และวัฒนธรรม เกิดการกระตุ้นให้สนใจในความสวยงาม และคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมประเพณี ทำให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นหันมาสนใจที่จะบำรุงรักษาวัฒนธรรมประเพณี และศิลปกรรมให้ดีขึ้น รวมถึงเป็นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ ไม่ทำลายทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (จิราวรรณ กาวิละ, 2544, น. 22) สังคมไทยถือว่าเป็นสังคมที่มีวัฒนธรรมที่สืบทอดเนื่องกันมาเป็นเวลานาน ได้มีการผสมผสานสิ่งที่เป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมเข้าด้วยกันจน สิ่งต่างๆ เหล่านี้กลายมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่ทำให้เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นผู้จัดรายการนำเที่ยวจึงนำความสนใจ และความต้องการมาจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

นอกจากนั้นการท่องเที่ยววัฒนธรรมประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องกับเรื่องราวในประวัติศาสตร์ กิจกรรมของการท่องเที่ยวอาจเป็นการไปชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือเมืองเก่า ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นที่นิยมของคนทั่วไป หรืออาจเป็นการท่องเที่ยวของกลุ่มคนที่มีความสนใจในมรดกทางวัฒนธรรมเฉพาะอย่าง เช่น ทักษะศิลป์ นาฏศิลป์ หรือมรดกทางวัฒนธรรมเกี่ยวเนื่องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนที่มีเอกลักษณ์อย่างชัดเจน จะเป็นพื้นที่ที่มีความสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะหมายถึง ประเพณี พิธีกรรม การแต่งกาย ความเป็นอยู่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะเป็นชุมชนที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมืองบางครั้งอาจพบชุมชนลักษณะนี้ สอดแทรกอยู่ภายในเมืองใหญ่ เช่น ชุมชนมอญเกาะเกร็ด นนทบุรี และชุมชนกุฎีจีน ธนบุรีที่ยังคงรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมอยู่จนถึงปัจจุบัน ลักษณะการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เหล่านี้ จะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ ดังนั้น จึงควรระมัดระวังอย่างมากเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้อาศัย รวมทั้งป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบทางด้านกายภาพ และสังคมที่อาจเกิดขึ้นในชุมชน (ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัยจิตติ, 2552, น.135-138)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องอยู่ในกรอบของ “ความมีใจเป็นกลาง” ผู้คนในแต่ละท้องถิ่นต่างมีเหตุผลของการกระทำของตน ขณะเดียวกันผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรตระหนักว่าวัฒนธรรมไม่ใช่วัตถุที่มีความอ่อนไหวเปราะบางกว่าวัตถุสิ่งของทั้งหลาย พิธีประเพณีบางอย่างเป็นเรื่องเฉพาะที่ ดังนั้น ไม่อาจนำออกมาจัดแสดงเพื่อความรื่นเริงได้ (ชนัญ วงษ์วิภาค และคณะ, 2547, น. 89) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมท้องถิ่นให้สามารถถ่ายทอดคุณค่าและมีความหมายทางสัญลักษณ์ บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่ต่างกันออกไปของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญทางการท่องเที่ยวที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ เรื่องราวประวัติศาสตร์เกิดจากการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมรวมกัน จากชุมชนเล็กๆ ที่ใช้ชีวิตเรียบง่าย แต่ต้องเกี่ยวข้องกับชุมชนที่อยู่ห่างไกล ทั้งความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ การละเล่น คนตรีพื้นบ้าน บทกลอน อาหาร ประเพณี งานฝีมือช่าง งานศิลป์ เป็นต้น ซึ่งได้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมและสืบสานเป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษสู่รุ่นต่อรุ่นวัฒนธรรมได้ทำหน้าที่เป็นรากฐานของความมั่นคงของท้องถิ่น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2555)

ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมองค์ความรู้ และการให้คุณค่า

ของสังคมโดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณี (กระทรวงวัฒนธรรม, ม.ป.ป.) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมมรดกทางประวัติศาสตร์ เชื่อมชมงานสถาปัตยกรรมและสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้นๆ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริการวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, ม.ป.ป.) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็น ศิลปวัตถุหรือโบราณวัตถุ โบราณสถาน วัดวาอาราม ปราสาทราชวัง โบราณคดีต่างๆ สถานที่ซึ่งเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชาวบ้านในชนบท และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ ถือได้ว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ ทำให้ทราบเกี่ยวกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ เช่น โบราณสถานเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ โบราณคดี และวัฒนธรรม ซึ่งหลักฐานทางโบราณคดีเหล่านี้แสดงถึงประวัติศาสตร์ที่เป็นรูปธรรม สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของคนในอดีต รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละยุคสมัย ซึ่งเป็นผลงานของบรรพชนได้อุทิศความคิด เวลา แรงงาน ประดิษฐ์ขึ้นด้วยความอดสาหะ จึงนับได้ว่าเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยมีหลักการจัดการที่สำคัญ เช่น การจัดการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ ด้านภูมิทัศน์ ด้านบริการพื้นฐาน และด้านความปลอดภัย เป็นต้น โดยให้อยู่ในแนวทางการอนุรักษ์ ส่งเสริม พัฒนา ให้ความรู้ และเผยแพร่ ควบคู่ไปกับจิตสำนึกของสาธารณชน เพื่อให้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และปัญหาความเสื่อมโทรม (จุฑามาศ กงสวัสดิ์, 2550, น. 46)

2. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชื่นชม และศึกษาวัฒนธรรมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของมิจิตสำนึกต่อการรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การเที่ยวชมประเพณีในราชสำนัก (ประเพณีหลวง) หรือประเพณีพื้นบ้าน และการท่องเที่ยวชมวิถี

ชีวิตในหมู่บ้าน เช่น หมู่บ้านท่าตุม จังหวัดสุรินทร์ ที่มีการเลี้ยงช้างเป็นเอกลักษณ์ หมู่บ้านทุ่งหลวง จังหวัดสุโขทัย ที่มีการทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพหลัก และหมู่บ้านบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการทำร่มเป็นสินค้าประจำท้องถิ่น (ชนัญ วงษ์วิภาค และคณะ, 2547, น. 126) และมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อันประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่นๆ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม 4 ประการ ได้แก่ 1) คุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น 2) ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาให้คงไว้ถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน 3) นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด และได้รับความรู้ แต่ในขณะเดียวกันต้องเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นและชุมชนท้องถิ่น ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเพียงพอ พร้อมปรับปรุงคุณภาพชีวิตของท้องถิ่นให้ดีขึ้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนากุล, 2548, น.284)

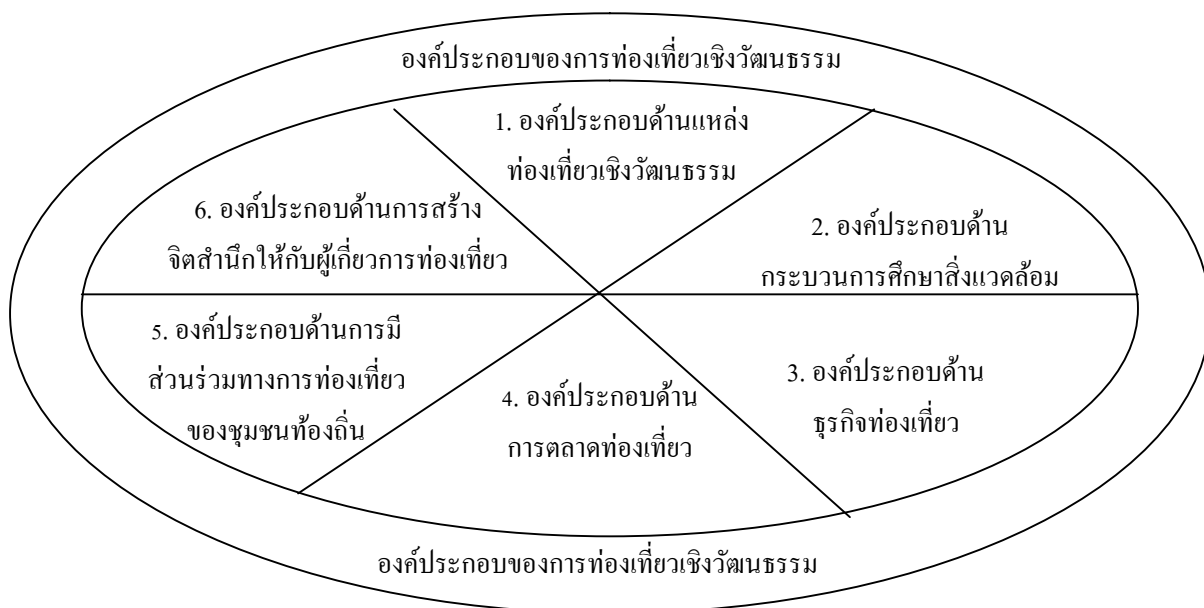
3. หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนำไปสู่หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4 ประการ 1) การท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ นักท่องเที่ยวในการเพิ่มมูลค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะเดียวกันก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น 2) การท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตน และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้า เป็นต้น 3) การท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม 4) การท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมเพื่อนบ้าน หรือชุมชนอื่นรวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเอง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนากุล, 2548, น.286) นอกจากนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความหลากหลายกระจายอยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ อีกทั้งยังมีความเคลื่อนไหวในกรณีของพิธีประเพณีที่กำลังจัดอยู่ สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ การเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้พร้อม เวลาออกไปท่องเที่ยวชมท้องถิ่นของแหล่งวัฒนธรรมจะเข้าใจความเป็นไปของขนบธรรมเนียมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นนั้นยิ่งขึ้น (ชนัญ วงษ์วิภาคและคณะ, 2547, น.90)

4. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

The European Center for Traditional and Regional Culture (ECTARC) หมายถึง องค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง รวมถึงโบราณคดี พิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง ซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณีและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและเทศกาล ความน่าสนใจในเรื่องของเสียงดนตรีทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของดนตรีคลาสสิกดนตรีพื้นบ้านหรือดนตรีร่วมสมัย และด้านศิลปะการแสดง การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ ภาษา วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรมประจำชาติ วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อยซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และเข้าใจ มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้นจึงมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ 6 ด้าน โดยการอิงตามหลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (ดูภาพประกอบ 1) (Richards 1996 อ้างใน วาสิกา แสนคำ, 2545, น. 16 และ นิคม จารุมณี, 2544, น. 250-251)



ภาพประกอบ 1 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 290

จากภาพประกอบ 1 ซึ่งให้ เห็นว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจดังนี้ คือ ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น โบราณคดี พิพิธภัณฑสถานต่างๆ งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น สิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น การแกะสลัก ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ ภาษา วรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียมเทศกาลต่างๆ และลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. กระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไร ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. การตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยว โดยแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยว ได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ ยังมี ส่วนช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนา หรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. การสร้างจิตสำนึกให้กับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมีการให้ความรู้ และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 288-290)

5. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมของชุมชนอื่น ทั้งนี้ จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อาทิ การท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆ และมีความเข้าใจวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรม ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรม(ม.ป.ป.) ได้กำหนดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ดังนี้

1. มรดกโลกหมายถึงสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มนุษยชาติ หรือ ธรรมชาติสร้างขึ้นมาควรแก่การอนุรักษ์ปกป้องให้ตกทอดไปยังชนรุ่นหลังและเป็นสิ่งที่ทุกคนในโลกปัจจุบันนี้เป็นเจ้าของร่วมกัน แบ่งเป็นมรดกแห่งความทรงจำของโลก มรดกโลกทางด้าน วัฒนธรรม และมรดกโลกทางธรรมชาติ

2. อุทยานประวัติศาสตร์หมายถึงบริเวณที่มีหลักฐานสำคัญทางด้าน ประวัติศาสตร์สมัยใดสมัยหนึ่งของประเทศหลักฐานและความสำคัญดังกล่าวอาจเป็นทางด้าน วัฒนธรรม การเมืองและสังคมวิทยา

3. พิพิธภัณฑ์ คือหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เป็นสถาบันที่ถาวรในการ รวบรวม สงวนรักษาศึกษาวิจัย สื่อสารและจัดแสดงนิทรรศการ ให้บริการแก่สังคมเพื่อการพัฒนา มีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า การศึกษาและความเพลิดเพลิน โดยแสดงหลักฐานต่างๆที่เกี่ยวกับ มนุษย์และสภาพแวดล้อมซึ่งสงวนรักษาและจัดแสดงนั้น ไม่ใช่เป็นเพียงวัตถุรวมถึงสิ่งที่มีชีวิต เช่น สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ สวนอุทยานสถานที่สงวนสัตว์น้ำและสถานที่อันจัดเป็นเขตสงวน อื่นๆรวมทั้งโบราณสถานและแหล่งอนุสรณ์สถาน ศูนย์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้าจำลอง

4. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกันข้ามกับ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เมืองขนาดใหญ่ๆสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชม สิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ศาสนสถาน สถานที่ที่รัฐบาลก่อสร้างขึ้น เช่น พระราชวังหรืออาคารเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ

5. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศ (Climate) ทิวทัศน์ที่สวยงาม (Scenery) และสัตว์ป่า(Wildlife) นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเหล่านี้จะต้องได้รับการดูแลและบำรุงรักษาเป็นอย่างดีจากทุกฝ่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ อาจทำลาย ความสวยงามอันทรงคุณค่าเหล่านี้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งเป็น งานสถาปัตยกรรม งานประติมากรรม งานหัตถกรรม งานจิตรกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณี เป็นต้น เนื่องจากงานดังกล่าวเป็น ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและสืบทอดมาจากบรรพชนจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่น หนึ่ง ทำให้มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และคุณค่าทางจิตใจ

จากแนวคิดต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ หลักการ ลักษณะ องค์ประกอบ และประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถเป็นข้อมูล

สนับสนุนเบื้องต้นของงานวิจัยวัดพะโคะที่ใช้เป็นพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีจุดเด่นในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ศาสนา วิธีการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และเข้าใจง่าย

การศึกษาครั้งนี้จะนำแนวคิดต่างๆ มาประยุกต์ใช้กับการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้กับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยววัดพะโคะก่อให้เกิดคุณค่า การเรียนรู้ ประสบการณ์ ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม ที่สำคัญการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความจำเป็นสำหรับการสื่อความหมายซึ่งนำไปสู่การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัด

วัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ มีผู้เห็นความสำคัญของวัดกับการท่องเที่ยว เนื่องจากวัด เป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต อิทธิพลของพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีของชาวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นแหล่งรวมงานศิลปวิทยาการและความรู้มากมายหลายสาขาลดจนเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมที่มีค่า เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และจิตรกรรมฝาผนัง ซึ่งงานศิลปกรรมต่างๆ เหล่านี้นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า และเป็นเสมือนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติไทย ปัจจุบันวัดมีบทบาทเพิ่มมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานที่สำคัญประเภทหนึ่ง ซึ่งมีศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมและความเจริญของชาติ ที่สามารถศึกษาย้อนกลับได้ในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรมรวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชน นอกจากนี้ วัดยังเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม สงบ สันโดษ ตามหลักของพุทธศาสนา (รลิกา อังกูร และคณะ, 2545, น. 147-148) วัดจัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ เพราะมีพุทธศิลป์เป็นแหล่งจูงใจ พุทธศิลป์เป็นทัศนูปกรณ์ในการสอนธรรมะได้อย่างยอดเยี่ยม ฉะนั้นเมื่อศึกษาความหมายของพุทธศิลป์ให้ลึกซึ้งลงไป จะเห็นว่าเป็นเรื่องของธรรมะทั้งสิ้น จึงเห็นว่าการอนุรักษ์ไว้นั้นมีคุณค่าทางการดำรงพระพุทธศาสนาไว้ และเป็นการเผยแผ่พระพุทธศาสนา อีกทั้งยังเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของชาติดีขึ้น (สุภาพร วรพล, 2546) ฉะนั้นวัดจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า เพราะเป็นแหล่งรวมของวัฒนธรรม มีทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม เพียงแต่จะ

ถ่ายถอดออกไปได้อย่างไร ถ้าไปแยกส่วนซึ่งไม่ได้มองอย่างต่อเนื่องเป็นเหตุเป็นผล ทำได้เพียงถ่ายรูปแบบ บางครั้งแสดงกริยาที่ไม่เหมาะสม คนไทยบางกลุ่มมาก็ไม่ได้สร้างเสริมปัญหา ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะวัดไม่ได้แสดงบทบาทอย่างชัดเจนว่าจะพัฒนาสังคม และด้านการนารายได้เข้ามาทำนุบำรุงวัด ทำนุบำรุงท้องถิ่น จังหวัดและประเทศโดยรวม ขณะเดียวกันวัดก็เป็นแหล่งที่สามารถให้ความรู้ความคิดกว้างขวางขึ้น ให้ความสงบ ความร่วมเย็นกับผู้มาเยือน ทำให้พุทธศาสนิกชนเข้าใจพุทธศาสนาได้ดีขึ้น วัฒนธรรมของชุมชนของสังคมไม่ว่าที่ไหนในโลกไม่มีอะไรเป็นหลักเท่ากับศาสนา ศาสนาเป็นรากเหง้าของการตั้งชุมชนและสังคม (กนกวรรณ คุณศรีแก้ว, 2549)

สำหรับการศึกษานวนคดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัด ครั้งนี้จะนำประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้กับวัดพะโคะ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีความสำคัญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นเรื่องราวเล่าต่อกันฟังจากผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งความสำคัญเหล่านั้นจะถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้คนรุ่นหลังสามารถศึกษาได้ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย

การสื่อความหมาย (Interpretation) ตามนิยามในบริบทโลกปัจจุบันที่กำหนดโดยสมาคมการสื่อความหมายแห่งชาติ (National Association for Interpretation) หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่หล่อหลอมความเชื่อมต่อแห่งอารมณ์และสติปัญญาเข้ากับความสนใจของผู้ชมและความหมายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการสื่อความหมายถูกนำมาใช้ในการบอกเล่ากิจกรรมการสื่อสารเพื่อให้คนเข้าใจสิ่งต่างๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ แหล่งโบราณคดี อุทยานประวัติศาสตร์ ศูนย์การเรียนรู้ การทัศนจร และการสื่อความหมายไม่ใช่สิ่งใหม่ แต่กำเนิดมาพร้อมกับมนุษย์ในประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะสังคมบุพกาลที่ไม่มีลายลักษณ์อักษรใช้นั้น นักเล่านิทานประเภทมุขปาฐะ นักแสดงพื้นบ้าน นักเล่าเรื่อง ครู ผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชนพื้นเมืองต่างๆ ล้วนทำหน้าที่ “ตีความ” เพื่อสื่อสารให้คนในสังคมเข้าใจสิ่งต่างๆ มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังเป็นผู้พิทักษ์รักษาและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม (ชนิก เลิศชาญฤทธ์, 2554, น. 103-104) ซึ่งในอดีตสำหรับการสื่อความหมายเป็นองค์ประกอบสำคัญของพิพิธภัณฑ์ แหล่งอาคารประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี ห้องแสดงศิลปะ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ และสวนพฤกษชาติ ในปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมากได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อความหมาย ได้ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน “เป็นกิจกรรมการให้ความรู้ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปิดเผยความหมายและ

ความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นที่มีต่อสภาพแวดล้อม โดยมีสื่อประกอบ เช่น วัตถุของจริง รูปภาพ หรือ การสัมผัสด้วยตนเองโดยให้ผู้มาเยือนได้รับจากประสบการณ์ตรง แทนที่จะอธิบายให้ทราบเฉพาะ แต่ข้อมูลเพียงอย่างเดียว” โดยที่กิจกรรมการศึกษา ดังกล่าวจะไม่เป็นการสั่งสอน แต่เป็นการ กระตุ้นผู้อ่านหรือผู้ฟังให้ขยายความเข้าใจและความรู้ ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงความจริงที่สำคัญ และอยู่เบื้องหลังข้อเท็จจริงที่ปรากฏ (Tilden 1977) ดังนั้น วิธีการสื่อสาร ที่เน้นการถ่ายทอด ความคิดมากกว่าการใช้ข้อมูลทั่วไป แต่ก็ต้องอาศัยข้อมูลเป็นพื้นฐานในการอธิบายเนื้อหาสาระให้ เข้าใจ โดยอาศัยข้อมูลเป็นพื้นฐานในการอธิบายเนื้อหาสาระให้เข้าใจอย่างชัดเจน ฉะนั้นสิ่งที่ต้อง อธิบาย คือ เนื้อหาสาระ และความหมาย แต่มีใช้ข้อมูลธรรมดา (Beck and Cable 1998) ได้กล่าวว่า การสื่อความหมายเป็น กิจกรรมการเรียนรู้ที่จะเปิดเผยความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมโดยผ่าน สื่อหลากหลาย การสื่อความหมายเสริมสร้างความเข้าใจ ความประทับใจ และช่วยปกป้องแหล่ง ประวัติศาสตร์ การสื่อความหมายเป็นกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสาร และสร้างแรงบันดาลใจ (Ham 1992, p. 156) ได้ให้คำนิยามว่า การสื่อความหมายเป็นกระบวนการที่ให้ความเข้าใจ ความ เพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ หรือ บางสิ่งที่น่าสนใจในพื้นที่นั้น โดยอธิบายให้ทราบ ถึงลักษณะของทรัพยากรและความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน (Edwards 1991) เสนอองค์ประกอบที่สำคัญ ของการสื่อความหมาย คือ การให้ข้อมูล บริการนำเที่ยว ให้การศึกษา ให้ความเพลิดเพลิน การชวน เชื้อ และการบันเทิงใจ ส่วน (Sharpe 1994) มีความคิดเห็นว่าสื่อความหมาย คือ การบริการผู้มา เยือนแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ และเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ท้องถิ่นที่ไปเยือน การสื่อความหมายเป็นการโยนโยนการสื่อสารระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากร เหล่านั้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้มาเยือนพัฒนาความรู้และสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสภาพแวดล้อม เกิดความ เข้าใจและซาบซึ้งในพื้นที่ที่มาเยือน รวมทั้งช่วยให้การเยือนในครั้งนั้นได้รับประสบการณ์และ ความรื่นรมย์ อันจะส่งผลให้สามารถลดผลกระทบจากมนุษย์ต่อทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมให้น้อยลง จะเห็นได้ว่า การให้ความหมายเป็นขั้นตอนที่สำคัญสำหรับการสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารนั้นเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านระบบสัญญาณ (sign) หรือเรียกว่า รหัสใน กระบวนการสื่อสารจึงมีการเข้ารหัสหรือถอดรหัสตลอดเวลา รหัสหรือระบบสัญญาณที่ใช้กัน แพร่หลายคือตัวหนังสือ ตัวเลขหรือคำในภาษาต่างๆ เช่น คำในภาษาไทยก็เป็นรหัสชุดหนึ่ง รวมถึง ภาษาเขียน ท่าทาง ภาษาภาพ และทุกสิ่งทุกอย่างที่ให้ความหมาย เพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสารถึงความคิด และความรู้อีกอย่างมีความหมายกับผู้อื่น การสื่อความหมาย จึงเป็นกระบวนการคิด การวิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาความรู้ในด้านต่าง ๆ แล้วสังเคราะห์ออกมาเผยแพร่เรื่องราวอย่างเป็นระบบระเบียบ รวมไปถึงกระบวนการคิดวิธีการในการนำเสนอ การสร้างองค์ประกอบต่างๆ ตลอดจนวิธีการ

สื่อสารเนื้อหาอื่นๆ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการสื่อความหมายเป็นวิธีการให้ข้อมูลเพื่ออธิบายถึงความสำคัญของสถานที่นั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องคุณค่าและการอนุรักษ์รวมถึงการนำเสนอข้อมูลทางประวัติศาสตร์ให้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมการให้ข้อมูลเป็นการเล่าเรื่องที่มีเค้าโครงเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ของสถานที่และแสดงให้เห็นคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ซึ่งจะนำมาสู่ความใส่ใจในการอนุรักษ์มรดกที่สำคัญชิ้นนี้ต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน (ดวงกมล ชาติประเสริฐ อ้างถึงใน ปรียารรณ ชะเอมวัน, 2553, น. 27)

นอกจากนี้ขั้นตอนการสื่อความหมายของแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขั้นตอนแรกศึกษาอดีต ตลอดจนประสบการณ์ของคนในท้องถิ่นถึงวิธีการดำเนินชีวิตที่สืบทอดต่อกันมา โดยมีจุดประสงค์ในการเล่าถึงอดีตที่เป็นรูปธรรมซึ่งเปรียบเสมือนอดีตเป็นบันทึกความทรงจำและขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในท้องถิ่นจนถึงปัจจุบัน และสิ่งรอบๆ ตัวในท้องถิ่นมีความหลากหลายทางความคิด และสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น กล่าวคือ การค้นคว้าข้อมูลทางประวัติศาสตร์เป็นการสร้างและวิเคราะห์องค์ความรู้ทั้งทางพฤติกรรม ความคิด และวัตถุประสงค์ของ ที่ปรากฏหลงเหลืออยู่ ขั้นตอนต่อมาเป็นการอธิบายอดีต ทำความเข้าใจและตีความหมายของหลักฐานที่พบจากอดีต เช่น วัตถุโบราณ โบราณสถาน สถานที่สำคัญ และเรียนรู้ที่จะอธิบายถึงสิ่งที่ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับกระบวนการคิด ประสบการณ์ ด้วยเหตุผลและประสบการณ์ ซึ่งจะมีการบันทึกข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นซึ่งกันและกันต่อสาธารณชนในรูปแบบต่างๆ เช่น หนังสือ คู่มือ พิพิธภัณฑ และ การสื่อความหมาย ในการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ เพื่อต้องการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้มีความถูกต้องแม่นยำและเป็นการเผยแพร่ความรู้อย่างกว้างขวาง ขั้นตอนที่สามเป็นศูนย์รวบรวมความรู้เกี่ยวกับอดีต คือ เมื่อมีการค้นคว้าข้อมูลของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น โบราณวัตถุและโบราณสถานที่หลงเหลืออยู่จึงจำเป็นต้องรักษาสิ่งเหล่านี้ให้ยังคงอยู่ เป็นเสมือนการรวบรวมเรื่องราวในอดีตไว้ในวัตถุเหล่านี้ และต้องคำนึงถึงคุณค่าของวัตถุเหล่านั้นๆ และดูแลรักษาให้สอดคล้องกับแต่ละท้องถิ่นที่จะนำเสนอในรูปแบบของการสื่อความหมาย และขั้นตอนสุดท้ายในการค้นคว้าข้อมูลเป็นการวางแผนอดีตเพื่ออนาคต ต้องแยกหมวดหมู่ให้เข้าใจง่ายขึ้น สามารถเรียบเรียงเป็นแนวคิดและรูปแบบการศึกษาอดีตได้ตามความสนใจของแต่ละคน การสนับสนุนคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการกระตุ้นความสนใจไปสู่กลุ่มคนภายในและภายนอกสังคมให้รับรู้ความโดดเด่นของแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันต้องสร้างค่านิยมใหม่ๆ ในการศึกษาไปสู่ระดับสังคมนานาชาติ โดยมีการจัดระบบข้อมูลให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการค้นคว้าข้อมูลจึงเป็นหัวใจที่จะช่วย

ให้เข้าใจถึงเบื้องหลังของแหล่งท่องเที่ยวที่แท้จริง โดยการพยายามเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบัน และสร้างแนวโน้มนำที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคตด้วย (สุวนัน ขวัญทอง, 2543, น. 13-14)

1. หลักการในการสื่อความหมาย

การสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชมหรือนักท่องเที่ยว อาจแตกต่างกันรายละเอียดและเป้าหมายหลัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ การสื่อความหมายควรมุ่งเน้นที่ความสำคัญ และเรื่องราวที่โดดเด่นหรือมีลักษณะเฉพาะของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว แนวทางการสื่อความหมายไม่ควรเป็นการอธิบาย ต้องสรุปเรื่องราวในลักษณะภาพรวมกระชับที่จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเข้าถึงใจความได้ง่าย ควรให้ประสบการณ์และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ใช้สื่อให้กับนักท่องเที่ยวต้องมีความถูกต้องไม่บิดเบือน และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตระหนักในคุณค่าและอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว

2. กระบวนการสื่อความหมาย

การสื่อความหมายเป็นกระบวนการในการสื่อความหมายที่มีหลักการชัดเจน มีหลายขั้นตอน ตามนักวิชาการและองค์กรต่างๆ เสนอไว้ (Alderson and Low, 1985)

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ให้สอดคล้องกับลักษณะและประเภทของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยให้สาธารณชนเข้าใจและซาบซึ้งในทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงเพื่อสร้างความสำนึกสาธารณะในการร่วมมือกันอนุรักษ์ เพื่อสื่อความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีการบันทึกและศึกษาคุณค่าความสำคัญ สภาพวัฒนธรรม บริบทสังคม และลักษณะทางกายภาพ รวมถึงการปลูกจิตสำนึก กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเคารพความเป็นของแท้ดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน โดยช่วยกันปกป้องรักษาคุณค่า ลักษณะทางกายภาพที่สำคัญไม่ให้ถูกทำลายหรือได้รับผลกระทบ การส่งเสริมให้ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงนักท่องเที่ยว เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแนวทางและวิธีการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนำแนวทางดังกล่าวไปใช้จริงเพื่อพัฒนาให้เป็นมาตรฐานทางเทคนิคและอาชีพสำหรับการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงในด้านเทคโนโลยี การวิจัย และการฝึกอบรม มาตรฐานดังกล่าวจะต้องมีความเหมาะสมและยั่งยืนในบริบททางสังคม

2. การจัดทำแผนการสื่อความหมาย ในทางปฏิบัติ ไม่สามารถสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวทั้งหมดเกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ ด้วยข้อจำกัดเรื่อง

เวลาในการเยี่ยมชม และนักท่องเที่ยวแต่ละคนก็มีความสนใจต่างกัน ดังนั้น ในการจัดทำแผนการสื่อความหมาย จึงจำเป็นต้องตัดสินใจที่จะนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้มีสาระและได้รับความรู้และประสบการณ์ให้มากที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ของแหล่งท่องเที่ยว การสื่อความหมายบางอย่างอาจเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อมีความรู้ใหม่ หรือมีหลักฐานใหม่ ซึ่งควรบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาในการจัดทำแผนการสื่อความหมาย เช่น นักท่องเที่ยวมีหลายประเภท หลายกลุ่ม หลายอาชีพ และแตกต่างกันทั้งเพศ วัย พื้นฐานทางการศึกษา และวัฒนธรรม ดังนั้น ควรคำนึงถึงประเด็นเหล่านี้ ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลใดของปี การเดินทางมาเป็นกลุ่ม มากับครอบครัว โครงการแลกเปลี่ยน หรือตามที่หน่วยงานจัดมา นักท่องเที่ยวอาจมีข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้การวางแผนการสื่อความหมายเป็นไปด้วยดียิ่งขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังและการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป อาจจะมีเหตุผลและแรงจูงใจที่ต่างกันในการเข้าเยี่ยมชม เช่น บางคนต้องการค้นหาความประทับใจของแหล่งท่องเที่ยว บางคนต้องการมาศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือบางคนต้องการมาค้นหาความจริงของอดีต เป็นต้น

3. การนำเสนอการสื่อความหมาย สามารถยืดหยุ่นในเรื่องเวลาได้ตามความเหมาะสมกับขนาดและจำนวนนักท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวมีจำนวนไม่มากผู้ที่ทำหน้าที่สื่อความหมายก็สามารถใช้เวลาเข้าชมและให้รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้นาน แต่หากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก จำเป็นต้องลดทอนเวลา เพื่อที่จะนำเสนอเฉพาะเนื้อหาหลัก ซึ่งข้อมูลบางอย่างสามารถกล่าวถึงอย่างย่อๆ ได้ โดยใช้ทักษะภาษาและคำที่สั้นแต่ได้ใจความ ครอบคลุมการนำเสนอการสื่อความหมายไม่มีรูปแบบที่ตายตัว แต่ในการสื่อความหมายควรมีขั้นตอน (Procedures) เพื่อให้การชมราบรื่น บรรลุเป้าหมาย แนวทางและขั้นตอนของการสื่อความหมายอาจมีหลายลักษณะ เช่น การนำชมแบบครบวงจร การนำเสนอให้นักท่องเที่ยวเลือกตามจุดต่าง (Wander-at-will Tour) โดยไม่ต้องมีมัคคุเทศก์นำชม (ธนิศ เลิศชาญฤทธ์, 2554, น. 108-120)

ขณะเดียวกันกระบวนการสื่อความหมายสามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลการสื่อความหมาย จำเป็นต้องเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องโบราณวัตถุ โบราณสถานที่จะสื่อความหมายทุกๆ ด้านที่เกี่ยวข้อง เช่น คุณค่าทางวัฒนธรรม คุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ รวมทั้งทำความเข้าใจในปัญหาข้อจำกัดต่างๆ ที่มีอยู่ โดยเฉพาะข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และความปลอดภัย ของโบราณสถาน และโบราณวัตถุที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ต้องเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมทุกๆ ครั้ง จะทำให้เราสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ที่แหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ ต้องการดึงให้เข้ามาชม รวมทั้งได้กำหนดศักยภาพ

ของพื้นที่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทต่างๆที่จะเข้ามาในพื้นที่โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่ให้คุณค่าควบคู่กับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันต้องการข้อมูลและการนำเสนอหรือการสื่อความหมายที่แตกต่างกันเช่นเด็กนักเรียนมีความสนใจในเรื่องกิจกรรม มีเนื้อหาที่ไม่เป็นสาระแทรกบางช่วงของการสื่อความหมาย ซึ่งมีพฤติกรรมในการเข้าชมที่แตกต่างจากผู้ใหญ่หรือนักวิชาการที่ต้องการข้อมูลหรือเนื้อหาเพื่อเก็บเกี่ยวความรู้และประสบการณ์

2. การวางแผนการนำเสนอข้อมูลขั้นตอนนี้คือการวางแผนความคิดในการนำเสนอข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้การนำเสนอข้อมูลอาจเป็นไปได้ในหลายลักษณะ ซึ่งขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ชมที่มีความต้องการหรือความสนใจแตกต่างกันแต่สิ่งจำเป็นของการสื่อความหมายที่ต้องคำนึงถึงคือความสำคัญและคุณค่าของโบราณสถาน และ โบราณวัตถุ โดยเป็นวิธีที่ไม่มีผลกระทบและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อโบราณวัตถุ และ โบราณสถานในแหล่งท่องเที่ยวใดๆ แม้การกระทำนั้นจะเป็นการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว การสื่อความหมายที่ดีขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ ต้องตัดสินใจว่าสิ่งที่จะนำเสนอคือสิ่งที่ดีที่สุดที่จะนำไปสู่นักท่องเที่ยว หรือกลุ่มเป้าหมาย และสาระต่างๆ ที่ต้องการสื่อไปถึงนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการสนใจ ดึงดูดผู้เข้าชม การให้ข้อมูลเกี่ยวกับ โบราณวัตถุ และ โบราณวัตถุ เป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์คุณค่าและความสำคัญของวัตถุที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

3. การดำเนินการนำเสนอข้อมูล โดยการสร้างธรมีความหลากหลายที่จะสามารถสื่อความหมาย ซึ่งการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เช่น การนำชมของมัคคุเทศก์หรือ การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล การใช้สื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบต่างๆ การนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สถานที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โบราณวัตถุ โบราณสถาน ความเป็นมาของประวัติศาสตร์ และในขั้นตอนนี้จะนำแนวคิดที่ได้ตั้งไว้แล้วมาดำเนินการให้เป็นรูปธรรมเช่นสื่อเทคโนโลยีป้ายคำบรรยายสิ่งพิมพ์ต่างๆ สำหรับการให้ข้อมูลในการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล มีการจัดอบรมวิชาการหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว วิธีการสื่อความหมาย ต้องชัดเจนเกี่ยวกับการให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวเพื่อไม่ก่อให้เกิดความเสียหายให้กับภาพลักษณ์และบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว

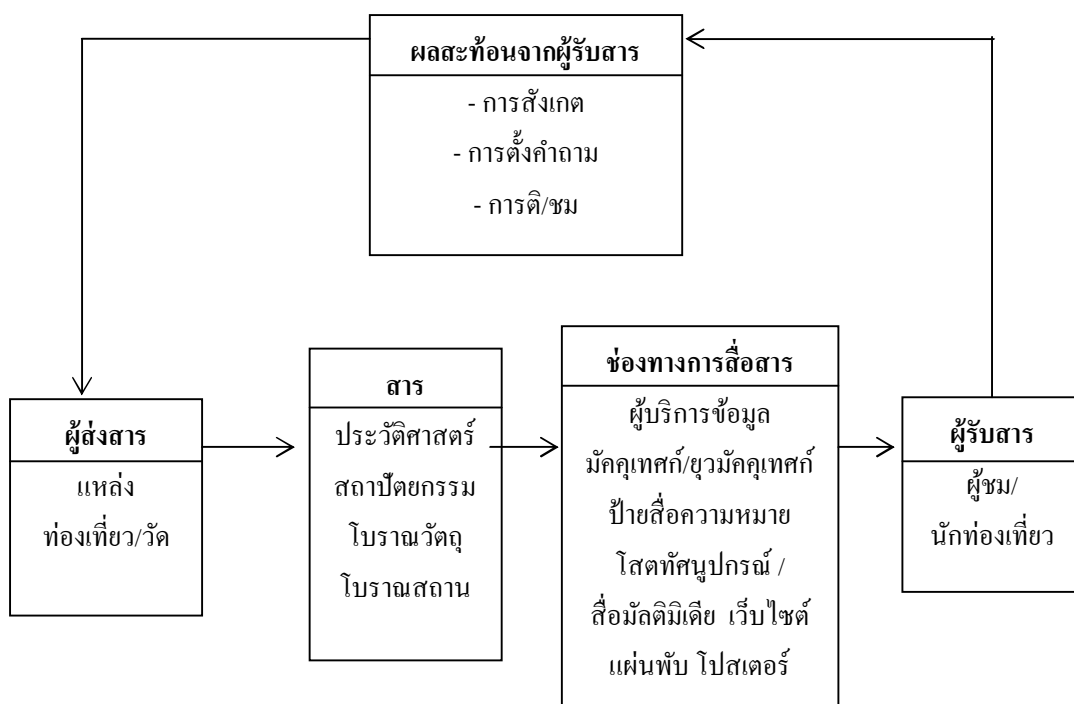
4. การประเมินผลเป็นการตรวจสอบมาตรฐานของการให้ข้อมูล และการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมใจแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งผลจากการประเมินสามารถนำมาใช้ปรับปรุงการให้ข้อมูลของการสื่อความหมาย และการจัดการแหล่งเรียนรู้ เพื่อเป็นการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อป้องกัน

ไม่ให้เกิดความเสียหายกับแหล่งท่องเที่ยว หรือเกิดอันตรายทางกายภาพต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวควรได้รับทราบถึงข้อปฏิบัติหรือข้อห้ามในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่ควรอนุรักษ์และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการอนุญาตให้เข้าชมแหล่งท่องเที่ยวด้วยเวลาที่เหมาะสม ด้วยเหตุด้านความปลอดภัย หรือสถานที่คับแคบ สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญที่จะสามารถช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาลดลง และช่วยเพิ่มรายได้ให้กับแหล่งท่องเที่ยว (ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิติ, 2552, น. 107-109)

ดังนั้น การสื่อความหมายที่ดีจะต้องคำนึงถึง การมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานโบราณวัตถุ รวมถึงประวัติศาสตร์ โดยไม่ขัดแย้งกับลักษณะของวัตถุที่มีอยู่จริง และจะต้องไม่ทำให้คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลดน้อยลง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการสื่อความหมายคือการส่งเสริมคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเด่นชัดเทคนิควิธีในการสื่อความหมายต้องไม่เบี่ยงเบนความสนใจของผู้ชมออกจากคุณค่าของวัตถุที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวจึงควรกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความอยากรู้และมีส่วนร่วมในเรื่องราวต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าการให้ข้อมูลแต่เพียงอย่างเดียวและก่อนที่จะมีการวางแผนการสื่อความหมายจำเป็นต้องทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้มีความสำคัญกับนักท่องเที่ยวหรือผู้ชม ที่จะได้รับความสนุกสนานและความประทับใจจากประสบการณ์ที่น่าจดจำดังนั้นเรื่องราวที่จะนำมาเล่าหรือเนื้อหาที่แสดงในตัวสื่อ ควรจะเป็นเรื่องที่ทำให้เห็นคุณค่าของวัตถุที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือผู้ชมที่ต้องการความรู้มากกว่านักท่องเที่ยวหรือผู้ชมประเภทอื่นจำเป็นที่จะต้องมีการส่งเสริมและสิ่งสนับสนุนบางอย่างเพิ่มขึ้นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาในการวางแผนการให้ข้อมูลการอนุรักษ์การสื่อสาร การสื่อความหมาย

การสื่อความหมายเป็นกระบวนการหนึ่งในการทำบางสิ่งบางอย่างสามารถเป็นที่เข้าใจได้ หรือการให้ความเป็นพิเศษแก่สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งการแปลความเพื่อสื่อความหมายโดยทั่วไปแล้วอาจหมายถึงการอธิบายการแปล(จากภาษาหนึ่งไปสู่อีกภาษาหนึ่ง) และการแสดงหรือการนำเสนอ ซึ่งความหมายที่ใกล้เคียงที่สุดของการสื่อความหมาย การอธิบายเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือการแปลความหมายจากวัตถุที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยว และองค์ความรู้ต่างๆ ไปสู่ “ภาษา” ที่ผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้ อาจเป็นเพราะคนทั่วไปส่วนใหญ่ยากที่จะทำความเข้าใจความสำคัญของวัตถุต่างๆที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยว หรือ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา

ว่ามีความเกี่ยวข้องอย่างไรกับชีวิตประจำวันของคนในชุมชนหรือท้องถิ่น (เชิดชาติ หิรัญโร, 2546, น. 29) กระบวนการสื่อความหมายสามารถแสดงออกได้(ดูภาพประกอบ 2)



ภาพประกอบ 2 กระบวนการสื่อความหมาย

ที่มา : ดัดแปลงจากแนวคิด Gary Edson และ David dean , 1994

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการสื่อความหมาย เป็นกระบวนการสื่อสารจากผู้สาร ซึ่งหมายถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จากผู้ส่งสารเข้าสู่กระบวนการของสาร ประกอบไปด้วย ทรัพยากรที่อยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ เรื่องราวประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม โบราณวัตถุ โบราณสถาน และอื่นๆ ที่มีคุณค่าภายในแหล่งท่องเที่ยว จะเชื่อมโยงไปในส่วนช่องทางการสื่อสาร หรือ ประเภทของการสื่อความหมาย ได้แก่ การสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล เช่น ผู้ให้บริการข้อมูล มัลติมีเดีย นำเที่ยว ยูมัลติมีเดีย และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล คือ ป้ายสื่อความหมายต่างๆ ป้ายบอกทิศทาง แผ่นพับ สื่อมัลติมีเดีย เว็บไซต์ โปสเตอร์ คู่มือแนะนำเที่ยว เป็นต้น เพื่อจะสื่อไปยังผู้รับสาร คือ ผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมภายในแหล่งท่องเที่ยวและได้รับความรู้ และเกิดประโยชน์ต่อผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสังเกต การตั้งคำถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจ หรือ การติชม ในด้านอื่นๆ อาจมีผล

สะท้อนกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ รวมถึงความคิดเห็นอื่นๆ เพิ่มเติมจากผู้เข้าชมหรือนักท่องเที่ยว

การสื่อความหมายในประเภทของป้ายคำบรรยายและสัญลักษณ์โดยได้แบ่งเป็นป้ายคำบรรยายและสัญลักษณ์ออกเป็น 3 ชนิดตามการใช้งานคือ ป้ายบอกทิศทางและสถานที่ป้ายทั่วไป และป้ายคำบรรยาย ได้แก่

1. ป้ายบอกทิศทางและสถานที่ (Orientation signs) เป็นป้ายที่ให้ความรู้ในเรื่องของทิศทาง และสถานที่ต่างๆ เช่น ป้ายที่ลิฟต์โดยสาร ป้ายทางเดิน ป้ายห้องน้ำ ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายสำนักงาน

2. ป้ายทั่วไป (Directional sign) ป้ายบอกลักษณะสำคัญของสถานที่ แหล่งหรือจุดท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่น อาจจะเป็นชื่อของจุดนั้นๆ หรือ วัตถุนี้คืออะไรหรือเป็นป้ายเครื่องหมายบอกทาง(Directional arrow) โดยทั่วไปป้ายเหล่านี้มักติดตั้งไว้บริเวณช่องทางต่างทางเดิน หรือเป็นป้าย Accessibility สำหรับคนพิการ

3. ป้ายคำบรรยาย (Gallery signs and labels) ป้ายที่มีลักษณะบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับโบราณสถาน และ โบราณวัตถุ ที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรืออธิบายภาพของสถาปัตยกรรมที่ต้องการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว (American association of museum :1995 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทร์พรรค, 2552, น.28)

ป้ายคำบรรยายบอกเรื่องราวเกี่ยวกับเนื้อหาของการจัดแสดงหรือหลักฐานที่ปรากฏอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งที่ท้าทายคือการจัดทำคำบรรยาย ที่นักท่องเที่ยวอ่านและทำความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว โดยทั่วไปคำบรรยายที่ปรากฏอยู่นั้นทำหน้าที่ 2 ด้าน คือ ด้านการเป็นผู้สื่อสาร ซึ่งสารที่จะสื่อต้องประกอบด้วยเนื้อหาที่เหมาะสมและเข้าใจได้ง่าย และด้านที่เป็นการอธิบายวัตถุปรากฏอยู่ซึ่งต้องผ่านการออกแบบอย่างเหมาะสมและผู้ชมสามารถอ่านได้หรืออ่านออก (legibility) เพื่อให้การติดต่อสื่อสารสัมฤทธิ์ผล นักวิชาการหรือผู้เกี่ยวข้อง(exhibit planner)ต้องทราบว่าจะติดต่อกับใคร ซึ่งสนใจอะไร และมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆอย่างไร ซึ่งวัตถุแสดง(exhibit)ต้องพูดภาษาเดียวกับผู้ชมหรือนักท่องเที่ยว(McLean, 1993,p. 103)

3. วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

การจัดสถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องดูแล และบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรม ได้ใช้การสื่อความหมายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพื่อบรรลุ

วัตถุประสงค์คือ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และประสบการณ์ประทับใจในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงได้รับความรู้ ตระหนักถึงความสำคัญและเข้าใจคุณค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่นั้น ซึ่งช่วยบรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดการพื้นที่ในลักษณะต่างๆ การสื่อความหมายสามารถเป็นเครื่องมือส่งเสริม แนะนำนักท่องเที่ยวให้รู้จักใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่เปราะบาง ลดความแออัดของจำนวนผู้มาเยือนที่เกินขีดความสามารถในการรองรับ และช่วยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในพื้นที่ การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ สามารถช่วยลดจำนวนการทำลายทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมทั้งพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานหรือองค์กร และสุดท้ายช่วยให้สาธารณชนมีความเข้าใจและให้ความร่วมมือสนับสนุนบทบาทขององค์กร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบายที่กำหนดไว้โดยอำนวยความสะดวกให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและชุมชนท้องถิ่นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและการดำเนินการอย่างเหมาะสม

จากวัตถุประสงค์การสื่อความหมายในมุมมองของนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวได้ให้ความสำคัญของการสื่อความหมายในการเสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวนิยมใช้การสื่อความหมายเป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่า หรือให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจ และความสนุกสนาน เพลิดเพลินต่อนักท่องเที่ยว(Hall and McArthur, 1996)

4. บทบาทของการสื่อความหมาย

การสื่อความหมายในบริบทของการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญ 3 ประการ เพื่อให้ความรู้ ความเพลิดเพลิน การอนุรักษ์ และพัฒนาอย่างยั่งยืน มีรายละเอียดดังนี้ 1) การให้ความรู้สำหรับการสื่อความหมายช่วยให้ผู้มาชม ได้รับความรู้ และความเข้าใจในคุณค่า และความสำคัญของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ซึ่งอยู่ในรูปธรรมหรือนามธรรม เช่น วัฒนธรรม หลวง วัฒนธรรมท้องถิ่นที่สืบทอดมาเป็นเวลานาน ศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วยจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม วรรณกรรม ดนตรีและนาฏศิลป์ รวมทั้งวิถีชีวิต ประเพณีของชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจ และประทับใจในคุณค่าของทรัพยากร การสื่อความหมายช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกคล้อยตามตามที่คุณนำเสนอ 2) การให้ความเพลิดเพลิน การสื่อความหมายมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง และยังช่วยเพิ่ม โอกาสให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมชมอีก คน

ส่วนมากเดินทางไปที่ห้องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก และรองลงมาเป็นเรื่องการเรียนรู้ ดังนั้นกิจกรรมการสื่อความหมายต้องสนุกสนาน และสามารถสร้างความบันเทิงใจมากกว่า ให้สาระความรู้เพียงอย่างเดียว การพักผ่อนหย่อนใจจะมีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ (Schouten 1995 อ้างถึงใน Timothy and Boyd, 2003) ได้แนะนำว่า การสื่อความหมายช่วยให้ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษเฉพาะ ประกอบด้วย มีความโดดเด่น แปลกใหม่ สาระความรู้ คุณภาพ เข้าใจในเรื่องราว และสร้างความรู้สึกรื่นเริง นอกจากนี้อารมณ์ขันเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์พิเศษเฉพาะ การนำเสนอไม่ควรแค่บรรยายเหตุการณ์ หรือบุคคลในประวัติศาสตร์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกรื่นเริงอยู่ในเหตุการณ์จริง การสื่อความหมายจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรูสึกซาบซึ้ง หรือสนุกสนานเพลิดเพลินในเหตุการณ์ที่กำลังนำเสนอ ซึ่งเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่น่าสนใจ และชวนติดตามเรื่องราวอยู่เสมอ 3) การอนุรักษ์ และพัฒนาอย่างยั่งยืน การสื่อความหมายมีส่วนสำคัญในการปลูกจิตสำนึก ให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สนับสนุนการเรียนรู้ และสร้างความประทับใจซึ่งส่งผลให้มีทัศนคติในทางบวกต่อการให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์

5. ลักษณะการสื่อความหมาย

การสื่อความหมายที่มีวัตถุประสงค์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและประทับใจ ในเรื่องราวที่นำเสนอและวิธีนำเสนอจำเป็นต้องน่าสนใจ ตื่นตาตื่นใจชวนติดตาม สามารถกระตุ้นความคิด จุดประกายความอยากรู้ต่อการค้นพบความคิดหรือประเด็นใหม่ และได้รับประสบการณ์ โดยมีคุณลักษณะการสื่อความหมายที่สำคัญคือ สนุกสนาน เชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยว เรียบเรียงอย่างดี และมีใจความสำคัญ ซึ่งการสื่อความหมายจะประสบความสำเร็จได้ เมื่อการนำเสนอมีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน หรือ ประสบการณ์ของผู้ฟัง แต่ไม่ใช่เป็นเพียงการให้ข้อมูล ซึ่งการสื่อความหมายจะต้องมีข้อมูลเป็นพื้นฐาน ที่เป็นการรวมศิลปะหลายอย่างเข้าด้วยกัน แม้ว่าสิ่งที่สื่อออกไปจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรม อย่างไรก็ตามศิลปะทุกแขนงสามารถเรียนรู้ได้ และมีใช้การสอน แต่เป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ โดยมุ่งไปที่การเสนอภาพรวมมากกว่าส่วนใดส่วนหนึ่ง ฉะนั้นเรื่องที่จะนำเสนอจะต้องเชื่อมโยงกันทั้งหมด นอกจากนั้นการจัดการสื่อความหมายสำหรับเด็ก ไม่ควรมีเนื้อหาสาระน้อยกว่าผู้ใหญ่ แต่ให้ปรับวิธีการนำเสนอจะต้องแตกต่างกันออกไป ควรจัดโปรแกรมแยกกัน และการสื่อความหมายที่มี

คุณภาพจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้ ต้องผลิตเพลิน การสื่อความหมายที่ดีจะต้องสนุก เพลินเพลิน ไม่เกิดความเบื่อหน่าย เช่น การบรรยายที่รื่นหู สนุกสนาน หรือรูปแบบนิทรรศการที่จัด องค์ประกอบสวยงาม เนื้อหาน่าสนใจ บางชนิดมี 3 มิติ บางชนิดเป็นเกมส์ทดสอบความรู้ เป็นการ เชื่อมโยงกับผู้รับสื่อ การสื่อความหมายจะต้องเป็นข้อมูลที่มีความหมาย คือ สารที่สามารถ เชื่อมโยงกับสิ่งที่อยู่ในสมองเรียบร้อยแล้ว เข้าใจเรื่องที่มีพื้นฐานอยู่บ้าง ฉะนั้นจึงต้องพยายาม อธิบายถึงเรื่องให้ผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงได้ สิ่งที่บรรยายแล้วเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ฟัง ได้แก่ เรื่องตัวเอง ครอบครัว สุขภาพ ความมั่งคั่ง ความยากจน คุณภาพชีวิต หลักการ และความเชื่อ ที่สำคัญต้องเรียบเรียงอย่างดี การสื่อความหมายที่ดีจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ทันที ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับ การได้เรียบเรียงเนื้อเรื่องได้ดีเพียงใด ซึ่งจะต้องเข้าใจง่าย โดยปกติจะเริ่มด้วย หัวข้อ เรื่อง หัวข้อรองเพื่อขยายความ ข้อมูลควรมีความต่อเนื่องสอดคล้องกัน ใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำได้ยาวนานในเรื่องราวที่น่าเสนอ เช่น ในการสื่อความหมายทาง ประวัติศาสตร์ ควรบอกเรื่องราวความเป็นมา เพื่อสร้างความเข้าใจในภาพรวม และต้องมีใจความ สำคัญ เมื่อบรรยายจบลงแล้วจะต้องสรุปได้ใจความ (Theme) ได้เพียง 1 ประโยค ปกติใจความแต่ละ หัวข้อจะมีคำอธิบายและขยายความ ซึ่งใจความสำคัญไม่เกิน 5 หัวข้อ เพราะถ้ามากกว่านี้จะจำได้ ยาก (สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2554, น. 17-20)

ดังนั้นประโยชน์ของการสื่อความหมายที่มีต่อผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวหรือ ผู้รับสารและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ การเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับคนที่ได้สัมผัส เกิดความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เข้าใจถึงภาพรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยว เข้าใจถึง จุดมุ่งหมายในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ช่วยลดการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว ช่วยปกป้องสภาพแวดล้อมของพื้นที่ ช่วยปลูกฝังความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของพื้นที่ มีส่วนร่วมในกระบวนการรักษาแหล่งทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยว (ดรชนิ เอ็มพันธุ์, 2545; นภาพรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ, 2541, น. 88) ทั้งนี้ ประโยชน์ของการสื่อความหมายเป็นการให้ข้อมูลและการสื่อความหมายในโบราณสถานและ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ห้าประการ ดังนี้ ประการแรก เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชน การให้ข้อมูลในลักษณะต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ และการโฆษณา สามารถนำมาใช้เป็นส่วน หนึ่งในการสร้างจิตสำนึกแก่ประชาชน ให้เกิดความเข้าใจในคุณค่าของโบราณสถาน และเกิดความ ห่วงเห่นและความต้องการอนุรักษ์สถานที่นั้นๆ นอกจากนี้ ยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก แม้ว่ายังไม่เคยมาแหล่งท่องเที่ยวนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นอีกแนวทาง

หนึ่งที่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ประการที่สอง สร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับโบราณสถานหรือแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับการนำเสนอข้อมูล เพราะนักท่องเที่ยวหวังจะได้ทั้งความรู้ ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน และประสบการณ์ไปพร้อมๆ กัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเที่ยวโบราณสถานและมีความรู้ความเข้าใจ ให้ทราบถึงเรื่องราวของบุคคลในอดีตที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับมีความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในการเข้าชม ประสบการณ์ในการเยี่ยมชมของแหล่งท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น ความต้องการของแต่ละบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมโบราณสถานมักจะแตกต่างกัน บางคนอาจมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และไม่ต้องขอข้อมูลมากนัก การให้ข้อมูลที่มากเกินไปอาจเป็นเรื่องที่น่ารำคาญ และเบื่อได้ บางคนอาจจะไม่มีความรู้มาก แต่มีความต้องการที่จะเรียนรู้ หรือบางคนอาจไม่ต้องการเรียนรู้ ดังนั้นการให้ข้อมูลหรือการสื่อความหมาย ควรคำนึงถึงนักท่องเที่ยวหรือผู้ชมด้วย แต่ต้องคำนึงถึงด้วยว่าหากมีความสนุกสนานมากเกินไปอาจเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ชมออกจากคุณค่าของสถานที่ที่ต้องการจะอนุรักษ์ได้ ประการที่สาม เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับโบราณสถาน อาจเกิดจากความต้องการที่จะสร้างเอกลักษณ์ หรือความหมายให้กับโบราณสถานนั้นๆ เอกลักษณ์นี้จะนำมาส่งเสริมความเชื่อในกลุ่มคนบางกลุ่ม ที่แสดงให้เห็นถึงความเคารพและศรัทธา ประการที่สี่ การนำเสนอข้อมูลเป็นการให้ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับสถานที่ เช่น ข้อมูลประวัติศาสตร์ ซึ่งอาจเป็นข้อมูลกว้างๆ หรือเฉพาะเจาะจง อาทิเช่น รูปแบบสถาปัตยกรรม เทคนิคการก่อสร้าง ภูมิสถาปัตยกรรมโดยรอบ รวมทั้งประวัติศาสตร์ด้านสังคมและการปกครอง ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลโบราณสถานจึงเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อการศึกษาความเป็นมาของชุมชนที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดี และประการสุดท้าย เพื่อจัดการแหล่งโบราณสถาน ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้อธิบายถึง ข้อห้ามและกฎเกณฑ์ที่ใช้บังคับในพื้นที่ ยังควรบอกเหตุผลหรือที่มาของข้อบังคับ ข้อมูลลักษณะนี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการออกกฎเกณฑ์ข้อบังคับเพียงอย่างเดียว ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความเป็นระเบียบ ความปลอดภัย และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวได้ ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือในการจัดการนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัยจิตติ, 2552, น. 105-107)

โดยสรุป การสื่อความหมาย (Interpretation) ที่ใช้กับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไป หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับวัฒนธรรม โดยใช้เทคนิควิธีการ อย่างเป็นศิลปะ เชื่อมโยงเรื่องราวความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ เช่น สิ่งที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต โดยใช้กระบวนการสื่อความหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม จนเกิดความรู้ความเข้าใจ และภาษาใช้ที่เข้าใจง่ายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความ

เพติดเพลิน ประทับใจและเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์ของสิ่งแวดล้อม และ วัฒนธรรม อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดีต่อไป (นำขวัญ วงศ์ประทุม, 2545, น. 9) รวมถึงเป็นกระบวนการสื่อสาร เพื่อเปิดเผยความหมายและความสัมพันธ์เกี่ยวกับธรรมชาติและ วัฒนธรรมที่มีอยู่ดั้งเดิมที่เกี่ยวกับเรื่องราว สิ่งประดิษฐ์ ภูมิทัศน์และพื้นที่ (Veverka, 1994) ซึ่งเป็น กระบวนการในการสร้างความเข้าใจ และวิธีการถ่ายทอดคุณค่า ความสำคัญ ของสถานที่ทาง วัฒนธรรมให้กับบุคคลทั่วไป การสื่อความหมายมีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์อื่นๆ อีกหลายด้าน เช่น การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (แหล่งท่องเที่ยว) ด้านการตลาด (การวิเคราะห์ และกำหนดความ ต้องการของนักท่องเที่ยว) ด้านการศึกษา (การกำหนดเนื้อหาของเรื่องราวที่จะถ่ายทอด และวิธีการ ถ่ายทอดให้กับบุคคลต่างๆ) การสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถานหรือแหล่งโบราณคดี เป็นวิธีการให้ข้อมูลเพื่ออธิบายถึงความสำคัญของสถานที่นั้นๆ ให้กับผู้เข้าชมหรือนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความเข้าใจเรื่องคุณค่าและการอนุรักษ์ นำเสนอข้อมูลทางด้าน ประวัติศาสตร์ ให้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมและสังคม ส่วนการถ่ายทอดข้อมูลจะ เป็นการเล่าเรื่องราว ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยว และแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยว เห็นคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ ซึ่งจะนำมาสู่ความใส่ใจในการอนุรักษ์ต่อไปในอนาคต (ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐติ, 2552, น. 140)

การสื่อความหมายเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดและการรับข่าวสารของผู้รับ โดยแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ การสื่อความหมายในแง่ของสื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการถ่ายทอด ความสนใจในการศึกษาเรื่องราวการสื่อความหมายในประเภทนี้มุ่งไปที่ช่องทางการสื่อความหมาย เช่น จะใช้เครื่องมือเทคโนโลยีการศึกษาอะไรดีจึงจะสื่อข้อความได้ตั้งใจ และการสื่อความหมายในแง่ของการจูงใจ การสื่อความหมายประเภทนี้จะไม่สนใจเพียงแต่ว่า ผู้รับจะได้รับข่าวสารหรือไม่ เท่านั้นแต่ยังให้ความสนใจลึกลงไปอีกว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นมีความหมายอย่างไรต่อผู้รับ นั่นคือ ข่าวสารที่ส่งไปนั้นได้กระตุ้นความรู้สึกรู้สึกหรือความคิดเหมือนผู้ที่สื่อความหมาย

ดังนั้น สื่อจึงมีบทบาทสำคัญมากในการสื่อความหมายเพราะช่วยให้การสื่อสาร ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจคุณค่า ความหมาย ความสำคัญที่ทำให้การดำเนินการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ บรรลุ วัตถุประสงค์ สื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายมีหลายประเภท ควรจะเลือกสื่อที่ใช้การสื่อความหมาย ให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท การสื่อความหมายจำเป็นต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องมือ ช่วยนำเนื้อหา ข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวให้เกิดความเข้าใจ แต่การจะใช้สื่ออะไร และใช้อย่างไร เพื่อให้เกิดผลตามความต้องการไม่ใช่เรื่องง่าย จำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะคุณสมบัติของสื่อแต่ละ

ชนิดเพื่อเลือกสื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมาย และสามารถสร้างเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยว และการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้การสื่อความหมายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพทั้งนี้การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าใจคุณค่าของทรัพยากร เพื่อบรรลุเป้าหมายของการจัดการ และเพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร โดยอาศัยสื่อต่างๆ และบุคลากรที่มีคุณภาพ ส่วนเทคนิคการสื่อความหมาย ประกอบด้วย การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลและไม่ใช้บุคคล กล่าวคือ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เป็นการสื่อความหมายที่ให้เจ้าหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลแก่ผู้ใช้พื้นที่ เช่น การบรรยาย การเดินทัศนศึกษา ส่วนการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล เป็นการสื่อสารทางเดียวโดยไม่ใช้เจ้าหน้าที่ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ สื่อทัศนูปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ เส้นทางศึกษาธรรมชาติ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสื่อความหมาย ประกอบด้วยสิ่งก่อสร้าง และอุปกรณ์ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เวทีกลางแจ้ง จุดชมวิว ชุมนิทรรศการ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ ที่น่าประทับใจ (ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2554, น. 27)

จากการศึกษาข้างต้น สรุปได้ว่าการสื่อความหมาย คือ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับวัฒนธรรม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ประทับใจและเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญของคุณค่าของวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และความสำคัญของการอนุรักษ์ ที่สร้างจิตสำนึกและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดีต่อไป

การศึกษาแนวคิดการสื่อความหมาย ครั้งนี้ จะนำมาวิเคราะห์ลักษณะการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะการสื่อความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่อย่างไรบ้าง ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในวัดพะโคะ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ประสบการณ์ ตระหนักถึงคุณค่าและให้ความสำคัญที่จะอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่

6. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมาย

สื่อที่ใช้ในการนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อบุคคล และสื่อที่ไม่ใช้บุคคล ซึ่งสื่อหรือตัวกลาง หมายถึง วิธีการ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่ใช้ในการสื่อความหมายที่จะให้ข้อมูลข่าวสารหรืออธิบายที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งตามลักษณะตัวกลางที่ใช้ในการสื่อความหมาย มีดังนี้

1. การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากสามารถตอบคำถาม และให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ แต่มีข้อเสียอยู่บ้าง ก็จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าสื่อความหมายประเภทที่ไม่ใช้บุคคล งานสื่อความหมายที่ใช้เจ้าหน้าที่ ในการเสนอข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารสองทิศทาง (Two -Way Communication) ที่เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยวสามารถตอบโต้ซึ่งกันและกันได้ การบริการข้อมูลโดยบุคคลจะมีความง่าย ได้แก่ การบริการข้อมูล การนำเที่ยว การบรรยาย และการสาธิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 การบริการข้อมูลข่าวสารโดยทั่วไป คือ การบริการตอบคำถามต่างๆ จากนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับงานวิชาการหรืองานบริหาร จุดประสงค์ของงานในหน้าที่ก็เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างความประทับใจในฐานะตัวแทนของหน่วยงาน

1.2 การนำเที่ยวเป็นการสื่อความหมายชนิดหนึ่ง ซึ่งเจ้าหน้าที่ หรือมัคคุเทศก์ ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังจุดต่างๆ ทำหน้าที่บรรยายสื่อความหมาย โดยมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสด้วยประสาททั้งห้า คือ มองเห็น จับต้อง ดมกลิ่น ได้ยิน และชิมรสรวมถึงเป็นสิ่งที่กำลังสื่อความหมาย

1.3 การบรรยาย การพูดบรรยายอย่างนักสื่อความหมาย เป็นรูปแบบของการพูดที่มีพลัง และเป็นเครื่องมือในการให้ความรู้ความเข้าใจที่ดีที่สุด การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพต้องทำด้วยใจ ซึ่งต้องใช้ไหวพริบ และสติปัญญา โดยให้เกิดความสมดุลระหว่างการนำเสนอ และความสนใจของผู้ฟัง

1.4 การสาธิต เป็นการสื่อความหมายที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตของมนุษย์ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องราวในอดีต หรือ ปัจจุบัน เรื่องราวในอดีต ได้แก่ มนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ สงคราม การตั้งถิ่นฐาน เกษตรกรรม สำหรับเรื่องราวที่น่าสนใจในปัจจุบัน ได้แก่ การทำมาหากิน เช่น การปั้น การแกะสลัก การทอผ้า การทำนาเกลือ การกรีดยาง การทำน้ำตาล

2. การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล เป็นการให้ข้อมูลแบบทิศทางเดียว (One -Way Communication) โดยการใช้สื่อเป็นอุปกรณ์ สิ่งก่อสร้าง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ จะมีหลายรูปแบบดังนี้ แผ่นพับคู่มือหรือหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แผ่นปลิว แผ่นข้อมูลเพื่อการศึกษาจดหมายข่าว หนังสือพิมพ์ (ดร.รชนี เอมพันธุ์, 2550, น. 9) นอกจากนี้การศึกษาเกี่ยวกับวัตถุแสดงเพิร์ท (Pert) พบว่าผู้ชมหรือ นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลข่าวสารและคำบรรยาย หากไม่มีคำบรรยายระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัตถุต่างๆ หรือความเป็นมาที่สำคัญ จะลดลงทันที

คำบรรยายรวมทั้งภาพถ่าย ภาพเขียน วัตถุ และวัตถุต่อตาต่อใจอื่นๆ มีผลอย่างมากต่อผู้นักท่องเที่ยว และทำให้จดจำเนื้อหาสาระของข้อมูลได้ดีกว่าดูจากวัตถุเพียงอย่างเดียว (McLean, 1993, p. 106 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทร์พรรค, 2552, น.29) นอกจากนี้ ป้ายบรรยายวัตถุ ควรประกอบด้วยคำบรรยาย ที่ตอบข้อสงสัยของนักท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาที่เรียบง่าย เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวและ วัตถุที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ รวมถึงภาพจิตรกรรม ควรเขียนสละสลวยต่อเนื่องกันโดยผู้ เข้าชมหรือนักท่องเที่ยวได้รับความรู้และเข้าใจง่าย (McManus, 1989, p. 174-198 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทร์พรรค, 2552, น.29)

2.1 สื่อโสตทัศนูปกรณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทดแทนการบริการโดยใช้บุคคล ได้แก่ สื่อออกมาทางเสียง สื่อด้วยภาพ สื่อผสม หรือมัลติมีเดีย การใช้สื่อประเภทนี้จะมี ประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อใช้ร่วมกับสื่ออย่างอื่นด้วย เช่น การทำสไลด์ประกอบเสียง ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ นิทรรศการ หรือใช้ติดตั้งในเส้นทางธรรมชาติด้วยตนเอง โดยเฉพาะในอุทยานประวัติศาสตร์ นิยมใช้กันมาก

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่นักสื่อความหมายใช้สื่อสาร ข้อความต่างๆ เป็นสื่อวัสดุที่สามารถให้รายละเอียดข้อมูลได้มากและสามารถเจาะลึกได้ และการ กระจายเผยแพร่ไปยังพื้นที่ต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง สื่อสิ่งพิมพ์จึงเหมาะกับการใช้งานหลาย ประเภท เช่น สิ่งพิมพ์เพื่อการสื่อความหมาย สิ่งพิมพ์เพื่อการบริหารจัดการ ในการสร้างเครือข่าย ระหว่างสมาชิกและองค์กร หรือชี้แจงข้อแนะนำต่างๆ การปฏิบัติตนตามข้อปฏิบัติที่นักท่องเที่ยว จำเป็นต้องทราบ (สุรเชษฐ์ เศษฐมาส และคณะ, 2543)

2.3 สื่อสิ่งพิมพ์ยังมี ป้ายแนะนำทาง เป็นป้ายที่ใช้ใน โปรแกรมสื่อ ความหมาย มีสองชนิด คือ ป้ายสื่อความหมาย (Interpretive Signs) และป้ายเพื่อการบริหาร (Administrative Signs) จุดประสงค์ของป้ายสื่อความหมาย เพื่ออธิบายกระบวนการของธรรมชาติ เรื่องราวทางประวัติศาสตร์หรือลักษณะภูมิประเทศในพื้นที่นั้น ขณะเดียวกันเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ มีส่วนร่วมและค้นหาคำตอบด้วยตนเอง ส่วนป้ายเพื่อการบริหาร เช่น ป้ายบอกทางเข้า ป้ายข้อมูล ป้ายสถานที่ และป้ายบอกทิศทาง เป็นต้น

2.4 เส้นทางศึกษาด้วยตนเอง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างหนึ่งที่ใช้ เพื่อการสื่อความหมาย สามารถสร้างเส้นทางได้ในพื้นที่ป่าไม้ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ หรืออุทยาน ประวัติศาสตร์ ข้อดี คือ สามารถรับนักท่องเที่ยวไม่จำกัดจำนวน ไม่จำกัดเวลา และยังเป็น การแบ่ง เบาทะเจ้าหน้าสื่อความหมาย และนักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเลือกเดินทางสำรวจเส้นทางเอง สามารถชื่นชมกับธรรมชาติในขณะที่กำลังฟังบรรยายที่สำคัญเส้นทางควรอยู่ใกล้กับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว และเส้นทางที่มีประสิทธิภาพควรมีคนเข้าไปใช้ประโยชน์มากที่สุด อย่างไรก็ตามความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ยังด้อยกว่าสื่อบุคคล เพราะไม่สามารถโต้ตอบได้ทันที

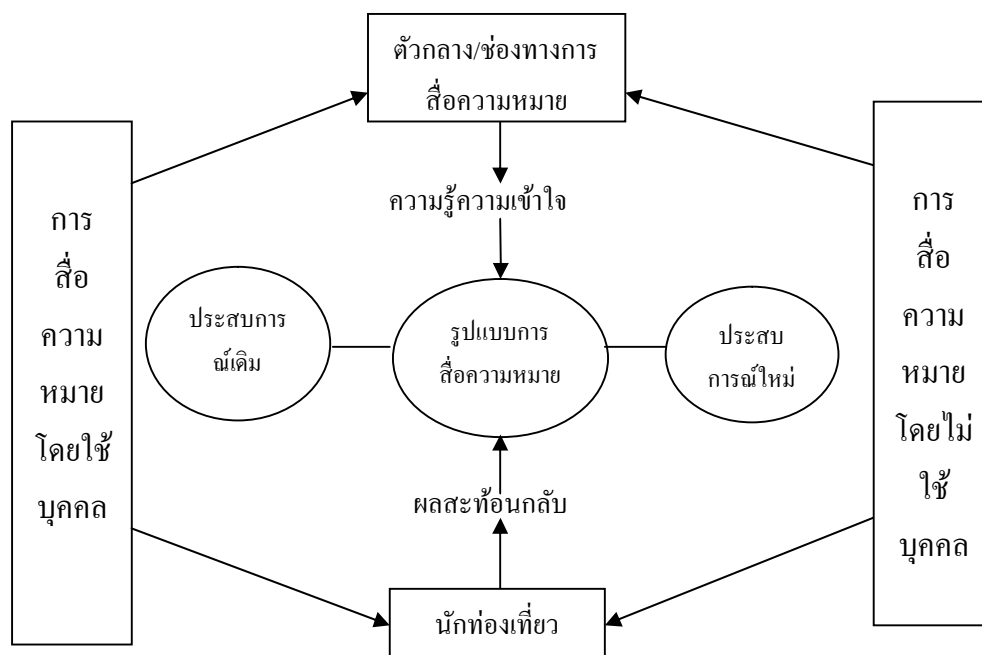
2.5 ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว มีหน้าที่หลักในการให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจในภาพรวมเกี่ยวกับคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลนี้นิยมตั้งอยู่ภายในบริเวณที่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว และนิยมใช้สื่อหลายประเภทช่วยในการนำเสนอ เช่น การจัดแสดงแบบจำลอง การจัดนิทรรศการ และการใช้สื่อมัลติมีเดีย

2.6 การจัดนิทรรศการ เป็นการใช้อุปกรณ์ที่แสดงรูปภาพและวัตถุ พร้อมทั้งมีคำอธิบายประกอบ แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้ชมอิสระ นิทรรศการจึงควรนำเสนอเรื่องย่อๆ และใช้เวลาเพียงเล็กน้อยเพื่อสร้างความเข้าใจ เนื่องจากผู้ชมต้องยืนอ่าน หากยืนเป็นเวลานานจะรู้สึกเมื่อยล้า ความสนใจในการสื่อความหมายจะลดน้อยลงไป ฉะนั้นนิทรรศการจะต้องสวยงาม สะดุดตา และถ้าจะให้ที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ควรมีเสียงประกอบการจัดนิทรรศการ โดยทั่วไป มักเสนอข้อมูลมากเกินไป บางครั้งศัพท์ทางวิชาการ ทำให้เข้าใจยาก บางครั้งก็มีหลายเรื่องอยู่ในกรอบเดียวกัน ทำให้เกิดความสับสน เมื่อนิทรรศการไม่สามารถสร้างความเข้าใจในทันทีนักท่องเที่ยวย่อมเดินผ่านไป

นอกจากนี้สื่อกิจกรรมต่างๆ เป็นโปรแกรมการนำเสนอที่จัดขึ้นตามวาระหรือโอกาสสำคัญต่างๆ โดยมากจัดในรูปแบบของนิทรรศการ การออกฐาน งานทดลอง การประกวด การแข่งขัน งานสถาปนาครบรอบวันสำคัญ หรือ การเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมกิจกรรมในวันสำคัญ (สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2554, น.28-39) สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับข้อมูลหรือประวัติศาสตร์ต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวบ้างแล้ว และต้องการที่จะเพิ่มความรู้ นักท่องเที่ยวต้องมีเวลาเพียงพอสำหรับการเที่ยวชมหรือการอ่านคำบรรยาย ที่เขียนด้วยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความรู้เพียงเล็กน้อยและไม่มีเวลามากพอควรอ่านคำบรรยายที่เขียนโดยผู้มีทักษะการสื่อสาร (Serrell, 1983, p. 16 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทรพรรค, 2552, น.29) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอัตราการอ่านที่ 5 คำต่อนาที หากนักวิชาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบรูปแบบของการสื่อความหมาย ที่คาดหวังให้นักท่องเที่ยวทำอย่างอื่นด้วยมากกว่าการอ่าน ควรมีคำบรรยายหรือการอธิบายที่อ่านแล้วบรรลุวัตถุประสงค์ได้ใน 2-3 นาที (Beer, 1987, p. 206 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทรพรรค, 2552, น.29) นอกจากนี้ควรเขียนเนื้อหาคำบรรยายให้ชัดเจนกะทัดรัด ได้ใจความ เข้าใจง่าย ควรแบ่งเนื้อหาที่สำคัญแต่ยาวออกเป็นหลายๆ ตอนมากกว่าที่จะรวมอยู่ในกรอบใหญ่เพียงอันเดียว และควรใช้สื่อประเภทอื่นๆ ที่หลากหลายสำหรับข้อมูลเชิงลึก เช่น แผ่นพับ

มัดติมีเดีย สิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ที่มีความจำเป็น หรือเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกรับข้อมูลตามความต้องการและบอกแหล่งที่มาของข้อมูล การสื่อความหมายที่เหมาะสมและมีประโยชน์ควรเขียนขึ้นขณะทำงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย กรมศิลปากร องค์กรบริหารส่วนตำบล นักวิชาการการศึกษา ผู้ชำนาญการในเรื่องที่จะเขียนซึ่งอาจเชิงมาจากที่อื่น คำบรรยาย หรือเนื้อหาทุกบทความควรผ่านกระบวนการแก้ไข ถัดกรองและทดลองใช้ก่อนนำไปใช้จริง โดยให้นักท่องเที่ยวอ่านคำบรรยายนั้น หากผู้อ่าน 3 ใน 5 คน อ่านสะดุดคำคำเดียวกัน ก็ควรเปลี่ยนคำนั้น และหากนักท่องเที่ยวไม่สามารถอธิบายแก่น (Concept) ของคำบรรยายนั้นในคำพูดของเขาเอง คำบรรยายนั้นควรนำไปเขียนใหม่ (McLean, 1993, p. 110 อ้างถึงใน สุพิชญา จันท์พรรค, 2552, น.29 - 30)

นอกจากนี้ การสื่อความหมายที่ประสบผลสำเร็จส่วนใหญ่จะต้องเชื่อมระหว่างสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมาย และการมีส่วนร่วม ของนักท่องเที่ยวเกิดการขับเคลื่อนของประสบการณ์เดิม หรือการได้รับประสบการณ์ใหม่ และผลสะท้อนกลับจากนักท่องเที่ยวเป็นเทคนิคที่ทำให้สื่อมีประสิทธิภาพโดยได้แสดงรูปแบบการสื่อความหมาย (ดูภาพประกอบ 3) โดยอธิบายรูปแบบดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 3 ดัดแปลงจาก McArthur & Hall's Model of Ideal Interpretation

ที่มา : Simon McArthur & C. Michael Hall

จากภาพประกอบ 3 แสดงให้เห็นรูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลและการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล จะประสบความสำเร็จได้ต้องมี การสาธิตหรือการแสดงสื่อ และการมีส่วนร่วมของนักทอ่งเที๋ยว ซึ่งการสาธิตหรือการแสดงสื่อจะนำไปสู่การเรียนรู้ซึ่งเกิดความคิดการสื่อความหมายจากประสบการณ์เดิมเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ใหม่จากการสื่อความหมาย รูปแบบการสื่อความหมายนี้แสดงให้เห็นถึงผลสะท้อนกลับจากนักทอ่งเที๋ยวด้วยการที่ได้ลงมือปฏิบัติ จึงเป็นเทคนิคที่ใช้ได้ผลทำให้การสื่อความหมายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (McArthur and Hall, 1996 อ้างถึงใน Aphivan Saipradist, 2005, p.37)

7. คุณลักษณะของการสื่อความหมาย

สิ่งสำคัญที่สุดของการกำหนดหรือการออกแบบการสื่อความหมาย คือ ตัวหนังสือต้องสามารถอ่านออกได้ ทำให้นักทอ่งเที๋ยวเข้าใจและจดจำข้อความและสัญลักษณ์ได้อย่างง่าย ซึ่งความคุ้นเคยเข้ามามีบทบาทสามารถจดจำสิ่งที่รู้จักได้ง่ายกว่าสิ่งที่ไม่คุ้นเคย (Serrell, 1983, 192)

อ้างอิงใน สุพิชญา จันทรพรรค, 2552, น.30) การสื่อความหมายทุกรูปแบบต่างมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าวัตถุที่เป็นโบราณสถานและโบราณวัตถุ จึงต้องมีการกำหนดรูปแบบ หรือ การออกแบบเป็นอย่างดีเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ต่อแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว โดยใช้หลักการที่ทำให้อ่านง่าย โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ขนาดที่เหมาะสมกับขนาดตัวอักษร ควรเลือกใช้ตัวอักษรชนิดที่อ่านง่าย เว้นระยะห่างพอดีระหว่างตัวอักษร คำ และบรรทัดโดยข้อความที่เป็นคำสำคัญ (Key data) ควรใช้ตัวอักษรทึบ หรือหนาเพื่อเน้นข้อความรวมถึงการใช้สีแตกต่างระหว่างสีของอักษรและพื้นหลังของสื่อเลือกวัสดุที่ไม่มันเงา ไม่สะท้อนแสง ส่วนการติดตั้งต้องเหมาะสม เช่น ป้ายสื่อความหมาย ติดตั้งคำบรรยายเนื้อหา (Wall Label) สูงจากพื้น 54 นิ้วพุด นับจากกึ่งกลางความกว้างของ Wall label หรือ การติดตั้งคำบรรยายวัตถุ (Case Label) นอกตู้ที่ความสูงจากพื้น 36-48 นิ้วพุด และทำมุม 30-45 องศา หากจำเป็นจึงติดที่ขอบบนของผู้ป้ายคำบรรยายทุกชิ้นต้องติดให้สอดคล้องกันและติดตั้งในที่ที่มีแสงสว่างเพียงพอลักษณะการเขียนคำบรรยายให้ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ ไม่เกิน 75 คำ สิ่งสำคัญมีคำอธิบายศัพท์เฉพาะและคำในภาษาต่างประเทศ หรือวลีส่วนประกอบพื้นฐานที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดคุณลักษณะของสื่อทุกประเภท ต้องคำนึงถึงความยากง่ายของการอ่านมีส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ขนาดของตัวอักษร (Type size)รูปแบบตัวอักษร(Type face)สัดส่วนที่เหมาะสมของตัวอักษรและตัวเลข (Character proportion)ตัวอักษรระยะระหว่างบรรทัด(Letter and line spacing)การใช้สีคู่ตรงข้าม (Color contrast)วัสดุ (Medium)ตำแหน่งของจัดวางหรือการติดตั้ง (Installation)การใช้แสง (Lighting)(American Association of museum, 1995, p. 8 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทรพรรค, 2552, น. 28)

8. ป้ายที่ใช้ในการสื่อความหมาย

ป้ายถือเป็นสื่อหรือตัวกลางประเภทหนึ่งในการให้ข้อมูลและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการนักท่องเที่ยวและคุ้มครองทรัพยากรในอุทยานแห่งชาติในช่วงที่ผ่านมาการนำป้ายไปใช้ประโยชน์ในลักษณะและรูปแบบที่หลากหลายและแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวบางครั้งลักษณะและการติดตั้งป้ายอาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านมุมมองและทัศนียภาพในพื้นที่นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องสัมพันธ์กับลักษณะเด่นและเอกลักษณ์ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวดังนั้นจึงจำเป็นต้องกำหนดแนวทางเพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในการกำหนดรูปแบบและติดตั้งป้ายแต่ละประเภทในแหล่งท่องเที่ยวให้มีลักษณะที่เป็นมาตรฐานซึ่งจะช่วยให้เกิดความต่อเนื่องเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดย

จะเป็นคู่มือในแนวทางปฏิบัติสำหรับแหล่งท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกแบบจัดทำและติดตั้งป้ายทุกประเภทในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้การบริการด้านข้อมูลและสื่อความหมายที่จำเป็นต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยวและการบริหารจัดการพื้นที่นั้นๆ นอกจากนี้ ในป้ายบางประเภทมาตรฐานที่กำหนดต้องมีความยืดหยุ่นพอสมควรเพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมบรรยากาศ และลักษณะเด่นของพื้นที่ที่ทั้งนี้คู่มือป้ายฉบับนี้อาจจะต้องมีการทบทวนและปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลและความจำเป็นที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

9. ป้ายและองค์ประกอบของป้าย

ป้าย (Sign) หมายถึง แผ่นวัสดุที่บรรจุข้อมูล คำเตือน และข้อแนะนำโดยจัดทำขึ้นเพื่อสื่อสารข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวกลางเชื่อมโยงสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวต้องการจะสื่อไปยังนักท่องเที่ยวและที่สำคัญป้ายในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการจัดการและควบคุมนักท่องเที่ยวการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยนักท่องเที่ยวและการป้องกันรักษาทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวป้ายควรจะต้องสนองความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว

10. องค์ประกอบของป้าย

รายละเอียดในป้าย (Sign Face) เป็นรูปแบบและลักษณะที่เป็นองค์ประกอบในแผ่นป้ายประกอบด้วยตัวอักษรบอกข้อความ ลูกศรบอกทิศทาง สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายของหน่วยงานโดยจะเป็นส่วนที่ทำให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจรวมถึงภาพถ่ายเส้น (Graphics) ที่ดึงดูดความสนใจและสามารถอธิบายเรื่องราวในรายละเอียดได้มากกว่าข้อความ ทั้งนี้การจัดองค์ประกอบจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของป้ายในแต่ละประเภทรวมถึงตัวแผ่นป้าย (Sign Panel) เป็นส่วนที่เป็นแผ่นวัสดุที่รองรับรายละเอียดในป้ายโดยวัสดุอาจเป็นไม้ โลหะ ไฟเบอร์กลาส คอนกรีต และพลาสติก ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความทนทาน ความสวยงาม โดยสามารถกำหนดสี เนื้อวัสดุ และรูปร่างเพื่อให้เกิดมาตรฐานและสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ นอกจากนี้ โครงสร้างของป้าย (Sign Support) เป็นส่วนที่เป็นโครงสร้างของป้ายตั้งแต่ ฐานราก เสาและอาจรวมถึงหลังคาคลุมป้ายจะเป็นตัวเชื่อมป้ายให้เข้ากับภูมิประเทศที่เป็นพื้นที่รองรับควรต้องใช้วัสดุและสีที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม โดยทั่วไปจะเป็น โลหะ คอนกรีตหรืออาจเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น หิน

และไม่ในพื้นที่รูปแบบของโครงสร้างของป้ายบางประเภทจะช่วยเพิ่มคุณค่าของป้ายโดยการนำเอกลักษณ์หรือลักษณะเด่นของพื้นที่มาเป็นแนวในการออกแบบ

11. ประเภทของป้าย

การกำหนดให้มีป้ายจะต้องคำนึงถึงความจำเป็นในการให้ข้อมูลและข้อแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการรับรู้เมื่อเข้ามาใช้ประโยชน์ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทของข้อมูลที่จะนำเสนอซึ่งจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดการพื้นที่และรูปแบบของป้ายในการนำเสนอทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงลักษณะและการไหลเวียนของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางการขับรถยนต์ หรือการนั่งเรือโดยป้ายที่มีประสิทธิภาพควรที่จะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภายในแหล่งท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดความสนใจและให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนแก่นักท่องเที่ยวทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะมีเวลาที่จำกัดในการมองและอ่านเพื่อทำความเข้าใจที่นำเสนอในแผ่นป้ายและประเภทของป้ายอาจแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้ประโยชน์ดังนี้

1. ป้ายบอกทิศทาง (Directional Sing) เพื่อบอกทิศทางและแนะนำนักท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่เป้าหมายที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นที่กิจกรรมนันทนาการและจุดสำคัญอื่นแก่นักท่องเที่ยวได้ถูกต้องปลอดภัย และรวดเร็ว

2. ป้ายข้อบังคับและเตือน (Regulatory and Warning Sing) ใช้แนะนำให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกฎ ระเบียบ และข้อห้ามรวมทั้งข้อควรปฏิบัติที่จำเป็นและควรทราบในการใช้พื้นที่ นอกจากนี้ยังใช้เตือนบอกข้อควรระวัง และข้อแนะนำนักท่องเที่ยวให้ทราบล่วงหน้าเกี่ยวกับอันตรายและอุบัติเหตุซึ่งมีสาเหตุจากสภาพพื้นที่และกิจกรรมนันทนาการของนักท่องเที่ยวต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวและผลกระทบที่อาจก่อให้เกิดแก่สภาพพื้นที่และสิ่งแวดล้อมซึ่งจะช่วยในการคุ้มครองรักษาทรัพยากรในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

3. ป้ายสถานที่ เพื่อใช้แสดงตำแหน่ง ประเภทและชื่ออุทยานแห่งชาติ แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และจุดสำคัญอื่นๆภายในอุทยานแห่งชาติให้นักท่องเที่ยวทราบว่ากำลังเข้าสู่และไปถึงสถานที่นั้น

4. ป้ายสื่อความหมาย (Interpretation Sing) เพื่อบอก แสดงหรืออธิบายข้อมูลและเรื่องราวที่น่าสนใจในอุทยานแห่งชาติทั้งสภาพพื้นที่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจข้อมูลหรือเรื่องราวทั้งยังสามารถใช้เป็นอุปกรณ์ในการ

จัดการนักท่องเที่ยวโดยสามารถใช้อธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจและควรตระหนักถึงคุณค่าและให้ความร่วมมือในการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี

12. การออกแบบป้าย

การใช้ป้ายเป็นวิธีการจัดการ/ควบคุมนักท่องเที่ยวทางอ้อมที่จำเป็นต่อแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติและวนอุทยานทุกแห่งการออกแบบป้ายมีข้อพึงปฏิบัติดังนี้

ควรใช้เครื่องหมายและสัญลักษณ์ที่เป็นสากล (ยกเว้นสัญลักษณ์เกี่ยวกับกฎระเบียบเฉพาะเรื่องในพื้นที่ๆ ไม่มีสัญลักษณ์สากล) และใช้สัญลักษณ์แทนตัวอักษรมากที่สุดเท่าที่จะสามารถกระทำได้เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวสำหรับป้ายคำเตือน/ข้อห้ามต่างๆ ควรใช้ข้อความที่สุภาพ สั้นกะทัดรัด ชัดเจนควรแฝงไว้ด้วยเหตุผลของข้อห้ามดังกล่าวส่วนแบบตัวหนังสือและสีที่ใช้ควรเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งพื้นที่ สีที่เหมาะสมสำหรับเป็นสีพื้น คือ สีน้ำตาลเข้มหรือสีโอ๊กส่วนสีตัวอักษรควรใช้สีขาวหรือสีเหลือง หรือสีที่เป็นส่วนผสมระหว่างขาวกับเหลือง รวมถึงป้ายทุกลักษณะที่มีชื่อ หรือคำบรรยายควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในแผ่นป้ายเดียวกันนอกจากนั้น การออกแบบป้ายควรเน้นความเรียบง่ายใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในพื้นที่ เพื่อความกลมกลืนกับสภาพธรรมชาติและเพื่อให้ง่ายต่อซ่อมบำรุงรักษา ที่สำคัญควรติดตั้งป้ายในตำแหน่งที่มองเห็นเด่นชัดโดยเป็นบริเวณที่ผู้ใช้ประโยชน์จำนวนมาก

ดังนั้น ควรจะพิจารณาถึง ความสวยงาม มีศิลปะ และเข้ากับสิ่งแวดล้อมการใช้วัสดุในท้องถิ่นจะทำให้เข้ากับบรรยากาศของสถานที่นั้น ซึ่งก่อนการออกแบบจะต้องพิจารณาขนาด วิธีการรักษาราคา ความทนทาน การใช้สอย (ชั่วคราว หรือถาวร) ตลอดจนการซ่อมแซมและเหตุของการทำลาย รวมถึงขนาดและรูปร่างควรพิจารณาจากจุดประสงค์ของการใช้ โดยใช้ตัวอักษรที่เป็นมาตรฐาน ข้อความอ่านง่ายใช้ภาษาธรรมดา และคำนึงถึงความยากง่ายในการก่อสร้างหากทำยากควรทำเป็นแบบถาวร สิ่งสำคัญควรใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันทั้งหมด หากจะใช้ 2 ขนาดก็เมื่อต้องการทำให้สวยงามอีกทั้งขอบของป้ายอย่างน้อยควรจะทำกับความสูงของตัวอักษรปกติ ป้ายควรมีที่ว่างประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนั้น การใช้ตัวอักษรและแบบป้ายจะต้องให้สัมพันธ์กับเรื่องอธิบาย เช่นเรื่องโบราณควรใช้แบบอักษรโบราณ ส่วนการใช้สีจะต้องให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม เช่นในเขตป่า ควรใช้พื้นสีน้ำตาล หรือสีเขียว บริเวณชายหาดควรใช้สีน้ำเงินหรือสีน้ำทะเล และข้อความในป้ายให้สัมพันธ์กับสิ่งที่มองเห็น

13, วัสดุในการทำป้าย

วัสดุในการจัดทำป้ายพยายามใช้วัสดุที่มีอยู่หรือหาได้ง่ายในท้องถิ่นเพราะจะทำให้ป้ายดูสวยงามกลมกลืนกับธรรมชาติ เช่น การใช้สีลาแลง การใช้ขอนไม้ การเลือกวัสดุควรคำนึงถึงความคงทนต่อสภาพดินฟ้า อากาศ การถูกร่อนจากแมลง สัตว์ต่างๆ โมยหรือผู้นกกรุกที่อาจมาทำลายป้ายหรือขโมยไป ปริมาณ การดูแลรักษาที่ต้องการและประการสุดท้ายความสวยงามกลมกลืนกับธรรมชาติวัสดุที่ทำป้ายไม่ควรจะเป็นวัสดุที่มีผิวมันสะท้อนแสง จะทำให้อ่านข้อความได้ยากบางครั้งอาจใช้ความแตกต่างของผิววัสดุของป้ายของตัวอักษรในการทำให้ผู้อ่านอ่านได้ง่ายในลักษณะเดียวกันกับการใช้สีตัดกันของสี

ตัวอย่างของวัสดุที่ใช้ เช่น กระดาษแข็งกระดาษทนนํ้า แผ่นเหล็ก/โลหะ Masonite ไม้อัด ไม้ไฟเบอร์กลาส พลาสติก แผ่นพลาสติก (laminated plastics) อลูมิเนียม

14. ข้อดี – ข้อเสียของวัสดุทำป้าย

ป้ายโลหะหรือแผ่นอลูมิเนียมข้อดี ทนทานต่อสภาพอากาศ ปลอดภัย และแมลงตัวหนังสืออาจใช้วิธีพิมพ์ หรือเขียน การพิมพ์ในอลูมิเนียมทำได้จากฟิล์มเนกาตีป และสามารถแกะสลักได้ด้วยเครื่องมือ ถ้าทำครั้งละจำนวนมากๆ ราคาต่อหน่วยอาจถูกลง ข้อเสีย ไม่ทนทานต่อการขีดขูดของนักท่องเที่ยว อาจต้องใช้แผ่นพลาสติกเข้าช่วย ทำให้ป้ายราคาค่อนข้างแพง

ป้ายไม้ข้อดี ราคาค่อนข้างถูก เพราะวัสดุหาได้ง่ายโดยทั่วไป ตัวอักษร อาจใช้วิธีเขียนแกะไม้พิมพ์ และจะมีความสวยงามกลมกลืนกับสภาพบรรยากาศโดยรอบ ได้รับบรรยากาศที่ดี ส่วนข้อเสีย ราคาแพง สำหรับการดูแลรักษา ไม่ทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศ ปลอดภัย และแมลง ไม่ทนต่อการขีดขูดของนักท่องเที่ยว

ป้ายแผ่นพลาสติกตัวอักษรอาจใช้การพิมพ์ ฟันสี เขียน หรือใช้วิธีเจาะแผ่นพลาสติกวางทับไปบนแผ่นพลาสติกรองพื้นอีกสีหนึ่ง นอกจากนั้นชนิดของวัสดุเป็นลักษณะแปลกปลอมจากบริเวณ โดยรอบที่เป็นธรรมชาติไม่ทนทานต่อการขีดขูดของนักท่องเที่ยว และราคาจะแพงกว่าไม้แต่ถูกกว่าป้ายโลหะ

ป้ายกระดาษราคาถูกที่สุดมีความทนทานน้อยที่สุด อายุการใช้งานไม่มากนักจึงควรใช้พลาสติกหุ้ม หรือเคลือบพลาสติก เพื่อไม่ให้ป้ายถูกกับอากาศ ความชื้น และไม่ทนทานต่อการทำลายของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ป้ายที่ทำด้วยกระดาษจะต้องมีการป้องกันน้ำและต้องใช้ไขเชื่อม

ที่ละลายได้เร็วและแห้งเร็วหลังจากได้สิ่งพิมพ์ หรือคำบรรยายแล้วการใช้ขี้ผึ้งหรือไขจะช่วยป้องกันเชื้อราที่เกาะบนกระดาษหรือชะงักการเจริญเติบโตของเชื้อราได้ การใช้แผ่นพลาสติกที่ซ้อนกันเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะป้องกันป้ายที่เป็นกระดาษ

ป้ายคอนกรีต ทนทาน ราคาถูก และค่าดูแลรักษาถูก

ป้ายหินแกรนิต แข็งแรงดี ไม่ต้องทาสี ทนทานมาก แต่อักษรที่แกะสลักจะมองเห็นไม่ค่อยชัดเจน วัสดุในลักษณะนี้เหมาะในการทำป้ายสถานที่ที่สำคัญ หรืออนุสาวรีย์

15. การเขียนป้าย

ข้อความที่จะเขียนป้ายหลายชนิด การใช้มือเขียนจะต้องใช้ความชำนาญ และมีราคาสูง ตลอดจนเสียเวลามาก รวมถึงการใช้ไม้บรรทัดตัวอักษรช่วยให้ความรวดเร็วราคาไม่สูง ซึ่งอุปกรณ์ประกอบด้วย ไม้บรรทัดตัวอักษร ปากกาพร้อมอุปกรณ์ในการเขียน ซึ่งจะใช้ในกรณีไม่จำเป็นต้องใช้ความชำนาญ และการใช้เครื่องพิมพ์ดีดจะใช้ได้กับ bulletin board ซึ่งเป็นกระดาษแข็งหรือวัสดุที่สามารถพิมพ์ดีดได้

16. ข้อความในป้าย

ข้อความในป้ายต้องมีความถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ และเนื้อหาจะต้องเรียกร้องความสนใจ ง่ายที่จะอ่าน รวมถึงง่ายต่อการเข้าใจ และสั้นได้ใจความ

ถ้าข้อความที่จะสื่อมีเนื้อหาที่ซับซ้อนควรประกอบด้วยหัวข้อ บรรทัดตามและบทสรุป

หัวข้อเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของข้อความในป้ายหัวข้อจะต้องเป็นส่วนที่เรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านและชวนให้ติดตามอ่านข้อความต่อไปหัวข้อที่ดีจะต้องสั้น อักษรโตกว่าข้อความที่ตาม

ย่อหน้านำเรื่องหากจะต้องมีการอธิบายเกิน 1 ตอนจะต้องมีย่อหน้านำเรื่อง เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างหัวข้อกับคำอธิบายต่อไปในส่วนนี้จะต้องได้ใจความ และน่าสนใจ

ย่อหน้าตอนในเป็นการอธิบายให้เข้าใจถึงเรื่องนั้นและจะก่อให้เกิดความประทับใจกับสิ่งนั้น ปกติจะได้ใจความจบในตัวเอง

บทสรุปเป็นส่วนที่ต้องการให้ผู้อ่านปฏิบัติต่อไปอย่างไรบ้าง เช่นถ้าเป็นบริเวณที่
เพราะบางเกิดการเสียหายก็ขอให้ช่วยกันระมัดระวังมิให้เกิดการทำลายเกิดขึ้น

ภาพประกอบการใช้ภาพประกอบ จะทำให้เข้าใจง่าย น่าสนใจและมีประสิทธิภาพ
สูง และรูปที่ใช้ควรมีขนาดใหญ่ชัดเจน รูปดังกล่าวได้แก่ รูปถ่ายรูปเขียน ลายเส้น หรือ ไดอะแกรม
การใช้จะต้องให้กลมกลืนดูแล้วอ่านง่ายและสวยงามด้วย

สีการใช้สีควรจะต้องอ่านง่ายชัดเจนซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้สีตัดกันระหว่างตัวอักษร
และสีพื้นตัวอย่างการใช้สีเพื่อให้เห็นชัดเจนเช่น ตัวหนังสือดำหรือแดง สีพื้นควรเป็นสีเหลืองกับ
ขาว ตัวหนังสือสีเขียวหรือน้ำเงิน สีพื้นควรเป็นสีขาว เป็นต้น

17. ตำแหน่งที่ตั้ง

ป้ายควรจะต้องอยู่บนเสาไม่ควรติดกับต้นไม้หรือก้อนหิน ไม่ควรเขียน
ตัวหนังสือบนต้นไม้ บนผนัง บนก้อนหินเป็นอันขาดติดตั้งแล้วเห็นได้ชัดเมื่อติดตั้งป้ายแล้วจะไม่
ก่อให้เกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยว เช่นอันตรายจากหินหล่นทับ กิ่งไม้หัก หน้าผาที่ไม่มีรั้วกั้น หรือ
ทางชัน เป็นต้น รวมถึงให้พิจารณาติดตั้งในบริเวณที่ถึงแม้ว่ามีคนมาเที่ยวชมมากแต่ไม่เกิดการ
ทำลายธรรมชาติและสิ่ง ที่ควรสงวนในพื้นที่นั้น การติดตั้งในความสูงที่เหมาะสม(กรมอุทยาน
แห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2555,ออนไลน์)
นอกจากนั้น ป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีข้อพึงปฏิบัติ คือตัวแผ่นป้ายควรมีตัวหนังสือ
และภาพควบคู่กัน ไม่ควรมีตัวหนังสือมากเกินไป ควรมีพื้นที่ว่างบนแผ่นป้าย โดยเฉพาะบริเวณ
ขอบ รวมถึงมีจุดดึงดูดความสนใจที่ชัดเจน โยงเนื้อหาและภาษาบนแผ่นป้ายเข้ากับสิ่งแวดล้อมใน
บริเวณที่ติดตั้งป้ายอย่างชัดเจน รวมถึงโครงสร้างประกอบแผ่นป้าย ได้แก่ เสา/ฐาน ป้าย และอื่นๆ
ควรเน้นความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่และผสมผสานกับศิลปะท้องถิ่น นอกจากนี้
ขนาดของป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาและภาพที่บรรจุ หากมีเนื้อหามากควรแบ่งออกเป็นส่วนๆ หรือแยก
เป็นป้ายย่อยๆ ที่สำคัญวัสดุที่นำมาทำแผ่นป้ายควรมีความคงทนจากสภาวะการตามธรรมชาติ
สามารถใช้งานได้ทนทาน หรืออาจมีการฉาบผิววัสดุกันน้ำ ปิดด้วยกระจกหรือวัสดุใสกั้นน้ำได้ควร
เป็นป้ายแนวนอน ติดตั้งบนขอบกันตกหรือบนฐานอิสระที่สูงจากพื้นไม่เกิน 70 เซนติเมตร ทำมุม
เอียงประมาณ 45 องศา หรืออาจเป็นป้ายแนวตรงตามความสูงของต้นไม้ ความสูงป้ายอยู่ในระดับ

สายตา และอาจมีหลังคาแผ่นป้ายตามความเหมาะสม (กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ดังนั้นการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมในการสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาประเด็นหลักๆ ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพของสื่อความหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และนักสื่อความหมาย

นักท่องเที่ยว โดยปกตินักท่องเที่ยวมีพื้นฐานที่แตกต่างกัน มีความสนใจ และความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน บางคนเดินทางเพื่อต้องการพักผ่อน บางคนมุ่งแสวงหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ในขณะที่หลายคนอาจไม่มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวแต่จำเป็นต้องมาสถานที่ท่องเที่ยวเพราะได้บรรจุรวมอยู่ในรายการนำเที่ยว ในการวางแผนจำเป็นต้องพิจารณารายการนำเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและบรรลุความคาดหวังของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุย่อมมีความสนใจและมองหาประสบการณ์ที่แตกต่างจากคนหนุ่มสาว สื่อที่นำเสนอก็ควรแตกต่างกัน และพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ศักยภาพในการเรียนรู้ ความเข้าใจไม่เหมือนกันโดยสิ้นเชิง แต่ที่สำคัญ นักท่องเที่ยวต้องการมีปฏิสัมพันธ์ต้องการคำชี้แจง แนะนำ ความเข้าใจ และความสนุกสนานเพลิดเพลินในสิ่งที่กำลังถูกนำเสนอ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง ย่อมมีความสนใจ ในการเรียนรู้ และความคาดหวังที่แตกต่างไป ซึ่งจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่เป็นนักวิชาการ มีการเตรียมตัวศึกษาความรู้มาก่อนเกี่ยวกับคุณค่า ความสำคัญ หรือ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว มีความคุ้นเคยกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจ คือ ต้องการมีประสบการณ์และสัมผัสบรรยากาศจริงในการเยี่ยมชม ข้อมูลที่นำเสนอมีสาระ น่าสนใจ นักท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่เร่งรีบ มีเวลาในการเยี่ยมชม ต้องการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าเดินเป็นหมู่คณะ ใช้เวลานานในการเยี่ยมชมศึกษาหาความรู้ อาจให้ข้อเสนอแนะ หรือ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการสื่อความหมาย ถ้าแหล่งท่องเที่ยวมีบริการมัคคุเทศก์บรรยายนำเที่ยว นักท่องเที่ยวมักมีความคาดหวังสูงในข้อมูลเชิงลึก น่าสนใจ และน่าติดตาม นอกจากนี้มัคคุเทศก์ควรมีความชำนาญในสถานที่นักท่องเที่ยวทุกๆ ไป นักท่องเที่ยวประเภทนี้มาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว เพราะอาจเคยได้ยินมา หรือมีความรู้เล็กน้อยจากการอ่านหนังสือ และการเล่าสืบต่อกันมา ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ ต้องการความเข้าใจข้อมูลพื้นฐาน และ นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา นิยมเดินทางมาเยี่ยมชมเป็นหมู่คณะ กับ โรงเรียนหรือสถาบันศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวควรให้ข้อมูลพื้นฐาน เพื่อความเข้าใจ เช่น นักเรียนประถมศึกษาตอนต้น

สื่อที่นำเสนอควรมีสีสัน รูปภาพที่น่าสนใจ มีจำนวนอักษรไม่มาก และสามารถจับสิ่งของที่นำมาแสดงได้ เพื่อเป็นการไม่รบกวนนักท่องเที่ยวคนอื่น ควรมีการบรรยายเฉพาะกลุ่ม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการเลือกสื่อหรือโปรแกรมในการนำเสนอ คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง มักจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมมีหลายประเภท วิธีป้องกันโดยใช้สื่อแบบนำเที่ยว ซึ่งเจ้าหน้าที่เป็นนักสื่อความหมาย จะสามารถควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและลดการจรรยาบรรณวัฒนธรรมได้ ในส่วนของทรัพยากรที่มีความอ่อนไหวทางเสียง เช่น การสำรวจเส้นทางการศึกษาด้วยตนเองพร้อมการบรรยายหูฟัง มีความเหมาะสมกับทรัพยากรการท่องเที่ยวรวมถึงด้านขนาดของพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบริเวณกว้างขวาง ควรมีการบรรยาย อาจใช้ควบคู่กับป้ายนิทรรศการ และแผ่นพับในเรื่องของใจความหลัก ความสลับซับซ้อนในเนื้อหาเช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน เวียงกุมกาม อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์บรรยายประวัติความเป็นมา อธิบายความหมายของสัญลักษณ์ และนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ ชัดเจน มีการเรียบเรียงที่เข้าใจง่าย สร้างความสนุกสนานในขณะที่เยี่ยมชม และวัตถุประสงค์ของโปรแกรมการสื่อความหมาย มีส่วนสัมพันธ์กับการเลือกสื่อหรือกิจกรรมพิเศษ (สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2554, น. 40-42) การป้องกันทรัพยากร มิให้มีการทำลาย หรือลดการทำลายนั้นลง เช่น การท่องเที่ยวที่ต้องมีผู้นำเที่ยว การใช้เส้นทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง ควรใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายต่างๆ นิทรรศการริมทาง (สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต และคณะ, 2543 ; เสรี เวชชบุษกร, 2546)

นักสื่อความหมายการสื่อความหมายโดยเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์เพื่อสื่อเรื่องราวต่างๆ ที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยว เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อความหมาย ที่นักสื่อความหมายนำกลุ่มผู้มาเยือน ออกไปหาความรู้ ประสบการณ์ และความเพลิดเพลินที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏในพื้นที่ เช่น การเดินศึกษาธรรมชาติ การชมและศึกษาถ้ำ การเที่ยวชมแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี การเที่ยวชมในพื้นที่รถบัสหรือรถลากพ่วง และการเที่ยวชมโดยเรือเรือแคนู แพ ข้อดีของสื่อประเภทนี้ มัคคุเทศก์หรือนักสื่อความหมายสามารถหยิบยกสิ่งต่างๆ ที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวมาสื่อได้ตามความเหมาะสม ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องตายตัว แล้วแต่โอกาสในการพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจที่สามารถเข้ากับแกนเรื่องหลักที่กำหนดไว้สำหรับการสื่อความหมายในแต่ละครั้ง เป็นการสื่อที่จัดว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด ถ้านักสื่อความหมายมีความสามารถ มีทักษะ ประสบการณ์ และมีพรสวรรค์ (ดร.รชนี เอมพันธุ์, 2550, น. 14)

นอกจากนั้น นักสื่อความหมาย มีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีมนุษยสัมพันธ์ และมีความรู้ที่จะถ่ายทอดได้ดี นักสื่อความหมายจำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี มีอรรถาสัยที่เป็นมิตรกระฉับกระเฉง และที่สำคัญคือต้องมีอารมณ์ขัน สามารถกระตุ้นให้ผู้คนที่ได้คิด และร่วมค้นหาคำตอบ นักสื่อความหมายจำเป็นต้องมีความเข้าใจ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องราวที่ตนนำเสนอได้ดี ต้องสามารถอธิบายบริบทความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ ผู้คน และสภาพแวดล้อม นักสื่อความหมายจำเป็นต้องมีความเข้าใจกระบวนการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว มีการพัฒนาการใช้สื่อ และอุปกรณ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อจะได้ทราบข้อดี ข้อเสีย และสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2554, น. 42)

การเข้าถึง และการทำความเข้าใจ (Access and Understanding) โปรแกรมการสื่อความหมาย และการนำเสนอไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดที่เหมาะสมและยั่งยืน ควรจะมีความสะดวกต่อสาธารณชนในการเข้าถึงแหล่งมรดกวัฒนธรรม ทั้งทางกายภาพและทางองค์ความรู้ ดังนั้น การสื่อความหมาย ที่มีประสิทธิภาพควรจะสร้างเสริมประสบการณ์เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจของสาธารณชน และสื่อสารถึงความสำคัญของการอนุรักษ์แหล่งมรดกวัฒนธรรม ควรจะส่งเสริมให้บุคคล และชุมชนได้คำนึงถึงความรับรู้ของตนเองที่มีต่อแหล่ง รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อย่างมีความหมายกับแหล่งโดยให้ภูมิรู้รวมทั้งสภาพความจริง มีเป้าหมายที่จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และการเรียนรู้สืบเนื่องต่อไป ในส่วนของโปรแกรมการสื่อความหมายควรมีการประเมินผู้รับข้อมูลทั้งในด้านจำนวนประชากร ด้านวัฒนธรรม อีกทั้งจะต้องพยายามสื่อสารถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งให้เข้าถึงผู้รับข้อมูลที่หลากหลาย รวมทั้งความหลากหลายของภาษาในกลุ่มผู้เข้าชมแหล่งชุมชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นประเด็นพิจารณาสำหรับโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมาย จึงมีกิจกรรมและการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ที่สำคัญการมีส่วนร่วมของสาธารณชนสามารถเข้าถึงได้ทางกายภาพแต่ในกรณีที่มีการเข้าถึงแหล่งทางกายภาพถูกจำกัดเนื่องจากประเด็นการอนุรักษ์ ความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม การใช้สอยที่ถูกปรับเปลี่ยนไป หรือด้วยประเด็นความปลอดภัย ควรจะจัดให้มีการสื่อความหมาย และการนำเสนอนอกแหล่งท่องเที่ยว (อุมาพร มุณีแนม, 2552, น.64)

การสื่อความหมายทุกประเภท ทั้งการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ควรมีการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการโต้ตอบ หรือสอบถามในข้อที่นักท่องเที่ยวสงสัยได้ รวมถึงการดึงดูด ใจ สิ่งสำคัญมีส่วนร่วมในการออกแบบ ซึ่งรายละเอียดขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะใช้ร่วมกัน และหากต้องการให้วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย

บรรลุป่าหมายควรเขียนคำบรรยายให้เหมาะสมกับพื้นฐานของนักท่องเที่ยว หรือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Screven, 1986, p. 109)

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่า การสื่อความหมาย มีหลากหลายรูปแบบ สามารถเลือกใช้ให้เหมาะกับสถานที่ และผู้มาเยือนในสถานที่นั้นๆ การกำหนดรูปแบบของสื่อความหมายที่ได้จากความต้องการต้องเหมาะสมกับ เพศ อายุ และวัย ปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญกับการรับรู้ หากมีความเข้าใจหรือความสนใจ และจดจ่อเรื่องราวเนื้อหาที่น่าสนใจ ในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมีสมาธิ สามารถจดจำเรื่องราว สถานที่ หรือเหตุการณ์ได้นานมากขึ้น ลักษณะของการสื่อความหมาย แบ่งออกเป็น การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และ การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้และประสบการณ์ในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว

ในการศึกษาครั้งนี้จะนำแนวคิดเรื่องการสื่อความหมายมาวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพะโคะ รวมทั้งนำข้อมูลซึ่งได้มาจากลักษณะการสื่อความหมายที่ใช้ในปัจจุบัน ความต้องการนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

1. ความหมายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลักของธุรกิจท่องเที่ยว ความอยู่รอดของธุรกิจท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใหม่ตัดสินใจเลือกใช้บริการควบคู่ไปกับการรักษานักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมให้กลับมาใช้บริการของธุรกิจต่อไป โดยการเดินทางท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะในด้านต่าง เช่น ระยะเวลา ระยะเวลา ความสมัครใจ และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เป็นต้น พฤติกรรมที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทนั้นมีความแตกต่างกันอย่างน้อยสามประการได้แก่ ประการแรก สถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวแต่ละแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวบางประเภทเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ท้าทาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางประเภทเลือกไปยังสถานที่ซึ่งมีความปลอดภัยสูง ประการสอง กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางประเภทใช้เวลาส่วนใหญ่ในการพบปะกับคนในท้องถิ่นเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของคนที่อยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หรือนักท่องเที่ยวบางกลุ่มให้

ความสำคัญกับการจัดงานเลี้ยงเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงและอาบแดดบนชายหาดมากกว่า และประการสุดท้าย รูปแบบในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีรูปแบบในการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่บางกลุ่มเลือกที่จะวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554, น. 27-29)

นอกจากนั้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ เช่น กริยาท่าทาง คำพูด การแสดงออกถึงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริการด้านอื่นๆ การแสดงออกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจเกิดจากการศึกษา การอบรมเลี้ยงดู เพศ วัย ประสบการณ์ การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถเลือกวิธีตลอดจนรายละเอียดในการให้บริการที่ดีและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังไว้ก่อนหน้านี้ โดยมีวัตถุประสงค์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวซ้ำ (เดชา บุญค้ำ, 2531 อ้างใน ปราโมชน์ รอดจรรย์ส, 2553) ได้สรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น 9 สาเหตุดังนี้ 1) การชมเมืองโบราณ นักท่องเที่ยวที่นั่งรถชมเมืองหรือใช้ยานพาหนะอื่นๆ เช่น รถม้า รถสามล้อไปตามเส้นทางที่ผ่านบริเวณสำคัญของเมือง ระหว่างทางอาจมีมัคคุเทศก์บรรยายถึงประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์และสถานที่สำคัญไปด้วย 2) การเข้าชมสถานที่สำคัญ คือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการชม เช่น สถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑสถานผลิตภัณฑ์พื้นเมือง โดยจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวในการเข้าชมให้เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว การเตรียมสถานที่เพื่ออำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น 3) การขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง สถานที่ท่องเที่ยวอาจเป็นภูเขาหรือสิ่งก่อสร้างจะต้องให้ความสะดวกและปลอดภัยในการเข้าชม จัดสถานที่หรือจัดรายการให้สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากพอ 4) การชมการเล่นพื้นบ้านหรืองานเทศกาล การท่องเที่ยวประเภทนี้จะเน้นรูปแบบและขนาดของการเล่น โดยการเล่นนั้นอาจจัดขึ้นเป็นการถาวรหรืออาจจัดขึ้นเป็นครั้งคราวเพื่อความเหมาะสม 5) การซื้อของ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมการซื้อของที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์พื้นเมือง โดยจัดบริเวณขายอาหารและขายสินค้าไปด้วยกัน 6) การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ส่วนใหญ่เป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีการไหว้พระปิดทอง การบริจาคเงิน การแก้บน และมีการซื้อสินค้าที่วางขายอยู่ในบริเวณนั้น 7) การแข่งขันกีฬาและการดูกีฬา การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ชอบการแข่งขันประเภทต่างๆ โดยเฉพาะการแข่งขันฟุตบอล การชกมวย นักท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นนักการเมือง นักธุรกิจ เพราะแสดงให้เห็นถึงรสนิยมและมีรายได้สูง 8) การพนัน นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อเล่นการพนันจะเดินทางไปยังบ่อนที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกกฎหมาย นักท่องเที่ยวเพื่อเล่นการพนันส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพล มี

ฐานะทางการเงินดี 9) การผจญภัย นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปตามสถานที่ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นการแสดงออกถึงการผจญภัย ดังนั้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่นั่นเกิดจากสาเหตุที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ผลที่ได้รับอาจหมายถึงความสุขและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แบ่งเป็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนี้

2, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ในอดีตการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เดินทางไปยังศาสนาสถาน เดินทางไปปฏิบัติราชการหรือเพื่อประกอบธุรกิจในต่างจังหวัดขณะเดียวกันก็จะมี การเดินทางท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วยรวมทั้งทางราชการจึงมีการรณรงค์ส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) โดยถือเป็นนโยบายสำคัญ เพราะการท่องเที่ยวทำให้เกิดการกระจายรายได้ เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศ นอกจากนั้นยังเป็นการพัฒนาโลกทัศน์ปลูกจิตสำนึก ความภาคภูมิใจให้คนไทยเกิดความรักหวงแหนทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ

3, วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ทัศนคติการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากอดีตที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของคนมีฐานะดีหรือเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยไม่มีประโยชน์ไม่คุ้มกับเงินที่จ่าย ปัจจุบันเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต เป็นการเปิดโลกทัศน์และให้รางวัลกับชีวิต การเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ เพื่อการพักผ่อน เพื่อชมความสวยงามของธรรมชาติ ทัศนศึกษา ชมเมือง เยี่ยมญาติหรือเยี่ยมเพื่อน ประกอบธุรกิจเพื่อปฏิบัติงานหรือปฏิบัติราชการ ร่วมงานพิธีของญาติหรือเพื่อน ประชุม สัมมนา การให้รางวัลที่เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และการกีฬา

4. พฤติกรรมการเดินทาง

ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเดินทางไปกันเป็นกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนสนิทเพราะสามารถแสดงพฤติกรรมออกมาได้อย่างอิสระ นอกจากนั้นเป็นการเดินทางกับครอบครัวหรือไปกับญาติ โดยนักท่องเที่ยวจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว และเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง สำหรับข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแบ่งออกได้ดังนี้

1. สถานที่ท่องเที่ยว หรือสิ่งที่ดึงดูดใจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม แหล่งบันเทิงและศูนย์การค้า

2. ยานพาหนะ การเดินทางที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะทางกายภาพ และโครงสร้างของการคมนาคม สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นมียานพาหนะประเภทใดที่เข้าถึงได้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมากที่สุด เพราะจะมีอิสระและมีความยืดหยุ่นในการจัดเวลาท่องเที่ยว ไม่มีข้อจำกัดทางด้านระยะทางหรือช่วงเวลาในการเดินทาง ตลอดจนสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ตามด้วยที่นักท่องเที่ยวจะใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวที่อาจเป็นรถบัสหรือรถตู้

3. ระยะเวลา เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับงบประมาณและระยะทางเป็นการเดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือช่วงวันหยุดเทศกาล วันปิดภาคการศึกษาเพราะหยุดติดต่อกันหลายวัน ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจะเดินทางไกลมากกว่าในอดีตเนื่องจากสภาพการคมนาคมสะดวกขึ้นได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมากขึ้น

4. ค่าใช้จ่าย ในการเดินทางท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่ายานพาหนะ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าสินค้าที่ระลึก โดยทั่วไปค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคุ้นเคยแหล่งท่องเที่ยวเป็นประเทศของตนเองจึงสามารถช่วยเหลือตนเองได้ และจะมีความรู้จักเพื่อนร่วมงานหรือญาติคอยให้ความช่วยเหลือตลอดจนอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังมีข้อจำกัดทางการเงินเนื่องจากความแตกต่างของสภาพเศรษฐกิจ ชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างประหยัด

5. แหล่งข้อมูล นักท่องเที่ยวมีโอกาสจะได้รับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากการบอกเล่าของญาติหรือเพื่อน จากนิตยสารนำเที่ยว การโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ จากบริษัทนำเที่ยว รวมถึง Internet และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

6. บริษัทนำเที่ยว ปัจจุบันมีบริษัทที่ดำเนินงานธุรกิจเกี่ยวกับการนำเที่ยวภายในประเทศเป็นจำนวนมากให้บริการอย่างได้มาตรฐานและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยยังคงนิยมการเดินทางด้วยตนเอง ดังนั้น ธุรกิจของบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

5. การแบ่งโครงสร้างนักท่องเที่ยว

การเดินทางของแต่ละคนมีเหตุผลที่แตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม อารมณ์ ฯลฯ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. เพศ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวเพศหญิงเพิ่มจำนวนมากขึ้นจนมีสัดส่วนพอๆ กับนักท่องเที่ยวเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีการศึกษามากขึ้น มีรายได้ดีขึ้น มีมาตรฐานการดำเนินชีวิตดีขึ้น เป็นโสดมากขึ้น แต่งงานช้าลง ประกอบกับการเดินทางท่องเที่ยวมีความสะดวกปลอดภัยมากขึ้น โดยแบ่งความนิยมการท่องเที่ยวออกตามลักษณะเพศ คือ เพศชาย นิยมท่องเที่ยวไปกับกลุ่มเพื่อน สถานที่ท่องเที่ยวที่ทำหาย ผจญภัย สำหรับเรื่องที่พักนักท่องเที่ยวเพศชายไม่ค่อยให้ความสำคัญ ส่วนเพศหญิง นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว ชอบแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติหรือศูนย์การค้า ที่พักเน้นด้านความปลอดภัยความสะดวกและมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าเพศชาย

2. อายุ เป็นลักษณะสำคัญของนักท่องเที่ยว เพราะอายุจะบอกถึงสภาพทางร่างกาย จิตใจ และรายได้ นักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในช่วงวัยทำงาน เช่น อายุระหว่าง 25-34 ปี เนื่องจากคนในวัยนี้มีความมั่นคงในชีวิตหน้าที่การงาน มีอำนาจซื้อ มีสภาพร่างกายเอื้อกับการท่องเที่ยวมากกว่าคนในวัยอื่น สำหรับผู้ที่มีอายุมากกว่านี้จะเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความสะดวกสบายปลอดภัย เช่น เที่ยววัด โบราณสถาน ฯลฯ ผู้ที่มีอายุมากจะไม่นิยมการท่องเที่ยวที่ลักษณะที่เสี่ยงหรือต้องใช้กำลัง

3. การศึกษา มีผลทำให้ทัศนคติตลอดจนค่านิยมของนักท่องเที่ยว ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่ามีโอกาสและมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้มีการศึกษาต่ำกว่า เพราะผู้มีการศึกษาสูงกว่าจะมีอาชีพตำแหน่งงานและรายได้ที่ดีกว่ามีอำนาจซื้อสูงกว่ามีเวลาในการเดินทางมากกว่า

4. สถานภาพ คนโสดนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ส่วนผู้สมรสแล้วหรือมีบุตรโตพอสมควรจะเดินทางไปกับครอบครัวท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่มีความสะดวกสบายและมีค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่โสด สำหรับวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวผู้สมรสแล้วจะ

เดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ ส่วนคน โสคนิยมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหาความสนุกสนานในลักษณะการผจญภัย

5. แหล่งที่อยู่ นักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่จะมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ เพราะมีศักยภาพและมีกำลังซื้อสูงกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ต่างจังหวัด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดในภาคใต้

6. รายได้ นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยว ผู้ที่มีรายได้สูงมีวัตถุประสงค์ท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อน สำหรับผู้มีรายได้ต่ำจะท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติหรือเยี่ยมมิตรสหาย สิ่งจูงใจให้เดินทางท่องเที่ยวของผู้ที่มีรายได้สูงเกิดจากได้รับข้อมูลข่าวสารมากกว่าหรือเกิดจากประสบการณ์ที่ประทับใจในอดีต ผู้ที่มีรายได้ต่ำจะเดินทางท่องเที่ยวเป็นผลพลอยได้จากการทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น เยี่ยมญาติ ไหว้พระ เป็นต้น

7. อาชีพ มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวโดยมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา ได้ส่งผลถึงรสนิยมและพฤติกรรมของการท่องเที่ยว อาชีพที่มีลักษณะงานยืดหยุ่นจะมีโอกาสในการท่องเที่ยวมากกว่า เช่น ผู้ที่ทำงานในธุรกิจขนาดเล็กหรือทำงานในห้างสรรพสินค้า นายจ้างจัดให้มีสวัสดิการนำเที่ยวในวันหยุดเทศกาล

6. กลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยว

การดำเนินทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ จะเน้นเป้าหมายที่สำคัญ 5 กลุ่มดังต่อไปนี้

1. กลุ่มข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจำนวนมากเป็นผู้มีรายได้ประจำมีเงินออม นิยมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เป็นผู้มีการศึกษาเข้าใจถึงประโยชน์และความสำคัญของการท่องเที่ยว

2. กลุ่มข้าราชการบำนาญ อยู่ในวัยเกษียณอายุจากราชการแล้ว รายได้ค่อนข้างมั่นคง มีเวลาว่าง ต้องการหาความสุขในบั้นปลายชีวิต ลักษณะการท่องเที่ยวเน้นสถานที่สงบ สวยงาม สะดวกสบายไม่เร่งรีบ

3. กลุ่มเยาวชน เป็นวัยรุ่นที่กำลังศึกษาและยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง จะเดินทางกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความเป็นเพื่อน ความสนุกสนาน การผจญภัย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเติบโตเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต

4. กลุ่มลูกจ้าง กลุ่มนี้เป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท เดินทางท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความสนุกสนาน มีโอกาสได้พบเห็นแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ กลุ่มลูกจ้างนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็น ภูเขา ชายทะเล น้ำตก เป็นต้น

5. กลุ่มแม่บ้าน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไปกับเพื่อนสนิทหรือเพื่อนบ้านโดยหาเวลาว่างจากภาระงานบ้าน เช่น ช่วงเด็กนักเรียนปิดเทอม จะท่องเที่ยวโดยเน้นความสนุกสนานที่ได้เดินทางไปกับเพื่อนสนิท ได้รับประทานอาหารที่อร่อย มีโอกาสซื้อของที่ถูใจ ไม่ว่าจะป็นของกิน ของใช้ หรือของฝาก (ปราโมชน์ รอดจำรัส, 2553, น. 118-124)

ดังนั้น ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวกล่าวถึงสองกรณี คือ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว และ ปัจจัยที่ทำให้เลือกประเภทหรือลักษณะในการท่องเที่ยว การตัดสินใจท่องเที่ยวอาจมีองค์ประกอบอื่นๆ ตามมา เช่น แหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทาง พาหนะที่ใช้ ระยะเวลาการท่องเที่ยว เพื่อนเดินทาง ที่พัก กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว งบประมาณในการท่องเที่ยว เป็นต้นและปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวมาเป็นตัวกำหนด คำตอบในการตัดสินใจ เลือกองค์ประกอบเหล่านี้ โดย Swarbrooke และ Homer(1999) แบ่งปัจจัยเลือกในการเที่ยวออกเป็นสองประเภท คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยภายนอก ในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบ่งย่อยได้สี่ประเภท ประกอบด้วย สถานการณ์ ความรู้ ทักษะและการรับรู้ ประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลประเภทต่างๆมีรายละเอียดดังนี้ สถานการณ์ ได้แก่ รายได้ เวลาพักผ่อน ภาระงาน การมีรถ ส่วนความรู้ ได้แก่ จุดหมายปลายทาง ตัวเลือก ราคาของตัวเลือก สำหรับคิดและการรับรู้ ประกอบด้วย มุมมองทางการเมือง ความชอบส่วนตัว ความหมายของความคุ้มค่า การจองล่วงหน้า ทักษะที่มีต่อพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์ ประกอบด้วย ประเภทการท่องเที่ยว การเดินทางคนเดียว/กลุ่ม การซื้อแบบมีส่วนลด เป็นต้น นอกจากนั้น ปัจจัยในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวค่อนข้างจะซับซ้อนไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีความต้องการของตนเอง แต่ละกลุ่มมีปัจจัยเฉพาะของตน ดังนั้นการท่องเที่ยวทุกคนย่อมต้องยอมลดความต้องการของตนเองลงเพื่อที่จะให้ตรงกับความสะดวกในการเดินทางเป็นกลุ่ม อย่างไรก็ตามการที่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มย่อยจะต้องมีปัจจัยที่สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวแต่ละคนด้วย (สุภลักษณ์ อัครางกูล, 2554, น. 59-61)

ปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยภายในที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ แรงจูงใจเป็นแรงขับที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกายและจิตใจโดยผ่านการซื้อสินค้าและบริการ สำหรับนักท่องเที่ยวแรงจูงใจก็คือแรงขับภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไป

เที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง หรือพักโรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง แรงจูงใจนี้เป็นพื้นฐานมาจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นก็เป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว แต่แท้จริงแล้วแรงจูงใจมีความแตกต่างจากวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวตรงที่แรงจูงใจเป็นเหตุผลภายในของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันวัตถุประสงค์เป็นเพียงเหตุผลภายนอกเท่านั้น แรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือแรงจูงใจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้คนเดินทางท่องเที่ยวและยังมีความสำคัญในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ, 2554, น. 96-97)

7. ต้องการด้านการท่องเที่ยว

ความต้องการของมนุษย์แบ่งเป็น สองลักษณะคือ ความต้องการทางจิตใจและสังคม ความต้องการประเภทนี้ค่อนข้างสลับซับซ้อนและเกิดขึ้นจากสภาพสังคม วัฒนธรรม การเรียนรู้ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับ ความต้องการประเภทนี้จะมีความแตกต่างกันออกไปเนื่องจากสภาวะแวดล้อมที่อยู่รอบข้างของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งลักษณะสำคัญของความต้องการทางจิตใจและสังคมมีดังนี้ ความต้องการเกิดจากสังคมที่เป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรม และกลายเป็นลักษณะนิสัยประจำตัวของแต่ละคน สิ่งเหล่านี้แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม รวมถึงเกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ จึงจะเข้าใจและเลือกกระทำได้ ความต้องการเปลี่ยนแปลงได้ แม้ในตัวคนเดียวกัน นอกจากนั้นยังมีมากขึ้นเมื่ออยู่รวมกลุ่มมากกว่าอยู่คนเดียว ซึ่งเป็นพฤติกรรมปกปิดมากกว่าพฤติกรรมเปิดเผย จะแสดงออกเมื่อมีสิ่งเร้า ความต้องการที่มองไม่เห็นเป็นนามธรรมมากกว่ารูปธรรมและความต้องการทางจิตใจและสังคมมีอิทธิพลที่จะผลักดันให้ทำอะไรก็ได้ บางครั้งปราศจากเหตุผลและคุณธรรม

ส่วนลักษณะที่สอง คือต้องการทางกายภาพ ซึ่งเป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นพร้อมกับความต้องการดำรงชีวิต วุฒิภาวะไม่จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์การเรียนรู้ แต่เกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการทางร่างกายเป็นสำคัญ เป็นแรงขับเคลื่อนเบื้องต้นที่ร่างกายถูกกระตุ้นทำให้เกิดความว่องไว กระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวาตอบสนองต่อสิ่งเร้า เกิดขึ้นจากสภาวะทางอารมณ์ สิ่งกระตุ้นทั้งภายนอกและภายใน ได้แก่ ความต้องการอาหาร ความต้องการน้ำ ความต้องการทางเพศ ความต้องการอุณหภูมิ ความต้องการหลีกเลี่ยงความเจ็บป่วย ความต้องการพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการอากาศบริสุทธิ์ ความต้องการขับถ่าย เป็นต้น ความต้องการพื้นฐานโดยทั่วๆ ไปทางวัตถุประสงค์

หรือสิ่งที่มองเห็น ได้แก่ ปัจจัยสี่ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2547, น. 48-51)

นอกจากนี้ แอลเดอร์เฟอร์ ได้คิดทฤษฎีความต้องการที่เรียกว่า ทฤษฎีอ็อดริจ โดยแบ่งความต้องการไว้ สามประการคือ หนึ่งความต้องการมีชีวิตอยู่ เป็นความต้องการที่ตอบสนองเพื่อให้มีชีวิตอยู่ต่อไป ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ และความต้องการความปลอดภัย ส่วนประการที่สองต้องการมีสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่น เป็นความต้องการของบุคคลที่มีสัมพันธ์กับบุคคลอื่นรอบข้างอย่างมีความหมาย และประการสุดท้ายต้องการความเจริญก้าวหน้า เป็นความต้องการสูงสุด รวมถึงความต้องการได้รับการยกย่อง และความสำเร็จในชีวิต (Alderfer, 1972) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่คล้ายคลึงกับทฤษฎีของมาสโลว์ โดยได้อธิบายถึงความต้องการของบุคคลไว้ จะเห็นจากการแบ่งความต้องการลำดับขั้นนั้นทำให้ทราบว่าบุคคลต้องการด้านสรีรวิทยาเป็นอันดับแรก ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการเสมอ และไม่มีวันสิ้นสุด และความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเป็นสิ่งที่จูงใจพฤติกรรมของบุคคลนั้น ในความต้องการของแต่ละบุคคล โดยเรียงลำดับความสำคัญจากความต้องการพื้นฐาน จนถึงความต้องการขั้นสูงสุด เรียกว่า "ลำดับขั้นความต้องการ" เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลนั้นจะให้ความสนใจกับความต้องการระดับขั้นสูงต่อไป (วิไลฐ วรชัยเวีย, 2551, น. 10)

ส่วนแมคเคลีแลนด์ (1956) และเมอร์เรย์ (1938) มีทฤษฎีที่ตรงกัน โดยได้เน้นความต้องการได้ สามประเภท คือ ประเภทที่หนึ่ง ความต้องการประสบความสำเร็จ กระทำการสิ่งในสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และบรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนา ประเภทที่สองความต้องการมิตรสัมพันธ์ ที่ดีกับผู้อื่น โดยคำนึงถึงการยอมรับของผู้อื่น และประเภทสุดท้ายต้องการอำนาจ ต้องการมีอิทธิพลเหนือคนอื่น ควบคุมผู้อื่นให้อยู่ในอำนาจของตน ซึ่งเมอร์เรย์ยังมีอีกหนึ่งประเภทที่แตกต่างคือ ความต้องการอิสระ เป็นความต้องการที่เป็นตัวของตัวเอง (McClelland อ้างถึงใน ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2547, น. 52-53) ซึ่งการวิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์แต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน โดยที่ความแตกต่างนี้จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์นี้ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การจะทำให้ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันเปลี่ยนพฤติกรรมนั้น มีความยากง่ายแตกต่างกัน ผู้ที่มีอายุมากจะเปลี่ยนแปลงได้ยากกว่าและชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจคนนั้นจะยากขึ้นตาม (พรทิพย์ สัมปตตานิช, 2529)

สำหรับความแตกต่างของบุคคลจำแนกได้เป็นลักษณะต่างๆ ดังนี้ ความแตกต่างกันในสรีระร่างกาย ซึ่งสังเกตลักษณะได้ชัดเจน เช่น ผิวขาว ผิวดำ อ้วน ผอม ส่วนความแตกต่างกันในด้านสติปัญญาและความสามารถพิเศษ ความแตกต่างในด้านนี้ส่วนใหญ่มาจากพันธุกรรม และ

มีปัจจัยเสริมทางด้านสิ่งแวดล้อมและการอบรมเลี้ยงดูที่คนเราได้รับการส่งเสริมที่แตกต่างกัน รวมถึงความแตกต่างในเรื่องของอารมณ์ ความมุ่งทางอารมณ์ของบุคคลจะอยู่ในระดับที่ต่างกัน ตามการอบรมเลี้ยงดูที่แต่ละคนได้รับมา นอกจากนี้ความแตกต่างทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านเชื้อชาติ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ภาษา เป็นปัจจัยผลักดันให้บุคคลมีคุณลักษณะที่ต่างกัน มีการรับรู้และมองโลกที่แตกต่างกันออกไป ตามวัฒนธรรม เชื้อชาติ เศรษฐกิจ และภาษา ของตน สิ่งที่เด่นชัด คือ ความแตกต่างในด้านเพศ ชายและหญิงมีความแตกต่างกันหลายด้าน ตั้งแต่ โครงสร้างสรีระ ความต้องการ ความคิดเห็น ทักษะคิด และความเชื่อ นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างกันในด้านความรู้ และประสบการณ์ ความแตกต่างกันในด้านนี้ขึ้นอยู่กับโอกาส ของบุคคลที่ได้รับการศึกษา การเรียนรู้ การฝึกประสบการณ์มากนักน้อยเพียงใด (นิภา แก้วศรีงาม, 2527)

ดังนั้น สำหรับงานวิจัยนี้ ความต้องการหมายถึง แรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการแสวงหาทางออก เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในด้านการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีแรงจูงใจผลักดันให้เกิดความต้องการของนักท่องเที่ยว

1. แรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางการท่องเที่ยว

การจูงใจ มีลักษณะนามธรรม กล่าวคือ เป็นวิธีการที่จะชักนำพฤติกรรมผู้อื่นให้ประพฤติปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของใครจะเกิดขึ้นได้ต้องมีแรงจูงใจ เหตุนี้การจูงใจจึงเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าหรือแรงจูงใจ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การจูงใจหมายถึงความพยายามที่จะชักจูงให้ผู้อื่นแสดงออกหรือปฏิบัติตามต่อสิ่งจูงใจ สิ่งจูงใจอาจมีทั้งจากภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้นๆ มูลเหตุจูงใจอันสำคัญของบุคคล คือ ความต้องการ (สมพงษ์ เกษมสิน, 2523, น. 303) ซึ่งคอทเลอร์ได้จัดระดับความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ระดับดังนี้

1. ความต้องการในระดับ Need คือ ต้องการที่เป็นการแสวงหาความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน เช่น ความต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ความปลอดภัย ศักดิ์ศรี ความต้องการยกระดับสังคม

2. ความต้องการในระดับ Want คือ ความปรารถนาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่เฉพาะเจาะจงจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น เมื่อหิวระบุว่า อยากทานข้าว อยากทานกล้วยเดี่ยว

3. ความต้องการในระดับ Demand คือ ความต้องการที่ระบุชัดเจนลงไปเพื่อตอบสนองความต้องการในระดับ Want โดยมีปัจจัยนำมาประกอบเพิ่มเติมคือ ความสามารถและความเต็มใจจ่าย เพื่อบรรลุความต้องการในระดับนี้ (Kotler, 1997)

นอกจากนั้น แรงจูงใจเป็นเหตุที่ทำให้ผู้คนเดินทางท่องเที่ยวและยังมีความสำคัญอย่างยิ่งในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งในปัจจุบันมีทฤษฎีที่สามารถนำมาอธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวได้สามทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ทฤษฎีแรงผลักดันและแรงดึง และทฤษฎีหลีกหนีและแสวงหาซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2. ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ

เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีความเก่าแก่มากที่สุด ทฤษฎีที่นำเสนอโดยมาสโลว์ใน ปี ค.ศ. 1943 โดยได้รับการยอมรับจากนักวิชาการด้านนันทนาการมากที่สุด ซึ่งมาสโลว์กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด ความต้องการขั้นต่ำสุดจะต้องได้รับการตอบสนองก่อนจึงจะมีความต้องการในขั้นต่อไป โดยมาสโลว์แบ่งความต้องการออกเป็นห้าขั้น ได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ ความต้องการทางด้านความปลอดภัย ความต้องการด้านสังคม ความต้องการการยกย่อง และความต้องการด้านการบรรลุศักยภาพสูงสุด ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานที่สุด ความต้องการในขั้นนี้ไม่เพียงแต่ประกอบไปด้วยความต้องการทางกายภาพ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ที่พักอาศัย และยารักษาโรคนั้น ยังหมายถึงความต้องการด้านชีวภาพ เช่น การนอน การออกกำลังกาย และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety needs) หลังจากนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองทางกายภาพไม่ว่าจะเป็นทั้งหมดหรือบางส่วน นักท่องเที่ยวเริ่มต้องการแรงจูงใจที่จะแสวงหาสิ่งอื่นมาตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัย คือ ความต้องการการปกป้องจากอันตรายต่างๆ นักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองทางกายภาพแล้วมักจะมองหาสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม หรือร้านอาหารที่มีปลอดภัย ทั้งเรื่องสวัสดิภาพและสุขภาพในขณะที่ท่องเที่ยว

3. ความต้องการด้านสังคม (Social needs) ความต้องการที่จะให้หรือรับความรักและได้รับการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ดังนั้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักจะมาเพื่อตอบสนองความต้องการในขั้นนี้จึงต้องเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มคนที่พวกเขาอยากได้รับการยอมรับทำ

กัน เพราะหากไปแสดงพฤติกรรมในแนวทางอื่นก็ไม่อาจได้รับการยอมรับจากคนในกลุ่มได้เช่น นิสิตนักศึกษาต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนที่ชอบเที่ยวแบบหลายๆ การจะได้รับการยอมรับจากเพื่อนกลุ่มนี้คงไม่ใช่การใช้บริการในโรงแรมหรูหราก็แต่เป็นการตัดสินใจไปเที่ยวแบบสมบุกสมบันเหมือนเพื่อนๆ คนอื่น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เมื่อได้รับการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแล้ว บุคคลก็ย่อมจะเกิดความต้องการที่ได้รับการยกย่องจากคนในกลุ่มเป็นลำดับต่อไป ความต้องการการยกย่องคือ ความปรารถนาที่จะมีความรู้สึกภาคภูมิใจในตัวเอง และได้รับความเคารพจากผู้อื่นเช่น การพักในโรงแรมห้าดาวอาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนๆ ที่เป็นชนชั้นสูงด้วยกัน

5. ความต้องการบรรลุศักยภาพสูงสุดของคน (Self-actualization needs) เป็นความต้องการที่จะตระหนักถึงศักยภาพสูงสุดของตนเอง โดยส่วนใหญ่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการขั้นนี้ก็จะเป็นการตามความฝันของตนเอง เช่น การเดินทางไปปีนยอดเขาเอเวอร์เรสต์ หรือ การเดินทางไปท่องอวกาศ เป็นต้น

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีอำนาจการซื้อและมีความเต็มใจจ่ายค่าสินค้าและบริการ ที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น หรือลดลงย่อม หมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวด้วย (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2544, น. 19) สำหรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยโดยรวมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม การพักผ่อน อาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าที่ระลึก ระเบียบการเข้าเมือง ตลอดจนสภาพแวดล้อม สังคมวัฒนธรรม ประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เอกลักษณ์ของท้องถิ่น ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2546, น. 102) ส่วนสินค้าทางการท่องเที่ยว เป็นสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้แก่ ความสะดวกสบาย ความมีมาตรฐานในบริการขั้นพื้นฐาน ความสะอาด ความแปลกใหม่ควรค่าแก่การเรียนรู้ ความพึงพอใจที่ได้รับ ความประทับใจ บรรยากาศของเมืองและสภาพแวดล้อมที่ทำให้เกิดความสบายใจและเกิดความสุข

ที่ได้มาเยือน คຸ້ມคຳกັບการจ่ายเงินและเวลาที่ใช้สำหรับการพักผ่อนท่องเที่ยว ซึ่งบางครั้งสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบของการบริการนั้นไม่สามารถนำกลับไปด้วยเหมือนสินค้าประเภทอื่นๆ แต่ยังคงประทับอยู่ในความทรงจำตลอดไป (John Swarbrooke, 1999, p. 35-39)

ความต้องการในการท่องเที่ยวที่วนั้นเกิดจากหลายเหตุผล นักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับจุดประสงค์ของตนเอง เหมาะกับงบประมาณที่จะใช้จ่ายให้คຸ້ມคຳกັบความสุข และความประทับใจที่ได้รับมา (Stephen j Pang and et al., 2001, p. 59) แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสมผสานกันเป็นสิ่งดึงดูดใจ ทั้งในด้านความสวยงามทรัพยากรการท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมวัฒนธรรม ประเพณีเทศกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก หรือบริการอื่นๆ ปัจจัยพื้นฐาน ส่วนระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภคการขนส่ง และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยว (Mill and Morrison อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546, น. 32) นอกจากนี้ความต้องการการท่องเที่ยวมีสามประเภท คือ ความต้องการปัจจุบัน ซึ่งเป็นความต้องการที่นักท่องเที่ยวมีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่าย นักท่องเที่ยวประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการทันที ประเภทที่สอง ความต้องการที่มีแนวโน้ม นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ขาดองค์ประกอบอื่นๆ เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อการเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการโดยอาศัยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว และประเภทสุดท้าย ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้ หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการแบบนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารต่างๆ ตลอดจนการพัฒนาาระบบข้อมูลซึ่งจะสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการการท่องเที่ยวโดยไม่ยาก (Mathieson and Wall, 1996) รวมถึงที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการในการเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ วัตถุเชิงโบราณคดี สถานที่เชิงประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อาคารพิพิธภัณฑสถานที่อยู่ชาวบ้าน สถานที่สำคัญทางการเมือง สถานที่การศึกษา สถานที่ศาสนา และสถานที่สำคัญหรือมีลักษณะที่แสดงถึงวัฒนธรรม (Hudman, Lloyd E.)

ธรรมชาติความต้องการนักท่องเที่ยว มีความพยายามที่จัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มๆ ที่สามารถบอกถึงพฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ แต่ความจริงแล้วแต่ละบุคคลมีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างจากผู้อื่นไม่น้อย หากแต่เสนอบริการให้นักท่องเที่ยวเป็นรายคนจะเกิดค่าใช้จ่ายสูงและส่งผลกระทบต่อราคาค่าบริการที่แพง ดังนั้น

ผู้ประกอบการจึงพยายามแบ่งกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวและลักษณะเฉพาะของความต้องการในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มครอบครัว เป็นปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวที่สำคัญของครอบครัว คือ ลูก โดยดูจากความต้องการที่เกี่ยวข้องกับลูกเป็นหลัก ซึ่งความต้องการดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุของลูก เช่น เมื่อลูกยังเป็นวัยเด็กอ่อน ครอบครัวมักจะเลือกเดินทางไปในที่ที่มีความปลอดภัยสูง รวมถึงความสะดวกสบาย ส่วนวัยเข้าโรงเรียน วัยนี้ต้องการเล่นกับเพื่อนวัยเดียวกันและชอบเล่นสนามเด็กเล่น เล่นน้ำในสระ สนุกกับกิจกรรมต่างๆ และวัยรุ่น เป็นช่วงที่เด็กมีความต้องการมีกิจกรรมเป็นของตนเอง โดยเป็นกิจกรรมที่คล้ายกับผู้ใหญ่มากขึ้น สำหรับเด็กที่ต้องการเที่ยว โดยไม่มีพ่อแม่ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวอาจเป็น ทัศนศึกษากับโรงเรียน เข้าแคมป์ เที่ยวกับกลุ่มเพศเดียวกัน เป็นต้น ส่วนกลุ่มเพื่อความสำราญ ให้ความสำคัญกับความสุขส่วนตัว โดยมากเป็นผู้ใหญ่ช่วงต้นเป็นกลุ่มที่ชอบดื่มแอลกอฮอล์ ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แตกต่างจากกลุ่มครอบครัวโดยสิ้นเชิง ซึ่งจะใช้เวลาอยู่ไปกับการอยู่ชานชายหาดหรือสระว่ายน้ำในเวลากลางวัน พอดกเย็นจะออกเที่ยวกลางคืนและกลับเข้าที่พักเวลาเกือบเช้าของวันรุ่งขึ้น การท่องเที่ยวมักจะเป็นเพศเดียวกัน ชอบอิสระ เรียบง่ายและมักจะพักที่มีบริเวณประกอบอาหารเอง สำหรับกลุ่มแบกเป้ต้องการการเดินทางที่เป็นอิสระ ค่าใช้จ่ายต่ำ พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่เหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป และวันที่พำนักยาวกว่าปกติ มักจะเป็นกลุ่มนักศึกษา ใช้เวลาในช่วงวันหยุดปิดเทอมยาวกลุ่มเยี่ยมญาติ จัดเป็นการท่องเที่ยวเที่ยวที่ประหยัดสำหรับผู้มีรายได้น้อย จุดประสงค์การเดินทางอาจมีหน้าที่เป็นธุระมาเกี่ยวข้อง เช่น การเดินทางไปร่วมงานแต่งงาน หรือประเพณีต่างๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับบรรพบุรุษ เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มนักทัศนจรส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบวันเดียว สามารถตัดสินใจได้ในเวลาอันรวดเร็วในการไปแหล่งท่องเที่ยวใกล้ๆ มักจะเดินทางโดยรถส่วนตัว หรือบางส่วนเดินทางโดยรถโดยสาร ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ของบริการอาหาร เครื่องดื่ม และแหล่งซื้อของต่างๆ การเดินทางซื้อของแบบเช้าเย็นกลับ อาจเป็นการเดินทางไปประเทศเพื่อนบ้าน ใกล้เคียง สำหรับกลุ่มเชิงการศึกษา เช่น แลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย การเรียนภาษาในต่างประเทศ การท่องเที่ยวกลุ่มนี้ผู้ที่มีความสนใจตรงกันและความต้องการศึกษาในสิ่งที่สนใจนั้น อาทิ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การทำอาหาร ส่วนกลุ่มเชิงศาสนาการเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลักถือปฏิบัติมาตั้งแต่ยุคแรกๆ สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาไม่ได้มีเพียงผู้ที่นับถือศาสนาเท่านั้นที่เข้าเยี่ยมชม หากแต่นักท่องเที่ยวอื่นๆ ยังสนใจเข้าชมความงาม หรือเข้าไปพักผ่อนสงบจิตใจ โดยเฉพาะสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบัน และกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนี้มีเวลา มีเงิน และยังมีสุขภาพดีพอที่จะท่องเที่ยวได้และสนใจในครอบครัว เพื่อน สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ จุดประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนเยี่ยมญาติ และมักจะใช้พาหนะเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

กลุ่มผู้สูงอายุนับเป็นหนึ่งในสามของนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2554, น. 89-105)

ต้องมีการจัดเส้นทางเดินให้นักท่องเที่ยวสังเกตเห็นได้ชัด โดยจัดขนาดให้เหมาะสมกับกลุ่ม พร้อมทั้งเตรียมบริเวณเพื่อความสะดวกกับผู้นำทาง โดยทั่วไปจะมีสถานที่ขายสินค้าที่ระลึกของสถานที่เหล่านั้น ส่วนการเข้าชมเมืองโบราณ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ชอบนั่งรถชมเมือง หรือเดินชมเมือง หรือใช้ยานพาหนะอื่นๆ เช่น รถม้า รถสามล้อ เป็นการสัญจรไปตามเส้นทาง และผ่านบริเวณสำคัญของเมือง ระหว่างทางอาจมีการบรรยายถึงประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิถีชีวิตของพลเมือง และสถานที่สำคัญของเมือง ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง อาจเป็นหอคอย เจดีย์ เช่น ภูเขาทอง พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม หรือ ภูเขาที่อยู่ในเมือง เช่น เขารัง จังหวัดภูเก็ต วัดพระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น การจับจ่ายซื้อสิ่งของ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อของที่ระลึกผลิตภัณฑ์พื้นเมืองต่างๆ (เดชา บุญล้ำ และคณะ, 2531) รวมถึงที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการในการเยือนแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวมีสองประเภท คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยภายนอก เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เพื่อนเดินทาง เป็นต้น

ดังนั้นในการแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มจึงจำเป็นต้องเข้าใจธรรมชาติความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มก็แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยที่มีความต้องการที่แตกต่างเช่นกัน สำหรับแรงจูงใจเป็นแรงขับที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยผ่านการซื้อสินค้าและบริการ โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามทฤษฎีคือ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง และทฤษฎีหลีกเลี่ยงและแสวงหาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน งานวิจัยชิ้นนี้จะได้นำพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิศึกษา วัดพะโคะ

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งให้ความสำคัญในการหาความรู้หรือเยี่ยมชมสิ่งต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นตั้งแต่อดีตกาล และเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับปัจจุบัน ทั้งนี้งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย” ของ ฌัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์ (2554, น. 89-112) พบว่าชุมชนต้องการให้คำว่า “เชียงคาน” ติดตลาดท่องเที่ยวของไทย โดยตั้งเป้าให้เมืองเชียงคานเป็นเมืองอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งได้ใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ โดยชุมชนมีการใช้สื่อประเภทสื่อบุคคลเป็นหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากการใช้สื่อบุคคลนั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุดในชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชนและชาวบ้านในชุมชน เพื่อนและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยว รวมถึงเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว สำหรับผู้นำชุมชนและชาวบ้านในชุมชน ถือได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลแรกที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอก โดยผู้นำชนและชาวบ้านเมื่อได้ออกไปนอกหมู่บ้าน เวลาไปพบใครที่ไหนทั้งญาติ เพื่อน มีโอกาสเชิญชวนให้บุคคลเหล่านั้นเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน ส่วนเพื่อนและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยว ถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สำคัญที่สุด ที่ช่วยส่งเสริมและจูงใจให้นักท่องเที่ยวคนอื่นที่เป็นเพื่อนหรือญาติ ได้เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเชียงคาน เนื่องจากว่าคนที่มาท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ จึงเกิดการบอกต่อ ทำให้เป็นที่รู้จักเป็นวงกว้าง และสื่อที่เป็นเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยวนั้น เป็นสื่อประเภทบุคคลที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

โดยเฉพาะ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ทันสมัยที่สุดในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง มีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่า และมีความรวดเร็ว ครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงผู้รับข่าวสารไม่จำกัดเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น โดยทางชุมชนได้จัดทำเว็บไซต์ของชุมชน และบริการข้อมูลเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและชัดเจน สำหรับสื่อมวลชน เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ส่งสาร สามารถส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก อาศัยการกระจัด

กระจายได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว สื่อประเภทนี้ทางชุมชนไม่ได้จัดทำขึ้นเอง แต่มีบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตขึ้นมา ประกอบด้วย โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร เป็นต้น ในส่วนสื่อเฉพาะกิจนั้น ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะแบบมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ซึ่งสื่อเฉพาะกิจนี้มีทั้งที่ชุมชนผลิตขึ้นมาเอง และบางส่วนของหน่วยงานภายนอกผลิตขึ้นมาให้ เช่น แผ่นพับ เอกสารทางวิชาการ สินค้าที่ระลึก สื่อเหล่านี้ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนได้เป็นอย่างดี ทำให้เชิงคานเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ที่ทุกคนต้องการมาเยี่ยมชมและสัมผัสกับวิถีวัฒนธรรมของชุมชน

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ อำเภอคอยสะแกต จังหวัดเชียงใหม่ ของ กฤษดา ชู่อภัย (2552, น. 83-85) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าปัจจัยการตลาดทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจคือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ส่วนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า การบอกต่อจากคนใกล้ชิด หรือคนรู้จัก อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลมากที่สุดในการประชาสัมพันธ์ ส่วนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ เช่น แผ่นพับ โบปปลิว หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และป้ายโฆษณา

ในขณะเดียวกัน แนวทางการพัฒนาการตลาดทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างประเทศ กรณีศึกษาพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ของ ฉัฐวุฒิ วิทา (2551) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยพึงพอใจผู้ที่ให้บริการและคนในชุมชนของอุทยานประวัติศาสตร์ มีความเป็นมิตร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ในเส้นทางที่เข้าชมภายในอุทยานประวัติศาสตร์ เช่น ทางรถราง ทางปั่นจักรยาน ทางรถยนต์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับพึงพอใจมาก กับสิ่งประกอบบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายและสื่อความหมาย สะพาน และอื่นๆ ด้านกิจการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจการเดินทางอุทยานประวัติศาสตร์ ส่วนด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับความต้องการปานกลาง โดยให้โบราณสถานมีการบูรณะ ให้มีเอกลักษณ์เข้ากับแหล่งท่องเที่ยว ด้านราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลางโดยต้องการราคาที่มีส่วนลดเมื่อมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับความต้องการปานกลาง

โดยมีความต้องการจองค่าเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ด้วยตนเอง ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับความต้องการปานกลางโดยมีความต้องการรับข้อมูลจากการโฆษณา ด้านบุคคลในระดับความต้องการปานกลาง โดยมีความต้องการให้ชาวบ้านและเจ้าหน้าที่มีอรรถาศัยไมตรีที่ดี ด้านขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับความต้องการปานกลางโดยมีความต้องการติดต่อกันระหว่างพนักงานให้บริการกับนักท่องเที่ยว ด้านหลักฐานทางกายอยู่ในระดับความต้องการมากโดยมีความต้องการความสะดวกสุขลักษณะของห้องน้ำ อาคาร อุปกรณ์ต่างๆ ในอุทยานประวัติศาสตร์

ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้สูงอายุชาวต่างชาติ กรณีศึกษาพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรนำประวัติศาสตร์ ความมีเอกลักษณ์ และจัดเส้นทางท่องเที่ยวเป็นเรื่องราวในอดีตมาเป็นผลิตภัณฑ์ แนวทางการพัฒนากำหนดราคาการให้ส่วนลดเมื่อมาเที่ยวเป็นกลุ่ม และมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายควรเน้นที่จุดขายบัตรในตัวอุทยานประวัติศาสตร์และควรให้มีการจองตั๋วเข้าชมผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์ แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดควรเน้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แนวทางการพัฒนาบุคลากรควรให้พนักงานและชาวบ้านมีมิตรไมตรีเพิ่มขึ้น และพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศ แนวทางการพัฒนาขั้นตอนการให้บริการควรจัดลำดับขั้นตอนการบริการให้มีการติดต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับพนักงาน แนวทางการพัฒนาลักษณะทางกายภาพควรเน้นการบูรณะที่ไม่ขัดต่อทัศนียภาพของอุทยานประวัติศาสตร์ รวมถึงความสะดวกสถานที่และอุปกรณ์

ทั้งนี้ “การบริหารจัดการทรัพย์สินทางศิลปวัฒนธรรมของชาติกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคใต้” ของ สำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา กระทรวงวัฒนธรรม (2553) กล่าวว่า วัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ) อยู่บนเขาพะโคะ ได้ประกาศขึ้นทะเบียนในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ที่ 102 ตอนที่ 180 วันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2528 หน้า 135 พื้นที่ 4 ไร่ 3 งาน 48 ตารางวา เป็นวัดโบราณที่สำคัญที่มีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ราวกลางพุทธศตวรรษที่ 21-22 โบราณสถานที่สำคัญภายในวัดคือ เจดีย์บรรจุพระมหาธาตุ อุโบสถ และวิหาร เอกสารทางประวัติศาสตร์ได้กล่าวถึงการสร้างพระสุวรรณมาลิกเจดีย์ว่า สร้างขึ้นโดยสมเด็จพระราชมนี ซึ่งเชื่อว่าเป็น สมเด็จพระเจ้าพะโคะหรือสมเด็จพระหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดที่ได้รับพระราชทานมาลิกเจดีย์และอิฐจากพระมหากษัตริย์กรุงศรีอยุธยา และได้สร้างเจดีย์เพื่อบรรจุมาลิกเจดีย์บนเขาพะโคะ จากนั้นวัดพะโคะเปลี่ยนชื่อมาเป็น วัดราชประดิษฐฐาน วัดพะโคะมีบทบาทสำคัญในสมัยอยุธยาเป็นศูนย์กลางการปกครองคณะสงฆ์ฝั่งตะวันออก สิ่งก่อสร้างที่สำคัญภายในวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ)

ประกอบด้วย พระสุวรรณมาติกเจดีย์ (เจดีย์ทอง) เป็นเจดีย์องค์ประธานของวัด เชื่อกันว่าประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ และวิหารพระพุทธไสยาสน์ รวมถึงศาลาตัดสินความ (สำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา, 2553)

นอกจากนั้น “ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดที่ปรากฏในแผนที่กัลปนาสมัยพระเจ้าเอกาทศรถ ในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ของ ป้องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง และคณะ (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดที่ปรากฏในแผนที่กัลปนาสมัยพระเจ้าเอกาทศรถในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย จังหวัดสงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช วิธีการดำเนินการวิจัยเริ่มจากการศึกษาแผนที่โบราณเป็นแผนที่กัลปนาสมัยพระเจ้าเอกาทศรถในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จากนั้นทำการสำรวจตามรายชื่อวัดที่ปรากฏในแผนที่โบราณ ทำการวิเคราะห์หาศักยภาพของวัดจากเอกสารในการทบทวนหลักเกณฑ์การประเมินแหล่งท่องเที่ยวในทฤษฎี 3 A ประกอบด้วย Attraction, Accessibility, Amenity คัดเลือกวัดที่มีศักยภาพเป็นพื้นที่เป้าหมายประกอบเพิ่มเติม เริ่มสร้างสัมพันธ์กับชุมชนและสำรวจข้อมูลพื้นฐานและรูปแบบการท่องเที่ยวเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชนเพื่อหารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับชุมชนในแหล่งที่ตั้งของวัดที่มีศักยภาพ และจัดกลุ่มทดลองการนำเที่ยวตามเส้นทางที่ได้กำหนดเพื่อจัดทำรายการนำเที่ยวเพื่อประมวลผลปรับปรุงรูปแบบการจัดรายการนำเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ พบว่า จากการศึกษาภาพรวมจังหวัดพื้นที่เป้าหมายที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย ชุมชน ตำบลชุมพล อำเภอสทิงพระ และ ตำบลปอตรู อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา และอำเภอหัวไทร อำเภอเชียรใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราชสำหรับวัดที่ปรากฏในเขตจังหวัดพัทลุง จากการศึกษาพบว่า ไม่ปรากฏวัดใดที่อยู่ในแผนที่กัลปนา นอกจากนี้ วัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวประกอบด้วยวัดต่างๆ ในเขตพื้นที่ทั้งหมด 18 วัด ประกอบด้วย วัดวารีปาโมกข์ (วัดปากบางตะเคียน) วัดพะโคะ วัดเจดีย์งาม วัดเชิงแสเหนือ หรือวัดเอก (หลวงพ่อเดิม) วัดสีหยัง วัดดีหลวง วัดสนามชัยตก วัดจะทิ้งพระ วัดชะแล้ วัดหัวป่า วัดศาลาแก้ว วัดศาลาธรรม วัดเอกเชิงแส วัดนางเหล้า วัดแดง วัดเชิงแสใต้ วัดเขาพระบาท วัดคลองแดน

สำหรับชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่แล้วมีการดำเนินงานเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้ วัดในพื้นที่อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย วัดเจดีย์งาม วัดสีหยัง วัดวารีปาโมกข์ (วัดปากบางตะเคียน) วัดศาลาธรรม วัดหัวป่า วัดนางเหล้า วัดในเขตพื้นที่อำเภอกระแสสินธุ์ ประกอบด้วย วัดเชิงแสเหนือ หรือวัดเอก (หลวงพ่อเดิม) วัดเชิงแสใต้ วัดในเขตอำเภอสทิงพระ วัดดีหลวง วัดสนามชัยตก วัดจะทิ้งพระ วัดพะโคะ วัดชะแล้ วัดในเขตอำเภอ

เข็ญรใหญ่ จ้งหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย วัดแดง วัดเขาพระบาท วัดในเขตอำเภอหัวไทร วัดศาลาแก้ว วัดคลองแดน รูปแบบการท่องเที้ยวของแต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์ในเรื่องจุดขาย คือทุกวัดจะมีพระประธานที่มีพุทธลักษณะคล้ายคลึงกัน และทุกวัดจะมีความเชื่อเกี่ยวกับความศักดิ์สิทธิ์ของพระประธานที่เป็นพระพุทธรูปโบราณทุกวัด ตลอดจนถึงพระเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงประจำแต่ละวัด ทั้งนี้จะทำการหล่อรูปองค์จริงไว้ให้ชุมชนทำการเคารพสักการะ สำหรับลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละวัดจากการศึกษาพบว่า วัดส่วนใหญ่มีพัฒนาการของความเจริญแตกต่างกันในแต่ละวัด บางวัดมีการทำนุบำรุงจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพะโคะ วัดนางเหล้า วัดเจดีย์งาม วัดศาลาแก้ว วัดวาริป่าโมกษ์ วัดบางวัดมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตามความเชื่อคนนิยมไปบนบานขอพร แต่ไม่ได้มีการปรับปรุงหรือพัฒนาให้มีศักยภาพสำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัดศิลาลอย วัดชะแม วัดพังก วัดศาลาธรรม ในเรื่องความต้องการของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า ชุมชนส่วนใหญ่ต้องการความรู้ และแนวคิดทางด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากที่สุด ชุมชนต้องการงบประมาณเพื่อการสนับสนุนในการพัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กระบวนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐาน รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ศึกษา ควรมีการปรับปรุงตามรายละเอียดดังต่อไปนี้ ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วม และมีบทบาทในการนำเที่ยวไม่ควรปล่อยให้บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยที่ชุมชนไม่ได้รับการกระจายผลประโยชน์ในการดำเนินการ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเป็นไปในการนำเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ในระหว่างเดินทางเที่ยวชมโบราณสถาน ในแต่ละพื้นที่ ควรดำเนินการนำชม โดยมีการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ความเป็นมาของวัด ประวัติความเป็นมาในการก่อสร้างองค์เจดีย์ องค์ประกอบขององค์เจดีย์ ควรดำเนินการในการนำชมวัดโดยการถ่ายทอดประวัติความเป็นมาของวัดและสิ่งที่น่าสนใจภายในวัด สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนในพื้นที่เคารพและ ลักษณะทางกายภาพของทะเลสาบ ชุมชนมีความต้องการการส่งเสริมการพัฒนาในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นหน่วยงานและความต้องการที่สอดคล้องของชุมชน สถาบันการศึกษา ชุมชนต้องการส่งเสริมการพัฒนาในเรื่องการถ่ายทอดความรู้ทางด้านการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนตำบล ชุมชนต้องการส่งเสริมในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเรื่อง การกำหนดแผนงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประจำปี ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ชุมชนต้องการส่งเสริมในเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของคนในพื้นที่เพื่อทำหน้าที่ในการบรรยายนำ

เที่ยว การประชาสัมพันธ์ให้แก่ชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่ สมาคมธุรกิจนำเที่ยว ชุมชนต้องการ การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเรื่อง การเดินทางมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ ประเมินศักยภาพ และคำแนะนำในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของ นักท่องเที่ยว การจัดกลุ่มทดลองเพื่อกำหนดการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ การบริหารจัดการ ผลประโยชน์ค่าตอบแทนในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างบริษัทนำเที่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศและระดับโลก สมาคมมัคคุเทศก์ ชุมชนต้องการส่งเสริมใน เรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการจัดทำบรรยายเพื่อการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จากการจัดเวทีเพื่อศึกษาแนวทางการจัดรูปแบบการท่องเที่ยววัดที่ ปรากฏในแผนที่กัลปนาสมัยพระเจ้าเอกาทศรถ พบว่า รูปแบบที่เหมาะสม คือ การจัดรูปแบบการ ท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประวัติความเป็นมาและสิ่งที่น่าสนใจภายในวัด ประกอบด้วย โบราณสถาน เช่น อุโบสถ วิหาร โบราณวัตถุ เช่น พระพุทธรูปพระประธาน และ หอระฆัง จิตรกรรม เช่น ภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดจะทิ้งพระ การจั ดณะเที่ยวจะต้องมีผู้นำชมสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละวัดและอธิบายประวัติความเป็นมาของวัด ตลอด จนถึงสิ่งสำคัญในแต่ละวัดเพื่อสร้างความเข้าใจในการนำชมแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอเกี่ยวกับ ความเชื่อและสิ่งที่ชุมชนให้ความสำคัญภายในวัดนั้นๆ ต้องกำหนดเส้นทางในการนำชมในแต่ละ วัดให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการนำชม ต้องจัดทำบรรยายในแต่ละวัดเพื่อให้การบรรยาย เป็นไปอย่างมีมาตรฐานโดยเฉพาะข้อมูลจะต้องตรงกับข้อมูลในหลักฐานทางประวัติศาสตร์

การศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมของ ชุมชน กรณีศึกษา วัดป่าลิไลยก์ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ของ สุเทพ ทิพย์ธารา (2547, บทคัดย่อ) พบว่า วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน เสริมสร้างการมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีจิตศรัทธาในพุทธ ศาสนา และการรักถิ่นฐานบ้านเกิดของคนในชุมชน ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวทราบว่า วัดมีธรรมชาติที่งดงาม อยากเรียนรู้ธรรมะ สิ่งที่ต้องการให้วัดปรับปรุง คือ ความสะอาดของห้องน้ำ และจัดที่จอดรถให้เพียงพอ และความคิดเห็นของชุมชน พบว่า ชุมชนมี โอกาสในการเปิดขายสินค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์พื้นบ้านหรือหัตถกรรมพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยว ชุมชนมีโอกาสจัดให้บ้านเป็นที่พักของนักท่องเที่ยวชั่วคราว

2. พฤติกรรมและความต้องการด้านการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการเดินทาง นอกจากนั้น “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : แผนนำเสนอโบราณสถานขอม จังหวัดสกลนคร” ของ จิราภรณ์ พรหมเทพ (2554, น. 187-195) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาบริบทโบราณสถานศิลปะขอมจังหวัดสกลนครทั้ง 5 โบราณสถาน ได้แก่ โบราณสถานศิลปะขอมพระธาตุเชิงชุม โบราณสถานศิลปะขอมพระธาตุคุ่ม โบราณสถานศิลปะขอมพระธาตุนารายณ์เจงเวง โบราณสถานศิลปะขอมพระธาตุภูเพ็ก และโบราณสถานศิลปะขอมบ้านพันนา รวมถึงศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อันได้แก่ ทักษะคติ ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโบราณสถานศิลปะขอมในจังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การสัมภาษณ์จากภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน และกลุ่มตัวอย่างจากการสอบถาม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครจำนวน 400 คน และการวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมุติฐาน

ข้อค้นพบ บริบทโบราณสถานศิลปะขอมในจังหวัดสกลนครมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งหากได้รับการพัฒนาและส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้รองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกด้าน กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-22 ปี ประกอบอาชีพ นักเรียนนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท และภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ประเด็นรองลงมา มาเที่ยวกับญาติหรือคนในครอบครัว โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุด คือ โบราณสถานศิลปะขอมพระธาตุเชิงชุม ในส่วนด้านทักษะคติความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโบราณสถานศิลปะขอม พบว่า ต้องการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานและความต้องการด้านการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงข้อมูลประวัติความเป็นมาของโบราณสถานศิลปะขอมในจังหวัดสกลนคร และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต้องการให้มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวในการนำชมโบราณสถานศิลปะขอมในจังหวัดสกลนคร

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ของ วิศิษฐ์ เดชมาก และคณะ (2552, น. 116-119) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม

ของจักท่องเที่ยวในการทำบุญ 9 วัด โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรที่เดินทางมาทำบุญไหว้พระ ครบทั้ง 9 วัด ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาทำบุญไหว้พระ 9 วัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.2 อายุ 22 ปี ร้อยละ 9 สถานภาพโสด ร้อยละ 70.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 62.5 อาชีพนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 39.5 และมีรายได้ 15,000 บาท/เดือน ร้อยละ 8.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมทำบุญไหว้พระ 9 วัด พบว่า นักท่องเที่ยวมาทำบุญไหว้พระ 9 วัด 1 ครั้ง/ปี ร้อยละ 52.8 มาทำบุญกับครอบครัว ร้อยละ 56.8 เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 63.5 ทำบุญในวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 86.0 มีจุดประสงค์ในการทำบุญเพื่อเป็นสิริมงคลในชีวิต ร้อยละ 75.5 ประทับใจวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ร้อยละ 40 ประทับใจความสวยงามของวัดต่างๆ ร้อยละ 38.0 จะเดินทางกลับมาทำบุญอีกครั้ง ร้อยละ 92.3 เหตุผลคือต้องการกลับมาทำบุญ ร้อยละ 64.7 แต่เหตุผลที่จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมา คือ วัดอยู่ไกล ร้อยละ 88.0 นักท่องเที่ยวใช้เงินในการทำบุญ 9 วัด 500 บาท ร้อยละ 21.0 ใช้เวลาทำบุญ 9 วัด 6 ชั่วโมง ร้อยละ 15.5 กิจกรรมที่ทำในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม คือ สักการะพระแก้วมรกต ซึ่งเป็นพระคู่บ้านคู่เมืองของไทย ร้อยละ 81.5 เหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวไปวัดพระศรีรัตนศาสดาราม คือ การได้มาสักการะพระแก้วมรกต ร้อยละ 43.0 กิจกรรมที่ไปวัดพระเชตุพลวิมลมังคลาราม คือ สักการะพระพุทธรูปไสยาสน์ ร้อยละ 22.3 เหตุผลที่ไปวัดพระเชตุพลวิมลมังคลาราม เชื่อว่าทำให้ชีวิตมีความร่มเย็นเป็นสุข ร้อยละ 36.3 กิจกรรมที่ทำในวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร คือ เชื่อว่ามีชีวิตที่รุ่งโรจน์ ร้อยละ 33.5 กิจกรรมที่ทำในวัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร คือ สักการะสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) ร้อยละ 25.4 เหตุผลที่ไปวัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร คือ สักการะพระประธานอัมรินทร์ฟ้า ร้อยละ 35.0 กิจกรรมที่ทำในวัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร คือ สักการะพระพุทธรูปรัตนนายก ร้อยละ 28.6 เหตุผลที่ไปวัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหารเพื่อ การเดินทางปลอดภัย มีมิตรไมตรีที่ดี ร้อยละ 33.9 กิจกรรมที่ทำในวัดบวรนิเวศวิหารราชวรมหาวิหาร คือ สักการะพระประธานโต ร้อยละ 23.3 เหตุผลที่ไปวัดบวรนิเวศวิหารราชวรมหาวิหารเพื่อ พบแต่สิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต ร้อยละ 36.4 กิจกรรมที่ทำในวัดชนะสงครามราชวรมหาวิหาร คือ สักการะเจ้าแม่กวนอิม ร้อยละ 30.9 เหตุผลที่ไปวัดชนะสงครามราชวรมหาวิหารเพื่อ มีชัยชนะต่ออุปสรรคทั้งปวง ร้อยละ 36.3 กิจกรรมที่ทำในวัดสระเกศราชวรมหาวิหาร คือ สักการะพระประธานวัดสระเกศ ร้อยละ 32.2 เหตุผลที่ไปวัดสระเกศราชวรมหาวิหารเพื่อให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ ร้อยละ 36.7 กิจกรรมที่ทำในสุทัศนเทพวารามราชวรมหาวิหาร คือ สักการะพระศรีศากยมณี ร้อยละ 24.3 และเหตุผลที่ไปวัดสุทัศนเทพวารามราชวรมหาวิหารเพื่อ วิสัยทัศน์กว้างไกล มีเสน่ห์แก่คนทั่วไป ร้อยละ 34.7

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดต่อระดับพฤติกรรมกรรมการทำบุญ ไหว้พระ 9 วัด ตามประเด็นต่างๆ ดังนี้ ทางด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการพบว่า มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด อยู่ในระดับมาก คือ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ในวัด (ค่าเฉลี่ย 4.10, S.D. 0.82) ทางด้านราคาหรือค่าใช้จ่าย มีผลต่อพฤติกรรมคือ การเกิดภาวะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.48, S.D. 0.94) ทางด้านสถานที่ตั้งหรือการเดินทาง มีผลต่อพฤติกรรม คือ การจัดให้มีรถประจำทางทัวร์ 9 วัด ของ ชมสมก. (ค่าเฉลี่ย 3.78, S.D. 0.93) และทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรม คือ การจัดกิจกรรมพิเศษประจำวันสำคัญทางศาสนา (ค่าเฉลี่ย 3.86, S.D. 0.81)

นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า สมมติฐานว่า ด้วยเพศต่างกันมีพฤติกรรมทำบุญไหว้พระ 9 วัด ไม่ต่างกัน พบว่า เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ต่างกัน 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านสถานที่ตั้งหรือการเดินทาง และด้านส่งเสริมการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สมมติฐานว่าด้วยสถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ไม่ต่างกัน พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ต่างกัน 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านสถานที่ตั้งหรือการเดินทาง และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สมมติฐานว่าด้วยระดับการศึกษาที่ต่างกันพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ไม่ต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ไม่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สมมติฐานว่าด้วยอาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ไม่ต่างกัน พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สมมติฐานว่าด้วยนักท่องเที่ยวใช้เงินในการทำบุญไหว้พระ 9 วัด เท่ากับ 900 บาท/ครั้งพบว่า นักท่องเที่ยวใช้เงินในการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ไม่เท่ากับ 900 บาท/ครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การศึกษาวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ ของ วิลาสินี จุสปาโล และคณะ (2552, น. 164-170) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ เก็บตัวอย่างรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยสุ่มตัวอย่างแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า นักท่องเที่ยวเมืองโบราณส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-25 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ย 5,000-10,000 บาทต่อเดือน และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่ ส่วนการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เคยรับทราบข้อมูลข่าวสารมาก่อนโดยรู้จักเมืองโบราณตามสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และบุคคลแนะนำ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองโบราณ 1 ครั้ง/ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมซื้อตั๋วเข้าชมโดยตรง

ที่พิพิธภัณฑ์เมืองโบราณ นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวเมืองโบราณกับครอบครัวในวันหยุดราชการ (เสาร์-อาทิตย์) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบพิพิธภัณฑ์ภาคใต้มากที่สุด เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม รองลงมาภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ตามลำดับ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเที่ยวเมืองโบราณ โดยการนั่งรถรางและมีไกด์นำเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยว 1,000 บาท/ครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อของที่ระลึกขนมและของเล่น วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณในครั้งนี้เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ ส่วนเหตุผลหลัก คือ อายกมาพักผ่อนคลายเครียด

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ความพึงพอใจนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวเมืองโบราณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในด้านความปลอดภัย ซึ่งมีระดับความพึงพอใจมาก คือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยภายในเมืองโบราณที่สร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงด้านราคา ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการด้านต่างๆ อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ยังพบว่า สถานที่ยังได้รับความพึงพอใจมาก ในด้านสถานที่ตั้งของเมืองโบราณสามารถเดินทางไปได้สะดวก และด้านส่งเสริมการขาย คือนักท่องเที่ยวประทับใจในการบริการของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำต่างๆ

นอกจากนั้น โครงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้ ของ ชูขุ กำลังงาม และคณะ (2550, น. 79) ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นมาจากทวีปยุโรป และอเมริกา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นประชาชนในถิ่นและอยู่ในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกันเป็นส่วนมาก เหตุผลที่มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม เพราะมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถานอันเก่าแก่มากกว่า งานวัฒนธรรมและประเพณี โดยมีจุดประสงค์เพื่อความต้องการศึกษาประสบการณ์และอนุรักษ์สืบสานคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม การเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริการของบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นคนในพื้นที่ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองร้อยละ 68.9 มีเพียงจำนวนน้อยที่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว คือ ร้อยละ 1.6 เท่านั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อทุกรูปแบบ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด แนวทางการจัดการด้านการตลาดควรมุ่งเน้นไปยังการให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การจัดมัลติมีเดียท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และการทำป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวคือ ได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่เคยมาเที่ยวแล้วมากที่สุด ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด คือ การสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้

นักท่องเที่ยวได้กลับไปบอกเล่าให้ญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง ในลักษณะยุทธศาสตร์ของการประชาสัมพันธ์ในเชิง “ปากต่อปาก” อันเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุดและลงทุนน้อยที่สุด

3. การสื่อความหมาย

จากการสืบค้นรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทัศนศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา พบว่า เกี่ยวกับการสื่อความหมายซึ่งได้ศึกษา“การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป” โดยมีวัตถุประสงค์ ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ รวมถึงค้นหาพฤติกรรมและรูปแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีป นอกจากนี้ยังสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปต่อการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยว และเสนอแนะแนวทางการจัดการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ผลการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เนิบช้า นักท่องเที่ยวควรใช้เวลากับกิจกรรมที่ทำให้เกิดการซึมซับประสบการณ์ในขณะท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการใช้พลังกำลังมาก เลือกลงยานพาหนะที่ไม่เร่งรีบ ช่วยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เน้นการสื่อความหมายจากการศึกษาเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์และมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวหลายมิติที่เกิดจากสัมผัสทั้ง 5 ส่วนผลการค้นหาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศมักมีเวลามากและไม่เร่งรีบ จะเป็นมิตรนิยมท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกและศึกษาข้อมูลล่วงหน้าก่อนเดินทางด้วยการอ่านหนังสือนำเที่ยว เว็บไซต์ และมีการวางแผนการท่องเที่ยวว่าต้องการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใด ส่วนผลการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาพรวมที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 14.6) ป้ายแนะนำ (14.6) เจ้าหน้าที่ตอบคำถาม (ร้อยละ 10.7) นิทรรศการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 10.7) เจ้าหน้าที่นำชมหรือบรรยาย ศูนย์บริการข้อมูล กิจกรรม และเว็บไซต์ มีการกล่าวถึงใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 7.8 และผลสำรวจความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่า การสื่อความหมายประเภทบุคคลที่มีประสิทธิภาพมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่นำชม

($\bar{x} = 3.36$) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม ($\bar{x} = 3.30$) ตามลำดับ สำหรับการสื่อความหมายที่ไม่ใช่บุคคล พบว่า สื่อที่มีประสิทธิวิธมาก ได้แก่ เว็บไซต์ ($\bar{x} = 3.54$) หนังสือนำเที่ยว ($\bar{x} = 3.45$) แผนที่ ($\bar{x} = 3.41$) โบว์ชัวร์/แผ่นพับ ($\bar{x} = 3.37$) ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านประสบการณ์เรียนรู้จากการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นร่วมกันในเชิงเห็นด้วย โดยรวมว่าการได้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ ($\bar{x} = 3.22$) โดยกลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นด้วยอย่างมาก ว่าได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นไทย ($\bar{x} = 3.47$) บางสิ่งบางอย่างจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.43$) ทัศนคติและคุณค่าของท้องถิ่น ($\bar{x} = 3.40$) วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว คนไทยและสังคมไทย ($\bar{x} = 3.39$) ตามลำดับ สำหรับผลการวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นร่วมกันอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ($\bar{x} = 3.53$) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อการแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว ($\bar{x} = 3.70$) รองลงมา คือ จะกลับมาเที่ยวซ้ำ ($\bar{x} = 3.53$) ได้รับความพึงพอใจอย่างมากระหว่างการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.51$) ได้เรียนรู้มากขึ้น ($\bar{x} = 3.47$) และเกิดความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น ($\bar{x} = 3.43$) และรูปแบบการสื่อความหมายการเรียนรู้ และผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ราณี อธิชัยกุล และคณะ 2554, น. 151-246) นอกจากนี้ “การพัฒนาและทดลองใช้คู่มือแนะนำเที่ยวโบราณสถานในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างและพัฒนาคู่มือท่องเที่ยวโบราณสถานเชิงอนุรักษ์ ทำการทดลองใช้คู่มือกับนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือหนังสือคู่มือท่องเที่ยวโบราณสถาน แบบทดสอบความรู้ จำนวน 15 ข้อ เป็นแบบทดสอบชนิด 4 ตัวเลือก แบบประเมินคุณภาพของผู้ทรงคุณวุฒิ และแบบประเมินคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยว โดยการทำแบบทดสอบก่อนและหลังการอ่านคู่มือท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ทางสถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติ T-test ผลการศึกษาพบว่า คู่มือท่องเที่ยวโบราณสถานในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่ได้สร้างและพัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานได้เป็นอย่างดีจากการทดลองนักท่องเที่ยวพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก และมีคะแนนสัมฤทธิ์ผลหลังการใช้คู่มือท่องเที่ยวโบราณสถานมากกว่าก่อนการใช้คู่มืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ซึ่งพอสรุปได้ว่าส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความรู้เพิ่มมากขึ้นหลังจากอ่านคู่มือซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และนักท่องเที่ยวต้องการให้มีคู่มือท่องเที่ยวโบราณสถานเชิงอนุรักษ์ในทุกๆ สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มีจิตสำนึกใน

การร่วมกันอนุรักษ์แหล่งโบราณสถาน และควรจะพัฒนาให้มีฉบับภาษาสากลควบคู่กันไปด้วย และควรมีภาพประกอบที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน เพราะเป็นจุดสนใจมากกว่ามีเพียงคำบรรยายเพียงอย่างเดียว (ศิริพร สร้อยนาคนพงษ์, 2543) นอกจากนี้ “ความเหมาะสมของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม: กรณีวัดป่าสัก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาความเหมาะสมของสื่อที่ใช้สื่อความหมายทางด้านลักษณะและรูปแบบของสื่อที่อยู่ภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงเพื่อศึกษาความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อเพื่อสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของวัดป่าสักอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการจัดทำสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของวัดป่าสักอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย รูปแบบของการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ลักษณะคำถามปลายเปิดและปลายปิด รวมถึงแบบสำรวจประชากรและจำนวนป้ายสื่อความหมายทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังวัดป่าสัก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จำนวน 1,543 คน โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,227 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 316 คน โดยมีการสำรวจ และการสังเกตการเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการข้อมูลจากป้ายสื่อความหมายและใช้เวลาศึกษาแหล่งท่องเที่ยวยาวนานกว่ากลุ่มอื่นๆ คือ กลุ่มที่เป็นนักศึกษาส่วนใหญ่ ส่วนในด้านความเหมาะสมของการเลือกสื่อเพื่อสื่อความหมายของวัดป่าสัก ผลการวิจัยพบว่า วัดป่าสักมีการสื่อความหมายหลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่าสื่อที่มีอยู่ภายในและภายนอกวัดป่าสักมีความไม่ชัดเจนหลายแห่ง ป้ายสื่อความหมายบางแห่งถูกวางในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม และถูกบดบังด้วยต้นไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถศึกษาข้อมูลได้โดยสะดวก ทั้งยังเป็นอุปสรรคสำคัญในการสื่อความหมาย และจากการศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า มีแนวทางในการจัดทำสื่อเพื่อสื่อความหมายของวัดป่าสัก 4 แนวทาง คือ 1) แนวทางในการเพิ่มจำนวนป้ายและหมุดบอกตำแหน่ง 2) แนวทางในการจัดเรียงข้อมูลและการจัดระเบียบข้อมูลบนป้าย 3) แนวทางในการจัดระเบียบการติดตั้งป้ายสื่อความหมาย และหมุดบอกตำแหน่ง และ 4) แนวทางในการจัดหาผู้รู้เพื่อประจำสถานที่ท่องเที่ยว (นำขวัญ วงศ์ประทุม, 2545) ซึ่ง “การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างเอกลักษณ์ของชุมชนหัวหินการสื่อความหมายเอกลักษณ์ของชุมชนหัวหินและการรับรู้เอกลักษณ์ของชุมชนหัวหินในกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การเก็บข้อมูลจากการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้นำชุมชน ชาวบ้านหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 30 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) การสร้างเอกลักษณ์เกิดจากวัฒนธรรมพื้นฐานของชุมชนคือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ชุมชน, สื่อจินตคติ เช่น บทเพลง นวนิยาย ภาพยนตร์ เป็นต้นและสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน โดยเอกลักษณ์ชุมชน ได้แก่ ภาพลักษณ์ของชุมชน, สถานที่ท่องเที่ยว, สินค้าและบริการ และประเพณีการละเล่น 2) การสื่อความหมายเอกลักษณ์ของชุมชนมีวิธีการคือ การใช้คำขวัญและสโลแกน, การใช้นโยบาย, การสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน, การอนุรักษ์สถาปัตยกรรม, การจัดงานประเพณี งานเทศกาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนการสื่อสารเพื่อการสื่อความหมายระหว่างหน่วยงาน จะใช้การประชุมเป็นหลัก การสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับชุมชน จะใช้สื่อบุคคล ผู้นำชุมชน และการบอกต่อ และการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว สื่อที่ให้ข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชน ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว และข้อมูลด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเป็นสื่อที่ใช้เป็นประจำคือ แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือแนะนำเที่ยว รายการโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อที่จัดทำขึ้นเฉพาะกิจ เช่น วิชชุ ป้ายประกาศ ซึ่งจัดทำโดยภาครัฐและเอกชน3) การรับรู้เอกลักษณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่าเอกลักษณ์ที่เกิดการรับรู้ได้แก่ภาพลักษณ์ในด้านการเป็นเมืองที่เงียบสงบ, การเป็นเมืองเจ้านาย, สถานที่ท่องเที่ยวและอาหาร ส่วนเอกลักษณ์ที่รับรู้น้อยคือ โพน กิ่งเพชร, สินค้าและบริการ, ประเพณีการละเล่น ส่วนเอกลักษณ์ที่ประทับใจคือบรรยากาศของเมืองความสะอาดสบายและความปลอดภัย และความหลากหลายของเมืองสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชุมชน ได้แก่ สื่อมวลชนภายนอกชุมชน สื่อที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ เพื่อน/ญาติ และสื่อมวลชนภายนอก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แทบจะไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวหัวหินมากที่สุดคือ การบอกเล่าจากเพื่อนและคนรู้จัก คู่มือแนะนำเที่ยวต่างๆ (วิชัยพร สาคริก, 2545) นอกจากนี้ “การสื่อความหมายและการรับรู้จากนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอวิธีการจัดแสดง เทคนิคการจัดแสดงของนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับการสื่อความหมายของผู้จัดทำนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ชมนิทรรศการถาวรในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาวิเคราะห์ผลระหว่างการสื่อความหมายของผู้จัดทำนิทรรศการและการรับรู้ของผู้ชมนิทรรศการ วิจัยเชิงคุณภาพและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้จัดทำ ประกอบด้วย ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ ผู้ออกแบบนิทรรศการ นักวิชาการ และผู้เข้าชม

ผลการศึกษาพบว่า นิทรรศการของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงใหม่ นำเสนอภายใต้กรอบของการเป็น “พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ” ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากร ดังนั้นพิพิธภัณฑสถานจึงมุ่งเน้นนำเสนอเรื่องราวประวัติศาสตร์ พัฒนาการทางอารยธรรม แหล่งโบราณคดี เมืองเชียงใหม่ และศิลปกรรมในเมืองโบราณเชียงใหม่เป็นหลัก โดยมีเรื่องราวทางด้านศิลปวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ของเมืองเชียงใหม่เป็นส่วนเสริม จึงมีลักษณะของการผสมผสานกันระหว่างการเป็นพิพิธภัณฑสถานประจำแหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑสถานประจำเมือง และพิพิธภัณฑสถานทางมานุษยวิทยา เพื่อที่จะเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดีและอารยธรรมของเมืองเชียงใหม่ อันจะนำไปสู่แนวทางการอนุรักษ์ชุมชนประวัติศาสตร์แห่งนี้ให้ยั่งยืนสืบไป ในเรื่องนิทรรศการถาวรในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ การสื่อความหมายของนิทรรศการนั้นมีจุดนำเสนอหลักในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดีและพัฒนนาการทางอารยธรรมของเมืองเชียงใหม่ไปสู่ผู้ชม โดยมุ่งชี้ให้เห็นภาพรวมของเมืองโบราณเชียงใหม่ นับตั้งแต่การตั้งถิ่นฐานในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ผ่านการสร้างสรรคอารยธรรมในสมัยอาณาจักรล้านนา สืบเนื่องมาจนถึงการเข้ามาตั้งฐานของกลุ่มชนต่างๆ ที่มีวิถีชีวิต ภาษา และวัฒนธรรมแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าเมืองเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีการพัฒนาทางวัฒนธรรมต่อเนื่องกันมายาวนานและรุ่งเรืองที่สุดแห่งหนึ่งในเขตภาคเหนือตอนบน การสื่อความหมายของนิทรรศการในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มุ่งใช้โบราณศิลปวัตถุเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายหลักของนิทรรศการ ผ่านการถ่ายทอดความรู้ด้วยคำบรรยายประกอบเป็นหลัก เพื่อให้เกิดความเข้าใจและกระตุ้นความต้องการเรียนรู้ของผู้ชม โดยเน้นรูปแบบของความงามในเชิงศิลปะของวัตถุพิพิธภัณฑที่นำมาจัดแสดง ดังนั้นการใช้เทคนิคในการสื่อความหมายของนิทรรศการในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงใหม่จึงเป็นกรอบกำหนดทางเนื้อหา นิทรรศการ เทคนิคการสื่อความหมายส่วนใหญ่ที่ใช้ในการจัดแสดงจะต้องเข้ากับเนื้อหาและโบราณศิลปวัตถุที่จัดแสดงอยู่ ไม่ขัดแย้งกับโบราณศิลปวัตถุมากเกินไป เทคนิคที่พบมากที่สุดจึงใช้วิธีการสื่อความหมายที่ค่อนข้างเรียบง่าย เน้นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เพื่อถ่ายทอดสิ่งที่เป็นเนื้อหาทางวิชาการ และความงามที่เป็นนามธรรมผ่านวัตถุอันเป็นรูปธรรม ในด้านการออกแบบนิทรรศการถาวรของพิพิธภัณฑสถาน ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมเป็นสำคัญ คือ ลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคาร พื้นที่ที่จัดแสดงภายในอาคาร ซึ่งเป็นตัวกำหนดการออกแบบให้มีลักษณะที่เน้นการแก้ไขปัญหาของอาคาร รูปทรงอาคารทรงไทยที่ขาว เพดานต่ำ มีคิ้วประดับ และมีลักษณะต่อเนื่องกันระหว่างตัวอาคารจัดแสดงหลักและอาคารส่วนขยาย ไม่มีการแบ่งห้องหรือพื้นที่ภายในอย่างชัดเจน ดังนั้นการออกแบบการจัดแสดงจึงต้องมุ่งเน้นใช้สอยพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่มีการ

แบ่งห้องจัดแสดงอย่างชัดเจน แต่ใช้ลักษณะและสีของครุภัณฑ์เป็นตัวแบ่งเนื้อหาส่วนต่างๆ ของนิทรรศการออกจากกัน เนื้อหานิทรรศการมีส่วนกำหนดการออกแบบในแง่ของการจัดระบบการสัญจรภายในนิทรรศการ มีลักษณะการเรียงลำดับตามเนื้อหาจากต้นจนจบ และเน้นเนื้อหาเป็นหลัก คือ เรื่องราวประวัติศาสตร์และโบราณคดีให้อยู่จุดเริ่มต้นของนิทรรศการ ตามด้วยเรื่องราวของวัฒนธรรมท้องถิ่นและเผ่าพันธุ์ จากการดำเนินการทดสอบระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ชมกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ที่มีอายุในช่วง 0-25 ปี มีลักษณะการรับรู้จากนิทรรศการในระดับค่อนข้างต่ำ การใช้สื่อและมีลักษณะพฤติกรรมในการชมนิทรรศการให้ความสนใจต่อสื่อต่างๆ ที่จัดแสดงน้อยมาก จากการทดสอบระดับการรับรู้พบว่า มีความเข้าใจในเนื้อหาและประเด็นความสำคัญที่น่าเสนอค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ มีความต้องการสื่อที่ทันสมัย โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทคอมพิวเตอร์ และต้องการความสนุกสนานในการเข้าชมมากกว่าการรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับความรู้ต่างๆ ในส่วนผู้ชมวัยทำงาน จะมีช่วงอายุ 25-45 ปี มีลักษณะการรับรู้ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี มีการใช้สื่อและมีลักษณะพฤติกรรมชมให้ความสนใจกับสื่อต่างๆ ระดับการรับรู้พบว่า มีความเข้าใจเนื้อหาและประเด็นความสำคัญในระดับดี มีความพึงพอใจระดับปานกลาง แต่มีความต้องการคล้ายคลึงกับกลุ่มนักศึกษา คือ ต้องการสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทคอมพิวเตอร์ รวมทั้งยังต้องการสื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ เช่น วีดิทัศน์ เพียงแต่ไม่ได้ต้องการความสนุกสนานจากสื่อ แต่ต้องการสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสำหรับการค้นคว้าข้อมูลที่นำเสนอ โดยเฉพาะเรื่องโดยตรง และกลุ่มผู้อาวุโส อายุอยู่ในช่วง 46 ปีขึ้นไป มีลักษณะการรับรู้จากนิทรรศการในระดับดีถึงดีมาก การใช้สื่อมีความสนใจกับสื่อต่างๆ พอสมควร จากการทดสอบระดับการรับรู้พบว่า มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มวัยทำงาน คือ สามารถเข้าใจในประเด็นสำคัญต่างๆ ได้ดี จดจำรายละเอียดได้ค่อนข้างมาก แต่ต่างจากกลุ่มวัยทำงานในแง่ของความพึงพอใจในระดับสูงในการชมนิทรรศการ ซึ่งชอบกับการชมนิทรรศการที่เป็นปัจจุบัน ไม่มีความต้องการสื่อที่ทันสมัยและความสนุกสนาน มุ่งสนใจเกี่ยวกับวัตถุที่จัดแสดงและเนื้อหานิทรรศการเป็นหลัก (เชิดชาติ หิรัญโร, 2546) รวมถึง “การสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช” การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Studies) ด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์คณะกรรมการวัด เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลวัด และนักวิชาการจำนวน 10 คน เพื่อให้ทราบถึงเทคนิคกระบวนการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมา และความสำคัญของวัด และสำรวจสภาพความต้องการการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างภูมิภาค จำนวน 10 คน นักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นคนในท้องถิ่น จำนวน 10 คน และนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา

จำนวน 10 คน เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการสื่อความหมายภายในวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการสื่อความหมายของวัด และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะศึกษาเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ภายในวัด และต้องการให้วัดจัดการสื่อความหมายเพื่อสื่อความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจน ถูกต้องเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาของวัด ความเชื่อความศรัทธาที่ชาวนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียงมีต่อวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารซึ่งยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่อดีตและเชื่อมโยงถึงคนรุ่นปัจจุบัน ด้วยวิธีการสื่อความหมายที่เหมาะสม ที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดีแก่นักท่องเที่ยว พบว่าวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร นครศรีธรรมราชมีมรดกทางวัฒนธรรมที่ชวนให้ศึกษาเรียนรู้มากมาย ทั้งด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี ความเชื่อ ความศรัทธา นิทาน ตำนาน เรื่องเล่า และวรรณกรรม ที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราชและชาวจังหวัดใกล้เคียงเป็นอย่างมาก แต่วัดยังขาดวิธีการสื่อความหมายที่เหมาะสม ยังไม่ได้นำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ให้เกิดความคุ้มค่าเท่าที่ควร ผลการวิจัยพบว่า วัดมีการจัดทำสื่อแผ่นพับจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมภายในวัด สื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ให้ข้อมูลในการแนะนำสถานที่ต่างๆ ที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวควรทราบ เพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการเยี่ยมชม สื่อแผ่นป้าย ป้ายบอกความเป็นมาของโบราณวัตถุ และบอกทางในการเดินชมสถานที่สำคัญของวัด สื่อบุคคล โดยเป็นมัคคุเทศก์อาสา ที่ทำหน้าที่บริการข้อมูลทั่วไปและคอยช่วยสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้เข้าใจคุณค่า ความสำคัญของวัดได้เป็นอย่างดี แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่จะนำเอาสื่อที่มีอยู่มาเชื่อมโยงให้เป็นกระบวนการสื่อความหมายที่เหมาะสม ผู้ศึกษาจึงได้ใช้วิธีการสื่อความหมาย ด้วยการสร้างธีม (Thematic Interpretation) ในการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เข้าใจประวัติความเป็นมา ความสำคัญ ความเชื่อ ความศรัทธา อันส่งผลให้เกิดประเพณีสำคัญที่ปฏิบัติสืบทอดกันมายาวนาน และเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน ได้รับประสบการณ์ที่ดีในการมาท่องเที่ยวภายในวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช และความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้ทางวัดแจกเอกสารแผ่นพับให้ทั่วถึง และให้มีมัคคุเทศก์นำทางในการเข้าชมสถานที่ต่างๆ ด้วยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามียุทธศาสตร์ใดบ้างที่น่าศึกษา ต้องเดินชมเองและเสียเวลาในการเข้าชม ผู้ศึกษาตระหนักดีว่าการจัดการการสื่อความหมายเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีจะสร้างประสบการณ์และทัศนคติที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความรักความหวงแหนในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม และให้ความร่วมมือร่วมใจในการอนุรักษ์ มรดกทางวัฒนธรรมของวัดอันจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนต่อไป (กาญจนา แสงศรี, 2552)

นอกจากนี้“การจัดการการสื่อความหมายพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชานนาไทย อำเภอเมือง จังหวัด สุพรรณบุรี”ซึ่งดำเนินการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารหน่วยงานสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมจังหวัด สุพรรณบุรี กลุ่มภัณฑารักษ์ กลุ่มนักวิชาการวัฒนธรรม ครู อาจารย์ ตลอดจนเกษตรกรดีเด่น ผู้นำท้องถิ่น ประชาชนหรือผู้รู้ด้านการทำนา จำนวน 25 คน ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จำนวน 100 ชุด มุ่งเน้นการศึกษาการจัดการการสื่อความหมายของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชานนาไทย สุพรรณบุรี เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการสื่อความหมาย การจัดแสดงนิทรรศการและนำเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมาย ในการจัดการแสดงนิทรรศการ ของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชานนาไทย ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชานนาไทย สามารถเชื่อมโยงกับบริบทชานนาไทย ทำให้ผู้เข้าชมให้ความสนใจ เห็นคุณค่าของชานนาและคุณค่าของข้าว ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างสมบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า การจัดนิทรรศการของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชานนาไทย สุพรรณบุรี นำเสนอภายใต้กรอบของการเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากร มีลักษณะเป็นพิพิธภัณฑสถานเฉพาะนำเสนอเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาทางด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และพัฒนาการทางอารยธรรม ร่องรอยข้าวในอดีต กระบวนการทำนาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยใช้ส่วนการจัดแสดง 8 ส่วน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อหาที่จับต้องได้ เพื่อถ่ายทอดสิ่งที่เป็นเนื้อหาทางวิชาการผ่านวัตถุจัดแสดง ส่วนป้ายคำบรรยายมีข้อมูลน้อยเกินไปขาดรายละเอียดเนื้อหาข้อมูลเชิงลึกของวัตถุจัดแสดง ทำให้ผู้ชมขาดความต่อเนื่องขององค์ความรู้ที่จะเชื่อมโยงกับบริบทของกระบวนการทำนา วิถีชีวิตและความเป็นมาของวัตถุที่นำมาจัดแสดง ปัญหารูปแบบการจัดแสดงนิทรรศการที่ยังไม่น่าสนใจ ขาดการมีส่วนร่วมของผู้ชม ขาดการสื่อสารหรือการแปลความหมาย การมีจิตสำนึกรักในคุณค่าของข้าวและของชานนาไทย ซึ่งจะส่งผลในด้านทัศนคติ ความพึงพอใจ ปัญหาประการสุดท้าย คือ ขาดการจัดแสดงในส่วนเนื้อหาที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ การจัดแสดงเกี่ยวกับพิธีกรรม ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับข้าว หรือวัฒนธรรมข้าว ความยากลำบาก กระบวนการทำนาที่มีความสลับซับซ้อน ที่จะสามารถสื่อความหมายให้ผู้ชมเกิดความตระหนัก และจิตสำนึก ในคุณค่าของข้าวและชานนาไทยดังนั้น จึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการการสื่อความหมายของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ชานนาไทย สุพรรณบุรี ที่ครอบคลุมปัญหาต่างๆ จากผลการศึกษาดังกล่าว มีกระบวนการสื่อความหมายที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูล ควรมีการเก็บข้อมูลทุกครั้งที่มีผู้เข้าชมเพื่อจะได้ทราบวัตถุประสงค์ที่ผู้ชมต้องการอย่างถ่องแท้ในทุกๆ ด้านที่

เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสื่อความหมายในการจัดแสดงนิทรรศการว่า มีสิ่งใดบ้างควรปรับปรุงแก้ไข มีสิ่งใดบ้างที่ผู้ชมมีความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงให้ผู้ชมมีความพึงพอใจตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้อย่างแท้จริง 2) การวางแผนการนำเสนอข้อมูลด้านการสื่อความหมายใน 2 รูปแบบ โดยนำเสนอข้อมูลทั้งภายใน และ ภายนอกพิพิธภัณฑ์ 3) การดำเนินการนำเสนอข้อมูล ได้แก่ อุปกรณ์สื่อเทคโนโลยีต้องมีความเพียงพอ หรือความเหมาะสมโดยเฉพาะสื่อด้านอิเล็กทรอนิกส์ ที่ทันสมัย ให้ผู้เข้าชมที่เป็นคนรุ่นใหม่ รวมทั้งป้ายคำบรรยายของวัตถุที่นำมาจัดแสดงจะต้องอ่านเข้าใจง่าย เนื้อหารายละเอียดของข้อมูล คำบรรยายจะต้องครอบคลุมในวัตถุที่นำมาจัดแสดง เพื่อให้ผู้ชมได้รับข้อมูลเชิงลึก มีการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อทุกรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงผู้ชมทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง การสื่อความหมายผ่านวัตถุจัดแสดงที่จับต้องได้ โดยให้ผู้ชมสามารถหยิบ จับ สัมผัสได้ ผู้ชมมีส่วนร่วมในกิจกรรม ส่วนการสื่อความหมายที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อ พิธีกรรม วิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับข้าว โดยการจัดแสดงเนื้อหาเรื่องราวในรูปของวีดิทัศน์ที่มีห้องจัดไว้ให้ผู้ชม โดยเฉพาะ 4) การประเมินผล พิพิธภัณฑ์ควรมีการตรวจสอบมาตรฐานของการให้ข้อมูลการดูแลรักษา การจัดเก็บ ข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อนำมาใช้ ในการปรับปรุง การให้ ข้อมูล การสื่อสาร การสื่อความหมาย และการจัดการแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสม

นอกจากนี้ผู้ใช้บริการเห็นว่านิทรรศการถาวรเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย แต่ยังมี ความคิดว่านิทรรศการถาวรยากเกินไปที่จะเข้าใจ ถ้าหากผู้เข้าชมมีการเลือกรับ เปิดรับ ใส่ใจและ เลือกลงใจในวัตถุที่นำมาจัดแสดง แต่ขณะเดียวกันผู้ชมยังมีความต้องการที่จะนั่งพักผ่อนทั้งในและ นอกอาคาร รวมทั้งมีความต้องการให้บริการหูฟังกรณีไม่มีวิทยากรนำชม หรือสื่อที่ทันสมัย โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเภทคอมพิวเตอร์ ตลอดจนยังมีความต้องการให้พิพิธภัณฑ์สถาน แห่งชาติ ชวนาไทย สุพรรณบุรี มีสื่อประกอบนิทรรศการ ประเภทสื่อที่ผู้ชมสามารถทดลอง หยิบ จับ สัมผัสได้ หุ่นจำลองประเภทต่างๆ รวมถึงสื่อวีดิทัศน์ สอดคล้องกับความคิดเห็นจากการ สัมภาษณ์เกษตรกรดีเด่นด้านการทำนา ที่มีความเห็นว่า ต้องการให้พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ชวนา ไทย สุพรรณบุรี ได้นำเสนอโดยใช้สื่อประเภทวีดิทัศน์ เพื่อให้เห็นกระบวนการทำนาจริงๆ รวมทั้ง วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อเกี่ยวกับกระบวนการทำนา เพื่อให้เกิดจิตสำนึก จิตวิทยา ในการรับรู้และการสื่อความหมาย (ปรียวรรณ ชะเอมวัน, 2553)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการสนับสนุน การศึกษาครั้งนี้ ในด้านการสื่อความหมาย ผู้วิจัยจะนำเอาประเด็นของวิธีการศึกษาและผลการศึกษา การสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องเชิงวัฒนธรรม และวิธีการศึกษาแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่ง

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นผลของการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการศึกษาลักษณะการสื่อความหมายที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย โดยผู้วิจัยนำแนวทางในการประเมินระดับความต้องการมาใช้ในการศึกษาดังกล่าว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่าการศึกษากการสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจาก มีการเชื่อมโยงอดีตจนถึงปัจจุบันเรื่องราวความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านการสื่อสารหรือการสื่อความหมายไปยังนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชม เพื่อให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ รู้จักอนุรักษ์รักษาและหวงแหนคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ให้ยั่งยืนสืบไป

บริบทของพื้นที่

1. ประวัติอำเภอสติงพระ

พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ด้านตะวันออก บนคาบสมุทรสติงพระ มีโบราณสถานและโบราณวัตถุต่างยุคต่างสมัยจำนวนมากหลักฐานระบุว่าดินแดนแถบนี้บางแห่งเคยเป็นศูนย์กลางชุมชนขนาดใหญ่ที่ผ่านความเจริญมาแล้วยาวนานนับพันปี

สติงพระ เป็นชุมชนที่เจริญรุ่งเรืองที่สุดแห่งหนึ่งในอดีตบนคาบสมุทรแห่งนี้ (คาบสมุทรปัจจุบันประกอบด้วย อำเภอระโนด อำเภอกะแสสินธุ์ อำเภอสติงพระ และอำเภอลิพบุรี) มีการสันนิษฐานจากหลักฐานที่ถูกขุดค้นพบ และที่ปรากฏให้เห็นอยู่บ้างจนถึงปัจจุบันว่า สติงพระ มีความรุ่งเรืองประมาณช่วงพุทธศตวรรษที่ 10-15 วัดที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียง ที่เป็นที่ยุ้จักแพร่หลายในบริเวณนี้เช่น วัดพะโคะ วัดจะตึงพระ (วิวัฒน์ สุทธิวิภากร และคณะ, 2550, น. 50)

อำเภอสติงพระในสมัยโบราณเคยเป็นเกาะซึ่งเกิดจากการทับถมของซากหอย ซากปะการัง และการกระทำของคลื่นลมที่พัดพาเอาโคลนตะกอนและทรายมาทับถมให้เกิดแผ่นดินขึ้น พื้นที่ของเกาะนี้เป็นแนวยาวขนานไปกับชายฝั่งทะเล กลุ่มพื้นที่ตั้งแต่บริเวณหัวเขาแดงในเขตอำเภอเมืองสงขลา มายังอำเภอสติงพระไปจรดสุดเขตอำเภอระโนด การเกิดของปะการังแห่งนี้เริ่มขึ้นระหว่างหัวเขาแดงทางตอนใต้กับเขาเกาะใหญ่ที่อยู่ในเขตอำเภอสติงพระตอนเหนือ อันเป็น

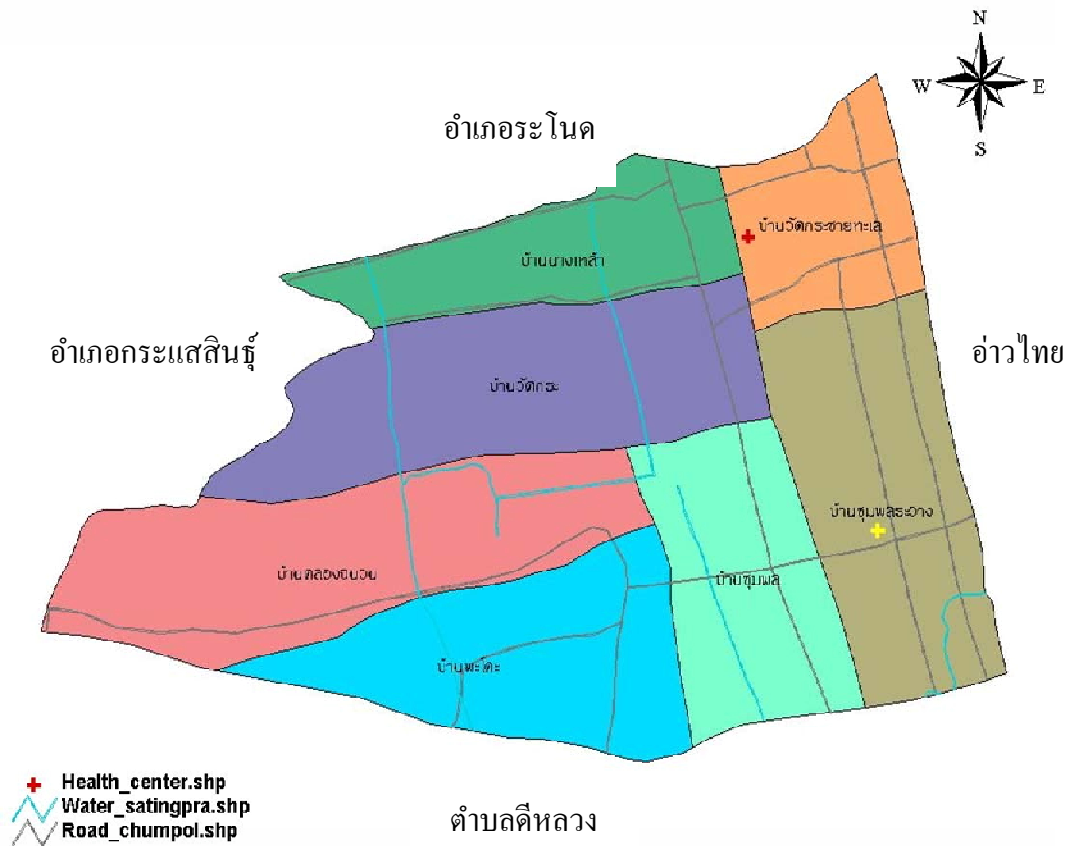
บริเวณที่มีภูเขาและเกาะมากมายอยู่ทางตะวันตกซึ่งเป็นพื้นที่ทะเลสาบสงขลาในปัจจุบัน (กระทรวงมหาดไทย, 2542, น.104)

หลักฐานจากประชุมพงศาวดาร ได้กล่าวถึง ความเป็นมาของอำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลาว่าเคยเป็นเมืองพัทลุงเก่าซึ่งสันนิษฐานจากโบราณสถาน โบราณวัตถุ ได้แก่ ซากกำแพงเมืองคูเมือง ซึ่งกองทัพมลายูสมัยกรุงศรีอยุธยาถูกโจมตี 2 ครั้งจนไม่สามารถบูรณะจึงทิ้งร้างไว้จนกระทั่งถึงพ.ศ.2437 ได้มีการยกฐานะเป็นอำเภอปละท่ามีอาณาเขตครอบคลุมถึงอำเภอระโนด(ขณะนั้นเป็นกิ่งอำเภอ) อย่างไรก็ดีตามใน พ.ศ. 2460 ได้มีผู้ลอบวางเพลิงที่ว่าอำเภอปละท่ากรมหลวงลพบุรีราเมศวร์ อุปราชปักษ์ใต้เห็นว่าการคมนาคมไม่สะดวก จึงยุบอำเภอปละท่าเป็นกิ่งอำเภอปละท่าขึ้นกับอำเภอเมืองสงขลา และได้เปลี่ยนชื่อเป็นกิ่งอำเภอจะติงพระ เมื่อ พ.ศ. 2467 โดยร่นอาณาเขตทิศเหนือมาอยู่ที่ตำบลชุมพล และทิศใต้ ติดต่อเขตอำเภอเมืองสงขลา (อำเภอสิงหนครปัจจุบัน) ต่อมาเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2490 ทางราชการได้ยกฐานะกิ่งอำเภอจะติงพระขึ้นเป็นอำเภอจะติงพระ และเมื่อ พ.ศ. 2504 สมัยนายพจน์ อินทรวีเชียร เป็นนายอำเภอจะติงพระ ได้เปลี่ยนชื่อจากอำเภอจะติงพระเป็นอำเภอสติงพระ จนถึงปัจจุบัน

2. ที่ตั้งและอาณาเขต

ที่ตั้งอำเภอสติงพระ ห่างจากจังหวัดสงขลาประมาณ 53 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 75,000 ไร่ หรือ 120 ตารางกิโลเมตร

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลบ่อตรุ อำเภอระโนดจังหวัดสงขลา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	อ่าวไทย
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลดีหลวง ตำบลคลองรีอำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	อำเภอกระเสสติงจังหวัดสงขลา



ภาพประกอบ 4 แผนที่ตำบลชุมพล อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา
ที่มา : ตฤณ สุวรรณนิล, 2546, สำนักงานสาธารณสุขอำเภอสทิงพระ

3. สถานที่สำคัญ

คำขวัญ 3 ใน 6 ของอำเภอสทิงพระ ที่มีว่า “เมืองเก่าสองทะเล มนต์เสน่ห์น่าน้ำงามหาดมหाराช พระไสยาสน์ค่าล้ำ ผลิตผลต้นตาล ตำนานหลวงปู่ทวด” บ่งบอกความภาคภูมิใจในการเป็นเมืองเก่า พระพุทธรูปที่เคารพนับถือที่วัดพะโคะ และพระสงฆ์ที่เคารพนับถือที่วัดพะโคะ(วิวัฒน์ สุทธิวิภากร, 2550, น. 50)

1. วัดพะโคะ ตั้งอยู่บริเวณเขาพัทลุง หมู่ที่ 6 ตำบลชุมพล เป็นที่ประดิษฐานหลวงปู่ทวด ห่างจากตัวอำเภอประมาณ 15 กิโลเมตร

2. วัดเจ้ทึงพระ ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลทึงพระ มีพระพุทธรูปไสยาสน์และพระเจดีย์มหาธาตุเก่าแก่ ห่างจากตัวอำเภอประมาณ 20 กิโลเมตร
3. หาดมหาราช ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลทึงพระ เป็นสถานที่ที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จประพาส ห่างจากตัวอำเภอประมาณ 500 เมตร
4. เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา (อุทยานนกน้ำคูขุด) ตั้งอยู่หมู่ 4 ตำบลคูขุด เป็นเขตอนุรักษ์สัตว์ป่า มีนกชนิดต่างๆ และทัศนียภาพที่สวยงาม

4. พื้นที่ทำการวิจัยคือ วัดพะโคะ

พื้นที่ทำการวิจัย เรื่องรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์อันยาวนานของคาบสมุทรสทิงพระ ชาวพุทธหรือประชาชนให้ความสำคัญและเคารพบูชาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งมีสถาปัตยกรรม องค์ประกอบภูมิสถาปัตยกรรม องค์เจดีย์ที่สร้างขึ้นตามแบบศิลปกรรมทางใต้สมัยอยุธยา แบบศิลปะลังกาคลายกับพระมหาธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช ยอดพระเจดีย์เป็นเบญจโลหะ ยาวสามวาสามคืบได้รับพระราชทานจากพระมหากษัตริย์กรุงศรีอยุธยา รวมถึงศาสนวัตถุสำคัญอื่นๆ ในวัดนี้ ได้แก่ รอยพระพุทธรูป พระพุทธรูปไสยาสน์หรือพระโคตมะรูปปั้นหลวงปู่ทวดปางธุดงค์ และสิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งในวัดคือ ภาพจิตรกรรมฝาผนังซึ่งเขียนขึ้นในราว พ.ศ. 2518-2519 มีหลายชุด เช่นชุดปริศนาธรรม ภาพชุดนันทนาการ เป็นต้น

5. บทบาทสำคัญของวัดพะโคะในอดีต

จากหลักฐานเรื่องพระราชทานที่กลับมาแก่วัดพะโคะและบรรดาวัดที่ขึ้นแก่วัดพะโคะทุกครั้งในสมัยอยุธยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในครั้งพระราชทานแก่พระครูเทพราชเมหาพีศรี-ปรมาจารย์ พบว่า เจ้าคณะลังกาชาติ เจ้าเมืองพะโคะมีบทบาทสำคัญมากมายมีพิเศษทั้งสิทธิและหน้าที่ วัดที่ขึ้นอยู่กับวัดพะโคะที่ปรากฏในสมัยพระราชทานที่กลับมาแก่พระครูธรรมทิวากรฯ มีอาณาเขตทิศเหนือจดเขาพังไกรและควนชลิป (ปัจจุบันขึ้นกับอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช) ทิศใต้จดเกาะขย (ปัจจุบันขึ้นกับอำเภอเมืองสงขลา) และเขาตั้งควนทิศตะวันออกจดทะเลเค็ม ทิศตะวันตกจดทะเลสาบ (สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, 2538, น. 132)

6. ประวัติของวัดพะโคะ (วัดพระราชประดิษฐาน)



ภาพประกอบ 5 วัดพะโคะ ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 ตำบลชุมพล อำเภอสังขละบุรี มีพื้นที่ทั้งสิ้น 12 ไร่ 80 ตารางวา ทิศเหนือ ทิศใต้ และทิศตะวันตกติดที่ดินเอกชน ส่วนทิศตะวันออกติด ธารน้ำสงฆ์

ที่มา : หนังสือประวัติวัดพะโคะ

วัดพระราชประดิษฐาน หรือวัดพะโคะ เป็นวัดโบราณ ได้ปรากฏหลักฐานในพระตำราบรมราชูทิศ เพื่อกลับไปวัด สมัยอยุธยาสำเนากรุงเก่าว่าด้วยการพระราชทานที่กลับไป และเรื่องกลับไปวัดจังหวัดพัทลุง ด้วยวัดพะโคะแต่เดิมมีฐานะเป็นวัดหลวงเป็นวัดที่สำคัญวัดหนึ่งในหัวเมืองพัทลุงฝ่ายปะทะวันออก คือทางฝั่งตะวันออกที่เป็นอำเภอสังขละบุรี อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ส่วนฝ่ายปะทะตะวันตก คือ บริเวณวัดเจียน วัดสทัง บริเวณโคกเมือง ซึ่งเป็นที่ตั้งเมืองพัทลุงเก่าสมัยอยุธยาตอนต้น อยู่ในท้องที่ อำเภอชัยสน จังหวัดพัทลุง และเป็นหัวเมือง 12 นักษัตริย์เมืองหนึ่งของนครศรีธรรมราช ถือตรางเล็ก (มะเส็ง) วัดพะโคะได้ปรากฏหลักฐาน ในสมัยสมเด็จพระเจ้าเอกาทศรถ เมื่อ พ.ศ. 2153 เรื่องกลับไปวัด จังหวัดพัทลุง การกลับไป เป็นเรื่อง ที่องค์พระมหากษัตริย์ทรงพระราชูทิศ พระราชทานที่ดินไร่นาอันเป็นของหลวงให้แก่พระสงฆ์แห่ง

พุทธศาสนาใช้บำรุงวัดวาอาราม รวมทั้งผู้คนชายหญิง ซึ่งเรียกว่า ถวายข้าพระโยมสงฆ์ให้แก่วัดเป็น เต็ดขาด ใครจะล่วงละเมิดมิได้ และถวายธรรณิสงฆ์อันได้แก่การ โอนกรรมสิทธิ์ที่ดินไร่นาสาโท ถวายเป็นของสงฆ์ เก็บผลประโยชน์อุทิศแก่วัดใดวัดหนึ่งที่ทรงพระบรมราชูทิศนั้น นอกจากอุทิศ ถวายไว้เพื่อประโยชน์แก่วัดวาอารามแล้ว ยังต้องมีพระเถระเจ้าอาวาสเป็นผู้กำกับดูแล ส่วนผู้คนข้า พระโยมสงฆ์นั้นก็ให้ไว้เพื่อเป็นผู้ปรนนิบัติพระสงฆ์และทำไร่ทำนาเพาะปลูกพืชผลบนพื้นที่ทรง พระบรมราชูทิศพระราชทานเพื่อนำผลนั้นให้แก่สงฆ์และเป็นสมบัติของสงฆ์ เป็นปัจจัยบำรุงเลี้ยง ชีวิตเพื่อจะได้บำเพ็ญสมณธรรมไม่ต้องกังวลในเรื่องอาหาร

ข้าคนสำหรับดูแลบำรุงรักษาสถานและปรนนิบัติพระสงฆ์เกิดขึ้นทาง พระสงฆ์ฝ่ายมหานิกายก่อน ซึ่งนิยมทำกันมาแต่เดิม นับว่าเพื่อแข่งขันกับพราหมณาจารย์ ที่อุทิศพระ กัลปนาข้าคนสำหรับดูแลปรารักษ์เทวาลัย หรือ วิหาร ที่สร้างถวายเป็นที่ประทับของพระเป็นเจ้าทั้ง สาม และเป็นที่บรรจุพระบรมศพของกษัตริย์ ซึ่งเป็นขนบประเพณีฝ่ายพราหมณ์ ต่อมาทางพุทธ ศาสนาฝ่ายมหานิกายได้ทำตามแบบอย่างขึ้นบ้าง และพระสงฆ์ฝ่ายทักษิณยาน ได้รับแบบกัลปนาสืบ มาตั้งแต่สมัย โบราณถึงสมัยกรุงรัตน โกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีพระบรม โองการโปรดเกล้าฯ ให้เลิกทาส บุคคลที่เป็นข้าโยมสงฆ์ก็พลอยได้สิทธิจากพระบรมราชโองการ

ในสมัย สมเด็จพระมหาจักรพรรดิ กษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา ระหว่าง พ.ศ. 2091 – 2111 ได้ทรงพระราชูทิศ พระราชทานที่กัลปนาสำหรับวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ) ต่อมาในปี พ.ศ. 2141 ในรัชสมัยสมเด็จพระนเรศวร เจ้าเมืองอุงคองนะ ให้ ลักปหม่าหนา เป็นแม่ทัพเรือมารบ ข้าศึกรุกเข้าถึงดินกำแพงฝ่ายทิศเหนือ เมืองนครศรีธรรมราชข้าศึกปล้นเมือง อาราม เมืองพัทลุงถูก ข้าศึกทำลายด้วยเมืองพัทลุงเป็นเมืองหน้าด่านทางใต้ของนครศรีธรรมราช ศาสนสถาน วัดพระราช ประดิษฐฐาน พระมาลิกเจดีย์ถูกข้าศึกทำลาย เสากฏี วิหาร พระธรรมศาลา พระอุโบสถ พระพุทธรูป เสียหาย ในพ.ศ. 2146 พระครูเทพราชเมافیศรีปรมาจารย์ราชประชาหัวเมืองพะโคะคณะลักกาชาติ เข้าถวายพระพรบรรพตพระดาชกุศลพระราชตำราเดิม โบราณราชประเพณีต่อพระบาทสมเด็จพระเอกาทศ รถว่า เดิมบูรพกษัตริย์ราชธาธิราช ศรีทธาให้ทำเป็นพระราชตำราไว้ พระราชทาน กัลปนา ด้วยถูก ข้าศึกทำลาย บ่าวไพร่ พลัดพราวจึงพระบาทสมเด็จพระเอกาทศรถอิศวรบรมบพิตรพระพุทธเจ้าอยู่ หัวมีพระราชโองการ พระบัณฑูร คาริสเหนือเกล้าเหนือกระหม่อม สั่งแก่พระศรีภูริปัญญาธิราช เสนาบดีศรีสาลักษณ์อรคมหาอำมาตย์ให้ทำเป็นพระตำราพระราชทานกัลปนา ข้าพระพุทธเจ้า และโยมสงฆ์ พระธรรมศาลาการเบริญญและพระเจดีย์ศรีมหาโพธิ์ พระพุทธรูปสลูปลูก พระปฏิมากร บนเขาพะโคะ



ภาพประกอบ 6 พระเจดีย์ส่วนมุนฐานสุวรรณมาลิกเจดีย์วัดพะโคะ (ในอดีต)
ที่มา : หนังสือประวัติวัดพะโคะ

ในปี พ.ศ. 2153 พระครุหมัดคลราชรุจิศรีสัตธรรมเกียรติหัวเมืองนครศรีธรรมราช พระครุธรรมเทวากรบรมุณีศรีธรรมราชทิพหัวเมืองพัทลุงเขาบรพต ปลัดวินัยธรและสงฆ์ทั้งหลายเข้าไปถวายพระพร แก่พระบาทสมเด็จพระบรมบพิตร พระเอกาทศรถ กษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยาว่าพระศาสนาวัดพระราชประดิษฐานพระมาลิกเจดีย์ สูงเส้นห้าวา และมี ณ บนพระพุทธรบาทเขาบรพต พระโคะ และวัดวาอารามจังหวัดพัทลุง ถูกอุซงคนะมาปล้นเมืองและเผาภูิกวิหาร พระธรรมศาลา อุโบสอาราม ทำสายพระพุทธรูปสิ้น องค์มาหามารพิชัย ทำลายเสี้ยวพระครุและสงฆ์ทั้งหลายจะเอาพระกัลปนา ซึ่งมีในท้องพระตำราพระราชโองการแต่พระอัยกาธิราช และบัญญัตินายสามจอม และบัญญัติ ขุนอินทปัญญา โดยบูรพกษัตริย์ อุทิศไว้สำหรับพระพุทธรเจ้าและอารามทั้งหลาย แต่ก่อนนั้น

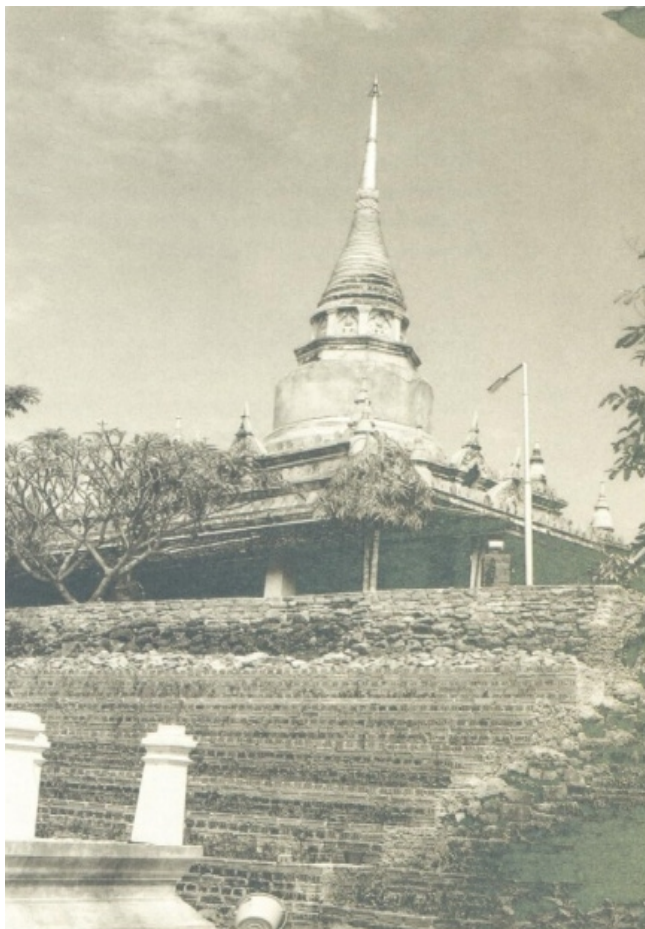


ภาพประกอบ 7 วิหารวัดพะโคะ ประดิษฐานพระพุทธรูป และรูปจำลองหลวงปู่ทวด (ในอดีต)
ที่มา : หนังสือประวัติวัดพะโคะ

ในปี พ.ศ. 2156 พระครูเทพราเมาศรีปรมจารย์ราชประชาให้นิมนต์มหาพุทธคัมภีร์มาครองกุฏิ บนเขาพะโคะดังปรากฏหลักฐาน ศาสนสถานต่างๆ ของวัดราชประดิษฐาน เช่น พระมาลิกเจดีย์ พระพุทธรูป พระอุโบสถ พระธรรมศาลา แต่เดิมมีปรากฏแล้ว ในรัชสมัยพระมหาจักรพรรดิถูกข้าศึกของอุงคนะ ทำลาย หลังจากอุงคนะ ได้เข้าปล้นทำลายเมืองแล้ว วัดพระราชประดิษฐาน วัดวาอารามต่างๆ ได้คิดปฏิสังขรณ์สร้างศาสนสถานขึ้นใหม่ เมืองนครศรีธรรมราช เมืองพัทลุงสงบ ไม่ถูกข้าศึกมารบกวนเป็นเวลา 29 ปี จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2171 อุงคนะยกทัพมาทำศึกเป็นครั้งที่ 2 ครั้งนี้ข้าศึกยกพลมาประมาณ ห้าหมื่นเศษ เข้าตีหัวเมืองต่างๆ ฟากตะวันออกทางใต้ ของเมืองนครศรีธรรมราช หัวเมืองพัทลุง โดยเข้าเป็นระลอก 2 เช่นกัน ข้าศึกตีเมืองนครศรีธรรมราชรบกันอยู่เจ็ดวันเจ็ดคืนทัพนครฯ ออกจมน้ำทัพข้าศึกในเวลากลางคืน ข้าศึกแตกลงเรือ แต่เผาวัดท่าโพธิ์เสีย ในปี พ.ศ. 2180 ในรัชสมัยของพระเจ้าปราสาททอง (พ.ศ. 2173-2198) เป็นปีที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราช (หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด) สมภพ บิดามารดาของท่านเป็นคนถิ่นนี้ (บ้านดีหลวงและวัดพะโคะ) เมื่อท่านเจริญวัยพอจะเล่าเรียนหนังสือได้แล้ว บิดามารดาก็นำไป

บวชเรียนอยู่วัดกุฎีหลวง (วัดดีหลวง) ซึ่งสมเด็จพระจวงเป็นเจ้าอาวาส ให้ชื่อท่านว่า “เจ้าณรปู” พระก็ให้ร่ำเรียนเขียน น โม ก ข และ ขอมไทยจบแล้ว จึงเรียนธรรมบทศกษากับสมเด็จพระชนเสนา วัดศรีกุญแจ (วัดสี่หยัง) เมื่อเรียนจบธรรมบทศกษาก็เข้าไปเมืองนครศรีธรรมราชอยู่ร่ำเรียนหลายปี เมื่อท่านอายุครบยี่สิบเอ็ดปี พระขุนลกก็รับเอาเจ้าณรปูไปสู่สำนักพระมหาเถรปิยทสสิ คิการอุปสมบทเจ้าณรปูเป็นพระภิกษุแล้ว จึงพระมหาเถรปิยทสสิ ให้นามว่า “เจ้าสามิราม” ให้อยู่ตามกิจสงฆ์แล้วร่ำเรียนธรรมสืบไปเป็นช้านาน

ขณะที่ท่าน ฟานักอยู่ที่เมืองนครศรีธรรมราชก็ได้คิดอ่านกับพระครูสังฆธรรมรังสิ พุทธบวรจารย์ว่าจะขอที่บนเขาพะโคะ สร้างพระศรีรัตนมหาธาตุสูงหนึ่งเส้นห้าวา แต่ยังมีได้ทำการ ครั้งเมื่อท่าน ได้โดยสารเรือสำเภาของพ่อค้าเดินทางจากเมืองนครศรีธรรมราชเข้าไป พระนครศรีอยุธยา ฟานักอยู่วัดแคไปมาเรียนธรรมที่วัดลุมพลินาวาสหลายปี มีชาวต่างประเทศเอา พระอภิธรรมเจ็ดคัมภีร์มาขายเป็นปริศนาให้ผู้มีความสามารถของอยุธยาแปล ถ้าแปลได้จะถวาย สิ่งของทั้งลำสำเภาให้ พระพุทธเจ้าอยู่หัว จึงมีพระราชโองการให้ประชุมสงฆ์ทั้งพระนครศรีอยุธยา เพื่อแปลปริศนาธรรม แต่ก็ไม่สามารถแปลได้ กระทั่งเจ้าสามิราม (หลวงพ่อทวด) เข้าไปแปล ปริศนาธรรมได้ ราชทูตต่างประเทศก็กราบไหว้เจ้าสามิราม ยกสิ่งของในเรือสำเภาถวายแก่บรม พิตรพระเจ้าอยู่หัวตามสัญญาบรมพิตรพระพุทธเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ปลุกกุฎีถวายแก่พระราม นักปราชญ์ (เจ้าสามิราม) แล้วถวายเมืองท่อนหนึ่ง พระราชทานนาม “สมเด็จพระราชมุนี” ท่านรับ ครองเพียงสามวัน จึงคืนกลับถวาย บรมพิตรพุทธเจ้าอยู่หัว



ภาพประกอบ 8 สุวรรณมาลิกเจดีย์ (ในอดีต) ซึ่งปัจจุบันได้มีการ
บูรณปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่
ที่มา : หนังสือประวัติวัดพะโคะ

ต่อมา สมเด็จพระราชมนูฯ ท่านได้ขอพระราชทานที่กัลปนาและสร้างศาสนสถาน
ของวัดราชประดิษฐฐาน ให้คงเหมือนเดิมต่อบรมพิตรพระพุทธเจ้าอยู่หัว พระบรมพิตรพระพุทธเจ้า
อยู่หัวจึงพระราชทานโปรดฯ ตามสมเด็จพระราชมนูฯท่านประสงค์ซึ่งมีในบัญชีนายสามจอมและ
ขุนอินทปัญญา มีพระราชโองการศรัทธาให้ทำเป็นพระกัลปนาอุทิศไว้ยกญาติโยมบ่าวไพร่ ไร่นา
ดินป่า บูชาธรรมเทศนา พระราชโองการตรัสว่า เราจะกรวดน้ำด้วยคณตเงินทองเห็นว่ามิแตก
จึงตรัสให้เอาคณตที่กระเบื้องให้แตกทีเดียวและมีพระราชโองการสาบานไว้ว่า “ถ้าผู้ใดและเมิด
พระบัณฑูร เบียดเบียนข้าพระคนทานไปไซ้ให้ผู้นั้นตกนรกหมกไหม้ได้ทุกขันธ์รันดรอย่าให้ทัน

พระพุทธ พระธรรม พระจันทร์ พระอาทิตย์ และพระสงฆ์ เจ้าสักราชิตี อย่ารู้คลาถอัปราชัยในชั่วนี้
 ชั่วหน้า ต้องสัจจาฐาน พระมหากษัตริย์เจ้าสาบาลไว้ทั้ง 5000 พระพรญาแต่นี้เมื่อหน้า”

จากนั้น พระบรมพิตรพระพุทธเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานยอดเจดีย์ ซึ่งหล่อด้วย
 เบญจโลหะพระราชสมเด็จร์ เครื่องประดับประดายอดพระเจดีย์นั้น พระราชทานออกมาแต่คลัง
 หลวง ให้ข้าหลวงจำพรหมมานออกมาบำรุงช่วยเหลือบรรทุกอิฐยอดพระมาลิกเจดีย์ และพระธาตุ
 ออกมาแต่พระนครศรีอยุธยา



ภาพประกอบ9 การบูรณะได้เสริมฐานประทักษิณขึ้นอีก 2 ชั้น (ภาพซ้ายอดีต)

และ สร้างพระเจดีย์เสริมขึ้นใหม่ตามมุมของฐานทั้ง 3 ชั้น (ภาพขวาปัจจุบัน)

ที่มา : ภาพซ้าย จากหนังสือประวัติวัดพะโคะภาพขวา ถ่ายเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

ในรัชสมัยนี้ ศาสนสถาน วัดพระราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) ได้บูรณปฏิสังขรณ์
 ขึ้นใหม่จากเดิม คงต้องเปลี่ยนแปลงศิลปสถาปัตยกรรมไปตามนิยม ในสมัยนั้นพระมาลิกเจดีย์ ได้
 สร้างขึ้นที่ฐานรากเดิมตามแบบศิลปสถาปัตยกรรมทางใต้สมัยอยุธยาบรรจุพระมหาธาตุที่บรม

บพิตรพระพุทธเจ้าอยู่หัวพระราชทานมา ส่วนพระมาลิกเจดีย์เดิมนั้นถูกข้าศึกอุกซงคนะทำลาย คงไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ในท้องถิ่นภาคใต้นี้ ถ้าจะสันนิษฐานรูปทรงองค์เดิมก็คงเป็นรูปทรงสมัยแรก ทำตามแบบอย่างศิลปะปะละ ต่อมาเมื่อพระพุทธศาสนาลัทธิลังกาวงศ์เจริญรุ่งเรืองที่นครศรีธรรมราช จึงได้รับอิทธิพลแบบอย่างศิลปะลังกา พอจะมีเปรียบเทียบในท้องถิ่นใกล้เคียง คือพระเจดีย์ที่วัดพระเจดีย์งาม พระมาลิกเจดีย์ที่สร้างขึ้นในสมัยสมเด็จพระราชมนูญี ทำตามแบบอย่างพระมหาธาตุ จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยปัจจุบันที่ส่วนฐานยังมีซุ้มและซ่างล้อมรอบอยู่ แต่ด้วยกาลเวลา องค์พระเจดีย์ชำรุด ต่อมาในสมัยท่านคง (ไม่ทราบฉายา) เป็นเจ้าอาวาสวัดพะโคะ พระพุทธมุนี (แก้ว) วัดคิหลวง เป็นผู้ทำการบูรณะ ของเดิมมีฐานซ่างเพียงชั้นเดียว ในการบูรณะครั้งนี้ ได้เสริมฐานประทักษิณขึ้นอีก 2 ชั้น จึงทำให้ตัวองค์พระเจดีย์เสียทรงจากของเดิมไป อีกทั้งสร้างพระเจดีย์เสริมขึ้นใหม่ตามมุมของฐานทั้ง 3 ชั้น ทำพระระเบียงรอบฐานองค์พระเจดีย์ ประดิษฐานพระเวียนไว้ ดังเห็นอยู่ในปัจจุบัน (วรรณยุทธ ฌ วิชาส , 2538, น. 111-122)

วัดพะโคะมีความสำคัญมาแต่อดีต “เป็นวัดกษัตริย์สร้าง” เป็นที่ประดิษฐานของพระบรมมหาธาตุ มีโบราณสถานที่มีคุณค่าทั้งทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเคยมีบทบาทสำคัญทั้งทางด้านศาสนาและการปกครอง ซึ่งปัจจุบันวัดพะโคะ ประกอบด้วย อาคารเสนาสนะ อุโบสถ ศาลาการเปรียญ หอระฆัง วิหารอนุสาวรีย์สมเด็จพระราชมนูญีสามิราม วิหารพะโคะ มณฑปประดิษฐานรูปจำลองหลวงปู่ทวด ศาลาบุญญุศโล ศาลาจำหน่ายดอกไม้ ภูฏิสงฆ์ พิพิธภัณฑ์ ในส่วนด้านปูชนียวัตถุ และโบราณวัตถุ ได้แก่ พระมาลิกเจดีย์ศรีรัตนมหาธาตุ สลุปเจดีย์องค์เล็ก พระพุทธไสยาสน์โคตรมะ รอยฝ่าพระบาทข้างซ้ายเหยียบไว้ที่แท่นหิน รูปจำลองสมเด็จพระราชมนูญีสามิราม ปางสมาธิ ดวงแก้วของสมเด็จพระราชมนูญีสามิราม เป็นต้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ออนไลน์)

7. สภาพทั่วไปของวัดราชประดิษฐาน(วัดพะโคะ)

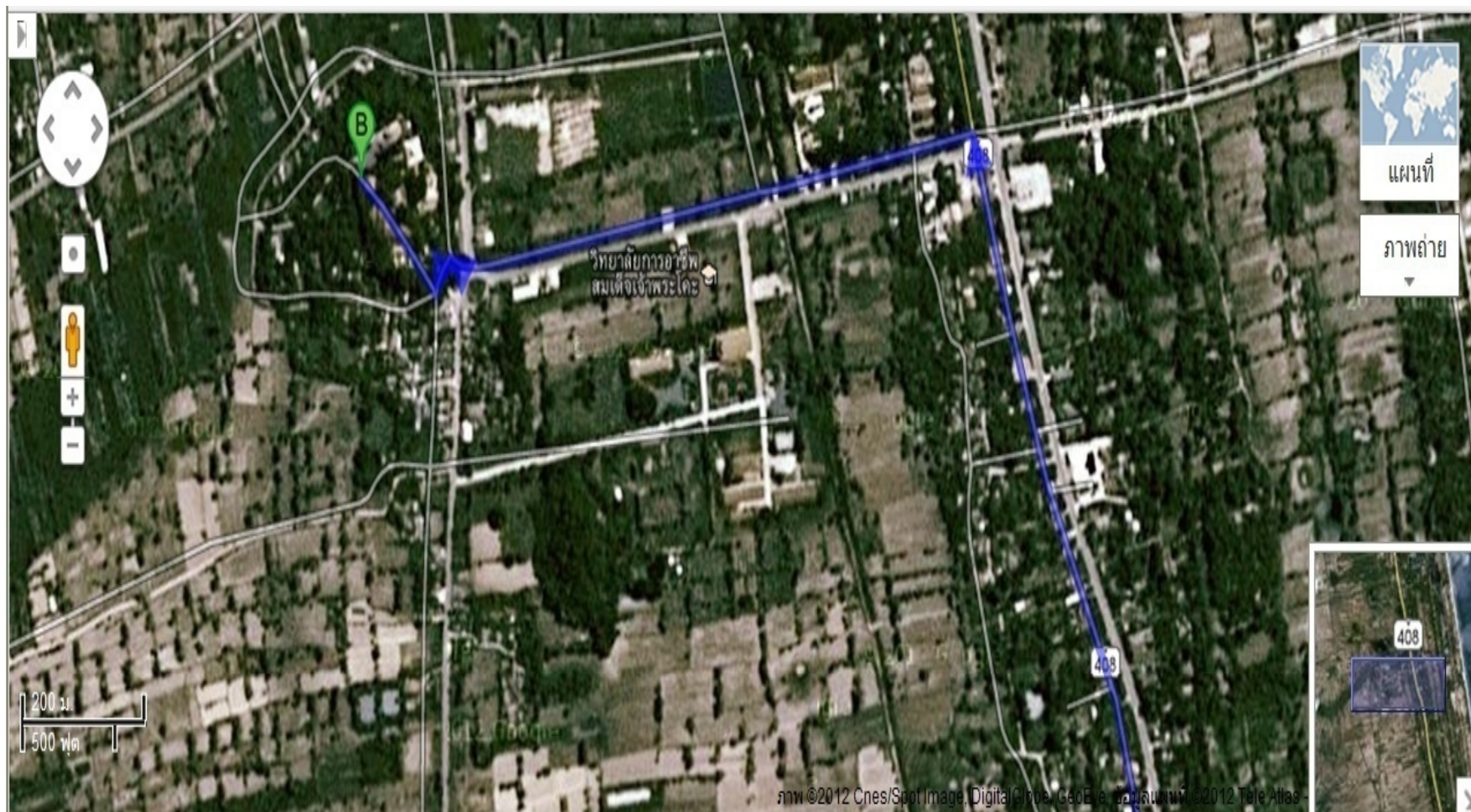
วัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) ตั้งอยู่ที่บ้านพะโคะ หมู่ที่ 6 ตำบลชุมพล อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา อยู่ห่างจากจังหวัดสงขลา มีเนื้อที่ประมาณ 12 ไร่ 80 ตารางวา มีธรณีสงฆ์ 1 แปลง เนื้อที่ 34 ไร่ 2 งาน 60 ตารางวา ห่างจากตัวเมืองจังหวัดสงขลาประมาณ 70 กิโลเมตรทางเข้ามีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร แยกจากทางหลวง หมายเลข 408 (สงขลา – ระโนด) ที่สี่แยกชุมพล โดยตั้งอยู่ที่ละติจูด 7 และลองติจูดที่ 100 ตะวันออก ที่ตั้งของวัดตั้งอยู่บนเนินเขาโคด มีความสูงประมาณ 30 เมตร จากระดับน้ำทะเลซึ่งเป็นภูเขาธรรมชาติ เกิดจากการทับถมและการสร้างตัวของหินกรวดมน และหินทราย เนินเขาพะโคะมีลักษณะลาดลงไม่สูงชันมากนัก ส่วนบนของเนินเป็น

ที่ราบกว้าง สามารถประดิษฐานองค์เจดีย์และสิ่งก่อสร้างต่างๆของวัดได้ทั้งหมด สำหรับพระพุทธไสยาสน์ชาวบ้านเรียกพระโคตมะ (พะ โคะ) อยู่ในอิริยาบถนอนตะแคงข้างขวาหลับพระเนตรพระเศียรหนุนพระเขนย พระหัตถ์ซ้ายทอดยาวไปตามพระกายเบื้องซ้าย พระหัตถ์ขวาหงายวางอยู่พื้นข้างพระเขนย พระบาททั้งสองตั้งซ้อนกันเป็นพระพุทธรูปปูนปั้นขนาดใหญ่ยาว 18 เมตรสูง 2.50 เมตร ฝีมือช่างท้องถิ่น ประดิษฐานอยู่ในวิหารด้านทิศเหนือของพระเจดีย์

ปัจจุบันวัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) มีพระภิกษุทั้งหมด 8 รูปมีเจ้าอาวาส คือ พระครูบุญญาพิศาล (วิชาญชัย แก้วประดิษฐ์) เนื้อที่ของวัดทั้งหมด 12 ไร่ 80 ตารางวา (ห้องสมุดประชาชน อำเภอสทิงพระ 2553)

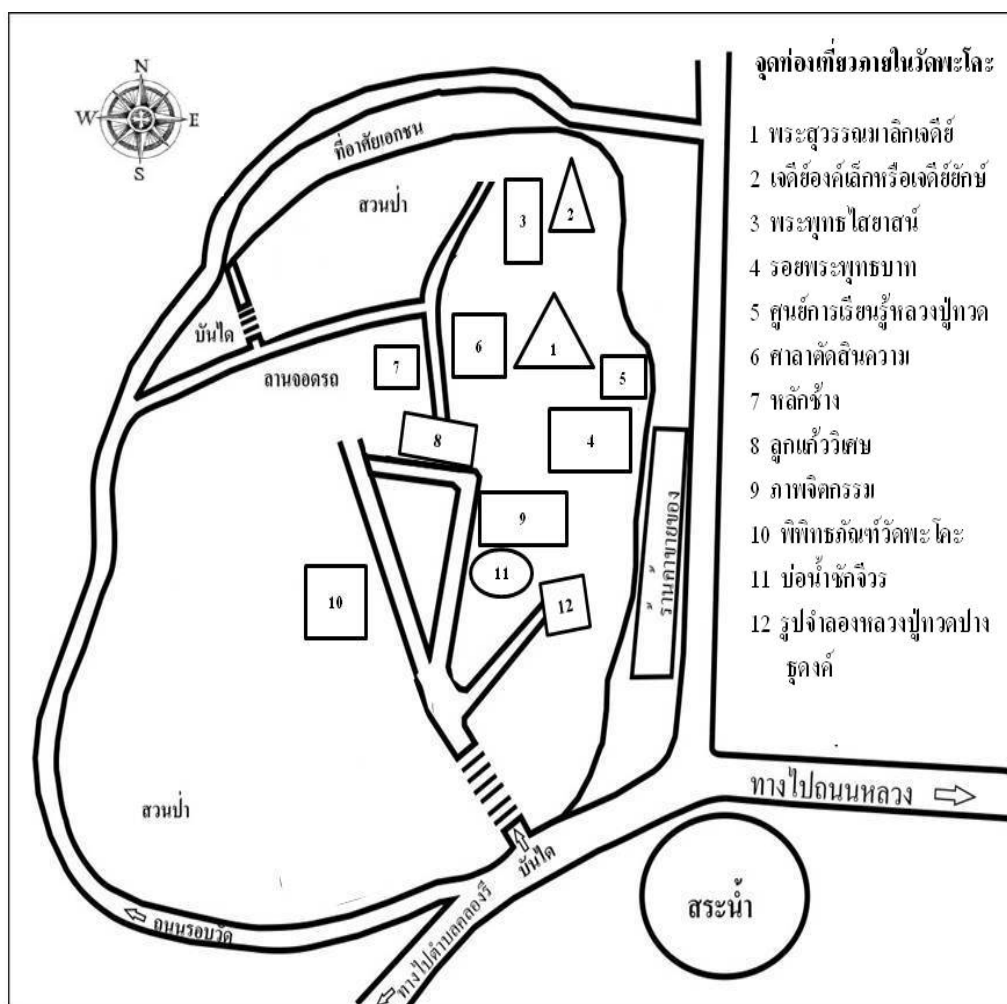
ทิศเหนือ	จรดที่ดินเอกชน
ทิศใต้	จรดที่ดินเอกชน
ทิศตะวันออก	จรดที่ดินธรณีสงฆ์
ทิศตะวันตก	จรดที่ดินของเอกชน

ลักษณะทางกายภาพ เป็นวัดที่อยู่บนเนินเขาบนพื้นที่ต่างระดับ การเข้าถึงสะดวก โดยเฉพาะลักษณะของวัดและเจดีย์เห็นได้ในระยะไกล จากเชิงเขาเป็นบันไดขึ้นมาสู่เนินเขา ซึ่งแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ ระดับแรกเป็นศาลาการเปรียญ ระดับสองเป็นกุฏิและมณฑป รวมถึงศาลหลวงพ่อทวด และระดับสามเป็นวิหาร พระเจดีย์ (อรสิริปาณินท์ และคณะ, 2531, น. 77-79) ส่วนการเดินทางไปวัดพะโคจากอำเภอเมืองสงขลา ใช้เส้นทาง 408 ประมาณ 48 กิโลเมตร (ดูภาพประกอบ 10)



ภาพประกอบ 10 จุด B คือ วัดพะโคะ ตำบลชุมพล อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

ที่มา : <http://maps.google.co.th/maps> (สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2554)



ภาพประกอบ 11 โบราณสถานและสิ่งที่น่าสนใจภายในวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ) ดัดแปลงจาก : แผนที่วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิด

งานวิจัยครั้งนี้ จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดการศึกษา จึงสรุปกรอบแนวคิดไว้ ดังภาพประกอบ 9 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการสื่อความหมาย ดังนี้

การสื่อความหมายที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ภาคประชาชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชน ในประเด็นลักษณะการสื่อความหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันและความต้องการการสื่อความหมาย โดยจะนำประเด็นดังกล่าวมาทำการสนทนากลุ่มอีกครั้ง

นอกจากนั้น ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่พักอาศัยปัจจุบัน ส่งผลต่อระดับความต้องการที่มีต่อสื่อความหมายที่ต่างกัน โดยปัจจัยเหล่านี้ยังมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัดพะโคะ ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์และความถี่ในการเดินทางมาวัดพะโคะวันที่เข้ามาเที่ยว ช่วงเวลา รูปแบบการเดินทาง เหตุผลที่มาเที่ยว และระยะเวลาในการเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะ ซึ่งข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบ ยังส่งผลในเรื่องความต้องการเกี่ยวกับการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล เพื่อนำผลการศึกษาในด้านความต้องการการสื่อความหมาย ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการสนทนากลุ่ม เพื่อนำมากำหนด “รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรีจังหวัดสงขลา ต่อไป



ภาพประกอบ 12 กรอบแนวคิด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในหัวข้อเรื่อง“รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา”โดยผู้วิจัยเริ่มทำการศึกษาแนวคิดการสื่อความหมาย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา งานวิจัยครั้งนี้เป็นการผสมผสานวิธีการแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการสนทนากลุ่มส่วนวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

การกำหนดประชากร

ขนาดกลุ่มตัวอย่างและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มี 2 กลุ่ม ประกอบด้วย ภาคประชาชนหรือชุมชนภาครัฐบาล และภาคเอกชน เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ รวมถึงหน่วยงานภายนอกที่ได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ ทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินงานและนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพะโคะ

ขนาดกลุ่มตัวอย่างและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ดังนี้
 กลุ่มที่ 1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ครั้งนี้เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มี
 ส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่วัดพะโคะ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย และใช้เทคนิคกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
 (Purposive Sampling) ทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ภาคประชาชน หรือชุมชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 29 คน ได้แก่
 - 1.1 พระภิกษุสงฆ์ 2 รูป
 - 1.2 กรรมการวัด 3 คน
 - 1.3 ผู้มีภูมิลำเนาในท้องถิ่น/ผู้สูงอายุ (ปราชญ์ชาวบ้าน) 3 คน
 - 1.4 ชาวบ้านในพื้นที่ 21 คน

เกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนรับผิดชอบในพื้นที่ เป็นผู้
 ภูมิรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์สามารถเล่าเรื่องราวอดีตกาลเกี่ยวกับวัดพะโคะและมีส่วนเกี่ยวข้อง
 กับการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะ

2. ภาครัฐบาลจำนวน 18 คน ได้แก่
 - 2.1 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สงขลา) 3 คน
 - 2.2 เจ้าหน้าที่กรมศิลปากรที่ 13 สงขลา 3 คน
 - 2.3 เจ้าหน้าที่วัฒนธรรมท้องถิ่นประจำอำเภอสติงพระ 3 คน
 - 2.4 เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลชุมพล 3 คน
 - 2.5 นักวิชาการ 4 คน
 - 2.6 ผู้นำชุมชน(กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน) 2 คน

เกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้มีส่วนรับผิดชอบ และมีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกับคนใน
 พื้นที่ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถทางประวัติศาสตร์ และสนับสนุน ชี้นำแนวทางในการอนุรักษ์
 มรดกทางวัฒนธรรม หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

3. ภาคเอกชนจำนวน 6 คน ได้แก่
 - 3.1 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 3 คน
 - 3.2 มัคคุเทศก์/ยุวมัคคุเทศก์ 3 คน

เกณฑ์การคัดเลือกคือเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการ
 กับนักท่องเที่ยวโดยตรง

กลุ่มที่ 2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรในการคำนวณและเปิดตารางของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) จำนวนประชากรที่พบในปี 2552 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยววัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 70 และนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 30 มีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งหมด 72,000 คน (พระศักรินทร์ สิริภทโท และ ออบต.ชุมพล, 2555) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)}$$

โดย n แทนขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 N แทนจำนวนนักท่องเที่ยว
 e แทนระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{72,000}{1 + 72,000 (0.05)}$$

$$n = 397$$

ดังนั้น สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 397 คน ซึ่งการเก็บข้อมูลแบ่งตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 277 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 120 คน ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยใช้เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenient Sampling) ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่กำหนดไว้

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	การสัมภาษณ์ เชิงลึก(คน)	การสนทนา กลุ่ม(คน)	ผู้ตอบ แบบสอบถาม	รวม
ภาคประชาชน หรือชุมชน	25	4	-	29
ภาครัฐบาล	12	6	-	18
ภาคเอกชน	4	2	-	6
นักท่องเที่ยว	36	-	397	433
รวมทั้งสิ้น	77	12	397	486

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการวิจัยหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงานตามลำดับ ดังนี้

1. สัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง(In-depth Interview)

สัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างสำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 จำนวน 77 คน ประกอบด้วย ภาคประชาชนหรือชุมชน 25 คนภาครัฐบาล 12 คนและภาคเอกชน 4 คนประเด็นในการสัมภาษณ์เป็นการซักถามแบบเจาะลึกเพื่อให้ได้คำตอบอย่างละเอียดครบถ้วน ได้ทราบถึงแนวความคิดของผู้ถูกสัมภาษณ์ต่อคำถามการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านลักษณะการสื่อความหมายและความต้องการของชุมชนในกลุ่มนี้ รวมถึงนักท่องเที่ยวจำนวน 36 คน ด้านความต้องการที่มีรายละเอียดมากขึ้นเพื่อนำประเด็นเหล่านั้นมาสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนักท่องเที่ยวจำนวน 36 คน ดังกล่าวจะไม่ซ้ำกับผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การสนทนากลุ่มสำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 จำนวน 12 คน ประกอบด้วย ภาคประชาชนหรือชุมชนในพื้นที่ 4 คน ภาครัฐบาล 6 คน และภาคเอกชน 2 คน สนทนากลุ่มแบบเจาะประเด็นด้วยการเชิญผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม จำนวน 12 คน โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้แลกเปลี่ยนทัศนคติกันอย่างกว้างขวางในประเด็นต่างๆ ที่ผู้วิจัยต้องการ แล้วหาข้อสรุปประเด็นเหล่านั้น (พิชญ์สินี ชมพุกำ และคณะ, 2552, น. 32)

3. ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบกำหนดคำตอบไว้ (Multiple Choices Questions) จำนวน 397 ชุด โดยเลือกคำตอบจากสิ่งที่กำหนดไว้ให้ และแบบที่ไม่ได้กำหนดไว้ให้สามารถตอบได้อย่างอิสระ ซึ่งโครงสร้างและรายละเอียดของแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ความถี่ ช่วงวันที่เดินทาง เวลาที่สะดวกในการเยือนแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง เหตุผลของการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยงในการสื่อความหมาย จะเป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความต้องการ ด้านประเภทของสื่อ และคุณสมบัติหรือลักษณะสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมาย โดยแบบสอบถามใช้มาตรวัดตามวิธีของ Likert หรือวิธี Summated Rating ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2552) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความต้องการมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความต้องการมาก
3	หมายถึง	ระดับความต้องการปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความต้องการน้อย
1	หมายถึง	ระดับความต้องการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด สำหรับกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะความต้องการด้านอื่นๆ นอกเหนือจากประเด็นที่ระบุไว้

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ วารสาร โดยอาศัยแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวิจัย ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
2. สัมภาษณ์เชิงลึก ภาคประชาชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชน
3. สนทนากลุ่ม ภาคประชาชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชน
4. กำหนดโครงสร้างเครื่องมือและขอบเขตเนื้อหาตามกรอบแนวคิดของการวิจัย
5. สร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
6. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสมความถูกต้องในการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหา
7. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบและแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา ไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาเนื้อหาและโครงสร้างของข้อคำถามที่ต้องนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยทดสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content Validity)

8. นำมาปรับปรุงและแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและให้คำแนะนำคำถามรายข้อ เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 ชุด แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 30 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า α มีค่าใกล้ 1 มากเท่าใด แสดงว่าเครื่องมือมีค่าความเชื่อมั่นสูง จากผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ค่า $\alpha=0.9191$ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ค่า $\alpha=0.8322$

3. นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำอีกครั้ง แล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ โดยสามารถจำแนกข้อมูลได้ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาและค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ บทความ เอกสารทางวิชาการ อินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลขั้นต้นไว้แล้วในบทที่ 2

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ จากสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มภาคประชาชนหรือชุมชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชน จำนวน 25 ราย และจากการสนทนากลุ่ม

จากภาคประชาชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชน จำนวน 12 ราย ซึ่งบุคคลที่ให้ข้อมูลกลุ่มนี้จะไม่ซ้ำกับกลุ่มสัมภาษณ์เชิงลึก โดยทำหน้าที่ขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกให้กับภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์ จำนวน 16 ฉบับ ส่วนภาคประชาชนหรือชุมชนเข้าไปสัมภาษณ์โดยตรงไม่มีการทำหน้าที่ขอ ข้อมูลจากทุกภาคส่วนเพื่อให้ได้มาซึ่งลักษณะการสื่อความหมาย และความต้องการของชุมชน รวมถึงทำหน้าที่ขอความร่วมมือในการสนทนากลุ่มให้กับภาคประชาชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชน ขอความร่วมมือในการสนทนากลุ่ม จำนวน 12 ฉบับ เพื่อสรุปประเด็นการสื่อความหมายและนำมากำหนดรูปแบบการสื่อความหมายตามความต้องการของชุมชนและนักทอ่งเที่ยว และทำหน้าที่ขอความอนุเคราะห์จากเจ้าอาวาสวัดพะโคะ เพื่อใช้สถานที่ ศาลาการเปรียญของวัดพะโคะในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) สำหรับของข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักทอ่งเที่ยวทั้งชาวไทย จำนวน 277 ราย และชาวต่างชาติ จำนวน 120 ราย รวมทั้งหมดจำนวน 397 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทำการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ ความเที่ยงตรง และได้รับคำตอบที่ชัดเจนสำหรับคำถามปลายเปิด

1.2 ทำการลงรหัสในแบบสอบถามจากการที่ได้ทำการตรวจสอบข้างต้น

1.3 วิเคราะห์แปลความหมายจากการประมวลผลเพื่อจัดทำรายงานและสรุปผล

2. เกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัยสำหรับแบบสอบถามที่เป็นข้อมูลระดับช่วง (Interval Scale) โดยสามารถคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้นตามหลักการหาค่าพิสัย ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงระดับคะแนน}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นดังกล่าว ช่วงคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 0.80 สามารถกำหนดเกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับระดับความต้องการของตัวแปรแต่ละตัว โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ (สรชัย พิศาลบุตร และคณะ, 2550) จึงกำหนดเกณฑ์พิจารณาระดับความต้องการได้ดังนี้

ระดับคะแนน	4.21 - 5.00	แสดงว่ามีระดับความต้องการมากที่สุด
	3.41 - 4.20	แสดงว่ามีระดับความต้องการมาก
	2.61 - 3.40	แสดงว่ามีระดับความต้องการปานกลาง
	1.81 - 2.60	แสดงว่ามีระดับความต้องการน้อย
	1.00 - 1.80	แสดงว่ามีระดับความต้องการน้อยที่สุด

(ค่าระดับความต้องการ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด)

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ

3.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา และพฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงระดับความต้องการในการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) และหาค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปร โดยการใช้สถิติทดสอบค่าที (T-Test) และการทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่า p-value ที่ระดับสถิติ 0.05 หากผลทดสอบมีความแตกต่างกันทางสถิติตามระดับนัยสำคัญที่กำหนด จะทำการทดสอบเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ โดยเทคนิค Scheffe

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล และการสนทนากลุ่ม สำหรับกลุ่มภาคประชาชน ภาครัฐบาล ภาคเอกชน และความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของงานวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษางานวิจัยนี้เป็นการดำเนินการวิจัยเพื่อตอบโจทย์เรื่องการสื่อความหมาย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสตงิ่งพระ จังหวัดสงขลา ข้อมูลต่างๆ ที่ศึกษาได้นำมาใช้เพื่อตอบคำถามการวิจัย คือ ประการที่หนึ่ง ลักษณะการสื่อความหมาย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ เป็นอย่างไร ประการที่สอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ เป็นอย่างไร โดยคำตอบที่ได้จากทั้งสองข้อ ผู้วิจัยนำมาให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสตงิ่งพระ จังหวัดสงขลาทั้งนี้ผลการวิจัยสรุปได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

ลักษณะการสื่อความหมาย

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย

ผลจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ลักษณะการสื่อความหมาย

การสื่อความหมาย เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร มิมาเน้นนานตั้งแต่มนุษย์ไม่มีลายลักษณ์อักษรใช้ ในยุคดังกล่าว การสื่อความหมายของมนุษย์ได้ใช้รูปแบบ นักเล่านิทาน ประเภทมุขปาฐะ นักเล่าเรื่อง เพื่อสื่อสารให้คนในสังคมเข้าใจในสิ่งต่างๆ การสื่อความหมายจึงทำหน้าที่รักษาและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของมนุษย์จากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจต่างๆมาเป็นองค์ประกอบ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร และการจัดนำเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้การสื่อความหมายเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในสิ่งที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการจัดนำเที่ยว จึงกล่าวได้ว่า การสื่อความหมายเป็นองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจการจัดนำเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง

ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นธุรกิจการจัดนำเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้การสื่อความหมายที่ใช้สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การสื่อความหมายที่นำมาใช้ในการจัดนำเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็นสองประเภท คือ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

1. รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาวัดพะโคะโดยใช้บุคคล มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้นำชมในท้องถิ่นประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน และพระภิกษุสงฆ์ โดยมีหน้าที่ในการนำเสนอรูปแบบการสื่อความหมาย ดังนี้

1.1 ปราชญ์ชาวบ้านหรือ ผู้สูงอายุในชุมชน

การสื่อความหมายโดยใช้ปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้สูงอายุในชุมชน ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ เรื่องราวประวัติศาสตร์ของวัดพะโคะ โดยปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้สูงอายุที่ทำหน้าที่ในการสื่อความหมายเป็นบุคคลในชุมชนที่มีความรู้ทางประวัติความเป็นมาหรือเรื่องราวต่างๆ ของวัดพะโคะเป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์ตรง จากเจ้าของพื้นที่ ปราชญ์บ้าน หรือ ผู้สูงอายุในชุมชน ที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในวัดพะโคะปัจจุบัน ได้แก่ นายเชือบ คงธรรม หมู่ 6 ตำบลชุมพล (รูปภาพประกอบ13)โดยปกติปราชญ์ชาวบ้านจะมาพบปะกับนักท่องเที่ยวเป็นบางครั้งเท่านั้น โดยเฉพาะตอนที่มีการกิจในวัด เช่น ประชุมกรรมการวัด และการได้รับเชิญให้มาบรรยาย เป็นต้น



ภาพประกอบ 13 ปราชญ์ชาวบ้าน (ซ้าย) บรรยายให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณศาลาตัดหินความ (ขวา) และนำชมบริเวณหน้ามณฑปรอยพระพุทธรบาทและรูปจำลองหลวงปู่ทวด ถ่ายเมื่อ วันที่ 14 มีนาคม 2555

จากผลการศึกษาพบว่าบทบาทของปราชญ์ชาวบ้านในการสื่อความหมายการจ้ดนำเที่ยว ในพื้นที่วัดราชประดิษฐาน ยังมีไม่มากนักดังคำสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“เรื่องราวของวัดพะ โคะหากอยากรู้อย่างละเอียดก็มีเพียง 2-3 คน ในชุมชนนี้ แต่ที่รู้จริงๆ มีผู้อาวุโสคนหนึ่ง คือ ลุงเชือบ คงธรรม นอกจากนั้น มีพระศักรินทร์ สิริภทโท และประพันธ์ หมดทองคำ แต่ลุงเชือบ คงธรรมจะรู้เรื่องราวเกี่ยวกับวัดพะ โคะมากที่สุด และบางครั้งลุงก็จะขึ้นมา เพราะเป็นกรรมการวัดที่จะต้องขึ้นมาคูแผลความเรียบร้อยของวัด หากนักท่องเที่ยว โชคดีพบกับลุงเชือบ ลุงก็จะให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว”

(แม่ชีเล็ก แก้วประดิษฐ์, สัมภาษณ์ วันที่ 11 ธันวาคม 2554)

“เมื่อเดินทางมาเที่ยววัดราชประดิษฐานผมต้องการให้มีปราชญ์ชาวบ้านทำหน้าที่ในการบรรยาย ซึ่ง โชคดีมากที่สุดที่ได้เจอผู้รู้ใจข้อข้องใจเกี่ยวกับเรื่องราวประวัติของวัดพะ โคะอย่างละเอียด เพราะผมได้ศึกษาความเป็นมาเพียงคร่าวๆ จึงเดินทางมาจากกรุงเทพเพื่อมาชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์แห่งนี้

และได้มาสักการะบูชาหลวงปู่ทวดด้วยซึ่ง โคงค์มากและอยากทราบประวัติของท่าน”

(ณัฐพงษ์ คังทรัพย์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 14 มีนาคม 2555)

จากการสัมภาษณ์ รายละเอียดในการสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยว ของ
ปราชญ์ชาวบ้าน โดยพบว่ามีกรบรรยายข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

สุวรรณมาลิกเจดีย์

“เจดีย์องค์นี้ได้สร้างมานานแล้ว ครั้งที่ตั้งวัดสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 500 ก็ปรักหักพัง ด้วยบุญญาบารมีอิทธิฤทธิ์ของหลวงปู่ทวด พระเจ้าเอกาทศรถให้คนงานมาซ่อมแซม ภายในองค์เจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุเอาไว้ สมัยพระนารายณ์ พระธรรมกาวา จากนั้นเจ้าเมืองพัทลุงได้อำรัตนานิมนต์พระคุณเจ้าทั้งสองรูปนี้ให้ไปนำพระสารีริกธาตุจากประเทศศรีลังกามาบรรจุไว้ภายในองค์เจดีย์ จึงเป็นที่มาของชื่อพระสุวรรณมาลิกเจดีย์ศรีรัตนมหาธาตุบริเวณฐานองค์พระเจดีย์ประดับด้วยรูปช้างล้อม และประดิษฐานพระพุทธรูปหรือทั้งพระเวียงสี่ด้าน ซึ่งพระพุทธรูปมีอายุมากกว่า 100 ปี มีพระอาจารย์แก้ว ยังมีสภาพคงเดิมโดยสร้างจากหินทรายแดง ซึ่งได้นำมาจากอยุธยาในครั้งสมัยสมเด็จพระโคะบูรณปฏิสังขรณ์ หลังจากถูกเผาด้วยความอาราม รวมถึงพระพุทธรูปจนหมดสิ้นปัจจุบันส่วนฐานขององค์พระเจดีย์พระพุทธรูปล้อมรอบทั้งสี่ด้านจำนวน 44 องค์ อยู่ในรูปปางสมาธิ 43 องค์ และปางยืน 1 องค์ ลักษณะการวางพระพุทธรูปมี 2 ชั้น โดยชั้นที่ 1 ทางด้านทิศใต้ มี 4 องค์ และอีก 3 ด้าน ด้านละ 6 องค์ วางเรียงขนานกันตามแนวระเบียง ส่วนชั้นที่ 2 ทางด้านทิศใต้ มี 7 องค์ ฟุ้งซ้าย 4 องค์ ฟุ้งขวา 3 องค์ และอีก 3 ด้าน ด้านละ 5 องค์ และมีช้างจำนวน 15 เชือก โดยทางด้านทิศใต้ ขององค์เจดีย์ มี 2 เชือก และ อีก 3 ด้าน ด้านละ 4 เชือกที่มาของช้าง ซึ่งได้เล่าสืบต่อกันมาว่า ตอนพระเอกาทศรถรับทำพินันกับศรีลังกาว่าจะแปรธรรมให้ได้ภายในเจ็ดวัน หากแพ้จะกลายเป็นเมืองขึ้นของศรีลังกา ถ้าแปรได้จะเอาเครื่องบรรณาการทั้งหมดเป็นของเรา ในคืนวันที่หกพระเอกาทศรถได้ฝันถึงช้างเผือกวิ่งมาจากทิศใต้เข้ามาในพระราชวัง ซึ่งช้างได้เข้ามาเหยียบเปรียบเสมือนกับข้าศึกจะเข้ามาบุก จะต้องมีความพ่ายแพ้เกิดขึ้น

เพื่อความกระจ่าง จึงได้ให้โหราบตีมาทำนายทายทัก โชคชะตาราศีของเมือง โหราบตีจึงกราบทูลว่า ผู้มีบุญจากทางทิศใต้จะมาสู่ความเป็นเอกจะนำ เกียรติยศ ชื่อเสียงกลับคืนมา นี่แหละที่มาของช้างเผือกไปจากทิศใต้ไปสู่ มหาราชวังและกระต๊อบทำส่งเสียงดังสนั่น หมายความว่า หากแปรรวมชนะ ชื่อเสียงจะค้งกึ่งก้องไปทั่วสารทิศ”

เจดีย์องค์เล็ก

“ลักษณะองค์เจดีย์เล็ก ตัวองค์เจดีย์เล็ก กว่าสุวรรณมาลิกเจดีย์ ซึ่งมีการบูรณะขึ้นมาใหม่ เจดีย์องค์เล็กจากตำนานกล่าวขานว่า เจดีย์องค์เล็กสร้างขึ้นพร้อมกับสุวรรณมาลิกเจดีย์ ซึ่งเป็นการแข่งขันกันสร้างเจดีย์ระหว่างพระ กับมาร เจดีย์องค์เล็กสร้างพร้อมกันกับเจดีย์องค์ใหญ่ตามตำนานหรือใน ธรรมะ มีความหมายว่า ถ้ามีพระก็ต้องมีมาร หากพระเอาชนะไม่ได้ ก็เป็นพระ ไม่ได้ คำว่าพระคือเจดีย์องค์ใหญ่ มารก็คือเจดีย์องค์เล็ก เจดีย์องค์ใหญ่ผู้สร้าง คือพระหรือประชาชน แต่องค์เล็กมารมาสร้าง เป็นการสร้างแข่งขัน ว่าของ ใครเสร็จก่อน เมื่อสร้าง ไปสร้างมามาร ไม่มีใครศรัทธา ไม่มีใครมาร่วมด้วยก็ รู้สึกว่ามาร ไม่มีก็คนก็สร้างได้เล็กนิดเดียว เมื่อมารเห็นว่าสร้างแข่งขันกับพระ และประชาชน ไม่ได้แล้ว จึงเอาทำถีบเพื่อให้เจดีย์ล้ม แต่ไม่ล้ม ทำให้ยอดเอียง จึงมีคำวาทที่ไหนมีพระที่นั่นมีมาร มารคืออุปสรรคนั่นเอง”

พระพุทธไสยาสน์

“พระพุทธไสยาสน์ให้ชื่อว่า “พระโคตรมะ”เมื่อชาวบ้านยอมรับนับ ถือเชื่อว่าพระพุทธเจ้ามาจากประเทศอินเดีย เมื่อสร้างพระพุทธไสยาสน์แล้ว ต้องการให้ชื่อเหมือนกับทางอินเดีย เป็นที่มาของชื่อพระโคตรมะ เวลาต่อมา จึงเป็นชื่อของวัดพระโคตรมะ เมื่อสร้างมาเป็นเวลานาน 500 ปีที่ผ่านมา จึงมีการเขียนตัวอักษรตกหล่นผิดเพี้ยนมาเรื่อยๆ จึงเหลือแค่ พระโคะ ตามชื่อ ปัจจุบันของวัดตามตำนานเขาเล่าว่าเมื่อก่อนเป็นพระพุทธไสยาสน์องค์เล็กๆ พบพระพุทธไสยาสน์อยู่แล้ว จึงสร้างครอบให้องค์ใหญ่และสร้างพระวิหาร อีกชั้น เพื่อให้ลูกหลานได้เคารพบูชา นึกถึงบุญญาบารมีของพระพุทธเจ้า

ว่าท่านช่างมี พระมหากรุณาธิคุณ พระบริสุทธิ์คุณ พระปัญญาคุณ พระกรุณา
 ของท่านทั้งสามอย่างทำให้เราติดตาตรึงใจว่าพระพุทธเจ้าให้เกิดมาเพื่อนำ
 สัตว์โลกให้พ้นจากความทุกข์หรือชนสัตว์ไปให้ถึงฝั่งปรินิพพาน การสร้างพระ
 พุทธไสยาสน์ไว้หลายๆ วัดเพื่อให้เป็นการเตือนตาเตือนใจของ
 พุทธศาสนิกชนว่า คนเราทุกคนควรเคารพบูชาให้พระพุทธเจ้า ท่านได้ตรัสรู้
 ว่า ทุกข์ สมุทัย นิโรธ มรรค หรือว่าคนเราที่เกิดมาแล้วจะข้ามพระไตรลักษณ์
 ไม่ได้ พระไตรลักษณ์ คือ ความทุกข์ขัง อนิจจัง อนัตตา เราจะข้ามความทุกข์
 ไม่ได้ ถ้าข้ามได้เราก็ทำใจให้ชนะความทุกข์เท่านั้นเอง อนิจจัง คือ ความไม่
 เที่ยง มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นธรรมดา จากเด็กเป็นผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่เป็นคนชรา
 จึงเป็นที่มาของคำนี้ “ไปไม่กลับ กลับไม่ต้น พื้นไม่มี หนีไม่พ้น” ทุกคนต้อง
 ตาย ทีนี้เมื่อมีคำเตือนตามลักษณะสามัญ อนิจจัง เราก็ควรไม่ประมาท เหมือน
 พระพุทธเจ้าตอนจะปรินิพพาน ยังได้สอนพระพุทธรูป หรือปัจฉิมสาวกให้เป็น
 พระได้ ปัจฉิมสาวกมาถามปัญหาตอนที่พระอานนท์เป็นพระอุปละ ปัจฉิม
 สาวกมาถามปัญหาที่พระพุทธรูปก่อนปรินิพพานพระอานนท์ก็ขวางไว้ เพื่อ
 ไม่ให้ไปรบกวนท่านที่จะปรินิพพาน เมื่อพระพุทธเจ้าได้ยินก็ให้ปัจฉิมสาวก
 เข้าไปถามปัญหา คำถามของปัจฉิมสาวกถามว่า ในโลกนี้ที่มีพระศาสดาทุกๆ
 ศาสนาที่เกิดมาได้ตรัสรู้เหมือนพระองค์ทุกองค์หรือเปล่า พระองค์ตอบว่า ไม่
 ตอบให้เหมือน ไปปลบู่เขา แล้วพระพุทธเจ้าย้อนถามปัจฉิมสาวกว่าแล้วจะฟัง
 พระองค์เทศนาไหม พระองค์เทศนาให้ปัจฉิมสาวกว่าคนเราจะข้ามสามัญญ
 ลักษณะ คือ ทุกข์ อนิจจัง อนัตตา ไม่ได้ หรือว่าเราจะข้ามพ้นความตายไม่ได้
 แล้วเราจะต้องทำอะไรไม่ประมาท สร้างความดีตั้งแต่วันนี้บัดนี้ แล้วจะได้
 เป็นคนที่มีคุณภาพในชีวิต เป็นตัวอย่างที่ดีของสังคม เมื่อเป็นอย่างนี้ ปัจฉิม
 สาวกขอบวช พระองค์จึงบวชให้ปัจฉิมสาวก เป็นปัจฉิมสาวกองค์สุดท้าย ไม่
 นานพระองค์จึงปรินิพพาน เรียกว่าเป็นตัวอย่างที่ดีอันเลิศล้ำทำให้เราเข้มแข็ง
 ในชีวิต ทั้งๆ ที่พระองค์จะปรินิพพานอยู่แล้ว ก่อนปรินิพพานเจ็บปวดทรมาน
 มาก พระองค์แข่งใจกับทุกข์ความทรมานเพื่อจะทำหน้าที่ภารกิจที่ต้องทำ ให้
 เราเอามาเป็นตัวอย่าง ว่าหากจะมีอุปสรรคเท่าไรต้องแข่งใจฟันฝ่าอุปสรรคไป
 ให้สำเร็จ

รอยพระพุทธรูป

“ความเชื่อเดิมตามหลักพระพุทธศาสนา คือรอยพระพุทธรูปของ พระพุทธเจ้า แต่มาภายหลังด้วยอิทธิฤทธิ์ของหลวงปู่ทวด ชาวบ้านจึงเชื่อกัน ว่าเป็นรอยพระพุทธรูปของหลวงปู่ทวดจนมาถึงทุกวันนี้ รอยพระพุทธรูป ที่ปรากฏในวัดพะโคะ มีผู้คนหลั่งไหลเข้ามาเคารพสักการะบูชา รวมถึง พระพุทธรูปจำลองหลวงปู่ทวดที่ประดิษฐานภายในมณฑป ตามความเชื่อว่าเป็นรอยพระบาทของหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาบนบานศาลกล่าว และมีการแก้บน โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีความเชื่อเกี่ยวกับหลวงปู่ทวดเป็นอย่างมาก เห็นได้ชัดจากการมาแก้บน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนที่มีความเชื่อบนบานศาลกล่าว และมีการแก้บน โดยการมาจุดประทัดเพื่อบอกกล่าวสิ่งศักดิ์ ซึ่งที่จุดประทัดแก้บนอยู่ด้านข้างฝั่งทิศใต้ของมณฑปรอยพระพุทธรูปภายในมณฑปมีพระพุทธรูปจำลองหลวงปู่ทวดปางสมาธิ และปาง รุดงค์ ซึ่งภายในนั้นจะมีที่นอนหรือที่บรรทมของหลวงปู่ทวด และหากวัดมีกิจกรรมที่สำคัญทางศาสนา เช่น กิจกรรมบวชภาคฤดูร้อน กิจกรรมสงฆ์นำ หลวงปู่ทวดช่วงเทศกาลสงกรานต์ จะมีการถวายเครื่องเคียงภัตตาหารให้กับ หลวงปู่ทวดภายในมณฑปนี้ด้วย”

ศาลาตัดดินความ

“เมื่อครั้งหลวงปู่ทวดนั้น พระเจ้าเอกทศรถให้คนงานมาสร้างศาลา ตัดดินความขึ้นมา ตามตำนานบอกว่าเป็นกุฏิของหลวงปู่ทวด ท่านยึดเป็น สถานที่จำวัดด้วย และพระพุทธรูปประดิษฐานสามองค์ ที่นี้สร้างขึ้นตอน ซ่อมเจดีย์ และพระเอกทศรถให้คนงานมาสร้างศาลานี้ขึ้นรูปร่างของศาลา ตัดดินความมีรูปร่างคล้ายพระพุทธรูปไสยาสน์ ความสำคัญในอดีตครั้งมีการ ปกครองโดยวัดพะโคะเป็นศูนย์กลางความยุติธรรมความเป็นมาของศาลา ตัดดินความเกิดขึ้นสมัยหลวงปู่ทวดได้เข้ามาพัฒนาหรือสร้างความรุ่งเรือง ให้แก่วัด ตอนที่หลวงปู่ทวดได้เข้ามาจำพรรษาที่วัดพะโคะซึ่งหลวงปู่ทวด ได้ทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยความขัดแย้งในชุมชน ซึ่งศาลาตัดดินที่ได้จัดตั้งขึ้น

ภายในวัดพะโคะ เนื่องจากสมัยนั้น วัดเป็นศูนย์กลาง หรือศูนย์รวมจิตใจของประชาชน โดยพระเจ้าเอกาทศรถมอบอำนาจให้หลวงปู่ทวด แก้ไขความขัดแย้งในชุมชน โดยใช้ศาลานี้เป็นที่ว่าความครั้งนั้น หลังจากที่หลวงปู่ทวดไปเมืองไทรบุรี ทำให้ศาลาตัดลินความนี้กลายเป็นวิหารของวัดพะโคะไว้ทำกิจทางศาสนาหากเกิดปัญหาความขัดแย้งในชุมชนหลวงปู่ทวดจะเรียกให้มาไกล่เกลี่ย หรือสร้างความสามัคคี โดยให้ดื่มน้ำพิพัฒน์สัตยาซึ่งบรรจุไปด้วยลูกแก้ว ลูกกระสุน ดิน หอก ดาบ มีด ท่านให้ดื่มน้ำสาบานให้ทำงานเพื่อชาติไม่ให้โกงกินบ้านเมือง ทุกหน่วยงาน ทุกสังคม บูชาการให้กัน มีความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การมีความขัดแย้งกัน เหมือนคำๆ หนึ่งที่ว่า “อันโลกจะผาสุกสิ้นยุคเข็ญ จะต้องระงับคับริอนผ่อนให้เย็น ด้วยการเป็นไมตรีปราณีกัน” คือเมตตาต่อกันนั้นแหละ การให้อภัยเป็นการให้ที่สูงส่งที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวให้อภัยโทษแก่นักโทษในวันสำคัญ”

ลูกแก้ววิเศษ

“ตามตำนานลูกแก้ววิเศษนี้เป็นลูกแก้วคู่บารมีหลวงปู่ทวด มีพญางูคายให้เมื่อครั้งหลวงปู่ทวดยังเป็นทารกตามตำนานเชื่อกันว่า มีหลายคนได้พยายามที่จะนำลูกแก้วออกไปจากวัด แต่ได้เกิดวิบัติแก่ผู้นั้น ดังนั้นลูกแก้วนี้จึงถูกนำมาประดิษฐานไว้ที่ยอดเจดีย์ ต่อมาฟ้าผ่าลูกแก้วได้พลัดตกลงมา เจ้าอาวาสในขณะนั้นจึงได้เก็บรักษาไว้ที่กุฏิเจ้าอาวาส และอยู่จนมาถึงปัจจุบันลูกแก้วพญางูคายให้หลวงปู่ทวดครั้งยังเป็นทารกเกิดมาได้ 15 วันนางจันได้นำทารกไปนาและผูกเปลไว้กับต้นหม่า 2 ต้น นางจันได้เห็นงูขดพันอยู่ บนทารกน้อยจึงเรียกชาวบ้านที่ไปเกี่ยวข้าวด้วยกัน ขึ้นมาดูและนมัสการเทพลักษณะ งูก็เลื้อยไป นางจันมาดูลูกก็พบลูกแก้วในเปลลูกน้อย ตำนานเล่าสืบต่อกันมาว่าลูกแก้วนี้มีปฏิหารย์ ใครเอาลูกแก้วนี้ไป ภัยพิบัติร้ายต่างๆ จะมาหาผู้นั้น หลังจากนั้นจึงได้นำลูกแก้วมาไว้ที่ยอดองค์เจดีย์ ครั้งหนึ่งฟ้าผ่าทำให้ลูกแก้วพลัดตกลงมา เจ้าอาวาสจึงได้นำมาเก็บไว้ในกุฏิ”

บ่อชักจิวรหลวงปู่ทวด

“บ่อน้ำชักจิวรมีขึ้นมาเมื่อครั้งหลวงปู่ทวดมาซ่อมวัดพะโคะพระเจ้าเอกาทศรถ ให้คนงานช่วยกันขุดหินให้เป็นบ่อแล้วนำไปใช้เป็นที่ชักจิวรใส่น้ำลงไปเพื่อเป็นที่ชักจิวร ที่โยนเหรียญลงไปหรือ ได้ตกแต่่งให้สวยงามก็เนื่องมาจากบารมีของหลวงปู่ทวดให้คนขุดหินลงไปเอาน้ำขังไว้เป็นที่ชักจิวรที่โยนเหรียญลงไปแล้วอธิฐานว่าเมื่อจิวรของหลวงปู่ทวดได้ถูกชักสะอาดก็ขอให้จิตใจของลูกหลานปราศจากทุกข์โศกโรคภัยทั้งหลายทั้งปวงที่อยู่ในตัวขอให้ละลายหายไปในวันนี้”

หลวงปู่ทวดปางสมาธิและจาริกธุดงค์

“ปางธุดงค์เป็นการระลึกถึงองค์หลวงปู่ทวดจึงแสดงให้เห็นการไปแสดงธรรมของหลวงปู่ทวดในทำรูปจำลองในลักษณะเพื่อให้เราเคารพบูชาด้วยความเชื่อและเคารพนับถือองค์หลวงปู่ทวดมีมานาน และความเป็นมาซึ่งมีปฏิหาริย์ในตัวปู่ทวดตั้งแต่แรกเกิด ซึ่งครั้งหนึ่งท่านเคยจำพรรษาที่วัดพะโคะและสร้างความเจริญให้แก่วัด หลังจากนั้นท่านได้ไปสร้างวัดโกระไหนด ที่เมืองไทรบุรี ขณะเดียวกันท่านเป็นเจ้าอาวาสที่วัดช้างให้ ปัตตานี เดินทางแบบธุดงค์ระหว่างสองวัดนี้ หลวงปู่ทวดมรณภาพที่วัด โกระไหนด และนำศพมาประชุมเพลิงที่วัดช้างให้ตามที่ท่าน ได้สั่งไว้ และขณะที่นำศพกลับมาที่นั่นพักตามรายทาง ก็ปักไม้แก่นหมายไว้ แม้แต่น้ำเหลือที่หยด ก็ปักหมายเช่นกัน หรือปูนดินให้สูงขึ้น ถือว่าศักดิ์สิทธิ์เรียกว่า สตูบท่านลังกา เนื่องจากชาวมลายูเรียกรว่า ท่านลังกา จึงเป็นเหตุผลที่ชาวมลายูให้เคารพหลวงปู่ทวดจนถึงทุกวันนี้ หลวงปู่ทวดมีความโด่งดังมากที่วัดช้างให้เนื่องจากประชุมเพลิงและสร้างสตูบหลวงปู่ทวดไว้ที่นั่น ดังนั้น เมื่อปี พ.ศ. 2515 ทางวัดพะโคะจึงได้สร้างรูปเหมือนปางจาริกธุดงค์ ขนาดเท่าของจริงไว้ เพื่อให้ประชาชนได้มาสักการบูชา และปัจจุบันมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติโดยเฉพาะชาวมลายูเข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่สะดวกไปที่วัดช้างให้ จังหวัดปัตตานี”

(เชือบ คงธรรม, สัมภาษณ์ วันที่ 22มกราคม 2555)

การทำหน้าที่ของปราชญ์ชาวบ้านในการสื่อความหมายต่อการนำชมแหล่งท่องเที่ยวในวัดพะโคะมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดในประเด็นต่างๆ

ข้อดี

1. ทำให้เกิดความน่าสนใจเนื่องจากผู้ฟังสามารถซักถามจากผู้บรรยายได้และเกิดการตอบโต้ในระหว่างการสื่อสาร
2. ปราชญ์ชาวบ้านสามารถเล่าเรื่องราวหรือละเอียดที่ถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยว ได้ชัดเจนกว่าการสื่อความหมายชนิดอื่น เนื่องจากปราชญ์ชาวบ้านมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องประวัติศาสตร์ หรือ เรื่องราวของชุมชนตั้งแต่อดีต
3. นักท่องเที่ยวสามารถซักถามตามประเด็นที่ต้องการความรู้เพิ่มเติม ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด

ข้อจำกัด

1. ปราชญ์ชาวบ้านไม่สามารถมาคอยบริการนักท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน
2. ขาดการประสานงานกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่ทราบเวลาที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเยี่ยมชมในวัดพะโคะ
3. ปราชญ์ชาวบ้านมีภารกิจทำให้ไม่สามารถจัดสรรเวลาในการนำชมได้อย่างชัดเจน
4. วัตถุประสงค์ของผู้เดินทางมาวัดราชประดิษฐานแตกต่างกันบางครั้งไม่ต้องการฟังการบรรยายจากปราชญ์ชาวบ้าน
5. ไม่มีการกำหนดค่าตอบแทนในการนำชมที่แน่นอน

1.2 พระภิกษุสงฆ์

การสื่อความหมายโดยพระภิกษุสงฆ์ ทำหน้าที่บรรยายและนำชมสถานที่ต่างๆ ภายในวัดให้แก่นักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่มใหญ่เท่านั้นซึ่งจากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันวัดราชประดิษฐานมีพระภิกษุสงฆ์ที่สามารถนำชมสิ่งที่น่าสนใจภายในวัด มีเพียงรูปเดียวพระภิกษุสงฆ์รูปอื่นๆ ไม่สะดวกในการให้บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว เนื่องจากหลายสาเหตุ อาทิ ติดนิมนต์ ติดเรียน ติดภารกิจสงฆ์ และอื่นๆ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“พระภิกษุสงฆ์ส่วนใหญ่ไม่ค่อยว่าง อาตมาจึงได้รับมอบหมายทำหน้าที่บรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวมักจะสอบถามเรื่องของลูกแก้ววิเศษ อาตมาก็ได้เล่าเรื่องราวพอสังเขป พอให้นักท่องเที่ยวทราบที่ไปที่มาของลูกแก้ว และประเด็นอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการอยากรู้ โดยอาตมาจะประจำอยู่ที่กุฏิดูแลเรื่องวัตถุมงคลและพูดคุยกับนักท่องเที่ยว

(พระศักรินทร์ สิริภทโท, สัมภาษณ์ วันที่ 7 ตุลาคม 2554)

“ผมทราบข้อมูลวัดพะโคะมาจากทางอินเทอร์เน็ตบ้าง แต่ไม่เข้าใจมากนัก พอได้มาเยี่ยมวัดพะโคะในวันนี้ ได้มีโอกาสสอบถามพระภิกษุสงฆ์ ผมจึงได้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเข้าใจความเป็นมาในเรื่องต่างๆ ของวัดพะโคะและวัดข้างใหลมากยิ่งขึ้น”

(ศิริเรก ชาญนุกุล (นามสมมติ), สัมภาษณ์ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2555)

จากการสัมภาษณ์ รายละเอียดในการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยว ของพระภิกษุสงฆ์ โดยพบว่ามีการบรรยายข้อมูลให้นักท่องเที่ยวดังกล่าวคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ประวัติหลวงปู่ทวด ย้อนกลับมาประมาณปี พ.ศ. 2125 ที่บ้านดีหลวง ตำบลดีหลวงอำเภอสังขละบุรี มีครอบครัวคนยากคนจนอยู่ครอบครัวหนึ่ง คือ ครอบครัวตาหูก กับ ยายจัน ซึ่งเป็นผู้ที่ยากจนมาก กูหนี้ยืมสินอยู่กับเศรษฐีปานในช่วงนั้น ในครอบครัวนี้ให้กำเนิดบุตรชายหนึ่งคนท่านเกิดในวันศุกร์เดือนสี่ ปีมะโรง ตรงกับ พ.ศ. 2125 เมื่อคลอดแล้วพ่อของเด็กชายคนนั้นก็นำรกไปฝังที่ต้นเลียบ ปัจจุบันก็เป็นสำนักสงฆ์ ต่อมาก็กลับไปตั้งชื่อลูกด้วยความที่ก๊ิบคานว่องไวเหมือนกับปูที่จับมาใส่กระดิ่ง จึงตั้งชื่อว่า เด็กชายปูนั่นเอง ต่อมาเหตุการณ์เกี่ยวข้องกับยายจัน เศรษฐีปานผู้ที่เป็นเจ้านี่ก็เกณฑ์ลูกหนีไปเกี่ยวข้าวหนึ่งในครอบครัวนั้นที่คิดไปด้วยก็คือ ครอบครัวตาหูก กับ ยายจัน ตอนนั้นขณะที่ไปทำงานต้องนำลูกไปด้วยก็ปรากฏว่าไปผูกเปลที่ต้นเหม้าคือต้นไม้ชนิดหนึ่งซึ่งงอกอยู่บริเวณทุ่งนา ไปผูกเปลแล้วนางจันให้นมลูกแล้วก็ลงไปทำงาน เวลาใกล้เที่ยงนางจันเป็นห่วงลูกขึ้นมาให้นมลูกพบว่าที่เปลของเด็กชายปูมีพญานาฬายืนอยู่รอบเปล คิดว่าพญานาฬานั้นกัดลูกชายแล้ว ก็ไปเรียกชาวบ้าน และสามีมาจับไล่ เมื่อมาจับไล่ทุกคนมาเห็นขนาดงูใหญ่กว่าที่

คิดไว้เลยไม่กล้าจะทำอันใด ทั้งสองเลยได้หาดอกไม้บริเวณรอบๆ มาทำการ
 ขอบมาลาโทษ ปรากฏว่าเมื่อสิ้นเสียงอธิษฐานงูก็คลายขดและเลื้อยลงจากแปล
 ไป นางจันเข้าไปดูถูกพบว่าในแปลของเด็กชายงูมีฟองน้ำลายงูตกอยู่ที่อกของ
 เด็กชายงู เข้าใจว่างูกัดลูกชายแล้ว ด้วยความเป็นห่วงลูกจึงปิดป้องก็ได้
 ทราบว่าเป็นดวงแก้ว จึงเก็บดวงแก้วนั้นมาที่นี้เมื่อเก็บดวงแก้วได้เหตุการณ์
 ต่างๆ จึงเกิดขึ้นกับครอบครัวในเรื่องนี้ๆ นึกสิ่งใดก็สมปรารถนาทุกประการ
 จนกระทั่งเศรษฐีปานอยากได้ดวงแก้วจึงมาแย่งชิงเอาไป ออกอุบายว่าจะยก
 หนี้ให้ทั้งหมด จึงยกลูกแก้วให้กับเศรษฐีปาน ไป ผลสุดท้ายเศรษฐีปานก็อยู่
 ไม่ได้มีเหตุการณ์เกิดขึ้นต่างๆ นานา เป็นเหตุการณ์ที่หาสาเหตุไม่ได้ เช่น ลูก
 เมียเจ็บไข้ไม่สบาย ไฟไหม้ยุ่งจนไม่คาดคิดมาก่อน จนกระทั่งเศรษฐีปาน
 สำนึกผิดคิดว่าจะเป็นสาเหตุลูกแก้วนี้ จึงนำลูกแก้วมาคืนครอบครัวตาหู กับ
 ยายจัน เหมือนเดิม ตาหูกับยายจันก็ไม่กล้าเก็บไว้เพราะเห็นพิษสงของลูกแก้ว
 ในครั้งนั้น จึงนำไปฝากกับหลวงตาจวง ที่วัดศีลหลวง ซึ่งหลวงตาจวงเป็นลุง
 ของหลวงปู่ทวด คือพี่ชายของนางจัน ตอนนั้นท่านบวชเป็นสมณใน
 วัดศีลหลวง ที่นี้เมื่อเอาไปฝากไว้เด็กชายงูมีอาการร้องอแงจะเอาลูกแก้ว เมื่อ
 อยู่กับลูกแก้วจะสงบสติอารมณ์ ร่าเริง แจ่มใส เมื่อออกหากจากลูกแก้วจะ
 อแง สาเหตุนี้จึงทำให้เด็กชายงูมีโอกาสเข้าไปเฝ้าบิณฑบาตในพระพุทธศาสนา
 ทั้งสองก็ยกลูกชายให้หลวงตาจวง ตั้งแต่เด็กมีพี่เลี้ยงอยู่หนึ่งจนครบอายุสิบสี่
 ปีด้วยกัน ก็ให้บรรพชาเป็นสามเณรที่วัดศีลหลวง ศึกษาวิชาต่างๆ ต่อจากนั้นไป
 ศึกษาที่วัดสีกุยยัง กับพระชินสีเถระในช่วงนั้นเมื่อจบจากวิชาที่วัดสีกุย ก็
 เดินทางไปศึกษาต่อที่นครศรีธรรมราช อยู่กับพระครูกาเดิม ที่วัดศรีมาเมือง
 จนอายุครบยี่สิบเอ็ดปีบริบูรณ์ก็ทำการอุปสมบท ณ ครองท่าแพ เมื่อก่อนนั้น
 ไม่มีอุโบสถ จึงอุปสมบทกันในบ้าน เลือกสถานที่คือ ครองท่าแพ เอาเรือมาส
 คือ เรือพาย สามถึงสี่ลำต่อกันเป็นแพ เรียกวีธีอุปสมบทแบบนี้เรียกว่า อุทก
 เสมา ต่อมาท่านต้องการศึกษาต่อจึงอาศัยเรือสำเภาของนายอิน ขึ้นไปศึกษาที่
 กรุงศรีอยุธยาในครั้งนั้น ในระหว่างทางที่เดินทางปรากฏว่าเรือไปติดพายุทำ
 ให้ไม่สามารถที่จะเดินทางต่อไปได้ จึงทอดสมอจอดเรืออยู่เป็นระยะเวลาเจ็ด
 วันทำให้เสบียงที่เตรียมไว้หมดลง เมื่ออาหารหมดลงปรากฏว่าคนบนเรือพา
 กันให้โทษว่าพระสามเณรมารูปนี้ ที่อาศัยเรือมาด้วยทำให้เกิดเหตุอาเพศนายอิน
 เจ้าของเรือด้วยความโมโหสั่งให้นายจันจับพระภิกษุสามเณรมลงเรือเล็กไป

ปล่อยเกาะ นายจันลูกเรือเกิดความเลื่อมใสศรัทธา ขอธิดานเป็นนอมอุปะละ
 ขอติดตามไปด้วยระหว่างเดินทางลงเรือเล็กไป เมื่อพายเรือเล็กออกไปจากเรือ
 ลำเก่าไม่ไกลนัก นายจันกระหายน้ำอยากจะค้ำน้ำก็อุทานออกมาว่า หิวน้ำจ้ง
 เลย ทีนี้ด้วยความเมตตาของหลวงปู่ทวดท่านอธิฐานจิตเหยียบน้ำทะเลจืดให้
 นั่งบนเรือก็หยั่งเท้าซ้ายลงไปใต้น้ำแล้วอธิฐานจิตเหยียบน้ำทะเลจืดปรากฏว่า
 น้ำทะเลจืด นายจันก็ตักขึ้นมาชิมดูก็พบว่าน้ำทะเลจืดจริงๆ จึงตะโกนบอกนาย
 อื่นด้วยความดีใจ นายจันสำนึกผิดจึงท่านกลับขึ้นเรืออีกครั้ง สั่งให้ลูกเรือตัก
 น้ำขึ้นมาไว้บนเรือเพื่อเป็นเสบียงจนกระทั่งเรือมุ่งหน้าสู่กรุงศรีอยุธยา ในสมัย
 พระเจ้าเอกาทศรถในครั้งนั้น พระอควินิจจากศรีลังกา มาตั้งพนัก์ถ้ากรุงศรี
 อยุธยา ถ้าอ่านปริศนาธรรม ถ้ากรุงศรีอยุธยาเรียงปริศนาธรรมสำเร็จภายใน
 เจ็ดวันจะได้สำเภาบรรทุกเครื่องบรรณาการหากแพะจะกรุงศรีอยุธยาเป็น
 เมืองขึ้น เมื่อทำพนัก์ก็เขียนแผ่นทองเขียนอักษร พระเจ้าเอกาทศรถก็ทำพนัก์
 ก็หานักปราชญ์ที่มาแก้ปริศนาธรรมในครั้งนั้น ก็หาใครไม่ได้ จนกระทั่งอยู่มา
 คืบหนึ่งพระเจ้าเอกาทศรถนิมิตฝันว่า มีช้างเผือกจากดินแดนทักษิณมาเหยียบ
 บันลังของท่าน ท่านให้โหรทำนาย ก็ทำนายว่าจะมีพระสมณศักดิ์รูปหนึ่งมา
 ช่วยกรุงอยุธยาไว้ได้มาจากปักใต้ ให้คนออกสืบหาจนเจอจึงนิมนต์ให้ไปแก้
 ปริศนาธรรม ท่านใช้ความสามารถเรียงพระอภิธรรมเจ็ดคำภีร์ ได้สำเร็จ
 เลยรู้ว่าคำที่ขาดหายไปเจ็ดคำนั้น คือ ส ง วิ ชา กุ ปะ ยะ กะ สามารถที่จะเรียง
 ได้สำเร็จ พระเจ้าเอกาทศรถถวายพระนามให้หลวงปู่ทวดว่า สมเด็จพระราช
 มุนีสามัคคณุปราจารย์ จากนั้นให้ท่านพนัก์อยู่ที่กรุงศรีอยุธยา จนกระทั่งมีโรค
 ระบาดเกิดขึ้นในกรุงศรีอยุธยาทำให้ประชนล้มตายกันมาก ท่านก็ใช้ลูกแก้ว
 คูบารมีเอามาทำนํามนต์ประพรตามบ้านเรือนให้ประชชนค้ำกิน ปรากฏว่า
 หายจากโรคระบาดในครั้งนั้น พระเจ้าเอกาทศรถจึงยกให้เป็นพระสังฆราช
 ประจำภูทักท่านรับตำแหน่งได้ไม่นานท่านก็คืนกลับ แล้วจึงเดินทางกลับ
 จากกรุงศรีอยุธยาด้วยหมายมุ่งว่าจะเผยแผ่ศาสนาให้กว้างไกล และทดแทน
 บุญคุณสถานที่ ที่มีความสำคัญแก่ท่านในครั้งนั้น และอีกประการหนึ่งใช้
 วิปัสสนาเป็นหลักในการเผยแผ่ศาสนา เดินทางเรื่อยมาจนถึงวัดพะโคะ
 แห่งนี้ วัดพะโคะเป็นวัดร้างอยู่ ท่านจึงมาบูรณะวัดพะโคะขึ้นใหม่จนกระทั่ง
 เจริญรุ่งเรืองจนถึงปัจจุบัน ในช่วงที่ท่านบูรณะใช้เวลาประมาณสี่ปี และ

หลังจากนั้นก็ไม่มีใครพบเห็นหลวงปู่ทวดอีกเลย ก็มีเล่าต่อกันว่าท่านปรากฏที่
วัดช้างไห้ ที่ปัตตานี

(พระศรีกรินทร์ สิริภทโท, สัมภาษณ์ วันที่ 7 ตุลาคม 2554)

การทำหน้าที่ของพระภิกษุสงฆ์ในการสื่อความหมายต่อการนำชมแหล่งท่องเที่ยว
ในวัดพะโคะมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดในประเด็นต่างๆ

ข้อดี

1. ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของข้อมูลเนื่องจากพระภิกษุสงฆ์มีสถานะเป็นผู้รู้
2. สามารถสร้างบรรยากาศในการบรรยายให้เกิดความน่าสนใจโดยสถานะ
3. มีองค์ความรู้ที่สามารถผสมผสานประกอบการบรรยายโดยอาศัยหลักธรรม

ข้อจำกัด

1. พระภิกษุสงฆ์ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่นำชมวัดได้ทั้งวันเนื่องจากต้องปฏิบัติภารกิจสงฆ์ในแต่ละวันและเมื่อได้รับกิจนิมนต์
2. การปฏิบัติหน้าที่ในการนำชมวัดราชประดิษฐฐาน ไม่ได้เป็นกิจหลักในการปฏิบัติหน้าที่สงฆ์ทำให้ไม่สามารถกำหนดเวลาในการให้บริการนำชมได้เว้นแต่ได้รับกิจนิมนต์จากผู้ประสานงาน
3. การรับกิจนิมนต์นำชม เป็นการเตรียมการล่วงหน้าทำให้บางครั้งมีกิจนิมนต์ฉุกเฉินเป็นเหตุให้ตรงกัน พระสงฆ์ต้องเลือกปฏิบัติในภารกิจหลักของสงฆ์ก่อนทำให้การการนำชมในวัดที่ได้ประสานไว้เกิดความคลาดเคลื่อนสร้างความผิดหวังให้แก่นักท่องเที่ยวได้

2. มัคคุเทศก์นำเที่ยว

การสื่อความหมายโดยมัคคุเทศก์นำเที่ยว การสื่อความหมายชนิดนี้จะขึ้นอยู่กับ
บริษัททัวร์ ส่วนใหญ่จะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะและทำหน้าที่
บรรยายเรื่องราวเพียงประเด็นสำคัญทางประวัติศาสตร์ดังกล่าวสัมภาษณ์มัคคุเทศก์นำเที่ยวพบว่า

“จะสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเด็น
ความสำคัญ หรือตามที่นักท่องเที่ยวถามในประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับชาว

มาเลเซีย อีกทั้งมีข้อจำกัดด้านเวลา ส่วนใหญ่ที่เข้ามาฟังเรื่องราวเกี่ยวกับวัด
พะโคะ จะเป็นวัยผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุมากกว่า ส่วนวัยเด็กหรือวัยรุ่นสาวจะ
เดินชมเองตามอัธยาศัย”

(สมบัติ เกรียดิไพบุลย์ สัมภาษณ์ วันที่ 24 มีนาคม 2555)

นอกจากนี้ มัคคุเทศก์ที่มากับรถนำเที่ยวจะทำหน้าที่ของตนเอง โดยการบรรยาย
ข้อมูลตามจุดต่างๆ ที่สำคัญของวัด เพื่อให้ทันกับเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด ตามความสนใจของ
นักท่องเที่ยวที่ต้องการรับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ได้สื่อความหมาย โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวทราบถึง
แหล่งที่มาของโบราณสถาน และ โบราณวัตถุ ที่อยู่ภายในวัดพะโคะดังคำสัมภาษณ์มัคคุเทศก์นำ
เที่ยว

“จะมากุเสศร์และอาทิตย์เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมา
กันช่วงนี้จำนวนมาก ช่วงนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นส่วนใหญ่
วันนี้มาประมาณ 7 บัส ออกจากหาดใหญ่ตั้งแต่วันเสาร์เพื่อไปแห่ผ้าขึ้นธาตุ ที่
นครศรีธรรมราชก่อน แล้ววันอาทิตย์ก็วนกลับทางนี้ เพื่อมาแวะวัดพะโคะ
ก่อนกลับ เนื่องจากวัดพะโคะมีความเกี่ยวข้องกับประเทศมาเลเซียพอสมควร
ชาวมาเลเซียจะให้ความเคารพมาก ในการบรรยายจะนำชมตามสถานที่
สำคัญๆ ของวัดพะโคะ เช่น สุวรรณมาลิกเจดีย์ รอยพระพุทธบาท พระพุทธ
ไสยาสัน ควงแก้ววิเศษในกรณีที่มีผู้สนใจจริงๆ เนื่องจากสถานที่คับแคบ แต่
เขามาครั้งหนึ่งแล้วก็ต้องการให้เขาได้ดู ได้ทราบสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองเรา
นักท่องเที่ยวที่มาจะได้ไปพูดต่อๆ กัน เพื่อให้คนอื่นที่ไม่เคยมาได้มาสัมผัส
บ้าง”

(ถวิน แซ่จาง สัมภาษณ์ วันที่ 10 มีนาคม 2555)

ในด้านผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว จะให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาว
มาเลเซียอย่างมากเนื่องจาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมาเฉพาะช่วงเดือนมีนาคม และเมษายน ของทุกๆ
ปี ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ไม่นานนัก ไม่เหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ หรือกลุ่มซื้อปั้ง ที่สามารถ
เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือมาเกือบทุกเดือน แต่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่ชอบท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมประเภทวัดกลุ่มนี้ อาจจะมาเพียงปีละครั้ง หรือนานๆ ครั้ง จึงต้องให้ความสำคัญ
เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาเที่ยวซ้ำ หรือมาใช้บริการกับบริษัททัวร์ซ้ำอีกดังคำสัมภาษณ์
ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว

“ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่นับถือศาสนาพุทธ หรือ ที่อาศัยอยู่ฝั่งปักษ์ จะมาช่วงเดือนมีนาคม และเมษายน ชาวมาเลเซียมีความเชื่อเรื่องแห้วขึ้นธาตุ ให้ความสำคัญมาก ส่วนความเชื่อมโยงของวัดพะโคะ โดยมีหลวงปู่ทวด เป็นที่สักการะบูชาของชาวมาเลเซีย ซึ่งมีความเกี่ยวโยงกันตั้งแต่อดีต ตามความเชื่อของชาวมาเลเซีย”

(วรวิมล แซ่ลิ้ม สัมภาษณ์ วันที่ 20มกราคม2555)

อีกประการหนึ่งทางด้านบริษัทนำเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทางบริษัทจัดสรรมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพ และคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับการบริการนักท่องเที่ยว โดยการสื่อความหมายที่ให้ทั้งความรู้ ความเข้าใจ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงมอบประสบการณ์ดีๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้ประทับใจ ในงานด้านบริการ ความสำคัญของมัคคุเทศก์คือ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี ดังคำสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว

“มีนักท่องเที่ยวฝั่งปักษ์เป็นส่วนใหญ่ที่มีความสนใจวัดพะโคะ และให้ความสำคัญ หากมาเที่ยวสงขลา ก็ต้องมีวัดพะโคะอยู่ในรายการนำเที่ยวเสมอ รวมทั้งการบริการที่ดีของทางบริษัท เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ประทับใจ”

(จิราวัฒน์ เลี้ยวจิ๋ว, สัมภาษณ์วันที่ 20มกราคม 2555)

จากการสัมภาษณ์ รายละเอียดในการสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์นำเที่ยว โดยพบว่ามีการบรรยายข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวพอสังเขปในจุดที่สำคัญเพียงไม่กี่จุดภายในวัด ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“วัดพะโคะตามคำบอกเล่า สร้างขึ้นในพ.ศ. 500 โดยพระเสนเถระเป็นผู้ได้นำพระบรมสารีริกธาตุจากประเทศศรีลังกามาฝังเขาพัทลุง วัดพะโคะแห่งนี้ หลังจากนั้นพระยาธรรมลังครเจ้าเมืองสติงพระได้สร้างสุวรรณมาลิกเจดีย์ ก็คือเจดีย์องค์ใหญ่ ได้ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุเอาไว้ จากนั้น ได้สร้างองค์พระพุทธรูปปางไสยาสน์ขึ้นหนึ่งองค์ คือพระโคตรมะ เมื่อสร้างพระโคตรมะเป็นพระนอน ชาวบ้านเรียกเขาแห่งนี้ว่า เขาพะโคตรมะ ต่อมาเรียกเพี้ยนเป็นเขาพะโคะจนปัจจุบัน”

รอยพระพุทธรูป

“รอยพระพุทธรูปตามตำนานที่เล่าสืบต่อกันมาเป็นของหลวงปู่ทวด ตอนเหยียบน้ำทะเลจืด ที่ขอติดเรือสำเภาเพื่อไปกรุงศรีอยุธยา เกิดมรสุมติดพายุลูกกลางทะเลประมาณเจ็ดวัน จนขาดแคลนของบริโภคทั้งหลายจึงให้ลูกเรือให้ร้ายหลวงปู่ทวดว่าเป็นต้นเหตุให้เกิดเหตุร้ายขาดแคลนของกินจึงได้ขับหลวงปู่ทวดลงเรือเพื่อจะนำไปปล่อยเกาะ ทั้งนี้หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเล กลายเป็นน้ำจืด จึงกลายเป็นเรื่องปฏิหารย์ของรอยพระพุทธรูปตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา”

ลูกแก้ววิเศษ

“ตามตำนานได้กล่าวไว้ว่า หลวงปู่ทวด มีนามเดิมว่า ปู่ เป็นบุตรนายหนู นางจัน ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ดินเศรษฐีปาน เป็นชาวบ้านคลองรี ตาชื่อ เจิม ยายชื่ออิน วันเดือนปีเกิดของเด็กชายปู่ เกิดเมื่อวันศุกร์ เดือน 4 ปีมะโรง ตรงกับ พ.ศ. 2125 หลังจากคลอด รกถูกนำไปฝังไว้ใต้ต้นเลียบ ในยามเด็ก ได้เกิดเรื่องอัศจรรย์แก่เด็กชายปู่ หลังจากนางจันเลิกอยู่ไฟ ก็ออกเกี่ยวข้าวทันที วันหนึ่งนาง นำ เด็กชายปู่ ผู้เป็นลูกชาย ไปนาและผูกเปลให้นอนไว้ ณ ใต้ต้นไม้หว้า ต่อมาจึงตระบองสลา (งูจงอาง) เคลื่อนตัวมาอยู่ ณ บนเปลที่เด็กชายปู่ นอนอยู่ ฝ่ายผู้เป็นแม่เมื่อเกี่ยวข้าวในนาผ่านไปใครจะกลับมาที่ต้นหว้า ซึ่งเป็นที่ผูกเปลให้เด็กชายปู่นอน เพื่อมากินน้ำ ได้พบเห็นงูตระบองสลา (งูจงอาง) ขดพันอยู่ บนตัวเด็กชายปู่ที่นอนอยู่บนเปล ก็ตกใจ เรียกให้ตาหุ ผู้เป็นสามีมาช่วยดูและหาวิธีช่วยเหลือเด็กชายปู่ให้พ้นอันตราย นายหุ จึงได้นำข้าวตอกดอกไม้นมัสการเทพารักษ์ พร้อมบนบานให้ งูตระบองสลา (งูจงอาง) ออกไปจากเปลโดยไม่ทำอันตรายต่อบุตร จากนั้น งูใหญ่จึงเลื้อยจากไป นายหุและนางจัน รวมถึงเพื่อนชวานาที่ทำนาละแวกข้างเคียงจึงเข้ามาที่เปลที่เด็กชายปู่นอนอยู่เพื่อช่วยเหลือ พบดวงแก้วใบหนึ่ง ที่พญางูได้คายทิ้งไว้ก่อนจากไป นายหุและนางจันได้เก็บรักษาไว้ ต่อมาความเรื่องครอบครัวเด็กชายปู่ได้ดวงแก้วจากพญางูไว้ ทำให้เศรษฐีปานเกิดความสนใจและต้องการเก็บไว้ครอบครองเนื่องจากคนเป็นผู้มีความร่ำรวยและต้องการเสริมบารมี นายหุและ

นางจัน จึงมอบดวงแก้ว ดังกล่าวให้แก่เศรษฐีปาน แต่ได้เกิดเหตุวิบัติร นานาประการต่อครอบครัวเศรษฐีปานทำให้ ต้องนำดวงแก้ววิเศษกลับมาคืน พร้อมมอบทรัพย์สินต่างๆ ให้ แก่นายหูและนางจัน ทำให้ฐานะของนายหูและ นางจันมีสภาพความเป็นอยู่ดีขึ้นตามลำดับ ครั้นต่อมา ดวงแก้วประจำตัวของ หลวงปู่ทวด ได้ถูกนำประดิษฐานบนยอดสุวรรณมาลิกเจดีย์ ในช่วงที่มีการ ซ่อมเจดีย์ในสมัยหลวงปู่ทวด ท่านได้นำดวงแก้วนี้บรรจุไว้ยอดเจดีย์ ต่อมา ฟ้าผ่าลงตรงที่ยอดเจดีย์ ดวงแก้วตกลงมาอยู่ใกล้ๆเจดีย์ ภายหลังเด็กๆ เล่น สะบ้า ลูกเกยกระเด็นเข้าไปในป่าที่ดวงแก้วตกอยู่ เด็กเห็นเป็นลูกแก้ว ประหลาด จึงนำไปบ้านเพื่อมอบให้แก่พ่อแม่ แต่เมื่อถึงประตูชัยไม่สามารถ ออกจากวัดไปได้เพราะมีงูใหญ่ขั้วขวางไว้ และประตูวัดมีคิมิดไปหมด เด็กก็ นำดวงแก้วนั้นไปมอบให้แก่สมภาร ต่อมาดวงแก้ว ถูกคนนำไป 3 ครั้ง แต่ก็ เกิดความเดือดร้อนเสียหายแก่ผู้นำไปทุกครั้ง และได้กลับคืนมาไว้ ณ วัด พะโคะ”

(ถวิณ แซ่จาง สัมภาษณ์ วันที่ 10 มีนาคม 2555)

การทำหน้าที่ของมัคคุเทศก์ในการสื่อความหมายต่อการนำชมแหล่ง ท่องเที่ยวในวัดพะโคะมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดในประเด็นต่างๆ

ข้อดี

1. สามารถสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รู้ที่มาของเรื่องราว ความสำคัญ ด้วยภาษาของนักท่องเที่ยวชาตินั้นๆ ได้ชัดเจนและถูกต้อง
2. นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามได้และรับฟังการบรรยายอย่างเข้าใจ
3. นักท่องเที่ยวสามารถรับทราบข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน

ข้อจำกัด

1. บริษัทนำเที่ยวมีข้อจำกัดทางด้านเวลา การสื่อความหมายในการนำชมของ มัคคุเทศก์ต้องสั้นกระชับบางครั้งอาจตัดทอนเนื้อหาไม่ครอบคลุมสิ่งสำคัญในการนำเสนอ
2. การเดินทางมายังวัดราชประดิษฐานไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยบางทำให้มัคคุเทศก์ไม่ สามารถจดจำรายละเอียดที่ใช้ประกอบในการบรรยายได้ จึงปล่อยให้นักท่องเที่ยวเดินชมกันเอง โดยขาดการแนะนำ

3. การทำหน้าที่ของมัคคุเทศก์บางครั้งมีปัจจัยภายนอก เช่น ฝนตก รถเสียนักท่องเที่ยวเหนื่อยล้าจากการเดินทาง และภายใน เช่น มัคคุเทศก์ไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับวัด ทำให้เกิดอุปสรรคในการนำชมทำให้การบรรยายและนำชมมีมาตรฐานที่แตกต่างกันไป

3. ยูวมัคคุเทศก์

การสื่อความหมายโดยยูวมัคคุเทศก์เป็นรูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลที่ทางวัดร่วมกับโรงเรียนการอาชีพสมเด็จพระโภาสโกศกอบรมให้นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพระโคง เพื่อให้นักเรียนได้แสดงความรู้ ความสามารถ และปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ และวางแผนทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัดพระโคง มีเรื่องราวที่สำคัญที่ควรจะอนุรักษ์ให้กับคนรุ่นต่อไป ยูวมัคคุเทศก์ที่มาทำหน้าที่สื่อความหมาย หรือ บรรยายให้กับนักท่องเที่ยวนี้ เป็นอาสาสมัครที่ทางโรงเรียนสมเด็จพระโภาสโกศกอบรมและทางวัดราชประดิษฐสถาน (วัดพระโคง) จัดตั้งขึ้น ซึ่งได้รับความร่วมมือจากเยาวชนเป็นจำนวนมาก เยาวชนเหล่านี้จะได้รับการฝึกอบรมเป็นยูวมัคคุเทศก์ด้วยเทคนิคการบรรยาย รวมถึงภาษา มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยมีการจัดอบรมเป็นรุ่นๆ เพื่อให้นักเรียนที่มีจิตอาสาเข้ามารับโอกาสในการทำหน้าที่บรรยายในวัดพระโคงยูวมัคคุเทศก์จะปฏิบัติหน้าที่ในการบรรยายเฉพาะวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดช่วงปิดเทอม โดยจะแบ่งกันเป็น 2 กลุ่มใหญ่ สลับเปลี่ยนกันมากลุ่มละหนึ่งวัน แต่ละกลุ่มจะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มย่อย กลุ่มละ 3-4 คน ซึ่งประจำตามจุดที่สำคัญ ได้แก่ หลวงปู่ทวดปางธุดงค์ บ่อน้ำศักดิ์จิวรรอยพระพุทธรบาท และพระไสยาสน์หรือพระโคตมะเพื่อคอยให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมตามจุดต่างๆ (รูปภาพประกอบ 14)



ภาพประกอบ 14 ยูวมัคคุเทศก์ทำหน้าที่บรรยาย ถ่ายเมื่อ วันที่ 22 ตุลาคม 2554

จากการศึกษาภาคสนามพบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ต่อประเด็นดังกล่าวในเวที
สนทนากลุ่มย่อยดังต่อไปนี้

“ได้ฝึกให้นักเรียนมีความรับผิดชอบ และรู้จักจิตอาสา เสียสละเวลา
ส่วนตน เพื่อประโยชน์ส่วนรวม ที่สำคัญได้ฝึกทักษะ พัฒนาตัวเองไปด้วย
เพื่อให้เกิดความคิด กล้าแสดงออก รู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมทั้งได้
ประสบการณ์จากการสื่อสาร หรือสื่อความหมาย เพื่ออนาคตเด็กสนใจเป็น
มัคคุเทศก์นำเที่ยว”

(อนันต์ จันทร โสภา, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2555)

“ได้สอนให้เด็กมีความรับผิดชอบในหน้าที่ ถือว่าเป็นโอกาสที่จะ
สั่งสมความรู้ เพื่อให้คงอยู่กับท้องถิ่น เพราะเรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
จะต้องถูกถ่ายทอดให้กับคนรุ่นต่อไป เพื่อไม่ให้ความสำคัญของเรื่องราวได้
จางหายไป”

(จิระพรดิ แก้วมัน, สนทนากลุ่มย่อย 21 มีนาคม 2555)

จากการสัมภาษณ์ รายละเอียดในการสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยวของยุวมัคคุเทศก์ โดยพบว่ามีการบรรยายข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวดังกล่าวคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ได้มีการกล่าวขานมาอย่างยาวนานว่า “ไม่ว่าฤดูจะแล้งแค่ไหน น้ำที่อยู่ในบ่อไม่เคยแห้ง ไม่ว่าฝนจะตกแค่ไหน น้ำในบ่อไม่เคยขุ่นที่ตั้งของบ่อน้ำชกจิวรหลวงปู่ทวดอยู่บน โขดหินลักษณะเป็นเนินเขา ตามความเชื่อของชาวบ้านว่าบ่อนี้ เป็นบ่อน้ำชกจิวรของหลวงปู่ทวด ด้วยปฎิหาริย์ของหลวงปู่ทวด จึงเกิดความเชื่อทำให้บ่อนี้มีความสำคัญเป็นสิ่งมหัศจรรย์ชาวบ้านมีความเชื่อเรื่องหลวงปู่ทวด และเคารพนับถือมาตั้งแต่สมัยปู่ย่าตาทวด เป็นที่สักการบูชา มีการ โยนเหรียญลงในบ่อเพื่อให้เป็นสิริมงคลแก่ตนเองแต่เดิมเป็นเพียงร่องภายใน โขดหิน ตามตำนานเล่าว่า เมื่อครั้งในอดีตได้มีคนใช้อิทธิฤทธิ์ในการระเบิดหินเพื่อให้เป็นร่องและมีน้ำซึมออกจาก โขดหินเพื่อให้หลวงปู่ทวดได้มีน้ำใช้ในการกิจตนเอง จึงเป็นที่มาของบ่อชกจิวรหลวงปู่ทวด โดยทางวัดจัดให้มีพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสสักสิ่ๆ นักท่องเที่ยวที่มีความเชื่อจะ โยนเหรียญลงไปบ่อ”

(ศิริขวัญ จุทอง,สัมภาษณ์วันที่ 14 มีนาคม 2555)

การทำหน้าที่ของยุวมัคคุเทศก์ในการสื่อความหมายต่อการนำชมแหล่งท่องเที่ยวในวัดพะโคะมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดในประเด็นต่างๆ

ข้อดี

1. นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลประกอบการนำชมและซักถามข้อสงสัยในแหล่งท่องเที่ยวได้
2. นักท่องเที่ยวสามารถชมแหล่งท่องเที่ยวได้โดยละเอียดและครบทุกจุดจากการนำเที่ยวของยุวมัคคุเทศก์
3. นักท่องเที่ยวสามารถปฏิสัมพันธ์กับยุวมัคคุเทศก์ในประเด็นอื่นๆเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวได้

ข้อจำกัด

1. การปฏิบัติหน้าที่ของยุวมัคคุเทศก์สามารถทำได้เพียงแต่วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันหยุดเสาร์อาทิตย์เท่านั้น เนื่องจากวันปกติจะต้องไปเรียนหนังสือ
2. หากนักท่องเที่ยวมีคำถามเชิงลึกหรือประวัติศาสตร์เกี่ยวพันทำให้ยุวมัคคุเทศก์มีข้อจำกัดในการตอบคำถาม
3. ยุวมัคคุเทศก์ยังอยู่ในสถานะของการเป็นเยาวชนทำให้มีข้อจำกัดในการนำชม และภาวะความกดดันในระหว่างการจัดนำชม

2. รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาวัดพะโคะ โดยไม่ใช้บุคคลมีรายละเอียดดังนี้

1. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายบรรยาย

จากการลงพื้นที่ภาคสนามพบว่ามีแผ่นป้ายสื่อความหมาย ภายในวัดพะโคะมีอยู่ 5 ป้าย ประกอบด้วย ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) มีจำนวนทั้งหมด 3 ป้าย ป้ายข้อมูลจากกรมศิลปากร

1.1 ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 1

มีข้อความเกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะ และมีภาษาอังกฤษกำกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถทราบถึงความเป็นมาของวัดพะโคะได้ โดยตำแหน่งที่ตั้งของป้ายอยู่ตรงทางขึ้นบันไดนาค

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 1

1. ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทราบประวัติและที่มาของวัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) ก่อนเข้าสู่ตัววัด

ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ) ป้ายที่ 1

1. การติดตั้งป้ายในปัจจุบันมีลักษณะการมองยังไม่ชัดเนื่องจากป้ายอยู่ลึกเข้าไปจากจุดที่เป็นเส้นทางเดินขึ้นไปยังที่ตั้งของวัด (รูปภาพประกอบ 15) เป็นอุปสรรคในการอ่านสำหรับนักท่องเที่ยว
2. ภาษาที่ใช้ในการอธิบายมีเพียงภาษาไทยทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถใช้ข้อมูลจากป้ายเพื่อการสื่อความหมายความเข้าใจที่ถูกต้องได้
3. ลักษณะตัวหนังสือมีขนาดเล็กทำให้ไม่ก่อให้เกิดการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ข้อมูลจากป้าย



ภาพประกอบ 15 ป้ายประวัติวัดพะโคะ ถ่ายเมื่อ วันที่ 22 ตุลาคม 2554

1.2 ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 2

ป้ายประวัติวัดพะโคะ ป้ายที่ 2 มีลักษณะเป็นแผ่นอลูมิเนียม ซึ่งบุคคลภายนอกได้จัดทำขึ้นเพื่อถวายให้กับวัดพะโคะ เมื่อปี 2553 โดยตั้งอยู่บริเวณหน้ามณฑปรอยพระพุทธรบาทเนือหาที่บรรจุภายในป้าย เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมาของวัดพะโคะ (รูปภาพประกอบ 16)

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน
(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 2

1. เป็นป้ายที่บรรจุข้อมูลเกี่ยวกับประวัติราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) และผู้ก่อสร้างสุวรรณมาลิกเจดีย์ ตลอดจนโบราณสถานต่างๆภายในวัดด้วยตัวอักษรในภาษาไทย
2. นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาและทำความเข้าใจประวัติความเป็นมาของสุวรรณมาลิกเจดีย์ก่อนเดินทางขึ้นไปนมัสการ
3. ลักษณะป้ายมีขนาดใหญ่มองเห็นเด่นชัด

ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน
(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 2

1. ภาษาในป้ายใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเข้าใจการสื่อความหมายของข้อมูลภายในป้ายได้
2. ลักษณะป้ายใช้งานได้เพียงในช่วงเวลาที่มีแสงส่องเฉพาะเวลากลางวัน กลางคืนไม่สามารถใช้งานได้เนื่องจากแสงสว่างไม่เพียงพอ
3. รูปแบบการนำเสนอของป้ายดังกล่าวไม่สามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้ ยังคงนำเสนอรูปแบบเดิมไม่เปลี่ยนทำให้ไม่ก่อให้เกิดการสร้างแรงจูงใจกรณีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสนใจที่จะศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม



ภาพประกอบ 16 ลักษณะป้ายประวัติวัดพะโคะของบุคคลภายนอกถวาย
ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554

1.3 ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน(วัดพะโคะ)ป้ายที่ 3 และประวัติสุวรรณมา ลิกเจดีย์ดำเนินการจัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม

จากการศึกษาภาคสนามพบว่าป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ)
ดำเนินการจัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม มีจำนวนทั้งสิ้น
3 ป้ายสอดคล้องกับคำกล่าวในเวทีสนทนากลุ่มย่อยดังนี้

“ทางสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา ได้จัดทำป้ายสื่อความหมาย
จำนวน 3 ป้าย มอบให้กับทางวัดพะโคะเป็นที่เรียบร้อยแล้ว”

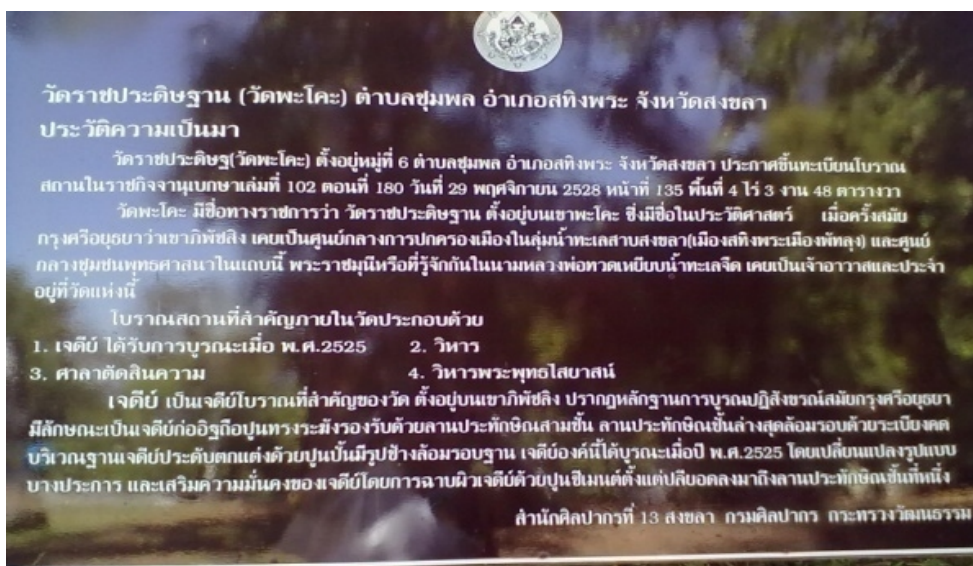
(ฉลาด แก้วพูล, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

ป้ายสื่อความหมายที่สำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม จะตั้งอยู่บริเวณทางขึ้นไปพระวิหารพุทธไสยาสน์ และ สุวรรณมาลิกเจดีย์ (ดูภาพประกอบ 17)



ภาพประกอบ 17 ลักษณะของป้ายสื่อความหมายของสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา
ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554

เนื้อหาที่บรรจุภายในป้าย ข้อความย่อหน้าแรก มีลักษณะความหมายเหมือนกัน คือ ประวัติวัดพะโคะ การขึ้นทะเบียนโบราณสถาน และจำนวนเนื้อที่ของวัด ส่วนข้อความย่อหน้าที่สอง บรรจุข้อความเกี่ยวกับโบราณสถานนั้นๆ (ดูภาพประกอบ 18 และ 19)



ภาพประกอบ 18 รายละเอียดข้อความในป้ายสื่อความหมายสุวรรณมาลิกเจดีย์
ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554

ภาพประกอบ 18 จะระบุถึงรายละเอียดของเจดีย์ หรือสุวรรณมาลิกเจดีย์ แผ่นป้าย
สื่อความหมายตั้งอยู่ฝั่งขวามือ ขณะที่เดินขึ้นไปยังสุวรรณมาลิกเจดีย์

**ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน
(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 3 จัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา**

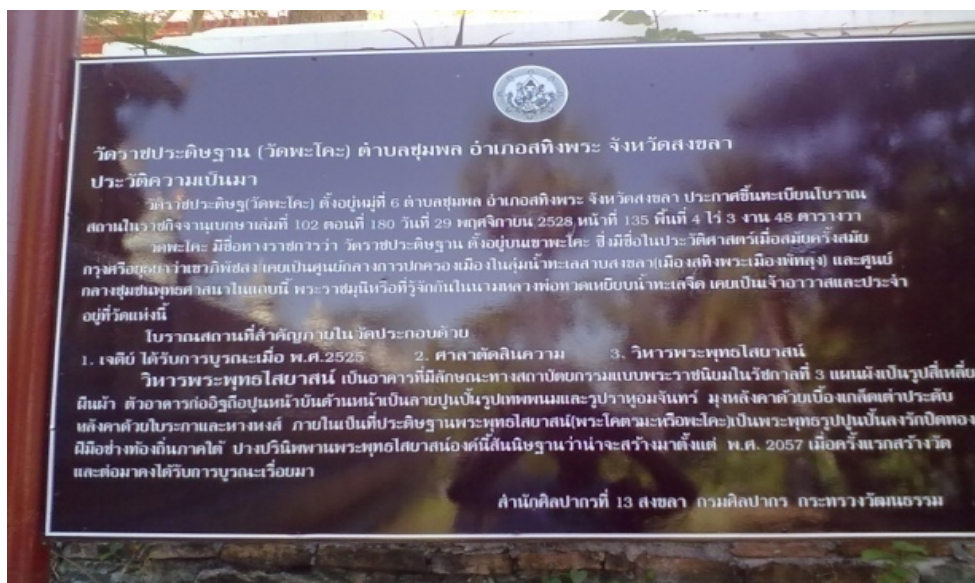
1. เป็นป้ายที่มีการกล่าวถึงตำแหน่งที่ตั้งของเจดีย์ ลักษณะ การบูรณปฏิสังขรณ์
องค์ประกอบสร้าง และการตกแต่งของลักษณะเจดีย์
2. เป็นป้ายที่มีการระบุชื่อวัด ที่ตั้ง การประกาศขึ้นทะเบียนเป็น โบราณสถาน
จำนวนพื้นที่ของวัด และความเป็นมาของวัดพะโคะอย่างย่อ และส่วนประกอบสุดท้ายเป็น
ความสำคัญของโบราณสถานภายในวัด ประกอบด้วย 4 สถานที่หลัก คือ เจดีย์ หรือสุวรรณมาลิก-
เจดีย์ วิหารพระพุทธไสยาสน์ ศาลาตัดสินความ และวิหาร

**ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน
(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 3 จัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา**

1. ตัวอักษรในป้ายดังกล่าวเป็นภาษาไทยทำให้เกิดข้อจำกัดในการสื่อสารข้อมูล
ในป้ายกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2. ลักษณะป้ายขาดสีสันทึบดูใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเข้าศึกษาข้อมูล
3. ลักษณะป้ายมีตัวอักษรขนาดเล็กไม่สามารถมองเห็นในระยะไกล และขาดแสงสว่างช่วยให้ศึกษาข้อมูลในช่วงเวลากลางคืนได้

1.4 ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ) และประวัติพระพุทธไสยาสน์ ป้ายที่ 4 ดำเนินการจัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม



ภาพประกอบ 19 รายละเอียดข้อความในป้ายสื่อความหมายของวิหารพระพุทธไสยาสน์
ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554

ลักษณะของภาพประกอบ 19 ป้ายสื่อความหมายจะตั้งอยู่ฝั่งซ้ายมือขณะที่ยืนขึ้นไปยัง วิหารพระพุทธไสยาสน์ ข้อความที่บรรจุในแผ่นป้ายจะไม่มีแตกต่างกันในเรื่องประวัติความเป็นมาของวัด แต่ส่วนที่แตกต่างคือ รายละเอียดที่บรรจุในเรื่อง โบราณสถานที่สำคัญจากภาพประกอบ 18 ประกอบด้วย 4 สถานที่หลัก แต่ภาพประกอบ 19 จะเหลือเพียง 3 สถานที่หลัก คือ เจดีย์ ศาลาตัดสินใจ และวิหารพระพุทธไสยาสน์ ส่วนรายละเอียดที่มีความแตกต่างจากแผ่นป้ายอื่นคือ การบรรยายเกี่ยวกับวิหารพระพุทธไสยาสน์ ลักษณะการสร้าง วัสดุที่ใช้ตกแต่ง ชื่อที่ใช้เรียก รวมถึงช่างที่ทำการสร้าง เป็นต้น

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน
(วัดทะเล) ป้ายที่ 4 จัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา

1. ป้ายดังกล่าวอธิบายประวัติความเป็นมาขององค์สุวรรณมณีเจดีย์ ศาลา
ตัดหินความ และวิหารพุทธไสยาสน์
2. สีของตัวอักษรในป้ายโดดเด่นชัดเจนมองเห็นได้ชัด
3. ข้อความกระชับ และมีเนื้อหาครอบคลุมตั้งอยู่ในจุดที่มองเห็นได้ง่าย ใกล้
เส้นทางเดินผ่าน

ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐาน
(วัดทะเล) ป้ายที่ 4 จัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา

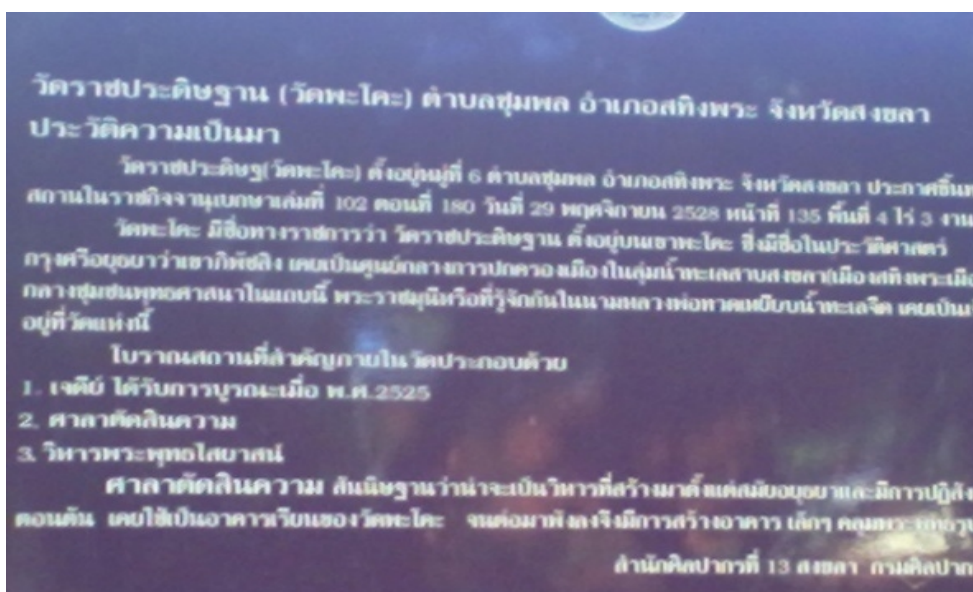
1. ใช้ภาษาไทยเพียงภาษาเดียวในการนำเสนอข้อมูลของโบราณสถานทำ
ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเรียนรู้ข้อมูลจากสื่อดังกล่าวได้
2. ไม่มีแสงสว่างช่วยในยามค่ำคืนเพื่อการเรียนรู้
3. ป้ายขาดการใช้เทคนิคที่สร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจในการศึกษา
นอกจากนี้รูปแบบป้ายไม่ได้ให้ความสำคัญกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

1.5 ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ) และประวัติศาลาตัดหินความ
 ป้ายที่ 5 ดำเนินการจัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม

ทางสำนักงานศิลปากรที่ 13 สงขลา ได้บูรณะซ่อมแซมป้ายขึ้นใหม่จำนวน 1 ป้าย
 ดังภาพประกอบ 21



ภาพประกอบ 20 ศาลาตัดหินความแบบเดิม ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554
 ทั้งนี้จากการสำรวจภาคสนาม พบว่า ป้ายสื่อความหมายศาลาตัดหินความดัง
 ภาพประกอบ 20 เป็นแผ่นป้ายสื่อความหมายที่สร้างขึ้นจากสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา กรมศิลปากร
 ลักษณะแผ่นป้ายเป็นแผ่นอลูมิเนียมและข้อความบรรจุในแผ่นสติ๊กเกอร์สีขาวอีกชั้นหนึ่ง ซึ่ง
 ข้อความที่บรรจุไม่ชัดเจน เลื่อนลงไปตามสภาพอากาศและวัสดุที่ใช้ แต่ข้อความที่บรรจุกล่าวถึง
 ประวัติความเป็นมาของศาลาตัดหินความแห่งนี้
 ดังนั้นเมื่อป้ายสื่อความหมาย ไม่สามารถที่จะให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวได้อ่านจาก
 แผ่นป้ายดังกล่าว ทางสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา จึงได้บูรณะจัดทำแผ่นป้ายสื่อความหมายขึ้นใหม่
 (ดังภาพประกอบ 21)



ภาพประกอบ 21 รายละเอียดข้อความในป้ายสื่อความหมายของศาลาคัดสินความใหม่
ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554

ลักษณะแผ่นป้ายสื่อความหมายในส่วนของศาลาคัดสินความที่ได้รับการบูรณะ
จัดทำขึ้นมาใหม่ ซึ่งข้อความที่บรรจุในแผ่นป้าย ไม่ได้มีข้อความจากแผ่นป้ายเดิม (ดังภาพประกอบ
20) จะเป็นลักษณะข้อความที่เหมือนกับแผ่นป้าย (ดังภาพประกอบ 21) แต่มีรายละเอียดสองบรรทัด
สุดท้ายที่ได้กล่าวถึงศาลาคัดสินความ ที่ได้มีการสันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยอยุธยา

**ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน
(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 5 จัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา**

1. เป็นป้ายที่อธิบายข้อมูลประวัติวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ)
2. เป็นป้ายที่ระบุโบราณสถานที่น่าปรากฏในวัดให้แก่ผู้ศึกษาได้รับทราบ
3. ทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลที่สั้นกระชับและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล

**ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายประวัติวัดราชประดิษฐฐาน
(วัดพะโคะ) ป้ายที่ 5 จัดทำโดยสำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา**

1. ข้อความที่บรรจุในแผ่นป้าย ยังไม่มีรายละเอียดของเนื้อหา ความเป็นมาที่
ชัดเจน และข้อความที่ยังซ้ำซ้อนกันอยู่ ในแต่ละแผ่นป้าย

ข้อมูล

2. ภาษาในป้ายไม่มีภาษาอังกฤษกำกับเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ศึกษา
3. ลักษณะป้ายขาดการออกแบบที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. ป้ายบอกทิศทาง

จากการสำรวจภาคสนามพบว่า ป้ายบอกทิศทางภายในวัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) มีอยู่ 2 ตำแหน่ง คือ ตั้งอยู่บริเวณลานหน้ามณฑปรอยพระพุทธรบาท และทางขึ้นของวัดฝั่งบันไดนาค คือป้ายบอกทิศทางไปห้องน้ำ และอีกจุดหนึ่งมีลักษณะเด่น (ดูภาพประกอบ 22)



ภาพประกอบ 22 ป้ายบอกทิศทางบริเวณลานหน้ามณฑปรอยพระพุทธรบาท (ซ้าย)
 ป้ายบอกทิศทางบริเวณทางขึ้นลานจอดรถด้านหลังวัด (ขวา)
 ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554

จุดหลักๆ มีเพียง 2 จุด ที่สามารถบอกทางไปสถานที่ต่างๆ ภายในวัดได้ ตั้งอยู่บริเวณลานหน้ามณฑปรอยพระพุทธรบาท และทางขึ้นด้านหลังของวัด ลักษณะทั่วไปของป้าย บอกเพียงสถานที่สำคัญ เช่น หลวงปู่ทวดปางสมาธิ ทางไปนมัสการรอยพระพุทธรบาท สถานที่เข้าวัดอุโมงค์

ญาติเจ้าอาวาส ทางไปนมัสการดวงแก้ววิเศษ และทางไปนมัสการพระพุทธรูปไสยาสน์ ซึ่งมีภาษาอังกฤษกำกับเพียง 3 แผ่นป้ายเท่านั้น ทั้งนี้แผ่นป้ายบอกทิศทางยังมีการกระจุกอยู่เพียงแห่งเดียวที่มีลักษณะเด่น และมีจำนวนหลายแผ่นป้ายมากเกินไปทำให้ศึกษาข้อมูล หรือดูรายละเอียดของทิศทางค่อนข้างลำบาก และมีการบดบังของกล้วยไม้ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวพอสมควร (อนันต์ เรืองแก้ว, สนทนากลุ่มย่อย 21 มีนาคม 2555)



ภาพประกอบ 23 ป้ายบอกทิศทางหลวงปู่ทวดปางธุดงค์ ทางขึ้นบันไดนาคฝั่งทิศใต้
ถ่ายเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2554

จากภาพประกอบ 23 พบว่า ป้ายบอกทิศทางเพื่อไปยังจุดของหลวงปู่ทวดปางธุดงค์ มีอุปสรรคในการมองเห็น มีต้นไม้บดบังซึ่งเป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวพบเห็น เนื่องจากเป็นจุดสิ้นสุดทางขึ้นบันได และไม่มีภาษาอื่นๆ กำกับไว้สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายบอกทิศทาง

1. ทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
2. สามารถวางแผนในการเยี่ยมชมแต่ละจุด โดยไม่เสียเวลาหาจุดท่องเที่ยว

ข้อเสียของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ป้ายบอกทิศทาง

1. ตำแหน่งของป้ายที่จัดวางในแต่ละสถานที่ที่มีต้นไม้บดบังทำให้ทัศนวิสัยในการมองมีอุปสรรค

2. ป้ายบอกทางที่ปรากฏใช้ภาษาไทยในการสื่อสารทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่เข้าใจในการสื่อสาร
 3. ลักษณะป้ายขาดความสวยงามและมีคุณค่าในด้านศิลปท้องถิ่น
3. ศูนย์การเรียนรู้



ภาพประกอบ 24 ศูนย์เรียนรู้ (หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด) ถ่ายเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2555

ศูนย์การเรียนรู้ ยังไม่เปิดให้ใช้บริการ โดยทั่วไป เพราะไม่มีคนดูแลหรือควบคุม เนื่องจากมีจอ LCD ที่ไว้สำหรับแสดงเรื่องราวของหลวงปู่ทวด จะเปิดให้เฉพาะสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษา เรื่องราวของหลวงปู่ทวด หรือ ตามรอยหลวงปู่ทวด เช่น นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น หากต้องการเข้าชมต้องขอความอนุเคราะห์ในการเข้าชมจากพระภิกษุสงฆ์ผู้ดูแล จากคำกล่าวในอิทธิฤทธิ์ของหลวงปู่ทวดจึงมีผู้คนมากมายให้ความเคารพและนับถือ และหน่วยงานต่างๆ ดังคำสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

“ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา กำลังดำเนินการจัดนิทรรศการประวัติหลวงปู่ทวดพร้อมเตรียมจัดแสดงรวมถึงการจัดนิทรรศการทำให้แหล่งท่องเที่ยวน่าเที่ยวมากขึ้นมีสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ปัจจุบันก็มีการจัดงานทุกเทศกาลวันสำคัญ นอกจากนั้นยัง

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัด”(เชาวลิตร์ สุวรรณรัตน์, วิไล วัชรฤทธิ์, สัมภาษณ์วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555)

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ศูนย์การเรียนรู้

1. เป็นสถานที่ใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวประวัติหลวงพ่อทวดและมีการนำเสนอสารคดีที่เกี่ยวข้องกับตำนานหลวงพ่อทวดให้แก่ผู้สนใจได้ชม
2. การใช้สื่อในอาคารดังกล่าวก่อให้เกิดความน่าสนใจในการเรียนรู้ประวัติหลวงพ่อทวดเพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. สามารถจัดแสดงเรื่องราวต่าง ๆ นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัดพะโคะ และหลวงพ่อทวดหมุนเวียนได้ตลอดปี

ข้อจำกัดการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประเภท ศูนย์การเรียนรู้

1. ศูนย์การเรียนรู้ มีข้อจำกัดในด้านสถานที่ตั้ง ไม่มีจุดเด่นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมได้
2. ทิศนวิสัยที่ตั้งอาคารเป็นอุปสรรคในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจ ซึ่งด้านหน้าศูนย์การเรียนรู้เป็นสวนหย่อมขนาดใหญ่พุ่มไม้บังบดบัง
3. ไม่มีป้ายสัญลักษณ์ประจำในพื้นที่เพื่อคอยอธิบายหรือนำชม
4. ไม่มีป้ายสื่อความหมายและป้ายบอกทิศทาง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศไม่สามารถเรียนรู้ข้อมูลในพื้นที่จัดแสดงได้และการไปยังสถานที่ดังกล่าวทำได้ยากลำบากสำหรับผู้ที่ไม่เคยมาเที่ยวชมในวัดนี้มาก่อนเพราะไม่ทราบตำแหน่งที่ตั้งของศูนย์การเรียนรู้

4. หนังสือ

การสื่อความหมายชนิดนี้เป็นหนังสือเกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะ ทางวัดจัดทำขึ้นเอง ในเนื้อหาเป็นประวัติวัดพะโคะพอสังเขป และประวัติของหลวงพ่อทวด การสื่อความหมายชนิดนี้มีไว้ให้บูชาเล่มละ 60 บาท(สมมาศ เอียดบุญ, สัมภาษณ์วันที่ 22 มกราคม 2556) ซึ่งเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการทราบหรือศึกษาประวัติของวัดพะโคะ โดยเชื่อมโยงเรื่องราวของหลวงพ่อทวด เข้าไปบรรจุในหนังสือเล่มนี้



ภาพประกอบ 25 หนังสือ (ประวัติวัดพะโคะและประวัติสมเด็จพระเจ้าพะโคะ)
ถ่ายเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2554

หนังสือเล่มนี้รวบรวมโดยคณะกรรมการวัดพะโคะ เมื่อปี พ.ศ. 2549 พิมพ์ที่โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย วัดมหาธาตุ ท่าพระจันทร์ ถนนมหาธาตุ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ พ.ศ. 2549 มีเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะ (วัดพระราชประดิษฐาน) และ ประวัติสมเด็จพระเจ้าพะโคะ (หลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืด) โดยเนื้อหาประกอบด้วย ประวัติวัดพะโคะ ทำเนียบเจ้าอาวาสวัดพะโคะ ประวัติสมเด็จพระเจ้าพะโคะ ภูมิฐานอาณาบริเวณวัดพะโคะ ว่าด้วยการพระราชทานที่กัลปนา โบราณสถาน โบราณวัตถุที่สำคัญ(ของดีวัดพะโคะ) อาทิ สุวรรณมาลิกเจดีย์ศรีรัตนมหาธาตุ พระพุทธรูปไสยาสน์ มณฑปฝ่าพระพุทธรบาท ลูกแก้วคู่บารมีสมเด็จพระเจ้าพะโคะ รูปจำลองสมเด็จพระเจ้าพะโคะ เป็นต้น รวมถึงชุมชนโบราณสถานความสัมพันธ์กับวัดพะโคะ คาถาอาราธนา คาถาปลุกเสกหรือบูชา และพงศาวดารเมืองพัทลุง ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้บรรจุในหนังสือ จำนวนทั้งหมด 101 หน้า

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประเภท หนังสือ

1. เป็นเอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัดราชประดิษฐาน
2. สามารถพกพาและหยิบขึ้นมาอ่านได้ทุกสถานที่
3. ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติวัดราชประดิษฐานและโบราณสถานที่น่าสนใจภายในวัดเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประเภท หนังสือ

1. ภาษาที่ใช้ในหนังสือประวัติวัดราชประดิษฐาน(วัดพะโคะ) เป็นภาษาไทยทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถใช้ศึกษาได้
2. การนำเสนอข้อมูลขาดการปรับปรุงให้มีความทันสมัยและใช้เอกสารทางวิชาการสนับสนุนเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ
3. รูปแบบเอกสารขาดความน่าสนใจ

5. พิพิธภัณฑ

การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลในส่วนของพิพิธภัณฑการจัดตั้งพิพิธภัณฑซึ่งอยู่ในขั้นตอนเตรียมการปรับปรุง อาคารหลังนี้มีมาก่อนตั้งแต่เจ้าอาวาสองค์ก่อน และเจ้าอาวาสองค์ปัจจุบัน โดยพระครูธรรมธรวิชาญชัย กตัญญูสนใจเรื่องการศึกษา จึงได้ปรับอาคารหลังนี้เป็นพิพิธภัณฑเพื่อที่จะได้นำเรื่องราวประวัติวัดพะโคะให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาเรื่องราวความเป็นมาของวัดพะโคะตั้งแต่อดีต



ภาพประกอบ 26 พิพิธภัณฑ (วัดพะโคะ) ถ่ายเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2555

พิพิธภัณฑจัดตั้งขึ้นในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2555 เพื่อจะนำมาจัดแสดงเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับวัดพะโคะ โดยทำจากเรซินทั้งหมด มีการจำลองเหตุการณ์แต่ละยุค เริ่มตั้งแต่การสร้างวัดพะโคะ เมื่อปี พ.ศ. 500 เชื่อมโยงไปยังถ้ำคูหาที่เป็นศาสนาพราหมณ์ จนถึงศาสนาพุทธได้เข้ามา มีบทบาทโดยจะเน้นเรื่องของปู้ทวดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการจำลองเรื่องราวบางช่วงบางตอน ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ภายในพิพิธภัณฑวัดพะโคะ จะเน้นเรื่องของหลวงปู่ทวดซึ่งจัดแสดงเรื่องราวและเหตุการณ์บางช่วงบางตอนที่สำคัญเกี่ยวกับประวัติหลวงปู่ทวด เช่น ตอนพญางูรัดหลวงปู่ทวดแล้วกลายเป็นแก้ว ตอนหลวงปู่ทวดกลับมาจากอยุธยาที่ได้มาจำพรรษาและสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้กับวัดพะโคะ และตอนที่หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด อธิบายขณะเหยียบน้ำทะเลใครอยู่ในเหตุการณ์บ้างจำลองเรื่องราวในขณะนั้น โดยสิ่งเหล่านี้จะทำจากเรซินทั้งหมด” รวมถึงเรื่องราวตั้งแต่สร้างวัดเมื่อปี พ.ศ. 500 เชื่อมโยงเรื่องราวถ้ำคูหาของศาสนาพราหมณ์ และศาสนาพุทธที่เข้ามามีบทบาทจนถึงทุกวันนี้

(พระศักรินทร์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2555)

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประเภทพิพิธภัณฑ

1. เป็นศูนย์รวบรวมโบราณวัตถุที่พบในพื้นที่วัดและเขตชุมชนบริเวณ โดยรอบ
2. นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในการเยี่ยมชมและเรียนรู้ได้เพิ่มมากขึ้น
3. ช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประเภทพิพิธภัณฑ

1. ขาดบุคลากรแนะนำในการนำชม
2. ภาษาที่ใช้ในการสื่อความหมายภายในพิพิธภัณฑฯ ไม่มีภาษาต่างประเทศ
3. ใช้งบประมาณในการจัดแสดงสูงและขาดการจัดแสดงที่หมุนเวียน

เปลี่ยนแปลงทำให้พบเห็นการจัดแสดงในรูปแบบเดิมๆ

6. เว็บไซต์

ปัจจุบันเว็บไซต์ของวัดพะโคะสามารถเข้าไปดูได้ที่ www.watphakho.com หน้าแรกของเว็บเพจ ที่สามารถลิงค์เข้าไปหน้าเพจย่อยๆ ได้ เมนูหลัก ประกอบด้วย หน้าแรก ประวัติวัดพะโคะ ประวัติหลวงพ่อทวด แผ่นผังภายในวัดพะโคะ วัตถุประสงค์ ข่าวสาร/กิจกรรม บทความ เว็บบอร์ด ติดต่อเรา และรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะประวัติหลวงพ่อทวด แต่ไม่สามารถเข้าถึงรายละเอียดของเนื้อหาแต่ละรายการได้ (รูปภาพประกอบ 27)



ภาพประกอบ 27 หน้าเพจของเว็บไซต์ (วัดพะโคะ)

ที่มา : www.watpha.kho.com

ลักษณะของเว็บไซต์ยังไม่สมบูรณ์เนื่องจากไม่มีผู้ดูแลระบบ เช่น แผนผังภายในวัดพะโคะ รายละเอียดของแต่ละจุดภายในวัดพะโคะยังไม่มีข้อมูล ซึ่งมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุง เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะเรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ให้กับชาวต่างชาติ

นอกจากนั้นเรื่องราวของวัดพะโคะ หรือหลวงพ่อทวดยังอยู่ในเว็บไซต์ของหน่วยงานอื่น เช่น บริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคใต้เขต 1 สำนักงานอำเภอสติงพระ องค์การบริหารส่วนตำบลชุมพล ดังคำสัมภาษณ์ดังนี้

“เว็บไซต์ของวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ) ผู้สนใจสามารถเปิดเข้าไปดูได้เนื่องจากทางวัดได้ประสานกับอบต.ชุมพลให้บรรจุไว้ในเว็บไซต์ของ อบต.ชุมพล ในเว็บจะมีหัวข้อแหล่งท่องเที่ยวภายในวัด แต่ก็ไม่ลงรายละเอียดมาก อยากให้ผู้สนใจเดินทางมาเที่ยวชมที่วัดมากกว่า”
(วิไล รัชฤทธิ์, สัมภาษณ์ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555)

ข้อดีของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประเภทเว็บไซต์

1. สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย
2. ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวชม
3. ผู้สนใจสามารถศึกษาข้อมูลก่อนเข้าเยี่ยมชมสถานที่จริง

ข้อจำกัดของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประเภทเว็บไซต์

1. ไม่มีภาษาต่างประเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. ข้อมูลขาดความเป็นปัจจุบันในการนำเสนอและกระบวนการในการติดต่อประสานงาน
3. ขาดการพัฒนาเว็บเฉพาะเป็นของวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ) เป็นของตัวเองและขาดช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์กับผู้พัฒนาเว็บ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

นอกจากการศึกษาลักษณะการสื่อความหมายข้อมูลเชิงลึกโดยสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยยังสังเกตเห็นความสำคัญในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายของวัดพะโคะ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณรวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวบางส่วนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็นหกส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลระดับความต้องการของสื่อความหมายโดยภาพรวมข้อมูลระดับความต้องการของการสื่อความหมายโดยพิจารณาแต่ละประเภทของสื่อ และตามคุณลักษณะของสื่อสำหรับการสื่อความหมายข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการของการสื่อความหมายโดยพิจารณาแต่ละประเภทของสื่อ และตามคุณลักษณะของสื่อสำหรับการสื่อความหมาย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลข้อมูลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ มีดังนี้

\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
T	แทน	การทดสอบค่าที (T-test)
F	แทน	การทดสอบค่าเอฟ (F-test)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่แสดงรายละเอียดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้ ลักษณะนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน อาทิเช่น จังหวัดชุมพร จังหวัดตรัง จังหวัดพัทลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช ฯลฯ อันดับรองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวภูมิภาคอื่น เช่น กรุงเทพฯ สมุทรปราการ เป็นต้น และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ อินเดียบางส่วน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี เดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ 4-6 คน เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มญาติหรือกลุ่มเพื่อน ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่มาด้วยตนเอง สำหรับกลุ่มนักเรียน หรือนักศึกษาเดินทางมาครั้งละ 1-2 รถบัส ซึ่งได้รับมอบหมายจากอาจารย์ ให้มาศึกษาประวัติศาสตร์ หรือ ความรู้ด้านอื่นๆ เกี่ยวกับวัดพะโคะ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก แต่ไม่เกิน 5 ครั้งต่อปี เพื่อความสะดวกในการเยี่ยมชมวัดพะโคะนักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยวในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงเช้า 2-3 ชั่วโมง และพบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน อาทิ การเคารพสิ่งศักดิ์ บูชาวัตถุมงคล ศึกษาเรียนรู้เรื่องประวัติของวัด บางคนมาเยี่ยมชมเพื่อพักผ่อนและบางคนญาติหรือเพื่อนชักชวนมา โดยบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะที่พบเห็นได้บ่อย ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป นักเรียน นักศึกษา นักวิชาการ เป็นต้น

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายผลการศึกษาของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

ตาราง 2 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐาน

			(N=397)
	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	184	46.3
	หญิง	213	53.7
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	53	13.4
	20 - 29 ปี	109	27.5
	30 - 39 ปี	112	28.2

ตาราง 2 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐาน (ต่อ)

			(N=397)
	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
	40 - 49 ปี	76	19.1
	50 - 59 ปี	37	9.3
	60 ปีขึ้นไป	10	2.5
สถานภาพ			
	โสด	196	49.4
	สมรส	176	44.3
	หม้าย/หย่าร้าง	25	6.3
ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา	6	1.5
	ประถมศึกษาตอนต้น	14	3.5
	ประถมศึกษาตอนปลาย	22	5.5
	มัธยมศึกษาตอนต้น	21	5.3
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	57	14.4
	ปวส/อนุปริญญา	50	12.6
	ปริญญาตรี	161	40.6
	ปริญญาโท	61	15.4
	ปริญญาเอก	5	1.3
อาชีพ			
	รับราชการ	62	15.6
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	47	11.8
	พนักงานบริษัทเอกชน	79	19.9
	เกษตรกร	29	7.3
อาชีพ			
	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	59	14.9
	นักเรียน/นักศึกษา	53	13.4
	ว่างงาน/เกษียณ	11	2.8
	แม่บ้าน	8	2.0

ตาราง 2 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐาน (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	(N=397)	
	จำนวน	ร้อยละ
อื่นๆ โปรระบุ	3	0.8
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	65	16.4
5,001 - 10,000 บาท	73	18.4
10,001 - 15,000 บาท	118	29.7
15,001 - 20,000 บาท	65	16.4
20,001 - 25,000 บาท	49	12.3
25,001 - 30,000 บาท	16	4.0
30,001 - 35,000 บาท	3	0.8
35,001 - 40,000 บาท	2	0.5
40,001 บาทขึ้นไป	6	1.5
ภูมิลำเนา		
ต่างชาติ	120	30.2
สงขลา	198	49.9
จังหวัดอื่นๆ	79	19.9

จากตาราง 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินเข้ามาท่องเที่ยววัดพะโคะ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา สามารถอธิบายผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลส่วนบุคคลได้ดังนี้

เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยววัดพะโคะ เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 ส่วนเพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3

อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยววัดพะโคะ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 รองลงมา อายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 อายุระหว่าง 40-49 จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

สถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่วัดพะโคะ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 และมีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่วัดพะโคะ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 มีระดับการศึกษาปริญญาปวส/อนุปริญญา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 มีระดับการศึกษาประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 มีระดับการศึกษาประถมศึกษาตอนต้น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และมีระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่วัดพะโคะ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 รองลงมา มีอาชีพรับราชการ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีอาชีพว่างงาน/เกษียณ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 มีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และมีอาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่วัดพะโคะ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ซึ่งจำนวนและร้อยละเท่ากับผู้ที่มียาได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.3 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 35,001 – 40,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ภูมิลำเนา พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยววัดพะโคะ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัดอื่นๆ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพศหญิงมากกว่าเพศชาย สำหรับอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป รองลงมา อายุ 30 - 32 ปี การศึกษาระดับปริญญาโท รองลงมา ระดับปริญญาตรี รัฐบาลเป็นส่วนใหญ่ รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัด

ข้อมูลเชิงปริมาณนอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามหรือนักท่องเที่ยวแล้วนั้น มีความจำเป็นที่ต้องศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายผลการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

วัตถุประสงค์ของการเดินทาง	(N=397)	
	จำนวน	ร้อยละ
หาความรู้เรื่องประวัติศาสตร์	106	16.5
บูชาวัตถุมงคล	144	22.4
เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์	215	33.4
ตามคำชวนของญาติ / เพื่อน	97	15.1
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	81	12.6
อื่นๆ	4	1.0

* เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยววัดพะโคะ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คิดเป็นร้อยละ 33.4 รองลงมาบูชาวัตถุมงคล คิดเป็นร้อยละ 22.4 หาความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามคำชวนของญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละในการเดินทาง

(N=397)		
ความถี่ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	138	34.8
2 ครั้ง	136	34.3
3 ครั้ง	50	12.6
4 ครั้ง	14	3.5
5 ครั้ง	21	5.3
มากกว่า 5 ครั้ง	38	9.6
รวม	397	100.0

จากตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยววัดพะโคะ ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.3 เดินทางมา 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.6 เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.6 เดินทางมา 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.3 และเดินทางมา 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว

(N=397)		
ช่วงวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์ - ศุกร์	46	8.9
เสาร์ - อาทิตย์	200	38.6
วันสำคัญทางศาสนา	68	13.1
วันหยุดนักขัตฤกษ์	39	7.5
วันที่วัดพะโคะจัดขึ้นตามประเพณีเคยปฏิบัติ	44	8.5
ตามความสะดวกของตนเอง	121	23.4

* เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา คือ ตามความสะดวกของตนเอง คิดเป็น

ร้อยละ 23.4 วันสำคัญทางศาสนา คิดเป็นร้อยละ 13.1 วันจันทร์ - ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 8.9 วันที่วัด
พะ โคะจัดขึ้นตามประเพณีปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 8.5 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 7.5
ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละ ช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทาง

(N=397)		
ช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า	145	36.5
ช่วงบ่าย	80	20.2
ช่วงเย็น	46	11.6
ช่วงเวลาตามสะดวกของตนเอง	96	24.2
ตลอดทั้งวัน	30	7.6
รวม	397	100.0

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ช่วงเวลาที่นิยม
เดินทางมาท่องเที่ยววัดพะ โคะ ส่วนใหญ่เป็นช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา ช่วงเวลาตาม
ความสะดวกของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 24.2 ช่วงบ่าย คิดเป็นร้อยละ 20.2 ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ
11.6 และ ตลอดทั้งวัน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบการเดินทาง

(N=397)		
รูปแบบการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาคนเดียว	83	20.9
เดินทางมาเป็นกลุ่ม	273	68.8
กลุ่มครอบครัว	131	40.7
กลุ่มเพื่อน	99	30.7
กลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน	50	15.5
กลุ่มศึกษาทัศนศึกษา	42	13.0
เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว	41	10.3
รวม	397	100.0

จากตาราง 7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีรูปการเดินทางมาท่องเที่ยววัดพะโคะ ส่วนใหญ่จะเดินทางมาเป็นกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 68.8 โดยแยกเป็นกลุ่มครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.7 กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.7 กลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.5 กลุ่มทัศนศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.0 รูปแบบการเดินทางที่มาคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 20.9 และเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวน และร้อยละ ของเหตุผลที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว

(N=397)		
เหตุผลที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เป็นจุดหมายปลายทางหลัก	154	38.8
เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางครั้งนี้	170	42.8
เป็นจุดแวะพักระหว่างการเดินทาง	67	16.9
อื่นๆ	6	1.5
รวม	397	100.0

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีเหตุผลในการมาท่องเที่ยววัดพะโคะ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางมาครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา เป็นจุดหมายปลายทางหลัก คิดเป็นร้อยละ 38.8 และเป็นจุดแวะพักระหว่างการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 16.9 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

(N=397)		
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	137	34.5
2 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง	145	36.5
ครึ่งวัน	86	21.7
ตลอดทั้งวัน	29	7.3
รวม	397	100.0

จากตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยววัดพะโคะ ส่วนใหญ่จะใช้เวลาระหว่าง 2 – 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา ครึ่งชั่วโมง – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.5 ครึ่งวัน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และตลอดทั้งวัน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่เป็นหัวใจหลักของการวิจัยครั้งนี้คือ ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับวัดพะโคะ ซึ่งได้แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งระดับความต้องการออกเป็นแต่ละด้านของลักษณะการสื่อความหมายสำหรับวัดพะโคะ โดยภาพรวม ดังนี้

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความต้องการด้านประเภทและคุณลักษณะของการสื่อความหมาย

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	\bar{x}	S.D	ระดับความต้องการ
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้นุคคล	3.76	0.85	มาก
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุคคล	3.92	0.76	มาก
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้นุคคล	4.19	0.70	มาก
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุคคล	4.01	0.72	มาก
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุคคล	4.06	0.77	มาก
ภาพรวม	3.91	0.64	มาก

จากตาราง 10 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านประเภทและคุณลักษณะของการสื่อความหมาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.19$, S.D = 0.64) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการการสื่อความหมายอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้นุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้นุคคลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวพบว่า ได้รับข้อมูลจากการสื่อความหมายเพียงพอแต่ไม่ละเอียดมากนัก (จรัส ปิ่นแสง (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 5 พฤษภาคม 2555) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวบางส่วนได้รับการสื่อความหมายไม่เพียงพอ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพิ่มจุดแนะนำ หรือป้ายบอกทิศทางให้มากขึ้น (แสงสุดา รุ่งทรัพย์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2555) นอกจากนี้การสื่อความหมายที่มีปัจจุบันแล้วนั้น นักท่องเที่ยวยังคงต้องการได้รับความรู้และประสบการณ์ ควรส่งเสริมให้มีการทำรายการต่างๆ ออกทางโทรทัศน์เป็นครั้งคราว เพื่อเป็นการเผยแพร่ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์มากขึ้น (จิตรภรณ์ วรรณกุล (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2555)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้านความต้องการลักษณะการสื่อความหมายสำหรับวัดพะโคะจำแนกแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมายด้านประเภทการสื่อความหมายโดยผู้บุคคล

(N=397)

ประเภทการสื่อความหมายโดยผู้บุคคล	\bar{x}	S.D	ระดับความต้องการ
ผู้นำชมท้องถิ่น	4.03	0.85	มาก
มัคคุเทศก์นำเที่ยว	3.91	0.96	มาก
ยุวมัคคุเทศก์	3.90	0.94	มาก
การสาธิต / การแสดง	3.48	1.09	มาก
รวม	3.76	0.85	มาก

จากตาราง 11 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการประเภทของสื่อความหมายโดยผู้บุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการประเภทของการสื่อความหมายโดยผู้บุคคลทุกข้ออยู่ในระดับมาก ดังนี้ ผู้นำชมท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 รองลงมา มัคคุเทศก์นำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และยุวมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ตามลำดับ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า มีต้องการให้มีผู้นำชมท้องถิ่น เพราะต้องการทราบประวัติความเป็นมาของแต่ละสถานที่ภายในวัดพะโคะ สำหรับมัคคุเทศก์นำเที่ยวไม่จำเป็นต้องมี หากมีป้ายบรรยายให้นักท่องเที่ยวได้อ่านเองก็จะเข้าใจง่ายขึ้น (สินีนานู รัตนขจร

(นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2555) ระหว่างเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะได้รับความรู้จากยุวมัคคุเทศก์ตามจุดต่างๆ ที่สำคัญของวัด แต่ข้อมูลพอสังเขปยังไม่ละเอียดมากนัก ต้องการให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อแนะนำหรือบรรยายประวัติความเป็นมา หรือ ผู้อาวุโสในชุมชนมาเล่าตำนานของวัดพะโคะ เพื่อต้องการความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการศึกษาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (นฤมล ช่างทอง (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 1 เมษายน 2555; ปรีชาดี มหาวงศ์ (นามสมมติ) สโมสรไลออนส์ประเทศไทย, สัมภาษณ์วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมายด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

ประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	\bar{x}	S.D	(N=397)
			ระดับความต้องการ
ศูนย์บริการข้อมูล	3.85	0.94	มาก
พิพิธภัณฑ์	3.96	0.87	มาก
การจัดนิทรรศการ	3.67	0.95	มาก
โสตทัศนูปกรณ์เช่นสื่อวีดิทัศน์สื่อด้วยภาพสื่อด้วยเสียง	3.83	1.03	มาก
ป้ายบอกทิศทาง	4.01	0.97	มาก
แผ่นป้ายสื่อความหมายหรือป้ายบรรยาย	3.99	1.04	มาก
แผ่นพับ	3.82	1.07	มาก
คู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.79	1.06	มาก
แผ่นปลิว	3.38	1.02	ปานกลาง
โปสเตอร์	3.50	1.04	มาก
จุดสารด้านการท่องเที่ยว	3.64	0.97	มาก
เว็บไซต์	3.99	1.04	มาก
รวม	3.92	0.76	มาก

จากตาราง 12 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการประเภทของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการประเภทของ

การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งรายข้อคำถามที่อยู่ในระดับมากประกอบไปด้วยบอกทิศทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือป้ายอธิบายข้อมูลเพื่อให้ความรู้ รวมถึงเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และพิพิธภัณฑ์ของวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ ส่วนรายข้อคำถามที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ แผ่นปลิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า การท่องเที่ยวของวัดพะโคะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาเยี่ยมชม ทางวัดควรมีแผ่นพับ และรูปภาพแต่ละจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ รวมถึงประวัติพอสังเขปได้ภาพ ควรเป็นภาษาอาเซียน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ศักดิ์ศรี สุธรรม (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 12 พฤษภาคม 2555) รวมถึงควรมีเว็บไซต์ให้ทราบรายละเอียด หรือจัดทำข้อมูลลงในวิกิพีเดีย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะเรื่องราวของหลวงปู่ทวด ควรมีเว็บไซต์วัดพะโคะให้ศึกษาข้อมูลประวัติความเป็นมา และการเดินทางท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ (รัตนา เอี่ยมสุวรรณ (นามสมมติ); อรรถพล นวลจันทร์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 13 พฤษภาคม 2555) นอกจากนี้ควรนำภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของวัดพะโคะลิงค์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของการท่องเที่ยวแต่ละจังหวัดเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการท่องเที่ยว (ปวีณา นันทแสง (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 6 พฤษภาคม 2555)

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล

(N=397)

คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	\bar{x}	S.D	ระดับความต้องการ
การให้ข้อมูลรายละเอียดชัดเจนเข้าใจง่าย	4.21	0.77	มากที่สุด
สามารถเชื่อมโยงเรื่องราว	4.00	0.86	มาก
ทักษะในการสื่อสารสามารถเรียบเรียงถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะน่าประทับใจ	4.04	0.85	มาก
การกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจรู้สึกเพลิดเพลินและคล้อยตาม	4.07	0.85	มาก
บุคลิกภาพเช่นกริยามารยาทการแต่งกาย	4.17	0.86	มาก

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล (ต่อ)

(N=397)

คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	\bar{x}	S.D	ระดับความต้องการ
อัยยาศัยเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง	4.19	0.89	มาก
ให้คำแนะนำข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวใน ด้านต่างๆเช่นข้อห้ามความปลอดภัย	4.17	0.84	มาก
การใช้เวลาที่เหมาะสมในการสื่อความหมาย	4.10	0.88	มาก
รวม	4.19	0.70	มาก

จากตาราง 13 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการคุณลักษณะของการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการคุณลักษณะของการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การให้ข้อมูลรายละเอียดชัดเจนเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการคุณลักษณะของการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลอยู่ในระดับมาก ดังนี้ อัยยาศัยเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา บุคลิกภาพเช่นกริยามารยาทการแต่งกาย รวมถึง ให้คำแนะนำข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆเช่นข้อห้ามความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และการใช้เวลาที่เหมาะสมในการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

(N=397)

คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	\bar{x}	S.D	ระดับความต้องการ
เนื้อหากระชับและถูกต้องชัดเจนน่าสนใจ	4.14	0.84	มาก
ภาษาเข้าใจง่าย	4.14	0.83	มาก
ความเป็นเอกภาพมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง	3.98	0.85	มาก

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล (ต่อ)

(N=397)			
คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	\bar{x}	S.D	ระดับความต้องการ
รูปแบบวิธีการในการนำเสนอน่าสนใจโดดเด่น	3.93	0.85	มาก
เสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะโคะหรือชุมชน	4.01	0.94	มาก
รวม	4.01	0.72	มาก

จากตาราง 14 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการคุณลักษณะของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, S.D = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการคุณลักษณะของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลทุกข้ออยู่ในระดับมากดังนี้ เนื้อหากระชับและถูกต้องชัดเจนน่าสนใจ รวมถึง ภาษาเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา เสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะโคะหรือชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และความเป็นเอกภาพมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการการสื่อความหมาย
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

(N=397)			
รายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	\bar{x}	S.D	ระดับความต้องการ
ความโดดเด่นของตัวอักษร	4.01	0.89	มาก
ความสำคัญของขนาดและสีตัวอักษร	3.87	0.90	มาก
สอดคล้องรูปภาพในเนื้อหา	3.88	0.96	มาก
สอดคล้องหลักคำสอน / ธรรมะ	4.06	0.91	มาก
การใช้ภาษา	4.12	1.04	มาก
รวม	4.06	0.77	มาก

จากตาราง 15 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$, S.D = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการในรายละเอียดของเนื้อหาของการสื่อความหมายทุกประเภททุกข้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการ การใช้ภาษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมา ต้องการสอดแทรกหลักคำสอน ชลธรรมะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และต้องการความโดดเด่นของตัวอักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการการสื่อความหมาย ซึ่งข้อคำถามจากผู้วิจัย คือ ระหว่างเดินทางเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะได้รับการสื่อความหมายในรูปแบบใด พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบป้ายสื่อความหมายแต่มีจำนวนน้อยเกินไป ค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของบริษัทนำเที่ยว และได้รับคำแนะนำจากรุ่นพี่ให้มาเที่ยว รูปแบบการสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ ต้องการให้ประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ โดยเฉพาะเรื่องประวัติความเป็นของวัด และเรื่องราวของหลวงปู่ทวด ท่านมีความสัมพันธ์กับวัดนี้อย่างไร เพราะวัดนี้มีชื่อเสียงเกี่ยวกับหลวงปู่ทวด (จรรยา สุขจัน โด (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2555) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีรูปแบบการสื่อความหมายทุกรูปแบบ ยกเว้น การสาธิต/การแสดง เนื่องจากสถานที่เป็นวัดจึงไม่เหมาะสม (เพ็ญญา จิราภัก (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2555) สำหรับผู้นำชมท้องถิ่น นักท่องเที่ยวต้องการให้มีเพราะสามารถสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยว ได้ตอบข้อซักถาม สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ และนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ใกล้เคียงความจริง โดยไม่ต้องเป็นการคาดคะเนเอง รวมถึงได้ทราบถึงความสำคัญของวัดและสิ่งที่น่าสนใจภายในวัดเพิ่มมากขึ้น และขอควรปฏิบัติที่เหมาะสมในการเยี่ยมชมแต่ละจุดของวัดพะโคะ (เกรียงไกร ประภาสันต์, สุจิตร์ ดำรงทรัพย์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 2 กุมภาพันธ์) การสาธิต/การแสดง พบว่า นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการให้มี เพื่อให้เป็นจุดเด่นในอีกรูปแบบหนึ่ง และนักท่องเที่ยวจะได้ไม่เบื่อ สามารถมีรายได้ให้กับชุมชน รวมถึงให้มีในงานเทศกาลต่างๆ วันสำคัญ ที่เกี่ยวกับวัดพะโคะ นักท่องเที่ยวอีกกลุ่ม เห็นว่าไม่ควรให้มี เนื่องจากจะเป็นการเสียเวลาในการเดินทางเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะ และสิ่งที่ปรากฏภายในวัดไม่จำเป็นต้องใช้วิธีสาธิต (อาทิตย์ แสงมาก; ชลธิรา งามช่วง; นิรุต สันติธรรม; อานาจ แสงศรี; ประไพ สุขสันต์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2555) ศูนย์บริการข้อมูล นักท่องเที่ยวต้องการให้มี เพราะนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองในการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่นเดียวกันกับการจัดนิทรรศการ ส่วนโสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ เสียง นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นการสื่อความหมายที่เห็นภาพได้ชัดเจนและสมจริงดีกว่าคำบอกเล่าข้อมูลจากการบอกเล่าอาจจะบิดเบือนความจริง หากเป็นรูปแบบของสื่อประเภทนี้สามารถสืบทอดไปยังรุ่นหลังได้ โดยข้อมูลยังคง

เหมือนเดิม และสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในความเป็นมาของวัดได้เพิ่มมากขึ้น สำหรับป้ายบอกทิศทาง และป้ายบรรยายนั้น ปัจจุบันมีอยู่แล้ว แต่ควรได้รับการพัฒนาให้ดีกว่าเดิมเนื่องจากยังไม่ได้เอื้ออำนวยต่อการศึกษาค้นคว้าข้อมูลของนักท่องเที่ยว (ประสงค์ นวลคล้าย; ธนภัทร ปั่นทอง; ยุวดี สีนสมบัติ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 26 พฤษภาคม 2555) แผ่นพับ ควรจะมีไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาข้อมูลได้ ณ จุดนั้นๆ ซึ่งรายละเอียดไม่มากนัก แต่ให้รู้ที่มาของจุดท่องเที่ยวต่างๆ ได้ด้วยตนเอง สำหรับโปสเตอร์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์วัดพะโคะในรูปแบบที่สวยงาม สื่อข้อมูลของวัดพะโคะให้ครบถ้วน ควรจะติดตลอดเส้นทางโดยเริ่มจากจุดที่นักท่องเที่ยวมาถึงเมืองสงขลา เช่น สนามบิน ท่ารถขนส่ง เป็นต้น เพื่อเป็นที่นำติดตามและสนใจของนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยี่ยมชมเมืองสงขลา ส่วนจุดสารด้านการท่องเที่ยว ต้องการให้มีเพื่อสะดวกต่อการค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวทราบเรื่องราวอื่นๆ นอกเหนือจากเรื่องราวของวัด โดยเฉพาะเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวัดหรือเส้นทางเชื่อมโยงเกี่ยวกับวัดพะโคะ ที่สำคัญเป็นการประชาสัมพันธ์วัดพะโคะให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเว็บไซต์มีอยู่แล้วนั้น แต่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้เนื่องจากไม่มีรายละเอียดให้ศึกษา ควรมีการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจ รวมถึงให้มีการสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบได้ (ชไมพร ชัยนการ; ปริฉัตร วงศ์ษา; จิรายุทธ ผ่องแผ้ว; สมศรี โยงชบา; รณชัย เปล่งสมบูรณ์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 2 มิถุนายน 2555)

ดังนั้น จากข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้รับความคิดเห็นและเหตุผลจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยนำไปสู่กระบวนการหาข้อสรุปจากการสนทนากลุ่มย่อยในส่วนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกครั้ง เพื่อที่จะสามารถนำไปกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาวัดพะโคะ

นอกจากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการในแต่ละด้าน ข้อมูลที่มีความสำคัญคือการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อได้ทราบการมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงการเปรียบเทียบระดับความต้องการของการสื่อความหมายจำแนกแต่ละด้าน ซึ่งได้แจกแจงเป็นตารางความสัมพันธ์ ดังนี้

ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 16 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เพศ		อายุ		สถานภาพ		ระดับการศึกษา	
	Chi-Square	P	Chi-Square	P	Chi-Square	P	Chi-Square	P
วัตถุประสงค์การเดินทาง	0.524	0.769	40.004	0.000*	8.345	0.080	24.109	0.087
ความถี่ในการเดินทาง	10.496	0.062	75.878	0.000*	39.556	0.000*	88.098	0.000*
วันในการเดินทาง	2.762	0.251	17.095	0.072	2.867	0.580	35.858	0.003*
ช่วงเวลาในการเดินทาง	8.168	0.086	24.522	0.220	4.500	0.809	26.184	0.755
รูปแบบการเดินทาง	3.595	0.166	27.587	0.002*	6.243	0.182	20.445	0.201
เหตุผลการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว	0.679	0.878	14.414	0.094	16.275	0.012*	20.413	0.673
ระยะเวลาในการชมแหล่งท่องเที่ยว	1.730	0.630	35.506	0.002*	2.499	0.869	31.173	0.149

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 16 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	อาชีพ		รายได้ต่อเดือน		ที่อยู่อาศัย	
	Chi-Square	P	Chi-Square	P	Chi-Square	P
วัตถุประสงค์การเดินทาง	79.168	0.000*	43.774	0.000*	12.221	0.016*
ความถี่ในการเดินทาง	68.461	0.014*	27.343	0.936	69.539	0.000*
วันในการเดินทาง	29.803	0.039	43.219	0.000*	19.392	0.001*
ช่วงเวลาในการเดินทาง	34.349	0.547	56.531	0.005*	71.225	0.000*
รูปแบบการเดินทาง	36.861	0.005*	58.593	0.000*	116.276	0.000*
เหตุผลการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว	34.168	0.161	33.450	0.095	32.438	0.000*
ระยะเวลาในการชมแหล่งท่องเที่ยว	37.073	0.094	26.744	0.317	35.795	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเนื่องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์การเดินทาง วันในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง และรูปแบบการเดินทาง มีความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า วัตถุประสงค์ของการเดินทางมีความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ ความถี่ในการเดินทาง วันในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง เหตุผลที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว และระยะเวลาในการชมแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เช่นเดียวกัน

ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล และลักษณะความต้องการการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะความต้องการการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ลักษณะความต้องการ	เพศ		อายุ		สถานภาพ		ระดับการศึกษา	
	Chi-Square	P	Chi-Square	P	Chi-Square	P	Chi-Square	P
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	17.806	0.023*	41.516	0.404	15.933	0.458	79.530	0.091
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	11.644	0.168	43.799	0.313	16.817	0.398	70.120	0.280
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	8.530	0.288	50.272	0.046*	26.29	0.024*	82.505	0.012*
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	7.607	0.473	39.367	0.499	16.218	0.438	72.815	0.211
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	7.970	0.436	43.781	0.314	26.678	0.045*	58.213	0.680

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะความต้องการการสื่อความหมายของนักท่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (ต่อ)

ลักษณะการสื่อความหมาย	อาชีพ		รายได้ต่อเดือน		ที่อยู่อาศัย	
	Chi-Square	P	Chi-Square	P	Chi-Square	Chi-Square
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	63.767	0.745	67.827	0.348	82.998	0.000*
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	90.930	0.065	80.144	0.084	30.302	0.016*
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	91.933	0.010*	64.012	0.216	27.402	0.017*
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	121.844	0.000*	65.180	0.435	27.991	0.032*
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	71.560	0.492	58.112	0.684	20.171	0.213

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะความต้องการ การสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวยุคไทยและชาวต่างชาติ พบว่า เพศกับลักษณะความต้องการ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล มีความสัมพันธ์กันนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลักษณะความต้องการการสื่อความหมาย ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

นอกจากนี้ พบว่า อายุกับลักษณะความต้องการด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลมีความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนความต้องการด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับลักษณะความต้องการ พบว่า นักท่องเที่ยวยุคไทยและชาวต่างชาติต้องการด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและความต้องการด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลมีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความต้องการด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล รวมถึงด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับลักษณะความต้องการด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล มีความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนในด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับลักษณะความต้องการการสื่อความหมาย พบว่า ทั้ง ห้าด้าน คือ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่อาศัยกับลักษณะความต้องการด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล มีความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และพบว่า ลักษณะความต้องการด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการของการสื่อความหมายจำแนกแต่ละด้าน

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายกับข้อมูลพื้นฐานจำแนกตามเพศ

(N=397)

ลักษณะความต้องการ		ความต้องการจำแนกตามเพศ			t-value	Sig.
		จำนวน	\bar{x}	S.D		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	ชาย	184	3.66	0.89	-2.140*	0.033
	หญิง	213	3.84	0.81		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	ชาย	184	3.87	0.82	-1.050	0.294
	หญิง	213	3.95	0.71		
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	ชาย	184	4.16	0.76	-0.820	0.413
	หญิง	213	4.22	0.65		
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	ชาย	184	4.00	0.75	-0.393	0.695
	หญิง	213	4.03	0.69		
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	ชาย	184	4.02	0.81	-1.025	0.306
	หญิง	213	4.10	0.73		
ภาพรวม	ชาย	184	3.84	0.67	-2.041*	0.042
	หญิง	213	3.97	0.61		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย
จำแนกตามเพศ พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยและชาวต่างชาติเพศหญิงมีความต้องการ
การสื่อความหมายมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.042$) เมื่อพิจารณา
ในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยและชาวต่างชาติเพศหญิงมีความต้องการประเภทการสื่อ
ความหมายโดยใช้บุคคล มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.033$) ส่วน
ประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้าน
คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อ
ความหมายโดยไม่ใช้บุคคล นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการการสื่อความหมาย
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนั้น การวิเคราะห์เชิงปริมาณได้แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ
ระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวยุวชนแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากอายุที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการจำแนกตามอายุ						F	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 29 ปี	30 - 39 ปี	40 - 49 ปี	50 - 59 ปี	60 ปีขึ้นไป		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.63	3.88	3.80	3.78	3.41	3.75	1.999	0.078
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.73	4.02	3.88	3.99	3.85	3.75	1.429	0.213
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.16	4.21	4.17	4.32	3.97	4.30	1.314	0.257
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.92	4.01	3.96	4.19	3.91	4.15	1.487	0.193
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย โดยไม่ใช้บุคคล	3.92	4.12	4.07	4.11	3.96	4.25	0.828	0.531
ภาพรวม	3.77	4.00	3.93	3.94	3.68	4.00	1.974	0.082

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามอายุ พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกัน คือ ต่ำกว่า 20 ปี 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความต้องการการสื่อความหมายไม่ต่างกันอย่างไรมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ($P = 0.082$)

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากสถานภาพที่แตกต่างกัน

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการการสื่อ			F	Sig.
	ความหมายจำแนกตามสถานภาพ				
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง		
ด้านประเภทการสื่อความหมาย โดยใช้บุคคล	3.81	3.69	3.76	0.972	0.379
ด้านประเภทการสื่อความหมาย โดยไม่ใช้บุคคล	3.93	3.90	3.90	0.108	0.898
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมาย โดยใช้บุคคล	4.22	4.16	4.20	0.284	0.753
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมาย โดยไม่ใช้บุคคล	4.00	4.03	3.96	0.174	0.840
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของ การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.07	4.09	3.86	0.972	0.379
ภาพรวม	3.94	3.89	3.81	0.631	0.533

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการจำแนกตาม สถานภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกัน คือ โสด สมรส และหม้าย/หย่าร้าง โดยผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีความต้องการการสื่อความหมายไม่ต่างกันอย่างไรมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ($P=0.533$)

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการจำแนกตามระดับการศึกษา									F	Sig.
	ต่ำกว่า ระดับป ระถม ศึกษา	ประถม ศึกษา ตอนต้น	ประถม ศึกษา ตอน ปลาย	มัธยม ศึกษา ตอน ต้น	มัธยม ศึกษา ตอน ปลาย/ ปวช	ปวส/อน ุปริญญา	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	ปริญญา เอก		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.08	3.71	3.41	3.45	3.73	3.67	3.72	4.15	3.80	2.710*	0.006
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.75	4.00	3.84	3.64	3.79	3.86	3.93	4.18	3.70	1.634	0.113
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.92	4.11	3.86	3.95	4.12	4.10	4.25	4.42	4.10	2.238*	0.024
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.00	4.00	3.80	3.79	3.88	3.91	4.05	4.27	4.10	1.973*	0.049
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดย ไม่ใช้บุคคล	4.42	4.14	3.82	3.71	3.84	4.09	4.13	4.18	4.70	2.426*	0.014
ภาพรวม	4.25	3.93	3.61	3.58	3.79	3.88	3.93	4.16	4.25	3.305*	0.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย
จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระดับ
การศึกษาต่างกัน คือ ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา ประถมศึกษาตอนต้น ประถมศึกษาตอนปลาย
มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ปวส/อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท และ
ปริญญาเอก มีความต้องการการสื่อความหมายต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
($P=0.001$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความต้องการ
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล
คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย
โดยไม่ใช้บุคคล มากกว่า ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ($P=0.006, 0.024, 0.049, 0.014$) ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากอาชีพที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการจำแนกตามอาชีพ										F	Sig.
	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษตรกร	รับจ้างทั่วไป	นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	นักเรียน/นักศึกษา	ว่างงานเกษียณ	แม่บ้าน	อื่นๆ		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.84	3.80	3.73	3.67	3.63	3.97	3.57	3.86	3.88	3.33	1.039	0.408
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.04	4.22	3.87	3.86	3.74	3.99	3.71	4.14	3.50	3.33	2.485*	0.009
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.31	4.39	4.17	4.12	3.98	4.21	4.15	4.27	4.00	3.67	1.435	0.171
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.22	4.14	3.92	3.90	3.82	4.16	3.91	3.91	4.00	3.67	1.860	0.057
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.16	4.35	4.04	4.22	3.74	4.05	3.94	4.00	4.13	4.00	2.116*	0.027
ภาพรวม	4.00	4.07	3.89	3.95	3.68	4.01	3.75	3.93	4.00	3.67	1.734	0.080

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามอาชีพ พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกัน คือ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน เกษตรกร รับจ้างทั่วไป นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา ว่างาน/เกษียณ แม่บ้าน และอื่นๆ มีความต้องการการสื่อความหมายต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.080$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความต้องการด้านประเภทการสื่อความหมาย โดยไม่ใช้บุคคล และรายละเอียด เนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล มากกว่า นักท่องเที่ยวยุวชนที่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานเอกชน เกษตรกร รับจ้างทั่วไป นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา ว่างาน/เกษียณ แม่บ้าน และอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.009, 0.027$) ตามลำดับ

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน									F	Sig.
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	25,001 - 30,000 บาท	30,001 - 35,000 บาท	35,001 - 40,000 บาท	40,001 บาทขึ้นไป		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.55	3.77	3.66	3.76	4.07	4.19	3.67	3.25	3.42	2.233*	0.024
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.75	3.91	3.90	4.07	3.97	4.13	3.33	3.75	3.67	1.190	0.304
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.07	4.24	4.16	4.24	4.29	4.28	3.33	3.50	4.08	1.350	0.217
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.80	3.99	4.01	4.11	4.17	4.25	3.33	3.75	4.33	1.938	0.053
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.94	4.07	4.16	4.12	4.00	4.13	4.17	3.25	4.17	0.743	0.654
ภาพรวม	3.74	3.92	3.91	3.94	4.04	4.16	3.92	3.25	3.79	1.412	0.190

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท 30,001-35,000 บาท 35,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป มีความต้องการการสื่อความหมายต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.190$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท มีระดับความต้องการด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท 30,001-35,000 บาท 35,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.024$)

ตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกัน

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการการสื่อความหมายจำแนกตามที่อยู่อาศัย			F	Sig.
	(N=397)				
	ต่างชาติ	สงขลา	จังหวัดอื่นๆ		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.20	3.67	3.29	33.788*	0.000
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.18	3.82	3.74	11.451*	0.000
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.31	4.13	4.17	2.501	0.083
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.15	3.94	3.98	3.241*	0.040
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.23	4.01	3.97	3.888*	0.021
ภาพรวม	4.21	3.84	3.63	24.876*	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย
จำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวยุวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีที่อยู่อาศัย
ต่างกัน คือ ต่างชาติ จังหวัดสงขลาและจังหวัดอื่นๆ มีความต้องการการสื่อความหมายต่างกันอย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.000$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวยุวชาวไทย
และชาวต่างชาติที่มีที่อยู่อาศัยต่างกันมีความต้องการการสื่อความหมาย ด้านการสื่อความหมายโดย
ใช้บุคคล ด้านการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้
บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลมากกว่า คุณลักษณะ
การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.000, 0.000, 0.040,$
0.021) ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมายของนักท่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยพิจารณาจากข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่อาศัย

ลักษณะความต้องการ	ข้อมูลส่วนบุคคล	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ที่อยู่อาศัย
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล		0.033	-	-	0.006	-	0.024	0.000
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล		-	-	-	-	0.009	-	0.000
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล		-	-	-	0.024	-	-	-
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล		-	-	-	0.049	-	-	0.040
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย โดยไม่ใช้บุคคล		-	-	-	0.014	0.027	-	0.021

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 การเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยง โดยพิจารณาจากข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยงชาวไทย และชาวต่างชาติ ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่อาศัยกับลักษณะความต้องการ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ความหมาย และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (0.05) ส่วน อายุ และสถานภาพไม่ต่างกันอย่างไรมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากความถี่ในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวต่อปีที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการจำแนกตามความถี่ในการเดินทาง						F	Sig.
	ครั้งแรก	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.77	3.92	3.50	3.96	3.74	3.38	3.661*	0.003
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.93	3.93	3.88	4.04	4.00	3.78	0.408	0.843
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.24	4.19	4.11	4.46	4.31	3.96	1.658	0.144
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.05	4.05	3.92	4.00	4.00	3.86	0.698	0.625
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.03	4.06	4.06	4.32	4.36	3.97	1.104	0.358
ภาพรวม	3.90	3.99	3.78	4.14	4.05	3.68	2.444*	0.034

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวต่อปีที่แตกต่างกัน พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความถี่ในการเดินทาง ครั้งแรก 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้ง 5 ครั้ง และมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป มีความต้องการการสื่อความหมายต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.034$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความถี่ในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวต่อปีที่ต่างกันมีความต้องการการสื่อความหมาย ด้านการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล มากกว่า ด้านการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียด ในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P=0.003$)

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามความถี่ของการเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่จะเดินทางมา 2 ครั้ง/ปี รองลงมาจะเดินทางมาเป็นครั้งแรก และน้อยที่สุด มากกว่า 5 ครั้ง

ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการจำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทาง					F	Sig.
	ช่วงเช้า	ช่วงบ่าย	ช่วงเย็น	ตามสะดวก	ตลอดทั้งวัน		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.72	3.96	3.77	3.66	3.67	1.640	0.163
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.88	3.97	3.98	3.88	3.95	0.305	0.874
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.25	4.14	4.23	4.11	4.27	0.799	0.527
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.09	4.01	3.93	3.89	4.17	1.647	0.162
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.12	3.99	4.10	4.02	4.10	0.527	0.716
ภาพรวม	3.92	3.98	3.93	3.84	3.88	0.540	0.707

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางที่แตกต่างกัน คือ ช่วงเช้า ช่วงบ่าย ช่วงเย็น ตามสะดวก และตลอดทั้งวัน พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความต้องการการสื่อความหมายไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 (0.707)

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกนักท่องเที่ยว ความต้องการช่วงเวลาในการเดินทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกช่วงเช้า เนื่องจากอากาศไม่ร้อนสะดวกต่อการเดินทางชมจุดต่างๆ ภายในวัดพระโศภนเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสำหรับกับนักท่องเที่ยวทุกวัย โดยเฉพาะผู้สูงอายุ

ตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกัน

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการการสื่อความหมายจำแนกตามรูปแบบการเดินทาง			F	Sig.
	(N=397)				
	คนเดียว	กลุ่ม	บริษัทนำเที่ยว		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล	3.86	3.68	4.07	4.769*	0.009
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล	4.01	3.88	3.99	1.107	0.332
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล	4.30	4.20	3.95	3.347*	0.036
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล	4.12	3.99	3.93	1.325	0.267
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล	4.25	4.03	3.94	3.438*	0.033
ภาพรวม	4.06	3.85	4.01	3.881*	0.021

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามรูปแบบการเดินทาง พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกันคือ คนเดียว กลุ่ม และบริษัทนำเที่ยว มีระดับความต้องการการสื่อ

ความหมายต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (0.021) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีรูปแบบการเดินทางที่ต่างกันมีความต้องการการสื่อความหมายด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล มากกว่า ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (0.009, 0.036, 0.033) ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามรูปแบบการเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่จะเดินทางมาเป็นกลุ่ม เป็นญาติและเพื่อน ที่ชักชวนกันมาในช่วงวันหยุด และได้พักผ่อนไปในตัว ที่สำคัญได้มาสัมผัสธรรมชาติของภูเขาหลวงปัวทอด

อีกประการหนึ่ง กลุ่มที่นำนักเรียนมาศึกษาเรื่องราวประวัติวัดพะโคะ โดยทางโรงเรียนได้จัดให้นักเรียนศึกษาดูงาน แล้วนำไปทำเป็นโครงการ ทางโรงเรียนได้สร้างจิตสำนึกให้กับนักเรียนที่ได้ให้การศึกษาควบคู่ไปกับวัฒนธรรมท้องถิ่น นักเรียนก็ให้ความสนใจ อาจเป็นเพราะพ่อแม่ปลูกฝังให้เด็กรู้จักหลวงปัวทอดมาก่อน

ตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากเหตุผลที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการการสื่อความหมายจำแนกตามเหตุผลที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว				F	Sig.
	ชมแหล่งท่องเที่ยว					
	จุดหมายปลายทางหลัก	แหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางมาครั้งนี้	จุดแวะพักระหว่างการเดินทาง	อื่นๆ		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.75	3.87	3.56	2.67	5.725*	0.001
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.89	3.91	4.09	2.75	6.093*	0.000
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.15	4.18	4.37	3.58	3.229*	0.022
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.01	3.95	4.23	3.42	3.896*	0.009
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.99	4.08	4.23	3.75	1.895	0.130
ภาพรวม	3.87	3.98	3.90	3.21	3.234*	0.022

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามเหตุผลที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีเหตุผลที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันคือ จุดหมายปลายทางหลักแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางมาครั้งนี้ จุดแวะพักระหว่างการเดินทาง และอื่นๆ มีระดับความต้องการการสื่อความหมายต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (0.022) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีรูปแบบการเดินทางที่ต่างกันมีความต้องการการสื่อความหมายด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลมากกว่า ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (0.001, 0.000, 0.022, 0.009) ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกนักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน จำแนกตามเหตุผลของการเข้าเยี่ยมชมวัดพะโคะ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นจุดหมายปลายทาง รองลงมา เป็นแหล่งท่องเที่ยวของการเดินทางมาครั้งนี้ เนื่องจาก มาเคารพสักการบูชาหลวงพ่อทวด ในช่วงวันหยุด จะมาเป็นประจำ ปีละ ครั้ง-สองครั้ง ตามความสะดวกของตนเองและครอบครัว

ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายโดยพิจารณาจากระยะเวลาในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

(N=397)

ลักษณะความต้องการ	ค่าเฉลี่ยระดับความต้องการการสื่อความหมายจำแนกตามระยะเวลาในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว				F	Sig.
	ครั้งชั่วโมง-1 ชั่วโมง		2 ชั่วโมง – 3 ชั่วโมง			
	ครั้งชั่วโมง-1	ชั่วโมง	ครึ่งวัน	ตลอดทั้งวัน		
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	3.63	3.74	3.99	3.74	3.234*	0.022
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	3.86	3.91	4.06	3.79	1.604	0.188
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	4.22	4.16	4.22	4.16	0.194	0.900
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.02	4.03	4.01	3.91	0.204	0.894
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	4.01	4.09	4.10	4.09	0.384	0.765
ภาพรวม	3.82	3.92	4.04	3.91	2.228*	0.084

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมาย จำแนกตามระยะเวลาในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระยะเวลาในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันคือ ครึ่งวัน - 1 ชั่วโมง 2 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง ครึ่งวัน และตลอดทั้งวัน มีระดับความต้องการการสื่อความหมายต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (0.084) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีรูปแบบการเดินทางที่ต่างกันมีความต้องการการสื่อความหมายด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล มากกว่า ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (0.022)

จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกนักท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาการเยี่ยมชมวัดพะโคะ 2-3 ชั่วโมง เนื่องจากมากับเพื่อนๆ และแต่ละคนมีความต้องการที่จะเยี่ยมชมแต่ละจุดใช้เวลาไม่เท่ากัน จึงคิดว่า 2-3 ชั่วโมงกำลังดี เพื่อที่จะได้รอเพื่อนๆ คนอื่นให้เที่ยวชมได้ตามสะดวกโดยไม่ต้องกังวล

นักท่องเที่ยวบางกลุ่มใช้เวลาเพียง ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง เนื่องจากมีจุดมุ่งหมายมาเที่ยวกันบางจุดเท่านั้น โดยไม่ต้องการทราบประวัติความเป็นมา หรือเดินเที่ยวให้ครบทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ

ตาราง 31 แสดงผลสรุปการเปรียบเทียบความต้องการการสื่อความหมาย โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย วัตถุประสงค์การเดินทาง ความถี่การเดินทาง วันในการเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง เหตุผลการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว และระยะเวลาในการชมแหล่งท่องเที่ยว

ลักษณะความต้องการ / พฤติกรรมการท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์การเดินทาง	งบเหมาจ่ายรายหัว	งบเหมาจ่ายรายวัน	งบเหมาจ่ายรายคน	งบเหมาจ่ายรายปี	งบเหมาจ่ายรายเดือน	งบเหมาจ่ายรายสัปดาห์
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	-	0.003	0.043	-	0.001	0.001	0.022
ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	0.002	-	-	-	0.019	0.000	-
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล	-	-	-	-	-	0.022	-
ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	0.011	-	-	-	-	0.009	-
ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล	-	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

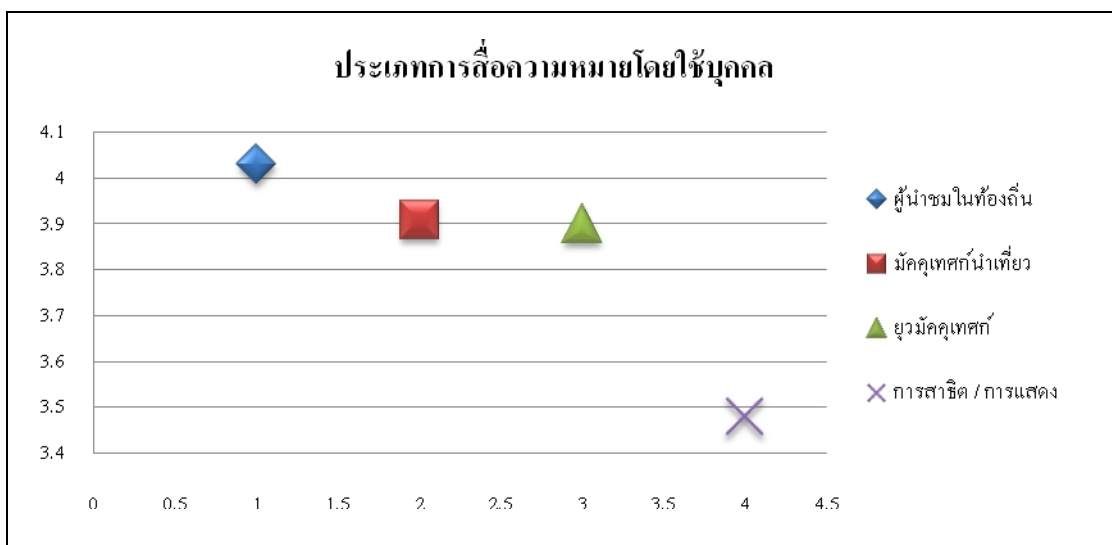
จากตาราง 31 การเปรียบเทียบระดับความต้องการการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ คือ วัตถุประสงค์การเดินทาง ความถี่การเดินทาง วันในการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง เหตุผลที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว และระยะเวลาในการชมแหล่งท่องเที่ยว กับลักษณะความต้องการ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล และด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล ความหมายมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ (0.05) ส่วนด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคลไม่ต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับการสื่อความหมาย นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสะดวกต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการให้ความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ของวัดพะโคะ ซึ่งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเข้ามาทัศนศึกษาเพื่อหาความรู้ และหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มเติม รวมถึงต้องการให้ทางวัดพะโคะ นำเสนอข้อมูลความแตกต่างประวัติความเป็นมาของวัด และประวัติของหลวงปู่ทวดถึงความแตกต่างของวัดพะโคะและวัดข้างให้ มีความเกี่ยวข้องกับองค์หลวงปู่ทวดอย่างไร เพื่อให้ได้นำข้อมูลไปถ่ายทอดต่อได้อย่างถูกต้อง (การ์นต์ ศรีสมบูรณ์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์วันที่ 5 พฤษภาคม 2555)

สรุปความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย

จากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทัศนศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านตามลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้นุ้บุคคลพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทจัดกลุ่มได้ตามแผนภูมิ โดยสรุปได้ดังนี้

แผนภูมิ 1 แสดงระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ ซึ่งเป็นประเภทการสื่อความหมายโดยใช้นุ้บุคคล แสดงระดับความต้องการโดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภูมิ 1 แสดงประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล

จากแผนภูมิ 1 สรุปได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลทั้งสี่ประเภท นักท่องเที่ยวมีความต้องการจากมากไปหาน้อยคือ ผู้บริการข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมามัคคุเทศก์นำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.91 ยูวมัคคุเทศก์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และการสาธิต/การแสดง มีค่าเฉลี่ย 3.48

จะเห็นได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับกรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพะโคะ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความต้องการสามระดับที่มีค่าเฉลี่ยที่สูงในระดับใกล้เคียงกัน ดังนี้

ผู้นำชมในห้องถื่นคือ ปราชญ์ชาวบ้าน หรือผู้สูงอายุในชุมชนและพระภิกษุสงฆ์จะทำหน้าที่บรรยายให้กับนักท่องเที่ยว (พระพันธ์ยุทธ รัตนบุญโญ, สัมภาษณ์วันที่ 16 พฤศจิกายน 2554)

มัคคุเทศก์นำเที่ยว บริษัทนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดพะโคะ ที่จะสามารถให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และจะมีช่วงระหว่างเดือน มีนาคม -เมษายน ของทุกปี และช่วงวันหยุดยาวของนักท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวค่อนข้างเข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะเป็นจำนวนมาก (มานพ แซ่อึ้ง, สัมภาษณ์วันที่ 3 มีนาคม 2555)

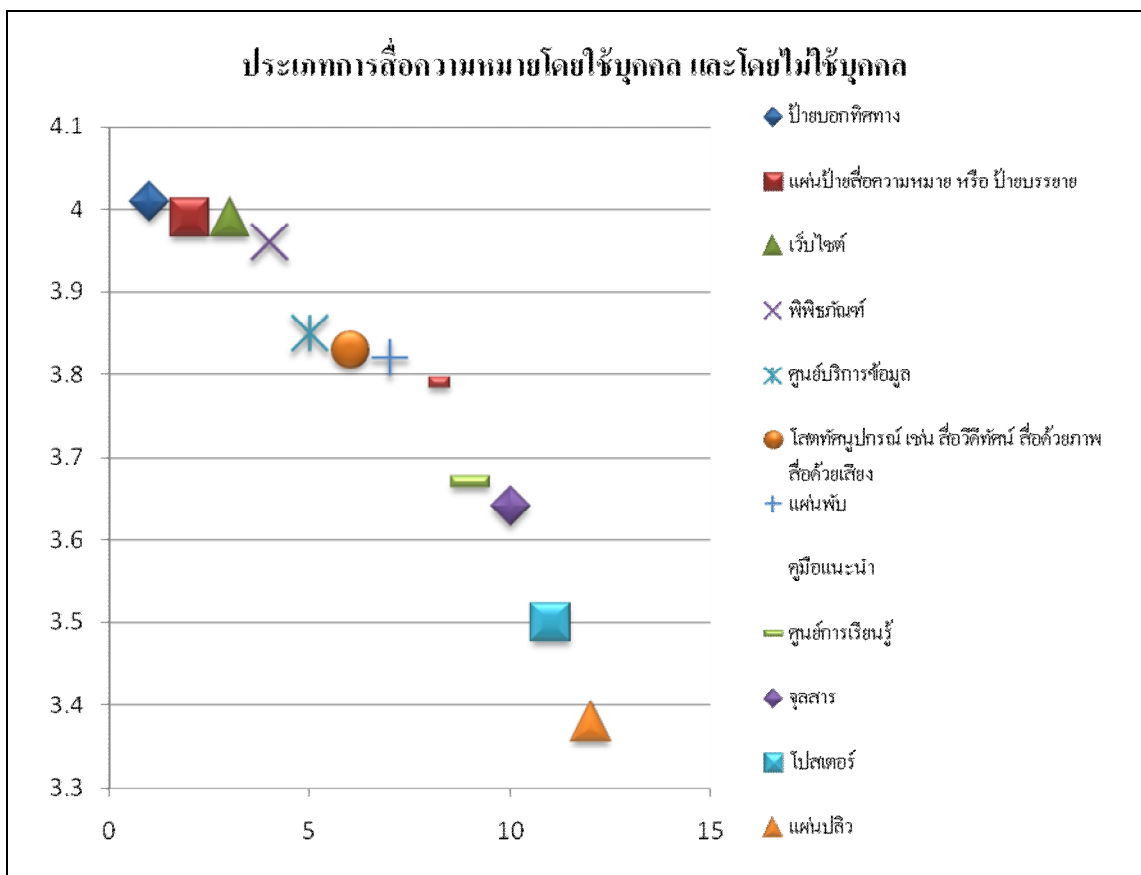
ยูวมัคคุเทศก์นักเรียนอาสาสมัคร จากโรงเรียนสมเด็จพระเจ้าพะโคะ โดยได้รับการอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์น้อยจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง และทำหน้าที่บรรยายให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะวันเสาร์ วันอาทิตย์ และช่วงปิดเทอม (ศิริขวัญ จุทอง, สัมภาษณ์วันที่ 28 มกราคม 2555)

นอกจากนี้ การแสดง/การสาธิต มีระดับความต้องการที่น้อยกว่าสามประเภทที่กล่าวมาข้างต้น และยังไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากภายในแหล่งท่องเที่ยวไม่เอื้ออำนวยต่อการแสดงหรือการสาธิต

ส่วนประเด็นการสนทนากลุ่มย่อยจากความคิดเห็นและข้อแลกเปลี่ยนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า มีการสรุปความคิดเห็นตรงกันที่ต้องการให้มีผู้บริการข้อมูล หรือ ผู้ให้บริการข้อมูลโดยปราชญ์ชาวบ้าน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการหาความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ หรือความเป็นมา โดยกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เป็นหลัก หรือนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างภูมิภาค ที่ต้องการทราบเรื่องราวความเป็นมาของวัดพะโคะ อย่างละเอียด ในปัจจุบัน นายเชือบ คงธรรม มีหน้าที่บรรยาย (ปราชญ์ชาวบ้าน) ที่ให้ความรู้ได้อย่างละเอียด ลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้ปราชญ์ชาวบ้าน แต่มีข้อจำกัดด้วยเช่นกัน ด้านเวลา และความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ ไม่สามารถบรรยายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ (จิระพรดิ แก้วมัน; ชนินาถ แก้วดีเลิศ; ประพันธ์ หมิดทองคำ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลประเภท มัคคุเทศก์นำเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สามารถบรรยายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มากับบริษัทนำเที่ยว โดยมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่จะเป็นมัคคุเทศก์ฟรีแลนซ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ชาวมาเลเซีย จะมากับบริษัทนำเที่ยวช่วงเดือนมีนาคม และเดือนเมษายน ซึ่งไม่ได้มากับบริษัทนำเที่ยวตลอดทั้งปี ส่วนหนึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เป็นวันหยุดยาวของชาวมาเลเซีย ที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้มาเยี่ยมชมและสักการบูชาสิ่งศักดิ์ในวัดพะโคะ (มานพ แซ่อึ้ง, สัมภาษณ์ วันที่ 3 มีนาคม 2555; วรรณภรณ์ ยาแข็ง, สัมภาษณ์วันที่ 10 มีนาคม 2555) ส่วนอันดับสุดท้ายการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลประเภทยุวมัคคุเทศก์ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายซึ่งประเด็นความคิดเห็นจากการสนทนากลุ่มของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า ทางภาครัฐ และภาคชุมชนให้การสนับสนุนเพื่อให้ยุวมัคคุเทศก์ได้เรียนรู้ และประสบการณ์ในการให้บริการ การสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวที่สามารถตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยว (ประไพพิศ โขติช่วง, สัมภาษณ์วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2555; ดิเรกนวลฉาย, สัมภาษณ์วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2555)ซึ่งยุวมัคคุเทศก์จะได้รับการอบรมจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงและยุวมัคคุเทศก์ได้รับบัตรประจำตัวเป็นมัคคุเทศก์น้อย (ชนินาถ แก้วดีเลิศ, การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) วันที่ 21 มีนาคม 2555)

ดังนั้น การสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ ซึ่งเป็นการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลที่ยืนอยู่บนฐานสามประเภทหลัก คือ ผู้ให้บริการข้อมูล มัคคุเทศก์นำเที่ยว และยุวมัคคุเทศก์ ซึ่งสามประเภทนี้เป็นลักษณะการสื่อความหมายที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องยังคงสนับสนุนให้มีต่อไป



แผนภูมิ 2 แสดงประเภทการสื่อความหมายโดยไม่มีใช้บุคคล

จากแผนภูมิ 2 สรุปได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า การสื่อความหมายโดยไม่มีใช้บุคคลทั้งสิบสองประเภทจะจัดกลุ่มเห็นอย่างชัดเจนจะเรียงลำดับความต้องการจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ป้ายบอกทิศทาง มีค่าเฉลี่ย 4.01 แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายบรรยายมีค่าเฉลี่ย 3.99 เว็บไซต์ของวัด มีค่าเฉลี่ย 3.99 พิพิธิภัณฑ์วัดพะโคะ 3.96 ศูนย์บริการข้อมูลของวัดพะโคะ มีค่าเฉลี่ย 3.85 โสตทัศนูปกรณ์ หรือสื่อมัลติมีเดีย เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง มีค่าเฉลี่ย 3.83 แผ่นพับ/โบชัวร์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 คู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.79 การจัดนิทรรศการ มีค่าเฉลี่ย 3.67 จุดสารด้านการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.64 โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 3.50 และประเภทที่มีค่าน้อยที่สุด คือ แผ่นปลิว มีค่าเฉลี่ย 3.38

จะเห็นได้ว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพะโคะ การสื่อความหมายโดยไม่มีใช้บุคคลมีระดับความต้องการตามลำดับ ดังนี้

ป้ายบอกทิศทางเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของวัดพะโคะควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจากป้ายบอกทิศทางสามารถบ่งบอกจุดท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ภายในวัดพะโคะตามวัตถุประสงค์ หรือตามความต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยว(จุฑามาส โภเกลี้ยง (นามสมมติ) สัมภาษณ์วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554) ดังนั้นป้ายบอกทิศทางมีความจำเป็นต้องมีภาษาอังกฤษกำกับของแต่ละป้าย ซึ่งจะเป็นการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าใจรวมถึงควรกระจายไปยังจุดต่างๆ โดยไม่กระจุกตัวอยู่ที่เดียวเหมือนที่มีอยู่ในปัจจุบันดังคำกล่าวของนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

“ ป้ายบอกทิศทางน่าจะเริ่มต้นตั้งแต่จุดแรกที่เรามาถึงภายในวัดพะโคะ โดยเป็นป้ายบอกทิศทางในภาพรวมหรือรวมป้ายบอกทิศทางแต่ละจุดไว้ในป้ายเดียวแบบใหญ่ๆ ก่อน จากนั้นควรมีป้ายย่อยกระจายไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ น่าจะเข้าใจได้ง่ายกว่า” (รณชัย สองเมือง (นามสมมติ) สัมภาษณ์ วันที่ 22 มกราคม 2555)

“คิดว่าป้ายบอกทิศทางควรครอบคลุมและสื่อความหมายให้ทราบก่อนถึงจุดท่องเที่ยวต่างๆ ที่เราต้องการเข้าเยี่ยมชม และควรอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยมีภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ ที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ด้วย” (ประสิทธิ์ วงศ์เนตร(นามสมมติ) สัมภาษณ์ วันที่ 22 มกราคม 2555)

ป้ายบอกทิศทางมีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมวัดพะโคะ เนื่องจากสามารถบอกตำแหน่งหรือจุดท่องเที่ยวที่สำคัญภายในวัดพะโคะ ป้ายบอกทิศทางถือว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะเลือกไปยังจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะตามความต้องการหรือตามวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมชม(มนัส ทองอ่อน, สัมภาษณ์วันที่ 22 มกราคม 2555) ข้อความที่บรรจุภายในป้ายบอกทิศทางควรเป็นภาษาที่สามารถสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกเชื้อชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะ เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ให้เป็นมาตรฐานของข้อความที่ใช้สองภาษานี้บรรจุไว้ในป้ายบอกทิศทาง หรืออาจเพิ่มภาษาอื่นๆ เข้าไปด้วย อาทิ ภาษาจีน ภาษามาลายู เป็นต้น (เปรมใจ ศรีสุวรรณ, สัมภาษณ์วันที่ 25 มกราคม 2555; เนตรนภามณีจันทร์, สัมภาษณ์วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2555) สำหรับการจัดวางตำแหน่งป้ายบอกทิศทาง ให้กระจายไปยังจุดต่างๆ ให้มองเห็นชัดเจน โดยจัดวางในระยะเวลาที่เหมาะสมก่อนถึงจุดท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อ

อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ (สมมาศ เอียดบุญ; มนัส ทองอ่อน, สัมภาษณ์วันที่ 22 มกราคม 2555)

แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือป้ายบรรยาย ที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ คือ ต้องการให้มีป้ายคำอธิบายเพื่อจะได้ศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง (ชาติชาย กาญจนภัทร(นามสมมติ); แพรพรรณ นัตรานนท์ (นามสมมติ) สัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2555)ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะมีนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง แผ่นป้ายสื่อความหมายจึงมีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ที่สามารถศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ต้องการให้มีป้ายประวัติ ที่มีลักษณะเด่น มีความชัดเจนของตัวอักษร และน่าจะมีไว้ในบริเวณวัดนะ อยู่ข้างล่างตรงบันไดทางขึ้น ไม่ค่อยได้สนใจ เนื่องจากมันเล็กและอยู่ค่อนข้างลึก หากอยู่ข้างบนคงสะดวกต่อการได้อ่านหรือศึกษา”(เมที ศรีจันทร์ (นามสมมติ) สัมภาษณ์ วันที่ 21 มกราคม 2555)

“แผ่นป้ายบรรยายตามจุดต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็น ที่บ่อน้ำชกจิวร รอยพระพุทธรบาท พระเจดีย์องค์ใหญ่ หรือลูกแก้ววิเศษที่มีตำนานของหลวงปู่ทวดนั้น ควรจะทำป้ายบรรยาย เพราะต้องการทราบความเป็น เนื่องจากเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ ซึ่งเพื่อนๆ ก็ไม่ค่อยรู้เรื่องพวกนี้ชัดเจน หากเป็นไปได้ก็ควรจัดทำป้ายนะ เพื่อนักท่องเที่ยวอย่างเราๆ จะได้รับความรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่สำคัญกลับไปบ้าง” (สุณีย์ นิยมทรัพย์(นามสมมติ) สัมภาษณ์ วันที่ 21 มกราคม 2555)

วัดพะโคะ โดยเฉพาะจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ มีความจำเป็นต้องมีแผ่นป้ายบรรยาย หรือป้ายสื่อความหมายเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเที่ยวชมวัดพะโคะ ที่จะสามารถสื่อความหมายประวัติความเป็นมาของโบราณวัตถุ โบราณสถานภายในวัด (ศิริพร สังข์หิรัญ, สัมภาษณ์วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555) ป้ายสื่อความหมายที่อยู่ภายในวัดพะโคะ ซึ่งภายใต้การกำกับดูแลของกรมศิลปากร ดังนั้นชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงนักท่องเที่ยวควรช่วยกัน

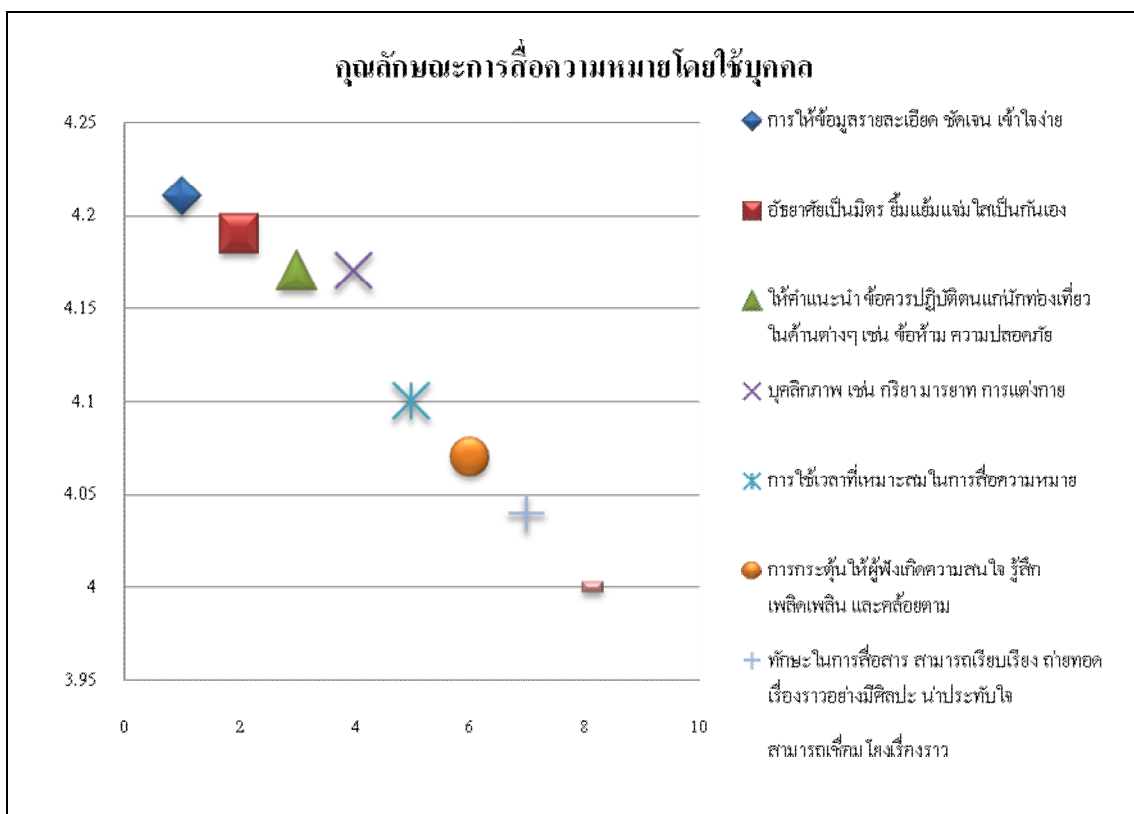
ดูแลรักษาส่งเหล่านี้เพื่อใช้ประโยชน์ร่วมกัน (วิไล วัชฤทธิ์; เซวสิทธิ์ สุวรรณรัตน์, สัมภาษณ์วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555)

เว็บไซต์ ปัจจุบัน โลกออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมประจำวัน ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากติดต่อสื่อสาร หรือค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทางเว็บไซต์ ซึ่งประเด็นของการสนทนากลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อความหมาย ในเรื่องเว็บไซต์ของวัด พบว่า วัดมีเว็บไซต์ แต่ขาดการอัปเดตข้อมูลซึ่งปัจจุบันใช้ไม่ได้ ยังเป็นปัญหาเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์ (พระศักรินทร์สิริภทโท, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555) หากมีการอัปเดตข้อมูลเรื่องราวอยู่เป็นประจำอาจจะเป็นโอกาสที่นักท่องเที่ยวสนใจมาเยี่ยมชมวัดพระโคะมากขึ้น เนื่องจากได้รับข้อมูลเบื้องต้นในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการสื่อความหมายประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยามอันดับต้นๆ แต่ยังพบว่า เรื่องราวของวัดพอสังเขป ก็มีการลงในเว็บของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หรือบริษัทนำเที่ยวอื่นๆ รวมถึงเว็บไซต์ของ องค์การบริหารส่วนตำบลชุมพล แต่เป็นข้อมูลเบื้องต้น และมีภาพประกอบ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องหลวงปู่ทวด (จิระพรตติ แก้วมัน; ชนินนาถ แก้วดีเลิศ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการนอกเหนือจาก 3รูปแบบที่กล่าวมาข้างต้น แต่มีระดับความต้องการที่น้อย ประกอบด้วย พิพิธภัณฑวัดพระโคะ ศูนย์บริการข้อมูลของวัดพระโคะ โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง นอกจากนั้นยังเป็นคู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การจัดนิทรรศการ จุลสารด้านการท่องเที่ยวของวัด โปสเตอร์ และแผ่นปลิว

ดังนั้น ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย ประเภทไม่ใช่บุคคล คือ ป้ายบอกทิศทาง แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายบรรยาย และเว็บไซต์ของวัด ซึ่งนักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการที่มากกว่า พิพิธภัณฑ ศูนย์บริการข้อมูล โสตทัศนูปกรณ์ คู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การจัดนิทรรศการ จุลสารด้านการท่องเที่ยวของวัด โปสเตอร์ และแผ่นปลิว ตามลำดับ (ดูแผนภูมิ 2)

จากการที่ได้รูปแบบการสื่อความหมายทั้งประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ตามที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ซึ่งเป็นการสื่อความหมายที่ใช้ในปัจจุบัน แต่ยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และนักท่องเที่ยวยังคงมีความต้องการให้แต่ละประเภทที่มีกลุ่มระดับความต้องการที่มากมีการบรรจุเนื้อหาหรือข้อความในสื่อประเภทต่างๆ โดยอธิบายตามคุณลักษณะ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิ 3 แสดงคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล

จากแผนภูมิ 3 สรุปได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยทั้งแปดด้าน นักท่องเที่ยวมีความต้องการจากมากไปหาน้อย การให้ข้อมูลรายละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.21 อธยาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง คือ 4.19 บุคลิกภาพ เช่น กริยา มารยาท การแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งมีค่าเท่ากับ ให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ข้อห้าม ความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.17 การใช้เวลาที่เหมาะสมในการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ย 4.10 การกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม มีค่าเฉลี่ย 4.07 ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 4.04 และสามารถเชื่อมโยงเรื่องราว มีค่าเฉลี่ย 4.00

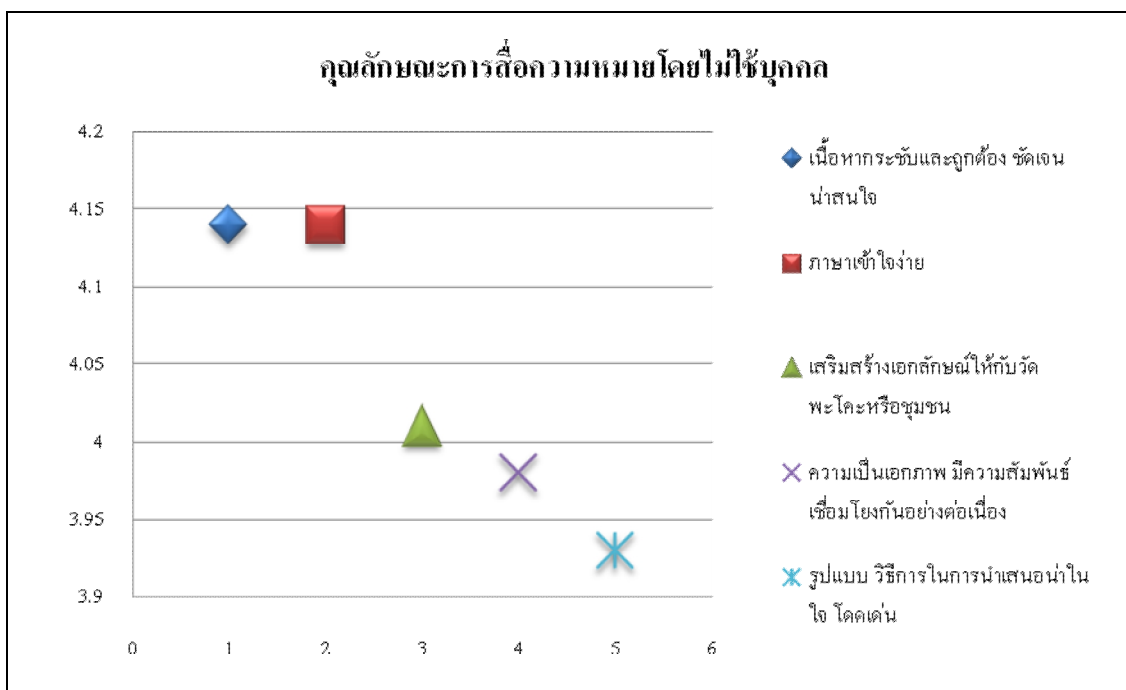
จะเห็นได้ว่าจากตาราง 12 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย ในด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล คือ การให้ข้อมูลรายละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย มีระดับความต้องการมากที่สุด ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญที่นักสื่อความหมายที่จะสามารถถ่ายทอดความรู้หรือเรื่องราวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนักท่องเที่ยวสามารถได้ตอบและประทับใจ

คุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ระดับความต้องการรองลงมา คือ อธิษาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองของการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ต้องการ ที่จะสามารถตอบสนอง และประทับใจ

นอกจากนั้นยังมีสองปัจจัยที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ บุคลิกภาพ เช่น กริยา มารยาท การแต่งกาย และการให้คำแนะนำ รวมถึง ให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ข้อห้าม ความปลอดภัย เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะตามความต้องการของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการสื่อความหมาย ยังมีรายละเอียดเพิ่มเติม แต่อยู่ในระดับความต้องการที่น้อย คือ การใช้เวลาที่เหมาะสมในการสื่อความหมาย รวมถึงการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม นอกจากนี้ยังมีทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ และสามารถเชื่อมโยงเรื่องราว

ดังนั้น คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ทั้ง 4 คุณลักษณะที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันซึ่งนักท่องเที่ยงให้ความสำคัญ และต้องการการสื่อความหมายที่มีคุณลักษณะดังกล่าว เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตนเอง ส่วนสี่คุณลักษณะที่นักท่องเที่ยงต้องการเช่นกัน แต่อยู่ในระดับน้อยที่มีค่าเฉลี่ยลดหลั่นกันมาตามลำดับตามความต้องการของนักท่องเที่ยง (ดูแผนภูมิ 3)



แผนภูมิ 4 แสดงคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

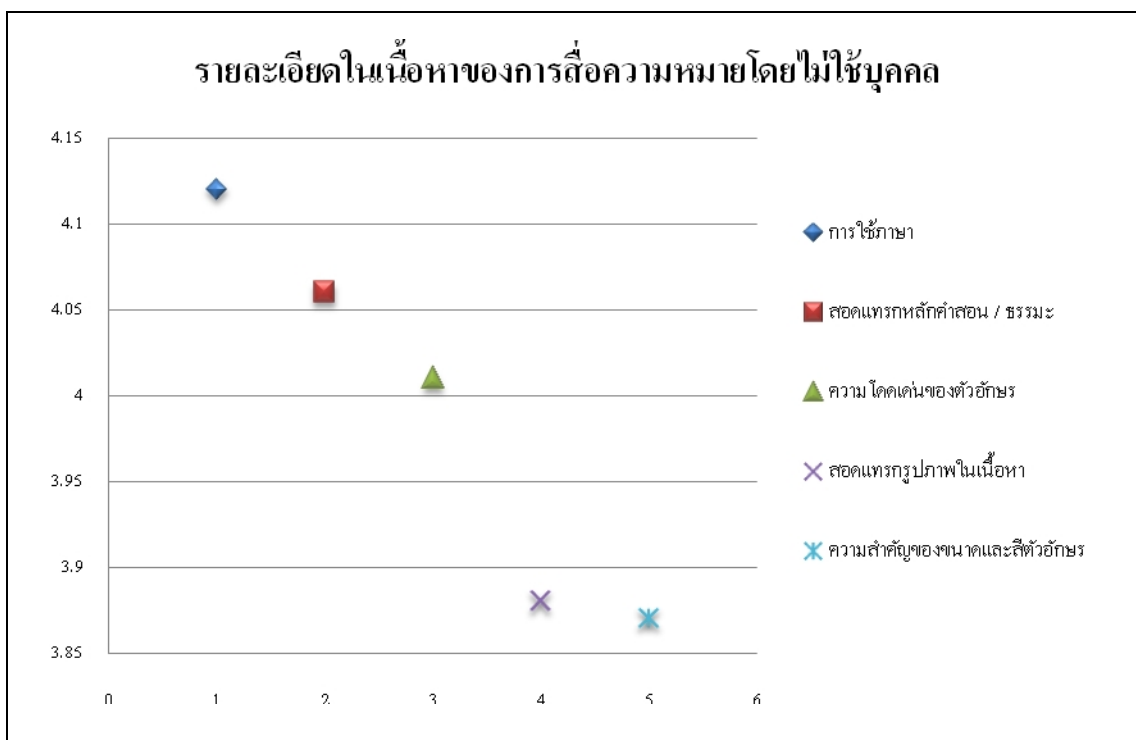
จากแผนภูมิ 4 สรุปได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยทั้งห้าด้าน นักท่องเที่ยวมีความต้องการจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เนื้อหากระชับและถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.14ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ภาษาเข้าใจง่าย คือ 4.14เสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะ โคะหรือชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.01 ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.98 และสุดท้าย รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอ น่าสนใจ โดดเด่น มีค่าเฉลี่ย 3.93

คุณลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพะ โคะ เนื้อหากระชับและถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ เป็นคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกสำหรับการสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรม วัดพะ โคะ

โดยปัจจัยอันดับรองลงมาตามที่นักท่องเที่ยวต้องการสำหรับคุณลักษณะที่เป็น ภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งการใช้คำหรือข้อความที่อยู่ในสื่อประเภทนี้ เป็นลักษณะที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษา หรือคำที่ไม่ซับซ้อน และมีประเด็นที่สำคัญจดจำง่าย สะดวกแก่ทุกเพศ ทุกวัย

ส่วนการเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะ โคะหรือชุมชน รวมถึงความเป็น เอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง และรูปแบบวิธีในการนำเสนอ น่าสนใจ โดดเด่น นักท่องเที่ยวมีความต้องการต่อการสื่อความหมายอยู่ในระดับที่น้อย

ดังนั้น คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ปัจจัยที่ตรงตามความ ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพะ โคะ คือ สามคุณลักษณะ เนื้อหากระชับและถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ รวมถึงภาษาเข้าใจง่าย และ เสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะ โคะหรือชุมชน ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ที่สุด



แผนภูมิ 5 แสดงรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

จากแผนภูมิ สรุปได้ว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยทั้งห้าด้าน นักท่องเที่ยวมีความต้องการจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การใช้ภาษา มีค่าเฉลี่ย 4.13 สอดแทรกหลักคำสอน/ธรรมะ มีค่าเฉลี่ย 4.06 ความโดดเด่นของตัวอักษร มีค่าเฉลี่ย 4.01 สอดแทรกรูปภาพในเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.88 และสุดท้าย ความสำคัญของขนาดและสีตัวอักษร มีค่าเฉลี่ย 3.87

จะเห็นได้ว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพะโคะ ภาษาเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (ดูแผนภูมิ 5) โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมดังนี้ คือ นักท่องเที่ยวมีความต้องการภาษาไทย (70.5) รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ (52.5) นอกจากนี้ภาษามลายู (34.5) และภาษาจีน(1.3) นักท่องเที่ยวมีความต้องการเป็นบางส่วน

ปัจจัยต่อมาที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการฯ คือ การสอดแทรกหลักคำสอน/ธรรมะ ลงไปในสื่อ จากการสอบถามนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมได้ให้เหตุผลว่า การสอดแทรกหลักคำสอน/ธรรมะ ทำให้การสื่อความหมายมีความสนใจมากยิ่งขึ้น ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“รู้สึกว่ถ้าหากมีการสอดแทรกหลักคำสอนเข้าไปในสื่อ นั้น จะทำ
ให้คนที่ได้อ่านได้คคิคำสอนในหลักธรรมไปด้วย”

(ศศิประภา จันทรโชตะ, สัมภาษณ์ วันที่ 22 ธันวาคม 2554)

ปัจจัยอันดับที่สาม ที่นักท่องเที๋ยวมมีความต้องการฯ คือ ความโดดเด่นของตัวอักษร
ที่อยู่ในสื่อ ซึ่งนักท่องเที๋ยวเห็นความสำคัญของลักษณะตัวอักษรที่จะต้องมีความโดดเด่นชัดเจน
สามารถมารอ่านได้อย่างง่ายและรวดเร็ว

ส่วนการสอดแทรกรูปภาพในเนื้อหา และความสำคัญของขนาดและสีตัวอักษร
ระดับความต้องการของนักท่องเที๋ยวยังน้อย

จากการศึกษารายละเอียดเนื้อหาในการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ปัจจัยที่
นักท่องเที๋ยวมมีความต้องการสามด้านหลัก คือ การใช้ภาษา การแทรกหลักคำสอน/ธรรมะ และความ
โดดเด่นของตัวอักษร นอกเหนือจากความต้องการให้เนื้อหากระชับและถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ ใช้
ภาษาเข้าใจง่าย และเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะ โคะและชุมชน ซึ่งเป็นคุณลักษณะเบื้องต้นที่
ได้กล่าวไว้ก่อนหน้าี้ (ดูแผนภูมิ 4)

จากข้อมูลเชิงปริมาณข้างต้นทำให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที๋ยวโดย
ภาพรวม บ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที๋ยวที่ได้เดินเข้ามาเยี่ยมชมวัดพะ โคะ โดยผู้วิจัยนำข้อมูล
ที่ได้จากความต้องการของนักท่องเที๋ยว มานำเสนอในการจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้
ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที๋ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา
วัดพะ โคะ

ดังนั้น การสื่อความหมายสำหรับการท่องเที๋ยวเชิงวัฒนธรรมฯ ยังคงอยู่บนพื้นฐาน
ของ 2 ประเภท คือ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และไม่ใช้บุคคล ข้อมูลต่างๆ ข้างต้นที่ได้จาก
การสนทนากลุ่มย่อย อันนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที๋ยวเชิง
วัฒนธรรม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งได้มาจากความต้องการของนักท่องเที๋ยวที่มี
ต่อการสื่อความหมาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลทางสถิติเข้าสู่กระบวนการสนทนากลุ่ม
(Focus Group) จากผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ได้มา
ซึ่งรูปแบบการสื่อความหมายการท่องเที๋ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับวัดพะ โคะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

ผลการสนทนากลุ่มวิเคราะห์การสื่อความหมายวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ)จาก ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Focus Group)

ลักษณะการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ) ได้สรุปออกมาจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจากการจัดสนทนากลุ่มย่อย ที่ได้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2555 ณ ศาลาการเปรียญ วัดพะโคะ มีตัวแทนเข้าร่วมจากภาคประชาชนหรือชุมชน จำนวน 4 คน ภาครัฐบาล จำนวน 6 คน และภาคเอกชน จำนวน 2 คน ซึ่งคัดเลือกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ เพื่อที่จะได้ร่วมแสดงทัศนคติและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เกี่ยวกับการสื่อความหมาย เป็นการสนทนากลุ่มย่อยโดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 12 คน (ดูภาพประกอบ 28)



ภาพประกอบ 28 การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคประชาชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชนถ่ายเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2555

จากการจัดเวทีสนทนาประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหน่วยงานภาคประชาชน ภาครัฐ และตัวแทนหน่วยงานเอกชนที่เชิญเข้าร่วมประชุม ต่อประเด็นคำถามในการวิเคราะห์การสื่อความหมายของวัดพะโคะภายใต้คำถามดังต่อไปนี้

1. การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลของวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพระโคง)

1. ผู้นำชมในท้องถิ่นประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน และพระภิกษุสงฆ์

ปราชญ์ชาวบ้าน

“ปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการนำชมแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้การสื่อความ โดยบุคคลเพิ่มมากยิ่งขึ้นเนื่องจากสามารถซักถามและพูดคุยกับผู้นำชมในท้องถิ่น ได้อย่างเป็นกันเอง วัดราชประดิษฐฐานมีการใช้การสื่อความหมายโดยบุคคล ประกอบด้วยปราชญ์ชาวบ้าน พระสงฆ์ ยุวมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ เป็นสิ่งที่ช่วยทำให้การเดินทางมาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเพลิดเพลินเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การใช้กระบวนการสื่อความหมาย โดยใช้บุคคลของวัดราชประดิษฐฐานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคตควรมีการจัดอบรมการบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์จากกรมศิลปากร หรือนักวิชาการในมหาวิทยาลัยเพื่อให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์ที่สอดคล้องตามหลักวิชาการ และพัฒนาทางด้านจิตวิทยาในการจัดนำเที่ยวเพื่อเรียนรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างนำเที่ยวที่ถูกต้องอันจะทำให้การใช้สื่อความหมายโดยใช้บุคคลมีมาตรฐานในการทำงานเพิ่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรกำหนดตารางเวลาในการปฏิบัติภารกิจของ ผู้ทำหน้าที่ในการจัดนำเที่ยวให้ชัดเจน เช่น ปราชญ์ชาวบ้านสามารถปฏิบัติภารกิจนำเที่ยวในวันใดได้บ้าง ยุวมัคคุเทศก์ปฏิบัติกิจกรรมนำเที่ยวได้ในวันเสาร์ – อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่ช่วงเวลาใดบ้าง นอกจากนี้อัตราค่าตอบแทนในการนำชมควรมีรายละเอียดที่ระบุให้เห็นในที่สาธารณะได้อย่างชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจใช้บริการหรือไม่ได้ง่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น”

(ประภาส อินทนประสาธน์, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การบรรยายจาก ผู้สูงอายุในชุมชน หรือปราชญ์ชาวบ้านเป็นที่ชื่นชอบในการฟังการบรรยายจากนักท่องเที่ยว เพราะเป็นคนเก่าคนแก่ มีความรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต และสามารถเล่าสู่รุ่นต่อรุ่น แต่ก็มีข้อเสียตรงที่พูด

และฟังภาษาต่างประเทศไม่ได้ ก็ไม่สามารถเล่าให้กับชาวต่างชาติได้ แต่ก็ไม่เป็นไร ลูกก็จะถ่ายทอดให้กับลูกๆ หลานๆ นำเรื่องราวที่ลูกได้เล่าให้ฟังไปเป็นการสื่อความหมายในรูปแบบต่างๆ แต่อย่าให้ตกหล่น เพราะมันจะทำให้เรื่องราวบิดเบือนไป ไม่ว่าจะ เป็นลักษณะ กลุ่มมือนะนำ หรือ โบชัวร์ ก็มีความสำคัญทั้งนั้น และต้องการให้เรื่องราวประวัติของวัดพะโคะนี้ ยังคงอยู่ตลอดไป ไม่อยากให้ผู้คนลืมเรื่องราวพวกนี้ เพราะมันเป็นต้นกำเนิด และเป็น ที่เคารพบูชาของคนใต้เรา และเป็นความสำคัญของคาบสมุทรสหิงพระ อย่างที่รายการทางโทรทัศน์ต่างๆ มาสัมภาษณ์ลูกก็ได้เล่าให้กับพวกเขา ก็ถือว่าเป็น การสื่อความหมายให้กับผู้สนใจ ได้รับทราบทั่วประเทศและได้รับรู้เรื่องราวพวกนี้ อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาทำการจัดทำข้อมูลมาตรฐานเพื่อให้ใช้เป็นแบบบรรยายที่ถูกต้องและชัดเจน ใครมาทำหน้าที่ปราชญ์ชาวบ้านหรือยุวมัคคุเทศก์จะทำหน้าที่บรรยายให้นักท่องเที่ยวก็จะมีข้อมูลที่ตรงกัน นอกจากนี้ควรมีหน่วยงานมาจัดอบรมภาษาต่างประเทศให้แก่ปราชญ์ชาวบ้านหรือยุวมัคคุเทศก์ให้มีความสามารถทางด้านภาษาเพิ่มมากขึ้น ในการทำหน้าที่ การบรรยายต่อไปในอนาคต”

(เชือบ คงธรรม, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ การสื่อความหมายที่ใช้ในการนำชมวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ) ปัจจุบัน ประกอบด้วยการใช้ปราชญ์ชาวบ้าน และ ยุวมัคคุเทศก์ ที่ทำหน้าที่บรรยายให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม ปราชญ์ชาวบ้าน จะมาทำหน้าที่ในบางช่วงเวลา เช่นการประชุมกรรมการวัดและ ในวันที่มีการประกอบศาสนกิจ ไม่ได้มาประจำทุกวัน สำหรับมัคคุเทศก์อาชีพ จะมาพร้อมนักท่องเที่ยวและนำชมสถานที่ท่องเที่ยวภายในวัดด้วยตัวเอง ทั้งนี้การสื่อความหมายจากกลุ่มคนทั้ง 3 กลุ่มมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะปราชญ์ชาวบ้าน หากนักท่องเที่ยวจะใช้บริการให้นำชมจะต้องประสานก่อนล่วงหน้า ดังนั้นการปรับปรุงการสื่อความหมายในอนาคตของวัดราชประดิษฐฐาน ควรมีการพัฒนาปราชญ์ชาวบ้านให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และมีมาตรฐานบทบรรยายเพื่อให้ปราชญ์ชาวบ้านยึดเป็นแนวทางในการบรรยาย และควรกำหนดค่าตอบแทนให้ชัดเจน หรือเป็นกล่องรับบริจาคตามศรัทธา เพื่อให้ปราชญ์ชาวบ้านได้มีรายได้จากการทำหน้าที่”

(ชนินนาถ แก้วศิเลิศ, สันทนากรลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

ปราชญ์ชาวบ้านควรมีกิจกรรมสอดแทรกระหว่างการบรรยาย โดยให้ผู้ฟังการบรรยายเข้าไปมีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ เช่น การตอบคำถามหรือ การค้นหาสิ่งที่น่าสนใจในรายละเอียดของโบราณสถานที่ยปรากฏในเบื้องหน้า ขณะทำหน้าที่บรรยาย”

(อำนวยการ สุวรรณศิลป์, สันทนากรลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ในการนำชมวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ) ในปัจจุบันมีรูปแบบการใช้สื่อบุคคลเพื่อการจ้ดนำเที่ยวปรากฏในรูปแบบ ปราชญ์ชาวบ้านยุวมัคคุเทศก์ และมัคคุเทศก์ ตลอดจน พระสงฆ์ภายในวัด ซึ่งแต่ละบุคคลมีข้อจำกัดในการทำงานที่แตกต่างกัน การทำงานในรูปแบบแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลทั้ง 4 กลุ่มควรเริ่มต้นด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวที่ถูกต้องเหมาะสม ก่อนที่จะเข้าไปชมสถานที่จริงตามจุดต่างๆ ทั้งนี้ควรมีมาตรฐานข้อมูลที่ต้องตรงกัน ในการใช้ประกอบการบรรยาย และควรมีตารางการทำหน้าที่ตลอดจนอัตราค่าบริการหรือจ้ดรับบริจาคค่าตอบแทนที่ชัดเจน นอกจากนี้ ควรมีจ้ดอบรมให้บุคลากรทั้ง 4 กลุ่ม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น มหาวิทยาลัย กรมศิลปากร พร้อมมีบัตรนำชมโบราณสถานภายในวัดเพื่อป้องกันการสื่อความหมายที่ไม่ถูกต้อง และหากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านการอบรมควรใช้บริการปราชญ์ชาวบ้าน หรือยุวมัคคุเทศก์ หรือพระสงฆ์ภายในวัดเป็นผู้นำชมจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากการบรรยายที่ถูกต้อง”

(กรชนก บุญศิริ, สันทนากรลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลในวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพะโคะ) เป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากการทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในวัดมีความน่าสนใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น ประกอบกับนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่นิยมการอ่านข้อความบนแผ่นป้าย ทำให้การเรียนรู้จากการฟังสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากกว่า ทั้งนี้การใช้ปราชญ์ชาวบ้านเป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากการทำให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการจ้ดนำเที่ยวและความรู้เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยตำนานนิทานในท้องถิ่นปราชญ์ชาวบ้านจะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดได้ดีกว่าคนกลุ่มอื่น”

(มานพ แซ่อึ้ง, สนนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลจำเป็นในการนำเที่ยวโบราณสถาน โดยเฉพาะวัดโบราณอย่างวัดราชประดิษฐานเนื่องจากมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานการใช้การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลจะทำให้ผู้ฟังเกิดความสนใจมากกว่าการใช้สื่อประเภทอื่นๆ ประชาชนชาวบ้านสามารถให้ความรู้ได้ดีแต่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา จึงควรกำหนดให้ชัดเจนถึงเวลาในการให้บริการนำเที่ยวและอัตราค่าใช้จ่าย”

(นงนุช แซ่จาง, สนนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

พระภิกษุสงฆ์

“พระภิกษุสงฆ์ ได้มีบทบาทต่อการอธิบายข้อสงสัยของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวัด เช่นการให้ความรู้เกี่ยวกับดวงแก้ววิเศษ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างจังหวัด ต้องการความรู้ และที่มาของดวงแก้ววิเศษ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มาท่องเที่ยววัดพะโคะ ได้ชื่นชมกับความมหัศจรรย์ของดวงแก้ววิเศษ แต่การทำหน้าที่ของพระภิกษุสงฆ์มีข้อจำกัดในการนำเที่ยวหลายประการ ประกอบด้วย หากมีกิจนิมนต์ไปปฏิบัติภารกิจนอกวัด ก็ไม่สามารถนำชมและบรรยายให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้รับฟังได้และหากเวลาที่นักท่องเที่ยวมาตรงกับการประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนา พระภิกษุสงฆ์ก็ไม่สามารถทำหน้าที่ได้ด้วยเช่นเดียวกัน จึงมีข้อจำกัดในการปฏิบัติภารกิจดังกล่าวสูง แต่ก็มีบางคณะเยี่ยมชมนักที่แจ้งล่วงหน้าวิธีการดังกล่าวทำให้ได้เกิดการประสานงานและเตรียมความพร้อมในการนำชมได้เพิ่มมากยิ่งขึ้นนอกจากนี้ การสื่อความหมายประเภทอื่นๆที่ไม่ใช่บุคคลในวัดพะโคะควรมีการปรับปรุงให้มีการนำภาษาต่างประเทศมาประกอบการอธิบายเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เรียนรู้และการจัดทำป้ายควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามความเหมาะสมและหมุนเวียนในแต่ละช่วงเพื่อให้มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง”

(พระศักรินทร์ สิริภทโท, สนนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“สำหรับพระภิกษุควรมีการประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่จะช่วยนำชมวัดให้ชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้รับทราบข้อมูลในการประสานงานติดต่อเพื่อนำชมโบราณสถาน โบราณวัตถุภายในวัด”

(ชนินนาถ แก้วดีเลิศ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

การจัดนำเที่ยวจะไม่ใช้ภารกิจหลักของพระสงฆ์แต่การทำหน้าที่ในการสื่อความหมาย ในการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวพระสงฆ์สามารถสอดแทรกหลักธรรมะ ประกอบการนำชมได้

(มานพ แซ่อึ้ง, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การนำชมโบราณสถานภายในวัดนั้นเป็นเรื่องที่น่ายินดีแต่ควรเป็นองค์ความรู้ที่ถูกต้องและได้รับการยอมรับตามมาตรฐานทางวิชาการเนื่องจากหากการบรรยายของพระสงฆ์ที่เพิ่มตำนานหรือเรื่องที่เหนือธรรมชาติมากเกินไปอาจจะทำให้ไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ฟังได้และไม่ควรนำเสนอข้อมูลที่แอบแฝงเพื่อเอื้อให้เกิดแรงจูงใจในการทำบุญสละทรัพย์จากนักท่องเที่ยว”

(นงนุช แซ่จาง, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

2. ยุวมัคคุเทศก์

“ยุวมัคคุเทศก์ มีกิจกรรมนำชมและบรรยายประกอบเฉพาะวันเสาร์ – วันอาทิตย์ และวันหยุดช่วงปิดเทอมเท่านั้น นอกจากนี้ยุวมัคคุเทศก์มีข้อจำกัดในการตอบคำถามของนักท่องเที่ยวและขาดประสบการณ์ในการจัดนำเที่ยวดังนั้นควรมีการพัฒนาการบรรยายอย่างต่อเนื่องและมารยาทในการนำเที่ยวที่จะต้องแนะนำในการนำเที่ยวให้แก่ยุวมัคคุเทศก์”

(ชนินนาถ แก้วดีเลิศ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ในการนำชมยุวมัคคุเทศก์ เป็นผู้รู้เรื่องราวดีที่สุดในที่สังเกต ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยววัดพะโคะ จะมาเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์แล้วก็เดินทางกลับ นอกจากนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมา หรือมาจากต่างจังหวัดไกลๆ เท่านั้นที่ต้องการทราบเรื่องราวของวัดพะโคะ ดังนั้นการสื่อความหมายโดยใช้

บุคคลเป็นสิ่งจำเป็นและมีผลต่อการสร้างการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่วัดได้เกิดความรู้ความเข้าใจประวัติความเป็นมาเพิ่มมากยิ่งขึ้นแต่ข้อควรปรับปรุงและพัฒนาคือการปรับปรุงบทบรรยายให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องเพราะหากไม่ได้รับการพัฒนาเลย บทบรรยายที่เคยใช้บรรยายเมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมกลับมาที่วัดอีกครั้ง เพื่อที่จะฟังการบรรยายภายใต้ข้อมูลเดิมโดยไม่เปลี่ยนแปลง”

(อานวย สุวรรณศิลป์, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การมียูวมัคคุเทศก์ที่ทำหน้าที่บรรยาย ก็ดีเล็กๆ จะได้มีรายได้และประสบการณ์ แต่หากวันปกติที่ไม่ใช่วันเสาร์ และวันอาทิตย์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดพะ โคะก็จะไม่ได้รับฟังการบรรยายจากยูวมัคคุเทศก์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมชุมชนและยูวมัคคุเทศก์ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเพื่อจะได้ให้บริการได้อย่างเพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาที่วัดราชประดิษฐฐาน โดยเฉพาะช่วงเทศกาลจะมียูวมัคคุเทศก์ไม่เพียงพอต่อการจัดนำเที่ยวภายในวัด”

(สุนทร อุโฆษผล, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การพัฒนายูวมัคคุเทศก์ขึ้นมาเพื่อการจัดนำเที่ยว เนื่องจากทำให้ในวัดมีสีสันในการนำชมเพิ่มมากยิ่งขึ้นแม้ในวัดจะมีปราชญ์ชาวบ้านมัคคุเทศก์ พระสงฆ์ ที่จะช่วยกันนำชมโบราณสถานแต่ในความเป็นจริงทางวัดจะต้องพัฒนาบทบรรยายเพื่อใช้ในการบรรยายนำเที่ยวที่มีมาตรฐานเดียวกัน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นมหาวิทยาลัยในพื้นที่ โรงเรียนประถม โรงเรียนมัธยมควรมีการพัฒนาให้นักเรียนให้มีความรู้ในการบรรยายนำชม รวมถึงการจัดการอบรมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องโดยตรงในการจัดนำเที่ยวเช่นปราชญ์ชาวบ้าน พระสงฆ์ มัคคุเทศก์ให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการบรรยายได้เช่น ภาษามลายู ภาษาจีน ภาษาอังกฤษเพื่อการนำชมที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น”

(จิระพรรดิ แก้วมัน, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ยูวมัคคุเทศก์แม้จะอายุน้อยแต่ด้วยวัยที่ยังเยาว์สามารถสร้างความรู้สึกเมตตาและการใช้เวลาเพื่อการเรียนรู้โดยการฟังจากนักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากยิ่งขึ้นเพียงแต่ทางผู้เกี่ยวข้องควรฝึกให้ยูวมัคคุเทศก์สามารถนำเสนอเนื้อหาได้กว้างขึ้นและลึกขึ้นก็จะทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการความรู้ในทางลึก รู้สึกว่าการบรรยายของยูวมัคคุเทศก์มีคุณค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น”

(มานพ แซ่อึ้ง, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“สำหรับการใช้ยูวมัคคุเทศก์นั้นบางครั้งด้วยวัยของยูวมัคคุเทศก์ทำให้ความน่าเชื่อถือของข้อมูลอาจจะได้รับการยอมรับน้อย ในขณะที่เดียวกันการตอบคำถามของนักท่องเที่ยวบางครั้งมีข้อจำกัดในการโต้ตอบ สำหรับการนำชมโดยมัคคุเทศก์บางครั้งมีข้อจำกัดทางด้านเวลาเนื่องจากมัคคุเทศก์พานักท่องเที่ยวมาแวะและจำเป็นต้องรีบเดินทางไปยังที่อื่นทำให้เวลาในการฟังการบรรยายในสถานที่จริงมีน้อย”

(นงนุช แซ่จาง, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

3. มัคคุเทศก์นำเที่ยว

“มัคคุเทศก์ ที่นำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมภายในวัด ควรได้รับเอกสารประวัติวัดและแหล่ง โบราณสถานภายในวัดที่ถูกต้องโดยมีมาตรฐานเดียวกันในการบรรยาย”

(ชนินนาถ แก้วดีเลิศ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การบรรยายในรายละเอียดต่างๆของวัดพะโคะให้จบก่อนเดินทางมาถึงวัดและเมื่อมาถึงวัดควรนำชมพร้อมอธิบายเชิงสรุปจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจเพิ่มมากยิ่งขึ้นแต่ทั้งนี้ทางวัดควรจัดเอกสารแนะนำแจกให้แก่ นักท่องเที่ยวเพิ่มเติม เพื่อช่วยให้เข้าใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น”

(นงนุช แซ่จาง, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

2. การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลในวัดราชประดิษฐฐาน(วัดพระโคง)

1. ป้ายบอกทิศทาง

“ป้ายบอกทางไปยังจุดที่น่าสนใจควรออกแบบและติดตั้งในจุดที่เห็นเด่นชัดควรมีภาษาที่หลากหลายบรรจุลงในแผ่นป้ายเพื่อช่วยให้การสื่อความหมายเข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวได้ง่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งทำให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวต่างชาติสามารถเดินทางท่องเที่ยวและเข้าถึงโบราณสถานที่สำคัญได้ง่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน”

(อำนวยการ สุวรรณศิลป์, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

2. ป้ายสื่อความหมาย

“การสื่อความหมายที่ไม่ใช้บุคคลของวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพระโคง) ปัจจุบันมีหลายประเภทเช่น ภาพจิตรกรรมในศาลาการเปรียญ ศูนย์เรียนรู้ประวัติหลวงพ่อทวด พิพิธภัณฑจัดแสดงโบราณวัตถุ ป้ายบอกทาง ป้ายบรรยายประวัติความเป็นมาของวัด พบว่า สื่อดังกล่าว โดยเฉพาะป้ายประวัติโบราณสถานที่มียู่ในวัดยังมีจำนวนน้อย แต่ที่มีอยู่มีข้อความไม่ค่อยดีและละเอียด ควรจัดเตรียมป้ายอธิบายประวัติความเป็นมาของโบราณสถานแต่ละจุดให้โดดเด่น ชัดเจนและมีแสงสว่างที่เพียงพอในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวทั้งในยามค่ำคืน นอกจากนี้ภาษาที่ใช้ในการอธิบาย โบราณสถานควรมีอธิบายอย่างน้อย 3 ภาษาเช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ภาษามลายู หรือภาษาจีนเพื่อให้ชาวต่างชาติได้มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลเพิ่มมากยิ่งขึ้น และขนาดตัวอักษรควรมีความเหมาะสมโดยป้ายควรติดตั้งในพื้นที่ง่ายต่อการเข้าไปศึกษาเรียนรู้”

(อำนวยการ สุวรรณศิลป์, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ ในวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพระ โคง) มีการจัดทำป้ายบรรยายและป้ายบอกทางแต่ป้ายบรรยายไม่มีความสวยงามและดึงดูดใจ ทั้งนี้จำนวนป้ายที่อธิบาย โบราณสถานควรมีเพิ่มมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้

เรียนรู้ด้วยตัวเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ป้ายบอกทางบางจุดมองเห็นได้ยาก ควรปรับปรุงป้ายทั้งสองประเภทให้มีภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 3 ภาษา ประกอบด้วย ภาษาไทย อังกฤษ และภาษาจีน รูปแบบของป้ายควรนำ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบป้ายเพื่อให้เกิดความ สวยงามและดึงดูดความสนใจพิพิศภัณฑ์ภายในวัดราชประดิษฐฐานควรมีการ ปรับปรุงหมุนเวียน โบราณวัตถุในการจัดแสดงให้มีความต่อเนื่องและข้อความ บรรยายได้โบราณวัตถุที่จัดแสดงควรมีภาษาต่างประเทศกำกับ”

(มานพ แซ่อึ้ง สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ การสื่อความหมายที่ไม่ใช่บุคคลภายในวัดพะ โคะมีหลายประเภท เท่าที่พบเห็นในปัจจุบันประกอบด้วย ป้ายบรรยายแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอก ทาง หนังสือนำเที่ยววัด พิพิศภัณฑ์ศูนย์จัดนิทรรศการ ภาพจิตรกรรมภายใน ศาลาการเปรียญ เพื่อการเรียนรู้หลักธรรม เว็บไซต์ ศูนย์เรียนรู้หลวงพ่อทวด ทุก ประเภทไม่มีภาษาต่างประเทศกำกับให้นักท่องเที่ยว การกำหนดจุดติดตั้ง ควรป้ายบรรยายและป้ายบอกทางควรอยู่ในจุดที่พบเห็นได้ง่าย และควรมีป้าย แนะนำการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในการเดินทางมาเที่ยวชมวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะ โคะ) ตลอดจนป้ายบอกเวลาในการทำหน้าที่ของปราชญ์ชาวบ้านและ พระสงฆ์ในวัดที่สามารถทำหน้าที่บริการในการนำชมให้นักท่องเที่ยวได้”

(เชือบ คงธรรม, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การสื่อความหมายโดยไม่ใช่บุคคลของวัดราชประดิษฐฐาน(วัด พะ โคะ) มีทั้งป้ายบรรยายโบราณสถานและป้ายบอกทาง พิพิศภัณฑ์ ภาพ จิตรกรรมในศาลาการเปรียญ หนังสือประวัติวัด และศูนย์เรียนรู้หลวงพ่อทวด ควรมีการปรับปรุงในด้านรูปแบบที่มีความสวยงามโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์พบ เห็นได้ง่าย มีข้อมูลที่บรรจุในแผ่นป้ายแนะนำโบราณสถานที่ได้รับการ ตรวจสอบข้อมูลจากกรมศิลปากรและมีขนาดที่เหมาะสมต่อการอ่านและ พบเห็นนอกจากนี้ภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากในปัจจุบันมี นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดเพิ่มมากยิ่งขึ้นเนื่องจากวัด ช้างให้ไม่ปลอดภัยในการเดินทางไปท่องเที่ยวอันเป็นผลกระทบจากเหตุการณ์ ความไม่สงบในพื้นที่สามจังหวัดชายแดน วัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะ โคะ) จึง

ได้อานิสงค์ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นสิ่งที่ทางวัดควรปรับปรุงคือภาษาในป้ายสื่อความหมายทุกประเภท ตลอดจนศูนย์จัดแสดงและพิพิธภัณฑ์ควรมีภาษาต่างประเทศกำกับเพื่อความสะดวกในการเรียนรู้และการแนะนำข้อมูลตลอดจนการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ลักษณะป้ายควรมีการปรับปรุงให้มีรูปแบบที่หลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้เกิดความน่าสนใจมากกว่าที่เป็นอยู่ รวมถึงเว็บไซต์ที่ทางวัดควรจะต้องมีเป็นของตัวเองเพื่อปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยเพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจกับทางวัด”

(ชนิณนาถ แก้วดีเลิศ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลมาประกอบเช่นการจัดทำป้ายข้อความปฏิบัติในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ที่จะสามารถปลุกฝังให้นักท่องเที่ยวในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะโบราณสถาน และ โบราณวัตถุ ภายในวัดพะโคะ”

(กรชนกบุญศิริ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“สำหรับการสื่อความหมายของวัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) ที่ไม่ใช้บุคคลในปัจจุบันพบได้ในหลายรูปแบบเช่น เป็นลักษณะแผ่นป้ายคำบรรยาย น่าจะเหมาะสมกับพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานและโบราณวัตถุหลายๆ แหล่งของประเทศไทยใช้แผ่นป้ายคำบรรยาย เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษา และควรมีภาษาอังกฤษกำกับไว้ด้วย ส่วนทางด้านเนื้อหาควรให้กระชับ ได้ใจความ และเข้าใจง่าย นอกจากนี้ควรมีจำนวนที่เพียงพอและประจำตามจุดที่เป็นที่ตั้งของโบราณสถานต่างๆ รวมถึงควรมีแสงสว่างที่เพียงพอโดยอาจจะติดไฟส่องป้ายเพื่อให้เกิดแสงสว่างและสร้างความปลอดภัยในการยืมศึกษาป้ายการสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถาน ที่จุดต่างๆเพื่อความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ”

(ประภาส อินทนประสาธน์, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ทางสำนักงานกรมศิลปากรสงขลา ก็ได้ดูแลบูรณซ่อมแซมให้ สม่่าเสมอ อย่างที่ ป้ายข้อมูล 3 ป้าย ทางกรมศิลปปะเพ็งมาทำให้ แต่หากเป็นใน รูปแบบการสื่อความหมายที่มีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติ ควรเป็นแผ่นป้ายบรรยายเกี่ยวกับประวัติของวัดพะ โคะ แผ่นป้าย บรรยายตามจุดที่เป็น โบราณสถาน โบราณวัตถุที่สำคัญ”

(ฉลาด แก้วพลู, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมากับบริษัทนำเที่ยว จะมีมัคคุเทศก์ ของแต่ละบริษัททำหน้าที่ในการบรรยายและนำชมแหล่งท่องเที่ยวภายในวัด แต่ข้อจำกัดเนื่องจากการเดินทางมาในลักษณะดังกล่าวเป็นไปตามรายการนำ เที่ยวมีระยะเวลาจำกัดในการอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทำให้มัคคุเทศก์ไม่สามารถ บรรยายได้ทั่วถึง การสื่อความหมาย โดยไม่ใช้บุคคลมีตัวตนทำให้เรียนรู้ ความสำคัญและประวัติความเป็นมาของโบราณสถานภายในวัดเกิดขึ้นต่อตัว นักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อมาถึงวัดก็จะกระจัด กระจายไม่สามารถรวมตัวเพื่อรับฟังการบรรยายโดยพร้อมเพรียงได้เพราะบาง คนต้องการทำบุญไหว้พระ อธิษฐานนาน ดังนั้นหากทางวัดจัดทำป้ายบรรยาย เป็นภาษาต่างประเทศก็จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ด้วยตัวเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องคอยฟังมัคคุเทศก์บรรยายเพียงอย่างเดียว”

(มานพ แซ่อึ้ง, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญมากสำหรับแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวใดๆ ก็ตาม ส่วนวัดพะ โคะ ขอเสนอเป็นป้ายบรรยาย และควรมีภาษาอังกฤษกำกับไว้ด้วย เพราะนักท่องเที่ยวบางส่วนเดินทางมา เที่ยวด้วยตนเอง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ซึ่งไม่ใช้บริการจากบริษัท นำเที่ยว อาจจะต้องการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา หรือ ความสำคัญต่างๆ”

(มานพ แซ่อึ้ง, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ความคิดเห็นเรื่องการสื่อความหมาย เพราะว่า การที่นักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวไม่ใช่ทุกคนจะฟังการบรรยาย จะมีบางคนเท่านั้นที่

ให้ความสนใจเรื่องประวัติศาสตร์ความเป็นมาของวัดพะโคะ บางส่วนเดิน
เที่ยวชมเองตามจุดต่างๆ แล้วมีข้อสงสัยต้องการทราบข้อมูลให้เราบรรยาย
ใหม่ แต่เนื่องด้วยเวลาที่จำกัด บางครั้งก็ไม่ได้บรรยายให้เขาฟัง ก็ยังเป็น
อุปสรรคเหมือนกัน หากเป็นไปได้ควรมีป้ายบรรยาย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่เขา
ต้องการเดินชมสถานที่ต่างๆ อย่างอิสระได้ทราบเรื่องราวด้วยตนเอง”

(นงนุช แซ่จาง, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

3. เว็บไซต์

“ทางวัดมีเว็บไซต์แต่ยังไม่สมบูรณ์ใช้งานได้เพียง 30 เปอร์เซ็นต์ แต่
เว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลชุมพลก็มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของวัด
แต่ไม่มีรายละเอียดมาก และเป็นภาษาไทยทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่
สามารถสืบค้นข้อมูลได้เป็นข้อจำกัด จึงควรมีหน่วยงานภายนอกให้ความ
อนุเคราะห์เพื่อปรับปรุงจะทำให้สื่อดังกล่าวเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาว
ต่างประเทศและผู้มีจิตศรัทธาเดินทางมาท่องเที่ยวยังวัดราชประดิษฐฐาน(วัด
พะโคะ) เพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต”

(พระศักรินทร์สิริภทโท, สันทนาการกลุ่มย่อยวันที่ 21 มีนาคม 2555)

4. พิพิธภัณฑ

“ทางวัดควรร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นเพื่อมาช่วยในการจัด
สิ่งของในพิพิธภัณฑหรือการคิดรูปแบบในการจัดแสดงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับ
พัฒนาการของวัดและประวัติของหลวงพ่อทวดเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและมี
ความเปลี่ยนแปลงในการนำเสนอข้อมูลเพื่อทำให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มมา
ยิ่งขึ้น”

(มานพ แซ่อึ้ง สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

5. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อมัลติมีเดีย สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพเสียง

“การสื่อความหมายในรูปแบบสื่อมัลติมีเดีย เป็นสิ่งที่ควรให้มีในการนำชมวัดราชประดิษฐสถาน เหมือนเช่น แหล่งท่องเที่ยวของพระพิฆเนศ จะมีวิดีโอให้ชม เรื่องราวพระพิฆเนศ และ โครงการชั่งหัวมันนม โดยก่อนรับชมวิดีโอ มีผู้บริการข้อมูลแนะนำและให้ความรู้คร่าวๆ ซึ่งเป็นการย้ำเตือนให้ทราบในข้อปฏิบัติในการเข้าชมสถานที่จริง หลังจากนั้นจะให้ชมวิดีโอประมาณ 5-10 นาที ก่อนที่จะเข้าชมสถานที่จริง แนวทางดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการให้บริการด้านการสื่อความหมายภายในวัดราชประดิษฐสถาน(วัดพระโคะ) ซึ่งการสื่อความหมายดังกล่าวในลักษณะสร้างเรื่องราว และความสำคัญของวัดพระโคะ การเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับวัดพระโคะตั้งแต่อดีตกาล การสื่อความหมายลักษณะนี้ ทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพและจดจำได้ง่ายขึ้น”

(กรชนก บุญศิริ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“การมีสื่อสำหรับใช้สื่อความหมายที่มีหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้โอกาสนักท่องเที่ยวได้เลือกใช้เหมาะสมกับความต้องการ และเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระโคะ แต่เนื่องการจัดทำสื่อเพื่อใช้สำหรับการสื่อความหมายต้องมีต้นทุนในการจัดทำ หากจะทำให้เป็นสูตรสำเร็จก็ต้องใช้เวลาพอสมควรที่จะรวบรวมเรื่องราวอย่างละเอียด แต่ตอนนี้ทาง อบต. ชุมพล มีการจัดทำวีดิทัศน์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งของตำบลชุมพลแต่ไม่ได้เน้นแหล่งใดแหล่งหนึ่งเป็นพิเศษเจาะจง ซึ่งเป็นการทำสื่อประเภทหนึ่งเพื่อนำเสนอและเผยแพร่ ส่วนทางด้านของวัดพระโคะที่ต้องการให้มีสื่อสำหรับการสื่อความหมาย เป็นสื่อประเภทมัลติมีเดียจะดีกว่า เพราะสื่อประเภทนี้สามารถนำเก็บไว้ ให้กับคนรุ่นหลังได้ศึกษาอย่างไม่ต้องห่วงว่าข้อมูลจะหาย เหมือนกับลายลักษณ์อักษรที่ปรากฏในหนังสือ หรือ สื่อประเภทสิ่งพิมพ์”

(จิระพรดิ แก้วมัน, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งสำหรับเรื่องการสื่อความหมาย เนื่องจากจะเป็นการดึงดูด นักท่องเที่ยวและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น เหมือนกับที่เคยไปตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เป็น โบราณสถาน และ โบราณวัตถุเราก็ต้องการอยากทราบประวัติความเป็นของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การสื่อความหมายสำหรับวัดพะโคะมีข้อเสนอเป็นสื่อมัลติมีเดีย อยู่ในรูปแผ่นดีวีดีนำชม โบราณสถานและ โบราณวัตถุ ควรมีตามจุดต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ และ ได้รับชมจากสถานที่จริง”

(สุนทร อุโฆษผล, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

6. แผ่นพับ

“วัดควรพัฒนาเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ โบชัวร์ให้มีภาษาต่างประเทศด้วย โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและภาษาจีนเพื่อใช้ประกอบการบรรยายหรือภาษามลายูเพราะนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียบางคนไม่สามารถอ่านภาษาอังกฤษได้หากการสื่อความหมายประเภทที่ไม่ใช่บุคคลมีการจัดแสดงในจุดที่เป็น โบราณสถาน หรือ สถานที่เรียนรู้ไม่ว่าจะเป็นนิทรรศการ ภาพจิตรกรรมพุทธประวัติ ก็จะช่วยให้การเที่ยวชมวัดพะโคะได้รับประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น”

(มานพ แซ่อึ้ง สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“หากจะมีการสื่อความหมายโดยไม่ใช่บุคคลเพิ่มเติมควรเป็นแผ่นพับ เพราะนักท่องเที่ยวสามารถนำไปที่บ้านได้ แต่เนื้อหาจะไม่ละเอียดเท่าที่ควร การพัฒนาทางด้านนี้ ก็ควรมีการสื่อความหมายหลายๆ ประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางมาเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่น บางคนอาจมาสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เขาอาจจะไม่ต้องการรับทราบข้อมูล เราจะไปบังคับให้เขารับรู้ข้อมูลไม่ได้ บางคนอยากทราบประวัติความเป็นมา เรื่องราวต่างๆ ซึ่งความต้องการของข้อมูลแตกต่างกัน เราจำเป็นต้องมีการสื่อความหมายหลายๆ รูปแบบผสมผสานกัน เช่น ป้ายบรรยาย ควบคู่กับสมุดนำชมของแหล่งท่องเที่ยว อย่างเช่นป้ายบรรยายสร้างขึ้นมาแค่ครั้งเดียวไม่ต้องสิ้นเปลืองเหมือนแผ่นพับ

อย่างแผ่นพับบางคนอาจจะไม่ค่อยให้ความสนใจได้ไปแล้วก็นำไปทิ้งเปล่าๆ ส่วนคู่มือนำชม ลักษณะเป็นเล่มมีสีสันหากใครจะทิ้งก็น่าจะมีความเสียดายอยู่บ้าง”

(ประพันธ์ หมิตทองคำ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

7. หนังสือคู่มือ

“เอกสารนำเที่ยวในวัดมีน้อยส่วนใหญ่เป็นภาษาไทย ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเรียนรู้ประวัติความเป็นมาได้ หากมีการปรับปรุงใหม่ควรมีเนื้อหาเพียงเล็กน้อย และมีรูปภาพประกอบเพื่ออำนวยความสะดวก จำ ส่วนรายละเอียดของเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบประวัติความเป็นมาที่ละเอียดก็ต้องให้ยามัคคุเทศก์บรรยาย หรือประชาชนชาวบ้าน เป็นผู้รู้เรื่องราวดีที่สุด เท่าที่สังเกตส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยววัดพะโคะ จะมาเคารพสิ่งศักดิ์แล้วก็เดินทางกลับ นอกจากนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมา หรือมาจากต่างจังหวัดไกลๆ เท่านั้นที่ต้องการทราบเรื่องราวของวัดพะโคะ”

(อำนวยการ สุวรรณศิลป์, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“หนังสือนำเที่ยววัดควรมีการปรับปรุงใหม่ให้มีรูปแบบและภาพประกอบเพิ่มมากยิ่งขึ้นตลอดจนควรมีการจัดพิมพ์ในรูปแบบที่มีภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้มีโอกาสเรียนรู้เพิ่มมากยิ่งขึ้นและควรมีการจัดพิมพ์หนังสือประวัติหลวงพ่อทวดในรูปแบบการ์ตูน รวมถึงภาพจิตรกรรมให้เป็นเรื่องราวรวมเล่มสำหรับการเผยแพร่หลักธรรมะและการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว”

(เชื้อบ คงธรรม, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“สำหรับหนังสือประวัติวัดทางวัดควรจัดทำในรูปแบบภาคภาษาต่างประเทศให้มีความหลากหลาย เช่นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษามลายู และภาษาไทย อาจจะทำเป็น 1 เล่มรวม 3 ภาษาหรือ เป็นภาษาเฉพาะเล่มก็จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อเพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในภายหลังได้ การออกแบบรูปและปกหนังสือควรมีความหลากหลายที่สวยงามโดยใช้

ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบเพื่อความ เป็นเอกลักษณ์และความสวยงาม”

(ชนินนาถ แก้วดีเลิศ, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ควรมีหนังสือนำชม หรือ *Guide book* สำหรับรายละเอียดของ ข้อมูล เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว”

(ฉลาด แก้วพดู, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ในวัดราชประดิษฐฐานมีการใช้การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลใน ลักษณะเป็นหนังสือคู่มือประวัติวัดราชประดิษฐฐาน มีขนาดเท่ากับวารสาร ทั่วๆ ไปเล่มไม่หนามาก หากมีการปรับปรุงใหม่ควร ให้เป็นภาพสี ที่สะดุดตาผู้ที่อ่าน เหมือนหนังสือของการท่องเที่ยวทั่วๆ ไป ที่สามารถดึงดูดใจผู้อ่าน ได้ และน่าติดตาม การใช้กระดาษสำหรับพิมพ์ ควรเป็นกระดาษมัน คู่มือค่า และราคาสำหรับนักท่องเที่ยว จะได้ไม่โยนทิ้งเหมือนกับโบชัวร์ทั่วๆ ไป โดย ให้นักท่องเที่ยวได้บูชานำกลับไปเป็นของที่ระลึกได้ และปัจจัย(เงิน)ที่ นักท่องเที่ยวบูชา(ทำบุญ) นั้นทางวัดก็จะได้นำไปผลิตหนังสือคู่มือนี้ต่อไปเรื่อยๆ ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถเผยแพร่ ความสำคัญของวัดพะโคะ ให้นักท่องเที่ยวจากที่อื่นๆ ได้รู้จักหากปัจจัยเหลือทางวัดจะนำมาทำนุบำรุง โบราณสถานและ โบราณวัตถุ ต่อไป”

(พระศักรินทร์สิริภทโท, สนทนากลุ่มย่อยวันที่ 21 มีนาคม 2555)

“ทางวัดควรจัดทำคู่มือการเจ้าหน้าที่เยี่ยมแจกให้มัคคุเทศก์ที่นำ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมได้อ่านและเตรียมตัวในการบรรยายที่ถูกต้องและควร ทำแผนที่เส้นทางการนำชมตลอดจนจุดเรียนรู้ตามอริยาศัยภายในวัดให้แก่ มัคคุเทศก์เพื่อจะได้แนะนำนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและสามารถเที่ยวชม โดยไม่จำเป็นต้องฟังการบรรยายจากมัคคุเทศก์เพียงอย่างเดียวและป้องกันการ พลัดหลงขณะเดินทางท่องเที่ยว”

(มานพ แซ่อึ้ง, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

8. ศูนย์การเรียนรู้

นอกจากนี้ในวัดยังมีศูนย์เรียนรู้ประวัติหลวงพ่อทวด ป้ายอธิบายประวัติวัดพะโคะ และโบราณสถานภายในวัด พิพิธภัณฑ์ จัดแสดงโบราณวัตถุ แต่อยู่ในระหว่างการปรับปรุง สื่อที่ไม่ใช่บุคคลภายในวัดราชประดิษฐฐาน (วัดพะโคะ) มีข้อจำกัดคือภาษาที่ใช้ในการบรรยายเป็นภาษาไทย และการนำเสนอไม่มีเอกสารประกอบการนำชมเลยทำให้ขาดความน่าสนใจ”

(พระศักรินทร์ศิริภโท, สันทนาการกลุ่มย่อยวันที่ 21 มีนาคม 2555)

“นอกจากนี้ศูนย์เรียนรู้หลวงพ่อทวด ควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้มีภาษาต่างประเทศและมีสื่อประเภทเสียงที่สามารถใช้ภาษาต่าง ๆ นำเสนอประวัติหลวงพ่อทวดเขียนน้ำทะเลจืดให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับทราบ”

(เชือบ คงธรรม, สันทนาการกลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

ข้อสรุปจากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ ในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) พบว่าผู้เกี่ยวข้องมีข้อเสนอที่ตรงกันคือการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดในการนำชมวัดราชประดิษฐฐาน ประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน พระสงฆ์ ชุมมัลกุเทศก์และมัคคุเทศก์ ควรกำหนดเวลาให้บริการที่ชัดเจนการนำชมโดย พระสงฆ์ ในการนำชมควรสอดแทรกธรรมะ ชุมมัลกุเทศก์ ควรกำหนดเวลาในการนำชมตลอดจนการพัฒนาทักษะความรู้ให้มีเพิ่มมากยิ่งขึ้นตลอดจนการพัฒนาความรู้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในการทำหน้าที่นำชม รวมถึงการสร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นในระหว่างนำชมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรม มัคคุเทศก์ควรจัดเตรียมเนื้อหาการบรรยายที่ได้มาตรฐานเพื่อให้มัคคุเทศก์ได้นำเสนอตรงกันกับผู้นำชมที่มีอยู่ในวัด นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายโดยบุคคล ทุกประเภท และทดสอบความรู้ในการนำชมเพื่อสร้างมาตรฐานในการนำเสนอ สำหรับการสื่อความหมายโดยไม่ใช่บุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญในการนำเที่ยวกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและต้องการเรียนรู้ประวัติตลอดจนสิ่งที่น่าสนใจทางด้านโบราณสถานภายในวัดประกอบด้วย ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย เว็บไซต์ พิพิธภัณฑ์ โสตทัศนอุปกรณ์หรือวีดิทัศน์ แผ่นพับ หนังสือคู่มือศูนย์เรียนรู้ เป็นต้น ลักษณะป้ายสื่อความหมายของวัดพะโคะ พบว่ามีจำนวนน้อย ภาษาที่ใช้ในป้ายที่มีอยู่เป็นภาษาไทย ควรปรับปรุงให้มีภาษาต่างประเทศ ประกอบด้วย ภาษาอังกฤษ มาลายู จีน ศูนย์การ

เรียนรู้ พิพิธภัณฑน์ เว็บไซต์ ภาพจิตรกรรม ไม่มีภาษาต่างประเทศประกอบการบรรยายควรปรับปรุงให้มีข้อความใต้ภาพเป็นภาษาต่างประเทศเพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้เข้าใจประวัติความเป็นมาเพิ่มมากยิ่งขึ้น สื่อที่เป็นเอกสารที่มีอยู่นั้น จัดพิมพ์ในรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ข้อมูลบางส่วนยังคลาดเคลื่อน ควรจัดทำแบบรูปเล่ม ออกแบบให้สวยงาม มีภาพประกอบ ตลอดจนรวบรวมประวัติแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสทิงพระและบอกเส้นทางในการเดินทาง ที่พัก พร้อมอาหารเพื่อความสะดวกในการเดินทางและแผนที่ในการท่องเที่ยว โดยจัดพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือ มลายู หรือ จีน เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมได้ เว็บไซต์ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาเป็นของวัดโดยเฉพาะไม่จำเป็นต้องไปแขวนกับเว็บไซต์อื่นๆ

จากข้อสรุปภาคสนามในการเก็บข้อมูลเชิงลึก และข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อที่จะนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ดังนี้

รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ข้อสรุปเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าเกี่ยวกับการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และผลจากการศึกษาในประเด็นเรื่องลักษณะการสื่อความหมายที่มีอยู่ในปัจจุบัน และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย นำไปสู่การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพะโคะ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลาซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และ การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ซึ่งปัจจุบันมีการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลที่ค่อนข้างเป็นรูปธรรม แต่ยังไม่ครอบคลุม วัตถุประสงค์หลักของการกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายฯ คือ การพัฒนารูปแบบของการสื่อความหมายที่น่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยว เพิ่มความสะดวกและเวลาในการได้รับความรู้เรื่องราวประวัติและความสำคัญของวัดพะโคะ มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยรูปแบบการสื่อความหมายที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เสนอในการสนทนากลุ่มย่อยเป็นรูปแบบที่ต้องการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจากการวิจัยจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการการสื่อความหมายทั้ง 2 ประเภท คือ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ประกอบด้วย ผู้นำชมในท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และยูวมัคคุเทศก์ การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประกอบด้วย ป้ายบอกทิศทาง ป้ายบรรยาย และเว็บไซต์ แต่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขอมองว่า สื่อมัลติมีเดีย คู่มือแนะนำวัดพะโคะ และแผ่นพับหรือโบชัวร์ เป็นสื่อที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยวมากกว่าเนื่องจากสามารถสื่อความหมายได้เข้าใจง่ายขึ้น และสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้อย่างไม่มีข้อจำกัด

ดังนั้น ข้อมูลความต้องการเบื้องต้นที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวภายในวัดพะ โคะ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมเป็นลักษณะข้อมูลเชิงปริมาณ จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวดังกล่าว มาทำการ Focus Group กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย การสนทนากลุ่มย่อย เป็นลักษณะแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นในการกำหนดรูปแบบการสื่อความหมาย โดยยึดความต้องการที่ได้จากนักท่องเที่ยวเป็นหลัก จึงสามารถสรุปการกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา วัดพะ โคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

1. การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ประกอบด้วยสามรูปแบบ ดังนี้

1. **ผู้นำชมในท้องถิ่น** นักท่องเที่ยวที่ต้องการความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวประวัติวัดพะ โคะเชิงลึกที่มีละเอียดไปด้วยเนื้อหา ผู้นำชมท้องถิ่นโดยเฉพาะปราชญ์ชาวบ้านสามารถเล่าตำนานที่ถูกสืบทอดต่อกันมาหลายชั่วอายุคน ดังนั้นผู้นำชมในท้องถิ่นจึงมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการข้อมูลหรือความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ เช่น นักวิชาการ นักเรียน นักศึกษา หรือนักท่องเที่ยวทั่วไปบางกลุ่ม อาทิ นักท่องเที่ยวต่างภูมิภาคที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ต้องการความเป็นส่วนตัวและรับรู้ข้อมูลในการเที่ยวชม นักท่องเที่ยวที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวให้ติดต่อผ่านทางวัดล่วงหน้า เนื่องจากทางวัดจะได้ประสานงานกับปราชญ์ชาวบ้านเพื่อมาให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยง

2. **มัคคุเทศก์นำเที่ยว** เนื่องจากทางวัดพะ โคะยังไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นประจำภายในวัดพะ โคะ มัคคุเทศก์นำเที่ยวมีความจำเป็นมาก สำหรับการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวให้กับชาวต่างชาติ ด้วยภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร หรือการตอบข้อคำถามของนักท่องเที่ยวนั้น มัคคุเทศก์นำเที่ยวทำหน้าที่ได้ดีกว่าหากมีการพัฒนาด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะ โคะในอนาคตจำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อรองรับกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะ โคะจำนวนที่มากขึ้น

3. **ยุวมัคคุเทศก์นำเที่ยว** นักเรียนที่มีจิตอาสาทำหน้าที่บรรยายให้กับนักท่องเที่ยง โดยทางวัดร่วมกับโรงเรียนสมเด็จพระเจ้าพะ โคะ ยุวมัคคุเทศก์จะได้รับการฝึกอบรมจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เกี่ยวกับเนื้อหาและเทคนิคการบรรยายทั้งภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ปัจจุบันยุวมัคคุเทศก์ได้ปฏิบัติหน้าที่ช่วงวันหยุดปิดเทอม และในช่วงเปิดเทอมโดย

ปฏิบัติหน้าที่เฉพาะวันเสาร์ วันอาทิตย์ ซึ่งแบ่งเป็นสองกลุ่มตามวันที่ได้รับมอบหมาย แต่ละวันจะแบ่งออกเป็นสี่กลุ่มย่อย เพื่อประจำแต่ละจุด คือ หลวงปู่ทวดปางธุดงค์ บ่อน้ำชั่งจีวร รอยพระพุทธรูปบาท และพระพุทธรูปไสยาสน์

2. การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประกอบด้วย 3รูปแบบ ดังนี้

1. ป้ายบอกทิศทาง เพื่อบอกทิศทางและแนะนำนักท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่เป้าหมายที่เป็นจุดท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงจุดสำคัญอื่นๆ ภายในวัดพะโคะแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ลักษณะของป้ายบอกทิศทางควรมีเอกลักษณ์ สร้างสรรค์ บอกตรงจุด สัญลักษณ์ ถูกสรุปบอกทิศทาง ซึ่งมองเห็นได้ชัดเจน โดยใช้สีและตัวอักษรเป็นสากล ตัวแผ่นป้ายควรเป็น โลหะ ซึ่งสีพื้นแผ่นป้ายควรเป็นสีน้ำเงิน ตัวอักษรสีขาว การตั้งตำแหน่งของป้ายบอกทิศทางจำเป็นต้องบอกล่วงหน้าประมาณ 5-10 เมตร ก่อนถึงจุดนั้นๆ โดยภาพรวมควรทำแผนผังจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะที่มีภาษาไทยและภาษาอังกฤษกำกับ และจุดที่ตั้งแผนผังควรตั้งไว้ทางขึ้นทั้งสองทาง โดยทางทิศใต้ทางขึ้นบันไดนาค ให้นักท่องเที่ยวเดินสิ้นสุดทางบันได ควรตั้งแผนผังภาพรวมใกล้ศาลา เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินขึ้นมาไม่ว่าจะเป็นวัยไหนๆ รู้สึกเหนื่อยและมักจะนั่งพักตรงศาลาฝั่งซ้ายมือก่อน ณ จุดนั้นควรมีแผนผังภาพรวมของจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ รวมทั้งภายในแผนผังภาพรวมควรบรรจุป้ายบอกทิศทางไว้ด้วย และมีสีสันสะดุดตาที่สามารถมองเห็นตั้งแต่อยู่ในแผนผังภาพรวม ส่วนทางขึ้นด้านหลังควรมีแผนผังภาพรวมของจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะเช่นกัน โดยวางตรงจุดจอดรถก่อนทางขึ้นมาเยี่ยมชมจุดท่องเที่ยว ป้ายบอกทิศทางควรกระจายไปเรื่อยๆ เช่น จากจุดรอยพระพุทธรูปบาทและรูปจำลองหลวงปู่ทวด แล้วไปจุดไหนต่อได้บ้างก็ควรทำป้ายบอกทิศทางเฉพาะจุดนั้นๆ ก่อน หรือจุดที่ใกล้จากรอยพระพุทธรูป

2. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือป้ายบรรยาย เพื่อบอก แสดงหรืออธิบายข้อมูล และเรื่องราวที่น่ารู้ น่าสนใจในประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจข้อมูลหรือเรื่องราว โดยสามารถใช้อธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจและควรตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างถูกวิธีโดยป้ายบรรยายให้มีลักษณะเด่นชัด ข้อความเข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่ครอบคลุมทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษภายในแผ่นเดียวกัน ที่สำคัญเนื้อหาให้ถูกต้อง ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันจึงจำเป็นต้องมีทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งวัดพะโคะ ณ ปัจจุบัน ยังไม่มีรูปแบบแผ่นป้ายที่เป็นสากล หรือแผ่นป้ายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง จากการสนทนากลุ่มย่อยมีความคิดเห็นประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับป้ายสื่อความหมาย โดยให้มีประจำจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ ดังนี้

2.1 ป้ายบรรยายประวัติวัดพะโคะ จำนวน 1 ป้าย จากการสรุปความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนทนากลุ่มย่อย คือ รูปแบบของป้ายบรรยายประวัติสามารถกำหนดรูปร่างของป้ายโดยขึ้นอยู่กับลักษณะเนื้อหาและภาพที่บรรจุ โครงสร้างประกอบแผ่นป้าย ได้แก่ เสาหรือฐานป้าย หลังคา ควรเน้นความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมหรือความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ รวมถึงผสมผสานศิลปะท้องถิ่นเข้าไปด้วย ตัวแผ่นป้ายเป็นส่วนที่รองรับรายละเอียดในป้ายควรเป็นโลหะหรืออลูมิเนียม ซึ่งทนทานต่อสภาพอากาศ ตัวอักษรใช้วิธีพิมพ์ลงในแผ่นโลหะหรืออลูมิเนียม เพื่อป้องกันการลางเลือนหรือจางหาย โดยแบบตัวหนังสือที่จะบรรจุภายในป้ายควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในแผ่นป้ายเดียวกัน แปรให้ถูกต้องตามหลักสากล ข้อความกระชับครอบคลุม เข้าใจง่าย ได้ใจความ น่าสนใจ และสามารถเรียกร้องความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ โดยมีภาพประกอบของวัดพะโคะ หรือ ภาพประกอบที่เป็นสัญลักษณ์ของวัด สีตัวอักษรควรชัดเจน อ่านง่าย ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้สีตัดกันระหว่างตัวอักษรและสีพื้น เช่น ตัวหนังสือสีดำ ควรใช้สีพื้นสีเหลือง หรือตัวหนังสือสีเขียว สีแดง สีดำ สีน้ำเงิน สีพื้นควรเป็นสีขาว เป็นต้น หรือใช้สีพื้นสลับสีตัวอักษรตามที่กล่าวมา หรือตามความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ โดยตำแหน่งที่ตั้งป้ายบรรยายควรเป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวขึ้นไปถึงวัดพะโคะ คือ ตรงบริเวณศาลาพักผ่อนสุดท้ายทางขึ้นบันไดนาค เนื่องจากจุดนั้นนักท่องเที่ยวมักจะหยุดพัก ระหว่างนักท่องเที่ยวได้พักนั้น ควรจะได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะก่อนที่จะไปชมจุดต่างๆ ภายในวัดพะโคะ (พระศักรินทร์ สิริภทโท; สุธนธ อุโฆษผล; จิระพรดิ แก้วมัน; ชนินนาถ แก้วดีเลิศ; ประพันธ์ หิมิตทองคำ; อำนวย สุวรรณศิลป์; นงนุช แซ่จาง, สนทนากลุ่มย่อย วันที่ 21 มีนาคม 2555)

นอกจากนั้น ป้ายบรรยายตามจุดต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยววัดพะโคะ จำนวน 9 แผ่นป้าย ซึ่งมีรูปแบบของป้ายที่เหมือนกัน จำนวน 6 แผ่นป้าย มีรายละเอียดดังนี้

2.2 หลวงปู่ทวดปางชูคัมภ์่อน้ำจักรจักรหลวงปู่ทวดพระสุวรรณมาลิกเจดีย์ เจดีย์องค์เล็กหรือเจดีย์ยักษ์พระพุทธรูปไสยาสน์ และศาลาตัดสินความ มีรูปแบบที่เหมือนกัน คือ โครงสร้างฐานประกอบแผ่นป้าย ควรเป็นคอนกรีตหรือเน้นความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมรอบๆ เช่น สร้างด้วยคอนกรีตฉาบละเอียดทาสีขาว หรือผสมผสานกับศิลปะท้องถิ่นเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งโครงสร้างคอนกรีตคงทนถาวรง่ายต่อการซ่อมแซมบำรุงรักษา ป้ายสื่อความหมายจุดหลวงปู่ทวดปางชูคัมภ์่อน้ำจักร ควรเป็นแนวนอน สูงจากพื้นไม่เกิน 70 เซนติเมตร ทำมุมเอียงประมาณ 45 องศา วัสดุที่นำมาทำป้ายควรมีความคงทนต่อสภาพการณ์ธรรมชาติ สามารถใช้งานได้ทนทาน เช่น โลหะหรืออลูมิเนียม โดยสลักตัวอักษรลงแผ่นวัสดุที่จัดทำป้าย ป้องกันตัวอักษรจางหาย เพื่อจะยังคงทนถาวรมากยิ่งขึ้นปิดด้วยกระจกตัวแผ่น(กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)ใน ส่วนขนาดของป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาประวัติความเป็นมาของโบราณสถาน โบราณวัตถุอื่นๆ โดย

เนื้อหาหรือคำบรรยายภายในป้ายควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในแผ่นป้ายเดียวกัน แบบตัวอักษรและสีควรใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และควรมีพื้นที่ว่างบนแผ่นป้าย โดยเฉพาะบริเวณขอบ การติดตั้งป้ายบรรยายในตำแหน่งที่มองเห็นเด่นชัดถึงคุณนักท่องเที่ยว และสะดวกต่อการอ่านข้อมูล ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดของพื้นที่ในการวางตำแหน่งของป้ายสื่อความหมาย จึงมีลักษณะของป้ายที่แตกต่างกันออกไป จำนวน 3 แผ่นป้าย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3 รอยพระพุทธรูป วัสดุที่นำมาทำป้ายควรมีความคงทน สามารถใช้งานได้ทนทาน เช่น โลหะหรืออลูมิเนียม โดยสลักตัวอักษรลงแผ่นวัสดุที่จัดทำป้าย ป้องกันตัวอักษรจางหาย ในส่วนขนาดของป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรอยพระพุทธรูป โดยเนื้อหาหรือคำบรรยายภายในป้ายควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในแผ่นป้ายเดียวกัน แบบตัวอักษรและสีควรใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และควรมีพื้นที่ว่างบนแผ่นป้าย โดยเฉพาะบริเวณขอบ การติดตั้งป้ายบรรยายควรอยู่ในระดับสายตา ทั้งนี้ภายในมณฑลรอยพระพุทธรูปมีพื้นที่คับแคบ ขนาดของแผ่นป้ายให้เหมาะสมกับพื้นที่ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่สำคัญสะดวกต่อการอ่านข้อมูล

2.4 หลักช้าง โครงสร้างฐานประกอบแผ่นป้าย ควรเหมือนกับป้ายบรรยายศาลาตัดสินความที่มีอยู่ปัจจุบัน ซึ่งทางสำนักงานศิลปากรที่ 13 สงขลา ได้มาบูรณะซ่อมแซมโดยมีโครงสร้างเป็นเสาเหล็ก และตัวแผ่นป้ายบรรยายเป็น โลหะหรืออลูมิเนียม ผสมผสานกับศิลปะท้องถิ่นเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ ป้ายสื่อความหมายจุดหลักช้าง ควรอยู่ในระดับสายตา วัสดุที่นำมาทำป้ายควรมีความคงทนต่อสภาพการณ์ธรรมชาติ สามารถใช้งานได้ทนทาน เช่น อลูมิเนียม โดยสลักตัวอักษรลงแผ่นอลูมิเนียม ป้องกันตัวอักษรจางหาย ในส่วนขนาดของป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาของหลักช้าง โดยมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในแผ่นป้ายเดียวกัน เพื่อสะดวกต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการอ่านข้อมูล

2.5 ดวงแก้ววิเศษ ตัวแผ่นป้ายที่เป็นวัสดุรองรับรายละเอียดข้อความบรรยายนั้น ควรเป็นเหล็กและสลักตัวอักษรลงบนแผ่นเหล็ก แบบตัวอักษรและสีควรใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน อ่านง่าย ชัดเจน โดยมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในแผ่นป้ายเดียวกันขนาดของป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาและภาพของลูกแก้ว หากเนื้อหามีมากควรแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ ตามเค้าโครงในการสื่อความหมาย และขอบของป้ายบรรยายควรมีพื้นที่ว่าง ซึ่งตัวอักษรไม่ควรแน่นจนเกินไป ทั้งนี้จุดท่องเที่ยวจุดนี้อยู่ภายในกุฏิเจ้าอาวาสส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาชมลูกแก้วจะนั่งเพื่อไหว้สักการะบูชา การติดตั้งป้ายบรรยายควรอยู่ระดับสายตาของนักท่องเที่ยว หรือระดับฐานของลูกแก้ว จึงจะเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

ดังนั้น รูปแบบของป้ายข้อมูลหรือป้ายบรรยายโดยกำหนดให้มีป้ายประวัติวัดพะโคะ จำนวน 1 ป้าย โดยมีเสา/ฐาน ที่มั่นคงและแข็งแรงต่อสภาพอากาศ รวมถึงหลังคา ที่มี

เอกลักษณ์ของพื้นที่ ภายในแผ่นป้ายให้มีรูปภาพที่เป็นสัญลักษณ์ของวัดพะโคะเพื่อเป็นที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ส่วนจุดท่องเที่ยวต่างๆ ที่สำคัญภายในวัด จำนวน 9 จุด ประกอบด้วย ปางชูดงค์หลวงปู่ทวด บ่อน้ำซังจิวรหลวงปู่ทวด รอยพระพุทธรบาท สุวรรณมาลิกเจดีย์ เจดีย์องค์เล็ก หรือเจดีย์ยักษ์ พระพุทธรไสยาสน์ ศาลาตัดสินความ หลักช้าง และดวงแก้ววิเศษ ซึ่งทั้ง 9 จุด วัสดุที่นำมาจัดทำเป็นป้ายเหมือนกันแต่ต่างกันว่าโครงสร้างฐานประกอบแผ่นป้าย เนื่องจากบางจุดมีข้อจำกัดในการติดตั้งป้าย ส่วนขนาดตัวอักษร และสีให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้ง 9 จุด

ทั้งนี้ในการกำหนดรายละเอียดหรือการออกแบบป้ายต่างๆ ขึ้นอยู่กับกรมศิลปากร ซึ่งวัดพะโคะได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน และอยู่ในความดูแลโดยตรงหรือหากภาคส่วนอื่นที่ต้องการดำเนินการจัดทำป้ายขึ้นเองต้องทำหนังสือขออนุญาตจากกรมศิลปากรเป็นลายลักษณ์อักษร

3. เว็บไซต์ของวัดพะโคะ ปัจจุบันเว็บไซต์เป็นการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ เรื่องไอที จึงเป็นหนึ่งช่องทางของการสื่อความหมายที่ทางวัดพะโคะให้ความสนใจ และเว็บไซต์ของวัดพะโคะที่มีอยู่แล้วนั้น ยังควรเพิ่มรายละเอียดอื่นๆ ที่สามารถให้บุคคลทุกกลุ่ม ทุกชาติเข้าถึงได้ ควรประกอบด้วย ภาษา ซึ่งควรมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เป็นหลัก หากเป็นไปได้ควรมีมีเงิน และภาษามาลายูเพิ่ม โดยมีการเชื่อมโยงของเว็บไซต์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลชุมพล เว็บไซต์อำเภอสติงพระ เว็บไซต์จังหวัดสงขลา เว็บไซต์การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นต้น

การสื่อความหมายทั้งสองประเภทโดยใช้บุคคลทั้งสามรูปแบบ และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลทั้งสี่รูปแบบ เป็นรูปแบบการสื่อความหมายที่ทางวัดพะโคะมีอยู่แล้ว แต่ทุกรูปแบบยังมีข้อจำกัดทั้งสิ้น แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการทั้งสองประเภท ซึ่งความต้องการเหล่านั้นผู้วิจัยได้นำมาให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพิจารณา โดยการสนทนากลุ่มย่อยจากภาคประชาชน ภาครัฐบาล และภาคเอกชน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสนอแนะตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม

การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษาวัดพะโคะ จะเห็นได้ว่าทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้อง มีความเห็นซึ่งสอดคล้องกัน ซึ่งเน้นให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวด้วยตนเองได้รับความรู้ จากการมาเยี่ยมชมวัดพะโคะ ซึ่งสามารถศึกษาด้วยตนเองจากการสื่อความหมายประเภทต่างๆ ตามความสะดวกของนักท่องเที่ยวเอง และจะไม่ใช่เป็นการเสียเวลาในการเดินชมจุดท่องเที่ยวแต่ละจุดภายในวัดพะโคะ

ทั้งนี้รูปแบบการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้นนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพะโคะ เพื่อเพิ่มความสะดวก น่าสนใจ

ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รูปแบบการสื่อความหมายจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อให้มีรูปแบบที่สมบูรณ์ ในรองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อที่จะเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยต้องการนำเสนอรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพะโคะที่เหมาะสมในอนาคต โดยอาศัยการจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ และความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมาย แล้วจึงสรุปเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมถึงงานวิจัยฉบับนี้อาจช่วยยกระดับการท่องเที่ยวของวัดพะโคะและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

การศึกษานี้เป็นการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจงพื้นที่ คือ วัดพะโคะเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่กลุ่มคนหรือนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมมากมายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงเป็นวัดที่มีความเป็นมาที่สำคัญสำหรับคาบสมุทรสทิงพระ ที่ผู้คนมีใจเลื่อมใส ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเบื้องต้นจากเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจพื้นที่วิจัย สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้รับผิดชอบพื้นที่ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ภาคประชาชนหรือภาคชุมชน จำนวน 25 คน เจ้าหน้าที่ภาครัฐบาล จำนวน 12 คน ภาคเอกชน จำนวน 4 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 36 คน ส่วนการจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อยแบ่งเป็นภาคประชาชนหรือชุมชน จำนวน 4 คน เจ้าหน้าที่ภาครัฐบาล จำนวน 6 คน ภาคเอกชน จำนวน 2 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการจัดหมวดหมู่ตีความ นำมาหาข้อสรุป นำเสนอผลการวิจัยด้วยการพรรณนา และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพะโคะด้วยวิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenient Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การทดสอบความสัมพันธ์ของค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าที (t-Test) และกำหนดการทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ของการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่า P-value ที่ 0.05 หากเชิงซ้อนรายคู่ โดยเทคนิค Scheffe จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องจำแนกตามประเด็นที่ศึกษา และเรียบเรียงข้อมูลเพื่อความเข้าใจ ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. ลักษณะการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอ สทิงพระ จังหวัดสงขลา

การศึกษาในหัวข้อนี้ เป็นการศึกษาการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพะโคะที่มีอยู่ในปัจจุบัน จากการสำรวจ ศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และการจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) สามารถสรุปการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ 2 ประเภท 8 รูปแบบ คือ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ประกอบด้วย ผู้นำชมท้องถิ่น มัคคุเทศก์นำเที่ยว ชุมมัคคุเทศก์ และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประกอบด้วย แผ่นป้ายสื่อความหมายหรือป้ายบรรยาย ป้ายบอกทิศทาง ศูนย์การเรียนรู้ หนังสือเล่มเล็ก และเว็บไซต์ โดยสรุปรายละเอียดแต่ละรูปแบบได้ดังนี้

1.1 ผู้นำชมในท้องถิ่น

ปราชญ์ชาวบ้าน หรือ ผู้สูงอายุในชุมชนซึ่งทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ เรื่องราวประวัติศาสตร์ของวัดพะโคะ โดยเป็นบุคคลที่เชื่อมโยงเรื่องราวความเป็นมาที่สำคัญ ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตกาล ซึ่งกลายเป็นมรดกของคนรุ่นปัจจุบัน และสืบเนื่องต่อไปถึงคนรุ่นหลัง โดยปราชญ์ชาวบ้านมีหน้าที่เล่าเรื่องราว หรือให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ พร้อมทั้งตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวประเด็นต่างๆ รวมถึงมีหน้าที่สร้างจิตสำนึกและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวร่วมกันเคารพความเป็นดั้งเดิมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ตลอดจนช่วยกันปกป้องคุณค่าทางวัฒนธรรมไว้ให้คนรุ่นหลังได้ชื่นชม

แต่ทั้งนี้การทำหน้าที่ของปราชญ์ชาวบ้าน มีข้อจำกัด ในการบรรยายและนำชมแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวไม่มีการระบุเวลาที่ชัดเจน ประกอบกับการบรรยายของปราชญ์ชาวบ้านไม่มีการกำหนดอัตราค่าให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและ

เวลาที่ปราชญ์ชาวบ้านจะมาทำหน้าที่ในการบรรยายนำชมแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้มีการกำหนดตารางเวลาไว้สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ

จากประเด็นดังกล่าว ปราชญ์ชาวบ้านจึงเข้ามาดูแลความเรียบร้อยของวัดเป็นบางครั้ง ตามความสะดวก หรือเวลาที่ได้รับเชิญให้มาบรรยาย แต่หากเจอนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างจังหวัด หรือนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ของวัดพะโคะ ทางด้านปราชญ์ชาวบ้านจะนำเที่ยวชม โบราณสถานต่างๆ และทำหน้าที่บรรยาย เผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว

พระภิกษุสงฆ์ พระภิกษุสงฆ์ทำหน้าที่บรรยายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มใหญ่ 10-20 คนขึ้นไป แต่นานๆ ครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความรู้เกี่ยวกับโบราณสถานต่างๆ และอีกจุดหนึ่งที่พระภิกษุสงฆ์ทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวของลูกแก้ววิเศษเป็นประจำ ตามที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและอยากทราบความเป็นมา นักท่องเที่ยวได้มีการสอบถามประวัติความเป็นมาจากพระภิกษุสงฆ์ แต่พระภิกษุสงฆ์ได้เพียงเล่าเรื่องราวความเป็นมาของลูกแก้ววิเศษเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวไม่สามารถทราบเรื่องราวประวัติศาสตร์ ของจุดท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในวัดพะโคะซึ่งการเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะ ต้องใช้เวลาในการเยี่ยมชม และบางครั้งกิจของสงฆ์ไม่เอื้ออำนวยต่อการบรรยายให้กับนักท่องเที่ยว

1.2 มัคคุเทศก์นำเที่ยว

สำหรับวัดพะโคะไม่มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ประจำอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นมัคคุเทศก์ฟรีแลนซ์ซึ่งอยู่ในกำกับของบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์นำเที่ยวเหล่านี้จะทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่โดยรถบัสของบริษัทนำเที่ยว โดยบรรยายตามจุดต่างๆ ที่สำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะใช้ภาษาสากล คือ ภาษาอังกฤษเป็นหลัก หรือหากเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย มัคคุเทศก์นำเที่ยวจะใช้ภาษามลายู หรือนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนจะใช้ภาษาจีนในการสื่อสาร หรือการสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดพะโคะในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายนของทุกปี ซึ่งตรงกับทางวัดมีการจัดกิจกรรมสำคัญทางศาสนา

1.3 ยูวมัคคุเทศก์

วัดพะโคะได้รับการสนับสนุนจากโรงเรียนสมเด็จพระเจ้าพะโคะเปิดโอกาสให้นักเรียนที่มีจิตอาสาเข้าร่วมโครงการยูวมัคคุเทศก์เพื่อทำหน้าที่บรรยายให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะภารกิจของยูวมัคคุเทศก์มีเฉพาะวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดช่วงปิดเทอม ที่ยูวมัคคุเทศก์เหล่านี้จะทำหน้าที่บรรยายให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว โดยประจำจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ อาทิ หลวงปู่ทวดปางรุดงค์ บ่อน้ำศักดิ์จร รอยพระพุทธรบาท และพระพุทธรไสยาสน์ ซึ่งยูวมัคคุเทศก์จะแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่รับผิดชอบวันเสาร์ 1 กลุ่ม วันอาทิตย์ 1 กลุ่ม แต่ละกลุ่มแบ่งเป็นกลุ่มย่อยกลุ่มละ 3-4 คน เพื่อประจำจุดต่างๆ ยูวมัคคุเทศก์แต่ละรุ่นจะได้รับการฝึกอบรมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง

1.4 แผ่นป้ายสื่อความหมาย

ป้ายบรรยายภายในวัดพะโคะมีแผ่นป้ายที่ทางกรมศิลปากรที่ 13 สงขลาจัดทำขึ้นจำนวน 4 แผ่นป้าย โดยตั้งอยู่บริเวณบันไดนาคทางขึ้นวัดฝั่งทางทิศใต้ ซึ่งกล่าวความเป็นมาของวัดพอสังเขป ให้มีภาษาอังกฤษกำกับ จำนวนอีก 2 แผ่นป้ายตั้งอยู่บริเวณฝั่งทิศตะวันตก เป็นทางขึ้นไปเยี่ยมชมวิหารพระพุทธรไสยาสน์ และสุวรรณมาลิกเจดีย์ 2 แผ่นป้ายนี้ กล่าวถึงที่ตั้ง การขึ้นทะเบียนจำนวนพื้นที่ ประวัตินิคมโดยย่อ โบราณสถานที่สำคัญภายในวัด อาทิ เจดีย์ วิหาร ศาลาตัดสินความ วิหารพระพุทธรไสยาสน์ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวจะเหมือนกันทั้งสองแผ่นป้าย แต่ละแผ่นป้ายมีส่วนที่แตกต่าง คือ ประวัตินิคมของโบราณสถานที่ได้หยิบยกขึ้นมา โดยกล่าวสั้นๆ เป็นการอธิบายโดยใช้ภาษาไทยทั้งหมด ส่วนอีกหนึ่งแผ่นป้ายจะตั้งบริเวณหน้าศาลาตัดสินความ ลักษณะข้อความภายในแผ่นป้ายเหมือน 2 แผ่นป้ายที่กล่าวมา แตกต่างกันเฉพาะความเป็นมาของศาลาตัดสินความเท่านั้นรวมถึงแผ่นป้ายที่เอกชนจัดทำขึ้นเพื่อถวายวัดเมื่อปี 2551 จำนวน 1 แผ่นป้าย ตั้งอยู่บริเวณหน้ามณฑปปรอยพระพุทธรบาท โดยจะกล่าวถึงความเป็นมาของวัดพอสังเขป

1.5 ป้ายบอกทิศทาง

ภายในวัดพะโคะมีป้ายบอกทิศทาง ลักษณะที่ตั้งยังกระจุกตัว เพียง 2 จุดเท่านั้น คือ บริเวณลานจอดรถฝั่งตะวันตกของวัด และบริเวณลานหน้ามณฑปปรอยพระพุทธรบาท ซึ่ง

ประกอบด้วย ป้ายบอกทิศทางหลวงปู่ทวดปางสมาธิ ทางไปนมัสการรอยพระพุทธรบาท สถานที่บูชาวัตถุมงคล กุฏิเจ้าอาวาส เป็นต้น ป้ายบอกทิศทางทั้ง 2 จุด มีลักษณะที่เหมือนกันแต่มีบางเพียงป้ายเท่านั้นที่มีภาษาอังกฤษกำกับ

นอกจากนั้นยังมีป้ายบอกทิศทางไปห้องน้ำ และป้ายบอกทิศทางไปนมัสการหลวงปู่ทวดปางตรุรงค์ ตั้งอยู่บริเวณสุดทางขึ้นบันไดนาคฝั่งทางทิศใต้ มีพุ่มไม้บัง การมองเห็นไม่ชัดเจน ไม่มีภาษาอังกฤษกำกับ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนารูปแบบการจัดตำแหน่งวางป้าย เพื่อให้ตอบสนองต่อการอ่านข้อมูลของนักท่องเที่ยว

1.6 ศูนย์การเรียนรู้

ทางวัดพะโคะมีศูนย์การเรียนรู้ (หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด) อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ติดกับมณฑลปรอยพระพุทธรบาท ซึ่งอยู่ภายในศาลาบุญคุณโล ที่ไว้บริการสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาประวัติความเป็นมาของหลวงปู่ทวด ซึ่งนิทรรศการนี้จัดไว้เป็นการถาวร ตามหัวข้อ “ตามรอย...หลวงปู่ทวด” ได้อธิบายถึงจุดเชื่อมโยงที่หลวงปู่ทวดได้ไปประจำอยู่ในดินแดนต่างๆ ต่อมาอธิบายตั้งแต่ประวัติหลวงปู่ทวดเกิดมีชื่อเสียงเรียงนามว่า “ปู่” อีกทั้งยังมีปฏิหาริย์มากมาย จนถึงวันสิ้นลมของหลวงปู่ทวด ภายในบริเวณที่จัดนิทรรศการนี้ ประกอบด้วย ภาพสถานที่ต่างๆ ที่หลวงปู่ทวดไป และมีจอ LCD ไว้สำหรับฉายเรื่องราวของหลวงปู่ทวด ซึ่งจะเปิดบริการเฉพาะผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเท่านั้น แต่เปิดบริการไม่เป็นเวลา เนื่องจากไม่มีคนคอยดูแล

1.7 หนังสือ

หนังสือ ประวัติวัดพะโคะ จัดให้บูชาภายในกุฏิเจ้าอาวาสหรือสถานที่บูชาวัตถุมงคลเพื่อให้ผู้ที่สนใจบูชาเล่มละ 60 บาท ภายในหนังสือประวัติวัดพะโคะ ได้บรรจุประวัติวัด และเรื่องราวของหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ซึ่งรวบรวมโดยคณะกรรมการวัดพะโคะ เกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะ (วัดพระราชประดิษฐาน) และ ประวัติสมเด็จพระเจ้าพะโคะ (หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด) โดยเนื้อหาประกอบด้วย ประวัติวัดพะโคะ ทำเนียบเจ้าอาวาสวัดพะโคะ ประวัติสมเด็จพระเจ้าพะโคะ ภูมิฐานอาณาบริเวณวัดพะโคะ ว่าด้วยการพระราชทานที่กัลปนา โบราณสถาน โบราณวัตถุที่สำคัญ (ของดีวัดพะโคะ) อาทิ สุวรรณมาลิกเจดีย์ศรีรัตนมหาธาตุ พระพุทธไสยาสน์ มณฑปฝ่า

พระพุทธบาท ลูกแก้วคู่บารมีสมเด็จพระเจ้าพะโคะ รูปจำลองสมเด็จพระเจ้าพะโคะ เป็นต้น รวมถึงชุมชน โบราณสถานความสัมพันธ์กับวัดพะโคะ ศาลาอาราธนา ศาลาปลูกเสกหรือบูชา และพงศาวดาร เมืองพัทลุง ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้บรรจุในหนังสือ จำนวนทั้งหมด 101 หน้า

1.8 เว็บไซต์

วัดพะโคะได้สร้างเว็บไซต์ ขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวัด โดยประกอบด้วย ประวัติวัด ประวัติหลวงพ่อทวด แผนผังจุดสำคัญภายในวัด วัดอุ้มงคล ข่าวดาร/กิจกรรม บทความ เว็บไซต์ติดต่อเรา และรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะ ซึ่งข้อมูลบางส่วนยังไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถเข้าสู่ข้อมูลได้ เนื่องจากไม่มีเว็บมาสเตอร์ดูแลระบบ

ภาพรวมของการสื่อความหมายภายในวัดพะโคะที่มีอยู่ปัจจุบัน ไม่มีการสื่อความหมายเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมยังไม่ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัดอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ภายในวัดพะโคะเป็นต้นทุนอย่างดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม ดังนั้น การสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวได้รับ คือ ยูแม็คคิวเทคส์ ทำหน้าที่บรรยายเฉพาะวันเสาร์ – อาทิตย์ และช่วงปิดเทอม ส่วนพระภิกษุสงฆ์ และปราชญ์ชาวบ้าน จะต้องแจ้งล่วงหน้าเพื่อให้ทำหน้าที่บรรยาย ซึ่งจะมีความรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์ที่ดีกว่า ในด้านการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล แผ่นป้ายบรรยาย ยังไม่มีความชัดเจน เนื้อหาที่บรรจุในแผ่นป้ายยังไม่ละเอียดและไม่มีภาษาอังกฤษกำกับเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ป้ายบอกทิศทางตั้งอยู่เป็นกระจุก ไม่กระจายไปตามจุดต่างๆ ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน การจัดนิทรรศการ/ศูนย์การเรียนรู้หลวงพ่อทวดเย็บน้ำทะเลจืด ยังไม่เปิดให้บริการ โดยทั่วไปส่วนใหญ่จะปิดไว้เพื่อให้ผู้ที่ต้องการเรียนรู้ เช่น นักเรียน นักศึกษา จะต้องติดต่อทางวัดเพื่อให้ทางวัดได้เปิดให้บริการ สำหรับหนังสือประวัติวัดพะโคะ มีไว้ให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะ และประวัติหลวงพ่อทวดได้บูชา เล่มละ 60 บาท อยู่ในสถานที่บูชาวัดอุ้มงคล ส่วนเว็บไซต์ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควรเนื่องจากไม่มีเว็บมาสเตอร์ดูแลประจำ จึงทำให้เว็บไซต์ข้อมูลยังไม่สมบูรณ์

ปัญหาและอุปสรรคการสื่อความหมายภายในวัดพะโคะ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันพัฒนาและแก้ไขคือ ป้ายบรรยายและป้ายบอกทิศทางไม่มีภาษาอังกฤษกำกับ เนื้อหาที่บรรจุภายในป้ายยังไม่ละเอียดเพียงพอ จำนวนป้ายบรรยายยังไม่เพียงพอสำหรับโบราณสถานที่สำคัญ ป้ายบอกทิศทางมีเพียง 2 จุด โดยไม่กระจายไปตามจุดต่างๆ ที่สำคัญ เป็นต้น

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพะโคะ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นมรดกจากรุ่นสู่รุ่น จึงทำให้ผู้คนอยากที่จะเรียนรู้ และต้องการศึกษาวัฒนธรรม หรือ รากเหง้าของบรรพบุรุษ ที่สร้างบ้าน แปรเมือง เพื่อนำตัวเองเข้าสู่อดีต จากการเรียนรู้ หรือ เรื่องเล่าต่างๆ ในอดีตจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในส่วนที่เป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การสื่อความหมาย โดยที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสำคัญ เพื่อที่จะตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะวัดพะโคะ ที่ทุกคนให้ความสำคัญมาก หากใครได้มาเที่ยวจังหวัดสงขลา วัดพะโคะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเข้าไปเยี่ยมชม สักการบูชาสิ่งศักดิ์ ที่อยู่คู่บ้านคู่เมืองของคนภาคใต้ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันจากผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 30 – 39 ปี รองลงมา คือ ช่วงอายุ 20 – 29 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ซึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา คือ รับราชการ มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยระดับสูงสุด ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ซึ่งจังหวัดสงขลามาเที่ยวกันอันดับต้นๆ รองลงมา จังหวัดตรัง

ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รองลงมา เพื่อบูชาวัตถุมงคล ส่วนใหญ่จะเดินทางมาเป็นครั้งแรก และเป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ ในช่วงเช้าเป็น จะเดินทางมาเป็นกลุ่มครอบครัว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางหลัก และใช้เวลา 2 – 3 ชั่วโมงในการเยี่ยมชมวัดพะโคะ

ทั้งนี้ลักษณะความต้องการของการสื่อความหมาย ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในวัดพะโคะ พบว่า โดยภาพรวมความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับความต้องการดังนี้ ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เมื่อพิจารณารายละเอียดแยกแต่ละด้าน พบว่า

ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล พบว่า ภาพรวมความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการอันดับแรก คือ ผู้บริการข้อมูลนำเที่ยว รองลงมา ต้องการมัคคุเทศก์นำเที่ยว รวมถึงยุวมัคคุเทศก์ และการสาธิต/การแสดงอยู่ในอันดับสุดท้ายที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการ

ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล พบว่า ภาพรวมความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการเป็นอันดับแรก คือ ป้ายบอกทิศทาง รองลงมา ป้ายข้อมูล หรือป้ายบรรยาย เว็บไซต์ของวัด พิพิธภัณฑ์ ศูนย์บริการข้อมูล หรือ ผู้ให้ข้อมูลนำเที่ยวภายในวัด โสตทัศนอุปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง แผ่นพับ/โบชัวร์ คู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จุลสารด้านการท่องเที่ยววัด และ โปสเตอร์ ในขณะที่เดียวกัน พบว่า แผ่นปลิวนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล พบว่า โดยภาพรวมความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด สำหรับการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล คือ คุณลักษณะการให้ข้อมูลรายละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย ในขณะที่เดียวกัน พบว่า คุณลักษณะที่มีอิทธิพลเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง บุคลิกภาพ เช่น กริยา มารยาท การแต่งกาย ให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ข้อห้ามความปลอดภัย การใช้เวลาที่เหมาะสมในการสื่อความหมาย กระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ และสามารถเชื่อมโยงเรื่องราว ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมาก

ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลพบว่า ภาพรวมความต้องการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม พบว่า สองอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ เนื้อหากระชับ ถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ และการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย รองลงมา เป็นการเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะโคะหรือชุมชน ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวต้องการ ความเป็นเอกภาพ มี

ความสัมพันธ์เชื่อมโยงเรื่องราวกันอย่างต่อเนื่อง รวมถึงรูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น เป็นอันดับสุดท้ายที่นักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการ

ด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล พบว่า โดยภาพรวมความต้องการนักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการทอ่งเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม พบว่า นักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ต้องการภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นอันดับแรกสุด รองลงมา ต้องการให้สอดแทรกหลักคำสอน/ธรรมะ รวมถึงความโดดเด่นของตัวอักษร สอดแทรกรูปภาพในเนื้อหา และ ความสำคัญของขนาดและสีตัวอักษรซึ่งทั้งหมดนี้นักทอ่งเที่ยวมีความต้องการอยู่ในระดับมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการทอ่งเที่ยวของนักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทอ่งเที่ยว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลด้านที่อยู่อาศัยของนักทอ่งเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นส่วนใหญ่

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ด้วยค่า t-Test และ F-Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการทอ่งเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพิจารณาจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักทอ่งเที่ยวที่ต่างกัน มีความต้องการในด้านต่างๆ ของการสื่อความหมายที่แตกต่างกัน ดังที่ได้กล่าวสรุปไปแล้วในบทที่ 4 แต่มีประเด็นความต้องการของนักทอ่งเที่ยวที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อลักษณะความต้องการในหลายๆ ด้านดังนี้

เพศต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน ในด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลเพียงด้านเดียว ซึ่งพบว่า นักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพศหญิงมีความต้องการประเภทของการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลมากกว่าเพศชาย

ระดับการศึกษาต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย ซึ่งภาพรวม พบว่า นักทอ่งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

ระดับประถมศึกษา และ ปริญญาเอก มีความต้องการการสื่อความหมายมากกว่าระดับการศึกษา
ระดับอื่นๆ ขณะเดียวกันมีความต้องการด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมายในระดับที่
สูงที่สุด

อาชีพต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านประเภทการ
สื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย ซึ่งภาพรวม
พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความต้องการการสื่อ
ความหมายมากกว่าอาชีพอื่นๆ และมีความต้องการด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย
ในระดับที่สูงกว่า

รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน ในด้านประเภทการ
สื่อความหมายโดยใช้บุคคล ภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีรายได้ 25,001
- 30,000 บาท มีความต้องการประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลในระดับที่สูงกว่ารายได้
ระดับอื่นๆ

ที่อยู่อาศัยต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประเภท
การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อ
ความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย ซึ่งพบว่า
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจาก มาเลเซีย อินโดนีเซีย และอินเดีย มีความต้องการด้านรายละเอียดใน
เนื้อหาของการสื่อความหมายสูงที่สุด เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจาก จังหวัดสงขลา
ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากจังหวัดอื่นๆ ประกอบด้วย ตรัง พัทลุง นครศรีธรรมราช สุราษฎร์
ธานี สตูล พังงา ยะลา ปัตตานี ชุมพร สมุทรปราการ กรุงเทพมหานคร และสุรินทร์ มีความต้องการ
การสื่อความหมายด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลมากกว่าด้านอื่นๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One
Way ANOVA) ด้วยค่า t-Test และ F-Test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อเปรียบเทียบความ
ต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม โดยพิจารณาจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความต้องการในด้านต่างๆ ของการสื่อ
ความหมายที่แตกต่างกัน ดังที่ได้กล่าวสรุปไปแล้วในบทที่ 4 แต่เหตุผลเช่นเดียวกันกับข้อมูลส่วน
บุคคล คือ มีประเด็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อลักษณะความต้องการ
ในหลายๆ ด้าน ดังนี้

ความถี่ในการเดินทางต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการในด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ซึ่งพบว่า มีความถี่ในการเดินทางมาเที่ยววัดพะโคะ 4 ครั้งต่อปี อยู่ในระดับสูงสุด

รูปแบบการเดินทางต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อความหมาย พบว่า กลุ่มที่เดินทางมาด้วยตนเอง และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม มีความต้องการในด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลในระดับมากที่สุดเหมือนกัน ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว มีความต้องการด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลเป็นลำดับที่สูงที่สุด

เหตุผลการมาเยือนวัดพะโคะต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล พบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีเหตุผลที่มาเยือนวัดพะโคะ คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการมาเยือนในครั้งนี้ เป็นจุดแวะพักระหว่างการเดินทาง และเป็นจุดหมายปลายทางหลัก โดยมีความต้องการด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลในระดับมากที่สุด กว่าด้านอื่นๆ

ระยะเวลาในการชมวัดพะโคะต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน ในด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ซึ่งจะใช้เวลาครึ่งวันในการเดินชมวัดพะโคะ อยู่ในระดับสูงสุด กว่าระยะเวลาอื่นๆ

สรุปจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ข้อมูลส่วนบุคคลต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในด้านที่อยู่อาศัย มีความต้องการด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ในระดับมากกว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ

นอกจากนั้น การเปรียบเทียบความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน มีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความต้องการด้านการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลอยู่ในระดับมากกว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ

3. กำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพะโคะควรเป็นอย่างไร

จากการศึกษาทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้รับ การประมวลผลการวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม โดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะการสื่อความหมายที่มีอยู่ใน ปัจจุบัน รวมถึงความคิดเห็นผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องที่จะช่วยเสริมในเรื่องการสื่อความหมายเพื่อที่จะ อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะ โดยที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ตนเอง ลักษณะเป็นกลุ่ม หรือมากับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งความคิดเห็นหลักๆ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน เรื่องการสื่อความหมายที่ใช้ในปัจจุบันก็ยังคงให้ข้อมูลเหมือนเดิม แต่ต้องการให้มีการสื่อ ความหมายเพิ่มเติม คือ แผ่นป้ายบรรยาย หนังสือคู่มือแนะนำเที่ยว สื่อมัลติมีเดียรูปแบบวิดีโอ แผ่นพับ เป็นต้น และเชิงปริมาณจากความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีลักษณะ ความต้องการระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้านประเภท การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ด้านคุณลักษณะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล ด้าน คุณลักษณะการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และด้านรายละเอียดในเนื้อหาของการสื่อ ความหมาย ซึ่งเป็นประเด็นความสำคัญและผู้วิจัยกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สามารถสรุปได้ 6 รูปแบบคือ 1) ผู้บริการข้อมูล 2) มัคคุเทศก์นำเที่ยว 3) ยูนัคคุเทศก์ 4) ป้ายบอกทิศทาง 5) แผ่นป้าย สื่อความหมาย หรือป้ายบรรยาย 6) เว็บไซต์ ซึ่งทั้ง 6 รูปแบบจะเน้นการให้ความรู้ควบคู่ไปกับการ ท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองหรือนักท่องเที่ยวที่มา กับบริษัทนำเที่ยว โดยมีรายละเอียดของแต่ละรูปแบบดังนี้

รูปแบบที่หนึ่ง “ผู้นำชมในท้องถิ่น” คือ การนำเสนอข้อมูลหรือการให้ความรู้ เรื่องราวประวัติวัดพะโคะได้ชัดเจนและละเอียดกว่ารูปแบบอื่น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ อย่างลึก แต่ต้องใช้เวลาค่อนข้างมาก เนื่องจากผู้ให้บริการข้อมูลจะเล่าเรื่องราวต่างๆ แต่ละจุดเยี่ยมชม ภายในวัดพะโคะอย่างละเอียด

รูปแบบที่สอง “มัคคุเทศก์นำเที่ยว” ซึ่งมัคคุเทศก์นำเที่ยวจะขึ้นอยู่กับบริษัทนำ เที่ยวว่าจ้างมัคคุเทศก์เหล่านั้น ส่วนใหญ่เป็นมัคคุเทศก์ฟรีแลนซ์ทำหน้าที่ให้ความรู้หรือบรรยาย ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวโดยใช้บริการนำเที่ยวจาก บริษัทนำเที่ยว และมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวทำหน้าที่บริการ ในช่วงเดือนมีนาคมและเมษายนของทุกปี จะมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะเป็นจำนวนมาก ส่วนทางวัดมี

กิจกรรมที่สำคัญรองรับนักท่องเที่ยวที่นิยมมาในช่วงเวลาดังกล่าว เช่น สรงน้ำหลวงปู่ทวดในช่วงสงกรานต์ ประเพณีห่มผ้าพระธาตุ และกิจกรรมอื่นๆ ที่ทางวัดได้จัดขึ้น เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

รูปแบบที่สาม “ยุวมัคคุเทศก์” เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ทางวัดพะโคะให้ความสำคัญและได้รับความร่วมมือกับโรงเรียนสมเด็จพระเจ้าพะโคะ ที่จะเผยแพร่ความรู้เรื่องราวของวัดพะโคะให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะ โดยให้นักเรียนที่มีความสนใจและจิตอาสาสมัครเข้าร่วมโครงการมัคคุเทศก์น้อย ผู้ที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการอบรมเป็นยุวมัคคุเทศก์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการบรรยายให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะบรรยายตามจุดต่างๆ ที่สำคัญ เช่น หลวงปู่ทวดปางชูดงค์ บ่อน้ำซักจีวร รอยพระพุทธรูป เป็นต้น

รูปแบบที่สี่ “ป้ายบอกทิศทาง” รูปแบบนี้เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะเป็นครั้งแรก เนื่องจากวัดพะโคะเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ทุกจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะมีความโดดเด่น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาต่างก็อยากทราบว่าแต่ละจุดตั้งอยู่บริเวณไหนบ้างภายในวัดพะโคะ โดยสร้างเป็นผังองค์กรรวมของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาก่อนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ ดังนั้นป้ายบอกทิศทางจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสามารถบอกทิศทางให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้าชมแต่ละจุดโดยไม่หลงทางและเสียเวลากับการหาจุดท่องเที่ยวต่างๆ รูปแบบของป้ายบอกทิศทาง จะเป็นตัวบ่งบอกถึงจุดท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการจะเข้าไปเยี่ยมชม การปักป้ายบอกทิศทาง อย่างน้อย 5-10 เมตร ก่อนถึงจุดท่องเที่ยวนั้นๆ หรือ ตามถนนเส้นหลัก บอกตรงจุด มองเห็นได้ชัดเจน สีสันสะดุดตา ลักษณะของป้ายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น เป็นลูกศร มีรูปภาพของจุดท่องเที่ยวต่างๆ ขนาดสอดคล้องกับป้ายบอกทิศทาง ติดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ และสะดวกต่อการสื่อความหมาย ขนาดและสีของตัวอักษรให้กับสีพื้นของป้าย โดยแผ่นป้ายบอกทิศทางเป็นสีน้ำเงิน และใช้ตัวอักษรเป็นสีขาว มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษกำกับ ส่วนวัสดุของแผ่นป้ายให้มีความคงทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศและดูแลรักษาง่าย เช่น แผ่นโลหะขนาดของป้าย ในส่วนของความกว้างและความยาวขึ้นอยู่กับคำหรือจำนวนตัวอักษรที่บรรจุในแผ่นป้าย

รูปแบบที่ห้า “แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือป้ายบรรยาย” รูปแบบของแผ่นป้ายสื่อความหมายหรือป้ายบรรยายนั้น มีความสำคัญที่จะเป็นตัวถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ซึ่งจะบรรยายละเอียดเรื่องราวของวัดพะโคะให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะ ได้เรียนรู้และรับรู้เรื่องราววัดพะโคะได้ด้วยตนเอง ซึ่งไม่มีการผ่านผู้ที่ทำหน้าที่สื่อความหมาย โดยใช้นุศล

ในทางกลับกันรูปแบบนี้แอบแฝงข้อเสียไว้คือ ไม่สามารถให้คำตอบกับนักท่องเที่ยวที่มีข้อสงสัยหรือข้อซักถามบางประการที่นักท่องเที่ยวต้องการอย่างทราบ โดยทั่วไปตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ การสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวจะใช้แผ่นป้ายบรรยายโดยส่วนใหญ่ เหมาะสมกับการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย หรือการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง โดยที่วัดพระโคเคควรมีป้ายประวัติของวัดจำนวน 1 ป้าย ขนาดใหญ่ มีจุดเด่น และป้ายย่อยๆ ตามจุดต่างๆ จำนวน 9 ป้าย ได้แก่ หลวงปู่ทวดปางธุดงค์ บ่อน้ำศักดิ์วิธร รอยพระพุทธรบาท สุวรรณมาลิกเจดีย์ เจดีย์องค์เล็ก พระพุทธรูปไสยาสน์ ศาลาตัดดินความหลักช้าง และดวงแก้ววิเศษ

รูปแบบที่หก “เว็บไซต์” การนำเสนอรูปแบบนี้ทางวัดพระโคได้สร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่การเข้าถึงข้อมูลหรือรายละเอียดต่างๆ ยังใช้การไม่ได้ เนื่องจากไม่มีผู้ดูแลระบบ ซึ่งบางรายการสามารถเข้าไปชมได้แต่ก็ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เพื่อที่จะให้การสื่อความหมายรูปแบบนี้สมบูรณ์ ต้องพัฒนาระบบและให้ผู้ดูแลระบบควบคุม ให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันเสมอเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

จะเห็นได้ว่าทั้งหกรูปแบบมีข้อดีข้อเสียต่างกัน เช่น ผู้นำชมในท้องถิ่นมีข้อมูลในเชิงลึก ข้อมูลชัดเจน แต่ไม่มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ จึงไม่สามารถสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ ยูวมัคคุเทศก์มีบทที่ตายตัว ท่องจำบทในการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยว ถูกถ่ายทอด และท่องจำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อที่จะสามารถสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้รับทราบประวัติความเป็นมา สำหรับป้ายสื่อความหมายและป้ายบอกทิศทางยังไม่มีภาษาอังกฤษกำกับ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเว็บไซต์ไม่สมบูรณ์เนื่องจากไม่มีผู้ดูแลระบบ จึงทำให้ไม่มีการนำข้อมูลเข้าไปบรรจุภายในเว็บเพจเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาข้อมูลก่อนเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยววัดพระโค

อภิปรายผล

ผลการวิจัยรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นที่ค้นพบ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ

วัดพะโคะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และนิยมมาเที่ยวกัน ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ รวมถึงเรื่องราวเกี่ยวกับ หลวงปู่ทวดที่สร้างชื่อเสียง จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องราว สำหรับในปัจจุบันวัดพะโคะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือกิจกรรมทัวร์ไหว้พระ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่พุทธศาสนิกชนให้ความสำคัญ และได้รับความนิยมน่าสนใจ ทั้งนี้เพราะตามความคิดเห็นที่ถือว่า การได้มาสัมผัสประสบการณ์ที่ศักดิ์สิทธิ์ ตามแนวคิดของ Pizan and Mansfeld (1999) มองว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น มาจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรมชนชาติและการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยอยู่เดิม เนื่องจากคนเรามีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็นในตนเอง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ พยอมน ธรรมบุตร (2548) ซึ่งการท่องเที่ยววัดพะโคะเป็นอีกรูปแบบที่เน้นศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาโดยเรื่องราวความเป็นมาถูกถ่ายทอดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่สำคัญภายในวัดพะโคะ ยังปรากฏหลักฐานเด่นชัด สอดคล้องกับแนวคิดของ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540, น. 8-10) ได้อธิบายถึงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและสืบทอดมาจากบรรพชนจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญในรากฐานทางประวัติศาสตร์และความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวหรือสิ่งปรากฏขึ้น ทั้งโบราณสถาน และโบราณวัตถุ เช่น ศาลาตัดสินความ รอยพระพุทธรบาท บ่อน้ำ ชักจิวร พระสุวรรณมาลิกเจดีย์ ภาพจิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ ราณี อสิชัยกุล (2546, น.83) เป็นการชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวและยังสอดคล้องกับแนวคิดของปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐติ (2552, น. 135-138) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วยการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องกับเรื่องราวในประวัติศาสตร์ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือเมืองเก่า ซึ่งเป็นที่นิยมของกลุ่มคนทั่วไป ดังนั้น การท่องเที่ยววัดพะโคะจึงเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์

และเล่าเรื่องราวความเป็นมาเหตุการณ์ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ รวมถึงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

นอกจากนี้องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2555) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายของวัฒนธรรมท้องถิ่นให้สามารถถ่ายทอดคุณค่าและมีความหมายทางสัญลักษณ์ บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญทางการท่องเที่ยวที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ เรื่องราวประวัติศาสตร์เกิดจากการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมรวมกัน ซึ่งได้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมและสืบสานเป็นมรดกตกทอดรุ่นต่อรุ่น จากบรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน วัฒนธรรมได้ทำหน้าที่เป็นรากฐานความมั่นคงของท้องถิ่น และชุมชนวัดพะโคะยังคงมีการสืบทอดเจตนารมณ์ของบรรพบุรุษในการสืบสานเรื่องราวประวัติศาสตร์ของวัดพะโคะตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีทั้งปราชญ์ชาวบ้าน ยุวมัคคุเทศก์ที่ทำหน้าที่สื่อความหมาย หรือให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะ ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงวัฒนธรรม ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีลักษณะสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม โดยแนวคิดของ จุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2550, น. 46) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็น ศิลปวัตถุ โบราณสถาน วัดวาอาราม ปราสาทราชวัง สถานที่ซึ่งเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถานเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ โบราณคดี และวัฒนธรรม ซึ่งหลักฐานเหล่านี้แสดงถึงประวัติศาสตร์ที่เป็นรูปธรรม สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของคนในอดีต รวมถึงการดำเนินชีวิตในแต่ละยุคสมัย ซึ่งเป็นผลงานของบรรพชนได้อุทิศความคิด เวลา แรงงาน ประดิษฐ์ขึ้นด้วยความอุตสาหะ จึงนับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยที่วัดพะโคะมีโบราณสถานและโบราณวัตถุที่สำคัญ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เยี่ยมชมและประวัติความเป็นมาที่สำคัญ เช่น ศาลาตัดสินความที่ยังคงเหลือเศษส่วน โครงสร้างเดิมที่สร้างขึ้นในสมัยอดีตกาล รอยพระพุทธรูป สวรรณมาลิกเจดีย์ เป็นต้น เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เยี่ยมชมคุณค่าของโบราณสถาน โบราณวัตถุ เหล่านี้ ควรที่จะปลูกจิตสำนึกให้คนในชุมชนหรือเจ้าของบ้านเกิดความหวงแหน ทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อที่จะเป็นมรดกให้กับคนรุ่นต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนากุล (2548, น. 286) ได้แบ่งหลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 4 ประการ 1) การท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มมูลค่า

ของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เป็นสิ่งจำเป็นที่วัดพะโคะต้องรวบรวมข้อมูลเรื่องราวที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้และประสบการณ์ 2) การท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตน และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การบริการนำเที่ยว การขายสินค้า เป็นต้น ชุมชนวัดพะโคะ มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ควรปลูกจิตสำนึกในการหวงแหน และรักษาคุณค่าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ล่องไหลเข้ามาเยี่ยมชมได้ชื่นชมกับทรัพยากรเหล่านั้น 3) การท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อความหมายหรือการบรรยาย ให้ความรู้ในเรื่องราวเกี่ยวกับวัดพะโคะ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเข้าใจ ที่สำคัญผู้บรรยายต้องสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์โบราณวัตถุ และโบราณสถานภายในวัดพะโคะ 4) การท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมเพื่อนบ้าน หรือชุมชนอื่นรวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองสำหรับวัดพะโคะผู้สื่อความหมาย เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน มัคคุเทศก์ และยุวมัคคุเทศก์ เป็นกำลังสำคัญที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการให้ความรู้เล่าเรื่องราวของวัดพะโคะ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของผู้มาเยือน เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ต่างถิ่น หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยของณัฐกานต์ เฟื่องหาพันธ์ (2554, น. 89-112) ที่ได้ให้ความสำคัญกับสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คำว่า “เชียงคาน” ดึงดูดนักท่องเที่ยวของไทย ซึ่งใช้สื่อที่หลากหลายรูปแบบ หนึ่งในนั้นคือสื่อประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชนและชาวบ้านในชุมชน ที่ทำหน้าที่เชิญชวนญาติพี่น้อง เพื่อน หรือบุคคลต่างถิ่น ให้เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน รวมถึงเพื่อนและญาติของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนเชียงคานเกิดความประทับใจจึงเกิดการบอกต่อทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่า และเป็นศูนย์กลางทางจิตใจของชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงหลักฐานด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุที่ปรากฏชัดเจนภายในวัดพะโคะมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่น่าศึกษามากมาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวแต่ละ

จุดที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม ตามแนวคิดของ รสิกา อังกูร และคณะ (2545, น. 147-148) ได้อธิบายว่า วัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และสำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีผู้เห็นความสำคัญของวัดกับการท่องเที่ยว เนื่องจากวัด เป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทยมาตั้งแต่อดีต อิทธิพลของพุทธศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีของชาวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นแหล่งรวมงานศิลปวิทยาการและความรู้มากมายหลายสาขาลดจนเป็นแหล่งรวมของศิลปกรรมที่มีค่า เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และจิตรกรรมฝาผนัง ซึ่งงานศิลปกรรมต่างๆ เหล่านี้นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า ปัจจุบันวัดมีบทบาทเพิ่มมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานที่สำคัญประเภทหนึ่ง ซึ่งมีศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมและความเจริญของชาติ ที่สามารถศึกษาย้อนกลับได้ในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ศิลปกรรม สถาปัตยกรรมรวมทั้งเชื่อมโยงความเป็นมาของวัฒนธรรมกับชุมชนและการตั้งถิ่นฐานของชุมชน ดังนั้น วัดพะโคะจึงเป็นโบราณสถาน ที่ทางกรมศิลปากรที่ 13 สงขลาให้ความสำคัญ โดยเข้ามาดูแล ทำนุบำรุง ซ่อมแซมส่วนที่เสียหาย และได้จัดทำป้ายสื่อความหมายจุดที่สำคัญ ที่จะสามารถเผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวด้วยตนเอง เช่น พระพุทธไสยาสน์ สุวรรณมาลิกเจดีย์ ศาลาตัดสินความ รวมถึงป้ายประวัติวัดพะโคะ และได้ให้ความสำคัญกับพุทธศิลป์อันล้ำค่า รวมถึงเป็นที่เคารพนับถือ นักท่องเที่ยวจึงหลั่งไหลเข้ามาเยี่ยมชม กราบไหว้ เคารพบูชา เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ สุภาพร วรพล (2546) วัดเป็นทรัพยากรสำคัญ เพราะพุทธศิลป์เป็นแหล่งจูงใจ การอนุรักษ์ไว้นั้นมีคุณค่าทางการดำรงพระพุทธศาสนาไว้ และเป็นการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ฉะนั้นวัดจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า ดังแนวคิดของ กนกวรรณ ดุงศรีแก้ว (2549) มองว่าแหล่งรวมของวัฒนธรรม มีทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม เพียงแต่จะถ่ายทอดออกไปได้อย่างไร ถ้าไปแยกส่วนซึ่งไม่ได้มองอย่างต่อเนื่องเป็นเหตุเป็นผล ก็จะทำให้เพียงถ่ายรูปแบบครั้งแสดงกริยาที่ไม่เหมาะสม คนไทยบางกลุ่มมาก็ไม่ได้สร้างเสริมปัญหา ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะวัดไม่ได้แสดงบทบาทอย่างชัดเจนว่าจะพัฒนาสังคม และด้านการนารายได้เข้ามาทำนุบำรุงวัด ทำนุบำรุงท้องถิ่น จังหวัดและประเทศโดยรวม ขณะเดียวกันวัดก็เป็นแหล่งที่สามารถให้ความรู้ ความคิดกว้างขวางขึ้น ให้ความสงบ ความร่มเย็นกับผู้มาเยือน ทำให้พุทธศาสนิกชนเข้าใจพุทธศาสนาได้ดีขึ้น วัฒนธรรมของชุมชนของสังคมไม่ว่าที่ใดในโลกไม่มีอะไรเป็นหลักเท่ากับศาสนา ศาสนาเป็นรากเหง้าของการตั้งชุมชนและสังคม ดังนั้น วัดพะโคะยังคงมีความสำคัญกับผู้คนในคาบสมุทรมหานคร รวมถึงคนในพื้นที่ใกล้เคียง และนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะซึ่งทางวัดให้ความสำคัญกับการให้

ความรู้แก่ผู้ที่เข้ามาเยือน ซึ่งมีการจัดการในส่วนของการสื่อความหมาย โดยจัดให้มียุวมัคคุเทศก์ คอยทำหน้าที่บรรยายแต่ละจุดที่สำคัญให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น หลวงปู่ ทวดปาฐกคัมภ์ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ รอยพระพุทธรูปบาท สุวรรณมาลิกเจดีย์ พระพุทธรูปไสยาสน์ เป็นต้น

2. การสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ

เทคนิคการเล่าเรื่องราวสู่ผู้ฟัง หรือการนำเสนอข้อมูลให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจตรงกัน นั้นเป็นเรื่องที่ยากหากไม่มีเทคนิคหรือธีมที่จูงใจให้ผู้คนเหล่านั้น ภายในวัดพะโคะใช้การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลชัดเจนกว่าการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล และการสื่อความหมายของวัดพะโคะยังไม่มีวิธีที่หลากหลาย ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของ ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิ (2552, น. 107-109) ที่กล่าวถึงการดำเนินการนำเสนอข้อมูล โดยการสร้างธีมมีความหลากหลายในการสื่อความหมาย ซึ่ง การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เช่น การนำชมของมัคคุเทศก์ หรือ การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล การใช้สื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบต่างๆ การนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สถานที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โบราณวัตถุ โบราณสถาน ความเป็นมาของประวัติศาสตร์ และในขั้นตอนนี้จะนำแนวคิดที่ได้ตั้งไว้แล้วมาดำเนินการให้เป็นรูปธรรม เช่น สื่อเทคโนโลยีป้ายคำบรรยายสิ่งพิมพ์ต่างๆ การให้ข้อมูลการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล มีการจัดอบรมวิชาการหรือมัคคุเทศก์นำเที่ยว รวมถึงวิธีการสื่อความหมาย ต้องชัดเจนเกี่ยวกับการให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวเพื่อไม่ก่อให้เกิดความเสียหายให้กับภาพลักษณ์และบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับการสื่อความหมายภายในวัดพะโคะ ในปัจจุบันพบว่า มี 9 รูปแบบ คือ 1) ผู้นำชมในท้องถิ่น 2) มัคคุเทศก์นำเที่ยว 3) ยุวมัคคุเทศก์ 4) แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือป้ายบรรยาย 5) ป้ายบอกทิศทาง 6) การจัดนิทรรศการ/ศูนย์การเรียนรู้ 7) หนังสือเล่มเล็ก 8) พลิโบรค 9) เว็บไซต์ ซึ่งการสื่อความหมายเหล่านี้จะกระจายไปตามจุดต่างๆ ที่สำคัญของวัดพะโคะ

การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลภายในวัดพะโคะ ได้แก่ ผู้นำชมในท้องถิ่น มัคคุเทศก์นำเที่ยว และยุวมัคคุเทศก์ เป็นนักสื่อความหมายโดยผ่านตัวบุคคลที่สามารถโต้ตอบกับอีกฝ่ายหนึ่งได้ หรือเป็นการสื่อสารสองทิศทาง (Two -Way Communication) เพื่อที่จะสื่อสารกันเข้าใจ ตามที่ดร.ชนิ เอมพันธุ์ (2550, น. 9) กล่าวไว้ สำหรับผู้นำชมในท้องถิ่น ประกอบด้วย ประชาชนชาวบ้านหรือผู้สูงอายุในชุมชน ปัจจุบันมีจำนวนไม่กี่คนที่มีความรู้เรื่องราววัดพะโคะอย่างละเอียด และพระภิกษุสงฆ์ ที่ทำหน้าที่ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว โดยเป็นการเล่าเรื่องราวที่ได้รับ

การสืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเปรียบเสมือนอดีตเป็นบันทึกความทรงจำ ผู้นำชมในท้องถิ่นจะให้ความสำคัญกับเรื่องราวของวัดพะโคะ โดยเฉพาะปราชญ์ชาวบ้าน จะนำชมแต่ละจุดที่สำคัญภายในวัดพะโคะ เช่น รอยพระพุทธรบาท สุวรรณมาลิกเจดีย์ พระพุทธรไสยาสน์ ศาลาตัดหิน ความ ลุกแก้ววิเศษ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องราวอย่างละเอียด ใช้เวลาในการนำชมมากพอสมควรนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสพบกับปราชญ์ชาวบ้าน เมื่อปราชญ์ชาวบ้านได้เข้ามาดูแลความเรียบร้อยของวัด หรือช่วงที่วัดจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ปราชญ์ชาวบ้านได้เข้ามาช่วยงาน เนื่องจากเป็นหนึ่งในคณะกรรมการวัดพะโคะส่วนพระภิกษุสงฆ์จะนำชมหรือให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเป็นบางโอกาสเท่านั้น เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองโดยเป็นหมู่คณะจำนวน 10-20 คน พระภิกษุสงฆ์จะให้ความรู้และนำชมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้หรือ นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างจังหวัดที่ต้องการทราบเรื่องราวของวัดพะโคะ ได้นิมนต์พระภิกษุสงฆ์ให้ความรู้และสามารถตอบคำถามต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัดพะโคะโดยปกติพระภิกษุสงฆ์จะทำหน้าที่ดูแลเรื่องการบูชาวัตถุมงคลและความเรียบร้อยภายในกุฏิเจ้าอาวาสเนื่องจากภายในกุฏิเจ้าอาวาสประดิษฐานลูกแก้ววิเศษที่เรื่องราวเชื่อมโยงกับหลวงปู่ทวดรวมถึงให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการทราบที่มาของเมื่อนักท่องเที่ยวที่เข้าชมลูกแก้ววิเศษมีข้อซักถาม หรือต้องการทราบเรื่องราวของลูกแก้ววิเศษพระภิกษุสงฆ์ได้ทำหน้าที่เล่าประวัติความเป็นมาของลูกแก้ววิเศษ สอดคล้องตามที่ ธนิก เลิศชาญฤทธ์ (2554, น. 103-104) ได้อธิบายถึง กระบวนการสื่อสารที่หล่อหลอมความเชื่อมต่อแห่งอารมณ์และสติปัญญาเข้ากับความสนใจของผู้ชมและความหมายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการสื่อความหมายถูกนำมาใช้ในการบอกเล่ากิจกรรมการสื่อสาร เพื่อให้คนเข้าใจสิ่งต่างๆ เช่น พิพิธภัณฑสถาน โบราณคดี อุทยานประวัติศาสตร์ ศูนย์การเรียนรู้ การทัศนศึกษา เป็นต้น และการสื่อความหมายไม่ใช่สิ่งใหม่ แต่กำเนิดมาพร้อมกับมนุษย์ ในประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะสังคมบุพกาลที่ไม่มีลายลักษณ์อักษรใช้นั้น นักเล่านิทานประเภทมุขปาฐะ นักแสดงพื้นบ้าน นักเล่าเรื่อง ครู ผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชนพื้นเมืองต่างๆ ล้วนทำหน้าที่ “ตีความ” เพื่อสื่อสารให้คนในสังคมเข้าใจสิ่งต่างๆ มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังเป็นผู้พิทักษ์รักษาและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมนอกจากนั้นวัดพะโคะมีการสื่อความหมายโดยมัลลเทศก์นำเที่ยว และยุวมัลลเทศก์ซึ่งมัลลเทศก์นำเที่ยวเป็นฟรีแลนซ์ที่จ้างโดยบริษัทนำเที่ยว ให้ทำหน้าที่สื่อความหมายภายในวัดพะโคะให้กับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวนั้นๆ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน ของทุกปีโดยที่มัลลเทศก์นำเที่ยวทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง หรือ ตัวแทนเจ้าของบ้านที่ให้ความรู้ และตอบข้อซักถามให้กับนักท่องเที่ยว สำหรับยุวมัลลเทศก์ ทำหน้าที่บรรยายเฉพาะวันเสาร์ – อาทิตย์ และช่วงปิดเทอม

ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ และ 5 กลุ่มย่อย เพื่อประจำจุดที่สำคัญภายในวัดพะโคอาทิ หลวงปู่ทวดปางธุดงค์ บ่อน้ำชกจิวร รอยพระพุทธรบาท สุวรรณมาลิกเจดีย์ และพระพุทธรไสยาสน์ โดยได้รับความร่วมมือจากโรงเรียนสมเด็จพระเจ้าพะโคะ เพื่อสนับสนุนให้นักเรียนได้มีความรู้และประสบการณ์ในการนำเที่ยว และกล้าแสดงออก รับนักเรียนทุกชั้นปีที่มีจิตอาสาเข้าร่วมโครงการ “มัคคุเทศก์น้อยท้องถิ่น” ซึ่งนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการอบรมเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะรวมถึงเทคนิคการการบรรยายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวชัดเจนยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2554, น. 17-20) อธิบายถึงเรื่องและผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงได้ สิ่งที่บรรยายแล้วเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ฟัง เช่น ความเชื่อ ที่สำคัญต้องเรียบเรียงอย่างดี การสื่อความหมายที่ดีจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ทันที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การได้เรียบเรียงเนื้อเรื่องได้ดีเพียงใด ซึ่งจะต้องเข้าใจง่าย โดยปกติจะเริ่มต้นด้วย หัวข้อเรื่อง หัวข้อรองเพื่อขยายความ ข้อมูลควรมีความต่อเนื่องสอดคล้องกัน ใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำได้ยาวนานในเรื่องราวที่นำเสนอ เช่น ในการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์ ควรบอกเรื่องราวความเป็นมา เพื่อสร้างความเข้าใจในภาพรวม และต้องมีใจความสำคัญ เมื่อบรรยายจบลงแล้วจะต้องสรุปได้ใจความจะเห็นได้ว่า วัดพะโคะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ยังปรากฏหลักฐานชัดเจนที่มีการสื่อความหมายโดยใช้ตัวบุคคลในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจในทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ สอดคล้องกับ แนวคิดของดวงกมล ชาดิประเสริฐ อ่างใน ปรีชาวรรณ ชะเอมวัน (2553, น.27) ได้กล่าวถึง การสื่อความหมายเป็นวิธีการให้ข้อมูลเพื่ออธิบายถึงความสำคัญของสถานที่นั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องคุณค่าและการอนุรักษ์รวมถึงการนำเสนอข้อมูลทางประวัติศาสตร์ให้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อม การให้ข้อมูลเป็นการเล่าเรื่องที่มีเค้าโครงเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ของสถานที่และแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ซึ่งจะนำมาสู่ความใส่ใจในการอนุรักษ์มรดกชิ้นสำคัญ รวมถึงเรื่องราวที่เล่าสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคนจนถึงปัจจุบันเพื่อให้คนรุ่นต่อไป ได้ศึกษาความเป็นมาที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สร้างคุณค่าให้วัดพะโคะและการอนุรักษ์สืบต่อไป

ประเด็นต่อมาคือ การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลภายในวัดพะโคะ ได้แก่ ป้ายสื่อความหมายหรือป้ายบรรยาย ป้ายบอกทิศทาง จดนิทรรศการ/ศูนย์การเรียนรู้หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด หนังสือเล่มเล็ก พิพิธภัณฑวัดพะโคะ และเว็บไซต์ สอดคล้องกับดรชนิเอมพันธ์ (2550, น. 9) ได้อธิบายถึง การให้ข้อมูลแบบทิศทางเดียว (One -Way Communication) โดยการใช้สื่ออุปกรณ์ สิ่งก่อสร้าง หรือสิ่งพิมพ์ ซึ่งการสื่อความหมายในรูปแบบเหล่านี้เหมาะสมกับ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเอง อีสาระในการเที่ยวชมภายในวัดพะโคะ โดยไม่จำกัดเรื่องเวลา ให้กับตนเองหรือการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ก่อนที่จะออกเดินทางมาเที่ยวชมวัดพะโคะ จากป้ายสื่อความหมายหรือป้ายบรรยาย และป้ายบอกทิศทางที่มีอยู่นั้น ยังมีอุปสรรคด้านภาษา ซึ่งไม่มีภาษาอังกฤษกำกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงไม่สามารถศึกษาข้อมูลได้ด้วยตนเองซึ่งลักษณะการสื่อความหมายลักษณะของป้ายภายในวัดพะโคะที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งป้ายทั้งหมดสอดคล้องกับลูปิซญา จันท์พรรค (2552, น. 28-29) โดยได้แบ่งป้ายคำบรรยายและสัญลักษณ์ออกเป็น 3 ชนิดตามการใช้งาน คือ ป้ายคำบรรยาย ป้ายบอกทิศทางและสถานที่ ป้ายทั่วไป ป้ายคำบรรยายบอกเรื่องราวเกี่ยวกับเนื้อหาของการจัดแสดงหรือหลักฐานที่ปรากฏอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวอ่านและทำความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว

ภายในวัดพะโคะมีจำนวน 5 ป้ายจัดทำขึ้นโดยเอกชน จำนวน 1 ป้าย และอีก 4 ป้าย จัดทำขึ้นโดยกรมศิลปากรที่ 13 สงขลา ซึ่งประจำตามจุดต่างๆ ภายในวัดพะโคะ อาทิ ป้ายที่จัดทำขึ้นโดยเอกชน คือ ป้ายประวัติวัดพะโคะ มีเนื้อหาพอสังเขป ตำแหน่งที่ตั้งบริเวณด้านหน้ามณฑปรอยพระพุทธรูปหรือฝั่งขวามือทางขึ้นพระสุวรรณมาลิกเจดีย์ส่วนป้ายที่จัดทำขึ้นโดยกรมศิลปากรที่ 13 สงขลา ประกอบด้วย ป้ายประวัติวัดประดิษฐาน ตั้งอยู่ทางขึ้นบันไดนาคฝั่งซ้ายมือมีภาษาอังกฤษกำกับแต่ข้อความเลื่อนลง ป้ายประวัติสุวรรณมาลิกเจดีย์ ป้ายพระพุทธรูปไสยาสน์ ตั้งอยู่คู่อันระหว่างทางเดินลงไปยังศาลาตัดสินความ และป้ายสุดท้ายตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าศาลาตัดสินความ ซึ่งข้อความที่บรรจุภายในป้ายสื่อความหมายยังไม่ละเอียดชัดเจน สำหรับป้ายบอกทิศทาง มีเพียง 2 จุด คือ บริเวณลานหน้ามณฑปรอยพระพุทธรูป และทางขึ้นด้านหลังของวัด ซึ่งลักษณะข้อความที่บรรจุภายในมีเพียงไม่กี่ป้ายที่มีภาษาอังกฤษกำกับ ส่วนที่เหลือมีเฉพาะภาษาไทย และการติดตั้งป้ายค่อนข้างกระจุกตัว การสื่อความหมายยังไม่ชัดเจนที่บ่งบอกหรือชี้ทางไปยังสถานที่ต่างๆ สำหรับจัดนิทรรศการ/ศูนย์การเรียนรู้หลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดนิทรรศการ จัดแสดงภายในศาลาบุญญผลโต ของวัดพะโคะ อยู่ทางทิศเหนือของมณฑปรอยพระพุทธรูป เป็นการจัดแสดงชีวประวัติของหลวงปู่ทวด และตามรอยหลวงปู่ทวดไปยังสถานที่ต่างๆ ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับหลวงปู่ทวด อาทิเช่น สำนักสงฆ์คันเลียบวัดพะโคะ วัดช้างไห้ เป็นต้น ส่วนหนังสือเล่มเล็กเกี่ยวกับประวัติวัดพะโคะ และประวัติสมเด็จพระพะโคะจัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการวัด มีรายละเอียดของเนื้อหาพอสังเขป หนาเล่มละ 60 บาท โดยจัดวางไว้ภายในสถานที่บูชาวัตถุมงคล

นอกจากนั้นพิพิธภัณฑ์วัดพะโคะ เป็นโครงการที่กำลังดำเนินการในด้านสถานที่ โดยการปรับปรุงและซ่อมแซมเพื่อรองรับการจัดทำพิพิธภัณฑ์ ซึ่งพิพิธภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นแห่งนี้เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้บนคาบสมุทรสทิงพระ ซึ่งจะเน้นเรื่องราวความสำคัญของวัดพะโคะการเชื่อมโยง

ประวัติของหลวงปู่ทวด เป็นการจำลองเรื่องราวต่างๆ ที่ทำขึ้นจากเรขาคณิต ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากเจ้าอาวาสคนปัจจุบัน ส่วนเว็บไซต์ของวัดพะโคะ ทางวัดได้จัดทำขึ้นไว้เพื่อบริการให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัดพะโคะ จุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ แต่ยังไม่มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เนื่องจากยังไม่มีผู้ดูแลระบบ ทางวัดพะโคะให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประวัติวัดพะโคะเพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยใช้วิธีการสื่อความหมายต่างๆ ทั้งการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ศึกษาความสำคัญที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีต ซึ่งตรงกับครุฑนี้ เอ็มพันธ์ (2550, น. 9) กล่าวถึงการสื่อความหมายทั้งสองประเภทนี้ เป็นสื่อหรือตัวกลาง หมายถึง วิธีการ อุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการสื่อความหมายที่จะให้ข้อมูลข่าวสารหรืออธิบายให้ ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นการสื่อความหมายของวัดพะโคะจึงจำเป็นอย่างยิ่งทั้งสองประเภท ตามที่ McLean (1993, p. 106) ได้กล่าวถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวที่มีการสื่อความหมาย นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลข่าวสารและคำบรรยาย หากไม่มีคำบรรยายระดับความสนใจที่มีต่อวัตถุ ต่างๆ หรือความเป็นมาที่สำคัญ จะลดลงทันที คำบรรยายรวมทั้งภาพถ่าย ภาพเขียน วัตถุล่อตาต่อใจ อื่นๆ มีผลอย่างมากต่อนักท่องเที่ยว และทำให้จดจำเนื้อหาสาระข้อมูลได้ดีกว่า ส่วนป้ายคำบรรยาย ประกอบด้วยคำบรรยายที่ตอบข้อสงสัยของนักท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาเรียบง่าย เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวและวัตถุที่เป็น โบราณวัตถุหรือโบราณสถาน ข้อมูลข้างต้นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหินของ วิสัยพร สาคริก (2545) ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน จำนวน 30 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 30 คน พบว่า การใช้สื่อบุคคล โดยการบอกเล่าเรื่องราว สืบต่อกันมา และการสื่อสารข้อมูลประวัติชุมชน ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเป็นสื่อที่ใช้ประจำคือ แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือแนะนำเที่ยว รายการโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อที่จะทำขึ้นเฉพาะกิจ เช่น วิทยู ป้ายประกาศ ซึ่งจัดทำขึ้นโดยภาครัฐและเอกชน จะเห็นได้ว่าการ สื่อความหมายในวัดพะโคะในปัจจุบัน มีทั้งภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนในการสื่อ ความหมายให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น กรรมการวัด องค์การบริหารส่วน ตำบลชุมพล โรงเรียนสมเด็จพระเจ้าพะโคะ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

3. ลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเดียวกัน อาทิ เช่น ชุมพร ตรัง พัทลุง นครศรีธรรมราช ฯลฯ รองลงมานักท่องเที่ยวภูมิภาคอื่น เช่น กรุงเทพฯ สมุทรปราการ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และอินเดีย บางส่วน ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะมีอายุระหว่าง 30-39 ปี สอดคล้องกับ ปราโมชน์ รอดจรัส (2553, น. 118-124) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่จะต้องเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ยานพาหนะ ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย รวมถึงโครงสร้างของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างกัน เช่น เพศชาย เพศหญิง มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวัดพะโคะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด สถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : แผนนำเสนอโบราณสถานขอมจังหวัดสกลนครของ จิราภรณ์ พรหมเทพ (2554, น. 187-195) ได้อธิบายว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง สถานภาพโสด และการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

การเดินทางมาท่องเที่ยววัดพะโคะเดินทางโดยเป็นหมู่คณะ 4-6 คน เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มญาติหรือกลุ่มเพื่อน ลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางด้วยตนเอง และรองลงมาเป็นกลุ่มใหญ่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว รถตู้หรือรถบัส สำหรับกลุ่มนักเรียน หรือนักศึกษาเดินทางมาครั้งละ 1-2 รถบัส ซึ่งได้รับมอบหมายจากอาจารย์ให้มาศึกษาประวัติศาสตร์ หรือความรู้ด้านอื่นๆ เกี่ยวกับวัดพะโคะซึ่งสอดคล้องกัน สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ (2554, น. 27-29) ได้มองว่าการเดินทางมีลักษณะเฉพาะด้าน และพฤติกรรมที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจ ทำท่าย ขณะเดียวกันอีกกลุ่มหนึ่งเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยสูง และรูปแบบการเดินทางบางกลุ่มมีแนวโน้มเลือกบริการจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่บางกลุ่มเลือกวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวัดพะโคะส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาครั้งแรก แต่ไม่เกิน 5 ครั้งต่อปี รวมถึงความสะดวกในการเยี่ยมชมวัดพะโคะนักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยวในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการของ วิลาสินี จุลปาโล และคณะ (2552, น. 164-170) ที่ได้ทำการสอบถามนักท่องเที่ยวแบบปลายเปิดและปลายปิดจำนวน

400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณในวันหยุดราชการ (เสาร์-อาทิตย์) และรับทราบข้อมูลข่าวสารมาก่อน โดยรู้จักเมืองโบราณตามสื่อต่างๆ อาทิ อินเทอร์เน็ต หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และบุคคลแนะนำ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม วัดพะโคะจะใช้เวลาในช่วงเช้าเนื่องจากอากาศยังไม่ร้อน โดยใช้เวลาในการเยี่ยมชมภายในวัด พะโคะ 2-3 ชั่วโมงซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Swarbrooke และ Horner (1999) อธิบายถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว และปัจจัยที่ทำให้เลือกประเภทหรือลักษณะในการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบ ในการตัดสินใจท่องเที่ยวมีองค์ประกอบอื่นๆ ตามมา เช่น แหล่งท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทาง ระยะเวลาการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว โดยวัดพะโคะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง สำหรับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน อาทิเช่น การเคารพ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ บูชาวัตถุมงคล ศึกษาเรียนรู้เรื่องประวัติของวัด บางคนมาเยี่ยมชมเพื่อพักผ่อนและบาง คนญาติหรือเพื่อนชนมา โดยบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะที่พบเห็นได้บ่อย ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทั่วไป นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น ซึ่งตรงกับ เดชา บุญค้ำ (อ้างถึงใน ปราโมชน์ รอดจรัส 2553, น. 116) ได้ระบุถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น 9 สาเหตุ หนึ่งในนั้น เป็นการนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การไหว้พระปิดทอง การบริจาคเงิน การแก้บน และมีการซื้อสินค้าที่วางขายอยู่บริเวณนั้น ซึ่งวัด พะโคะ เป็นวัดหนึ่งที่มีชื่อเสียงและเป็นทีเคารพนับถือของนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับ ความ สักสิทธิ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตรวมถึงผู้ที่รักการสะสมวัตถุมงคล หรือ นักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบหลังไหลเข้ามาบูชาวัตถุมงคลตามความเชื่อนอกจากนั้นนักท่องเที่ยว บางกลุ่มต้องการทราบเรื่องราวเป็นตำนานเกี่ยวกับวัดพะโคะที่เล่าสืบต่อกันถึงปัจจุบัน จึงเป็นที่มา และความจำเป็นของการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้และทราบเรื่องราวของวัดพะโคะ

นอกจากนี้ การสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยว ที่เข้ามายังพื้นที่ถือได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างก็มีปัจจัยเลือกการท่องเที่ยวของค่อนข้าง จะซับซ้อน เนื่องจากแต่ละคนย่อมมีความต้องการของตนเอง และมีปัจจัยเฉพาะของตน ตามที่ ศุภลักษณ์ อัครางกูล (2554, น. 59-61) ได้กล่าวถึง ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยภายนอก ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นมีสี่ประเภท ได้แก่ สถานการณ์ ความรู้ ทัศนคติและการรับรู้ ประสบการณ์ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะมีสถานการณ์รายได้อยู่ ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ในด้านความรู้คือวัตถุประสงค์ที่ส่วนใหญ่่นักท่องเที่ยวมาเพื่อเคารพ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้เกิดจากตัวนักท่องเที่ยวเป็นแรงผลักดันที่พฤติกรรม ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สุวีร์ณสณฺญ โสภณศิริ (2554, น. 96-97) กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ แรงจูงใจเป็นแรงขับที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทาง

ด้านร่างกายและจิตใจ ผ่านการซื้อสินค้าและบริการ สำหรับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว คือ แรงขับภายในชั้นพื้นฐานที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวเลือกวัดพะโคะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางมาครั้งนี้ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญหรือมีวัตถุประสงค์เพื่อเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการทำบุญไหว้พระ 9 วัด ของวิศิษฐ์ เดชมาก และคณะ (2552, น. 116-119) ได้กล่าวถึงระดับพฤติกรรมที่มีผลต่อด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการของนักท่องเที่ยว คือ เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ในวัด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10, S.D. 0.82)

4. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา วัดพะโคะ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปซื้อสินค้าหรือบริการหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการ มีอำนาจการซื้อและมีความเต็มใจจ่ายค่าสินค้าและบริการ ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2544 น. 19) กล่าวว่าความต้องการในการท่องเที่ยวนี้เกิดจากหลายเหตุผล นักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับจุดประสงค์ และความประทับใจที่ได้รับมา ตามที่ Stephen j Pang and et al. (2001, p. 59) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวบางส่วนที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดพะโคะมากกว่า 2 ครั้งต่อปี ซึ่งมีเหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป โดยธรรมชาติความต้องการของนักท่องเที่ยว มีความพยายามจัดกลุ่มที่สามารถบอกถึงพฤติกรรมเฉพาะกลุ่ม แต่ความจริงแล้วแต่ละบุคคลมีลักษณะความต้องการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภลักษณ์ อังครางกูร (2554, น. 89-105) ได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น กลุ่มเชิงการศึกษา เช่น แลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย การเรียนภาษาในต่างประเทศ การท่องเที่ยวกลุ่มนี้ผู้ที่มีความสนใจตรงกันและความต้องการศึกษาในสิ่งที่สนใจนั้น อาทิ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนี้มีเวลา มีเงิน และยังมีสุขภาพดีพอที่จะท่องเที่ยวได้และสนใจในครอบครัว เพื่อน สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ จุดประสงค์ในการเดินทางคือเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อนเยี่ยมญาติ และมักจะใช้พาหนะเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ กลุ่มผู้สูงอายุนับเป็นหนึ่งในสามของนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม วัดพะโคะยังเป็นแหล่งเรียนรู้ที่นักเรียน นักศึกษา ได้เข้ามาศึกษาประวัติความเป็นมา หรือเรียกได้ว่าทุกเพศ ทุกวัย

ที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะรวมไปถึงความต้องการด้านการสื่อความหมาย ซึ่งมีรายละเอียดจากการศึกษาดังนี้

1. ความต้องการประเภทการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล

จากการวิเคราะห์ความต้องการสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการรูปแบบการสื่อความหมายอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2554, น. 151 - 246) ที่วิเคราะห์นักท่องเที่ยวในการแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้ของการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับการสื่อความหมายภายในวัดพะโคะ ประกอบด้วย การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล 3 รูปแบบแรกที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการ คือ ผู้บริการข้อมูล ($\bar{x} = 4.03$) มัคคุเทศก์นำเที่ยว ($\bar{x} = 3.91$) และยุวมัคคุเทศก์ ($\bar{x} = 3.90$) ซึ่งนักท่องเที่ยวยังมีประเด็นความต้องการคุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคลที่จะทำให้ตัวนักท่องเที่ยวเข้าใจ และรับรู้ข้อมูลด้วยตนเอง คือ ต้องการให้ข้อมูลรายละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย สอดคล้องกับ เชิดชาติ หิรัญโร (2546, น. 29) ที่อธิบายถึงการแปลความเพื่อสื่อความหมาย โดยทั่วไปอาจหมายถึง การอธิบายเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือการแปลความหมายจากวัตถุที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยว ไปสู่ “ภาษา” ที่ผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้ อาจเป็นเพราะคนทั่วไปส่วนใหญ่ยากที่จะทำความเข้าใจความสำคัญของวัตถุต่างๆ ที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยว หรือ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ว่ามีความเกี่ยวข้องกับอย่างไรกับชีวิตประจำวันของคนในชุมชนหรือท้องถิ่น ดังนั้น ผู้สื่อความหมายมีอักษาศัยเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง บุคลิกภาพที่แสดงต่อนักท่องเที่ยว เช่น กริยา มารยาท การแต่งกาย ที่ต้องแสดงออกสอดคล้องกับ สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2554, น. 42) กล่าวว่า นักสื่อความหมายจำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี มีอักษาศัยที่เป็นมิตรกระฉับกระเฉง และที่สำคัญต้องมีอารมณ์ขัน สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้คิด และร่วมค้นหาคำตอบ รวมถึงการให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ข้อห้าม ความปลอดภัย สอดคล้องกับ ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิติ (2552, น. 107-109) ได้มองว่าจัดการแหล่งเรียนรู้ เพื่อเป็นการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายกับแหล่งท่องเที่ยว หรือเกิดอันตรายทางกายภาพต่อทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวควรได้รับทราบถึงข้อปฏิบัติหรือข้อห้ามในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่ควรอนุรักษ์และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รวมถึงการอนุญาตให้เข้าชมแหล่งท่องเที่ยวด้วยเวลาที่เหมาะสม ด้วยเหตุด้านความปลอดภัย หรือสถานที่คับแคบ สิ่งเหล่านี้

มีความสำคัญที่จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาลดลง นอกจากนั้นการใช้เวลาที่เหมาะสมในการสื่อความหมาย กระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม สอดคล้องกับ สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2554, น. 17-20) ได้อธิบายว่า การสื่อความหมายที่มีคุณภาพจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้ ต้องเพลิดเพลิน การสื่อความหมายที่ดีจะต้องสนุก เพลิดเพลินไม่เกิดความเบื่อหน่าย เช่น การบรรยายที่รื่นหู สนุกสนาน

ขณะเดียวกันคุณลักษณะของรูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลภายในวัดพระโคตต้องมีทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ ที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราว ตามที่สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2554, น. 17-20) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและประทับใจในเรื่องราวที่น่าเสนอและวิธีนำเสนอจำเป็นต้องน่าสนใจ ดึงดูดใจ ชวนติดตาม สามารถกระตุ้นความคิด จุดประกายความอยากรู้ผู้การค้นพบความคิดหรือประเด็นใหม่ และได้รับประสบการณ์โดยมีคุณลักษณะการสื่อความหมายที่สำคัญคือ สนุกสนาน เชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยว เรียบเรียงอย่างดี และมีใจความสำคัญ ซึ่งการสื่อความหมายจะประสบความสำเร็จได้ เมื่อการนำเสนอมีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน หรือ ประสบการณ์ของผู้ฟัง แต่ไม่ใช่เป็นเพียงการให้ข้อมูล ซึ่งการสื่อความหมายจะต้องมีข้อมูลเป็นพื้นฐาน ที่เป็นการรวมศิลปะหลายอย่างเข้าด้วยกัน แม้ว่าสิ่งที่สื่อออกไปจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือ สถาปัตยกรรม อย่างไรก็ตามศิลปะทุกแขนงสามารถเรียนรู้ได้ และมีใช้การสอน แต่เป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ โดยมุ่งไปที่การเสนอภาพรวมมากกว่าส่วนใดส่วนหนึ่ง ฉะนั้นเรื่องที่จะนำเสนอจะต้องเชื่อมโยงกันทั้งหมด

2. ความต้องการประเภทการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล

จากการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ระดับความต้องการมาก 3 ลำดับแรก คือ ป้ายบอกทิศทาง ($\bar{x} = 4.01$) แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายบรรยาย ($\bar{x} = 3.99$) และเว็บไซต์ ($\bar{x} = 3.99$) เช่นกัน ซึ่งแตกต่างจากราณี อธิชัยกุล และคณะ (2554, น. 151-246) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ เว็บไซต์ รองลงมา คือ หนังสือนำเที่ยว แผนที่ และ โบว์ชัวร์/แผ่นพับ ขณะเดียวกัน การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลภายในวัดพระโคตนั้น นักท่องเที่ยวจะเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งมีสื่อเหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในตัวของมันเอง หรือเรียกว่า One – Way Communication ตามที่ McLean, 1993 : 106 (อ้างถึงใน สุพิชญา จันทร์พรรค, 2552, น.29)

พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลข่าวสารและคำบรรยาย หากไม่มีคำบรรยายระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัตถุต่างๆ หรือความเป็นมาที่สำคัญ จะลดลงทันที คำบรรยายรวมทั้งภาพถ่าย ภาพเขียน วัตถุ และวัตถุล่อตาต่อใจอื่นๆ มีผลอย่างมากต่อผู้นักท่องเที่ยว และทำให้จดจำเนื้อหาสาระของข้อมูลได้ดีกว่าจากวัตถุเพียงอย่างเดียว เช่น ป้ายคำบรรยาย ควรประกอบด้วยคำบรรยายที่ตอบข้อสงสัยของนักท่องเที่ยว โดยมีเนื้อหาที่เรียบง่าย เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวและวัตถุที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ รวมถึงภาพจิตรกรรมฝาผนัง ควรเขียนสละสลวยต่อเนื่องกัน โดยผู้เข้าชมหรือนักท่องเที่ยวได้รับความรู้และเข้าใจง่าย ทั้งนี้รูปแบบการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลที่นักท่องเที่ยวต้องการในระดับมาก 3 อันดับแรกที่กล่าวมาข้างต้น จะต้องมีความลักษณะเพิ่มเติม ดังนี้ เนื้อหากระชับและถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายที่เสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพระโคหรือชุมชน ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงเรื่องราวอย่างต่อเนื่องเพื่อความเข้าใจได้ง่ายของนักท่องเที่ยว รวมถึงรูปแบบ และวิธีการสื่อให้โดดเด่น น่าสนใจ นอกจากนี้คุณลักษณะดังกล่าวที่ต้องนำมาพิจารณายังมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงถึงเพื่อให้รูปแบบการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคลนั้นออกมาโดยสมบูรณ์ รายละเอียดที่มาจากความต้องการนักท่องเที่ยว คือ การใช้ภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษที่ใช้กันอย่างสากล หรือภาษาอื่นๆ ที่จำเป็นเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เช่น ภาษาจีน ภาษามลายู เนื่องจากวัดพระโคมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนมากพอสมควร ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนในมาเลเซีย เป็นต้น รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาและทดลองใช้คู่มือแนะนำเที่ยวโบราณสถานในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของศิริพร สร้อยนาคพงษ์ (2543) ที่อธิบายถึง การทดสอบความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้คู่มือท่องเที่ยวโบราณสถาน โดยนักท่องเที่ยวต้องการให้มีคู่มือที่นั้น มีฉบับภาษาสากลควบคู่ไปด้วยกัน และมีภาพประกอบที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน เพราะเป็นจุดสนใจมากกว่ามีเพียงคำบรรยายเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดพระโคมีความต้องการความโดดเด่นของตัวอักษร รวมถึงให้ความสำคัญขนาด และสีตัวอักษร ที่จะบรรจุในรูปแบบการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล สอดคล้องกับ กรมอุทยานแห่งชาติและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2555) ใช้ตัวอักษรที่เป็นมาตรฐาน ข้อความอ่านง่าย ขนาดตัวอักษรสามารถเรียกร้องความสนใจ เช่น ชื่อเรื่องตัวอักษรโตกว่าข้อความที่ตาม สำหรับการใส่สีควรใช้สีที่อ่านง่ายชัดเจน ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้สีตัดระหว่างอักษรและสีพื้น

5. ทิศทางการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ

วัดพะโคะเป็นหนึ่งในวัดสำคัญของคาบสมุทรสทิงพระ ซึ่งผู้คนหรือนักท่องเที่ยวให้ความเคารพนับถือตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ยิ่งนับวันนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยมนับทุกเพศ ทุกวัย รวมถึงนักเรียนนักศึกษาที่เห็นความสำคัญ การศึกษาประวัติความเป็นมา โดยการเยี่ยมชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่บรรพบุรุษได้สร้างปรากฏขึ้นตามหลักฐานยังทรงคุณค่าให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม ดังนั้น ทางวัดพะโคะควรเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายเพื่อสอดรับหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับการท่องเที่ยวสร้างกิจกรรมส่งเสริมให้เกิดความภาคภูมิใจ ซาบซึ้งในมรดกอันล้ำค่าเพื่อปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องนำเสนอการสื่อความหมายในรูปแบบใหม่ๆ และมีความน่าสนใจ เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวด้วยการใช้สื่อที่เป็นภาพ และเสียง หรือคู่มือแนะนำ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Tilden (1977) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อความหมาย ได้ใช้เป็นเครื่องมือบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการให้ความรู้ที่มุ่งหมายเพื่อเปิดเผยความหมายและความสัมพันธ์ของสิ่งนั้น โดยมีสื่อประกอบ เช่น วัตถุของจริง รูปภาพ หรือการสัมผัสด้วยตนเอง โดยให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ตรง แทนที่จะอธิบายให้ทราบเฉพาะแต่เพียงข้อมูลอย่างเดียว โดยมองว่าเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาเยี่ยมชม โบราณวัตถุ โบราณสถานภายในวัดพะโคะ เป็นวิธีการนำเสนอข้อมูล หรือเรียกว่า วิธีการสื่อสาร ที่เน้นการถ่ายทอดความคิดมากกว่าใช้ข้อมูลทั่วไป แต่ต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานในการอธิบายเนื้อหาสาระให้เข้าใจอย่างชัดเจนนอกจากนั้นยังต้องมีรูปแบบการสื่อความหมายที่หลากหลาย โดยสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ของ ฉัฐการ์นต์ เฟ็งหาพันธ์ (2554, น. 89-112) ที่ได้กล่าวถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ การสื่อความหมายของแหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศึกษาอดีต ตลอดจนประสบการณ์ของคนในท้องถิ่นถึงวิถีการดำเนินชีวิตที่สืบทอดต่อกันมา โดยมีจุดประสงค์ในการเล่าถึงอดีตที่เป็นรูปธรรม ซึ่งเปรียบเสมือนอดีตเป็นบันทึกความทรงจำและขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในท้องถิ่นจนถึงปัจจุบัน และสิ่งรอบๆตัวในท้องถิ่นมีความหลากหลายทางความคิด และสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยวัดพะโคะยังคงสืบทอดการสื่อความหมาย โดยผ่านตัวสื่อที่เป็นบุคคลและไม่บุคคล ให้

เรื่องราวหรือตำนานที่เล่าสืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตอยู่กับคนในชุมชนได้สืบสานตำนานนี้ต่อไป เพื่อมิให้ข้อมูลบิดเบือนไปจากข้อมูลเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุวณัน ขวัญทอง (2543, น. 13-14) กล่าวคือ การค้นคว้าข้อมูลทางประวัติศาสตร์เป็นการสร้างและวิเคราะห์องค์ความรู้ทั้งทาง พฤติกรรม ความคิด และวัตถุสิ่งของ ที่ปรากฏหลงเหลืออยู่ ขึ้นตอนต่อมาเป็นการอธิบายอดีต ทำ ความเข้าใจและตีความหมายของหลักฐานที่พบจากอดีต เช่น วัตถุโบราณ โบราณสถาน สถานที่ สำคัญ และเรียนรู้ที่จะอธิบายถึงสิ่งที่ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับกระบวนการคิด ประสบการณ์ ด้วย เหตุผลและประสบการณ์ ซึ่งจะมีการบันทึกข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ต่อสาธารณชนในรูปแบบต่างๆ เช่น หนังสือ คู่มือ พิพิธภัณฑสถาน และการสื่อความหมาย ในการ สื่อสารรูปแบบอื่นๆ เพื่อต้องการพัฒนา ปรับเปลี่ยนให้มีความถูกต้องแม่นยำและเป็นการเผยแพร่ ความรู้อย่างกว้างขวาง

ข้อพิจารณาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ตัวแทนภาคประชาชน ภาครัฐ และ ภาคเอกชน ตระหนักและเห็นว่าการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายมีความจำเป็นต่อการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ และการสื่อความหมายสิ่งต่างๆ เหล่านี้ให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ ให้ความรู้ความเข้าใจ และเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องบริหารจัดการ สถานที่เพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้การสื่อความหมายที่ดีและมีประสิทธิภาพ ทุกฝ่ายควรเข้ามามีส่วนร่วม โดยเฉพาะชุมชนหรือภาคประชาชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ ควรได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแผนการ พัฒนาในด้านการท่องเที่ยว รวมถึงภาครัฐจะสามารถเข้าใจความต้องการและความจริงใน ภาคปฏิบัติของชุมชนหรือภาคประชาชน เช่น โครงการสื่อความหมายโดยผู้นำชมในท้องถิ่น พระภิกษุสงฆ์ หรือยุวมัคคุเทศก์ เพื่อหาแนวทางแก้ไขและปรับตัวต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงอยู่ เสมอ อาทิเช่น การเข้าสู่อาเซียน เป็นต้นหรือเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในสื่อความหมายให้กับ นักท่องเที่ยว ตามที่ (อุมพร มุณีแนม, 2552, 64)กล่าวถึง การสร้างความสัมพันธ์อย่างมีความหมาย กับแหล่งท่องเที่ยวโดยให้ภูมิรัฐรวมทั้งสภาพความจริง มีเป้าหมายที่จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และการเรียนรู้สืบเนื่องต่อไป เพื่อนำมาเป็นประเด็นพิจารณาสำหรับโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อ ความหมาย จึงมีกิจกรรมและการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ที่สำคัญการมีส่วนร่วมของสาธารณชน สามารถเข้าถึงได้ทางกายภาพแต่ในกรณี que การเข้าถึงแหล่งทางกายภาพถูกจำกัดเนื่องจากประเด็น การอนุรักษ์ ความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม การใช้สอยที่ถูกปรับเปลี่ยนไป หรือด้วยประเด็นความ ปลอดภัย ทั้งนี้หากชุมชนได้มีส่วนร่วมในการสื่อความหมาย เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ควรพัฒนา ซึ่ง จะช่วยกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนอนุรักษ์ และวางแผนทรัพยากรภายในแหล่งท่องเที่ยวให้ ยั่งยืนอยู่กับชุมชนของตนเองตลอดไป ทั้งนี้การสื่อความหมายควรมีการประเมินผู้รับข้อมูลทั้งใน

ด้านที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา เช่น ศักยภาพของผู้ให้ข้อมูล การตอบข้อซักถาม การบริการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น อีกทั้งต้องพยายามสื่อสารถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งให้เข้าถึงผู้รับข้อมูลที่หลากหลาย รวมทั้งความหลากหลายของภาษาในกลุ่มผู้เข้าชมแหล่ง ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนารูปแบบของการสื่อความหมายจึงควรปรับใช้ให้สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะทางกายภาพ อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการเลือกสื่อหรือโปรแกรมในการนำเสนอ คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง มักจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมมีหลายประเภท รวมไปถึงการแต่งกายควรให้เหมาะสม โดยเฉพาะวัดพระโคเป็นสถานที่เคารพบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลได้แก่ ผู้นำชมท้องถิ่น ยูวมัคคุเทศก์ และมัคคุเทศก์นำเที่ยว จึงมีความจำเป็นในการให้คำแนะนำ การปฏิบัติตนสำหรับเที่ยวชมภายในวัดพระโค สอดคล้องกับ สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2554, 40-42) ที่กล่าวถึง วิธีป้องกันโดยใช้สื่อแบบนำเที่ยว ซึ่งเจ้าหน้าที่เป็นนักสื่อความหมาย จะสามารถควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและลดการจากรรมวัดภูมิค่าได้ ดังนั้น ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อความหมายภายในวัดพระโค ต้องกระตุ้นและปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว สำหรับการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลภายในวัดพระโค สื่อบางรูปแบบจำเป็นต้องใช้ควบคู่กับการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่มีบริเวณกว้าง ควรมีการบรรยายควบคู่กับป้ายนิทรรศการ และแผ่นพับในเรื่องของใจความหลัก ความสลับซับซ้อนในเนื้อหา ตัวอย่างเช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน เวียงกุมกาม อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์บรรยายประวัติความเป็นมา อธิบายความหมายของสัญลักษณ์ และนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ ชัดเจน มีการเรียบเรียงที่เข้าใจง่าย สร้างความสนุกสนานในขณะที่เยี่ยมชม และวัตถุประสงค์ของโปรแกรมการสื่อความหมาย มีส่วนสัมพันธ์กับการเลือกสื่อ

ดังนั้น การสื่อความหมาย เป็นกระบวนการสื่อสารที่หล่อหลอมความเชื่อมต่อระหว่างอารมณ์และสติปัญญาเข้ากับความสนใจของผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวซึ่งการสื่อความหมายถูกนำมาใช้ในการบอกเล่ากิจกรรมการสื่อสาร เพื่ออธิบายถึงความสำคัญของสถานที่นั้นให้คนเข้าใจสิ่งต่างๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ แหล่งโบราณคดี อุทยานประวัติศาสตร์ ศูนย์การเรียนรู้ เป็นต้นสื่อจึงเป็นตัวสำคัญที่นำเสนอควรแตกต่างกัน เนื่องจากศักยภาพในการเรียนรู้ ความเข้าใจไม่เหมือนกัน แต่ที่สำคัญนักท่องเที่ยวต้องการมีปฏิสัมพันธ์ต้องการคำชี้แจงแนะนำ ความเข้าใจ และความสนุกสนาน

ผลิตผลิตในสิ่งที่กำลังถูกนำเสนอรวมถึงการสื่อความหมายที่ดีควรหลากหลายและแตกต่าง เช่น การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลผสมผสานกับการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ซึ่งสอดคล้องกับ ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัยฐิติ (2552, 107-109) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันต้องการ ข้อมูลและการนำเสนอหรือการสื่อความหมายที่แตกต่างกันเช่นเด็กนักเรียนมีความสนใจในเรื่อง กิจกรรม มีเนื้อหาที่ไม่เป็นสาระแทรกบางช่วง ซึ่งมีพฤติกรรมในการเข้าชมที่แตกต่างจากผู้ใหญ่ หรือนักวิชาการที่ต้องการข้อมูลหรือเนื้อหาเพื่อเก็บเกี่ยวความรู้ประสบการณ์และใช้เวลานานในการเยี่ยมชมศึกษาหาความรู้ อาจให้ข้อเสนอแนะ หรือข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการ สื่อความหมาย นอกจากนี้การพัฒนารูปแบบของการสื่อความหมายจะบรรลุเป้าหมายและ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยเฉพาะชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ ได้เข้าร่วมประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมกำหนด นโยบายและแผน ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามาจับทาบ หรือเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อ ความหมายของวัดพะ โคะและสิ่งสำคัญควรร่วมกันส่งเสริมจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์แสดงให้ นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ซึ่งจะนำมาสู่ความใส่ใจในการอนุรักษ์ หวงแหนสิ่งที่มี คุณค่าและความสำคัญของวัตถุที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

6. รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ

รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัด พะโคะ อำเภอสังขละ จังหวัดสงขลา ได้อยู่บนพื้นฐานของการสื่อความหมาย 2 ประเภท ตามที่ ดร.ชนิ เอมพันธ์ (2550, น. 9) กล่าวถึง การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดย ไม่ใช้บุคคล ซึ่งเป็นการผสมผสานความต้องการของนักท่องเที่ยว และจากการประชุมกลุ่มย่อยของ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกำหนดรูปแบบและวิธีการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และนำแนวทางดังกล่าวไปใช้ได้จริง (ชนิก เลิศชาญฤทธ์ 2554, น. 108-102) การได้มาซึ่ง รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัดพะโคะ ที่สามารถสรุปได้ 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบผู้บริการข้อมูล 2) รูปแบบมัคคุเทศก์นำเที่ยว 3) รูปแบบยุวมัคคุเทศก์ 4) รูปแบบป้ายบอกทิศทาง 5) ป้ายสื่อความหมาย หรือป้ายบรรยาย และ 6) เว็บไซต์ ทั้งหกแบบนี้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นวิธีการให้ข้อมูลเพื่อ อธิบายถึงความสำคัญของของวัดพะโคะ สอดคล้องกับ ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัยฐิติ (2552, น. 140) ซึ่ง เป็นการถ่ายทอดข้อมูล นำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยว และ

แสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าความสำคัญของพื้นที่ ซึ่งจะนำมาสู่ความใส่ใจในการอนุรักษ์ต่อไปในอนาคต

การสื่อความหมายในรูปแบบผู้นำชมในท้องถิ่น เป็นการให้ข้อมูลของคนในท้องถิ่น ซึ่งไม่ใช่มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เนื่องจากไม่มีใบอนุญาตตามกรมการท่องเที่ยวกำหนด และไม่มีค่าตอบแทน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย” ของ ญัฐกานต์ เฟ็งหาพันธ์ (2554, น. 89-112) ซึ่งพบว่า ชุมชนมีการใช้สื่อประเภทบุคคล ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน เป็นหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากสื่อบุคคลนั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น เป็นการใช้สื่อที่ง่ายที่สุดในชุมชน ผู้บริการข้อมูลในท้องถิ่นมีความรู้เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ตำนานที่ถูกกล่าวขาน เนื่องจากได้รับการถ่ายทอดจากบรรพชนย่อมจะมีประสบการณ์ในการกล่าวถึงตำนานได้ที่ชัดเจนกว่า ซึ่งจะเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลเชิงลึก เช่น นักวิชาการ นักศึกษา เป็นต้น สอดคล้องกับ สมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2554, น. 40-42) อธิบายถึง นักท่องเที่ยวประเภทนี้ มีการเตรียมตัวศึกษาหาความรู้มาก่อนเกี่ยวกับความสำคัญ หรือความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว มีความคุ้นเคยกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจ คือ ต้องการมีประสบการณ์และสัมผัสบรรยากาศจริงในการเยี่ยมชม ข้อมูลที่น่าเสนอมีสาระ น่าสนใจ ไม่เร่งรีบมีเวลาในการเยี่ยมชม นักวิชาการต้องการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าเป็นหมู่คณะ ใช้เวลาในการเยี่ยมชมศึกษาหาความรู้ อาจมีข้อคำถามบางประเด็นในเชิงลึก ซึ่งผู้บริการข้อมูลในท้องถิ่นให้ข้อมูลได้ดีกว่าสื่อในรูปแบบอื่น สำหรับนักเรียน นักศึกษา ที่นิยมมาเป็นหมู่คณะกับโรงเรียนหรือสถาบันศึกษา ผู้บริการข้อมูลในท้องถิ่นควรให้ข้อมูลพื้นฐาน เพื่อความเข้าใจ เช่น นักเรียนประถมศึกษาควรสื่อความหมายที่เข้าใจง่าย รายละเอียดไม่แน่นจนเกินไป เพื่อเป็นการไม่รบกวนนักท่องเที่ยวคณะอื่น ควรมีการบรรยายเฉพาะกลุ่ม ปัจจุบันวัดพะโคะมีการสื่อความหมายในรูปแบบนี้ โดยมีปราชญ์ชาวบ้าน และพระภิกษุสงฆ์ ทำหน้าที่บรรยายให้ความรู้เฉพาะกิจ หมายถึง ปราชญ์ชาวบ้านได้มีโอกาสเล่าตำนาน ประวัติวัดพะโคะ ให้นักท่องเที่ยวฟังเมื่อได้รับการเชิญเพื่อมาบรรยายจุดท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะแต่ละจุดอย่างละเอียด แต่ค่อนข้างใช้เวลา เนื่องจากปราชญ์ชาวบ้านให้ข้อมูลอย่างละเอียด โดยจะนำนักท่องเที่ยวไปยังจุดต่างๆ ภายในวัดพะโคะ ซึ่งปราชญ์ชาวบ้านเน้นการเผยแพร่ความรู้ และประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว เพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ในสิ่งที่ถูกนำเสนอออกไปจากคำบอกเล่า หรือ นักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือเป็นคณะ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างภูมิภาคที่ยังไม่เคยมาสัมผัสกับ

แหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ มักจะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มาเยือน ซึ่งเป็นการได้มาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีความคาดหวังที่จะได้รับความรู้ประสบการณ์จากการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้ศึกษาข้อมูลจากทางสื่ออื่นๆ เช่น เว็บไซต์ของผู้ประกอบการ หรือบริษัทนำเที่ยว หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งได้ทราบข้อมูลความเป็นมาของวัดพะโคะพอสังเขป แต่การมาเยี่ยมชมเยือนแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง จะให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลจากผู้ที่มีความรู้ เช่น คนในชุมชน ผู้อาวุโสในชุมชน หรือพระภิกษุสงฆ์ที่มีความรู้เกี่ยวกับวัดพะโคะ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน” ของวิไลพร สาศริก, (2554) ใช้สื่อบุคคลโดยผ่าน ผู้นำชุมชน และการบอกเล่า ในการสื่อสารข้อมูลประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยว ดังนั้น จากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการสื่อความหมาย และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้ข้อคิดเห็นตรงกันในการกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลในรูปแบบผู้บริการข้อมูลในท้องถิ่นให้ยังคงอยู่กับการสื่อความหมายในวัดพะโคะ เนื่องจากการสื่อความหมายรูปแบบนี้ มีข้อมูลเชิงลึกและชัดเจน ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เฉพาะกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น เนื่องจากการสื่อความหมายในรูปแบบนี้ ยังเป็นปัญหาด้านภาษาสากล ที่ไม่สามารถสื่อสารหรือการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ แต่อย่างไรก็ตาม การสื่อความหมายรูปแบบผู้ให้บริการข้อมูลในท้องถิ่นยังมีความสำคัญต่อการถ่ายทอดความสำคัญ รวมถึงสร้างความเข้าใจในคุณค่าและการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุภายในวัดพะโคะ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นเป็นการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายวัดพะโคะ เพื่อให้เกิดคุณค่าทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ให้คงอยู่กับชุมชนและคนรุ่นหลังสืบต่อไป ตามที่ธนิช เลิศชาญฤทธ์ (2554, น. 108-102) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมให้ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแนวทางและวิธีการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สิ่งสำคัญที่สุดผู้บริการข้อมูลในท้องถิ่น ในฐานะเป็นตัวแทนของชุมชน ในการสื่อความหมาย ต้องเป็นของเจ้าบ้านที่ดี ต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างญาติมิตร วิธีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับวัฒนธรรม โดยใช้เทคนิควิธีการ อย่างเป็นศิลปะ เชื่อมโยงเรื่องราวความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ เช่น สิ่งที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต โดยใช้กระบวนการสื่อความหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม จนเกิดความรู้ความเข้าใจ และภาษาใช้ที่เข้าใจง่ายเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ประทับใจและเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และความสำคัญของการอนุรักษ์ อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดีต่อไป (นำขวัญ วงศ์ประทุม, 2545: 9)

การสื่อความหมายในรูปแบบมัลติเทคส์นำเที่ยว เน้นการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รองลงมารองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน และต่างภูมิภาค เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ได้หลงใหลเข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของวัดพะโคะ สอดคล้องกับ ปันรัชฎ์ กาญจนนัยฐิติ (2552, น. 105-107) กล่าวว่า สร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับโบราณสถานหรือแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับ การนำเสนอข้อมูล เพราะนักท่องเที่ยวหวังจะได้ทั้งความรู้ ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน และ ประสพการณ์ ไปพร้อมๆ กัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเที่ยวโบราณสถานและมีความรู้ความ เข้าใจ ให้ทราบถึงเรื่องราวของบุคคลในอดีตที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับมีความสะดวกสบาย ความ ปลอดภัยในการเข้าชม ประสพการณ์ในการเยี่ยมชมของแหล่งท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น ความ ต้องการของแต่ละบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชม โบราณสถานมักจะแตกต่างกัน บางคนอาจมีพื้น ฐานความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และไม่ต้องกรข้อมูลมากนัก การให้ข้อมูลที่มากเกินไปอาจเป็น เรื่องที่น่ารำคาญ และเมื่อได้ บางคนอาจจะไม่มีความรู้มาก แต่มีความต้องการที่จะเรียนรู้ หรือบาง คนอาจไม่ต้องการเรียนรู้ ดังนั้นการให้ข้อมูลหรือการสื่อความหมาย ควรคำนึงถึงนักท่องเที่ยวหรือ ผู้ชมด้วย แต่ต้องคำนึงถึงด้วยว่าหากมีความสนุกสนานมากเกินไปอาจเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ชม ออกจากคุณค่าของสถานที่ที่ต้องการจะอนุรักษ์ได้ ซึ่งมัลติเทคส์นำเที่ยวภายในวัดพะโคะมีหน้าที่ บรรยายจุดต่างๆ ที่สำคัญให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเป็นมาที่สำคัญ ต้องมีเทคนิคในการ บรรยายเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกน่าเบื่อ บรรยายชัดเจน เข้าใจง่าย สามารถตอบข้อซักถามของ นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

ดังนั้น จากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย และ จากข้อสรุปของการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดพะโคะ สามารถสรุปได้ว่า วัดพะโคะ ควรมัลติเทคส์นำ เที่ยวหรือมัลติเทคส์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นตัวแทนจากชาวบ้านหรือบุคคลในพื้นที่ ที่มีจิตอาสา รักในการ พูดยุทธ การแนะนำ และการสื่อความหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสื่อความหมายเพื่อการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในวัดมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช ของกาญจนา แสงศรี (2552) ได้ศึกษาและพบว่าภายในวัดมหาธาตุวรมหาวิหาร มีการจัดทำสื่อเพื่อเป็นการ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัลติเทคส์อาสา ที่ทำหน้าที่บริการข้อมูล และ คอยช่วยสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้เข้าใจคุณค่า ความสำคัญของวัดได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากบุคคลในพื้นที่ มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องราวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ภายในวัดพะโคะ จึงมีความเหมาะสมที่จะให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่ได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนา ศักยภาพในการนำชมแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ สอดคล้องกับ ชนิค เลิศชาญฤกษ์ (2554, น. 108-120) อธิบายถึง การให้ข้อมูลของการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์นำเที่ยว รวมถึงวิธีการสื่อความหมาย ต้องชัดเจนเกี่ยวกับการให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวเพื่อไม่ ก่อให้เกิดความเสียหายกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ สำหรับมัคคุเทศก์นำเที่ยวท้องถิ่นต้องมีใบอนุญาตการนำชมวัดพะโคะ หรือบัตรมัคคุเทศก์ท้องถิ่นตามที่สำนักงาน ทะเบียน กรมการท่องเที่ยวกำหนด โดยทำหน้าที่สื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เข้าใจ ประวัติความเป็นมา ความสำคัญ ความเชื่อ อันส่งผลให้เกิดความศรัทธาที่ปฏิบัติสืบทอดกันมา ยาวนาน โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะทุกวัน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติ ทางวัดพะโคะจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นประจำอยู่ ซึ่งปัจจุบันวัน จันทร์ – ศุกร์ ยังไม่มีบริการการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในวัด พะโคะ ขณะเดียวกันปัจจุบันภายในวัดพะโคะมีมัคคุเทศก์ฟรีแลนซ์ ที่มาจากบริษัทนำเที่ยว ส่วน ใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว มีเฉพาะช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน ของทุกปี โดยมัคคุเทศก์เหล่านี้จะทำหน้าที่บริการนำเที่ยวภายในวัดพะโคะ สื่อความหมาย ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ และตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี เป็น การสื่อความหมายในรูปแบบหนึ่งที่ทางวัดพะโคะควรให้ความสำคัญและรักษาไว้เพื่อบริการการ สื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเป็นกลุ่มจากบริษัทนำเที่ยว ซึ่งต้องให้ความรู้ ความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงมัคคุเทศก์นำเที่ยวมีความจำเป็นต้องศึกษาเรื่องราว อดีต ตลอดจนประสบการณ์ของคนในท้องถิ่นถึงวิถีการดำเนินชีวิตที่สืบทอดต่อกันมา โดยมี จุดประสงค์ในการเล่าถึงอดีตที่เป็นรูปธรรม ซึ่งเปรียบเสมือนอดีตเป็นบันทึกความทรงจำและ ขนบธรรมเนียมประเพณีคนในท้องถิ่นจนถึงปัจจุบัน และสิ่งรอบๆ ตัวในท้องถิ่นมีความ หลากหลายทางความคิด และสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น กล่าวคือ การค้นคว้าข้อมูลประวัติศาสตร์ เป็นการสร้างและวิเคราะห์ หอองค์ความรู้รวมถึงพฤติกรรม ความคิด และวัตถุสิ่งของที่ปรากฏ หลงเหลืออยู่ ขึ้นตอนต่อมาเป็นการอธิบายอดีต ทำความเข้าใจและตีความหมายของหลักฐานที่พบ จากอดีต เช่น วัตถุโบราณ โบราณสถาน สถานที่สำคัญ และเรียนรู้ที่จะอธิบายถึงสิ่งที่ศึกษาค้นคว้า เกี่ยวกับกระบวนการคิด ประสบการณ์ ด้วยเหตุผลและประสบการณ์ (สุวนัน ขวัญทอง, 2543, 13-14) นอกจากนั้นมัคคุเทศก์นำเที่ยวสามารถหยิบยกสิ่งต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวมาสื่อได้ตามความ เหมาะสม ที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวที่เข้าชมเป็นการ

เมื่อกับการรับข้อมูลที่เป็นสาระมากเกินไป สอดคล้องกับ ดร.ชนิ เอ็มพันธ์ (2550, น. 14) การสื่อความหมายไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องตายตัว แล้วแต่โอกาสในการพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจสามารถเข้ากับแกนเรื่องหลักที่กำหนดไว้สำหรับการสื่อความหมายในแต่ละครั้ง มักคุเทศก์นำเที่ยวควรมีทักษะและพรสวรรค์ เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ไม่จำเจ ให้กับนักท่องเที่ยว ในการเยี่ยมชมวัดพะโคะ

การสื่อความหมายในรูปแบบยุวมัคคุเทศก์ เป็นการนำเสนอข้อมูล หรือการบรรยาย จากนักเรียนที่มีจิตอาสาในการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวทำหน้าที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงปิดเทอม ยุวมัคคุเทศก์จะแบ่งกลุ่มๆ ละ 3-4 คน และประจำจุดต่างๆ ภายในวัดพะโคะที่ได้รับมอบหมาย ได้แก่ หลวงปู่ทวดปางมูตรงค์ บ่อน้ำชั่งจิวรรอยพระพุทธบาท พระสุวรรณมาลิกาเจดีย์ และพระพุทธไสยาสน์ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าโบราณสถานและโบราณวัตถุที่สำคัญภายในวัดพะโคะบางจุดยังไม่ได้รับการสื่อความหมายจากยุวมัคคุเทศก์ เช่น ศาลตัดสินความ ดวงแก้ววิเศษ เป็นต้น ถือว่าการสื่อความหมายยังครอบคลุม ขณะเดียวกันยุวมัคคุเทศก์เหล่านี้ได้รับการอบรมวิธีการและเทคนิคการสื่อความหมายจากสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียง เน้นการให้ข้อมูลอธิบายถึงความสำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยวของวัดพะโคะ สอดคล้องกับปริยารธรรม ชะเอมวัน (2553, น. 27) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องคุณค่าเค้าโครงเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลเป็นการเล่าความสำคัญของพื้นที่ ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจ และใส่ใจในการอนุรักษ์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ที่อยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว ยุวมัคคุเทศก์จะให้ข้อมูลหรือการสื่อความหมายเนื้อหากระชับ นำเสนอเฉพาะเนื้อหาหลัก เป็นส่วนที่มีใจความสำคัญในจุดท่องเที่ยวต่างภายในวัดพะโคะ และมีรูปแบบที่ตายตัว เนื่องจากยุวมัคคุเทศก์ต้องท่องจำ เนื้อหาในการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากชนิก เลิศชาญฤทธ์ (2554, น. 108-120) กล่าวถึงการนำเสนอการสื่อความหมายไม่มีรูปแบบที่ตายตัว ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อความหมายสามารถใช้เวลานำเสนอและให้รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้นาน โดยมีทักษะในการใช้ภาษาและคำที่สั้นแต่ได้ใจความ เนื้อหาครอบคลุม ซึ่งผลจากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และการสรุปของการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า การมียุวมัคคุเทศก์เป็นการส่งเสริมให้นักเรียนที่มีจิตอาสา ได้ทำหน้าที่มีความรับผิดชอบ จะทำให้เยาวชนเหล่านี้ได้รับประสบการณ์ และรู้จักการวางแผน อนุรักษ์ แหล่งทรัพยากรเหล่านี้ เสมือนตัวยุวมัคคุเทศก์เป็นเจ้าของบ้านที่ดี ต้องรู้จักแนะนำ เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยว และขอควรปฏิบัติในการรับชมโบราณสถาน และโบราณวัตถุภายในวัดพะโคะ จากข้อสรุปดังกล่าวมีความคิดเห็นตรงกันก็คือ ให้ยุวมัคคุเทศก์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง

หรือ นักสื่อความหมาย คอยบริการในการสื่อความหมาย ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวตลอดไป และอนาคตอาจจะมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบต่างๆ เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวภายในวัดพะโคะ รวมถึงเพื่อให้ยูวมัคคุเทศก์ ได้รับความรู้จากประสบการณ์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมาย สอดคล้องกับ อุมพร มุณีแนม (2552, น. 64) ได้มองว่าการเข้าถึง และการทำความเข้าใจการสื่อความหมาย พยายามสื่อสารถึงคุณค่าความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อความหมาย ประเด็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว เป็นความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม ยูวมัคคุเทศก์จะได้รับความรู้จากประสบการณ์ ในการเป็นนักสื่อความหมายเยาวชนที่มีความห่วงแหนแหล่งทรัพยากรอันนำไปสู่ การป้องกัน การอนุรักษ์ และ ยูวมัคคุเทศก์จะถูกถ่ายทอดรันท่อง โดยเป็นความร่วมมือระหว่างวัดพะโคะและโรงเรียนสมเด็จพระพะโคะ คอยสนับสนุนและส่งเสริมให้นักเรียนที่มีจิตอาสา ได้มีความรับผิดชอบต่อสังคม รู้จักเผยแพร่ หรือแบ่งปันความรู้สู่ผู้อื่น เยาวชนเหล่านี้จะถูกปลูกฝังให้รู้จักการอนุรักษ์แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้ ให้คงอยู่กับชุมชนตลอดไป

จากรูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลทั้งสามรูปแบบ ที่ได้จากความต้องการของนักท่องเที่ยว และข้อสรุปจากการประชุมกลุ่มย่อยนั้น ทั้งสามรูปแบบมีการใช้ในปัจจุบัน แต่ไม่ต่อเนื่อง และการสื่อความหมายยังไม่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลงใหลเข้ามาเที่ยวทุกวัน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะในปัจจุบันมาจากทั่วสารทิศ นักท่องเที่ยวอาจแบ่งเป็นหลายกลุ่ม พฤติกรรมที่แตกต่างกันไป บางกลุ่มต้องการเพียงเพื่อเยี่ยมชม โดยไม่ต้องการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติใดๆ แต่บางกลุ่มที่เดินทางเข้ามาอาจต้องการรับรู้หรือรับทราบข้อมูลจากนักสื่อความหมายเหล่านั้น เพื่อรับรู้ข้อมูลที่ชัดเจนไม่บิดเบือน จึงพบว่า การสื่อสารแบบสองทิศทาง (Two-Way Communication) ตามที่ ดร.ชนิ เอ็มพันธ์ (2550, น. 9) ได้กล่าวถึงการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากสามารถตอบคำถาม และให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ

การสื่อความหมายในรูปแบบป้ายบอกทิศทาง เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะบ่งบอกทิศทางของจุดท่องเที่ยวต่างๆ ภายในวัดพะโคะ ซึ่งปัจจุบันยังพบว่า การสื่อความหมายรูปแบบนี้มีอยู่แล้ว แต่ยังกระจุกตัว และมีเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ ยังคลุกคลีกับการชี้ทางของป้ายยังไม่ชัดเจน รวมถึงยังเป็นอุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งบางป้ายยังไม่มียาอังกฤษกำกับ บางป้ายยังมีสิ่งกีดขวางหรือต้นไม้บัง สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความเหมาะสมของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา

วัดป่าสัก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ของนำขวัญ วงศ์ประทุม (2545) ที่พบว่าสื่อที่มีอยู่ภายใน และภายนอกวัดป่าสักมีความไม่ชัดเจนหลายแห่ง และบางแห่งถูกวางในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม และถูกบดบังด้วยต้นไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถดูข้อมูลได้สะดวก ดังนั้นภายในวัดพะโคะ ควรปรับเปลี่ยนการวางตำแหน่งของป้ายบอกทิศทาง และภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมภายในวัดพะโคะ รวมถึงข้อสรุปจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งมีความคิดเห็นตรงกัน โดยนำเอาหลักเกณฑ์ความต้องการของนักท่องเที่ยวมาพิจารณาพบว่า ภายในวัดพะโคะ ควรกระจายป้ายบอกทิศทางไปตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ โดยจำเป็นต้องบอกล่วงหน้า 5-10 เมตร ก่อนถึงจุดนั้นๆ โดยภาพรวมควรบรรจุป้ายบอกทิศทางไว้ในป้ายแผนผังจุดท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาก่อนที่จะเข้าเยี่ยมชมแต่ละจุดได้อย่างสะดวก นอกจากนั้นป้ายบอกทิศทางที่ประจำอยู่ตามจุดที่เหมาะสมแล้ว ควรมีภาษาอังกฤษ เนื่องจากเป็นภาษาสากล เพื่อให้เป็นการมอบความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การออกแบบป้าย ควรให้เหมาะสมกับตำแหน่งที่จะวางป้าย ไม่เล็กไม่ใหญ่เกินไป พอเหมาะกับตัวอักษรที่ใช้ ตามที่ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2555) ได้อธิบาย ขนาดและรูปร่างควรจะพิจารณาจากจุดประสงค์ของการใช้ รวมถึงใช้ตัวอักษรที่เป็นมาตรฐาน ข้อความอ่านง่าย และสีของป้ายหากป้ายเป็นสีน้ำเงิน ตัวอักษรควรเป็นสีขาว เพื่อความชัดเจน ควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในแผ่นป้ายเดียวกัน ขนาดของแผ่นป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาและภาพที่บรรจุ หากมีเนื้อหามาก ควรแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ ตามเค้าโครงเรื่อง ในการสื่อความหมาย (interpretive theme) แยกเป็นแผ่นป้ายย่อยๆ (panel) ติดตั้งเป็นกลุ่ม และวางตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ สุพิชญา จันทร์พรรค (2552, น. 28-29) กล่าวว่า ป้ายบอกทิศทางและสถานที่ (Orientation Signs) เป็นป้ายที่ให้ความรู้ของทิศทาง และสถานที่ต่างๆ เช่น ป้ายทางเดิน ป้ายห้องน้ำ ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายสถานที่ต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งวัดพะโคะควรได้รับการพัฒนาการบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ในเรื่องการจัดวางป้ายบอกทิศทางให้เหมาะสม และกระจายไปยังจุดต่างๆ ที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงจุดท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

การสื่อความหมายในรูปแบบป้ายสื่อความหมาย เป็นหัวใจสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือ เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวก็ตาม บางครั้งการเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ต้องการความเป็นอิสระในการเที่ยวชมภายใน

แหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง จึงมีความจำเป็น ที่จะให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวโดยใช้ป้ายสื่อความหมายเป็นสื่อกลาง ปัจจุบันพบว่า วัดพะโคะมีป้ายสื่อความหมายหรือป้ายบรรยายอยู่แล้วจำนวน 5 แผ่นป้าย ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานศิลปากร จำนวน 4 แผ่นป้าย โดยเป็นป้ายประวัติวัดพะโคะจำนวน 1 แผ่นป้าย ซึ่งมีภาษาอังกฤษกำกับ แต่ข้อความไม่ชัดเจนเรื่อนราง และป้ายตามจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ 4 แผ่นป้าย รวมถึงป้ายที่เอกชนจัดถวายวัดพะโคะ จำนวน 1 แผ่นป้าย ซึ่งพบว่าข้อความที่บรรจุภายในป้ายเนื้อหายังไม่ชัดเจน ไม่ครอบคลุมถึงลงไปเนื้อหา และไม่มีภาษาอังกฤษกำกับเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตามที่ (Serrell 1983, p. 192 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทรพรรค, 2552, น.30) กล่าวถึงสิ่งที่สำคัญที่สุดของการกำหนดหรือการออกแบบการสื่อความหมาย คือ ตัวหนังสือต้องสามารถอ่านออกได้ ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและจดจำ จากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว และจากข้อสรุปของการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาจากความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักในการนำมากำหนดรูปแบบการสื่อความหมาย ซึ่งภายในวัดพะโคะรูปแบบของป้ายสื่อความหมายจะอยู่ในความดูแลของกรมศิลปากรที่ 13 สงขลา ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโบราณสถาน และโบราณวัตถุ ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงให้ความเห็นว่าควรเป็นหน้าที่ของกรมศิลปากร เพื่อไม่ให้ขัดต่อระเบียบของหน่วยงาน

ป้ายประวัติวัดพะโคะ โดยกรมศิลปากรมีข้อกำหนดลักษณะการออกแบบหรือจัดทำป้าย ประกอบด้วย ขนาดของป้าย 80 x 20 เมตร ความสูงจากพื้น 80 เมตร ใช้แผ่นอลูมิเนียมพ่นสี จะจัดทำในลักษณะนี้ สำหรับเขตพื้นที่สงขลาที่ขึ้นกับกรมศิลปากร ตามที่ได้รับผิดชอบจากส่วนกลาง และลักษณะของป้ายสื่อความหมายที่อยู่ในวัดกับอุทยานประวัติ แต่หากหน่วยงานอื่นนอกเหนือจากกรมศิลปากรต้องการจัดทำป้ายต่างๆ จะต้องทำหนังสือขออนุญาตจากกรมศิลปากร (ประกอบ จันทรศรี, สัมภาษณ์ วันที่ 18 มิถุนายน 2555) ซึ่งแตกต่างกับ (American Association of museum 1995, p. 8 อ้างถึงใน สุพิชญา จันทรพรรค, 2552, น.30) กล่าวว่า ป้ายสื่อความหมาย ควรติดตั้งคำบรรยายเนื้อหา (Wall Label) ควรติดตั้งสูงจากพื้น 54 ฟุต นับจากกึ่งกลางความกว้างของ Wall label หรือ การติดตั้งคำบรรยายวัตถุ (Case Label) นอกตู้ที่ความสูงจากพื้น 36-48 นิ้วฟุต และทำมุม 30-45 องศา ลักษณะการเขียนคำบรรยายให้ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ ไม่เกิน 75 คำ การสื่อความหมายทุกรูปแบบต่างมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าวัตถุที่เป็น โบราณสถานและโบราณวัตถุ จึงต้องมีการกำหนดรูปแบบ หรือ การออกแบบเป็นอย่างดีเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ต่อแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว โดยใช้หลักการที่ทำให้อ่านง่าย โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ขนาดที่เหมาะสมกับขนาดตัวอักษร ควรเลือกใช้ตัวอักษรชนิดที่อ่านง่าย เว้นระยะห่างพอดีระหว่างตัวอักษร คำ และ

บรรทัดโดยข้อความที่เป็นคำสำคัญ (Key data) ควรใช้ตัวอักษรทึบ หรือหนาเพื่อเน้นข้อความ รวมถึงการใช้สีแตกต่างระหว่างสีของอักษรและพื้นหลังของสื่อเลือกวัสดุที่ไม่มันเงา ไม่สะท้อนแสง ส่วนการติดตั้งต้องเหมาะสม สิ่งสำคัญมีคำอธิบายศัพท์เฉพาะและคำในภาษาต่างประเทศ หรือวลีสั้นประกอบพื้นฐานที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดคุณลักษณะของสื่อทุกประเภท ต้องคำนึงถึงความยากง่ายของการอื่นมีส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ขนาดของตัวอักษร (Type size) รูปแบบตัวอักษร (Type face) สัดส่วนที่เหมาะสมของตัวอักษรและตัวเลข (Character proportion) ตัวอักษรระยะระหว่างบรรทัด (Letter and line spacing) การใช้สีคู่ตรงข้าม (Color contrast) วัสดุ (Medium) ตำแหน่งของจัดวางหรือการติดตั้ง ดังนั้นการป้ายสื่อความหมายประวัติวัดพระโคะ ควรเขียนคำบรรยายให้ชัดเจน มีภาษาต่างประเทศกำกับ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รูปแบบและขนาดตัวอักษรควรคำนึงถึงขนาดของป้าย ให้จำนวนตัวอักษรและขนาดของป้ายสมดุลกัน รวมทั้งควรมีหลังคาให้กับป้ายประวัติวัดพระโคะ ซึ่งเป็นป้ายใหญ่เพียงป้ายเดียวที่อยู่บริเวณวัดพระโคะ ตำแหน่งที่ตั้งของป้ายประวัติ ให้มีลักษณะเป็นจุดเด่น ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ติดตามอ่านข้อความภายในป้าย สอดคล้องกับ กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2555) อธิบายถึง ป้ายควรตั้งอยู่บนเสา ไม่ควรติดติดกับต้นไม้หรือก้อนหิน ติดตั้งแล้วเห็นได้ชัดเจน ความสูงพอเหมาะ สำหรับป้ายประวัติวัดพระโคะควรวางในตำแหน่งที่สูงทางขึ้นบันไดนาคฝั่งทางทิศใต้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวขึ้นบันไดแล้วมักจะยืนพักเอาแรงก่อนที่จะไปเยี่ยมชมบริเวณจุดต่างๆ ภายในวัดพระโคะ

ป้ายย่อยๆ ที่มีลักษณะเหมือนกันทุกป้ายตำแหน่งที่ตั้งของจุดท่องเที่ยวต่างๆ จำนวน 9 ป้าย ได้แก่ หลวงปู่ทวดปางรุดงค์ บ่อน้ำศักดิ์วิระ สุวรรณมาติกเจดีย์ เจดีย์องค์เล็ก พระพุทธรูปไสยาสน์ ศาลาตัดสินใจ ความ หลักช้าง ยกเว้น รอยพระพุทธรบาท และลูกแก้ววิเศษ เนื่องจากมีพื้นที่คับแคบต้องออกแบบป้ายให้เข้ากับพื้นที่ ป้ายสื่อความหมายเหล่านี้ลักษณะของป้ายเหมือนกันทุกจุด แต่จะแตกต่างกันคือคำบรรยายที่บรรจุภายในป้าย โครงสร้างฐานประกอบแผ่นป้าย ควรเป็นคอนกรีตหรือหินศิลาแลงให้กลมกลืนสภาพแวดล้อมบริเวณจุดต่างๆ ที่วางตำแหน่งของป้าย ใช้ศิลาแลงเป็นโครงสร้างฐานประกอบแผ่นป้าย และผสมผสานกับศิลปะท้องถิ่นเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งโครงสร้างคอนกรีต หรือศิลาแลงคงทนถาวร ง่ายต่อการซ่อมแซมบำรุงรักษา ป้ายสื่อความหมายทุกจุด ควรเป็นแนวนอน สูงจากพื้นไม่เกิน 70 เซนติเมตร ทำมุมเอียงประมาณ 45 องศา วัสดุที่นำมาทำป้ายควรมีความคงทนต่อสภาพการณ์ธรรมชาติ สามารถใช้งานได้ทนทาน เช่น โลหะหรืออลูมิเนียม โดยสลักตัวอักษรลงแผ่นวัสดุที่ทำป้าย ป้องกันตัวอักษรจางหาย เพื่อจะให้คงทนถาวรมากยิ่งขึ้นปิดด้วยกระจกตัวแผ่นป้าย สอดคล้องกับ กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(2544) นอกจากนั้น บริเวณลูกแก้ววิเศษ ต้องออกแบบให้สอดคล้องกับพื้นที่คัมแคบ คือ ตัวแผ่นป้ายที่เป็นวัสดุรองรับรายละเอียดข้อความบรรยายนั้น ควรเป็นเหล็กและสลักตัวอักษรลงบนแผ่นเหล็กแบบตัวอักษรและสีควรใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน อ่านง่าย ชัดเจน โดยมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในแผ่นป้ายเดียวกัน ขนาดของป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาและภาพของลูกแก้ว หากเนื้อหา มีมากควรแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ ตามเค้าโครงในการสื่อความหมาย และขอบของป้ายบรรยายควรมีพื้นที่ว่าง ซึ่งตัวอักษรไม่ควรแน่นจนเกินไป ทั้งนี้จุดท่องเที่ยวจุดนี้อยู่ภายในภูเขาลูกแก้วส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาชมลูกแก้วจะนั่งเพื่อไหว้สักการบูชา การติดตั้งป้ายบรรยายควรอยู่ระดับสายตาของนักท่องเที่ยว หรือระดับฐานของลูกแก้วจึงจะเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว รวมถึงรอยพระพุทธรูป วัสดุที่นำมาทำป้ายควรมีความคงทน สามารถใช้งานได้ทนทาน เช่น โลหะหรืออลูมิเนียม โดยสลักตัวอักษรลงบนวัสดุที่จัดทำป้าย ป้องกันตัวอักษรจางหาย ในส่วนขนาดของป้ายขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรอยพระพุทธรูป โดยเนื้อหาหรือคำบรรยายภายในป้ายควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในแผ่นป้ายเดียวกัน แบบตัวอักษรและสีควรใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และควรมีพื้นที่ว่างบนแผ่นป้าย โดยเฉพาะบริเวณขอบ การติดตั้งป้ายบรรยายควรอยู่ในระดับสายตาและดึงดูดนักท่องเที่ยว ที่สำคัญสะดวกต่อการอ่านข้อมูล

การสื่อความหมายในรูปแบบเว็บไซต์ เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก กล่าวคือ จะใช้ในเวลาไหนก็ได้ตามที่ต้องการ และในเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยมีการแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ ซึ่งง่ายต่อการสืบค้นสอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2554, น. 151-246) ที่มองว่า สื่อที่มีประสิทธิภาพมาก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความไว้วางใจกับสื่อประเภทนี้ เนื่องจากสามารถหาข้อมูลก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับ โครงการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้ ของ ชูย กำลังงาม และคณะ (2550, น. 79) กล่าวถึง นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับข้อมูลมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ปัจจุบันพบว่า การสื่อความหมายรูปแบบเว็บไซต์ของวัดพระโคะมียู่แล้ว แต่ยังขาดการดูแลระบบ บางรายการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ เนื่องจากไม่มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมาย โดยนำความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเป็นประเด็นหลักในการพิจารณา และจากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กรณีศึกษา วัดพะโคะ ได้ความคิดเห็นที่ตรงกัน ที่จะพัฒนาระบบเว็บไซต์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจุบันการก้าวไกลด้านเทคโนโลยีหรือ โซเชียลเน็ตเวิร์ก (การที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตคนหนึ่ง เชื่อมโยงกับเพื่อนอีกนับสิบ รวมไปถึงเพื่อนของเพื่อนอีกนับร้อย) และเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัยที่มีความสนใจท่องเที่ยว วัดพะโคะ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ของ ณิชกานต์ เพ็งหาพันธ์ (2554, น. 89-112) อธิบายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ทันสมัยที่สุดในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง มีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่าและมีความรวดเร็ว ครอบคลุมทั้งในประเทศ และต่างประเทศ รวมถึงผู้รับข่าวสารไม่จำกัดเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น โดยทางชุมชนได้จัดทำเว็บไซต์ของชุมชน และบริการข้อมูลเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและชัดเจน ภายในเมนูหลักของเว็บไซต์ ประกอบด้วย หน้าแรก ประวัติวัดพะโคะ ประวัติหลวงพ่อทวด แพนผังภายในวัดพะโคะ วัดอุ้มงคล ข่าวสาร/กิจกรรม บทความ เว็บไซต์ และการติดต่อ ซึ่งรายละเอียดบางรายการยังไม่มีข้อมูล สำหรับแผนผังภายในวัดพะโคะค่อนข้างจะสมบูรณ์ มีการบอกเส้นทางในการเที่ยวชมภายในวัดพะโคะ โดยสร้างเป็นภาพแอนิเมชัน (การสร้างภาพเคลื่อนไหว) ทำให้เป็นที่น่าสนใจและติดตาม ทุกหน้าเว็บเพจยังไม่มีภาษาอังกฤษกำกับที่จะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น การสื่อความหมายรูปแบบเว็บไซต์ที่มีอยู่แล้วนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของคิดเห็นตรงกันถึงเรื่องการพัฒนาสื่อรูปแบบเว็บไซต์ ให้มีข้อมูล และรายละเอียดที่ชัดเจนรวมถึงภาษาต่างๆ ที่จำเป็นเพื่อเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไปในอนาคต

การสื่อความหมายทั้งในรูปแบบ ที่เป็นการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล และการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ซึ่งได้ข้อสรุปของงานวิจัยนี้ คือ ผู้นำชมในท้องถิ่น มักคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว ชุมชนมักคุ้นเคยกับป้ายบอกทิศทาง ป้ายสื่อความหมาย หรือป้ายบรรยาย และเว็บไซต์ ยังสอดคล้องกับข้อสรุปที่ได้จากงานวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่าน การสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปของ ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2554, น. 151-246) อธิบายถึง ผลสำรวจความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล คือ เจ้าหน้าที่นำชม และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม สำหรับการสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ได้แก่ เว็บไซต์ หนังสือแนะนำเที่ยว แผนที่ และ โบว์ชัวร์/แผ่นพับ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหินของ วิไลพร สาคริก (2545) จะใช้สื่อบุคคล คือ ผู้นำชุมชน และการบอกต่อ และ

การสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว สื่อที่ให้ข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชน ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว และ ข้อมูลด้านกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเป็นสื่อที่ใช้เป็นประจำคือ แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือนำเที่ยว รายการโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อที่จัดทำขึ้นเฉพาะกิจ เช่น วิทยุ ป้ายประกาศ ซึ่งจัดทำโดย ภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราชของ กาญจนา แสงศรี (2552) สื่อแผ่นพับ ป้ายบอกความเป็นมาของโบราณวัตถุ และบอกทางในการเดินชมสถานที่สำคัญของวัด สื่อบุคคล โดยเป็นมัคคุเทศก์อาสา ที่ทำหน้าที่บริการข้อมูลทั่วไปและคอยช่วยสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยว

ดังนั้น การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายให้เป็นระบบพร้อมพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในทิศทางบวก จะเป็นการเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะให้มีมาตรฐาน สร้างแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจในประวัติศาสตร์ ความสำคัญของโบราณวัตถุ โบราณสถานภายในวัดพะโคะ พร้อมทั้งความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการสื่อความหมาย นอกจากนี้รูปแบบดังกล่าวเป็นการสร้างมิตรสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวและกระจายผลประโยชน์สู่คนในชุมชน ทั้งนี้ชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายจำเป็นต้องยึดหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกัน นั่นหมายถึง การช่วยกันดูแล รักษา ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ห่วงแหนในสิ่งที่เป็โบราณวัตถุ โบราณสถาน เพื่อไม่ให้เสื่อมสลายไปกับกาลเวลา และเคารพสิทธิมนุษยชนซึ่งกันและกัน เนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมอาจทำให้เกิดข้อขัดแย้งในบางประการ

นอกจากนี้การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายให้เป็นกระบวนการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพได้นั้น ต้องได้รับความร่วมมือทั้งภาคประชาชนด้วยกัน ภาครัฐบาลกับภาคประชาชน และรัฐบาลกับภาคเอกชน เพื่อประสานงานร่วมกันในเรื่องต่างๆ ตั้งแต่การวางแผนทิศทางการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย บทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ ที่ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน สอดคล้องกับแนวคิดที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งมองว่ารูปแบบการสื่อความหมายที่มีภายในวัดพะโคะอยู่แล้วนั้น ควรจะให้มีต่อไป สิ่งที่สำคัญควรได้รับการพัฒนา และการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน เพื่อให้รูปแบบการสื่อความหมายที่มีอยู่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น ทุกภาคส่วนต้องให้ความสำคัญ ในการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย โดยการจัดเวทีเสวนาชุมชนกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ปรับทัศนคติให้ตรงกัน บางครั้งความต้องการของชุมชนอาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบดังกล่าว หรือชุมชนส่วนใหญ่ไม่กล้าที่จะแสดง

ความคิดเห็น แต่ก็ควรที่จะรับรู้กับสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมเต็มที่ รวมถึงส่งผลการอนุรักษ์พื้นที่บริเวณชุมชนวัดพะโคะ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่กับชุมชนตลอดไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา พบว่า การส่งเสริมสนับสนุนและการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย ควรพัฒนาการสื่อความหมายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ที่จะเป็นกระบวนการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่เข้ามาเยือน รวมถึงประสานการทำงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สิ่งที่สำคัญในการพัฒนา คือ ควรเข้าใจปัญหา และข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นว่าควรปรับปรุงหรือพัฒนาส่วนใด ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเพิ่มศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริเวณวัดพะโคะ เพื่อเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในการรองรับนักท่องเที่ยวทุกชนชาติ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ

1.1 การพัฒนาการสื่อความหมายต้องคำนึงถึงคุณลักษณะต่างๆ ของพื้นที่ และผู้ที่ดูแลรับผิดชอบหลัก เช่น กรมศิลปากร โดยเฉพาะเรื่องป้ายสื่อความหมายหากจะมีการจัดทำขึ้นเองต้องได้รับอนุญาตจากกรมศิลปากร หรือสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ ที่จะจัดทำขึ้นใหม่ นอกจากนี้ควรคำนึงถึงรูปแบบ วิธีการนำเสนอข้อมูลเรื่องราวประวัติวัดพะโคะเพื่อไม่ให้ประวัตินั้นผิดเพี้ยนไปจากต้นฉบับที่มีอยู่ ควรเพิ่มเติมข้อควรปฏิบัติ ข้อห้าม และความปลอดภัย ในการเข้าเยี่ยมชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ เนื่องจากหลักฐานบางชิ้นมีอายุ 100 กว่าปี

1.2 การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการสื่อความหมาย หรือการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมวัดพะโคะ เนื่องจากมีทั้งแหล่งเรียนรู้ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนหลากหลายต้องการเข้ามาเคารพบูชา ควรจะมีช่องทางการสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยการเพิ่มช่องทางการสื่อความหมายหรือการสื่อสารให้หลากหลาย และ

เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัยสามารถเข้าไปใช้เป็นส่วนกลางร่วมกัน และเข้าถึงได้ง่าย ได้แก่ Facebook LINE เป็นต้น ที่คนส่วนใหญ่นิยมใช้กัน ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาครัฐควมให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

1.3 การพัฒนาด้านการจัดระเบียบ การจัดวางตำแหน่งป้ายบอกทิศทาง หรือป้ายสื่อความหมายให้เป็นสัดส่วน ป้ายบอกทิศทางชี้ให้ตรงจุดท่องเที่ยวที่ระยะพอสมควร สำหรับป้ายสื่อความหมายจัดวางในตำแหน่งตรงจุดโบราณสถาน โบราณวัตถุ นั้นๆ และควรเป็นบริเวณที่มีพื้นที่กว้าง โล่ง ไม่มีต้นไม้บัง หรือสิ่งกีดขวาง สะดวกต่อการอ่านข้อมูลภายในป้ายของนักท่องเที่ยว

1.4 การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อความหมาย ในกรณีการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล เช่น ยุวมัคคุเทศก์ หรือมัคคุเทศก์นำเที่ยวท้องถิ่น ควรได้รับการอบรมเป็นระยะ และมีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ ที่สำคัญเป็นการทบทวนบทบาทและหน้าที่ ที่ต้องรับผิดชอบ

2. การมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน

2.1 ภาครัฐหลายส่วนที่มีเกี่ยวข้องกับพื้นที่ท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ มีความจำเป็นจะต้องมีผู้รับผิดชอบหลัก ดูแล และทำหน้าที่ประสานงานไปยังหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนวัดพะโคะมากขึ้น เพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะต่างๆ อีกทั้งยังเป็นการผลักดันและสนับสนุนให้ชุมชนรวมตัวกันเพื่อให้มีส่วนร่วมภายในชุมชน

2.3 ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณเพื่อการจัดการพื้นที่ของชุมชนท่องเที่ยว เช่น พัฒนาร้านขายของ/สินค้าที่ระลึก ที่จอดรถ ทางเดินเท้า ห้องน้ำ ปรับภูมิทัศน์บริเวณทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เนื่องจากส่วนนี้จะเป็นการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

2.4 ภาคเอกชนควรร่วมมือกับภาครัฐบาลและชุมชนในการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย โดยเฉพาะการสื่อความหมายโดยใช้บุคคล

2.5 ภาคเอกชน บริษัทนำเที่ยว หรือ มัคคุเทศก์นำเที่ยวควรมีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลหรือการสื่อความหมายที่ไม่จำเจ สามารถที่จะถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเรื่องกระบวนการการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพะโคะ อย่างละเอียดเพื่อจัดทำรายการนำเที่ยวภายในวัดพะโคะ และควรศึกษาประสิทธิภาพของการสื่อความหมาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรศึกษาเส้นทางประวัติศาสตร์บนคาบสมุทรสทิงพระ แล้วจัดทำเป็นแผนที่พร้อมคู่มือสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นแผนที่ทางวัฒนธรรม ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับวัดพะโคะ สุดท้ายควรศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดพะโคะ ให้เกิดการบริหารจัดการอย่างเต็มรูปแบบ และเป็นแบบแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ได้

บรรณานุกรม

กนกวรรณ คุณศรีแก้ว. (2549). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะกรณี : บ้านวังน้ำมอกอำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

กรมการท่องเที่ยว. (2554). สรุปสถิติการท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2554. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2555, จาก http://www.tourism.go.th/2010/upload/filecenter/file/stat_2554/Final2554/Final2554.pdf

กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, สืบค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2555 http://www.dnp.go.th/park/Sara/Symbol/s_sign.htm

กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: บริษัท อัลซา จำกัด.

กระทรวงมหาดไทย. (2542). ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น : ความเป็นมาของอำเภอสำคัญในประวัติศาสตร์ ภาคใต้. กรุงเทพฯ: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กระทรวงวัฒนธรรม. (ม.ป.ป.). วัฒนธรรมสร้างสรรค์...เศรษฐกิจสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2555, จาก http://www.creativeculturethailand.com/detail_page.php?sub_id=3833

กาญจนา แสงศรี. (2552). การสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช (เอกัตปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- กฤษดา ชูอภัย. (2552). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ อำเภอคอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่ (ค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว.(ม.ป.ป.). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ตอนที่1). สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2555, จาก<http://ba.bu.ac.th/ejournal/IB/IB%2019/IB%2019.htm>
- จำเนียร ช่วงโชติ, จิตรา วสุวานิช, จันทมาศ ชื่นบุญ และ มลวิภา สุวรรณมาลัย. (2515). จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้. กรุงเทพฯ: การศาสนา.
- จิตรนาถ ปานแก้ว. (2549). ศึกษาบทบาทและผลกระทบจากบทบาทของวัดพะโละ (วัดราชประดิษฐาน) อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ).
- จิราภรณ์ พรหมเทพ. (2554). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : แผนนำเสนอโบราณสถานศิลปะขอม จังหวัดสกลนคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- จิราวรรณ กาวิละ. (2544). ทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษามูบ้านวัวลาย อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (สารนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จุฑามาศ คงสวัสดิ์. (2550). การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุทองจังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2554). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชนัญ วงษ์วิภาค,สว่าง เลิศฤทธิ์,อมรชัย คหกิจโกศล และ ลักขมณั บัญเรือง.(2547). การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์.(2554). หน่วยที่ 11 การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (การจัดการด้านให้การศึกษาและการสื่อความหมาย). ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน. (น.26-40).นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชัยวุฒิ พิชะกุล. (2546). รายงานการวิจัยพัฒนาการของพุทธศาสนาบริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พ.ศ. 2442-2542. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540).วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ฐิติธี ฐชาติ. (2547). อุทยานธรรมชาติท่องเที่ยว(พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- เจิดชาติ หิรัญโร. (2546). การสื่อความหมายและการรับรู้จากนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ : กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงแสน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ชูย กำดั่งงาม, สุทธิศักดิ์ แก้วแกมจันทร์, นันทน์ภัส อยู่ประยงค์. (2550). โครงการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคอีสานใต้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย).
- ดร.รชนี เอมพันธุ์. (2545). การวางแผนโครงการสื่อความหมายธรรมชาติ. ใน เอกสารประกอบการสอน (น.16).กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ดร.ชนิ เอ็มพันธ์. (2550). สะพานแห่งการเรียนรู้ที่ชื่อว่า “การสื่อความหมาย
 ธรรมชาติ”. [เอกสารอัดสำเนา]. กรุงเทพฯ: เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัล
 พับลิเคชั่น.
- ณัฐการณ์ เฟื่องหาพันธ์. (2554). การพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
 อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ณัฐวุฒิ วิทา. (2551). การพัฒนาการตลาดทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศ กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-
 ศรีสัชนาลัยกำแพงเพชร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
 นเรศวร).
- ชนิก เลิศชาญฤทธิ์. (2554). การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: ศูนย์
 มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- นพรัตน์ ไชยชนะ. (2555). วัดราชประดิษฐฐาน (วัดพระโคะ) กับการเปลี่ยนแปลงชุมชน
 โดยรอบ (พ.ศ. 2506-2552). (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- นภาพรณ ฐานะกาญจน์, สุรเชษฐ์เชษฐมาต, ดร.ชนิ เอ็มพันธ์, ณัฐพิชกรรม, เล็ก เต็มตระกูล,
 สมเกียรติ สิงหอรุติ และ สิริพงษ์ ราชศิริ. (2541). คู่มือพัฒนาและออกแบบสิ่ง
 ออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.
 กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทวัฒน์ บุญไชยสง. (ม.ป.ป.). หลักการเรียนรู้ของกลุ่มเกสตัลท์. สืบค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2555,
 จาก http://www.baanjommyut.com/library_2/extension-2/gestalt_theory/01.html

บรรณานุกรม (ต่อ)

นางขวัญ วงศ์ประทุม. (2545). ความเหมาะสมของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาวัดป่าสัก อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนากุล. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : เพรสแอนด์ดีไซน์.

ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง; นกมล พรามณี, (2552). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดที่ปรากฏในแผนที่กาลปนาสมัยพระเจ้าเอกาทศรถ ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ).

ประเสริฐ วิทยารัฐ, ศรีศักดิ์ วัลลิโกดม, ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์, สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบุลย์, ธราพงศ์ ศรีสุชาติ, วรรณยุทธ ฅ วิภาส, ครีน มณีโชติ, อุดม หนูทอง. (2538). วัดพะโคะ: ประวัติวัดพระราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ). กรุงเทพฯ : อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง.

ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2547). จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ปรียารรรณ ชะเอมวัน. (2553). การจัดการการสื่อความหมายของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ชานาไทย จังหวัดสุพรรณบุรี (เอกัตศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

บรรณานุกรม (ต่อ)

ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัยจิติ. (2552). การอนุรักษ์มรดกสถาปัตยกรรมและชุมชน. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เปลื้อง ณ นคร[ชิตี-รอม]. (2551). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

แผนที่ (2555). แสดงพื้นที่การวิจัย. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2555, จาก
<http://maps.google.co.th/maps>

ผู้จัดการออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2557 จาก
<http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9560000076593>

พะยอม ธรรมบุตร. (2548). เอกสารประกอบการเรียนการสอน หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พลอยศรี โปราณนนท์. (2539). เชียงใหม่และเกี้ยวโต : ฝึกฝนใจเมือง. เชียงใหม่: มิ่งเมือง.

พระศกรินทร์สิริภทโท.(2553). ข้อมูลเบื้องต้น. สัมภาษณ์เมื่อ 3 ตุลาคม 2553 .วัดพะโคะ ตำบล
ชุมพล อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา.

พิชญ์สินี ชมพุกำ, และพิมพ์ทอง สังสุทธิพงศ์. (2552). การวิจัยเชิงคุณภาพ [รายงานในหลักสูตร
ศึกษาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาศึกษา]. เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พุทธะ. (2554, 4 พฤษภาคม). การใช้พื้นที่ของวัด. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2555,
จาก<http://www.phuttha.com/ศาสนสถาน/วัด/การใช้พื้นที่ของวัด>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภาสกร จันทร์พยอม. (2555). หน่วยที่ 6 พฤติกรรมองค์กรธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม. (น. 13-29). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. (ม.ป.ป.). ข้อมูลพื้นฐานศาสนสถาน. โครงการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ท้องถิ่นฯ กลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา, (น.3-4). สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2555, จาก http://www.skru-slb.com/songkhla_lake_basin/pdf/ศาสนสถาน/สงขลา/สทิงพระ/9002052005_วัดพะโคะ.pdf
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. (2551). แผนที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา : แผนที่ แสดงขอบเขตการปกครองในอำเภอสทิงพระจังหวัดสงขลา. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2555, จาก http://www.skru-slb.com/slb2/map_slb/2551/images/a_sa_ting_pra/51-geo-satingpra-4.jpg
- มูลนิธิศึกษาและเผยแพร่พระพุทธศาสนา. (2553). สืบค้นวันที่ 21 มกราคม 2556 จาก <http://www.dhammadhome.com/front/webboard/show.php?id=15020>.
- เขาวนิศ เต็งไตรรัตน์. (2554, 23 กันยายน).เที่ยววัดอย่างไรให้สนุก.สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน2555, จาก http://www.m-culture.go.th/detail_page.php?sub_id=3125
- รลิกา อังกูร, ปาลีรัตน์การดี, ภัทรฤดีครองชนม์, กฤษณาประศาสน์วุฒิ, สัมพันธ์เย็นสำราญ และอินทรา นาคันตร์. (2545, กันยายน-ธันวาคม). ความพร้อมของวัดในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยผ่านการนำชมศิลปวัฒนธรรม. *สุโขทัยธรรมมาธิราช*, 15(3), 147-148.
- รลิกา อังกูร, ปาลีรัตน์การดี, ภัทรฤดีครองชนม์, กฤษณาประศาสน์วุฒิ, สัมพันธ์เย็นสำราญ และอินทรา นาคันตร์. (2549). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. *วารสารการวิจัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*. 19(1): 79-88.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รัชนี นพเกตุ. (2540). จิตวิทยาการรับรู้. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิราช.
- ราณี อธิชัยกุล, ชัชพล ทรงสุนทรวงษ์. (2554). การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- วรรณ วลัยวานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณยูท ฌ วิภาส. (2525). วัดพะโคะ: ประวัติวัดพระราชประดิษฐาน (วัดพระโคะ). กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครพิมพ์.
- วรรณยูท ฌ วิภาส. (2538). วัดพะโคะ: ประวัติวัดพระราชประดิษฐาน (วัดพระโคะ). กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- วาลิกา แสนคำ. (2545). การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วิลาสินี จุสปลาโล, สุนิษา โสมทอง, สุนิตยา ยอดระบำ, จันจิรา จันทรันวล, สุนิตา บุญศรี, วีระศักดิ์ ปัญจะวิสุทท์. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเมืองโบราณจังหวัดสมุทรปราการ (ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม).
- วิไลพร สาคกริก. (2545). การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

บรรณานุกรม (ต่อ)

วิวัฒน์ สุทธิวิภากร, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2550). เลสาว
เรา.กรุงเทพฯ: โอ เอสพรีนติ้งเฮ้าส์.

วิเชียร วิทยอุดม. (2551). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.

วิสิฐ วงษ์เขียว. (2551). การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนผสม
การตลาดของสวนสนุกไทย กรณีศึกษา สวนสยาม (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

วิศิษฐ์ เดชมาก, ชัยวุฒิ นิริเสฏฐธนากร, นิคม อุษพิพัฒน์, ปกรณ์ ปรากฏศรีทอง,
ยุทธเกียรติ ทรรคนสฤษฎี, วีรวิธ สุขนิรันดร์, เทวฤทธิ์ อินยะ, วิษณุ เจริญ
สุข, เจริวรรณ เพชรพิรุณ, อรทัย รัตน์รัตน์, พัฒนา สมประสงค์, สุชาดา
อินทร์สุข, ลาวัลย์ สุขปลื้ม. (2552). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ
ทำบุญไหว้พระ 9 วัด (ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
จันทรเกษม).

ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า
พรีนติ้ง.

ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา.

ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ศิริพร สร้อยนาคพงษ์. (2543). การพัฒนาและทดลองใช้คู่มือท่องเที่ยวโบราณสถานในเขตอุทยาน
ประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยมหิดล).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2554). หน่วยที่ 10 การสื่อความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว. ใน เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน. (น.5-39). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชราช.
- สรชัย พิศาลบุตร, เสาวรส ใหญ่สว่างและปรีชา อัสวเดชาบุตร. (2550). การสร้างและประมวลผล ข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.
- สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. (2538). วัดพะโคะ: ความสำคัญของวัดพะโคะในอดีต. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. (2525). วัดพะโคะ: ความสำคัญของวัดพะโคะในอดีต. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานคร การพิมพ์.
- สุภาพร วรพล. (2546). วัด : แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม. การท่องเที่ยว, 22(3), 46-63.
- สุพิชญา จันทร์พรรค. (2552). การศึกษาแนวทางการปรับปรุงการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์กายวิภาค ศาสตร์คองดอน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต. (2527). การอธิบายความหมายธรรมชาติ. ใน เอกสารประกอบการฝึกอบรม หัวหน้าอุทยานแห่งชาติ ครั้งที่ 1. (น.18). กรุงเทพฯ : กรมป่าไม้

บรรณานุกรม (ต่อ)

สุรเชษฐ์ เศษฐมาส และ สารัฐ รัตนะ. (2543). เทคนิคการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อม. ในเอกสารประกอบการสอน ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สุวนัน ขวัญทอง.(2543). การศึกษาประวัติสำนักงานผู้ดูแลนักเรียนไทยในสหราชอาณาจักรเพื่อการจัดแสดงนิทรรศการ อนุสรณ์สามัคคีสมาคม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล).

สุวิวัฒน์ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: อินทนิล.

สำนักศิลปากรที่ 13 สงขลา. (2553). การบริหารทรัพยากรศิลปวัฒนธรรมของชาติกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคใต้, กระทรวงวัฒนธรรม).

สำนักงานอำเภอสังขละบุรี. (ม.ป.ป.). ที่ตั้งและอาณาเขตอำเภอสังขละบุรี. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2554, จาก <http://sathingphra-sk.go.th/index.php?cmd=history>

เสรี เวชชบุษกร. (2546). หน่วยที่ 10 ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. (น 18). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2555, มีนาคม 28). เพราะ “วัฒนธรรมไทย” คือสินค้าขึ้นเอกของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2555, จาก http://www.dasta.or.th/th/sustain/detail_sustain.php?ID=237&SystemModuleKey=Create_Statement

อารีวรรณ เสริมวิลาศกุล. (2547). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).

บรรณานุกรม (ต่อ)

อุดม เขยกีวงศ์, วิมล จิโรจพันธุ์ และ ประชิด สกุนพัฒนา. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.
กรุงเทพฯ: แสงดาว.

อุมาพร มุณีแนม. (2552). บันทึกเรื่องเล่าหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ เพื่อการสื่อความหมายทาง
ภาษากับวัฒนธรรม. ศิลปศาสตร์, 1(1), 61-80.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Alderfer, C. P. (1972). Existence Relatedness and Growth : Human Needs in Organizational Setting. New York: Free Press.
- Alderson, W. T., and S. Payne. (1985). Interpretation of Historic Sites, Second Edition. Nashville: American Association for State and Local History.
- American association of museum. (1995). Standard for signs and labels. Washington, DC: American Association of Museums.
- Beck, L. & Ted T. C. (1998). Interpretation for the 21st Century: Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture. Champaign, Ill.: Sagamore Publishing.
- Beer, V. (1987). Great expectations :do museums know what visitors are doing?. Curator, 30(3), 206-15.
- Crampton, John L. and McKay, Stacey L. (1997). Motives of visitors attending festival events. Annals of tourism research, Vol.24(2), pp.425-439.
- Dann, G.M.S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. Annals of tourism research, Vol.8, pp.187-219.
- Edson G. & Dean, D. (1994). The Handbook of the Museum. London: Routledge.
- Gee, Chuck Y. ;Makens, James C. and Choy, Dexter J. L. (1989). The travel industry(2nd ed). New York: Van Nostrand Reinhold.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hall, M., & McArthur, S. (1996). Heritage Management in Australia and New Zealand : The Human Dimension (2nd ed.). Melbourne: Oxford University Press.
- Ham, Sam H. (1992). Environmental Interpretation: A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets. Golden, Colorado, USA: North American Press.
- Iso-Ahola, S.E. (1982). Towards a social psychology theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of tourism research*, Vol.9, pp.256-262.
- Kim, Seong-Seop and Lee, Choong-ki (2002). Push and Pull relationships. *Annals of tourism research*, Vol.29(1), pp.257-260.
- McClelland, D. C., (1965) "Toward a Theory of Motive Acquisition," *American Psychologist*.
- McManus, P.M. (1989). Oh, yes, they do :How museum visitors read labels and interact with exhibit texts. *Curator*, 32(3), 174-189.
- McIntosh, R. W., Goeldner, Charles R. and Ritchie, J. R. Brent. (1995). *Tourism principles, practices, philosophies*. (5th ed). New York: John Wiley & Sons.
- Mclean, K. (1993). *Planning for people in museum exhibition*. Washington, DC: Association of science technology centers.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior* (5th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.

บรรณานุกรม (ต่อ)

National Association for Interpretation. (1990). Preparing for the 21st Century: Solving Management Problems through Interpretation. Ft. Collins, Co:National Association for Interpretation

Novabizz. (ม.ป.ป.). การรับรู้. สืบค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2555 จาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Perception.htm>

Richards, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. สืบค้นจาก http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF.

Robbins, S. P. (2003). Organizational behavior: Concepts, Controversies, Application (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.

Screven, C. G. (1986). Exhibitions and information centers :Some principles and approaches. Curator, 29(2), 109-37

Serrell, B. (1983). Making exhibit labels : A step by step guide. Nashville, TN: American association for state and local history.

Swarbrooke, J., Horner, S. (1999). Consumer Behaviour in Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Theory. (2554, 18 มีนาคม). ทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มพุทธรักษา. สืบค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2555, จาก <http://theory-tishafan.blogspot.com/p/cognitivism.html>

Tilden Freeman. (1977). Interpreting Our Heritage (3rd ed). Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Timothy, J.D., & Boyd, W.S. (2003). Heritage Tourism. USA: Prentice Hall.

Veverka, J.A. (1994). Interpretive Master Planning. Helena, MT: Falcon Press Publishing.

บุคลากรกรม

กรชนก บุญศิริ สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

จิระพรดี แก้วมัน สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

จิราวัฒน์ เลี้ยวจิว ผู้ให้สัมภาษณ์, จารูวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอสติง
พระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 2555

ฉลาด แก้วพลู สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลาวันที่ 21 มีนาคม 2555

ชนินนาถ แก้วดีเลิศ สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

เขาวลิตร สุวรรณรัตน์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารูวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ สำนักงานศิลปากรที่ 13
สงขลา ตำบลพะวง อำเภอเมืองสัมภาษณ์วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555

เชือบ คงธรรม สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

ดิเรก นวลฉาย ผู้ให้สัมภาษณ์, จารูวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2555

ถวิล แซ่จาง สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารูวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 10 มีนาคม 2555

บุคลากรกรม (ต่อ)

นางนุช แซ่จาง สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

เนตรนภา มณีจันทร์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2555

ประพันธ์ หมิดทองคำ สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติง
พระ จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

ประภาส อินทนประสาธน์ สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

ประไพพิศ โชติช่วง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2555

เปรมใจ ศรีสุวรรณ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 25 มกราคม 2555

พระพันธ์ยุทธ รัตนบุญโญ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 16 พฤศจิกายน 2554

พระศกรินทร์ สิริภทโท สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติง
พระ จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

มนัส ทองอ่อน ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 22 มกราคม 2555

บุคลากรกรม (ต่อ)

มานพ แซ่เอ็ง สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

แม่ชีเล็ก แก้วประดิษฐ์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 26 มกราคม 2555

วรรณภรณ์ ยาเซ็ง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ ถนนรัตการ อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 10 มีนาคม 2555

วรวิมล แซ่ลิ้ม ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 20 มกราคม 2555

วิไล วัชฤทธิ์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ องค์การบริหารส่วนตำบลชุมพล
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555

ศศิประภา จันทรโชตะ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ สำนักงานวัฒนธรรม
ประจำอำเภอสติงพระ (ที่ว่าการอำเภอสติงพระ) อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา
สัมภาษณ์วันที่ 22 ธันวาคม 2554

ศิริขวัญ จุทอง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 24 มีนาคม 2555

ศิริพร สังข์หิรัญ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ สำนักงานศิลปากรที่ 13 สงขลา
ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555

สมมาส เอียดบุญ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 22 มกราคม 2556

บุคลากรกรม (ต่อ)

สมบัติ เกียรติไพบุลย์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 24 มีนาคม 2555

สุนทร อุโฆษผล สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

อาภรณ์ รุ่งทรัพย์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 22 มกราคม 2555

อนันต์ จันทรโสภา ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 14 มีนาคม 2555

อำนาจ สุวรรณศิลป์ สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ณ ศาลาการเปรียญวัดพะโคะ อำเภอสติงพระ
จังหวัดสงขลา วันที่ 21 มีนาคม 2555

บุคลากรกรม (นามสมมติ)

การันต์ ศรีสมบุรณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 5 พฤษภาคม 2555

เกรียงไกร ประภาสันต์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 กุมภาพันธ์

จรรยา สุขจันโต ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2555

จิตรารณณ์ วรรณกุล ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2555

จิรายุทธ ผ่องแผ้ว ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 มิถุนายน 2555

จรัส ปิ่นแสง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 5 พฤษภาคม 2555

ชาติชาย กาญจนภัทร ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2555

ชูศักดิ์ จิตราวงค์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 11 มีนาคม 2555

ชไมพร ขันการ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 มิถุนายน 2555

บุคลากรกรม (นามสมมติ) (ต่อ)

ณัฐพงษ์ คังทรัพย์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 14 มีนาคม 2555

ดิเรก ชาญนุกุล ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2555

ชนภัทร ปั่นทอง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 26 พฤษภาคม 2555

นฤมล ช่างทอง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 1 เมษายน 2555

นิรุต สันติธรรม ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2555

ประสงค์ นวลคล้าย ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 26 พฤษภาคม 2555

ประสิทธิ์ วงศ์เนตร ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 22 มกราคม 2555

ประไพ สุขสันต์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2555

ปรีฉัตร วงศ์ษา ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ธนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 มิถุนายน 2555

บุคลากรกรม (นามสมมติ) (ต่อ)

ปรีชาดี มหาวงศ์ สโมสร ไลออนส์ประเทศไทย ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ
เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 5
พฤษภาคม 2555

ปวีณา นันทแสง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 6 พฤษภาคม 2555

เพ็ญนภา จิราภัก ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 2555

แพรพรรณ นัตรานนท์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2555

เมที ศรีจันทร์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 21 มกราคม 2555

ยุวดี สิ้นสมบัติ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 26 พฤษภาคม 2555

รณชัย สองเมือง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 22 มกราคม 2555

รณชัย เปล่งสมบุรณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 มิถุนายน 2555

รัตนา เอี่ยมสุวรรณ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ชนะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 13 พฤษภาคม 2555

บุคลากรกรม (นามสมมติ) (ต่อ)

ศักดิ์ศรี สุธรรม ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 12 พฤษภาคม 2555

สมศรี โยงชบา ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 มิถุนายน 2555

สินีนากู รัตนขจร ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ
อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2555

สุจิตร์ คำรงทรัพย์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 2 กุมภาพันธ์

สุณีย์ นิยมทรัพย์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สทิงพระจังหวัดสงขลา สัมภาษณ์ วันที่ 21 มกราคม 2555

แสงสุดา รุ่งทรัพย์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 7 เมษายน 2555

อรรถพล นวลจันทร์ ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 13 พฤษภาคม 2555

อาทิตย์ แสงมาก; ชลธิรา งามช่วง ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัด
พะโคะ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2555

อานาจ แสงศรี ผู้ให้สัมภาษณ์, จารุวรรณ ณะกิจ เป็นผู้สัมภาษณ์ บริเวณวัดพะโคะ อำเภอ
สทิงพระ จังหวัดสงขลา สัมภาษณ์วันที่ 20 พฤษภาคม 2555)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แนวทางการสัมภาษณ์
แบบสอบถาม



แนวทางการสัมภาษณ์

ภาคประชาชน : พระภิกษุสงฆ์ กรรมการวัด ประชาชนชาวบ้าน (ผู้มีภูมิรู้ในท้องถิ่น) ชาวบ้าน

รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

.....

คำชี้แจง แนวทางการสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ตามความ
เป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผู้วิจัยจะนำข้อมูล
ทั้งหมดไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความ
ร่วมมือจากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ-สกุล.....
ตำแหน่ง / หน้าที่หน่วยงาน.....
ที่อยู่สามารถติดต่อได้.....
ชอย.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....
เบอร์โทรศัพท์.....โทรสาร.....
อีเมลล์.....เว็บไซต์.....

.....

ส่วนที่ 2 แนวคำถามในการสัมภาษณ์

1. ปัจจุบันการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัดพะโคะมีอะไรบ้าง เป็นอย่างไร
 2. ลักษณะการสื่อความหมายในรูปแบบต่างๆ ที่วัดพะโคะใช้อยู่ปัจจุบัน มีความชัดเจนและเพียงพอต่อการสื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้หรือไม่ เพราะเหตุใด
 3. ลักษณะการสื่อความหมายประเภทใดที่ชุมชนของท่านกำลังดำเนินการอยู่ และท่านต้องการให้มีประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากที่ชุมชนของท่านดำเนินการใช้อยู่หรือไม่ เพราะเหตุใด
- 3.1 ผู้ให้ข้อมูล ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชมในท้องถิ่น มี ไม่มี
.....
 - 3.2 มัคคุเทศก์ มี ไม่มี
.....
 - 3.3 ยุวมัคคุเทศก์ มี ไม่มี
.....
 - 3.4 การสาธิต/การแสดง มี ไม่มี
.....
 - 3.5 ศูนย์บริการข้อมูล มี
.....
 - 3.6 พิพิธภัณฑ์ มี ไม่มี
.....
 - 3.7 การจัดนิทรรศการ มี ไม่มี
.....
 - 3.8 โสตทัศนอุปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง มี ไม่มี
.....
 - 3.9 ป้ายบอกทาง ป้ายทิศทาง มี ไม่มี
.....
 - 3.10 แผ่นป้ายเพื่อให้ความรู้ แผ่นป้ายข้อมูล มี ไม่มี
.....
 - 3.11 แผ่นพับ มี ไม่มี
.....

3.12 คู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว มี ไม่มี

3.13 แผ่นปลิว มี ไม่มี

3.14 ไปสเตอร์ มี ไม่มี

3.15 จุลสารด้านการท่องเที่ยววัด มี ไม่มี

3.16 เว็บไซต์ มี ไม่มี

4. รายละเอียดของรูปแบบการสื่อความหมายที่ท่านคิดว่าควรเป็นอย่างไรบ้าง

5. ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรค ในการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัด
พะโคะที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีปัญหาอะไรบ้าง และมีแนวทางแก้ไขอย่างไร

6. ท่านคิดว่าชุมชนของท่าน ควรจะนำรูปแบบการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยววิธีใด
เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่สุด เพราะอะไร

นักท่องเที่ยวชาวไทย ควรเป็นอย่างไร

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรเป็นอย่างไร

7. นอกจากการสื่อความหมายข้างต้นที่กล่าวมา ท่านคิดว่าควรจะมีวิธีการให้ความรู้ ใน
ลักษณะใดบ้าง เพราะเหตุใด

8. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณที่ท่านได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลและร่วมแสดงความคิดเห็นต่องานวิจัยครั้งนี้



แนวทางการสัมภาษณ์

ภาคีรัฐบาล : เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่กรมศิลปากรที่ 13 สงขลา
เจ้าหน้าที่วัฒนธรรมท้องถิ่นประจำอำเภอสติงพระ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลชุมพล
นักวิชาการ และผู้นำชุมชน

รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา

.....
คำชี้แจง แนวทางการสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ตามความ
เป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผู้วิจัยจะนำข้อมูล
ทั้งหมดไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความ
ร่วมมือจากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ-สกุล.....
ตำแหน่ง / หน้าที่ หน่วยงาน.....
ที่อยู่สามารถติดต่อได้.....
ชอย..... ถนน..... ตำบล.....
อำเภอ..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
เบอร์โทรศัพท์..... โทรสาร.....
อีเมลล์..... เว็บไซต์.....
.....

ส่วนที่ 2 แนวคำถามในการสัมภาษณ์

1. ลักษณะการสื่อความหมายของวัดพะโคะ ปัจจุบันมีอะไรบ้าง และมีลักษณะอย่างไร
2. ปัจจุบันท่านมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนรับผิดชอบในเรื่องของรูปแบบการสื่อความหมายของวัดพะโคะหรือไม่ กรณีที่ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องท่านรับผิดชอบในเรื่องใดบ้าง
3. ท่านคิดว่าลักษณะการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในวัดพะโคะในปัจจุบัน มีอะไรบ้าง และมีลักษณะอย่างไร มีความเหมาะสมหรือไม่ สามารถสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวได้ดีเพียงใด หากไม่มี ท่านต้องการให้มีรูปแบบใด เพราะเหตุใด

1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชมในท้องถิ่น

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

2. มัคคุเทศก์

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

3. ยุวมัคคุเทศก์

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

4. การสาธิต/การแสดง

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

5. ศูนย์บริการข้อมูลของวัดพะโคะ

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

6. พิพิธภัณฑ

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

7. การจัดนิทรรศการ

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

8. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

9. ป้ายบอกทาง ป้ายทิศทาง

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

10. แผ่นป้ายเพื่อให้ความรู้ แผ่นป้ายข้อมูล

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

11. แผ่นพับ

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

12. คู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

13. แผ่นปลิว

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

14. ไปสเตอร์

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

15. จุลสารด้านการท่องเที่ยววัด

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
--	--

16. เว็บไซต์

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
--	--

4. ลักษณะการสื่อความหมายที่ท่านต้องการเพิ่มเติม นอกเหนือจากข้างต้น คืออะไร และควรนำเสนอในรูปแบบใด เพราะอะไร

5. ท่านคิดว่าการสื่อความหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันมีปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้าง และมีแนวทางแก้ไขอย่างไร

6. ท่านคิดว่ารูปแบบการสื่อความหมายที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติควรมีลักษณะอย่างไร และเนื้อหาที่ปรากฏในรูปแบบของการสื่อความหมายที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

ชาวไทย

ชาวต่างชาติ

7. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณที่ท่านได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลและร่วมแสดงความคิดเห็นต่องานวิจัยครั้งนี้



แนวทางการสัมภาษณ์

ภาคเอกชน : ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์/ยุวมัคคุเทศก์

รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ
อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

.....
คำชี้แจง แนวทางการสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ตามความ
เป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผู้วิจัยจะนำข้อมูล
ทั้งหมดไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความ
ร่วมมือจากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ-สกุล.....
ตำแหน่ง / หน้าที่หน่วยงาน.....
ที่อยู่สามารถติดต่อได้.....
ชอย.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....
เบอร์โทรศัพท์.....โทรสาร.....
อีเมลล์.....เว็บไซต์.....
.....

ส่วนที่ 2 แนวคำถามในการสัมภาษณ์

1. ปัจจุบันท่านมีวิธีการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร
2. ท่านคิดว่าความรู้ที่ท่านมีอยู่เพียงพอต่อการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว หรือไม่ เพราะเหตุใด
3. ท่านคิดว่ารูปแบบของสื่อ ที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน มีความเหมาะสมทางด้านปริมาณด้านคุณภาพ หรือไม่ เพราะเหตุใด ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร
4. ลักษณะการให้ความรู้ดังต่อไปนี้ท่านต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด และที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความชัดเจนเพียงพอหรือไม่
 1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชมในท้องถิ่น มี ไม่มี
 -
 2. มัคคุเทศก์ มี ไม่มี
 -
 3. ชุมมัคคุเทศก์ มี ไม่มี
 -
 4. การสาธิต/การแสดง มี
 -
 5. ศูนย์บริการข้อมูลวัดพะโคะ มี ไม่มี
 -
 6. พิพิธภัณฑ มี ไม่มี
 -
 7. การจัดนิทรรศการ มี ไม่มี
 -
 8. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง มี ไม่มี
 -
 9. ป้ายบอกทาง ป้ายทิศทาง มี ไม่มี
 -

10. แผ่นป้ายเพื่อให้ความรู้ แผ่นป้ายข้อมูล มี ไม่มี

11. แผ่นพับ มี ไม่มี

12. คู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว มี ไม่มี

13. แผ่นปลิว มี ไม่มี

14. โปสเตอร์ มี ไม่มี

15. จุลสารด้านการท่องเที่ยววัด มี ไม่มี

16. เว็บไซต์ มี ไม่มี

5. ท่านคิดว่ารูปแบบของการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่วัดใช้ในปัจจุบัน เหมาะสมกับการท่องเที่ยวหรือไม่ ควรจะเพิ่มความรู้ในลักษณะใดบ้าง เพราะเหตุใด

6. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้ความรู้ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติควรมีลักษณะอย่างไร และเนื้อหาที่ปรากฏในรูปแบบของการให้ความรู้ที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

7. ท่านมีปัญหาหรืออุปสรรค ในการดำเนินงานของท่านเกี่ยวกับลักษณะการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด และปัญหาหรืออุปสรรคที่ท่านพบเจอท่านมีวิธีแก้ไขอย่างไร

8. ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณที่ท่านได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลและร่วมแสดงความคิดเห็นต่องานวิจัยครั้งนี้



แนวทางการสัมภาษณ์
นักท่องเที่ยว

รูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กรณีศึกษา วัดพะโคะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

.....
คำชี้แจง แนวทางการสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ตามความ
เป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผู้วิจัยจะนำข้อมูล
ทั้งหมดไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความ
ร่วมมือจากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

เพศ ชาย หญิง

อายุ

ระดับการศึกษา

อาชีพ

รายได้ / เดือน

ปัจจุบันท่านมีถิ่นพำนักอยู่จังหวัด.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

1. วัตถุประสงค์ของท่านที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> หาความรู้เรื่องประวัติของวัด | <input type="checkbox"/> บูชาวัตถุมงคล |
| <input type="checkbox"/> เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ | <input type="checkbox"/> ตามคำชวนของญาติ / เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2. ความถี่ในการเดินทางของท่านที่มาท่องเที่ยววัดพะโคะต่อปี

- ครั้งแรก 2 ครั้ง 3 ครั้ง
 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

3. ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยววัดพะโคะช่วงวันใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- จันทร์ – ศุกร์ เสาร์ – อาทิตย์
 วันสำคัญทางศาสนา วันหยุดนันทฤกษ์
 วันที่วัดพะโคะจัดขึ้นตามประเพณีเคยปฏิบัติ
 ตามความสะดวกของตนเอง อื่นๆ โปรด.....

4. ช่วงเวลาใดที่ท่านสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยววัดพะโคะ

- ช่วงเช้า ช่วงบ่าย
 ช่วงเย็น ช่วงเวลาตามสะดวกของตนเอง
 ตลอดทั้งวัน อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รูปแบบการเดินทางของท่านเป็นแบบใด

- เดินทางมาด้วยตนเอง
 เดินทางมาเป็นกลุ่ม (โปรดระบุ)
 กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน
 กลุ่มศึกษาจากสถาบันการศึกษา หรือ บริษัท หน่วยงาน องค์กรต่างๆ
 เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. เหตุผลที่ท่านเข้ามาเยือนวัดพะโคะ

- เป็นจุดหมายปลายทางหลัก
 เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางครั้งนี้
 เป็นจุดแวะพักระหว่างการเดินทาง
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ระยะเวลาในการท่องเที่ยววัดพะโคะ

- ครั้งชั่วโมง – 1 ชั่วโมง 2 ชั่วโมง – 3 ชั่วโมง
 ครึ่งวัน ตลอดทั้งวัน
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

1. ระหว่างที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวมายังวัดพะโคะ ท่านเคยได้รับการสื่อความหมาย(วิธีการให้ความรู้) ด้วยสื่อดังต่อไปนี้หรือไม่ และท่านต้องการให้มีวิธีการให้ความรู้ประเภทใด สำหรับการท่องเที่ยวในวัดพะโคะที่เหมาะสม เพราะเหตุใด

1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชมในท้องถิ่น มี ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

1.1 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่ายหรือไม่ ควรแก้ไขอย่างไร และประเด็นอื่นๆ ที่ท่านต้องการมีอะไรบ้าง

.....

2. มัคคุเทศก์ มี ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

3. ชุมมัคคุเทศก์ มี ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลบรรยายละเอียดตามความคิดเห็นของท่านดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราว(ให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง)เกี่ยวกับวัดพะโคะได้ดีหรือไม่ ควรแก้ไขอย่างไร และประเด็นอื่นๆ ที่ท่านต้องการ ทักษะในการสื่อสารสามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ มีหรือไม่ ท่านต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ อย่างไร

2. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม มีหรือไม่ ท่านต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ อย่างไร

3. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย อธิษาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง มีหรือไม่ ท่านต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ อย่างไร

4. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น จารีตประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย มีหรือไม่ ท่านต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ อย่างไร

4. การสาธิต/การแสดง

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	---

4.1 ประเด็นอื่นที่ท่านต้องการ

.....

5. ศูนย์บริการข้อมูล

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	---

5.1 ประเด็นอื่นที่ท่านต้องการ

.....

6. พิพิธภัณฑ์

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

6.1 ประเด็นอื่นที่ท่านต้องการ

.....

7. การจัดนิทรรศการ

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

7.1 ท่านคิดว่าควรจะจัดนิทรรศการทุกๆวันสำคัญ เช่น เรื่องเล่า ประวัติศาสตร์
 ความเป็นมา เกี่ยวกับวัดพะโคะ หรือไม่ อย่างไร และประเด็นอื่นๆ ที่ท่านต้องการ

.....

7.1.1 ต้องการนิทรรศการในร่มหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

7.1.2 ต้องการนิทรรศการกลางแจ้งหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

8. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

8.1 ประเด็นอื่นที่ท่านต้องการ

.....

9. ป้ายบอกทาง ป้ายทิศทาง

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

9.1 ความโดดเด่น ขนาดตัวอักษร การมองเห็นได้ชัดเจน การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
 ลักษณะสีของป้ายและตัวอักษร ควรมีลักษณะอย่างไร ท่านต้องการประเด็น
 ใดบ้างเพิ่มเติม เพราะเหตุใด

.....

10. แผ่นป้ายเพื่อให้ความรู้ แผ่นป้ายข้อมูล

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

10.1 ด้านเนื้อหา ความน่าสนใจเนื้อหาสาระ เนื้อหากระชับ ความชัดเจน การใช้ภาษาที่เข้าใจ สามารถจดจำได้ง่าย มีใจความสำคัญและมีการเรียบเรียงที่ดี หรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นใดเพิ่มเติมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

10.2 ด้านลักษณะของป้าย ความโดดเด่น ขนาดตัวอักษร การมองเห็นได้ชัดเจน สีของป้ายและตัวอักษร ตำแหน่งที่วางเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์หรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นใดบ้างเพิ่มเติมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

11. แผ่นพับ

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

11.1 ด้านเนื้อหา ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ เนื้อหากระชับ ความชัดเจน การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีใจความสำคัญและมีการเรียบเรียงที่ดี หรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นใดเพิ่มเติม เพราะเหตุใด

.....

12. คู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

12.1 ด้านเนื้อหา ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ รายละเอียดของเนื้อหา การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีใจความสำคัญและมีการเรียบเรียงที่ดี มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง หรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นใดเพิ่มเติม หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

13. แผ่นปลิว

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

13.1 ด้านเนื้อหา ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ เนื้อหากระชับ ความชัดเจน การใช้ภาษาที่เข้าใจ สามารถจดจำได้ง่าย มีใจความสำคัญและมีการเรียบเรียงที่ดี หรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นใดเพิ่มเติมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

14. โปสเตอร์

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

14.1 ด้านเนื้อหา ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ เนื้อหากระชับ ความชัดเจน การใช้ภาษาที่เข้าใจ สามารถจดจำได้ง่าย มีใจความสำคัญและมีการเรียบเรียงที่ดีหรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นใดเพิ่มเติมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

15. จุลสารด้านการท่องเที่ยว

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

15.1 ด้านเนื้อหา ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ รายละเอียดของเนื้อหา การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีใจความสำคัญและมีการเรียบเรียงที่ดี มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง หรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นใดเพิ่มเติมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

16. เว็บไซต์

<input type="checkbox"/> มีอย่างไร..... เหมาะสมหรือไม่ <input type="checkbox"/> ดี <input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ไม่มี ต้องการให้มีหรือไม่ เพราะเหตุใด <input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
---	--

16.1 รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น ชัดเจน ความถูกต้องของเนื้อหาสาระใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีใจความที่สำคัญ มีความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ หรือไม่ อย่างไร ท่านต้องการประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

2. วิธีการให้ความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ท่านคิดว่าได้รับความรู้และประสบการณ์เพียงพอต่อความต้องการของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด ควรเพิ่มความรู้หรือรูปแบบวิธีการให้ความรู้ หรือไม่ เพราะเหตุใด

3. นอกจากประเภทของวิธีการให้ความรู้ข้างต้น ท่านคิดว่าควรจะมีลักษณะวิธีการให้ความรู้ประเภทใดบ้าง ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวภายในวัดพะโคะ เพราะอะไร

4. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ค่ะ



หมายเลขแบบสอบถาม

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งการเก็บข้อมูลในการวิจัยเพื่อการศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาท่านตอบคำถามทุกข้อในแบบสอบถามนี้ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยเท่านั้น สำหรับแบบสอบถามฉบับนี้มี 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความต้องการการสื่อความหมาย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ (...) ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี พร้อมทั้งขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20 - 29 ปี

30 - 39 ปี 40 - 49 ปี

50 - 59 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ โสด สมรส หม้าย /หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา ประถมศึกษาตอนต้น
 ประถมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมตอนปลาย / ปวช ปวส / อนุปริญญา
ปริญญาตรี ปริญญาโท
ปริญญาเอก อื่นๆ ระบุ.....

5. อาชีพ

- รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร
 รับจ้างทั่วไป นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ
 นักเรียน / นักศึกษา ว่างาน / เกษียณ
 แม่บ้าน อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ / เดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 35,000 บาท 35,001 – 40,000 บาท 40,001 บาทขึ้นไป

7. ปัจจุบันท่านพักอยู่จังหวัด.....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

8. วัตถุประสงค์ของท่านที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หาความรู้เรื่องประวัติของวัด บูชาวัตถุมงคล
 เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตามคำชวนของญาติ / เพื่อน
 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ความถี่ในการเดินทางของท่านที่มาท่องเที่ยววัดพะโคะต่อปี

- ครั้งแรก 2 ครั้ง 3 ครั้ง
 4 ครั้ง 5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

ส่วนที่ 3 ความต้องการการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดพะโคะ
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

3.1 ท่านต้องการสื่อประเภทใดสำหรับการสื่อความหมายในวัดพะโคะ

ลักษณะความต้องการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การสื่อความหมายโดยใช้บุคคล					
1. ผู้บริการข้อมูล / ปราชญ์ชาวบ้าน / ผู้นำชมในท้องถิ่น					
2. มัคคุเทศก์นำเที่ยว					
3. ยูวมัคคุเทศก์					
4. การสาธิต / การแสดง					
การสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล					
5. ศูนย์บริการข้อมูลของวัดพะโคะ					
6. พิพิธภัณฑวัดพะโคะ					
7. การจัดนิทรรศการ					
8. โสตทัศนอุปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อด้วยภาพ สื่อด้วยเสียง					
9. ป้ายบอกทิศทาง					
10. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลเพื่อให้ความรู้					
11. แผ่นพับ / โบชัวร์					
12. คู่มือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					
13. แผ่นปลิว					
14. โปสเตอร์					
15. จุดสารด้านการท่องเที่ยวของวัด					
16. (เวปไซต์) wed site ของวัด					

3.2 ท่านต้องการคุณลักษณะและรายละเอียดของสื่อเพื่อใช้ในการสื่อความหมายมากน้อยเพียงใด

ลักษณะความต้องการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
คุณลักษณะของสื่อโดยใช้บุคคล					
1. การให้ข้อมูลรายละเอียด ชัดเจน เข้าใจง่าย					
2. สามารถเชื่อมโยงเรื่องราว ให้เข้ากับผู้ฟัง					
3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียงถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ					
4. การกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม					
5. บุคลิกภาพ เช่น กริยา มารยาท การแต่งกาย					
6. อธยาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง					
7. ให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ข้อห้าม ความปลอดภัย					
8. การใช้เวลาที่เหมาะสมในการสื่อความหมาย					
คุณลักษณะของสื่อโดยไม่ใช้บุคคล					
9. เนื้อหากระชับและถูกต้อง ชัดเจน น่าสนใจ					
10. ภาษาเข้าใจง่าย					
11. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง					
12. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจโดดเด่น					
13. เสริมสร้างเอกลักษณ์ให้กับวัดพะโคะหรือชุมชน					



Questionnaire No.

Questionnaire for tourists

Explanation This questionnaire is a part of study of dissertation course for the student of master of business administration, Department of tourism management, Faculty of management science, Prince of Songkla University. This data collection for research is to study the opinion of tourists over the format of meaning communication for cultural tourism, Satingphra District, Songkhla Province. The researcher would like to ask for your kindness to answer every question in this questionnaire. In this regard, your data obtained from the questionnaire would be kept confidentially and the researcher would apply all of the data for the benefit of research only. This questionnaire comprises 4 parts as follows.

Part 1 Personal data

Part 2 Tour behavior

Part 3 The need of meaning communication

Part 4 Opinion and suggestion

Please mark / in or fill in the blank (.....). The researcher extremely hopes to well receive your cooperation in answering this questionnaire and wishes to express thank at this time.

Part 1 Personal data

1. Gender Male Female

2. Age.....years old

3. Status Single Married Divorced

4. Education level

Below elementary

Early elementary

Late elementary

Junior high school

Senior high school/vocational

Higher vocational/Junior degree

Bachelor degree

Master degree

Doctorate

Others (Please specify).....

5. Occupation

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Government official | <input type="checkbox"/> State enterprise official |
| <input type="checkbox"/> Private company employee | <input type="checkbox"/> Agriculturist |
| <input type="checkbox"/> General employee | <input type="checkbox"/> Businessman/ Business Owner |
| <input type="checkbox"/> Student/Scholar | <input type="checkbox"/> Unemployed/Retired |
| <input type="checkbox"/> Housewife | <input type="checkbox"/> Others(Please specify) |

6. Income/month

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Below 5,000 baht | <input type="checkbox"/> 5,001 - 10,000 baht |
| <input type="checkbox"/> 10,001 - 15,000 baht | <input type="checkbox"/> 15,001 - 20,000 baht |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 25,000 baht | <input type="checkbox"/> 25,001 - 30,000 baht |
| <input type="checkbox"/> 30,001 - 35,000 baht | <input type="checkbox"/> 35,001 - 40,000 baht |
| <input type="checkbox"/> 40,001 baht over | <input type="checkbox"/> |

7. You are currently staying inProvince

Part 2 Tour behavior

1. Your purpose of coming to this place (More than 1 answer is optional)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Seeking for the knowledge of the temple history | <input type="checkbox"/> Worshipping religious articles |
| <input type="checkbox"/> Observing sacred powers | <input type="checkbox"/> Follow the suggestion of relative/friends |
| <input type="checkbox"/> Recreation | <input type="checkbox"/> Others (Please specify)..... |

2. Frequency of coming to WatPha-kho per year

- | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> First time | <input type="checkbox"/> Twice | <input type="checkbox"/> Three times |
| <input type="checkbox"/> Four times | <input type="checkbox"/> Five times | <input type="checkbox"/> More than five times |

3. Day of coming to WatPha-kho(More than 1 answer is optional)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Monday-Friday | <input type="checkbox"/> Saturday-Sunday Holiday |
| <input type="checkbox"/> Religious special day | <input type="checkbox"/> Others(Please specify)..... |
| <input type="checkbox"/> Traditional day WatPha-kho
organized as usual | |
| <input type="checkbox"/> As per your convenience | |

4. Convenient time for coming to WatPha-kho

- | | |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Morning | <input type="checkbox"/> Afternoon |
| <input type="checkbox"/> Evening | <input type="checkbox"/> As per your convenience |
| <input type="checkbox"/> All day | <input type="checkbox"/> Others (Please specify) |

5. Style of traveling

- Coming alone
- Coming as a group (Please specify)
- | | | |
|--|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Family group | <input type="checkbox"/> Friend group | <input type="checkbox"/> Family group and friend group |
| <input type="checkbox"/> Activity observing group from education institute, company, authority or organization | | |
| <input type="checkbox"/> Coming with a tour agency | | |
| <input type="checkbox"/> Others (Please specify) | | |

6. Reasons of coming to WatPha-kho

- As a main destination
- As one of the attractions of this trip
- As a resting point during the trip
- Others (Please specify).....

7. Period of visiting WatPha-kho

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Half hour- 1 hour | <input type="checkbox"/> 2 hours-3 hours |
| <input type="checkbox"/> Half day | <input type="checkbox"/> All day |
| <input type="checkbox"/> Others (Please specify) | |

Part 3 The need of meaning communication for cultural tourism, a case study of WatPha-kho

Explanation Please mark/in the prescribed spaces as follows.

3.1 Type of intermediary you need for meaning communication in WatPha-kho

Type of intermediary	Level of need				
	Highest (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Lowest (1)
Person based meaning Interpretation					
1.Information provider of WatPha-kho					
2.Guide					
3. Junior guide					
4.Demonstration / Show					
Non-person based meaning Interpretation					
5. Information service center of WatPha-kho					
6. WatPha-kho Museum					
7. Exhibition					
8. Audiovisual facilities such as video, picture and sound					
9. Direction sign					
10.Meaning Interpretation signboard or information signboard for knowledge providing					
11.Brochure					
12.Attraction handbook					
13.Handbill					
14.Poster					
15.Pamphlet					
16.Wat's website					

3.2 The quantity of character and detail of intermediary for meaning communication you need

Character of intermediary	Level of need				
	Highest (5)	High (4)	Medium (3)	Low (2)	Lowest (1)
Person based meaning Interpretation					
1. Giving clear and easily understood information					
2. Being able to link story that goes with the audience					
3. Having communication skill by composing and transferring story impressively with art					
4. Stimulating audience to have interest and fun and follow suit					
5. Personality such as manners, behavior and dress					
6. Being friendly and always smile					
7. Giving advice and direction such as prohibition and safety to tourists					
8. Using an appropriate time to communicate meaning					
Non-person based character of intermediary					
9. The contents is concise, correct, clear and interesting					
10. The language is easily understood					
11. The unity relates continuously					
12. The style and procedure of presentation is interesting and outstanding					
13. Create identity to Wat-Pha-kho					

ภาคผนวก ข

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	สาขาชำนาญการ	สถานที่ทำงาน
1	ดร. ป้องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง	อุตสาหกรรมท่องเที่ยว , บริหารทรัพยากรมนุษย์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา
2	ดร.แสนศักดิ์ ศิริพานิช	อุตสาหกรรมบริการ, จิตวิทยาบริการ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา
3	ดร.จเร สุวรรณชาติ	สถาปัตยกรรม และ การสื่อความหมายเมืองเก่า	คณะสถาปัตยกรรม ศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย
4	ผศ.ดร. อูมาพร มุณีแนม	การสื่อความหมายทาง ธรรมชาติ	คณะทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลา นครินทร์
5	ผศ. กุลดารา เพียรเจริญ	การโรงแรมและการท่องเที่ยว	คณะสถาปัตยกรรม ศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย

