

ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย ในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์

The Potential of Interpretation Management in Phnom Rung Historical Park, Buriram Province

นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ (Napharat Yooprasert)¹
ไพฑูรย์ มนต์พานทอง (Paithoon Monpanthong)²

Received: August 19, 2019

Revised: September 27, 2019

Accepted: November 29, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และ 2) ประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมาย และนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทย จำนวน 18 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว

¹ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Master of Management Program in Integrated Tourism and Hospitality Management, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA)

² คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA)

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง/
พนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท และมีที่อยู่ปัจจุบันใน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่การประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย
ด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ด้านสาร ด้านช่องทางการสื่อความหมาย และด้านผู้รับสาร
อยู่ในระดับมาก แต่การสัมภาษณ์พบว่า มัคคุเทศก์ไม่เพียงพอ เนื้อหาเข้าใจยาก
เครื่องมือสื่อความหมายไม่เหมาะสมกับพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว และ
การขาดความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางท่าน

คำสำคัญ: ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย, การสื่อความหมาย, อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

Abstract

This research titled “The Potential of Interpretation Management in Phnom Rung Historical Park, Buriram Province.” The purposes of this study were to study the demographic characteristics of Thai tourists who visited Phnom Rung Historical Park, and to examine the potential of interpretation management in Phnom Rung Historical Park. Mixed research methodology was used for this study. For the qualitative research method, the key informants were 18 relevant interpretation management stakeholders and Thai historical tourists while samples for the quantitative research method were 400 Thai tourists who visited Phnom Rung Historical Park in the year 2018.

The results of Thai tourists’ demographic characteristics revealed that the majority of tourists are female, aged between 20-30 years old, holding a bachelor’s degree, working as employees in private companies, earning more than 25,000 baht per month, and living in the northeastern region of Thailand. The potential of interpretation management in aspects of sources or senders, messages, channels of interpretation, and receivers were at a high level. This could be considered different from the interview results; including, the lack of tour guides, the information

that was difficult to understand, the inappropriate channels of interpretation for the area and for the tourists' needs, and the lack of responsibility of some tourists.

Keywords: The Potential of Interpretation Management, Interpretation, Phnom Rung Historical Park

บทนำ

การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ถือเป็นศิลปะหรือเทคนิคในการสื่อสารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวโดยผ่านเครื่องมือสื่อความหมายต่าง ๆ หรือสื่อบุคคล เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างการรับรู้ ตระหนัก และซาบซึ้งในคุณค่าของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อย่างแท้จริง อันนำมาสู่ความรู้สึกหวงแหน และความต้องการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ในฐานะมรดกวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า และการเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ขณะที่อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญ ซึ่งสุริยวุฒิ สุขสวัสดิ์ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นศาสนบรรพตที่งดงามที่สุดในประเทศไทย คือ การเป็นศาสนสถานที่ตั้งอยู่บนยอดเขาแห่งเดียวในประเทศไทยที่โดดเด่นในด้านสถาปัตยกรรมอารยธรรมขอมพร้อมด้วยสิ่งดึงดูดใจจากปรากฏการณ์ดวงอาทิตย์ขึ้น-ตก ตรง 15 ช่องประตู ความเลื่องลือในการทวงคืนทับหลังนารายณ์บรรทมสินธุ์ กระแสการท่องเที่ยวตามรอยละครนาถ และการผลักดันการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทยร่วมกับปราสาทอื่น ๆ ในเส้นทางวัฒนธรรมพินาย ปราสาทพนมรุ้ง-ปราสาทเมืองต่ำ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ได้ต้องการมาดูด้วยตาเท่านั้น แต่ต้องการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวด้วย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เข้ามาช่วยเติมเต็มความต้องการ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายของการสื่อความหมาย

แม้ว่าในยุคทศวรรษประวัติศาสตร์พมมิ่งจะมีเครื่องมือสื่อความหมายที่สำคัญ ได้แก่ ศูนย์บริการข้อมูล แผ่นพับ มัลติมีเดียสื่อความหมาย ป้ายสื่อความหมาย และสื่อ QR Code เป็นต้น ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้งานเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวได้ แต่พบว่า เครื่องมือส่วนใหญ่ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยศูนย์บริการข้อมูลยังขาดเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ ส่วนแผ่นพับขาดข้อมูลที่นำเสนอ สำหรับมัลติมีเดียสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวขาดการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง ขณะที่ป้ายสื่อความหมายภายในโบราณสถาน มีสภาพเก่า และสื่อ QR Code มีเพียงข้อมูลทั่วไปของอุทยานฯ เท่านั้น จึงไม่เพียงพอต่อการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และจากการทบทวนวรรณกรรมงานด้านการสื่อความหมาย ผู้วิจัยพบว่า มีการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่ในมิติการศึกษาและมิตินิเทศศาสตร์ ขณะที่มิติการท่องเที่ยว งานส่วนใหญ่จะเน้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงเกษตร (ชลลดา สิทธิชูรัมย์, 2543; อุมาพร มุณีแนม, 2551) สำหรับงานเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พมมิ่ง จะเน้นด้านประวัติศาสตร์ จารึก และชุมชนโบราณ (สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2521) ขณะที่มีงานเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พมมิ่งด้านท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวม (สมภพ ชาตวนิช, 2552) และมีงานการศึกษาศักยภาพการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ (สุวิภัทร ศรีจงแสง, 2558) ซึ่งได้รวมเอาอุทยานประวัติศาสตร์พมมิ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่ศึกษา แต่ยังคงขาดการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายโดยภาพรวมอย่างละเอียดรอบด้าน

ดังนั้นจากความสำคัญ ปัญหาและช่องว่างงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น นำมาสู่ความตั้งใจของผู้วิจัยในการศึกษาศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พมมิ่ง และประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พมมิ่งผ่านแบบจำลองการสื่อความหมาย S-M-C-R ของเดวิด เบอร์โล อันนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พมมิ่งที่เหมาะสมกับพื้นที่ และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
2. เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

การทบทวนวรรณกรรม

สำหรับการวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเรื่องการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแนวคิดเรื่ององค์ประกอบด้านการสื่อความหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดเรื่องการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

การสื่อความหมายตามความเห็นของ Tilden (2009) ได้ให้ความหมายว่าการสื่อความหมาย เป็นกิจกรรมการให้ความรู้ที่มีจุดประสงค์เพื่อเปิดเผยความหมายของสิ่งหนึ่ง และความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นที่มีต่อสภาพแวดล้อมโดยมีสื่อประกอบ เช่น วัตถุของจริง รูปภาพ หรือการสัมผัสด้วยตนเอง โดยให้ผู้มาเยือนได้รับจากประสบการณ์ตรง แทนที่จะอธิบายให้ทราบเฉพาะข้อมูลเพียงอย่างเดียว ซึ่งการสื่อความหมายที่ดีนั้น ต้องทำภายใต้ขอบเขตความสนใจของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยเฉพาะผู้สื่อความหมายจำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงสิ่งที่กำลังจัดแสดงหรืออธิบายให้ตรงกับบุคลิกหรือประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนโดยอาศัยข้อมูลหรือข้อเท็จจริงเป็นพื้นฐานและต้องนำข้อมูลข่าวสารมาพิจารณา วิเคราะห์ สังเคราะห์ แปลความหมาย และเรียบเรียงใหม่ด้วยการนำเสนอที่น่าสนใจเพื่อกระตุ้นความสนใจ และง่ายต่อการเข้าใจของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ขณะที่การสื่อความหมายถือเป็นศิลปะที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ เมื่อมีการสื่อความหมายจึงจำเป็นต้องเลือกสื่อ หรือโปรแกรมการนำเสนอให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ไม่ว่าสิ่งที่จะนำเสนอจะเป็นเรื่องใดก็ตาม และการสื่อความหมายไม่ใช่การสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบหรือบรรยายภาคเหมือนครูสอนนักเรียนในชั้นเรียน ซึ่งเน้นให้จำรายละเอียดต่าง ๆ

โดยขาดการมีส่วนร่วมหรือแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวที่นำเสนอ แต่จำเป็นต้องอาศัยศิลปะในการถ่ายทอดความเข้าใจในลักษณะที่กระตุ้นความคิด ก่อให้เกิดความสนใจ ให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการสื่อความหมาย และเพลิดเพลินกับสิ่งที่นำเสนอ พร้อมทั้งพยายามนำเสนอแบบความหมายรวมแทนที่จะแยกส่วน โดยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ต่อเนื่องของสิ่งที่จะใช้อธิบายกับสิ่งอื่น ๆ ในภาพรวม และต้องนำเสนอต่อบุคคลทุกคนมิใช่แค่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่ต้องเน้นย้ำ คือ การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ ขณะที่การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นกระบวนการที่มีความจำเป็นในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าใจถึงหลักการ ข้อปฏิบัติ รวมถึงให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว โดยการสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอความรู้ การสร้างความเพลิดเพลิน และการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการใช้เครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ได้แก่

1) สื่อบุคคล เป็นการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลจริง เช่น มัคคุเทศก์ และวิทยากรบรรยายในการส่งข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวผ่านการบริการข้อมูล การนำเที่ยว การบรรยาย การสาธิต และการแสดงละคร เพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว โดยสื่อบุคคลเป็นผู้สื่อความหมายที่จำเป็นต้องมีความรู้ มีความเข้าใจในเนื้อหาที่ถ่ายทอดอย่างแท้จริง มีทักษะการสื่อความหมายที่ดี สามารถกระตุ้นความสนใจ สร้างบรรยากาศให้สนุกสนาน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้สื่อความหมาย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ อันนำมาสู่การสื่อความหมายที่บรรลุผลสำเร็จ โดยสื่อประเภทนี้มีข้อดี คือ สามารถถ่ายทอดข้อมูล พร้อมกับการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้ฟังได้ทันที แต่มีข้อจำกัดที่ไม่สามารถเข้าถึงผู้ฟังจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องได้รับการฝึกเรื่องข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และต้องมีจิตวิทยาในการจูงใจนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องใช้เวลาในการฝึกฝน

2) เครื่องมือสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประกอบด้วย

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ และหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางในเวลา

เดียวกัน ในขณะที่ข้อจำกัด คือ การมีเนื้อที่ในการนำเสนอข้อมูลที่จำกัดจนอาจทำให้การสื่อความหมายผิดพลาดได้ง่าย

(2) ป้ายสื่อความหมาย เช่น ป้ายแนะนำทางที่อธิบายลักษณะของภูมิประเทศในพื้นที่นั้น ป้ายห้ามหรือป้ายตักเตือน ป้ายต้อนรับที่ติดไว้บริเวณด้านหน้าแหล่งท่องเที่ยวและป้ายข้อมูลแสดงข้อมูลทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีข้อดี คือ สามารถสื่อสารข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่ผ่านข้อความกะทัดรัดทำให้เกิดจุดสนใจและสร้างการจดจำได้ ขณะที่ข้อจำกัด คือ ต้องพิจารณาขนาดของป้ายรูปภาพกราฟิก สีเส้น วัสดุเนื้อผิว และความคงทนต่อสภาพแวดล้อม ขณะเดียวกันต้องเน้นการใช้สัญลักษณ์และสีที่เป็นสากล ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่ายขึ้น (ชลลดา สิทธิฑูรย์, 2543)

(3) การจัดนิทรรศการ เป็นเครื่องมือแสดงรูปภาพ และวัตถุสิ่งของ พร้อมทั้งมีคำอธิบายประกอบ มีข้อดี คือ การรวบรวมสิ่งต่าง ๆ มาไว้ในแห่งเดียวกันเพื่อสะดวกต่อการศึกษาหาข้อมูล แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้ชมอิสระ ทำให้มีข้อจำกัดในการนำเสนอ จึงควรมีเรื่องย่อ ๆ และใช้เวลาเพียงเล็กน้อยเพื่อสร้างความเข้าใจ อีกทั้งควรมีความสวยงามสะดุดตา และมีเสียงประกอบเพื่อสร้างความน่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณที่สูง ใช้เวลาและกำลังคนในการดำเนินการจำนวนมาก

(4) สื่อโสตทัศนูปกรณ์ ประกอบด้วย สื่อภาพและเสียง มีข้อดี คือ สามารถใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากได้อย่างสมจริง ช่วยกระตุ้นความสนใจสร้างอารมณ์ความตื่นเต้น ความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ชม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักได้จำนวนมาก พร้อมทั้งให้ความรู้สึกเป็นการส่วนตัวโดยผู้ฟังมีอิสระในการเลือกฟังบางช่วงบางตอนตามความสนใจ ขณะที่ข้อจำกัด คือ การใช้งบประมาณสูงในการผลิตสื่อ เป็นต้น

(5) สื่อผสมหรือมัลติมีเดีย เป็นการนำเอาสื่อหลาย ๆ ประเภทมาใช้ร่วมกันทั้งวัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการสื่อความหมาย เช่น สื่อ 3D 4D Interactive wall และ Virtual reality (VR) เป็นต้น ซึ่งมีข้อดีคือ การสร้างความสนใจและอารมณ์ที่มีต่อเนื้อเรื่องผ่านสื่อต่าง ๆ ขณะที่ข้อจำกัดคือ การติดตั้งซับซ้อน ต้องวางแผนเป็นอย่างดีก่อนการผลิตและการนำไปใช้

(6) สื่อ QR Code เป็นบาร์โค้ด 2 มิติ ทำหน้าที่เก็บข้อมูลต่าง ๆ ได้สะดวกและรวดเร็วเพียงใช้โทรศัพท์มือถือสแกน QR Code ที่พบเห็นบนป้ายประชาสัมพันธ์

ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โปรแกรมจะนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบนโทรศัพท์มือถือโดยอัตโนมัติ โดยสามารถแสดงภาพเคลื่อนไหวพร้อมคำบรรยายแบบวีดิทัศน์ได้ด้วย จึงมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ส่วนข้อจำกัด คือ ขอบเขตเนื้อหา มีจำกัด ทำให้ไม่สามารถสร้างความสนใจในเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมายได้

(7) สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่มีข้อดี คือ สามารถให้ข้อมูลที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ มีต้นทุนต่ำในการทำโฆษณา กระจายได้ในวงกว้างอย่างรวดเร็ว โดยครอบคลุมได้เกือบทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และสามารถสื่อสารข้อมูลได้มากมายหลายรูปแบบ ขณะที่ข้อจำกัด คือ ข้อมูลบางอย่างขาดการตรวจสอบอย่างละเอียดและถูกต้อง

(8) เส้นทางศึกษาด้วยตนเอง โดยการสร้างเส้นทางดังกล่าวนิยมสร้างในพื้นที่ป่าไม้ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติหรืออุทยานประวัติศาสตร์ มีข้อดี คือ นักท่องเที่ยวมีอิสระในการเดินสำรวจเส้นทางด้วยตนเอง ขณะที่ข้อจำกัด คือ การใช้งบประมาณในการก่อสร้าง และต้องมีการบริหารจัดการที่ดี

(9) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว มีหน้าที่ให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจในภาพรวมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย พร้อมทั้งสามารถใช้ร่วมกับสื่ออื่น ๆ ได้ ส่วนข้อจำกัด คือ การใช้งบประมาณในการก่อสร้าง และต้องมีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ

(10) การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นโปรแกรมนำเสนอที่จัดขึ้นตามวาระหรือโอกาสสำคัญต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของนิทรรศการ การออกร้าน การประกวด การแข่งขัน งานสถาปนาครบรอบวันสำคัญ หรือการเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ โดยสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางในเวลาเดียวกัน แต่ต้องเตรียมการเป็นเวลานานเพื่อจัดกิจกรรมดังกล่าว

ทั้งนี้ การเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อความหมายควรพิจารณาจากนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ณ นั้น ๆ โดยเฉพาะพื้นฐานทางวัฒนธรรม แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความสนใจ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่มีความเปราะบาง วัตถุประสงค์ในการสื่อความหมาย เนื้อหาในการสื่อความหมาย งบประมาณ ความทนทานต่อสภาพอากาศ กำลังคน

ในการปฏิบัติงาน รวมถึงความเชี่ยวชาญและเวลาในการผลิตสื่อด้วย เพื่อจะสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างความตระหนักให้กับนักท่องเที่ยวนในการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อันนำไปสู่การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

แนวคิดเรื่ององค์ประกอบด้านการสื่อความหมาย

องค์ประกอบของการสื่อความหมายตามแบบจำลองการสื่อความหมายของ เดวิด เบอร์โล หรือแบบจำลองการสื่อความหมาย S-M-C-R โดย Berlo (1966) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อความหมายมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อความหมาย (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยองค์ประกอบด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสารจะต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ มีทักษะในการสื่อความหมายที่ดี เช่น การพูด การเขียน การอ่าน การฟัง การหาเหตุผล และความชำนาญในการใช้สื่อหรือวิธีการต่าง ๆ ในการสื่อความหมาย มีทัศนคติที่ดีทั้งต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะสื่อความหมาย และต่อผู้รับสาร มีระดับความรู้ที่ดีในเรื่องที่สื่อความหมาย เข้าใจระบบสังคมที่มีส่วนในการสร้างแนวทางการปฏิบัติที่แตกต่างกัน และเข้าใจวัฒนธรรมที่มีพื้นฐานจากความแตกต่างของความเชื่อและการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มสังคม ขณะที่องค์ประกอบด้านสารต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ มีความน่าสนใจ ออกแบบเนื้อหาอย่างดี และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมาย ส่วนองค์ประกอบด้านช่องทางการสื่อความหมายมีลักษณะสำคัญ คือ เครื่องมือสื่อความหมายมีประสิทธิภาพสามารถสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยว ใช้เทคนิคการสื่อความหมาย มีเครื่องมือสื่อความหมายที่น่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายไว้ให้บริการ นอกจากนี้องค์ประกอบด้านผู้รับสารต้องมีทักษะในการสื่อความหมายโดยเฉพาะทักษะการฟัง มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ต่อผู้สื่อความหมาย และต่อเรื่องที่สื่อความหมาย ซึ่งผู้รับสารยังมีบทบาทสำคัญในการแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบเพื่อส่งผลให้ผู้ส่งสารรับทราบว่า การสื่อความหมายของตนสัมฤทธิ์ผลหรือไม่ หากผู้รับสารมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งตอบสนองตรงตามเจตนาของผู้ส่งสารต้องการ การสื่อความหมายนั้นก็จะมีสัมฤทธิ์ผล แต่หากไม่ตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการ การสื่อความหมายนั้นก็จะมีสัมฤทธิ์ผล

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง แบ่งออกเป็นตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชน และตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ท่องเที่ยว พร้อมทั้งตัวแทนนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง รวมทั้งสิ้น 18 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งการกำหนดประชากรและการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพไม่มีกฎตายตัว โดยทั่วไปข้อมูลจะหยุดเมื่อซ้ำหรืออิ่มตัว และได้กลุ่มตัวอย่าง ไม่น้อยกว่า 12 คน หรือมากที่สุดไม่เกิน 20 คน (Boeije, 2009; Glaser & Strauss, 2017; Lincoln & Guba, 1985) สำหรับเกณฑ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมายจะต้องมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสื่อความหมายอย่างน้อย 2 ปี และต้องมีส่วนทางตรงหรือทางอ้อมเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่เกณฑ์ของนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทยจะต้องเป็นผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เคยมาเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป เยี่ยมชมในทุกส่วนจัดแสดง และใช้เวลาในแหล่งตั้งแต่ 2 ชั่วโมงขึ้นไป โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ที่ได้รับการพัฒนา และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล การแสดงความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้รหัสแทน คือ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ (G) ตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชน (P) ตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ท่องเที่ยว (C) และตัวแทนนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง (T)

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในปี พ.ศ. 2561 โดยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 400 คน ซึ่งมีเกณฑ์คือ ต้องเป็นผู้เยี่ยมชมที่ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลาตั้งแต่หนึ่งชั่วโมงขึ้นไป สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและผ่านการทดสอบความตรงของเนื้อหา (Validity) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.94 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าข้อคำถามนั้นมีความเหมาะสม (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2543) และการทดสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) เท่ากับ 0.902 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.75 ขึ้นไป จึงมีความเหมาะสมในการนำแบบสอบถามไปใช้ (ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์, 2556) โดยแบบสอบถามมี 3 ลักษณะคือ แบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบบประเมินค่า (Rating scale) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การแสดงความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

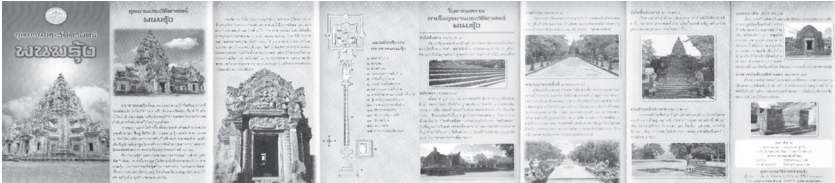
ผลการวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ จากข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง แบ่งออกเป็นตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนหน่วยงานภาคเอกชน ตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทยที่สนใจท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จำนวน 18 คน และจากข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 400 คน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

การสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีการใช้ช่องทางการสื่อความหมายที่หลากหลายโดยแบ่งเป็น 9 ช่องทาง ได้แก่ การสื่อความหมายด้วยศูนย์บริการข้อมูล การสื่อความหมายด้วยแผ่นพับ การสื่อความหมายด้วยมัคคุเทศก์ สื่อความหมาย การสื่อความหมายด้วยป้ายสื่อความหมาย การสื่อความหมายด้วยสื่อ QR Code การสื่อความหมายด้วยประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง การสื่อความหมายด้วยปรากฏการณ์ดวงอาทิตย์ขึ้น-ตก ตรง 15 ช่องประตูปราสาทพนมรุ้ง การสื่อความหมายด้วยหนังสือ และการสื่อความหมายด้วยแผ่นซีดีดีงภาพที่ 1 ถึงภาพที่ 9



ภาพที่ 1 การสื่อความหมายด้วยศูนย์บริการข้อมูล



ภาพที่ 2 การสื่อความหมายด้วยแผ่นพับ



ภาพที่ 3 การสื่อความหมายด้วยมัคคุเทศก์สื่อความหมาย



ภาพที่ 4 การสื่อความหมายด้วยป้ายสื่อความหมาย



ภาพที่ 5 การสื่อความหมายด้วยสื่อ QR Code

ภาพที่ 6 การสื่อความหมายด้วยประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง



ภาพที่ 7 การสื่อความหมายด้วย
ปรากฏการณ์ดวงอาทิตย์ขึ้น-ตก
ตรง 15 ช่องประตูปราสาทพนมรุ้ง

ภาพที่ 8
การสื่อความหมาย
ด้วยหนังสือ

ภาพที่ 9
การสื่อความหมายด้วยแผ่นซีดี

ที่มา: ภาพจากการลงพื้นที่วันที่ 31 มีนาคม 2561 ถึงวันที่ 4 เมษายน 2561 และวันที่ 19-22 สิงหาคม 2561

ขณะที่การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะช่องทางการสื่อความหมาย 5 ช่องทาง จาก 9 ช่องทาง ได้แก่ การสื่อความหมายด้วยศูนย์บริการข้อมูล การสื่อความหมายด้วยแผ่นพับ การสื่อความหมายด้วยมีคฤเทศก์สื่อความหมาย การสื่อความหมายด้วยป้ายสื่อความหมาย และการสื่อความหมายด้วยสื่อ QR Code เนื่องจากการสื่อความหมายอีก 4 ช่องทาง ได้แก่ การสื่อความหมายด้วยประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งมีข้อจำกัดเรื่องเวลาด้วยมีช่วงเวลาในการจัดงานเพียงปีละ 1 ครั้ง ช่วงปลายเดือนมีนาคม-ต้นเดือนเมษายนเท่านั้น ส่วนการสื่อความหมายด้วยปรากฏการณ์ดวงอาทิตย์ขึ้น-ตก ตรง 15 ช่องประตูปราสาทพนมรุ้งมีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสภาพอากาศ เนื่องจากมีปรากฏการณ์เพียงปีละ 4 ครั้งเท่านั้น และเกิดในช่วงเวลาที่ต่างกัน พร้อมกับต้องเป็นช่วงที่มีสภาพอากาศที่เหมาะสมจึงจะสามารถชื่นชมปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ สำหรับการสื่อความหมายด้วยหนังสืออุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และการสื่อความหมายด้วยแผ่นซีดีอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีข้อจำกัดที่นักท่องเที่ยวจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อซึ่งนักท่องเที่ยวบางท่านที่ไม่ได้สนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ หรือข้อมูลของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งจะไม่ได้ใช้เครื่องมือสื่อความหมายเหล่านี้

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 อายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ระดับมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75

3. ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย คือ ความสามารถในการบริหารจัดการองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน เกิดการเรียนรู้ สร้างการรับรู้ ตระหนัก และซาบซึ้งในคุณค่าของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อย่างแท้จริง โดยอาศัยแบบจำลองการสื่อความหมาย S-M-C-R ของ เดวิด เบอร์โล ด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ด้านสาร ด้านช่องทางการสื่อความหมาย และด้านผู้รับสารในการประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง โดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง แบ่งออกเป็นตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน ตัวแทนชุมชน และนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or sender) ว่า มีคฤหะทกัและเจ้าหน้าที่ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีข้อมูลของอุทยานฯ อย่างครบถ้วน และมีความหลากหลายทั้งด้านวิชาการ และความสนุกสนาน แต่มีจำนวนน้อย ขณะที่คฤหะทกับางท่านใช้ภาษาวิชาการมากเกินไป ทำให้ขาดความน่าสนใจจนนักท่องเที่ยวหลายท่านไม่สนใจฟัง และมีคฤหะทกัจากภายนอกบางท่านไม่ลุ่มลึกในเรื่องราวของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จึงใช้

การพูดรวบรัดเพื่อให้ผ่านไป จึงเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวหลายท่านไม่ค่อยสนใจ
แหล่งโบราณสถาน ดังข้อความว่า

“ที่นั่นมีเจ้าหน้าที่นำชม อย่างที่ทอดได้รางวัลกินรีตั้งหลายครั้ง เป็นคนมีความ
สามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวได้ดี” (P2)

“เจ้าหน้าที่ที่นั่นมีน้อยมาก มีไม่กี่คนเอง เขาไม่สามารถมาดูแลเราได้เต็มที่” (T2)

สำหรับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านสาร (Message) ผู้ให้ข้อมูล
กล่าวว่า เนื้อหาที่ใช้สื่อความหมายจะเน้นเรื่องของประวัติศาสตร์ศิลปะจากข้อมูลของ
กรมศิลปากร โดยมีคำศัพท์เฉพาะและใช้ภาษาทางวิชาการจำนวนมาก จึงไม่สามารถ
เข้าถึงคนทุกกลุ่มได้ นอกจากนี้เนื้อหาในการสื่อความหมายขาดการเชื่อมโยงที่มาที่ไป
และสาระสำคัญของสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย และขาดการเชื่อมโยงเรื่องราวทาง
ประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ดังข้อความว่า

“ภาษาของกรมศิลป์เป็นศัพท์เฉพาะเยอะ บางคนอ่านแล้วไม่เข้าใจ ขณะที่เนื้อหา
ในป้ายไม่โยงที่มาที่ไป เพียงแค่ให้ความรู้ว่ารูปนี้คืออะไร ไม่โยงสาระสำคัญ ไม่ชี้ประเด็น
สำคัญ” (P1)

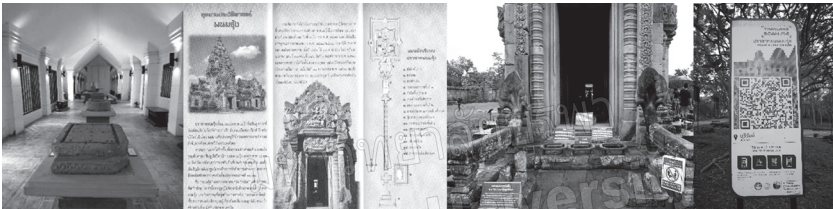
“เนื้อหาคุณเป็นการอธิบายให้คนสายมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ประวัติศาสตร์
และโบราณคดีฟัง คนสายอื่นไม่รู้ เขาก็ดูผิวเผินไปอย่างนั้น” (T2)

ขณะที่ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านช่องทางการสื่อความหมาย
(Channel) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงเครื่องมือสื่อความหมายที่มีอยู่ในอุทยาน
ประวัติศาสตร์พนมรุ้งยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร โดยศูนย์บริการข้อมูลจัดแสดงโบราณวัตถุ
ศิลปวัตถุ และนำเสนอเรื่องราวอย่างรอบด้านเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
แต่มีวิธีการจัดแสดงไม่น่าสนใจ จึงไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และลักษณะ
ภายในดูน่ากลัว มีดทับ อับ ไม่โปร่ง ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ
ส่วนแผ่นพับไม่น่าสนใจ แม้ว่าข้อมูลจะถูกต้องแม่นยำ และเป็นกระดาศสิทธิ์ตาม
แต่ชวนให้เก็บมากกว่านำไปใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ สำหรับสื่อ QR Code
มีข้อมูลรายละเอียดที่จำกัด และหากสัญญาณโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตไม่เสถียร
จะไม่สามารถใช้งานได้ สำหรับป้ายสื่อความหมายมีรูปแบบตามแบบแผนของ
กรมศิลปากรโดยเป็นป้ายหินสีน้ำตาลที่มีคำบรรยายภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
แต่ไม่ได้บรรยายข้อมูลอย่างละเอียด และวางในตำแหน่งที่ไม่สามารถชี้ข้อสรุปประกอบ

ให้เห็นว่าเป็นของประติมากรรมหรือศิลปกรรมชิ้นใด และไม่มีรูปภาพประกอบ มีเพียงตัวอักษรบรรยายเท่านั้น ดังข้อความว่า

“แผ่นพับก็ไม่น่าสนใจ สื่อที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตจะมีปัญหาคือ เน็ตมันไม่เสถียร นาน ๆ ทีถึงจะขึ้น ศูนย์ข้อมูลไม่มีคนเข้า วิธีการจัดแสดงไม่เชิญชวนให้เข้าไป” (P1)

“สถานที่ศูนย์ข้อมูลมันดูอึดอัด แสงสว่างไม่เพียงพอ แผ่นพับมันชวนให้เก็บมากกว่า” (T4)



ภาพที่ 10 เครื่องมือสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

ที่มา: ภาพจากการลงพื้นที่วันที่ 31 มีนาคม 2561 ถึงวันที่ 4 เมษายน 2561

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการสื่อความหมายด้านผู้รับสาร (Receiver) ว่า นักท่องเที่ยวบางท่านขาดความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยฝ่าฝืนข้อปฏิบัติของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ดังข้อความว่า

“ข้อห้ามข้อปฏิบัติมีบอกที่ป้อมจำหน่ายบัตร มีป้ายห้ามนั่ง ห้ามป็น แต่นักท่องเที่ยวบางคนฝ่าฝืนก็มี บางคนไม่เข้าใจว่าทำไมใส่เสื้อกล้าม ใส่เสื้อสายเดี่ยวไม่ได้ อย่างคิวลิ่งก็มีคนมาลูบคลำ มาสัมผัส มันจะสึกกร่อนได้ บางคนมีความเชื่อความศรัทธา มาวางเหรียญ เอาแบงมาทาคิวลิ่ง เอาทองมาปิดคิวลิ่ง เอาพวงมาลัยมาวาง มาประกอบพิธีกรรมโดยไม่ได้รับอนุญาตบ้าง เราต้องคอยดูเพราะนี่เป็นโบราณสถานต้องมีการระเบียบเพื่อความเรียบร้อย” (G2)

ขณะที่การประเมินศักยภาพการจัดการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในปี พ.ศ. 2561 ดังตารางที่ 1 โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 คีย์ภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

องค์ประกอบของการสื่อความหมาย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
องค์ประกอบด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or sender)			
1) อุทยานฯ มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์	4.13	0.731	มาก
2) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์แนะนำนักท่องเที่ยวเรื่องการปฏิบัติตัวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	4.03	0.762	มาก
3) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีความรู้ความเข้าใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์	4.01	0.737	มาก
4) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวที่ได้รับมอบหมาย	3.98	0.725	มาก
5) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีบุคลิกลักษณะที่พร้อมต่อการบริการนักท่องเที่ยว	3.96	0.722	มาก
6) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีทักษะการสื่อสาร หรือทักษะการสื่อความหมาย	3.94	0.745	มาก
รวม	4.00	0.642	มาก
องค์ประกอบด้านสาร (Message)			
1) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	3.98	0.708	มาก
2) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวช่วยแนะนำการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสม	3.86	0.739	มาก
3) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้านช่วยสร้างความเข้าใจภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.83	0.652	มาก
4) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบข้อมูลทั้งหัวเรื่อง รายละเอียดของเรื่อง และสรุปอย่างครบถ้วน	3.78	0.759	มาก
5) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกคน	3.78	0.793	มาก
6) มีการจัดลำดับเรื่องราวของเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.74	0.767	มาก
7) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีขนาดของตัวอักษรภาพ และสีที่ใช้อย่างชัดเจนและเหมาะสม	3.68	0.800	มาก
รวม	3.80	0.627	มาก
องค์ประกอบด้านช่องทางการสื่อความหมาย (Channel)			
1) เครื่องมือสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในแหล่งท่องเที่ยว	4.30	0.743	มากที่สุด
2) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว	3.93	0.789	มาก

องค์ประกอบของการสื่อความหมาย	\bar{X}	S.D.	แปลผล
องค์ประกอบด้านช่องทางสื่อสาร (Channel)	3.81	0.780	มาก
3) เครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตัวท่าน			
4) ที่ตั้งของเครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.79	0.795	มาก
5) วัสดุที่ใช้ทำเครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.75	0.774	มาก
6) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.71	0.781	มาก
7) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีรูปแบบที่เหมาะสมสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.71	0.786	มาก
8) เครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายและรองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.64	0.791	มาก
9) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย	3.62	0.779	มาก
รวม	3.80	0.599	มาก
องค์ประกอบด้านผู้รับสาร (Receiver)			
1) ท่านมีความสนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	4.06	0.748	มาก
2) ท่านได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากการสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยว	4.05	0.751	มาก
3) ท่านต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ในฐานะมรดกวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ	4.04	0.820	มาก
4) ท่านสนใจใช้สื่อต่าง ๆ เป็นเครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.776	มาก
5) ท่านตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้อุปกรณ์สื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.793	มาก
6) ท่านซาบซึ้งในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้อุปกรณ์สื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.796	มาก
7) ท่านได้รับความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านการใช้อุปกรณ์สื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	3.92	0.777	มาก
8) ท่านรับรู้ถึงความสำคัญของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้อุปกรณ์สื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	3.90	0.802	มาก
รวม	3.98	0.650	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงถึงศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or sender) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.00$) ขณะที่ในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา คือ ประเด็นเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์แนะนำนักท่องเที่ยวเรื่องการปฏิบัติตัวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.03$) และประเด็นเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีทักษะการสื่อสาร หรือทักษะการสื่อความหมาย ($\bar{X} = 3.94$) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในด้านนี้

ขณะที่ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านสาร (Message) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมา คือ ประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวช่วยแนะนำการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X} = 3.86$) และประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีขนาดของตัวอักษร ภาพ และสีที่ใช้อย่างชัดเจน และเหมาะสม ($\bar{X} = 3.68$) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในด้านนี้

สำหรับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านช่องทางการสื่อความหมาย (Channel) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) โดยประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้และมากที่สุดเมื่อเทียบในแต่ละประเด็นของทุกด้าน ($\bar{X} = 4.30$) ขณะที่ประเด็นอื่น ๆ รองลงมามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.93$) และประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย ($\bar{X} = 3.62$) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในด้านนี้

ขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านผู้รับสาร (Receiver) โดยรวมอยู่ในระดับมาก

($\bar{X} = 3.98$) และในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นความสนใจประเด็นราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา คือ ประเด็นการได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากการสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.05$) และประเด็นการรับรู้ถึงความสำคัญของประเด็นราวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้เครื่องมือการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.90$) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในด้านนี้

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ด้านสาร ด้านช่องทางการสื่อความหมาย และด้านผู้รับสาร ที่สะท้อนความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการจัดการการสื่อความหมายเป็นอย่างดี ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ชุมชนที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทยประเมินถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นโดยนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่า ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายทั้ง 4 ด้านดังกล่าวข้างต้นอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทุกด้าน โดยเฉพาะประเด็นความพร้อมของอุทยานฯ ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ขณะที่เจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์สื่อความหมายในอุทยานฯ มีความสามารถแนะนำการปฏิบัติตัว มีความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ มีความรับผิดชอบ มีบุคลิกภาพพร้อมทั้งทักษะการสื่อความหมายที่ดี สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ที่ให้ข้อมูลกล่าวว่า อุทยานฯ มีมัคคุเทศก์สื่อความหมายที่มีความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และสามารถสร้างความสนุกสนาน เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ สุภภัทร ศรีจงแสง (2558) ที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการถ่ายทอดความหมายเกี่ยวกับทรัพยากรที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับการศึกษาของ สมภพ ชาตวนิช (2552) พบว่า วิทยากรนำชม

ในอุทยานฯ มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดเรื่องราวความรู้ และ Sarm (2013) ซึ่งศึกษาการจัดการการสื่อความหมายในนครวัดเห็นว่า ในแหล่งท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์สื่อความหมายที่มีทักษะให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานของ Ababneh (2017) ได้สะท้อนว่า มัคคุเทศก์มีหน้าที่สำคัญในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และการทำหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกวัฒนธรรมจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างดี พร้อมทั้งทักษะในการสื่อความหมายที่ยอดเยี่ยมจนสามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลได้เสนอข้อมูลเพิ่มเติมว่า มัคคุเทศก์สื่อความหมายในอุทยานฯ มีจำนวนน้อย จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาศึกษาคุณภาพของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งของ สมภพ ชาตวนิช (2552) และการศึกษาการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ของสายทิพย์ จันทรสุนทรศักดิ์ (2556) ที่พบว่า วิทยากรนำชมไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับสถิติคนเข้าชม ส่วนประเด็นมัคคุเทศก์จากภายนอกบางท่านไม่ลุ่มลึกในเรื่องราวของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จึงใช้การพูดรวบรัดไม่น่าสนใจ สอดคล้องกับการศึกษาการสื่อความหมายในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานของ ชลลดา สิทธิศุรีย์ (2543) ที่กล่าวถึงการขาดการพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่สื่อความหมายซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราวของกรมป่าไม้ ทำให้ความรู้ที่ให้แก่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยการถ่ายทอดสืบทอดกันมา และไม่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมเพื่อการนี้โดยตรง จึงทำให้เจ้าหน้าที่สื่อความหมายขาดความรู้ที่รอบด้านเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

ขณะที่ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านสารพบว่า นักท่องเที่ยวประเมินศักยภาพด้านดังกล่าวในระดับมาก โดยประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน เป็นไปในทิศทางเดียวกับผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวว่า เนื้อหาในการสื่อความหมายมีรายละเอียดครอบคลุม ขณะที่ประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทุกคนไม่สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวว่า เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นประวัติศาสตร์ศิลป์ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มได้ สอดคล้องกับการศึกษาการรับรู้จากนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงแสนของ เชิดชาติ หิรัญโร (2546) ที่พบว่า นิทรรศการประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศิลปกรรมเมืองเชียงแสน

และนิทรรศการพัฒนาการเครื่องถ้วยล้านนาในจังหวัดเชียงรายมีเนื้อหาค่อนข้างยาก มีข้อมูลที่เป็นวิชาการมากเกินไป และมีศัพท์เทคนิคจำนวนมาก ส่วนเนื้อหาตามป้ายสื่อความหมายไม่สามารถบรรยายให้เข้าใจได้ ประกอบกับการไม่คุ้นเคยเรื่องการแบ่งยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม จึงสะท้อนถึงการนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ไม่สามารถสร้างความเข้าใจให้นักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม นอกจากนี้ในการสัมภาษณ์ยังระบุเพิ่มเติมว่า เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อความหมายขาดการเชื่อมโยงที่นำไป และสาระสำคัญของสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย รวมถึงขาดการเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ขณะที่ข้อสังเกตสำคัญของการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งประมะ สตะเวทิน (2546) สะท้อนว่า เพศที่ต่างกันโดยเฉพาะเพศหญิงจะมีแนวโน้มในการส่งและรับสารในกระบวนการสื่อความหมายที่มากกว่าเพศชาย ขณะที่อายุสัมพันธ์กับการรับข่าวสาร ข้อมูล ความสนใจในการใช้เครื่องมือสื่อความหมาย ความสนใจที่มีต่อเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่มีในแหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกันเล็กน้อยตามประสบการณ์ที่ผ่านมา โดยผู้มีอายุน้อยหรือวัยรุ่นมักจะมี ความคิดเสรีนิยม สามารถเลือกรับข่าวสาร มีความสนใจและการเข้าถึงสื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายมากกว่าวัยอื่น ๆ เช่นเดียวกับการศึกษาของ สมภพ ชาตวนิช (2552) แสดงให้เห็นว่า อายุ และเพศที่ต่างกัน ทำให้ต้องคำนึงถึงระดับความยากง่ายของข้อมูลในการสื่อความหมาย ขณะที่การศึกษา อาชีพ และ รายได้ เป็นตัวกำหนดความสามารถในการรับสื่อหรือข้อมูลที่แตกต่างกันด้วย สำหรับที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สะท้อนถึงความใกล้ชิดทางสังคมวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จึงสามารถถ่ายทอดความเข้าใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น

ส่วนศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านช่องทางการสื่อความหมายพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูล ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า ศูนย์บริการข้อมูลมีวิธีการจัดแสดงที่ไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และมีลักษณะมีดทับ ไม่โปร่ง

ทำให้คู่อัดอัด เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานของสมภพ ชาตวนิช (2552) พบว่า ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังขาดความน่าสนใจ แต่แตกต่างกับงานของ สุวภัทร ศรีจงแสง (2558) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับประสิทธิภาพศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด สำหรับแผ่นพับ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่ายังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร และมีแจกเฉพาะบริเวณศูนย์บริการข้อมูลทีเดียว ทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่ทราบหรือไม่ได้รับแผ่นพับ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวภัทร ศรีจงแสง (2558) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับประสิทธิภาพแผ่นพับอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับป้ายสื่อความหมาย ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงการไม่มีรูปภาพประกอบ และมีเพียงตัวอักษรบรรยายเท่านั้น ขณะที่สมภพ ชาตวนิช (2552) พบว่า ป้ายสื่อความหมายที่มีในอุทยานฯ ส่วนใหญ่จะชำรุด ซึ่งจำเป็นที่จะต้องได้รับการแก้ไขต่อไป แต่งานการศึกษาของ สุวภัทร ศรีจงแสง (2558) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับประสิทธิภาพป้ายสื่อความหมายในระดับมาก สำหรับสื่อ QR Code มีข้อมูลรายละเอียดที่จำกัด และหากสัญญาณโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตไม่เสถียรจะไม่สามารถใช้งานได้ จึงจำเป็นที่จะต้องแก้ไขในอนาคต ซึ่งปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัล จึงจำเป็นที่ต้องการใช้เครื่องมือสื่อความหมายที่มีความทันสมัยและหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน

ขณะที่ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านผู้รับสาร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นถึงประเด็นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความสนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความสนใจในการใช้สื่อ การรับรู้ตระหนัก ชาบซึ่งอยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่แสดงความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวบางท่านปฏิบัติตัวไม่เหมาะสม และบางท่านฝ่าฝืนกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ดังนั้นผู้รับสารเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวสัมฤทธิ์ผลได้ จึงต้องมีการพัฒนาศักยภาพด้านนี้เพิ่มเติม โดยงานวิจัยของ ชลลดา สิทธิชูรัมย์ (2543) เสนอว่า แหล่งท่องเที่ยวควรมีป้ายอธิบาย ข้อห้าม และข้อควรปฏิบัติที่ติดตั้งอยู่ในบริเวณที่นักท่องเที่ยวผ่านและเห็นได้ชัดเจน หรือบริเวณที่มีข้อห้ามและข้อบังคับเฉพาะ ซึ่งการมีแนวทางปฏิบัติตัวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์จะช่วยให้ลดผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ ผู้วิจัยขอเสนอผ่านองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบตามแบบจำลองการสื่อความหมาย S-M-C-R ของ เดวิด เบอร์โล โดยองค์ประกอบด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or sender) ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์สื่อความหมายให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และจัดเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์สื่อความหมายประจำจุดต่าง ๆ ที่มีความสำคัญเพื่อบรรยายให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงสร้างความร่วมมือร่วมกันระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง กรมศิลปากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น สำหรับองค์ประกอบด้านสาร (Message) ควรมีข้อมูลนำเสนอที่น่าสนใจ โดยเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ท้องถิ่นให้มากขึ้น พร้อมกับการปรับภาษาในการสื่อความหมายที่เข้าใจง่าย เพื่อให้สารมีความน่าสนใจและตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ ขณะที่องค์ประกอบด้านช่องทางการสื่อความหมาย (Channel) ควรใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการจัดนิทรรศการภายในศูนย์บริการข้อมูล น่าจะทำรูปแบบที่น่าสนใจและปรับปรุงความสว่างมากขึ้น เตรียมจอภาพอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นระบบสัมผัส (Touch screen) อุปกรณ์ Virtual reality: VR และ Audio Guide ไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สำหรับแผ่นพับควรเพิ่มเนื้อหาเรื่องการอนุรักษ์ การบูรณะ และข้อปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้ลายเส้นการ์ตูนเพื่อดึงดูดความสนใจ ส่วนป้ายสื่อความหมายควรมีรูปเล็ก ๆ ที่แสดงเรื่องราวหรืออธิบายให้เข้าใจถึงข้อมูลหรือเรื่องราวที่มีการนำเสนอในป้าย เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ น่าสนใจมากขึ้น และสื่อ QR Code ควรประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงเสาสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตให้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับติดตั้งอุปกรณ์สายล่อฟ้าและตรวจสอบประสิทธิภาพอุปกรณ์ดังกล่าว และติดตั้งและเพิ่มปริมาณป้ายสื่อ QR Code ในพื้นที่ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ข้างป้อมจำหน่ายบัตรบริเวณประตู 1 ส่วนบริเวณประตู 3 อาจจะติดป้ายใกล้กับห้องน้ำหรือบริเวณบันไดทางขึ้นก่อนถึงตัวปราสาท เป็นต้น และ

องค์ประกอบด้านผู้รับสาร (Receiver) ควรติดตั้งป้ายอธิบาย ข้อห้าม และข้อควรปฏิบัติ ในบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินผ่าน และเห็นได้ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตน ได้อย่างถูกต้องในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ที่มีความสำคัญ ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะที่ได้กล่าวข้างต้นจะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพ การจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งที่เหมาะสมกับพื้นที่ และ ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ การสื่อความหมายต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายผ่านสื่อบุคคล และเครื่องมือ สื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียดรอบด้าน โดยใช้แบบจำลอง การสื่อความหมายจากทฤษฎีการสื่อความหมายอื่น ๆ ในพื้นที่ศึกษาเดิมหรือเปลี่ยน พื้นที่ศึกษา พร้อมกับจัดทำเครื่องมือสื่อความหมายของจริงที่ปรับปรุงให้สอดคล้องกับ พื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยวมาทดลองใช้ในพื้นที่ และให้นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินศักยภาพของเครื่องมือสื่อความหมาย ดังกล่าว

กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการพัฒนา การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา: อุทยานประวัติศาสตร์ พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์ทุนสนับสนุน การทำวิทยานิพนธ์จากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ให้ข้อมูล เจ้าหน้าที่ประจำอุทยานประวัติศาสตร์ พนมรุ้ง และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูล คำแนะนำ คำชี้แจง และให้ ความร่วมมือในการดำเนินงานทุกขั้นตอนจนผ่านไปได้ด้วยดี และสามารถบรรลุผลสำเร็จ ในการวิจัย เพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเรื่องการสื่อความหมาย ในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ตลอดจนการประยุกต์ผลการวิจัยไปใช้ต่อยอดการศึกษา ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2558). *การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม (แนวทางการจัดทำแผนการบริหารจัดการด้านสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว)*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชลลดา สิทธิชูรัมย์. (2543). *แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เชิดชาติ หิรัญโร. (2546). *การสื่อความหมายและการรับรู้จากนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ประม สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ. (2543). *การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS สำหรับงานวิจัย: การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมภพ ขาตวนิช. (2552). *การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมของปราสาทหินพิมาย และปราสาทเขาพนมรุ้ง*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สายทิพย์ จันทรสฤษีศักดิ์. (2556). *การสื่อความหมายอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, คณะโบราณคดี, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุริยวุฒิ สุขสวัสดิ์, ม.ร.ว. (2549). *ปราสาทเขาพนมรุ้ง: ศาสนบรรพตที่งดงามที่สุดในประเทศไทย (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: เรือนบุญ.

สุวภัทร ศรีจงแสง. (2558). *ศักยภาพการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Ababneh, A. (2017). Tour guides and heritage interpretation: guides' interpretation of the past at the archaeological site of Jarash, Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 1-16. doi:10.1080/1743873X.2017.1321003.

Berlo, D. K. (1966). *The process of communication; An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Boeije, H. R. (2009). *Analysis in qualitative research*. London: SAGE Publications Ltd.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York: Routledge.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry (Vol. 75)*. Thousand Oaks: Sage.

Sarm, C. (2013). *Managing interpretation at a UNESCO world heritage site: A supply-side perspective of Angkor Wat Temple, Cambodia*. The Degree of Master of Tourism Management, Victoria University of Wellington.

Tilden, F. (2009). *Interpreting our heritage*. United States: University of North Carolina Press.