

การจัดการการสื่อความหมาย การรับรู้ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว
ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธ: หลักฐานจากวัดป่าสุทธาวาส จังหวัดสกลนคร*
INTERPRETATION MANAGEMENT, TOURIST PERCEPTION, AND LEARNING
OUTCOMES IN BUDDHIST TOURISM: EVIDENCE FROM WAT PA SUTTHAWAT,
SAKON NAKHON PROVINCE

วิศิษฐ์ศักดิ์ อุดมมала¹, เทิดชาย ช่วยบำรุง^{2*}

Wisissak Udommala¹, Therdchai Choibamroong^{2*}

คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: ted-choibamroong@hotmail.com

*Tel: 080-055-5669

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อประเมินประสิทธิผลของการจัดการการสื่อความหมาย พุทธธรรมตามคำสอนของพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตเถระ ณ วัดป่าสุทธาวาส จังหวัดสกลนคร 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ และพฤติกรรมการเรียนรู้ตามการรายงานของตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อประสิทธิผลตามการรับรู้ดังกล่าว บทความนี้รายงานเฉพาะระยะที่หนึ่งซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบตัดขวาง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบ เชิงสำรวจและเชิงยืนยัน และการถดถอยพหุคูณเชิงลำดับขั้น ผลการวิจัยมี 3 ประการ ประการแรก โมเดลการวัด มี 3 องค์ประกอบที่เชื่อถือได้ ได้แก่ ประสิทธิภาพของผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (HI) คุณภาพการจัดการเนื้อหา และสื่อ (CM) และผลลัพธ์การเรียนรู้และความภักดี (TO) ประการที่สอง นักท่องเที่ยวประเมินทุกองค์ประกอบ ในระดับมาก โดย TO สูงสุด ($M = 4.08$) รองลงมา คือ CM ($M = 3.90$) และ HI ($M = 3.78$) ข้อที่ได้คะแนนสูงสุด ล้วนเป็นเชิงอารมณ์และการนำธรรมะไปใช้ สะท้อนการเรียนรู้เชิงใคร่ครวญมากกว่าการรับสารสนเทศ ประการที่สาม เมื่อควบคุมลักษณะประชากรแล้ว คุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อธรรมะของพระอาจารย์มั่น อันได้แก่ การจัดแสดง อัฐบริวาร ป้ายสื่อความหมาย และบรรยากาศวิเวก ส่งผลต่อผลลัพธ์สูงกว่าผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล ($\beta = .441$ และ $\beta = .306$) ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 41.2 ขณะที่ลักษณะประชากรมีบทบาทน้อยมาก ข้อค้นพบ ชี้ว่าคุณภาพประสบการณ์ เป็นสิ่งที่จัดการได้ จึงเสนอให้พัฒนาสื่อใหม่ ออกแบบเส้นทางการเรียนรู้ ติดตั้งป้ายรหัส คิวอาร์ และการสร้างบรรยากาศศักดิ์สิทธิ์เป็นองค์ประกอบของการสื่อความหมาย

คำสำคัญ: การสื่อความหมาย, การท่องเที่ยวเชิงพุทธ, การรับรู้ของนักท่องเที่ยว, ผลลัพธ์การเรียนรู้, วัดป่าสุทธาวาส

Abstract

This research had three objectives: 1) To evaluate the effectiveness of Buddhist Dhamma interpretation management based on the teachings of Phra Ajahn Mun Bhuridatto Thera at Wat Pa Sutthawas, Sakon Nakhon Province; 2) To study the perceptions and self-reported learning behaviors of Thai tourists; and 3) To examine the factors influencing such perceived effectiveness. This article reports exclusively on the first phase, which was cross-sectional quantitative research collecting data via questionnaires from 400 Thai tourists and analyzing them using descriptive statistics, exploratory and confirmatory factor analyses, and hierarchical multiple regression. The results are threefold: first, the measurement model comprised three reliable components, namely human interpreter effectiveness (HI), content and media management quality (CM), and learning outcomes and loyalty (TO); second, tourists evaluated all components at a high level, with TO being the highest ($M = 4.08$), followed by CM ($M = 3.90$) and HI ($M = 3.78$), where the highest-scoring items were all affective and related to the application of Dhamma, reflecting contemplative learning rather than mere information reception; third, after controlling for demographic characteristics, the quality of content and media management of Phra Ajahn Mun's Dhamma-comprising the exhibition of monastic requisites, interpretive signs, and a secluded atmosphere-had a greater effect on outcomes than human interpreters ($\beta = .441$ and $\beta = .306$), jointly explaining 41.2% of the variance, whereas demographic characteristics played a negligible role. The findings indicate that experience quality is manageable; therefore, it is suggested to develop new media, design learning trails, install QR-code signs, and create a sacred atmosphere as components of the interpretation.

Keywords: Interpretation, Buddhist Tourism, Tourist Perception, Learning Outcomes, Wat Pa Sutthawat

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงพุทธเป็นภาคส่วนที่มีพลวัตสูงของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าและมูลค่าสูง โดยมีนักท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นอุปสงค์หลักที่ผานการทํานุญ การร่วมประเพณี และการเยี่ยมชมศาสนสถานเข้าด้วยกัน (Somrak, T., 2024) ประกอบกับกระแสความสนใจในสติ สมาธิภาวนา และสุขภาวะทางจิตวิญญาณที่ขยายตัว ซึ่งสอดคล้องกับหลักฐานเชิงประจักษ์ในบริบทไทยที่ยืนยันความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความผูกพันทางศาสนากับสุขภาวะทางจิต (Pholphirul, P. & Srijamdee, K., 2025) ทั้งนี้ ตามหลักการสื่อความหมายมรดกวัฒนธรรมของ Tilden, F. คุณค่าที่แท้จริงของการเยี่ยมชมศาสนสถานมิได้อยู่ที่การถ่ายทอดข้อเท็จจริง หากอยู่ที่การเผยแสดงความหมายอย่างจงใจเพื่อเชื่อมโยงผู้มาเยือนเข้ากับนัยสำคัญของพื้นที่ (Tilden, F., 1977)



ในเชิงการจัดการ ประสบการณ์อันลุ่มลึกดังกล่าวถูกส่งมอบผ่านสองช่องทางหลักที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถควบคุมได้ ได้แก่ ผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (Human Interpreter: HI) และการจัดการเนื้อหาและสื่อ (Content and Media Management: CM) ซึ่งร่วมกันกำหนดผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Outcomes: TO) ทั้งด้านการเรียนรู้ ความผูกพันเชิงอารมณ์ และความภักดี การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธให้สามารถส่งมอบประสบการณ์อันลุ่มลึก จึงเป็นทั้งโอกาสเชิงเศรษฐกิจและภารกิจเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ

อย่างไรก็ตาม เบื้องหลังการเติบโตเชิงปริมาณ การเยี่ยมชมศาสนสถานส่วนใหญ่ยังคงเป็นการทัศนจรรยาณะที่ยึดการมองเห็นเป็นศูนย์กลาง นักท่องเที่ยวถ่ายภาพ กราบสักการะ แล้วเดินทางต่อ โดยปราศจากปฏิสัมพันธ์เชิงลึกกับเนื้อหาหลักธรรมและการภาวนาอันเป็นแก่นคุณค่าของสถานที่ (Schedneck, B., 2021) ปัญหาเชิงประจักษ์ที่เป็นจุดตั้งต้นของการวิจัยนี้จึงมีลักษณะเป็นลูกโซ่ กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธสายวัดป่าโดยทั่วไปยังขาดแบบแผนการจัดการการสื่อความหมายอย่างเป็นระบบ การดำเนินงานจึงเป็นไปตามสถานการณ์และพึงพาความสามารถเฉพาะบุคคล ผลที่ตามมา คือ ผู้เยี่ยมชมได้รับประสบการณ์เพียงระดับผิวเผินแบบทัศนจรรยาณะ และไม่สามารถเข้าถึงแก่นพุทธธรรมซึ่งเป็นสาระตถะเชิงนามธรรมได้ ความท้าทายของภาคส่วนนี้จึงมิใช่การขาดแคลนผู้เยี่ยมชม หากเป็นวิกฤตด้านความลุ่มลึกของประสบการณ์ที่ธรรมสถานส่งมอบได้ ซึ่งโดยรากฐาน คือ ปัญหาของ “การสื่อความหมาย” (interpretation) เมื่อการสื่อความหมายผิวเผิน ธรรมสถานที่ลุ่มลึกย่อมถูกกลดทอนเป็นเพียงทัศนียภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธ ปัญหานี้ซับซ้อนเป็นพิเศษ เพราะเนื้อหาที่ต้องสื่อ คือ องค์กรคำสอนเชิงภาวนา ทั้งสติ สมาธิ ศีล และปัญญาเห็นแจ้งในไตรลักษณ์ ซึ่งเป็นสาระตถะเชิงนามธรรมที่ไม่อาจแปลงเป็นป้ายข้อมูลหรือการนำชมโดยสังเขปได้โดยง่าย

ยิ่งไปกว่านั้น องค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่วิเคราะห์ปัจจัยการสื่อความหมายในบริบทเช่นนี้ ยังมีจำกัด เพราะวรรณกรรมส่วนใหญ่พัฒนาขึ้นบนฐานมรดกทางโลกและพื้นที่ธรรมชาติ โดยให้มัคคุเทศก์เป็นศูนย์กลาง (Moscardo, G., 1996); (Tilden, F., 1977) แม้ในระยะหลังงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการสื่อความหมายมรดกจะขยายตัวอย่างชัดเจน แต่ทิศทางของงานเหล่านั้นยังมิได้ตอบคำถามเชิงเปรียบเทียบที่การวิจัยนี้สนใจ กล่าวคือ งานทบทวนอย่างเป็นระบบของ Nowacki, M. ชี้ว่าวรรณกรรมการสื่อความหมายส่วนใหญ่มุ่งเชื่อมโยงการสื่อความหมายกับความยั่งยืนในภาพรวมมากกว่าการเปรียบเทียบน้ำหนักของช่องทางการสื่อความหมายแต่ละประเภท (Nowacki, M., 2021) งานของ Weng, L. et al. เปรียบเทียบผู้เยี่ยมชมที่ได้รับและไม่ได้รับการนำชม จึงยังคงวางมัคคุเทศก์เป็นตัวแปรหลักโดยมิได้วัดคุณภาพเนื้อหาและสื่อเป็นองค์ประกอบคู่ขนาน (Weng, L. et al., 2020) ขณะที่งานในบริบทพุทธศาสนาเอเชียของ Shinde, K. A. ประเมินประสิทธิผลของเส้นทางแสวงบุญในระดับผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ มิใช่ระดับกลไกการสื่อความหมาย (Shinde, K. A., 2022) ส่วนงานในบริบทไทยยังคงเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพหรือเชิงพรรณนาเป็นหลัก (Schedneck, B., 2021); (Somrak, T., 2024) ช่องว่างที่ยังเปิดอยู่จึงเป็นการทดสอบเชิงปริมาณว่าด้วยอิทธิพลเชิงสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคลกับการจัดการเนื้อหาและสื่อ ณ แหล่งปฏิบัติธรรมสายวัดป่ากรรมฐาน ซึ่งยังไม่ปรากฏหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ชัดเจน จังหวัดสกลนครเป็นพื้นที่ที่ปัญหาและโอกาสนี้มาบรรจบกันอย่างเข้มข้น ในฐานะศูนย์กลางพระกรรมฐานสายวัดป่าของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันยึดโยงกับปฏิปทาของพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตเถระ (พ.ศ. 2413 - 2492) ผู้ฟื้นฟูการปฏิบัติกรรมฐานอย่างเคร่งครัดในพุทธศาสนาไทยสมัยใหม่ (Nāṇasampanno, B., 2005); (Tiyavanich, K., 1997)



วัดป่าสุทธาวาส ซึ่งเป็นสถานที่พำนักในวาระสุดท้ายและที่ตั้งพิพิธภัณฑสถานของท่าน จึงมีต้นทุนทางจิตวิญญาณสูงยิ่ง ทั้งในฐานะจุดหมายทางชีวประวัติ ศูนย์ปฏิบัติธรรมที่มีชีวิต และจุดหมายของผู้ศรัทธาในสายธรรม กระนั้น วัดยังขาดแบบแผนการจัดการการสื่อความหมายอย่างเป็นระบบ ทำให้ยากต่อการธำรงคุณภาพและการถ่วงดุลระหว่างการเข้าถึงได้กับการรักษาความสงบวิเวกของพื้นที่

จากสภาพปัญหาดังกล่าว การวิจัยนี้จึงกำหนดคำถามการวิจัยไว้ 3 ข้อ ได้แก่ 1) โครงสร้างและประสิทธิผลของการจัดการการสื่อความหมายพุทธธรรม ณ วัดป่าสุทธาวาส มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือเชิงวัดผลอย่างไร 2) นักท่องเที่ยวมีการรับรู้และการรับรู้พฤติกรรมการเรียนรู้เชิงพุทธธรรมอย่างไร และ 3) ระหว่างผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (HI) กับการจัดการเนื้อหาและสื่อ (CM) ปัจจัยใดมีอิทธิพลเชิงสัมพันธ์ต่อผลลัพธ์การเรียนรู้สูงกว่ากัน บทความนี้จึงนำเสนอผลการวิจัยเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน เพื่อให้หลักฐานเชิงประจักษ์อันเป็นประโยชน์ต่อการต่อยอดองค์ความรู้และการพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับวัด หน่วยงานการท่องเที่ยว และผู้กำหนดนโยบาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินประสิทธิผลของการจัดการการสื่อความหมายพุทธธรรมตามคำสอนของพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตเถระ ณ วัดป่าสุทธาวาส จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้และการรับรู้พฤติกรรมการเรียนรู้ตามการรายงานของตนเองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการสื่อความหมายดังกล่าว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และประสิทธิผลตามการรับรู้ของการจัดการการสื่อความหมาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการรายงานผลการศึกษาระยะที่หนึ่งของโครงการวิจัยแบบผสมวิธีเชิงอธิบายตามลำดับ (Sequential Explanatory Mixed-Methods Design) ทั้งนี้ บทความฉบับนี้มุ่งเสนอเฉพาะผลการวิจัยเชิงปริมาณในระยะที่ 1 ซึ่งมีลักษณะเป็นการสำรวจเชิงปริมาณแบบตัดขวาง (Cross-sectional Quantitative Survey Design) โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพในระยะที่ 2 อันประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วมจะนำเสนอแยกเป็นอีกบทความหนึ่ง ข้อมูลจากคำถามปลายเปิดที่รายงานในบทความนี้จึงเป็นข้อมูลเสริมประกอบผลเชิงปริมาณ มิใช่ผลของระยะที่ 2 แต่อย่างใด ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมชมวัดป่าสุทธาวาส การจำกัดขอบเขตเฉพาะนักท่องเที่ยวไทยมีเหตุผลเพื่อความเป็นเอกพันธ์ทางวัฒนธรรมและภาษา สอดคล้องกับจุดเน้นของการศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมการเรียนรู้ในบริบทพุทธธรรม

กลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 400 คน ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ 360 คนตามอัตราส่วนหน่วยตัวอย่างต่อข้อคำถามไม่น้อยกว่า 10 ต่อ 1 สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบและการถดถอยพหุคูณ (เครื่องมือมี 36 ข้อ) (Hair, J. F. et al., 2019); (Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S., 2019) ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจงร่วมกับตามสะดวก (Purposive-Convenience Sampling) กล่าวคือ กำหนดเกณฑ์คัดเข้า (inclusion criteria) ไว้ว่าผู้ตอบต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และต้องผ่านการรับประสบการณ์การสื่อความหมาย ณ พิพิธภัณฑสถานพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตเถระ หรือจัดแสดงการสื่อความหมายอื่นภายในวัดมาแล้วก่อนตอบแบบสอบถาม



จากนั้นจึงคัดเลือกผู้ผ่านเกณฑ์ตามความสะดวก ณ บริเวณทางออกของจุดสื่อความหมาย เพื่อควบคุมคุณภาพของกลุ่มตัวอย่างมิให้เป็นการสุ่มตามสะดวกโดยปราศจากเงื่อนไข ผู้วิจัยกำหนดโควตาการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบตามช่วงเวลา โดยกระจายการเก็บทั้งวันธรรมดาและวันหยุด และทั้งช่วงเวลาที่อยู่เยี่ยมชมหนาแน่นและเบาบางในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมรูปแบบการมาเยือนที่หลากหลายมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เครื่องมือเป็นแบบสอบถามชนิดตอบด้วยตนเอง แบ่งเป็นส่วนข้อมูลประชากรและมาตรวัดเชิงประสบการณ์ 3 องค์ประกอบ องค์ประกอบละ 12 ข้อ รวม 36 ข้อ ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพของผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (HI) ครอบคลุมความรู้ ทักษะ สติการสื่อสาร และการถ่ายทอดความแท้จริงทางจิตวิญญาณ 2) คุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อ (CM) ครอบคลุมความชัดเจนของเนื้อหา การมีส่วนร่วมเชิงประสบการณ์ ความถูกต้องตามพระธรรมวินัย และการส่งเสริมอัตลักษณ์ของสถานที่ และ 3) ผลลัพธ์การเรียนรู้และความภักดีของนักท่องเที่ยว (TO) ครอบคลุมความเข้าใจพุทธธรรม การประยุกต์ใช้ในชีวิต ความผูกพันเชิงอารมณ์ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ทุกข้อใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยพัฒนาข้อคำถามจากการสังเคราะห์หลักธรรมคำสอนของพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตเถระ อาทิชีวประวัติโดย Nāṇasampanno, B. ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมด้านการสื่อความหมายและการท่องเที่ยวเชิงพุทธ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดำเนินการตามลำดับ เริ่มจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยดัชนี IOC โดยคณะผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อความหมาย 1 ท่าน เพื่อให้การตรวจสอบครอบคลุมทั้งความเหมาะสมของข้อคำถามในบริบทการจัดการการท่องเที่ยว และความถูกต้องตามหลักการสื่อความหมายมรดกวัฒนธรรม คงไว้เฉพาะข้อที่มีค่าตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป จากนั้นทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงประชากรเป้าหมาย จำนวน 50 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค .917 (HI), .913 (CM) และ .937 (TO) ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ .70 ทุกองค์ประกอบ (Hair, J. F. et al., 2019)

การเก็บข้อมูลภาคสนามดำเนินการระหว่างเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2569 ณ จุดต่าง ๆ ภายในวัดภายหลังผู้เยี่ยมชมได้รับประสบการณ์การสื่อความหมายแล้ว โดยผู้วิจัยประจำจุดเก็บข้อมูลเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ ตรวจสอบเกณฑ์การคัดเข้า ขอความยินยอม และให้ผู้เข้าร่วมกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองตนเอง ในการควบคุมความลำเอียงจากวิธีการวัดร่วม (Common Method Bias) ผู้วิจัยใช้มาตรการป้องกันเชิงกระบวนการ (Procedural Remedies) ตามแนวปฏิบัติที่ยอมรับกัน ได้แก่ การให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองโดยผู้วิจัยไม่อยู่ในระยะสังเกตคำตอบ การไม่ระบุตัวตนผู้ตอบและการยืนยันการรักษาความลับเพื่อลดแรงจูงใจในการตอบตามความพึงปรารถนาทางสังคม การแยกส่วนของแบบสอบถามระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรตามให้มีระยะห่างเชิงกายภาพและมีคำชี้แจงคำแนะนำ และการสลับลำดับข้อคำถามระหว่างองค์ประกอบเพื่อลดการเดารูปแบบคำตอบ มาตรการเชิงกระบวนการเหล่านี้เป็นแนวทางที่ Podsakoff, P. M. et al. ระบุว่าควรใช้เป็นด่านแรกในการควบคุมความลำเอียงจากวิธีการวัดร่วม เนื่องจากการป้องกันที่ต้นเหตุก่อนการเก็บข้อมูล มิใช่การตรวจสอบภายหลัง (Podsakoff, P. M. et al., 2003) นอกจากนี้ ลักษณะของผลการวิเคราะห์ยังให้หลักฐานทางอ้อมว่าความลำเอียงดังกล่าวไม่น่าจะรุนแรง กล่าวคือหากคำตอบถูกครอบงำด้วยวิธีการวัดร่วม ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อมสูงอย่างสม่าเสมอ แต่ผลที่พบกลับปรากฏสหสัมพันธ์ระดับปานกลางและแตกต่างกันตามคู่ (HI-CM = .410; HI-TO = .457; CM-TO = .544) อีกทั้งตัวแปรทำนายสองตัวยังให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ($\beta = .441$ เทียบกับ $\beta = .306$) มิใช่การยกระดับขึ้นอย่างเท่าเทียมกันทั้งระบบ ประกอบกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ยืนยันความตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์



Fornell-Larcker ทั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักว่าการทดสอบทางสถิติเพิ่มเติม อาทิ Harman's Single Factor Test หรือ การเปรียบเทียบโมเดลที่มีตัวแปรแฝงของวิธีการวัด จะช่วยยืนยันประเด็นนี้ได้หนักแน่นยิ่งขึ้น จึงระบุไว้เป็นข้อจำกัดของการรายงานในระยนี้และเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิเคราะห์ในระยต่อไป ผู้เข้าร่วมทุกคนได้รับการพิทักษ์สิทธิ์ ข้อมูลไม่ระบุตัวตนและเก็บรักษาเป็นความลับ การดำเนินงานเคารพต่อจริตประเพณีทางพุทธศาสนาและวัตรปฏิบัติของสงฆ์ โครงการผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้รับอนุญาตจากทางวัดและหน่วยงานท้องถิ่นก่อนเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินเป็นลำดับขั้น กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เริ่มจากสถิติเชิงพรรณนา แปลผลค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ 5 ระดับ (4.21 - 5.00 มากที่สุด ถึง 1.00 - 1.80 น้อยที่สุด) จากนั้นวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ด้วยวิธีสกัดแกนหลัก (Principal Axis Factoring) และหมุนแกนแบบโพรแมกซ์ (Promax Rotation) ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลด้วยค่า KMO และการทดสอบของบาร์ตเลตต์ ควบคู่กับการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น ต่อมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ด้วยการประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด โดยรวมข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบเป็นพัสดุตัวบ่งชี้ (Item Parcels) องค์ประกอบละ 3 พัสตุ เพื่อเพิ่มเสถียรภาพในการประมาณค่าพารามิเตอร์ และสุดท้ายวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น โดยกำหนด TO เป็นตัวแปรตาม ขั้นที่ 1 ป้อนตัวแปรควบคุมด้านประชากร และขั้นที่ 2 ป้อน HI และ CM เพื่อแยกอิทธิพลสุทธิของการจัดการการสื่อความหมาย

การเลือกใช้การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้นแทนโมเดลสมการโครงสร้างเต็มรูปแบบ (Full Structural Equation Modeling) มีเหตุผลรองรับสามประการ ประการแรก กรอบแนวคิดกำหนดให้ HI และ CM เป็นตัวแปรทำนายคู่ขนาน (Parallel Predictors) ที่ส่งอิทธิพลทางตรงต่อ TO มิได้ตั้งสมมติฐานเชิงทฤษฎีว่าตัวแปรหนึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่านของอีกตัวแปรหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับสหสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = .41$) อันบ่งชี้ความสัมพันธ์แบบเกือบหนุนมากกว่าเชิงลำดับเหตุ - ผล การกำหนดเส้นทางส่งผ่านโดยปราศจากฐานทฤษฎีจึงเสี่ยงต่อการระบุโมเดลผิดพลาด (Model Misspecification) ประการที่สอง วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 มุ่งเปรียบเทียบน้ำหนักเชิงสัมพัทธ์ภายใต้การควบคุมอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งการถดถอยเชิงชั้นตอบเจตย์ได้ตรงที่สุด เพราะให้ค่า ΔR^2 ที่แยกส่วนสนับสนุนของตัวแปรแต่ละชุด ประการที่สาม ผู้วิจัยตรวจสอบโครงสร้างการวัดด้วย CFA มาก่อนแล้ว จึงมั่นใจได้ว่าคะแนนองค์ประกอบมีความตรงเพียงพอ อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ด้วย SEM เต็มรูปแบบนับเป็นแนวทางที่มีคุณค่าและระบุไว้เป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามลำดับวัตถุประสงค์ทั้งสามประการ โดยส่วนแรกเป็นลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.8) ช่วงอายุที่มีสัดส่วนสูงสุด คือ 41 - 50 ปี (ร้อยละ 31.0) รองลงมา คือ 31 - 40 ปี (ร้อยละ 24.0) ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี (ร้อยละ 60.5) และสูงกว่าปริญญาตรีอีกร้อยละ 25.5 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 40.5) เกือบทั้งหมดนับถือศาสนาพุทธ (ร้อยละ 98.2) และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ปฏิบัติสมาธิภาวนา (ครั้งคราว ร้อยละ 58.5 สมำเสมอร้อยละ 29.2) บ่งชี้ผู้เยี่ยมชมที่มีวุฒิภาวะและคุ้นเคยกับกรอบอ้างอิงทางพุทธศาสนาเป็นทุนเดิม



2. ประสิทธิภาพของการจัดการการสื่อความหมาย (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพข้อมูล โครงสร้างการวัด และความเชื่อมั่นความตรงตามลำดับ ข้อมูลผ่านการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น ไม่พบค่าสูญหาย ในข้อที่วิเคราะห์ทั้ง 36 ข้อ และค่าความเบ้และความโด่งรายข้ออยู่ในช่วง ± 2 ทุกค่า สนับสนุนการแจกแจงที่ใกล้เคียงปกติ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (ตารางที่ 1) สนับสนุนโครงสร้าง 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีความแปรปรวนสะสมก่อนหมุนแกนร้อยละ 54.79 และภายหลังการหมุนแกนแบบโปรแมกซ์ร้อยละ 54.24 ตัวเลขทั้งสองมิได้ขัดแย้งกัน หากเป็นค่าคนละชุดตามธรรมเนียมของการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยข้อมูลมีความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ (KMO = .881; Bartlett's $\chi^2(630) = 9,637.60$, $p < .001$) ทุกข้อมีน้ำหนักองค์ประกอบเด่นชัด ($\geq .40$) โดยไม่มีน้ำหนักไขว้ที่มีสาระสำคัญ แม้ข้อคำถามด้านผลลัพธ์ออกแบบให้ครอบคลุมทั้งการเรียนรู้และความภาคภูมิใจ แต่เชิงประจักษ์รวมตัวเป็นองค์ประกอบเดียวที่มีความสอดคล้องภายในสูง

ตารางที่ 1 ความแปรปรวนที่อธิบายได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ร้อยละความแปรปรวน	ร้อยละสะสม (ก่อนหมุนแกน)	ร้อยละความแปรปรวนหลังหมุนแกน
1	12.63	35.08	35.08	20.01
2	4.00	11.10	46.18	17.84
3	3.10	8.61	54.79	16.39

หมายเหตุ: คงไว้ 3 องค์ประกอบตามหลักเกณฑ์ของ Kaiser (ค่าไอเกน > 1.00) คอลัมน์ “ร้อยละสะสม” เป็นค่าก่อนหมุนแกน (54.79) ส่วนผลรวมของคอลัมน์สุดท้ายเป็นค่าสะสมหลังหมุนแกน (54.24) KMO = .881; Bartlett's $\chi^2(630) = 9,637.60$, $p < .001$

จากตารางที่ 1 พบว่า น้ำหนักขององค์ประกอบทั้งสามภายหลังหมุนแกนใกล้เคียงกัน (20.01, 17.84 และ 16.39 ตามลำดับ) มิใช่กรณีที่องค์ประกอบแรกครอบงำโครงสร้างทั้งหมด ซึ่งสนับสนุนว่าทั้งสามมิติมีน้ำหนักในการอธิบายโครงสร้างการสื่อความหมายใกล้เคียงกัน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด 3 องค์ประกอบ 9 ตัวบ่งชี้ แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี (ตารางที่ 2) น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานทุกค่าอยู่ในระดับสูงและ มีนัยสำคัญ (.835 - .933, $p < .001$) ความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (CR) .894 - .932 และความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) .738-.820 สูงกว่าเกณฑ์ .70 และ .50 ตามลำดับ ส่วนความตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ Fornell-Larcker พบว่า รากที่สองของ AVE ของแต่ละองค์ประกอบ (HI = .888; CM = .859; TO = .906) สูงกว่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทุกคู่ (HI-CM = .410; HI-TO = .457; CM-TO = .544)

นอกจากนี้ ค่าความเชื่อมั่นแอลฟาของครอนบาคในการเก็บข้อมูลจริงเท่ากับ .919 (HI), .903 (CM) และ .937 (TO) และทั้งฉบับ 36 ข้อเท่ากับ .946 ค่าสหสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวมที่ปรับแก้แล้วสูงกว่า .40 ทุกข้อ (พิสัย .57 - .78) ผลส่วนนี้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ว่าเครื่องมือวัดประสิทธิภาพของการจัดการการสื่อความหมาย ได้อย่างเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ และทั้งสามองค์ประกอบแยกจากกันอย่างแท้จริง

ตารางที่ 2 ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวัด (CFA)

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ผล
χ^2/df	< 3.00	2.99	ยอมรับได้

หมายเหตุ: น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน .835 - .933 ($p < .001$); CR = .894 - .932; AVE = .738 - .820

ตารางที่ 2 ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวัด (CFA) (ต่อ)

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าที่ได้	ผล
CFI	$\geq .95$	.983	ดี
TLI	$\geq .95$	.975	ดี
GFI	$\geq .90$	.975	ดี
RMSEA	$\leq .08$	.071	ยอมรับได้
AGFI	$\geq .90$	.963	ดี
NFI	$\geq .90$	.975	ดี

หมายเหตุ: น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน .835 - .933 ($p < .001$); CR = .894 - .932; AVE = .738 - .820

จากตารางที่ 2 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนทุกตัวผ่านเกณฑ์ โดย χ^2/df อยู่ต่ำกว่า 3.00 เพียงเล็กน้อย ซึ่งยอมรับได้เมื่อพิจารณาพร้อมกับดัชนีอื่น เนื่องจากค่าไค - สแควร์อ่อนไหวต่อขนาดตัวอย่างที่ใหญ่ ขณะที่ CFI, TLI, GFI, AGFI และ NFI ล้วนสูงกว่าเกณฑ์อย่างชัดเจน โมเดลจึงไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนก่อนนำไปวิเคราะห์ขั้นถัดไป

3. การรับรู้และการรับรู้พฤติกรรมการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) ก่อนนำเสนอผลผู้วิจัยขอระบุขอบเขตของการวัดให้ชัดเจนว่า ข้อมูลจากมาตรประมาณค่า 5 ระดับในส่วนนี้ คือ การรับรู้พฤติกรรม การเรียนรู้ตามการรายงานของตนเอง (Perceived Learning Behaviours, Self-reported) และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioural Intention) มิใช่การสังเกตพฤติกรรมจริง ผลการวิเคราะห์ระดับของตัวแปร (ตารางที่ 3) พบว่า ทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับมาก โดยผลลัพธ์การเรียนรู้และความภักดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.08$, $SD = 0.53$) รองลงมา คือ คุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อ ($M = 3.90$, $SD = 0.41$) และประสิทธิผลของผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล ($M = 3.78$, $SD = 0.45$)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของตัวแปร ($N = 400$)

ตัวแปร	M	SD	ระดับ
ประสิทธิผลของผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (HI)	3.78	0.45	มาก
คุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อ (CM)	3.90	0.41	มาก
ผลลัพธ์การเรียนรู้และความภักดี (TO)	4.08	0.53	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม (ข้อเดียว)	3.90	0.62	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับสิ่งที่ตนเองได้รับกลับไปสูงกว่าการประเมินองค์ประกอบที่ทำหน้าที่ส่งมอบเนื้อหา ทั้งในรูปของบุคคลและสื่อ นอกจากนี้ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ TO (0.53) สูงกว่า HI (0.45) และ CM (0.41) แสดงว่าความคิดเห็นต่อผลลัพธ์กระจายตัวมากกว่า ซึ่งอาจสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างบุคคลในพื้นฐานความคุ้นเคยกับพุทธศาสนา

เมื่อพิจารณารายข้อภายในองค์ประกอบผลลัพธ์ สามารถจำแนกข้อคำถามออกเป็นสองกลุ่มเพื่อเปรียบเทียบทิศทางการเรียนรู้ กลุ่มแรก คือ ข้อเชิงอารมณ์และการประยุกต์ (Affective And Application Items) ซึ่งวัดความรู้สึกและการนำธรรมะไปใช้ กลุ่มที่สอง คือ ข้อเชิงพุทธิปัญญา (Cognitive Items) ซึ่งวัดความเข้าใจเนื้อหาหลักธรรมและการจดจำสาระเชิงข้อเท็จจริง ผลปรากฏว่าข้อที่ได้รับการประเมินสูงสุดสามอันดับแรกล้วนอยู่ในกลุ่มแรกทั้งสิ้น



ได้แก่ ความรู้สึกสงบและผ่อนคลายระหว่างเยี่ยมชม ($M = 4.14$) ความซาบซึ้งในชีวประวัติและคำสอน ($M = 4.12$) และการได้แนวทางนำธรรมะไปใช้ในชีวิตประจำวัน ($M = 4.12$) ขณะที่ข้อในกลุ่มเชิงพุทธิปัญญาได้รับคะแนนรองลงมาทุกข้อ แบบแผนนี้บ่งชี้ชัดแจ้งว่าการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวไทย ณ วัดป่าสุทธาวาสเอนเอียงไปทางการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการใคร่ครวญ มากกว่าการรับสารสนเทศเชิงข้อเท็จจริง ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของแหล่งปฏิบัติธรรมสายวัดป่า

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยสถิติทีแบบจับคู่ (ตารางที่ 4) ยืนยันว่าความแตกต่างระหว่างองค์ประกอบทั้งสามคู่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลลัพธ์สูงกว่าคุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อ (ผลต่าง = 0.18, $t(399) = 7.85$, $p < .001$, $d = 0.39$) คุณภาพเนื้อหาและสื่อสูงกว่าผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (ผลต่าง = 0.12, $t(399) = 4.97$, $p < .001$, $d = 0.25$) และช่องว่างที่กว้างที่สุดอยู่ระหว่างผลลัพธ์กับผู้สื่อความหมาย (ผลต่าง = 0.30, $t(399) = 11.55$, $p < .001$, $d = 0.58$) ลำดับ ผลลัพธ์ > เนื้อหาและสื่อ > ผู้สื่อความหมาย สอดรับกับผลการวิเคราะห์การถดถอยในลำดับถัดไป

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างองค์ประกอบ

คู่เปรียบเทียบ	ผลต่างค่าเฉลี่ย	t(399)	p	d
ผลลัพธ์ vs เนื้อหาและสื่อ (TO - CM)	0.18	7.85	< .001	0.39
เนื้อหาและสื่อ vs ผู้สื่อความหมาย (CM - HI)	0.12	4.97	< .001	0.25
ผลลัพธ์ vs ผู้สื่อความหมาย (TO - HI)	0.30	11.55	< .001	0.58

หมายเหตุ: $N = 400$; มีนัยสำคัญทุกคู่ที่ $p < .001$

จากตารางที่ 4 พบว่า ขนาดอิทธิพลของความแตกต่างทั้งสามคู่ออยู่ในระดับเล็กถึงปานกลางตามเกณฑ์ของ Cohen โดยคู่ผลลัพธ์เทียบกับผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคลมีขนาดใหญ่ที่สุด ($d = 0.58$) แสดงว่าความแตกต่างดังกล่าวมิใช่เพียงมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีขนาดที่มีความหมายในทางปฏิบัติด้วยข้อมูลจากคำถามปลายเปิดเสริมภาพการรับรู้และพฤติกรรมการเรียนรู้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อถามถึงสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อเข้าถึงมิติทางจิตวิญญาณได้ลึกขึ้น นักท่องเที่ยวเสนอการเพิ่มรหัสคิวอาร์เชื่อมโยงเสียงบรรยายหรือวีดิทัศน์สั้นมากที่สุด (ร้อยละ 16.00) ตามด้วยการลดป้ายข้อความยาว (ร้อยละ 14.75) และการจัดพื้นที่สงบสำหรับการภาวนา (ร้อยละ 14.75) เมื่อถามถึงกิจกรรมที่ต้องการ อันดับแรก คือ สมุดบันทึกธรรมะหรือกิจกรรมใคร่ครวญหลังการเยี่ยมชม (ร้อยละ 19.75) ตามด้วยเสียงบรรยายผ่านรหัสคิวอาร์พร้อมแผนที่ดิจิทัล (ร้อยละ 18.25) และในข้อเสนอแนะทั่วไป นักท่องเที่ยวเรียกร้องให้พัฒนาสื่อโดยไม่บั่นทอนความศักดิ์สิทธิ์ (ร้อยละ 15.50) และให้สื่อสารเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ดีขึ้น (ร้อยละ 14.50)

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และประสิทธิผลตามการรับรู้ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (ตารางที่ 5) แสดงว่า ในขั้นที่ 1 ตัวแปรควบคุมด้านลักษณะประชากรอธิบายความแปรปรวนของผลลัพธ์ได้เพียงร้อยละ 2.2 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญ ($R^2 = .022$, $F(5, 394) = 1.77$, $p = .12$) เมื่อเพิ่ม HI และ CM ในขั้นที่ 2 ความแปรปรวนที่อธิบายได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ($\Delta R^2 = .390$, $F\text{-change}(2, 392) = 129.96$, $p < .001$) โดยโมเดลเต็มอธิบายได้ร้อยละ 41.2 ($R^2 = .412$, adjusted $R^2 = .401$, $F(7, 392) = 39.22$, $p < .001$) ทั้งนี้ ภาวะร่วมเส้นตรงพหุอยู่ในระดับต่ำมาก ($VIF \leq 1.30$) และความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (Durbin-Watson = 2.07)



ตัวแปรการจัดการการสื่อความหมายทั้งสองเป็นตัวพยากรณ์ทางบวกที่มีนัยสำคัญ โดยคุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อมีอิทธิพลสูงกว่า ($\beta = .441, p < .001$) รองลงมา คือ ประสิทธิภาพของผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล ($\beta = .306, p < .001$) เมื่อพิจารณาในหน่วยของมาตรวัด การรับรู้คุณภาพเนื้อหาและสื่อที่เพิ่มขึ้น 1 คะแนน สัมพันธ์กับผลลัพธ์ที่เพิ่มขึ้นประมาณ 0.57 คะแนน ขณะที่ผู้สื่อความหมายเพิ่มขึ้น 1 คะแนน สัมพันธ์กับผลลัพธ์ที่เพิ่มขึ้นประมาณ 0.36 คะแนน ในบรรดาตัวแปรควบคุม มีเพียงอายุ ($\beta = -.175$) และรายได้ ($\beta = -.105$) ที่คงความสัมพันธ์ทางลบขนาดเล็ก

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้นพยากรณ์ผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยว (TO)

ตัวพยากรณ์	B	β	t	p
อายุ	-0.075	-.175	-4.44	< .001
เพศ (หญิง)	-0.039	-.036	-0.93	.351
การศึกษา	0.022	.025	0.63	.530
รายได้	-0.044	-.105	-2.59	.010
ประสบการณ์ปฏิบัติสมาธิ	-0.066	-.078	-1.97	.050
ผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (HI)	0.356	.306	6.93	< .001
การจัดการเนื้อหาและสื่อ (CM)	0.565	.441	10.10	< .001

หมายเหตุ: N = 400; ขั้นที่ 1 $R^2 = .022$ (ns); ขั้นที่ 2 $R^2 = .412$, adjusted $R^2 = .401$; $\Delta R^2 = .390, p < .001$; $F(7, 392) = 39.22$, $p < .001$; VIF ≤ 1.30 ; Durbin-Watson = 2.07

จากตารางที่ 5 พบว่า การจัดการเนื้อหาและสื่อ ($\beta = .441$) มีน้ำหนักการทำนายสูงกว่าผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล ($\beta = .306$) อย่างชัดเจน และสูงกว่าตัวแปรควบคุมทุกตัวหลายเท่า เมื่อพิจารณาร่วมกับค่า $\Delta R^2 = .390$ ในขั้นที่ 2 ซึ่งมากกว่าค่า R^2 ของขั้นที่ 1 เกือบ 18 เท่า ผลจึงชี้ว่าการจัดการการสื่อความหมายมีบทบาทอธิบายผลลัพธ์มากกว่าคุณลักษณะทางประชากรอย่างเด่นชัด เพื่อขยายความบทบาทของลักษณะประชากร ผู้วิจัยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยไม่ควบคุมตัวแปรอื่น พบว่าความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญสำหรับเพศและประสบการณ์ปฏิบัติสมาธิ แต่มีนัยสำคัญสำหรับอายุ ($F(5, 394) = 6.41, p < .001$) การศึกษา ($F(2, 397) = 12.90, p < .001$) และรายได้ ($F(5, 394) = 6.32, p < .001$) โดยแบบแผนตามอายุไม่เป็นเชิงเส้น ผลลัพธ์สูงสุดอยู่ในกลุ่มอายุ 21 - 30 ปี ($M = 4.34$) และต่ำสุดในกลุ่มต่ำกว่า 20 ปี ($M = 3.50$) ในจุดนี้ผู้วิจัยขอชี้แจงว่า การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวจัดอายุเป็นตัวแปรกลุ่มจึงตรวจจับแบบแผนที่ไม่เป็นเชิงเส้นได้ ขณะที่สมการถดถอยกำหนดอายุเป็นตัวแปรต่อเนื่องภายใต้ข้อตกลงเชิงเส้น ค่าเบต้าที่เป็นลบจึงสะท้อนเพียงแนวโน้มโดยรวม การตีความจึงควรทำอย่างระมัดระวัง และการทดสอบพจน์กำลังสองของอายุเป็นแนวทางที่ควรดำเนินการต่อไป อนึ่ง เมื่อควบคุมคุณภาพการจัดการการสื่อความหมายแล้ว คงเหลือเพียงอายุและรายได้ที่มีความสัมพันธ์อิสระ

ผลส่วนนี้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ว่า ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้และประสิทธิผลตามการรับรู้ คือ คุณลักษณะของการสื่อความหมายที่จัดการได้ มิใช่คุณลักษณะติดตัวของผู้เยี่ยมชม

อภิปรายผล

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การที่โครงสร้างการวัดของการจัดการการสื่อความหมายประกอบด้วยสามองค์ประกอบที่เชื่อถือได้และมีความสอดคล้องกับฐานคิดของ Tilden, F., Ham, S. H. ที่ถือว่าการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพต้องวัดความสำเร็จที่ความหมายซึ่งผู้เยี่ยมชมสร้างขึ้น มิใช่ปริมาณสารสนเทศ (Tilden, F., 1977); (Ham, S. H., 2013) การพบว่าทั้งช่องทางบุคคลและช่องทางเนื้อหาและสื่อเป็นองค์ประกอบที่แยกจากกัน ยังสอดคล้องกับตัวแบบการเรียนรู้เชิง Falk, J. H. & Dierking, L. D. ที่มองประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชมเป็นผลของปฏิสัมพันธ์หลายปัจจัย (Falk, J. H. & Dierking, L. D., 2018) ทั้งนี้ การที่ข้อคำถามด้านผลลัพธ์รวมตัวเป็นองค์ประกอบเดี่ยวแทนที่จะแยกการเรียนรู้จากความภาคภูมิใจ สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดประสบการณ์เชิงเปลี่ยนผ่าน (Transformative Experience) ซึ่งถือว่าประสบการณ์การเดินทางที่ลึกซึ้งก่อให้เกิดการทบทวนตนเองและการเปลี่ยนแปลงมุมมอง อันเป็นกระบวนการที่หลอมรวมมิติเชิงพุทธิปัญญา อารมณ์ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเข้าด้วยกันจนแยกจากกันได้ยากในการรับรู้ของผู้มีประสบการณ์ (Soulard, J. et al., 2021) เมื่อพิจารณาพร้อมกับลักษณะเฉพาะของบริบทพุทธศาสนาไทย ซึ่งการเข้าถึงหลักธรรมมิใช่การจดจำสาระ หากเป็นการเกิดศรัทธาและความผูกพันต่อครูบาอาจารย์และสถานที่ไปพร้อมกัน ผลเชิงโครงสร้างที่พบจึงมิใช่ความบกพร่องของเครื่องมือ หากเป็นภาพสะท้อนของกลไกการเรียนรู้เชิงจิตวิญญาณที่การเรียนรู้และความภาคภูมิใจเกิดขึ้นเป็นเนื้อเดียวกัน

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การที่นักท่องเที่ยวประเมินทุกองค์ประกอบในระดับมาก โดยให้คะแนนผลลัพธ์เชิงอารมณ์และการประยุกต์สูงสุด สอดคล้องกับงานของ Huang, K. et al. ที่พบว่า การเยี่ยมชมแหล่งมรดกพุทธเชื่อมโยงกับความสุขและสุขภาวะผ่านการปะทะสังสรรค์กับแก่นคำสอน (Huang, K. et al., 2019) และสอดคล้องกับการศึกษาโปรแกรมพักวัด Song, H. J. et al., Ross, S. L. et al. ที่พบว่ามิติด้านการผ่อนคลาย การหลีกหนี และการเติบโตของตนเป็นตัวขับเคลื่อนคุณค่าที่แข็งแกร่งกว่ามิติเชิงสารสนเทศล้วน (Song, H. J. et al., 2015); (Ross, S. L. et al., 2020) ผลนี้ยังสะท้อนมุมมองสุขภาวะเชิงยูโดโมนิกของ Ryff, C. D. ที่เน้นความหมายและการเติบโตส่วนบุคคล มากกว่าความเพลิดเพลินเชิงเฮโดนิค (Ryff, C. D., 1989) เมื่อเทียบกับบริบทไทยและเอเชีย โดยเฉพาะข้อค้นพบนี้ขยายงานของ Schedneck, B. ซึ่งชี้ว่าการพบปะระหว่างนักท่องเที่ยวกับพระสงฆ์ในภาคเหนือของไทยมักหยุดอยู่ที่การสัมผัสเชิงวัฒนธรรมโดยไม่ก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงภายใน (Schedneck, B., 2021) กล่าวคือ ณ วัดป่าสุทธาวาส ผลลัพธ์ที่วัดได้เอนไปทางการใคร่ครวญและการนำธรรมะไปใช้ ซึ่งลึกกว่าระดับการสัมผัสเชิงวัฒนธรรมที่งานดังกล่าวรายงาน และสอดคล้องกับหลักฐานในบริบทไทยของ Pholphirul, P. & Srijamdee, K. ที่ยืนยันความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความผูกพันทางศาสนากับสุขภาวะทางจิต (Pholphirul, P. & Srijamdee, K., 2025) ขณะเดียวกัน เมื่อเทียบกับข้อเสนอของ Somrak, T. ที่มองศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณผ่านมิติของอุปสงค์และการพัฒนาพื้นที่ (Somrak, T., 2024) และงานของ Shinde, K. A. ที่ประเมินเส้นทางแสวงบุญในระดับผลิตภัณฑ์ (Shinde, K. A., 2022) ผลการวิจัยนี้เสนอข้อถกเถียงเพิ่มเติมว่า ศักยภาพเชิงอุปสงค์และความพร้อมของผลิตภัณฑ์ยังไม่เพียงพอ หากกลไกการสื่อความหมายภายในแหล่งไม่ได้รับการออกแบบให้รองรับการเรียนรู้เชิงใคร่ครวญ

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ซึ่งเป็นข้อค้นพบเด่นที่สุด คือ คุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์สูงกว่าผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล ($\beta = .441$ เทียบกับ $\beta = .306$) ข้อค้นพบนี้ไม่สอดคล้องกับข้อสมมติหลักของวรรณกรรมการสื่อความหมายกระแสหลัก ซึ่งนับแต่ Tilden, F. จนถึง Moscardo, G. วางผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคลไว้ที่ศูนย์กลางของการสร้างความหมาย และถือว่าสื่อที่มีใช้บุคคลเป็นเพียงส่วนสนับสนุน (Tilden, F., 1977); (Moscardo, G., 1996) ผลที่ได้กลับปรากฏในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ช่องทางที่วรรณกรรมถือว่าเป็นส่วนสนับสนุนกลับมีน้ำหนักการทำงานสูงกว่าช่องทางที่ถือว่าเป็นแกนกลางอย่างมีนัยสำคัญ คำอธิบายประการแรกอยู่ที่ธรรมชาติของแหล่งสายวัดป่า ซึ่งสื่อที่ทรงพลังที่สุดเป็นเชิงวัตถุและสภาพแวดล้อม ทั้งผู้บริหารและอธิการของพระอาจารย์มั่น และบรรยากาศป่าอันสงบ ที่ทำหน้าที่เป็นความแท้จริงเชิงวัตถุและเชิงอัตถิภาวะตามแนวคิดของ Wang, N., Chhabra, D. กล่าวให้ชัด คือ ในบริบทที่แก่นของสาร คือ ความสงบ ความสันโดษ และการมีสติรู้ตัว ตัวสื่อและสภาพแวดล้อมมิได้ทำหน้าที่เพียง “บอกเล่า” สาร หากทำหน้าที่ “เป็น” สารเสียเอง ความเก่าแก่และความเรียบง่ายอันประจักษ์ชัดของผู้บริหารถ่ายทอดสารแห่งความมักน้อยสันโดษได้โดยตรงและน่าเชื่อถือยิ่งกว่าคำบรรยายใด ขณะที่ความเจียบของพื้นที่เป็นเงื่อนไขที่ทำให้การใคร่ครวญเกิดขึ้นได้ ในทางกลับกัน การนำชมโดยบุคคลซึ่งต้องอาศัยการพูดและการเคลื่อนที่เป็นกลุ่ม อาจรบกวนเงื่อนไขดังกล่าวได้ในบางสถานการณ์ ข้อเสนอเชิงทฤษฎีของงานวิจัยนี้จึงเป็นการเติมเต็มช่องว่างของวรรณกรรมการสื่อความหมายระดับสากลว่า น้ำหนักเชิงสัมพัทธ์ของช่องทางการสื่อความหมายมิใช่ค่าคงที่ หากแปรตามลักษณะของสารที่ต้องสื่อ กล่าวคือ ณ แหล่งที่สารเป็นเชิงภวณาและเชิงผัสสะ ช่องทางวัตถุและสภาพแวดล้อมย่อมมีน้ำหนักเหนือกว่าช่องทางวจนภาษา (Wang, N., 1999); (Chhabra, D., 2008) ซึ่งสอดคล้องกับวิทยานิพนธ์เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ของ Pine, B. J. & Gilmore, J. H. ที่ว่าการเผชิญหน้าเชิงผัสสะที่จัดวางอย่างมีเจตนาสร้างคุณค่าเกินกว่าการถ่ายโอนสารสนเทศ (Pine, B. J. & Gilmore, J. H., 1999)

อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบนี้มีได้ลดทอนความสำคัญของผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล ซึ่งยังคงเป็นตัวพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญและมีขนาดอิทธิพลที่มีสาระ สอดคล้องกับหลักฐานว่าด้วยบทบาทของมัคคุเทศก์ในการอำนวยความสะดวกและความเชื่อมโยง Weng, L. et al. และงานทบทวนอย่างเป็นระบบของ Nowacki, M. (Weng, L. et al., 2020); (Nowacki, M., 2021) ที่น่าสังเกต คือ สหสัมพันธ์ระดับปานกลางระหว่างสององค์ประกอบ ($r = .41$) บ่งชี้ว่าทั้งสองทำงานเป็นช่องทางที่เกี่ยวพันกัน มีใช้ทดแทนกัน กล่าวคือ การสื่อความหมายที่มีประสิทธิผลที่สุดน่าจะเกิดเมื่อผู้สื่อความหมายที่ชำนาญปลุกความหมายที่แฝงอยู่ในวัตถุและสถานที่อันแท้จริงให้ตื่นขึ้นสำหรับผู้เยี่ยมชม

ส่วนการที่ลักษณะประชากรแทบไม่มีอิทธิพลเมื่อควบคุมคุณภาพการสื่อความหมายแล้ว ให้นัยเชิงบวกว่าประสบการณ์เชิงคุณภาพเข้าถึงได้กว้างขวาง มิได้สงวนไว้เฉพาะผู้เคร่งครัดหรือผู้มีการศึกษาสูง กระนั้น ตัวแปรควบคุมสองตัวที่ยังมีนัยสำคัญสมควรได้รับการอภิปราย ประการแรก สัมประสิทธิ์อายุที่เป็นลบอธิบายได้ด้วยระดับความคาดหวังที่ต่างกัน กล่าวคือ ผู้เยี่ยมชมอาวุโสในบริบทไทยมักมีทุนความรู้ทางพุทธศาสนาสะสมมาก่อน จึงมีกรอบอ้างอิงในการประเมินที่เข้มงวดกว่า ขณะที่ผู้เยี่ยมชมรุ่นใหม่ซึ่งมีจุดเริ่มต้นต่ำกว่ารับรู้ส่วนเพิ่มของการเรียนรู้ได้ชัดกว่า ประการที่สอง สัมประสิทธิ์รายได้ที่เป็นลบสอดคล้องกับตรรกะเดียวกันในมิติมาตรฐานการบริการ กล่าวคือผู้มีรายได้สูงมักมีมาตรฐานเปรียบเทียบด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและคุณภาพสื่อสูงกว่า จึงประเมินประสบการณ์

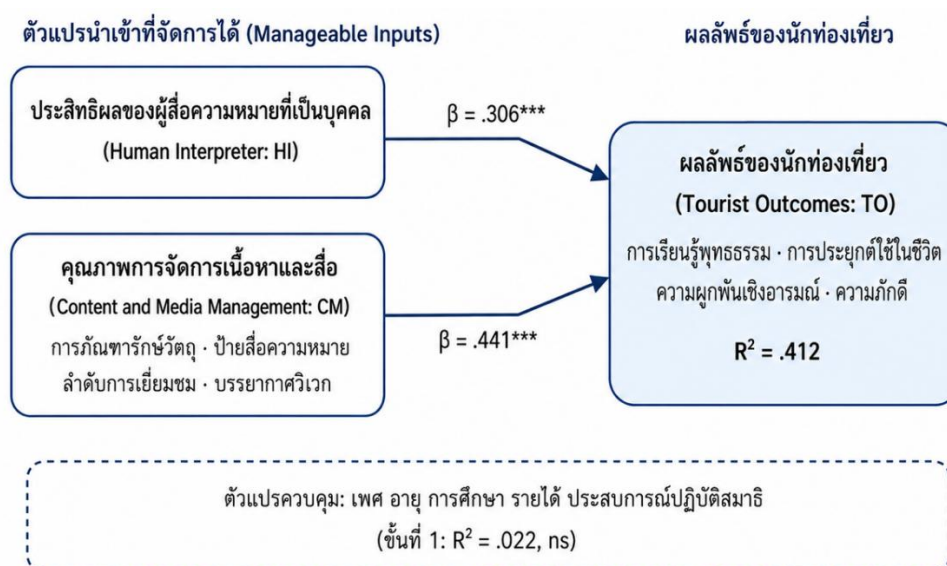


ณ แหล่งที่ยึดความเรียบง่ายตามวิถีวัดป่าอย่างระมัดระวังกว่า ข้อเสนอแนะนี้นับเป็นเชิงการจัดการว่าการยกระดับคุณภาพสื่อควรดำเนินไปโดยไม่ละทิ้งความเรียบง่าย เพราะความเรียบง่าย คือ สารัตถะ มิใช่ข้อจำกัดด้านทรัพยากร

ประการสุดท้าย ข้อมูลจากคำถามปลายเปิดมิได้เป็นเพียงข้อมูลประกอบ หากยืนยันกลไกเชิงทฤษฎีที่ผลเชิงสถิติชี้ไว้ได้อย่างตรงจุด กล่าวคือ การที่นักท่องเที่ยวเรียกร้องสมุดบันทึกรักรักรและกิจกรรมใคร่ครวญหลังการเยี่ยมชมมากที่สุด (ร้อยละ 19.75) เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนว่าสิ่งที่ผู้เยี่ยมชมแสวงหาไม่ใช่สารสนเทศเพิ่มเติม หากเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้กระบวนการใคร่ครวญดำเนินต่อไปได้หลังจากออกจากพื้นที่ ซึ่งตรงกับข้อเสนอของ Ham, S. H. ที่ว่าการสื่อความหมายที่ได้ผล คือ การกระตุ้นให้ผู้ฟังคิดต่อด้วยตนเอง (Ham, S. H., 2013) ในทำนองเดียวกัน ความต้องการเสียงบรรยายผ่านรหัสคิวอาร์ (ร้อยละ 18.25) ควบคู่กับการเรียกร้องพื้นที่สงบที่ไม่ถูกรบกวน (ร้อยละ 14.75) มิได้ขัดแย้งกันเอง หากสะท้อนความต้องการสื่อที่ให้ผู้เยี่ยมชมกำหนดจังหวะการเรียนรู้ด้วยตนเองแบบเจียบ ๆ แทนการนำชมเป็นหมู่คณะที่มีเสียงรบกวน ข้อมูลเชิงคุณภาพส่วนนี้จึงอธิบายว่าเหตุใด CM จึงมีน้ำหนักเหนือ HI ในเชิงสถิติ และตอกย้ำเงื่อนไขว่าการพัฒนาสื่อต้องไม่บั่นทอนความศักดิ์สิทธิ์ (ร้อยละ 15.50) อันเป็นทรัพยากรการสื่อความหมายที่ทดแทนไม่ได้

องค์ความรู้ใหม่

ผลสัมฤทธิ์จากการวิจัยสังเคราะห์ออกมาเป็นโมเดลความสัมพันธ์ของปัจจัยการจัดการการสื่อความหมายที่มีต่อผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธสายวัดป่า เรียกว่า โมเดลการสื่อความหมายที่จัดการได้ (Manageable Interpretation Model) ดังภาพที่ 1 โดยมีคำอธิบายรูปแบบและโครงสร้างของโมเดลตามลำดับต่อจากภาพ



หมายเหตุ: *** $p < .001$; ns = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายเหตุ: *** $p < .001$; ค่าสัมประสิทธิ์เป็นค่าเบต้ามาตรฐานจากการถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น ขั้นที่ 2 ($N = 400$)

ลูกศรแสดงอิทธิพลทางตรงเชิงบวก

ภาพที่ 1 โมเดลการสื่อความหมายที่จัดการได้ ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธสายวัดป่า



โครงสร้างของโมเดล ประกอบด้วย สามส่วน ส่วนที่หนึ่ง คือ ตัวแปรนำเข้าเชิงการจัดการที่แปรค่าได้สองด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพของผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล (HI) และคุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อ (CM) ส่วนที่สอง คือ ผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยว (TO) ซึ่งหลอมรวมการเรียนรู้พุทธรธรรม การประยุกต์ใช้ ความผูกพันเชิงอารมณ์ และความภักดีไว้เป็นมิติเดียว และส่วนที่สาม คือ ตัวแปรลักษณะประชากรที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรควบคุมเพื่อให้ประมาณค่าอิทธิพลสุทธิได้อย่างเที่ยงตรง จุดเด่นเชิงองค์ความรู้ใหม่ของโมเดลนี้มีสามประการ ประการแรก โมเดลให้น้ำหนักเชิงสัมพัทธ์ที่ชัดเจนเป็นครั้งแรกในบริบทแหล่งศักดิ์สิทธิ์สายวัดป่าว่า คุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อ ($\beta = .441$) ทรงอิทธิพลกว่าผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคล ($\beta = .306$) ซึ่งทวนกระแสกรอบดั้งเดิมที่ยึดมักคุเทศก์เป็นศูนย์กลางและชี้ว่าการภัณฑารักษ์วัดอุ ปาย ลำดับการเยี่ยมชม และบรรยากาศอย่างจงใจ เป็นภาระงานสื่อความหมายที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่าการนำชม ประการที่สอง โมเดลระบุปริมาณว่าปัจจัยทั้งสองร่วมกันอธิบายผลลัพธ์ได้ร้อยละ 41.2 ขณะที่ลักษณะประชากรอธิบายได้เพียงร้อยละ 2.2 และไม่มีนัยสำคัญ จึงให้ข้อสรุปเชิงหลักการว่าคุณภาพประสบการณ์เป็นสิ่งที่ “จัดการได้” ข้อค้นพบนี้เปลี่ยนกรอบการพัฒนาแหล่งจากการดึงดูดผู้เยี่ยมชมบางกลุ่ม ไปสู่การยกระดับคุณภาพการจัดการสื่อความหมายซึ่งอยู่ในวิสัยที่วัดควบคุมได้ ประการที่สาม โมเดลชี้ว่าทั้งสองช่องทางมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = .41$) จึงเกื้อหนุนกันมิใช่ทดแทนกัน การลงทุนพัฒนาคู่ขนานจึงให้ผลดีกว่าการเลือกด้านใดด้านหนึ่ง โมเดลนี้จึงเป็นกรอบเชิงปฏิบัติที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับ ช่วยให้วัดและหน่วยงานจัดลำดับความสำคัญของการลงทุนพัฒนาการสื่อความหมายได้อย่างเป็นระบบ

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ให้หลักฐานเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ว่าการจัดการการสื่อความหมาย ณ วัดป่าสุทธาวาสมีโครงสร้างสามองค์ประกอบที่เชื่อถือได้และมีความตรงในระดับดี นักท่องเที่ยวประเมินทุกด้านในระดับมากโดยผลลัพธ์เชิงอารมณ์และการประยุกต์โดดเด่นที่สุด และคุณภาพการจัดการเนื้อหาและสื่อร่วมกับประสิทธิผลของผู้สื่อความหมายอธิบายผลลัพธ์ได้ร้อยละ 41.2 โดยเนื้อหาและสื่อมีน้ำหนักสูงกว่า ขณะที่ลักษณะประชากรในภาพรวมมีบทบาทน้อยมาก คงเหลือเพียงอายุและรายได้ที่มีอิทธิพลเชิงลบขนาดเล็ก ข้อสรุปเชิงหลักการคือ คุณภาพประสบการณ์ ณ แหล่งศักดิ์สิทธิ์เชิงพุทธเป็นสิ่งที่จัดการได้ มากกว่าจะถูกกำหนดโดยผู้เยี่ยมชมเป็นใคร ในเชิงนโยบายและการจัดการ จึงควรพัฒนาสื่อการสื่อความหมายเป็นลำดับแรก ทั้งป้ายสองภาษาที่กระชับ สื่อเสียงและวีดิทัศน์สั้นเชื่อมโยงด้วยรหัสคิวอาร์ แผนที่เส้นทางการเรียนรู้เชิงดิจิทัล และสมุดบันทึกธรรมะเชิงไคร่ครวญ เนื่องจากเป็นตัวขับเคลื่อนที่แข็งแกร่งที่สุด ($\beta = .441$) และดำเนินการได้โดยไม่ต้องพึ่งพาผู้สื่อความหมายประจำทุกขณะ ควบคู่กับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้สื่อความหมายที่ผสานความถูกต้องทางหลักธรรมกับทักษะการสื่อสารและการเตรียมการสืบทอดสู่รุ่นใหม่ เพราะช่องทางบุคคลยังมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = .306$) และเกื้อหนุนกับช่องทางสื่อ ตลอดจนถือการรักษาความศักดิ์สิทธิ์เป็นองค์ประกอบของการสื่อความหมายผ่านการแบ่งเขตพื้นที่และการจัดการรอบเข้าชม โดยสื่อที่พัฒนาขึ้นต้องมีรูปแบบสอดคล้องกับความสะดวกสบายของสายวัดป่า ในเชิงทฤษฎีและการออกแบบการเรียนรู้ งานวิจัยนี้เสนอให้ทบทวนข้อสมมติที่ยึดผู้สื่อความหมายที่เป็นบุคคลเป็นศูนย์กลาง โดยเสนอหลักการว่าน้ำหนักเชิงสัมพัทธ์ของช่องทางสื่อความหมายแปรตามลักษณะของสารที่ต้องสื่อ และควรลำดับประสบการณ์อย่างมีเจตนาจากการพบวัตถุอันแท้จริงสู่พื้นที่สงบสำหรับการไคร่ครวญ



พร้อมจัดเครื่องมือที่ประกอบการใคร่ครวญให้ดำเนินต่อหลังจากออกจากพื้นที่ อนึ่ง การวิจัยนี้มีข้อจำกัดสามประการ คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงร่วมกับตามสะดวกมิใช่การสุ่มความน่าจะเป็น แม้ได้ขดเชยด้วยเกณฑ์คัดเข้า และการกระจายการเก็บข้อมูลตามช่วงเวลาแล้ว ข้อมูลเก็บจากแหล่งเดียวและเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย และข้อมูลเป็นการรายงานตนเองในช่วงเวลาเดียวซึ่งควบคุมความลำเอียงจากวิธีการวัดร่วมด้วยมาตรการเชิงกระบวนการเป็นหลัก อีกทั้งการกำหนดอายุเป็นตัวแปรต่อเนื่องยังไม่สะท้อนแบบแผนที่ไม่เป็นเชิงเส้น การวิจัยครั้งต่อไป จึงควรวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้างเต็มรูปแบบพร้อมรายงานการทดสอบความลำเอียงด้วยวิธีทางสถิติ ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพในระยะที่ 2 เพื่ออธิบายกลไกเบื้องหลังการที่สื่อและวัตถุจัดแสดงทรงพลังกว่าตัวบุคคล ขยายบริบทไปยังวัดป่าแห่งอื่นและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และพัฒนาเครื่องมือที่แยกมิติการเรียนรู้เชิงพุทธิปัญญา อารมณ์ และความภักดีให้ละเอียดขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Chhabra, D. (2008). Positioning museums on an authenticity continuum. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 427-447.
- Falk, J. H. & Dierking, L. D. (2018). *Learning from museums*. (2nd ed.). Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- Hair, J. F. et al. (2019). *Multivariate data analysis*. (8th ed.). Boston: Cengage.
- Ham, S. H. (2013). *Interpretation: Making a difference on purpose*. Golden, Colorado: Fulcrum Publishing.
- Huang, K. et al. (2019). Tourists and Buddhist heritage sites: An integrative analysis of visitors' experience and happiness through positive psychology constructs. *Tourist Studies*, 19(4), 549-568.
- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376-397.
- Ñāṇasampanno, B. (2005). *Venerable Ācariya Mun Bhūridatta Thera: A spiritual biography* (Bhikkhu Dick Sīlaratano, Trans.). Udon Thani: Forest Dhamma of Wat Pa Baan Taad.
- Nowacki, M. (2021). Heritage interpretation and sustainable development: A systematic literature review. *Sustainability*, 13(8), Article 4383. <https://doi.org/10.3390/su13084383>.
- Pholphirul, P. & Srijamdee, K. (2025). Religious engagement and mental well-being: Empirical evidence from Thailand. *Journal of Religion and Health*, <https://doi.org/10.1007/s10943-025-02354-y>.
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Podsakoff, P. M. et al. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>.

- Ross, S. L. et al. (2020). Temple stay as transformative travel: An experience of the Buddhist temple stay program in Korea. *Journal of Tourism Insights*, 9(1), Article 8. <https://doi.org/10.9707/2328-0824.1090>.
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081.
- Schedneck, B. (2021). *Religious tourism in northern Thailand: Encounters with Buddhist monks*. Seattle: University of Washington Press.
- Shinde, K. A. (2022). How effective is a Buddhist pilgrimage circuit as a product and strategy for heritage tourism in India? *Heritage*, 5(4), 3846-3863.
- Somrak, T. (2024). Spiritual and cultural tourism opportunities in the Si Thep District, Phetchabun, Thailand. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(1), 40-58.
- Song, H. J. et al. (2015). The influence of tourist experience on perceived value and satisfaction with temple stays: The experience economy theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 401-415.
- Soulard, J. et al. (2021). Developing and testing the Transformative Travel Experience Scale (TTES). *Journal of Travel Research*, 60(5), 923-946.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics*. (7th ed.). Boston: Pearson.
- Tilden, F. (1977). *Interpreting our heritage*. (3rd ed.). Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Tiyavanich, K. (1997). *Forest recollections: Wandering monks in twentieth-century Thailand*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0).
- Weng, L. et al. (2020). The effect of tour interpretation on perceived heritage values: A comparison of tourists with and without tour guiding interpretation at a heritage destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100431. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100431>.