

สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ระดับการประเมินคุณภาพ

ดีเยี่ยม

ดีมาก

ดี

ปานกลาง





การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

กรรณิกา พิมพ์ศรี

ดุขฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองคุณวุฒิพนธ์
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

ชื่อเรื่อง
การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

โดย
กรรณิกา พิมลศรี

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา)
วันที่ ๑๑ เดือน เม.ย. พ.ศ. ๒๕๕๓

กรรมการที่ปรึกษา

(ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ)
วันที่ ๑๑ เดือน เม.ย. พ.ศ. ๒๕๕๓

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ)
วันที่ ๑๑ เดือน เม.ย. พ.ศ. ๒๕๕๓

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา)
วันที่ ๑๑ เดือน เม.ย. พ.ศ. ๒๕๕๓

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
วันที่ 12 เดือน เม.ย. พ.ศ. ๕๓

ชื่อเรื่อง	การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
ชื่อผู้เขียน	นางกรรณิกา พิมลศรี
ชื่อปริญญา	ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น” มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนา รูปแบบและกำหนดคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น 2) เพื่อศึกษาและทดลองใช้กระบวนการการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา 3) เพื่อประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา ซึ่งมีการประยุกต์ใช้กระบวนการการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และ 4) เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (research for development) มีการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) โดยการวิจัยเอกสารและเก็บข้อมูลในพื้นที่ศึกษา คือ 15 ชุมชนทั่วประเทศ ซึ่งคัดเลือกจาก 62 ชุมชนที่ได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางการท่องเที่ยว ปี 2550 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้นำชุมชน 40 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง กลุ่มนักท่องเที่ยว 608 คน โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม นอกจากนี้ ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คน เพื่อกำหนดร่างรูปแบบฯ จากนั้นได้นำร่างรูปแบบดังกล่าวไปทดลองใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา ซึ่งมีการดำเนินการร่วมกับชุมชนท้องถิ่นจำนวน 65 คน จำแนกเป็น กลุ่มผู้นำชุมชน 30 คน กลุ่มภาคเอกชน จำนวน 20 คน และกลุ่มภาครัฐที่เกี่ยวข้องจำนวน 15 คน รวมทั้งมีการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกว๊านพะเยาจำนวน 422 คน ภายหลังจากได้จัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยาแล้ว จึงมีการประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้จัดทำขึ้น โดยมีผู้ประเมินคือ ชุมชนท้องถิ่น จำนวน 38 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 46 คน สุดท้ายเพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วม

ของชุมชนท้องถิ่น จึงได้มีการประชุมวิชาการแบบการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (focus group) และศึกษาค้นคว้าความสอดคล้อง (IOC) ของรูปแบบฯ โดยมีผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเป้าหมายจำนวน 11 คน

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ควรประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ คือ L4T PINE Model ซึ่งสามารถดำเนินการเป็นกระบวนการได้โดยเริ่มจาก L : ผู้นำชุมชน (leader) 4T : คณะทำงานหรือทีมงาน (team) การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area) การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists) การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme) P : การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation) I : การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) N : เครือข่าย (network) และ E : การประเมินผล (evaluation) เป็นองค์ประกอบที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นควรดำเนินการตั้งแต่แรกเริ่มโครงการและสนับสนุนให้เกิดขึ้นทุกขั้นตอนในการดำเนินการ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายทั้งภายในภายนอกถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้ การติดตามประเมินผล ควรกระทำทุกระยะในการดำเนินการสื่อความหมายของชุมชนตลอดจนการคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนต่อไปอันจำเป็นต้องมีการประเมินผลอยู่เสมอ นั่นเอง

ส่วนคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ควรประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ SKAP ได้แก่ S : ความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (satisfactory of interpretation design / media) ทั้งในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ สื่อประเภทไมใช่บุคคลและสื่อประเภทบุคคล K : ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (knowledge of interpretation message) A : ทศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (attitude of interpretation model) และ P : พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้อง รักษา (protection behavior) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว

Title	Development of the Interpretation Model in Tourism Destination Based on Local People Participation
Author	Mrs. Kannika Pimolsree
Degree of	Doctor of Philosophy in Tourism Development
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Weerapon Thongma

ABSTRACT

The objectives of this research for development were to: 1) investigate the process of the interpretation model in tourism destination based on local people participation and the determination of the efficiency indicator characteristics of the interpretation model; 2) investigate and try out the process conducted in Phayao province; 3) evaluate the efficiency of the interpretation model; and 4) determine the form of the interpretation model. The combination of qualitative method and quantitative method were applied with data from both literatures and data collection. Data were collected by in-depth interview with 40 community leaders and 608 visitors from 15 villages that received the Thailand Tourism Awards in 2007. Additionally, 10 specialists were interviewed intensively. After that, the interpretation model was used and evaluated. Focus group and the investigation of Index of Item Objective Congruence (IOC) was conducted with 11 specialists.

The results showed that the interpretation program model in tourism destination based on local people participation should consisted of L4T PINE (L: Leader, 4T: Team; Tourism area; Tourists; Theme, P: Participation, I: Interpretation design, N: Network, and E: Evaluation). L4T PINE Model consisting of 9 components was shown as follows:

L (Leader) Important characteristics of leaders in the area of interpretation were personality, knowledge and ability. Good personality consisted of sacrifice, conservation awareness, appreciation in uniqueness of the community, creation, good motivation, good management, ability for developing the interpretation process, good human relation, good connection, and respected by local people. The factors of knowledge and ability were interpretation knowledge and knowledge of the understanding in uniqueness of local area such as history and strength point of the community.

4T (Team Tourism area, Tourists, and Theme) Team consisted of project committee for the interpretation program and development of committee in tourism service and interpretation. For tourism areas, tourism area and resources should be surveyed and evaluated on the potential of tourism resources and the determination of the interpretation points. For tourists, behavior of visitors that were message receivers should be analyzed. After analyzing the previous factors, environmental impact assessment, land use planning, analysis of position of products or tourism resources should be analyzed and then theme was set. For theme, method and main theme of the interpretation in each area in the scope of study were set. The interpretation in each area should link together with clear objectives of activities. Finally, interpretations in each area were obtained.

P (Participation of local people) It should involve in almost every process from the beginning to the end.

I (Interpretation design) It started from making first draft and designing interpretation model in each area based on the theme and enhanced local people to participate in every process.

N (Network) The success of the interpretation model in tourism destination based on local people participation needed network of social capital in the community such as working committee, network of home, temple, school and other networks such as academic network, government agencies, tourism business and tourism community network.

E was evaluation. The interpretation model should be evaluated by experience of users that were visitors and local people.

The indicators of interpretation program in tourism destinations based on local people participation should comprise SKAP and S: Satisfaction of interpretation design/media. There were two types of satisfaction: satisfaction of tourist resources and satisfaction of media. **K**: Knowledge of interpretation message, **A**: Attitude of interpretation program, and **P**: Protection behavior.

กิตติกรรมประกาศ

คุณภุณินพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความร่วมมือ ความอนุเคราะห์และได้รับคำแนะนำจากผู้มีพระคุณหลายท่านซึ่งอาจไม่สามารถนำมากล่าวถึงในที่นี้ได้ครบถ้วน ผู้วิจัยใคร่ขอกล่าวถึงเท่าที่จะสามารถกระทำได้โดยการแสดงกิตติกรรมประกาศไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และในฐานะประธานคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณภุณินพนธ์ ซึ่งคอยให้คำปรึกษาข้อแนะนำ สั่งสอนทั้งด้านวิจัยและการดำเนินชีวิต ด้วยความเมตตากรุณาต่อศิษย์ ขอกราบขอบพระคุณกรรมการที่ปรึกษาคุณภุณินพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ ที่คอยให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงเป็นคุณภุณินพนธ์ อย่างสมบูรณ์ รวมทั้งเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีมาโดยตลอดตั้งแต่เริ่มต้น ขอกราบขอบพระคุณ ดร.สินธุ์ สโรบล และดร.บังอรฉัตร รุ่งเรือง พร้อมทั้งครูบาอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่เคยอบรมสั่งสอนให้แสงสว่างแห่งความรู้แก่ศิษย์นับตั้งแต่วัยเด็กจวบจนปัจจุบันนี้

ขอขอบพระคุณ สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เจ้าของทุนพัฒนาอาจารย์สาขาขาดแคลน และรองศาสตราจารย์ ดร.มณฑล สงวนเสริมศรี อธิการบดีมหาวิทยาลัยธนเรศวร ที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา และเป็นผู้ผลักดันการอนุมัติทุนการศึกษานี้

ขอขอบพระคุณผู้นำท้องถิ่นทั้ง 62 ชุมชนที่ได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางการท่องเที่ยว ปี 2550 นักท่องเที่ยว เครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งให้ความสำคัญ สนับสนุนและช่วยเหลือในการดำเนินการวิจัยจนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณรอยยิ้มของคุณธีวณีย์ วอง และคุณวัชรระ อนุศาสน์สิริ เพื่อนรักที่คอยอยู่เคียงข้างยามทุกข์ยากผู้ซึ่งเข้าใจจิตวิญญาณของเพื่อนคนนี้ อาจารย์อนุวัติ เชื้อเย็น กัลยานิมิต ผู้คอยให้กำลังใจ และถกเถียงกันทางวิชาการ ดร.นายแพทย์ชูสิน สิลพันธ์กุล และ ผศ. ดร.ร้อยโทหญิง เกิดศิริ เจริญวิศาสตร์ ที่ช่วยให้คำแนะนำ ครีม น้อยรักแสนชนที่ช่วยเปิดมุมมองชีวิตใหม่และขอขอบคุณพี่แฉ้ม พลอย ป่าแสวง ป่าดิม พี่สุรินทร์ พี่บุญทา พี่เล็ก พี่จิว พี่กึ่งใหญ่ และน้องปอย ที่คอยห่วงใยและช่วยเหลือกันมาตลอด

ท้ายนี้ ขอขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงสุดในชีวิต พ่อถนนอม แม่บุญมี
ข้ายสุวรรณ ผู้ให้กำเนิด ให้ชีวิตและเสียสละเพื่อลูกตราบนานทุกวันนี้ ขอขอบคุณ เจนนี รวงข้าว และ
ค.ญ.แพรธารา และชีวิตน้อย ๆ ในครรภ์ อันเป็นครอบครัวที่น่ารักซึ่งเป็นกำลังใจและอยู่เคียงข้างกัน
มาตลอด สุดท้าย ความดีงามอันเป็นประโยชน์จากงานวิจัยครั้งนี้ ขออุทิศแก่ยายตุ่นแก้ว ตาฮ่อน
พรหมศรี ผู้รอคอยหลานเรียนจบจบงานวินาทีสุดท้ายของชีวิต รวมทั้ง ขออุทิศแก่ คุณกนกพล
ข้ายสุวรรณ พี่ชายที่แสนดีผู้ซึ่งทำให้น้องสาวคนนีเข้าใจถึงคุณค่าแห่งการมีชีวิตอยู่

กรรณิกา พิมพ์ศรี

เมษายน 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
สารบัญ	(9)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(16)
สารบัญตารางผนวก	(18)
สารบัญภาพผนวก	(19)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหาการวิจัย	4
คำถามในการวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตในการวิจัย	7
ข้อจำกัดในการวิจัย	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	10
บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง	12
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัย	12
ทฤษฎีสัญญาวิทยา	13
ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร	16
ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม	19
กรอบทฤษฎีในการวิจัย	21
หลักการและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิจัย	21
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	22
แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์	40
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย	42
รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	60
ภาคสรุป	67

กรอบแนวความคิดในการวิจัย	74
สมมติฐานการวิจัย	75
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	77
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1	79
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2	91
วัตถุประสงค์ข้อที่ 3	102
วัตถุประสงค์ข้อที่ 4	116
ระยะเวลาดำเนินการวิจัย	119
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	121
ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสาร	121
ขั้นตอนที่ 2 การคัดเลือกชุมชนที่มีโปรแกรมการสื่อความหมายเพื่อศึกษา บทเรียน	125
ขั้นตอนที่ 3 ผลการดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) กับผู้นำ ชุมชนที่เป็นแกนนำในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนด้านการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่น	136
ขั้นตอนที่ 4 ผลการดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) เกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายใน แหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	186
ขั้นตอนที่ 5 ผลการพิจารณา ตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกระบวนการ และตัวชี้วัดการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วน ร่วมของชุมชนท้องถิ่น	206
บทที่ 5 ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	221
องค์ประกอบที่ 1 ผู้นำชุมชน (leader)	221
องค์ประกอบที่ 2 คณะทำงานหรือทีมงาน (team)	222
องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)	223
องค์ประกอบที่ 4 การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists)	227

องค์ประกอบที่ 5 อัตลักษณ์ (identity) และการกำหนดเค้าโครงแผนการสื่อ ความหมาย (theme)	240
องค์ประกอบที่ 6 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)	252
องค์ประกอบที่ 7 การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)	253
องค์ประกอบที่ 8 เครือข่าย (network)	254
องค์ประกอบที่ 9 การติดตามประเมินผล (evaluation)	255
บทที่ 6 ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการประเมินประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน จังหวัดพะเยา โดยชุมชนท้องถิ่น	256
บทที่ 7 ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่น	301
คุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชน	324
บทที่ 8 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	333
สรุป	333
อภิปรายผล	341
ข้อเสนอแนะ	367
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	369
บรรณานุกรม	371
ภาคผนวก	383
ภาคผนวก ก รายชื่อชุมชน หน่วยงาน คณะทำงาน และผู้เชี่ยวชาญ	384
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล	398
ภาคผนวก ค กำหนดการทดลองเส้นทางสื่อความหมาย “ก๊ววันพะเยา: ความ งดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน” ตามการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 4	458
ภาคผนวก ง ประมวลภาพกิจกรรมในการดำเนินการวิจัย	460
ภาคผนวก จ หนังสือราชการที่เกี่ยวข้อง	468
ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้วิจัย	476

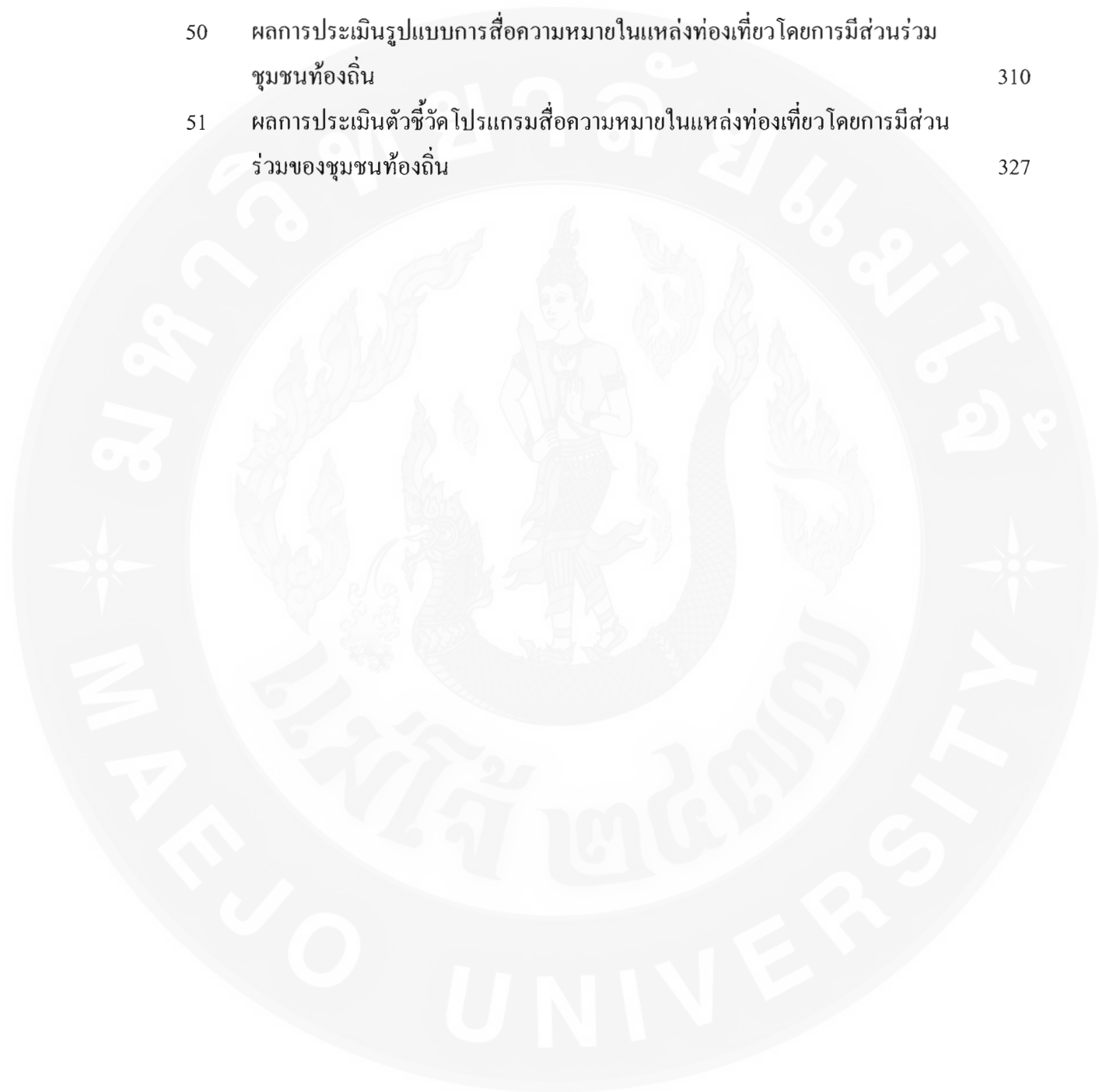
สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	120
2	จำนวนและร้อยละของผู้นำชุมชนที่ระบุเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปชุมชน	126
3	ค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของสื่อตามความคิดเห็นของผู้นำชุมชน	128
4	จำนวนและร้อยละของผู้นำชุมชนที่ระบุเกี่ยวกับสถานภาพการมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายของชุมชน	130
5	สถานภาพชุมชนที่มีการสื่อความหมายตรงตามประเด็นการวิจัย	134
6	องค์ประกอบของรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น 15 ชุมชน	175
7	ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	179
8	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	188
9	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว	191
10	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยว	195
11	ค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของสื่อตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสำคัญของโปรแกรมสื่อความหมาย	196
12	ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ให้ค่าคะแนนความสำคัญและค่าเฉลี่ยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	199
13	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปร	203
14	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one – way ANOVA หรือ F- test)	205
15	ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	218
16	ผลการประเมินศักยภาพของทรัพยากรการสื่อความหมาย	224
17	ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับศักยภาพของทรัพยากรการสื่อความหมายในการเป็นตัวแทนชุมชนประมงพื้นบ้านกวีานพะเยา	226
18	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	228

ตาราง	หน้า	
19	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว	230
20	ค่าคะแนนเฉลี่ยของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว	231
21	ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว กว๊านพะเยา	232
22	ค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณ กว๊านพะเยา	234
23	คะแนนความสำคัญเฉลี่ย โปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่รอบกว๊านพะเยาตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	237
24	การรับรู้อัตลักษณ์ของชาวประมงพื้นบ้าน	241
25	รายละเอียดของแบบการพัฒนาเรื่องราวเพื่อสื่อความหมาย (story development form) “กว๊านพะเยา : ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน”	246
26	จำนวนและร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	257
27	จำนวนและร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามสถานภาพทางสังคมและความสัมพันธ์ที่มีต่ออาชีพประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา	260
28	จำนวนและร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามลักษณะการมีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ	262
29	ร้อยละและค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญของประชาชนท้องถิ่นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	263
30	คะแนนเฉลี่ยของสื่อกลางแต่ละประเภทตามความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่น	265
31	ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยประชาชนท้องถิ่น	268
32	ร้อยละของผู้ที่ตอบผิดและตอบถูกในการประเมินความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย	270
33	ร้อยละของผู้ที่ตอบผิดและตอบถูกในการประเมินความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย	271
34	ค่าร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามระดับความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายทั้งก่อนและหลังทดสอบ	273

ตาราง	หน้า	
35	ค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายของประชาชนท้องถิ่นก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมาย	275
36	ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประชาชนท้องถิ่นก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมาย	277
37	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างก่อนกับหลังการได้รับบริการ สื่อความหมายของประชาชนท้องถิ่น โดยวิธีการ Paired Samples T- test Statistics	279
38	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	280
39	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว	282
40	ค่าคะแนนเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือน (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)	282
41	ร้อยละและค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยว	283
42	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสำคัญและความพึงพอใจการบริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา	285
43	ผลการประเมินประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยว	288
44	ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบถูกและตอบผิดในการประเมินความรู้เกี่ยวกับการเนื้อหาการสื่อความหมายก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย	291
45	ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบถูกและตอบผิดในการประเมินความรู้เนื้อหาการสื่อความหมายหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย	292
46	ระดับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	294
47	ค่าเฉลี่ยของทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายก่อนและหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย	295
48	ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก่อนและหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย	298
49	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างก่อนกับหลังการได้รับบริการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว โดยวิธีการ Paired Samples T- test Statistics	299

ตาราง		หน้า
50	ผลการประเมินรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วม ชุมชนท้องถิ่น	310
51	ผลการประเมินตัวชี้วัด โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วน ร่วมของชุมชนท้องถิ่น	327



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบทฤษฎีในการวิจัย (theoretical framework)	21
2 กระบวนการสื่อความหมาย	47
3 ระดับของการสื่อสาร	48
4 กระบวนการสื่อสารของ David K. Berlo (1960)	49
5 แบบจำลองของสื่อสาร Wilbur Schramm (1968)	50
6 แบบจำลองกระบวนการวางแผนสื่อความหมาย	51
7 แบบจำลองการวางแผนระบบสื่อความหมาย	52
8 ร่างกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	73
9 กรอบแนวความคิดในการวิจัย (conceptual framework)	74
10 กรอบการวิจัย	78
11 ชุมชนประมงรอบกว๊านพะเยา	92
12 กระบวนการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4	118
13 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่กำปอง	142
14 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่กลางหลวง	144
15 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองแม่นา	146
16 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโคน	150
17 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะยวน้อย	152
18 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง	154
19 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านปราสาท	156
20 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว	158
21 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าข้าม	160
22 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านมอญบางกระดี่	163
23 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านคูบัว	165

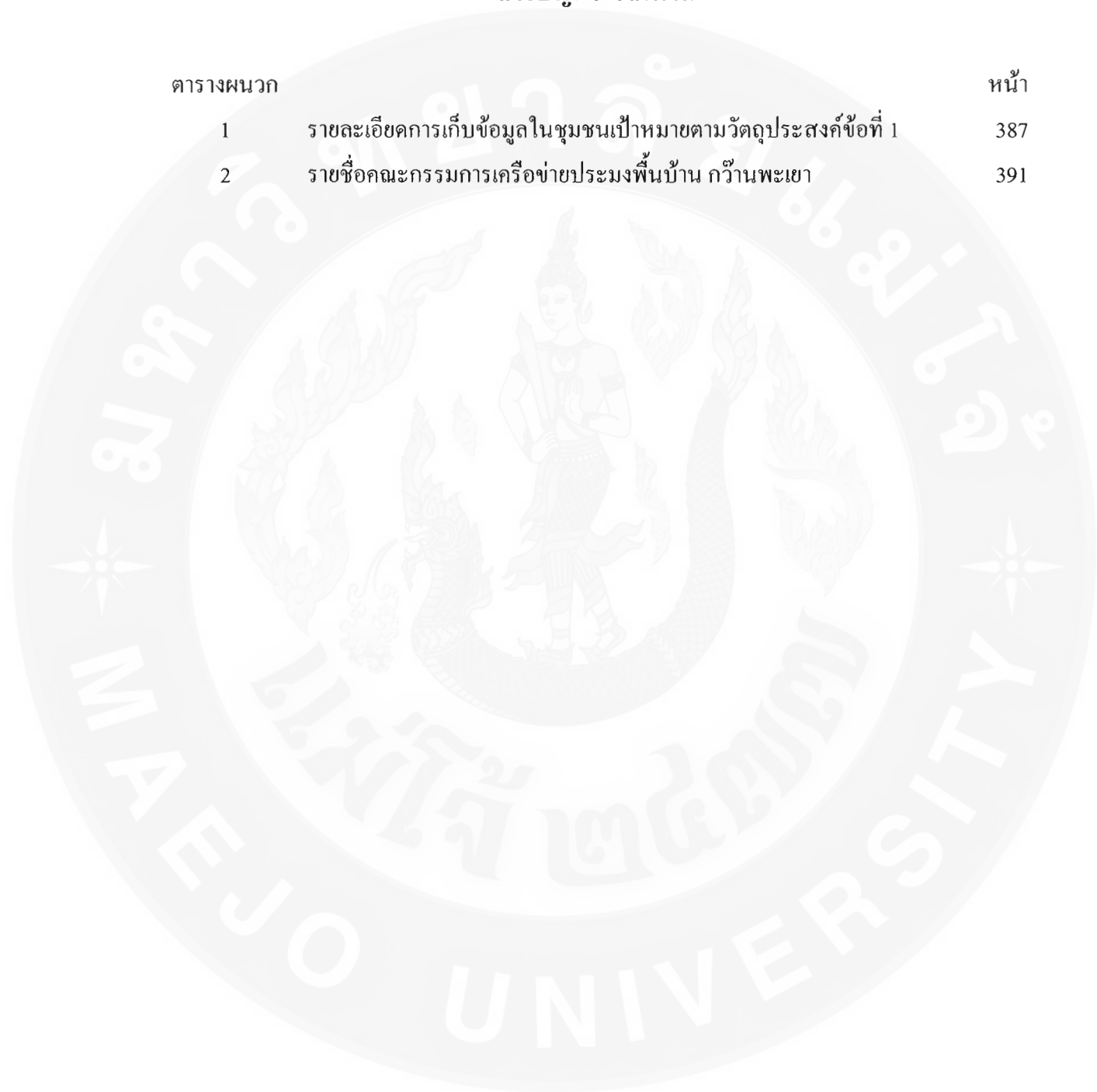
ภาพ		หน้า
24	รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจินคอยแม่สลอง	167
25	รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตลาดสามชุก	170
26	รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกษตร โคกแฝด เขตหนองจอก	172
27	รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเบญจรงค์	173
28	ตำแหน่งของรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งประยุกต์ตามกระบวนการสื่อสารของ David K. Berlo (1960)	208
29	ร่างรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่น (L4T PINE Model)	209
30	รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model)	335

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวก

หน้า

- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | รายละเอียดการเก็บข้อมูลในชุมชนเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 | 387 |
| 2 | รายชื่อคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา | 391 |



สารบัญภาพผนวก

ภาพผนวก	หน้า
1 แสดงร่างกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	417
2 แสดงรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model)	448
3 การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษา 15 ชุมชนทั่วประเทศ	460
4 ตัวอย่างสื่อประเภทไม่ใช้บุคคลในพื้นที่ศึกษา 15 ชุมชน	461
5 ตัวอย่างสื่อประเภทบุคคลในพื้นที่ศึกษา 15 ชุมชน	462
6 การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา 15 ชุมชน	463
7 ตัวอย่างภาพกิจกรรมดำเนินการพัฒนาระบบสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนประมงพื้นบ้านกวีวันพะเยา จังหวัดพะเยา	464
8 การประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ประมงพื้นบ้านกวีวันพะเยา จังหวัดพะเยา	465
9 บรรยายการประชุมวิชาการ โดยการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (focus group) เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่น	466

บทที่ 1

บทนำ

การท่องเที่ยวจัดเป็นแหล่งที่มาสำคัญของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ หรือ GDP ของโลกปัจจุบัน หลายประเทศในโลกจึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (McIntosh, Goleldner and Ritchie, 2000: 5) ดังเช่นประเทศไทย การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2548 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายมากเป็นอันดับ 15 ของโลก คิดเป็นรายรับประมาณ 8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี (World Tourism Organization, 2006) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนา การท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มุ่งสู่ความเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (the capital of Asia) ซึ่งเมื่อพิจารณาในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาในทวีปเอเชีย นับว่าประเทศไทยถือเป็นประเทศผู้นำด้านการท่องเที่ยวในเอเชีย เป็นหนึ่งในประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเยือนมากที่สุด และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับสองรองจากประเทศจีน (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, 2549: 55) ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการกระทำอย่างมีเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพอันแท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทางการและแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความล้มเหลว (คณะกรรมาธิการการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: 48) ดังจะเห็นได้จาก พื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทยที่ต้องเผชิญกับผลกระทบทางลบอันเกิดจากการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นในด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตชุมชน แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากเกิดการพัฒนาที่ไม่สอดคล้องกับสภาพดั้งเดิมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ลักษณะที่พบมากทั่ว ๆ ไปจะเป็นความทันสมัย หรือสมัยใหม่ที่ไม่มีความเหมาะสม วัฒนธรรม ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จึงส่งผลทางลบต่อสภาพแวดล้อม ขาดความเชื่อมโยงกับบริบททั้งทางสภาพแวดล้อมและทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดการขาดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้อยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อม อันส่งผลไปถึงการขาดความห่วงใย ความเป็นเจ้าของ ความรับผิดชอบของผู้ใช้สอยต่อสถานที่และขาดสำนึกของการมีส่วนร่วมในชุมชนและระหว่างบุคคลทำให้เกิดการขาดการดูแลเอาใจใส่สภาพแวดล้อมและขาดความชื่นชมต่อลักษณะแบบแผนทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการเสื่อมของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม อีกทั้งส่งผลทางลบทาง

ภาพลักษณ์ต่อท้องถิ่น เมือง และประเทศอันจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและการท่องเที่ยวโดยสภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างจากเมืองอื่น ทำให้ผู้ประกอบการขาดความภูมิใจ ขาดเอกลักษณ์ และความชัดเจนของภาพลักษณ์ของเมือง เป็นลักษณะที่ขาดสิ่งดึงดูดใจจนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบต่ำและดูน่าเบื่อ ค้อยคุณภาพ นักท่องเที่ยวเกิดความไม่ประทับใจ และอาจเบื่อหน่ายกับภาพที่จำเจ รวมทั้งไม่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำหรือพากัน ไปท่องเที่ยว ที่อื่น ทำให้ผลิตผลทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวลดลง ปรากฏการณ์นี้อาจทำให้เกิดปัญหาทางธุรกิจ ท่องเที่ยวในระยะยาว ผู้ผลิตและผู้ประกอบการขาดรายได้จากการค้าขาย ทำให้เกิดการสูญเสียวินัยและโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศอย่างสูง (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2543: 68 ; อภิโชค เลชนะกุล และกรรณา รัชชวิณ, 2547: 4-9; Hough, 1990: 56)

ลักษณะของพื้นที่ที่ขาดเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่สะท้อนความสัมพันธ์กับผู้คนและวัฒนธรรมนั้นเรียกว่า อสถาน (placelessness) ถือเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ควรได้รับการดูแลจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เพราะการมีภาพลักษณ์ที่สะท้อนแบบแผนวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์กับผู้คน และสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในชุมชน (อภิโชค เลชนะกุล และกรรณา รัชชวิณ, 2547: 8) การที่แหล่งท่องเที่ยวใด ๆ จะสะท้อนภาพลักษณ์ ลักษณะของพื้นที่ที่เป็นเอกลักษณ์ และสอดคล้องกับชุมชนท้องถิ่นและวัฒนธรรมให้เป็นที่ดึงดูดใจหรือสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (attraction) ได้นั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่นั้น ๆ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 60 - 68) และจำเป็นจะต้องใช้กระบวนการสื่อสารซึ่งเสมือนเป็นการนำเอาสัญญาณต่าง ๆ มาใช้ในด้านกรท่องเที่ยว ที่จะสามารถสะท้อนและสื่อความหมายของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้ วิธีการสื่อความหมาย (interpretation) ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการจัดการที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ที่เดินทางจากแหล่งต่าง ๆ กับแหล่งท่องเที่ยว หากปราศจาก การสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่ชัดเจนและถูกต้อง การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารก็ย่อมผิดพลาดตามไปด้วย ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่งจึงจำเป็นต้องมีการสื่อความหมายเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญ (นำขวัญ วงศ์ประทุม, 2545: 51) อย่างไรก็ตามพบว่า ในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทยยังมีการจัดการด้านการสื่อความหมายที่บกพร่อง เช่น เมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีความบกพร่องในการสื่อความหมายอยู่มาก ทั้งในด้านปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการและการอำนวยความสะดวก รวมทั้งป้ายหรือสัญลักษณ์ที่ไม่มี ความสอดคล้องกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่กลมกลืนกับสภาพพื้นที่ อีกทั้ง ป้ายสื่อความหมายหลายแห่งขาดมาตรฐานทั้งในด้านรูปแบบของป้าย ตำแหน่งของการติดตั้ง และอยู่ในสภาพที่ชำรุด

ทรุดโทรม ไม่ชัดเจน มีการติดตั้งในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม (นำขวัญ วงศ์ประทุม, 2545: 3) ตรงกันข้าม หากมีการจัดการสื่อความหมายออกมาในทางบวก แสดงออกถึงภาพลักษณ์ของสถานที่และสิ่งดึงดูดใจ อาทิเช่น การสื่อความหมายของเมืองท่องเที่ยวในประเทศไทยญี่ปุ่น เป็นระบบการสื่อความหมายที่เหมาะสมสำหรับเมืองท่องเที่ยวอย่างยิ่ง เช่น การออกแบบและจัดทำป้ายในเมืองนั้น จะโดดเด่นด้วยการสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะที่มีความแตกต่าง อันจะมีผลต่อการแสดงถึงลักษณะเด่นของตน จึงเป็นที่จดจำและระลึกถึงได้เป็นอย่างดี (เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา, 2543: 10-13; สุปิติ จันทร์ประสิทธิ์, 2543: 2-3)

การสื่อความหมายในทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่ จะสามารถสื่อสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการจัดการสื่อความหมายโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ท้องถิ่นของตน อันเป็นไปตามหลักการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (tourism management on sufficiency economy concept) รูปแบบการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism development) และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (people participation) ต่างมีความสอดคล้องกันในหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกิจกรรมที่มีความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ ทำให้การท่องเที่ยวไม่ใช่เรื่องของการบันเทิง หรือการบริโภคสิ่งต่าง ๆ เพียงด้านเดียว แต่หมายถึง การเรียนรู้และความเรียบง่ายที่จะหาได้จากสภาพแวดล้อมอย่างสมดุลพอดีพอประมาณ เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มากกว่ามิติทางเศรษฐกิจ รักษาคุณภาพของสิ่งต่าง ๆ ระหว่างการแสวงหากำไร เพียงให้มีรายได้พอประมาณแต่ให้มืออย่างสม่าเสมอและไม่กระทบถึงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมมากเกินไป (จุฑามาศ บาระมีชัย และคณะ, 2550: 58 – 70; ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2550: 15-40) การจัดการสื่อความหมายโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ท้องถิ่นของตนนั้น เป็นการให้ชุมชนท้องถิ่นได้เรียนรู้ และถ่ายทอดเรื่องราวอันมีคุณค่าของท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ของชุมชนอันเกิดการสั่งสมของวัฒนธรรมจนกลายเป็นเอกลักษณ์ ชุมชนได้มีการสร้างและนำเอาเอกลักษณ์มาทำเป็นทุนวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวของตนเอง รวมทั้งสามารถที่จะสื่อความหมาย เอกลักษณ์ ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เอกลักษณ์นั้น ๆ ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในมิติที่ว่าควรมีกระบวนการอย่างไรที่จะทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริงในการสื่อความหมายอัตลักษณ์ของตนเอง โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้นให้ถือเป็นเครื่องมือ และเป็นเป้าหมายในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายด้วย เนื่องจาก การมีส่วน

ร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญของการเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมกันในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น และมีความเข้าใจในการมีส่วนร่วม มีความรัก ห่วงใยในมรดกทางวัฒนธรรม รวมทั้ง ชุมชนท้องถิ่นจะสามารถถ่ายทอด อัตลักษณ์ของตนเอง และสื่อความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์อย่างเด่นชัดของท้องถิ่นนั้น ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจให้แก่ผู้มาเยือน ได้สัมผัส เรียนรู้ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) (สุรเชษฐ์ เศรษฐมาส, 2545 ; Freeman Tilden, 1987: 65 และ Ham Sam H, 1992: 120)

ปัญหาการวิจัย

จากกระแสโลกาภิวัตน์ ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม และกระแสการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ทำให้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งพัฒนาอย่างไร้ทิศทาง การสื่อความหมายของพื้นที่ขาดเอกลักษณ์ และความชัดเจนของภาพลักษณ์ของเมือง โดยลักษณะที่พบทั่วไปจะเป็นความทันสมัยหรือสมัยใหม่ ที่ไม่มีลักษณะแบบแผนวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้ง ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จนมีลักษณะของพื้นที่ที่ขาดเอกลักษณ์ และภาพลักษณ์ที่สะท้อนความสัมพันธ์กับผู้คนและวัฒนธรรมนั้นเรียกว่า อสสถาน (placelessness) ถือเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (อภิโชค เลาชะกุล และกรณารักษ์วิณ, 2547: 4 – 9; Hough, 1990: 112) เนื่องจากเป็นสภาวะแวดล้อมที่ขาดความเชื่อมโยงกับบริบททั้งทางสภาพแวดล้อมและทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการขาดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้อยู่อาศัยกับสภาพแวดล้อม จะส่งผลถึงการขาดความห่วงใย ความเป็นเจ้าของ ความรับผิดชอบของผู้ใช้สอยต่อสถานที่ และขาดสำนึกของการมีส่วนร่วมในชุมชนและระหว่างบุคคล ทำให้ไม่มีการดูแลเอาใจใส่สภาพแวดล้อม และขาดความชื่นชมต่อลักษณะแบบแผนทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดการเสื่อมของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม อีกทั้งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ต่อท้องถิ่น เมืองและประเทศ อันจะมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและการท่องเที่ยวโดยสภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างจากเมืองอื่น ทำให้ผู้ประกอบการขาดความภูมิใจ ขาดเอกลักษณ์ และความชัดเจนของภาพลักษณ์ของเมืองเป็นลักษณะที่ขาดสิ่งดึงดูดใจจนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบต่ำและดูน่าเบื่อ ค้อยคุณภาพ เกิดความไม่ประทับใจและอาจเบื่อหน่ายกับภาพที่จำเจ จนไม่ต้องการที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีก รวมทั้งพากันไปท่องเที่ยวที่อื่นทำให้ผลิตผลทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวลดลง

ปรากฏการณ์นี้อาจทำให้เกิดปัญหาทางธุรกิจท่องเที่ยวในระยะยาว ผู้ผลิตและผู้ประกอบการขาดรายได้จากการค้าขาย ทำให้เกิดการสูญเสียด้านรายได้และโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศอย่างสูง (อภิโชค เลาชะกุล และกรรณา รัชชวิณ, 2547: 4 – 9) ดังนั้น จึงควรมีการสร้างสัญลักษณ์การสื่อความหมายที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสภาพธรรมชาติของท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อสภาพแวดล้อมเมืองและการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน (วิมลสิทธิ์ หรขางตระกูล, 2541: 93; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 78) โดยมีกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ และถือว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น คือ เครื่องมือ และเป็นเป้าหมายในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย เนื่องจาก การมีส่วนร่วมของชุมชน จะเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น เกิดความภาคภูมิใจ ที่สะท้อนอัตลักษณ์อันแท้จริงของชุมชนท้องถิ่น และนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวในมิติอื่น นอกจากนี้แล้ว การมีส่วนร่วมของชุมชนจะเป็นกลไกสำคัญของการเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมกันในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น และมีความเข้าใจในการมีส่วนร่วม มีความรัก ห่วงใยในมรดกทางวัฒนธรรมรวมทั้ง ชุมชนท้องถิ่นจะสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตนเอง และสื่อความหมายที่สะท้อนภาพลักษณ์อย่างเด่นชัดของท้องถิ่นนั้น อันเป็นสิ่งดึงดูดใจให้แก่ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) (สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2545; Freeman Tilden, 1987: 65 และ Ham Sam H, 1992: 120-122) ฉะนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจว่า รูปแบบหรือกระบวนการจัดทำสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ควรดำเนินการอย่างไร และคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ควรมีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง จึงจะเหมาะสม และจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

คำถามในการวิจัย

1. กระบวนการจัดทำสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวปัจจุบัน ในระดับประเทศไทย และระดับสากล มีลักษณะ รูปแบบอย่างไร?

2. กระบวนการพัฒนารูปแบบ และคุณลักษณะของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ควรเป็นอย่างไร?
3. หากนำกระบวนการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ไปใช้ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา จะมีผลเป็นเช่นไร?
4. กระบวนการใหม่จากรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ควรเป็นเช่นไร?

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนารูปแบบ และกำหนดคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาและทดลองใช้กระบวนการการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา ซึ่งมีการประยุกต์ใช้กระบวนการการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
4. เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึงกระบวนการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีพื้นที่สำหรับนำร่องรูปแบบการสื่อความหมาย มาพัฒนาใช้คือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน บริเวณกว๊านพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา อันก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ ดังนี้

1. ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่บริเวณกว๊านพะเยา ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ได้เข้ามามีส่วนร่วมต่อการสื่อความหมายในพื้นที่ของตน และเกิดการเตรียมความพร้อมในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการด้านการสื่อความหมายอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ ภายใต้การทำงานร่วมกันและพัฒนาเป็นชุมชนที่แข็งแกร่ง ยืนอยู่บนความคิดและความสามารถของตน อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

2. ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ศึกษาที่เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อความหมายในพื้นที่ของตน เห็นความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมของตน ภูมิใจ รัก ห่วงแหนและร่วมแรงร่วมใจ ช่วยกันฟื้นฟูรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนวัฒนธรรมของตนไว้

3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดพะเยา สำนักงานจังหวัดพะเยา สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดพะเยา ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงจังหวัดพะเยา สำนักงานประมงจังหวัดพะเยา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูล เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป เช่น การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว การส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพะเยา

4. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นข้อมูลในการส่งเสริม พัฒนาการกิจการของตน เช่น บริษัทนำเที่ยวสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการจัดโปรแกรมทัวร์ การให้ข้อมูล และการสื่อความหมายที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แท้จริงของจังหวัดพะเยา แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูล เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว และปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ในการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

6. นักวิชาการและนักวิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นองค์ความรู้ในการศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ขอบเขตในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึงกระบวนการในการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยมีการศึกษาบทเรียนในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการสื่อความหมาย จำนวน 15 ชุมชน ได้แก่ บ้านแม่กำปอง บ้านแม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนคนรักภัยป่าด่าบลหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคกลน จังหวัดสมุทรสงคราม เกาะขาวน้อย จังหวัดพังงา ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดี ตำบลห้วยขุนราม จังหวัดลพบุรี บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี พิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านมอญบางกระดี่ ศูนย์บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร เขตหนองจอก กรุงเทพฯ ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท-ยวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี ชุมชนจินตอแม่สลอง จังหวัดเชียงราย สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี และหมู่บ้านเบญจรงค์ ออบต.คอนไถ่ดี จังหวัดสมุทรสาคร

2. การวิจัยครั้งนี้ ได้มีการนำเอากระบวนการ หรือร่างรูปแบบการสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มาพัฒนาใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ชาวประมงพื้นบ้านบริเวณ กว๊านพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

3. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักของการศึกษาครั้งนี้ จำแนกตามวัตถุประสงค์ การศึกษา ได้แก่

3.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว กลุ่มผู้นำชุมชนที่มีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยว

3.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ได้แก่

3.2.1 กลุ่มชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการด้านการบริการและการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

3.2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ศึกษา

3.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการที่เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย

4. เนื้อหาที่ศึกษากำหนดให้ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

4.1 รูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งระดับประเทศไทย และระดับสากล

4.2 กระบวนการพัฒนารูปแบบ และคุณลักษณะของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

4.3 บทเรียนจากการนำกระบวนการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ไปใช้พัฒนาในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา โดยมีการศึกษาถึง

4.3.1 บริบทด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่บริเวณกว๊านพะเยา และแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

4.3.2 ประสิทธิภาพด้านสื่อความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่บริเวณรอบกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา

4.3.3 สถานภาพการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย

4.3.4 ความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อความหมายของผู้ที่เข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยวบริเวณกว๊านพะเยา อำเภอเมืองจังหวัดพะเยา

4.3.5 การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยาโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (research for development) มีการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) ในพื้นที่ศึกษา ซึ่งมีระยะเวลาการวิจัยเป็นเวลา 2 ปี 3 เดือน (เดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2553) การศึกษานี้มีปัจจัยอันส่งผลกระทบต่อความเที่ยงตรงภายใน (internal validity) ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. การเข้าไปวิจัยเพื่อพัฒนาในพื้นที่จริงสถานการณ์จริง โดยออกแบบการวิจัยแบบไม่มีการทดลอง (non - experimental design) ดังนั้น ระหว่างการศึกษาจึงมี ปัจจัยภายนอกเข้ามาแทรกซ้อนได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุมตัวแปรต่าง ๆ ได้เพราะศึกษาในสภาพการณ์ที่เป็นจริง รวมทั้งไม่สามารถควบคุมการสูญเสียระหว่างการวิจัย (mortality) ได้ อาทิเช่น จำนวนกลุ่มตัวอย่างสูญหายไปเนื่องจากเสียชีวิต และกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากมีการโยกย้ายตำแหน่งหน้าที่ หรือ ครบวาระในการดำรงตำแหน่ง หรือมีการเลือกตั้งใหม่ เช่น เทศบาลเมืองพะเยา องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดุ่น คณะกรรมการหอการค้าพะเยา รวมทั้งเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐบางท่านได้มีการโยกย้าย เป็นต้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีการประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างใหม่เพื่อทดแทนกลุ่มตัวอย่างเดิมที่สูญหายไปเพื่อให้การวิจัยสามารถดำเนินต่อไปได้จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

2. ข้อมูลพื้นฐานที่ค้นพบบางข้อมูลอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม และช่วงเวลา อาทิเช่น ในวัตถุประสงค์ที่ 3 การประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายซึ่งกลุ่มเป้าหมายเข้ารับบริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยไม่สามารถป้องกันปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติซึ่งมีผลต่อบรรยากาศในการเข้ารับบริการ เช่น ฝนตกขณะทำกิจกรรม หรือ คลื่นลมแรงขณะล่องเรือ ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้จึงมีผลกับ

ความคิดเห็น และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีการปรับเปลี่ยนบางกิจกรรมให้เข้ากับสถานการณ์เช่น ช่วงฝนตกก็เข้าชมพิพิธภัณฑ์แทนการล่องเรือ

3. การทดสอบในวัตถุประสงค์ที่ 3 ซึ่งมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายก่อน และหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย โดยมีการทดสอบความรู้ ความเข้าใจเนื้อหาของสื่อความหมาย การทดสอบครั้งแรกอาจส่งผลต่อการทดสอบครั้งหลังได้ เช่น กลุ่มเป้าหมายจำข้อคำถามได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงแก้ไขโดยการสลับข้อคำถามบางข้อ รวมทั้งออกแบบข้อทดสอบที่แตกต่างกันแต่มีค่าความเชื่อมั่น ค่าความความยากง่าย และค่าอำนาจการจำแนกที่ใกล้เคียงกันกับแบบทดสอบในครั้งแรก

4. การศึกษาครั้งนี้มีการนำรูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นไปใช้พัฒนาในพื้นที่จริง คือ บริเวณชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ดังนั้น จึงมีขอบเขตด้านพื้นที่และประชากรคือ ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาในส่วนนี้จึงไม่สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อสรุปตามหลักสากล (generalizations) ได้ ดังนั้น หากมีการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นๆ ควรคำนึงถึงข้อแตกต่างในมิติต่าง ๆ เช่น ด้านสภาพพื้นที่ ด้านสังคมวัฒนธรรม และบริบทที่แตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อความหมาย หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการให้ความรู้แก่ผู้มาเยือนเกี่ยวกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรม โดยใช้โปรแกรมสื่อความหมายที่มีเทคนิควิธีการอย่างเป็นศิลปะ และภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับความเพลิดเพลิน ประทับใจ และเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และความสำคัญของการอนุรักษ์ อันจะนำไปสู่พฤติกรรมที่ถูกต้องต่อไป

โปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง สื่อที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ไปยังผู้มาเยือน ถือเป็นความพยายามทั้งหมดที่ทำให้เกิดการสื่อความหมาย โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ หรือวัฒนธรรม งบประมาณ บุคลากรหรือนักสื่อความหมาย วัสดุอุปกรณ์ และตัวกลาง หรือสื่อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดการของพื้นที่ในการเลือกประเภทการสื่อความหมายแบบใช้บุคคล หรือการสื่อความหมายไม่ใช้บุคคล

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาการสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจ ตั้งแต่การได้ร่วม

รับรู้ข่าวสาร ข้อมูล การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ เพื่อกำหนดเป้าหมายของการสื่อความหมายในพื้นที่
ท้องถิ่นของตน และจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น ตลอดจนการร่วมดำเนินการ ปฏิบัติ
ตามแผนการหรือโครงการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายต่าง ๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และ
ความชำนาญของประชาชนร่วมกับการใช้วิทยาการด้านการสื่อความหมายที่เหมาะสม

ชุมชนท้องถิ่น หมายถึง กลุ่มคน หรือคณะบุคคล ที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกัน และ
ติดต่อสื่อสารกันเป็นปกติและต่อเนื่อง โดยเหตุที่อยู่ในถิ่นเดียวกันหรือมีอาชีพเดียวกัน หรือกิจกรรม
มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือมีวัฒนธรรมความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน ต่างถือเป็นกลุ่มคน
ทั้งหมดที่รวมกันเป็นท้องถิ่น ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้ชุมชนท้องถิ่น คือ ผู้นำชุมชน
ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษา

ประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการ
สื่อความหมายโดยมีสิ่งมุ่งหวังถึงผลสำเร็จของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่บรรลุเป้าหมาย
หรือวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องก่อให้เกิดความรู้และ
ความเข้าใจต่อชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) ความพึงพอใจ
หรือความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) พฤติกรรมการช่วยกัน
ดูแลและปกป้องสภาพแวดล้อมนั้นต่อไป (through appreciation, protection) ซึ่งเป็นพฤติกรรม
ที่แสดงออกมาทางด้านบวกต่อสภาพแวดล้อมนั้นคือ การปกป้องทรัพยากรนั่นเอง ดังนั้น ในการ
วิจัยครั้งนี้จึงกำหนดให้ ประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย สามารถวัดได้จาก ความ
พึงพอใจในโปรแกรมสื่อความหมาย ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย ทักษะคดีที่มี
ต่อการสื่อความหมาย และพฤติกรรมการอนุรักษ์

บทที่ 2

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาใน การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่หนึ่งคือ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบทฤษฎีในการวิจัย (theoretical framework) ส่วนตอนที่สอง คือ หลักการและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย อันนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวความคิด (conceptual framework) ในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษครั้งนี้ เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยา (sociological theories) โดยผู้วิจัยได้นำ ทฤษฎีสัญญาวิทยา (semiology theory) ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (communication theory of modernization) ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (phenomenology theory) มาเป็นกรอบในการศึกษาเนื่องจาก การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เป็นเสมือนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว ให้เกิดความดึงดูดใจและประทับใจเมื่อมาสัมผัสได้นั้น จำเป็นจะต้องใช้กระบวนการสื่อสาร เสมือนเป็นการนำเอาสัญลักษณ์ต่าง ๆ มาใช้ในการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะสามารถสะท้อนการสื่อความหมายของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้ สัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีสัญญาวิทยา จึงให้ความสำคัญที่ ผู้ผลิตสารที่จะทำการสร้างความหมายขึ้นมา แล้วทำการเผยแพร่ความเป็นจริงที่ผู้สร้างสารถ่ายทอดไปยังสังคม ตามทฤษฎีความทันสมัย ด้วยการสื่อสารที่กล่าวถึง การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสังคม เป็นตัวนำความรู้ ความคิด ข่าวสารจากผู้สร้างสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสารอย่างเป็นกระบวนการทำให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม ทั้งนี้ การที่จะทำให้สังคมเปลี่ยนแปลง และการเป็นผู้สร้างสัญลักษณ์ในสังคมนั้น ควรให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมตามที่ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ที่เน้นความรู้สึกร่วมกันของคนในชุมชนหรือในกลุ่มในขณะใดขณะ หนึ่งหรือช่วงหนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสังคมของตนเอง อย่างเป็นระบบในแต่ละส่วนของสังคม ตามบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกันซึ่งต้องการบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน และในการวิจัยครั้งนี้ มีเป้าหมายที่จะพัฒนากระบวนการสร้างสัญลักษณ์ หรือความหมายโดยชุมชนท้องถิ่นสามารถแสดงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของท้องถิ่นตนเองออกมา และเกิดความภาคภูมิใจ หวังแทนทรัพยากรในแผ่นดินของตนเอง รวมทั้งเป็นที่ประจักษ์แก่ ผู้มาเยือนหรือ

นักทอ้งเที๋ยว อันเป็น กระบวนการสร้างความหมาย หรือสื่อความหมาย เสนอผลิตภัณฑ์หรือ ทรัพยากรการทอ้งเที๋ยวไปสู่นักทอ้งเที๋ยว ให้เกิดความคึงคุดใจ ได้เรี๋ยนรู้และเข้าใจใน อັถลัถษณ์ ของทอ้งถึ่น รวมทั้งเกิดความประทั้บใจเมือได้สั้มผัส จนกระทั่งนำไปสู่พฤติกรรมปกป้อง รักษา ทรัพยากรการทอ้งเที๋ยว โดยแต่ละทฤษฏีมีรายละเอี๋ยดสำคัญ ดังนั้

ทฤษฏีสัญญวิทยา (semiology theory)

สัญญวิทยา เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับระบบของสัญลักษณ์ ที่ปรากฏอยู่ในความคิด ของมนุษย์ อันถึือเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวของเรา อาทิเช่น ภาษา รหัส สัญญาณ เครื่องหมาย ฯลฯ หรือหมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้เกิดความหมายแทนของจริง ตัวจริง ในตัวบทและใน บริบทหนึ่ง ๆ Saussure (วึถั้ยพร สาคกริก, 2545: 13) นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส ผู้บุกเบิกทฤษฏีสัญญ วิทยา (semiology theory) ในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ได้อธิบาย ทฤษฏีสัญญวิทยาว่ามาจากรากฐาน ความคิดทางภาษาศาสตร์ซึ่งประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ (sign) รหัส (code) และวัฒนธรรม (culture) โดยให้ความสนใจในวิธีที่ผู้ผลิตสร้างสัญลักษณ์ต่าง ๆ และแนวทางที่ผู้อ่านสารจะเข้าใจสัญลักษณ์ นั้น ๆ ดั่งนั้ ความสำคัญจะอยู่ที่ ผู้ผลิตสาร (producer) มากกว่าการเป็นแต่ผู้ส่งสาร และ ผู้อ่านสาร (reader) มากกว่าผู้รับสาร (receiver) สัญญวิทยา จึงเป็นการศึกษากระบวนการสร้างความหมาย หรือ วิธีการที่จะนำเอาสัญลักษณ์มาใช้ตีความหมายภายในตัวบทอันเป็นผลผลิตทั้งหมดของการสื่อสาร นอกจากนี้ Saussure (อรวรณณ ปิลันธน์โอวาท, 2542: 33-48) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า กระบวนการ สร้างความหมาย เป็นเพียงความสัมพันธ์ของระบบ สัญลักษณ์ที่มีต่อระบบอ้างอิงอย่างเป็นสภาวะวิสัย ในแต่ละวัฒนธรรมจะสร้างสัญลักษณ์ขึ้นมาแทนสภาวะวิสัย ซึ่งเรียกว่า ตัวหมาย เมือคนในแต่ละ วัฒนธรรมได้ผ่านกระบวนการเรี๋ยนรู้สัญลักษณ์ของสภาวะวิสัย ก็จะทำเข้าใจภาพในใจหรือภาพใน ความคิด ซึ่งเรียกว่า ตัวหมายถึง จะเห็นว่า สัญลักษณ์เป็นรากฐานทั้งหมดของความรู้และความเข้าใจ ของมนุษย์ ดังที่ ซูซาน แลงเกอร์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ค: 90-110; สมเกียรติ ดั้งนโม และคณะ, 2550) ได้นำเสนอแนวคิดเรื่อง ภาษาและการสื่อความหมาย โดยแยกแยะกระบวนการสร้างและ แสดงความคิด ความรู้สึกของมนุษย์ที่แตกต่างจากสัตว์เพราะนอกจากการถูกกระตุ้นได้ด้วยวัตถุ ของจริงผ่านเข้ามาในอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 แล้ว มนุษย์ยังสามารถสร้างความรู้สึกต่อวัตถุผู้หนึ่งได้ โดยปรากฏในรูปของสัญลักษณ์และภาษาซึ่งเป็น เครื่องมือของความคิด ที่จะทำให้เราคิดถึงวัตถุที่ มันแทนที่อยู่ด้วย เช่น คำว่า ของที่ระลึก เป็นสิ่งที่สื่อความหมายถึง ของไว้คุดต่างหน้าผู้ให้ ส่วนผู้รับ จะให้ความสำคัญกับของนั้้นมากเพียงใดไม่ได้อยู่ที่ตัววัตถุหากแต่อยู่ที่ตัวบุคคลว่าจะให้ความหมาย กับผู้ให้วัตถุนั้นเช่นไร ซึ่ง Susan และ Charles Peirce (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ค: 81-96) อธิบาย

เพิ่มเติมว่า สิ่งของสิ่งหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ของสัญญะกับวัตถุใด ๆ ก็ตามที่สัญญะนั้นหมายถึง หรือตามประสบการณ์ของผู้ตีความที่มีต่อสัญญะและวัตถุนั้น เสมือนเป็นตัวแทนที่เหมือนหรือคล้ายคลึง สิ่งที่มาหมายถึง และไม่มี ความหมายที่สมบูรณ์เพียงความหมายเดียว การตีความหมายของ สัญลักษณ์จึงประกอบด้วยมิติ 2 ด้าน คือ ความหมายเชิงตรรกะ (logical meaning) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวสัญลักษณ์กับสิ่งที่อ้างอิงและความหมายเชิงจิตวิทยา (psychological meaning) อันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับบุคคล

Stuart Hall (สมเกียรติ ตั้งนโม และคณะ, 2550; อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2546: 68-73) ได้นำเอาทฤษฎีของ Ferdinand de Saussure มาขยายความจากเดิมโดยอธิบายว่า แท้ที่จริงแล้วไม่มี สิ่งที่เรียกว่าความเป็นจริงที่ลอยอยู่ในสูญญากาศ แต่ความเป็นจริงทุกอย่างรอบตัวเราล้วนแล้วแต่มี ผู้สร้างขึ้นมา โดยกระบวนการของการใช้ภาษา ดังนั้น บทบาทสำคัญประการหนึ่งของสื่อ คือ การ สร้างความเป็นจริงในสังคม ซึ่งอาจจะมีอยู่หลายชุดตามลักษณะของสื่อ แล้วเผยแพร่ถ่ายทอดความ เป็นจริงแก่ผู้รับสาร ด้วยวิธีการที่เรียกว่า การเข้ารหัส และการถอดรหัส สื่อมวลชนได้ใช้ภาษาของ สื่อ ไม่ว่าจะเป็นภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาดนตรี และองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วยกระบวนการเลือก เฟ้น ตัดต่อ จัดวางตามเกณฑ์ทางศิลปะ ซึ่งกระบวนการนี้เรียกว่า การเข้ารหัส (encoding) เพื่อให้ ผู้รับสารถอดรหัส (decoding) กลั่นความหมายกลายเป็นการรับรู้ อีกทั้ง ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ จำเป็นต้องใช้รหัสชุดเดียวกันและผู้รับมีสิทธิ์เลือกตีความตามภูมิหลังและปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็น ความหลากหลายภายใต้กรอบความคิดชุดหนึ่ง ซึ่งชี้ให้เห็นว่า กระบวนการสื่อความหมาย การเข้ารหัส และการถอดรหัส เป็นกระบวนการที่ถูกสร้าง (being constructed) อย่างเป็นระบบและมีเป้าหมาย หากกระบวนการสร้างและถ่ายทอดประสบความสำเร็จก็จะทำให้เกิดระบบความหมายร่วม (shared meaning) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ดังนั้น การเข้าใจสัญลักษณ์อย่างหนึ่งจึงต้องอาศัยการตีความ จากความหมายที่ตกลงกันทั่วไป และบริบทขณะนั้น รวมทั้ง ขึ้นอยู่กับการผลิตวาทกรรมของผู้ส่ง สาร และผู้รับสารถอดรหัส ตีความออกมา ในรูปที่ตนเข้าใจจากวาทกรรมของผู้ส่ง หากวาทกรรม ของผู้ส่งไม่เข้ากับบริบทของชุมชนก็ย่อมได้รับการต่อต้าน ต่อรอง สร้างความหมายใหม่ขึ้นมา จนกระทั่งนำไปสู่ความหมายนัยประหวัด (connotative meaning) เป็นความหมายทางสังคม และ มายาคติ (myth) ในสังคมนั้น ๆ (ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531: 266-298; รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548: 197; สมเกียรติ ตั้งนโม, 2550: 75) ซึ่ง Roland Barthes (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548: 197; สันติรักษ์ ประเสริฐสุข, 2548: 129-150; กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 24-128; สมเกียรติ ตั้งนโม, 2550: 22) ได้เสนอแนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างความหมายโดยกล่าวว่าจะต้องเริ่มจากขั้นตอนที่ 1 ความหมาย (meaning) เป็นความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานระหว่างสัญลักษณ์กับตัวอ้างอิง กล่าวคือ เป็นการให้ความหมายกับสิ่งที่กล่าวถึงโดยตรง เป็นความหมายที่มีลักษณะสากล เป็นสภาวะวิสัย

มีความหมายเดียวสำหรับทุกคน คือ อ้างอิงขึ้นมาโดยไม่มี การประเมินคุณค่าจากตัวผู้ใช้ ความหมาย และปราศจากความโน้มเอียงในค่านิยมใดค่านิยมหนึ่ง ต่อมาขึ้นตอนที่ 2 ความหมาย นัยประหวัด (connotative meaning) เป็นความหมายทางสังคม ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรม การรับสารในแต่ละบริบทสังคม ความหมายทางสังคมจะเกิดขึ้นได้จากการกำหนดรูปแบบของตัว หมายหรือตัวให้ความหมาย (signifier) ได้แก่ การควบคุมความหมายทางสังคม และภาษาหรือ สัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามสามารถมีความหมายได้มากกว่าหนึ่งความหมายโดยแปรตามสภาวะ เศรษฐกิจ สังคม จัดเป็นตัวหมายถึง (signified) ตัวคตินามธรรมได้และความหมายยังแปรตามยุค สมัยทางประวัติศาสตร์ ขึ้นตอนที่ 3 มายาคติ (myth) คือ การสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทาง วัฒนธรรม ผ่านกระบวนการที่ทำให้รู้สึกว่าเป็นธรรมชาติโดยไม่รู้ตัว มายาคติเป็นเรื่องราวซึ่ง วัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ให้อธิบายข้อเท็จจริง หรือความเป็น ไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก่อให้เกิดการ ตีความที่มีบริบททางสังคมหรือวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย มายาคติถือเป็นความคิด/ความเชื่อ ที่คนส่วนใหญ่ยอมรับโดยไม่ตั้งคำถามและเป็นความคิด/ความเชื่อที่สอดคล้องกับระบบอำนาจที่ ดำรงอยู่ในสังคมนั้น ๆ โดยสร้างความหมายในระดับที่ลึกกว่าความหมายปกติ ตัวอย่างของ กระบวนการสร้างความหมาย เช่น อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา เป็นอนุสาวรีย์ของ บุคคลสำคัญ (connotative meaning) ที่แสดงให้เห็นถึงความกล้าหาญ เสียสละของวีรสตรีไทย (connotative meaning) และได้กลายเป็นตำนานเรื่องเล่า เป็นสัญลักษณ์หรือมายาคติ (myth) ของ เมืองโคราชไปในที่สุด

สรุปแล้วทฤษฎีสัญญวิทยา ในระยะแรกได้ถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์และศึกษา กันในแวดวงวรรณกรรมตะวันตก ต่อมาได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องไปสู่วงการอื่นๆ โดยเฉพาะด้าน สังคมมานุษยวิทยา ด้านการสื่อสาร ด้านวัฒนธรรมศึกษา ด้านการท่องเที่ยว ดังที่ สิริชัย ศิริกาเย และ กาญจนา แก้วเทพ (2541: 70-82); วิไลพร สาคริก (2545: 14); สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2547: 45-56); สุรัตน์ ตรีสุกต (2547: 85-91); รจิตลักษณ์ แสงอุไร (2548: 197); กาญจนา แก้วเทพ (2549: 41-245); สมเกียรติ ตั้งนโม (2550) ต่างกล่าวถึง ความสำคัญของ สัญญา โดยสรุปว่า มนุษย์เป็นสัตว์ ที่รู้จักใช้สัญลักษณ์ ในการสร้างบำรุงรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคม วัฒนธรรม รวมทั้ง ถ่ายทอดวัฒนธรรมให้มนุษย์รุ่นหลัง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า มนุษย์เกิดจากสัญลักษณ์ที่มนุษย์รุ่นก่อน เป็นผู้สร้างและสะสมพัฒนามา สำหรับในด้านการท่องเที่ยว วิไลพร สาคริก (2545: 15) ยังได้ กล่าวถึง การนำเอาสัญลักษณ์ต่าง ๆ มาใช้ในด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนการสื่อ ความหมายของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้ เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย ที่มีการนำเอกลักษณ์ของไทยโดยใช้ภาพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น วัด พระพุทธรูป

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเพณีไทย ในการนำเสนอ ซึ่งถือเป็นการใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายของ ความเป็นไทยและเมืองไทย ไปยังผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวได้ตระหนักและเข้าใจความหมายอย่างเป็นกระบวนการ สรุปได้ว่า การสร้างสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามย่อมมีองค์ประกอบสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร นอกจากนี้ ตามทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบันยังได้ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารในด้านการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังที่ นักคิดในกลุ่มทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร ได้อธิบายไว้ดังนี้

ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (communication theory of modernization)

กระบวนการสื่อสาร จะต้องเริ่มจากการสร้าง ความเป็นจริงขึ้นมาก่อน ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดทฤษฎีสัญญาวิทยาที่ระบุว่า แท้จริงแล้วไม่มีสิ่งที่เรียกว่า ความเป็นจริงลอย ๆ อยู่ จนกว่าจะมีผู้สร้างขึ้นมา หลังจากการสร้างแล้วจะต้องมีการเผยแพร่และถ่ายทอด ความเป็นจริงแก่ผู้รับสาร และการที่ผู้รับสารสามารถกลั่นเอาความหมายที่ได้รับจากผู้ส่ง ซึ่งเป็นการเข้ารหัสและถอดรหัส หากกระบวนการสร้างและถ่ายทอดประสบความสำเร็จก็จะทำให้เกิดระบบความหมายร่วมระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร (ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531:266 – 298; รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548: 197; สมเกียรติ ตั้งนโม, 2550) กระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบและเป็นที่ยอมรับในวงการสื่อสารกันอย่างกว้างขวางคือ กระบวนการ S M C R (Source, Message, Channel, Receiver) ของ David K. Berlo (ผ่องพรรณ ลวนานนท์, 2545: 2-12) ได้พัฒนาแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยพิมพ์ในหนังสือ ชื่อ “The Process of Communication” ในปี 1960 ระบุว่า การสื่อสารคือถ้อยคำที่บรรยายกระบวนการของการสร้างความหมาย การสร้าง คือ การที่ข่าวสารอาจจะถูกรวบรวมมาจากภายนอก แต่ ความหมายนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) และผู้รับสาร (receiver) รูปแบบดังกล่าวถือเป็นรากฐานในการศึกษากระบวนการสื่อสารในยุคต่อ ๆ มา จนกระทั่งในยุคปัจจุบันที่การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาสังคม โดยศิริชัย ศิริเกษ และ กาญจนา แก้วเทพ (2531: 266 – 298); วิไลพร ศาคริก (2545: 14); สมควร กวียะ (2546: 56-62); กาญจนา แก้วเทพ (2547: 21-245); Evarett M. Rogers, J.P. Chaplin และ Kart Deutsch (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547ข: 19-23); สันติรักษ์ ประเสริฐสุข, 2548: 129-148; รจิตลักษณ์ แสงอุไร (2548: 197) กาญจนา แก้วเทพ (2549: 24-245); สมเกียรติ ตั้งนโม (2550) ต่างอธิบายถึงทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบัน ซึ่งสรุปได้เป็น 2 ช่วง คือ

1. ช่วงแรกตั้งแต่ประมาณปี 1980 ถึงประมาณปี 1995 มีการพัฒนาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารมาใน 2 ทิศทาง คือ 1) การวิพากษ์เชิงองค์รวม (holistic approach criticism) ที่นำโลกการสื่อสารเข้าสู่ยุคหลังสมัยนิยม (postmodernism) โดยมองลึกและกว้างไปในปรัชญาเชิงองค์รวม Jacques Derrida และ Michel Foucault กล่าวว่าในยุคสื่อหลากหลาย รัฐบาลและชนชั้นนำยังได้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารควบคุมพฤติกรรมสังคมแบบ “กวาดดูโดยรอบ” (panopticon) ซึ่งถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิและคุณค่าความเป็นมนุษย์ของประชาชน ดังนั้น จึงมีการนำเสนออัตถิหลังสมัยนิยมถือว่าในสังคมใหม่ เอกชน ชุมชนต้องเข้ามามีบทบาทในการสร้างระบบสารสนเทศเสรี (free flow of information) ทั้งในองค์กรและในสังคม และ 2) การปฏิรูปแนวคิดและแนวทางการพัฒนาการสื่อสารในสังคมใหม่ โดย สังคมใหม่ต้องอาศัยการสื่อสารสารสนเทศเป็นปัจจัยหลักของการสร้างและสร้างพัฒนาสังคม จึงต้องสร้างและพัฒนาาระบบสารสนเทศ ทั้งในองค์กรและในสังคมซึ่งครอบคลุมมาถึงคำว่า “สังคมความรู้” (knowledge society) เชื่อว่าความรู้คือสารสนเทศที่พิสูจน์สรุปแล้วว่าเป็นความจริง และมีสาระพร้อมจะนำไปใช้ประโยชน์ต่อชีวิตและสังคม “สังคมสื่อสาร” (cyber หรือ communication society) คือ สังคมสารสนเทศที่ประชากรส่วนใหญ่มีเครื่องมือสื่อสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) พร้อมทั้งจะสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง อาณาบริเวณของการสื่อสาร ครอบคลุมทุกท้องถิ่นของสังคม และสามารถขยายออกไปได้ทั่วโลกในยุคโลกาภิวัตน์ (globalisation)

2. ช่วงที่สองประมาณปี ค.ศ. 1990 จนถึงปัจจุบัน นับว่าเป็นช่วงวิกฤตทางทฤษฎี (theoretical crisis) ที่สำคัญในประวัติศาสตร์ทฤษฎีการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะถึงแม้โลกจะมีเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำให้ทุกองค์กรและทุกสังคมติดต่อเชื่อมโยงกันได้ ในอาณาจักรไซเบอร์ (cyberspace) หรือโลกไซเบอร์ (cyberworld) แต่โลกก็ยังอยู่ในสภาพไร้ระเบียบและแตกแยก แล้วนำมาสู่ความรู้สึกขัดแย้งกับความเป็นจริง ขัดแย้งในเชิงทฤษฎี เข้าทำนอง “สื่อยิ่งใหญ่ การสื่อสารยิ่งน้อย” ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าสื่อส่วนใหญ่ถูกใช้เพื่อสร้างสังคมบริโภคนิยมมนุษย์แข่งขันกันด้วยการโฆษณาสินค้าฟุ่มเฟือย หรือโฆษณาชวนเชื่อ สื่อที่ไม่คำนึงถึงสิทธิเสรีภาพและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (humanism) สื่อส่วนน้อยเท่านั้นที่ถูก ใช้เพื่อสร้างสังคมสารสนเทศหรือสังคมความรู้ที่แท้จริง ซึ่งมนุษย์อยู่ร่วมกันด้วยสติปัญญาและคุณธรรมความรับผิดชอบร่วมกัน นอกจากนี้ Michel Foucault (กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 122-125) ยังกล่าวว่า ภาษาและวาทกรรมเป็นเรื่องที่แยกไม่ออกจากอำนาจ ดังนั้น ภาษา/วาทกรรมจึงเป็นวิธีการที่จะใช้ในการธำรงรักษาอำนาจของสถาบันต่าง ๆ เอาไว้ด้วยการให้นิยามเรื่องต่าง ๆ แต่นำเสนอแต่นิยามของตัวเองพร้อม ๆ กับที่ขจัดกีดกันการให้คำนิยามของคนอื่น ๆ ดังนั้น จึงไม่เคยมีสถาบันใดเลยที่ดำรงอยู่ได้โดยไม่พุดอะไร และถ้าพุดแล้วไม่มีคนฟังก็แปลว่า หมกอำนาจแล้ว และย้ำว่า อำนาจไม่ใช่เรื่องของ

การห้าม การปฏิเสธ การกดเก็บเท่านั้น แต่อำนาจเป็นเรื่องของการสร้างการผลิต ดังนั้นความรู้ ความจริง และสิ่งจะ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับ ความถูกต้อง แต่ขึ้นอยู่กับว่า ใครพูด ที่ไหนและเมื่อไหร่ จึงสรุปได้ว่าหากชุมชนใดที่ปรารถนาที่จะมีบทบาท มีตัวตน มีอำนาจในสังคม ควรที่จะเป็นผู้สร้างวาทกรรมของตนเองด้วยชุมชนเอง แล้วสื่อสาร โดยคำนึงถึงสิทธิเสรีภาพและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ หรือความเป็นชุมชนของตน

ในยุคปัจจุบันการสื่อสารถือว่ามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสังคม ดังที่ Daniel Lemer (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547ข: 19 – 22) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสารไว้ว่า การพัฒนาหรือความทันสมัย ความเจริญนั้นเกิดจากการสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม ทำให้มีการปลูกฝังจินตนาการอันเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนที่ประเภทต่าง ๆ จนก่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่สังคม หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สอดคล้องกับ J.B. Thompson (1995 อ้างใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2549: 24-25) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับวัฒนธรรมโดยถือว่า ในปัจจุบันการสื่อสารนับเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมโดยอ้างอิงถึง C.Geertz และ L. White Geertz ซึ่งกล่าวถึง วัฒนธรรมในความหมาย บันทึกการกระทำ โดยมองว่าทุกอย่างที่ปรากฏในสังคมนั้นเป็นการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ ไม่ว่าจะป็นรูปวาด การเดินรำ ละคร หนังสือ ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นการกระทำที่มีความหมายที่แสดงออกมาและจำเป็นต้องตีความเพื่อทำความเข้าใจ การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารที่มีผลต่อวัฒนธรรมจึงต้องศึกษาความหมายที่ซ่อนอยู่ในระบบสัญลักษณ์เหล่านั้นในสังคม นอกจากนี้ Evarett M. Rogers, J. P. Chaplin และ Kart Deutsch (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547ข: 19 – 23) ได้อธิบายว่า การสื่อสาร เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลต่อบุคคล และระหว่างบุคคลต่อกลุ่มคน หรือกลุ่มต่อกลุ่ม โดยมีสื่อเข้ามาช่วย หรือตัวนำความรู้ ความคิด ข่าวสาร ทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุมาจากสังคมที่เรียกว่า การแพร่กระจายสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปทั่วสังคมตามช่องทางต่าง ๆ ผู้รับสารได้รับรู้ ประเมินค่าแล้วอาจนำมาใช้ ถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมแบบหนึ่ง เพราะเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนหนึ่งไปยังอีกคน เป็นการเรียนรู้ระหว่างกันของคนด้วยกระบวนการถ่ายทอด ซึ่งมีทั้งเนื้อหาสาระและความชำนาญในการใช้เนื้อหาสาระนั้นด้วย ทำให้สามารถปลูกฝังจินตนาการใหม่ หรือเป็นช่องทางในการสร้างสังคมใหม่ ส่งผลกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนที่ประเภทต่าง ๆ เนื่องจาก ความรู้ ความคิด ความเข้าใจใหม่ ๆ จะผลักดันให้คนในสังคมที่ได้รับหรือใช้สื่อ มีการเคลื่อนที่ เช่น การเปลี่ยนแปลงสถานภาพ การเปลี่ยนแปลงการคิด อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีการพัฒนา หรือมีความทันสมัยด้วยนวัตกรรมใหม่ โดยทฤษฎีการสื่อสารในยุคปัจจุบันได้ให้ความสำคัญต่อ สิทธิเสรีภาพ และคุณค่าของความเป็นมนุษย์ หรือความเป็นชุมชนท้องถิ่น ดังที่ R.Williams (กาญจนนา แก้วเทพ, 2549: 122-125) นำเสนอ การสื่อสารยุคปัจจุบัน โดยกล่าวว่า การสื่อสารที่แท้จริงนั้นเป็นกระบวนการ

ที่เพื่อ ผลประโยชน์ของชุมชนในการสร้างสรรค์และธำรงรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน หรือเพื่อการมีประสบการณ์ร่วมกัน มีวัฒนธรรมร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้เนื่องจากสังคมเราเป็นสังคมที่มีชนชั้นทำให้กระบวนการสื่อสารที่แท้จริงเป็นไปได้ยากยิ่ง แต่ R.Williams ก็มีความคิดเห็นสอดคล้องกับ A Gramsci ในเรื่องความเชื่อมั่นในความ สามารถของมนุษย์ในการสร้างสรรค์และใช้การสื่อสารเพื่อธำรงรักษาสังคมที่คิดผ่านการร่วมมือกัน โดยมองว่า การที่จะทำให้อสังคมเปลี่ยนแปลง และการเป็นผู้สร้างสัญญาในสังคมนั้น ควรให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ดังนี้

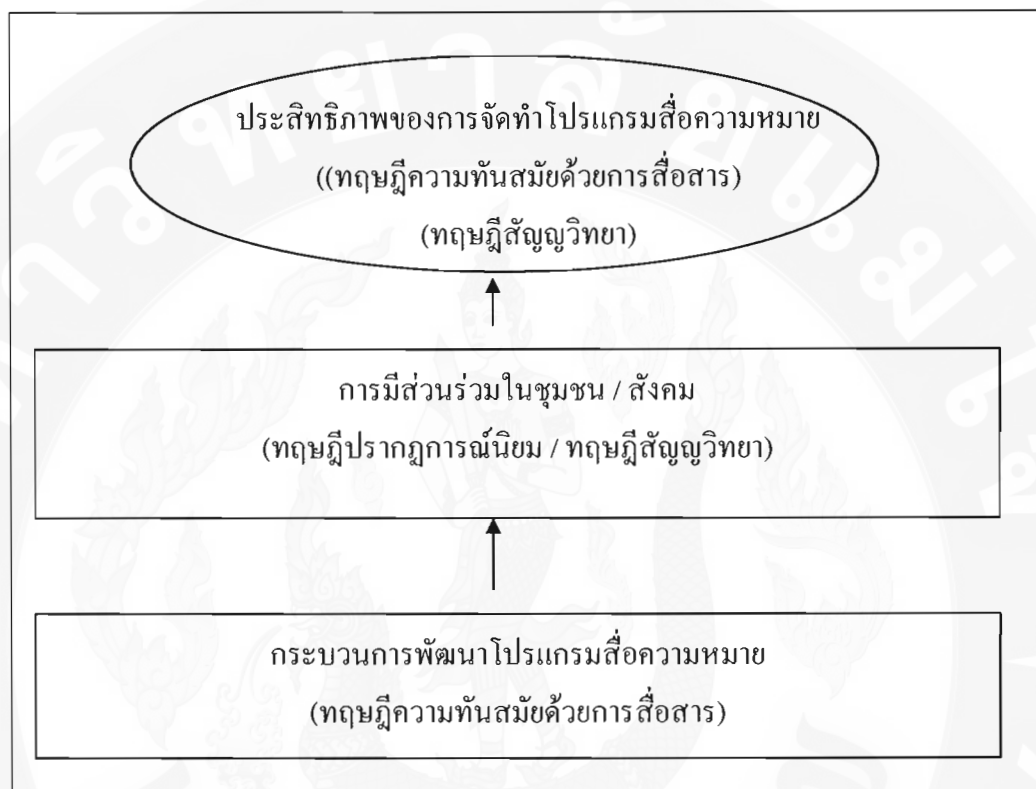
ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (phenomenology theory)

ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม มีสมมุติฐานสำคัญอยู่ที่ว่ามนุษย์เป็นผู้สร้างความหมายสร้างความแท้จริงในสังคม แล้วทำความเข้าใจร่วมกัน และยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการกระทำระหว่างกัน หรือดำรงชีวิตอยู่ด้วยกัน ตามแนวความคิดนี้ มนุษย์จึงเป็นตัวสำคัญ เป็นตัวการให้เกิดสิ่งที่เรียกว่าโครงสร้างสังคม แต่โครงสร้างสังคมที่มนุษย์เองเป็นคนสร้างขึ้นนั้นภายหลังที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้ว ก็อาจมีผลเป็นตัวบังคับเป็นตัวแบบให้มนุษย์ต้องปฏิบัติตามได้ โครงสร้างสังคมจึงไม่ใช่เป็นสิ่งสมมุติขึ้นมาก่อนอย่างทฤษฎีอื่น แต่เป็นสิ่งที่ตามมาทีหลังมนุษย์ เป็นผลผลิตของมนุษย์ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547: 19-23; พัฒนา กิตติอาษา, 2546: 65-72 และ กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 105-125) คำว่าปรากฏการณ์ (phenomenon) จึงหมายถึง ทุกอย่างที่เรา เปิด/รับ และรู้ และเป็นสำนึกของคน ๆ นั้น ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมจึงเป็นการศึกษาวิธีการที่คนมีประสบการณ์กับโลก มีการรับรู้โลกและมีสำนึกกับโลก โดยจุดเน้นหลักคือ การศึกษานั้นต้องมาจากมุมมองของผู้ส่งสารและผู้รับและรู้ประสบการณ์นั้น โดยไม่นำเอาเกณฑ์จากภายนอกอื่น ๆ ไปใช้ตัดสิน ดังนั้น นักวิจัยจึงเป็นผู้ไปศึกษาค้นหาความจริงในทัศนะของคนในชุมชน กลุ่มคน ไม่ใช่เอาทฤษฎีของตนเป็นกรอบความคิด แล้วไปหาข้อมูลจากชาวบ้านมาสนับสนุนกรอบความคิดตามทฤษฎีของตน ในแง่มุมมองทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมเกี่ยวกับการสื่อสารนั้น กาญจนา แก้วเทพ (2549: 41) ได้กล่าวว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการสร้างและการแพร่กระจายความหมายทั้งในระดับปัจเจกบุคคลระดับสังคม โดยถือว่าความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับโครงสร้างสังคมนั้นเป็นแบบซึ่งกันและกัน ในด้านหนึ่งการสื่อสารเป็นเครื่องสะท้อนสถานะของปัจเจกบุคคลและสังคม และอีกด้านหนึ่งการสื่อสารก็เป็นตัวสร้าง สรรค์อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (self) และสังคม (social identity) สอดคล้องกับแนวคิดของ Schutz (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2550: 190-208) ซึ่งกล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม จะเป็นไปได้ในลักษณะเดียวกับเรื่องของภาษาตามแนวคิดของ

Merleau – Ponty กล่าวคือ สังคมจะมีโลกร่วมกันเหมือนกับที่มี คลังแห่งความหมายร่วมกัน และเมื่อปัจเจกบุคคลแต่ละคนไปเรียนรู้ภาษามาจากโลกร่วมกันนั้น เขาแต่ละคนก็จะมีโลกของฉันทันทีที่มีลักษณะบางอย่างร่วมกับคนอื่น ๆ แต่ในเวลาเดียวกันก็มีลักษณะเฉพาะตัวด้วย ปรากฏการณ์หนึ่งใดจะมีความหมายอย่างไรย่อมแล้วแต่คนจะมอง คนแต่ละชุมชนหรือเผ่าชน หรือสังคมจะสร้างโลก (ความหมาย หรือความจริง) ของตนขึ้นมาแล้วดำเนินชีวิตตามแนวที่ตนสร้างขึ้น ดังนั้น จะรู้ว่าสังคมใดมีลักษณะอย่างไร หรือจะเข้าใจสังคมใด จะต้องไปมองสังคมนั้นด้วยสายตาของคนในสังคมนั้น นอกจากนี้ Peter Berger และ Thomas Luckmann (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2550: 190 – 201) สรุปว่า หัวใจสำคัญของปรัชญาตามทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม คือ ปรากฏการณ์หนึ่งใดจะมีความหมายอย่างไรย่อมแล้วแต่คนแต่ละชุมชน หรือสังคมจะสร้างความหมาย ความจริงของสังคมตนขึ้นมาแล้วดำเนินชีวิตตามแนวทางที่สร้างขึ้น ดังนั้น สังคมนั้น ๆ จะมีลักษณะอย่างไร มีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น ตามแนวคิดนี้ มนุษย์จึงเป็นตัวสำคัญ เป็นตัวการให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า โครงสร้างสังคม และอาจมีผลเป็นตัวบังคับ เป็นตัวแบบที่มนุษย์ต้องปฏิบัติตามได้ โครงสร้างสังคมจึงถือเป็นสิ่งที่ตามมาทีหลังมนุษย์ เป็นผลผลิตมนุษย์ อันมีเหตุมาจากสมาชิกในสังคมนั้นเป็นสำคัญ เช่น ระเบียบแบบแผนจารีตประเพณี การเปลี่ยนแปลงทางสังคมจึงขึ้นอยู่กับความต้องการหรือความเห็นของสมาชิกในชุมชนนั้น ส่วนปัญหาสังคมเกิดจากการไม่ยอมรับของกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบจากสิ่งที่เรียกว่าปัญหานั้น เมื่อมีสิ่งไม่พึงประสงค์เกิดขึ้น สมาชิกผู้ได้รับผลกระทบอาจร่วมกันหาทางแก้ไขและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนได้ ดังนั้น ตามการสร้างสัญญา หรือสื่อความหมาย ในชุมชนใด จึงควรนำหลักการของการสื่อสารในยุคปัจจุบันที่เน้นคุณค่าของชุมชน และเป็นไปตามทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ซึ่งเน้นความรู้สึกนึกคิดของคนในชุมชนหรือในกลุ่มในช่วงหนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และเห็นว่า การศึกษาหรือการพัฒนาสังคมใดสังคมหนึ่ง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วม หรือศึกษาสังคมจากโลกชีวิตโดยมองผ่านสายตาของสมาชิกในสังคมนั้น

จากการประมวลทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นซึ่งได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ สามารถประมวลเป็นกรอบทฤษฎีในการวิจัย (theoretical framework) ดังต่อไปนี้

กรอบทฤษฎีในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบทฤษฎีในการวิจัย (theoretical framework)

หลักการและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

ส่วนแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการนำมาใช้เป็นกรอบการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (tourism) และการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย

- รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (tourism management on sufficiency economy concept)
- รูปแบบการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism development)
- รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (people participation)

- รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน
- แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (identity)
- แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย (interpretation)
- รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

โลกของเราไม่ได้มีความหมาย การท่องเที่ยวว่าเป็นเรื่องของธุรกิจ เศรษฐกิจ เท่านั้น แต่มีความหมายรวมถึง มวลมนุษยชาติจะได้เรียนรู้และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน การที่คนเรามีความเข้าใจความเป็นอยู่ของคนอื่น ๆ นั้นแหละ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในโลกนี้และในช่วงขณะนี้ เป็นคำกล่าวโดย กัสตาโว่ ดิแอส ออร์ดาส ประธานาธิบดีประเทศเม็กซิโก (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544: 22 – 45) ความหมายของการท่องเที่ยว (tourism) มีผู้ที่ได้นิยามไว้อย่างหลากหลาย ดังเช่น McIntosh Robert and Goleldner C.R. (1990: 5 – 6) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวว่าเป็น กระบวนการนั้นทางการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้น ระหว่างเวลาว่างซึ่งมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาล ประชาชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในกระบวนการดึงดูดใจด้วยการต้อนรับที่อบอุ่นเยี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน World Tourism Organization (2006) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางไปพักผ่อนของบุคคลใด ๆ ณ สถานที่ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย ตามปกติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้เวลาว่าง เพื่อพักผ่อน ทำธุรกิจหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ โดยระยะเวลาที่ไปเยือนนั้นต้องไม่เป็นเวลาที่ต่อเนื่องกันเกิน 1 ปี นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540: 113-114); การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2542: 86-92); ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ (2545) และ Khan et al. (1993: 45) ได้จำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยว ตามทรัพยากรการท่องเที่ยว หรือ แหล่งท่องเที่ยว เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การศึกษาธรรมชาติ การพักผ่อนหย่อนใจ ปีนเขา การชื่นชมธรรมชาติ การผจญภัย ฯลฯ และมักประกอบกิจกรรมบนฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ทะเล เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนาเช่น การเยี่ยมชม เรียนรู้ แหล่งประวัติศาสตร์ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ศาสนา เช่น วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ

3. การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เช่น การท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ชนเผ่าต่าง ๆ การชมการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม

4. การท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ การประชุมสัมมนา ธุรกิจ และการบันเทิง การกีฬา

และทั้ง 4 ประเภทข้างต้นนี้ ควรมีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยยึดหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปโดยพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (system approach) และจะต้องพิจารณาระบบย่อย (sub system) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการ ท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ ความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ รวมถึง การพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ซึ่ง บุญเลิศ จิตต์ังวัฒนา (2542: 99 – 128) ได้จำแนกองค์ประกอบของระบบการท่องเที่ยวได้เป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism resource) หรือแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน

2. การบริการการท่องเที่ยว (tourism service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่รองรับให้แก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวก เช่น บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม บริการอาหาร บริการด้านสื่อความหมาย การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

3. การตลาดการท่องเที่ยว (tourism market or tourist) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยว นั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาเยือน ซึ่งหมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบอีกมากมายที่มี บทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมนอกระบบที่เกี่ยวข้องเกี่ยวพันเป็นอุปสรรคหรือได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว

อีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพ ระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 60 – 68); บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 69) เห็นว่าควรมี องค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ (4a) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (attraction) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่นั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต อันเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่แตกต่างกันไปตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มอาจมีความสนใจที่ต่างกัน นอกจากนั้น ภาพลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เนื่องจาก เป็นภาพลักษณ์ของทรัพยากรท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นได้ในลักษณะของความรู้จัก หรือไม่เป็นที่รู้จัก การมีภาพลักษณ์ทางบวกและทางลบนั้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน

2. เส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (accessibility) คือ ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง โดยจะต้องเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนให้ได้รับความสุขสบายและประทับใจ ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การสื่อสาร ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า การสุขาภิบาล ถนนหนทาง สาธารณสุข 2) สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัยทั้งทางร่างกายและทรัพย์สิน และ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทการเข้า ออกเมือง เช่น การขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจตราหนังสือเดินทางเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกประเทศ การตรวจค้นของติดตัว และการต่อวีซ่า

4. ความเป็นมิตรไมตรีจากเจ้าของท้องถิ่น (amity) เนื่องจากคนไทยมีความเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีและเป็นจุดแข็งที่ได้เปรียบประเทศอื่น ๆ ซึ่งแสดงออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นแก่นักท่องเที่ยว และการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การให้ข้อมูล การแนะนำต่าง ๆ

นอกจากนี้ วรรณ ศิลปะอาษา และคณะ (2545) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวว่าควรเพิ่มองค์ประกอบด้านการบริหาร(ancillary service) โดยอธิบายว่า แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการจัดการบริการด้านต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวก และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน ได้แก่ การบริการด้านการตลาด

การประชาสัมพันธ์ การให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

ในกรณีที่เกี่ยวข้องเนื่องกันนี้ มนัส สุวรรณ และคณะ (2544: 47 – 66) ได้กล่าวถึงระบบการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดนั้น จะต้องมีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยผ่านการตรวจสอบทั้งกระบวนการ ด้วยดัชนีชี้วัด (indicators) ที่ครอบคลุมมิติต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ทั้ง 7 มิติ ได้แก่

1. ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ที่ตั้ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสมบูรณ์และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
2. การรักษาสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การจัดการขยะมูลฝอย คุณภาพน้ำ อากาศ เสียงและความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม
3. เศรษฐกิจ สังคม ประกอบด้วย ผลประโยชน์ชุมชน ความสามารถในการพึ่งตนเอง การมีส่วนร่วมของชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม
4. ศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย คุณค่าทางอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ สุนทรียศาสตร์ ประวัติศาสตร์และสังคม
5. ประวัติศาสตร์และโบราณคดี ประกอบด้วย คุณค่าทางสุนทรียภาพ ประวัติศาสตร์โบราณคดี คุณค่าทางวิชาการและการศึกษา คุณค่าทางสังคม ขนาด สภาพกายภาพในปัจจุบันและความเสี่ยงต่อการเสื่อมสภาพ
6. คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา ประกอบด้วย ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้ วิธีการเผยแพร่เนื้อหาความรู้ การปรับปรุงปัจจัยและกระบวนการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง
7. การบริหารจัดการ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรและพลังงาน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย บุคลากร งบประมาณ ระเบียบข้อบังคับ และการให้ความรู้ สร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว

การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการซึ่งเป็นกลไกทางสังคมหนึ่งอันมีผลทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางบวกและทางลบในด้านเศรษฐกิจ สังคม วิถีชีวิต ชุมชนและสิ่งแวดล้อม สำหรับการสื่อความหมายนั้นถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอันจะเป็นกรอบการดำเนินการพัฒนาระบบสื่อความหมายซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (tourism management on sufficiency economy concept)

คณะกรรมการการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 10 – 38) ได้กำหนด รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ว่าเป็นการนำปรากฏการณ์ที่เป็นกระแสหลักในสังคมไทย คือ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งได้รับการตอบสนองถึงขั้นเป็นวาระแห่งชาติ และระบุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2555) อันมีรากฐานจากแนวทางเศรษฐกิจแบบพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่พระราชทานให้แก่พสกนิกรชาวไทย และมีปรากฏอยู่ในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริทุกโครงการมาเป็นเวลาช้านาน ดังจะเห็นได้จากพระราชดำรัสเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 ความว่า การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐาน คือความพอมีพอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้น โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัด ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอสมควร และปฏิบัติได้แล้วจึงค่อยเสริมสร้างความเจริญและฐานะเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้น โดยลำดับต่อไป หากแต่จะทุ่มเทสร้าง ความเจริญยกเศรษฐกิจขั้นให้รวดเร็วแต่ประการเดียวโดยไม่ให้แผนปฏิบัติ สัมพันธ์กับสภาวะของประเทศและประชาชนโดยสอดคล้องด้วย ก็จะเกิดความไม่สมดุลในเรื่องต่าง ๆ ขึ้น ซึ่งอาจกลายเป็นความยุ่งยากล้มเหลวได้ในที่สุด

กรอบความคิดเศรษฐกิจพอเพียงมี 3 ประการ คือ พอเพียงในความเป็นอยู่ หมายถึง ให้แต่ละคนพอมีพอกิน พอเพียงในแนวคิด หมายถึง ให้หันหน้าปรึกษาหารือกัน เป็นการใช้ปัญญา และ พอเพียงในจิตใจ หมายถึง พอเพียงในความต้องการ ไม่โลภมาก กล่าวโดยสรุปได้ว่า การพอมีพอกิน พอใช้ ก็คือการมีดุลยภาพระหว่างการบริโภค การผลิต และการดำรงชีวิต เป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤต เพื่อความมั่นคง และความยั่งยืนของการพัฒนา โดยยึดกระบวนการพัฒนาแบบบูรณาการองค์รวม มีคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา เน้นการพัฒนาคนให้มีคุณธรรมนำความรู้ รู้เท่าทันโลก ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ เป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ ทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน ซึ่งนิยามความหมาย ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะดังนี้

ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่นการผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ

การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวหมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลง ด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้ และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน โดยมีเป้าประสงค์ คือ เชื่อมโยงวิถีชีวิต เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การเมือง สร้างสมดุล มั่นคง เป็นธรรม ยั่งยืน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

จากหลักการพื้นฐานดังกล่าว เมื่อนำมาเป็นกรอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่เดิมมุ่งเน้นเรื่องระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเป็นหลักตามแนวคิดการพัฒนาแบบโลกาภิวัตน์ มาเป็นการพัฒนาบนฐานแนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า มีความซับซ้อนและมีความขัดแย้งกันอยู่ในตัว ดังนั้น จุฑามาศ บารมีชัย และคณะ (2550: 58 – 70) จึงเห็นว่า จำเป็นที่จะต้องหาความสมดุล ในกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การขับเคลื่อนของอุปสงค์ อุปทาน และพลังทางการตลาด มาเป็นการหาความพอดีที่จะไม่ละเลยความเปลี่ยนแปลง ในขณะที่เดียวกันต้องถนอมรักษาฟื้นฟูแหล่งนำรายได้ ระบบเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการใช้ปัญญาในการขับเคลื่อนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระแสนวัตกรรม แสวงหาความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ ทำให้การท่องเที่ยวไม่ใช่เรื่องการบันเทิง หรือการบริโภคสิ่งต่าง ๆ เพียงด้านเดียว แต่ยังหมายถึงความเรียบง่าย ที่จะหาได้จากสภาพแวดล้อมอย่างสมดุลพอดีประมาณ เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม มากกว่ามิติทางเศรษฐกิจ โดยการรักษาดุลยภาพของสิ่งต่าง ๆ ระหว่างการแสวงหากำไร เพียงให้มีรายได้พอประมาณแต่ให้มืออย่างสม่ำเสมอและไม่กระทบถึงการใช้จ่ายประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมมากเกินไป คณะกรรมการการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สถาบันบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 1 – 48) และชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550: 15 – 40) ได้ระบุแนวคิดการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับการท่องเที่ยว โดยกำหนดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างความสมดุล ยั่งยืน และแข่งขันได้ ดังนี้

1. การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง (sufficiency tourism development) และ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว (tourism environmental & conservation) โดยจะต้องสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการการท่องเที่ยว มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ชิดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) ปักจี้สู่ความยั่งยืนและพอเพียง

2. การพัฒนารัฐกิจบริการด้านการท่องเที่ยว (sufficiency tourism business) ได้แก่ การมุ่งเน้นเรื่องการทำธุรกิจบริการอย่างมีคุณธรรม

3. การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง (sufficiency tourism marketing) แนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียงจำเป็นต้องปรับฐานคิดเรื่องตัวชี้วัด เช่น ไม่เน้นความสำเร็จจากปริมาณนักท่องเที่ยวแต่เน้นที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับได้ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ผู้มาเยือน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีการนำชุมชนเป็นฐาน

4. การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว (community - based tourism) การพัฒนาต้องมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในทุกระดับในการพัฒนา การพัฒนาคนเป็นปัจจัยสำคัญ มีกระจายผลประโยชน์ไปสู่ท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม

5. การสร้างเครือข่าย พหุภาคี พันธมิตรด้านการท่องเที่ยว (tourism network) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และเรียนรู้บทเรียน และนำมาพัฒนาชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีคุณธรรม ชุมชนมีวัฒนธรรม มีความสามารถที่คึกคัก มีศักยภาพที่คึกคัก

จากหลักการข้างต้นจะเห็นว่ามีความสอดคล้องกับ รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

รูปแบบการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism development)

บริบทโลก ให้ความสำคัญกับเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาความยากจน ซึ่งปรากฏในเรื่อง Millennium Development Goals (MDG) และ Sustainable Tourism Eliminating Poverty (STEP) และ Pro poor Tourism การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง พิจารณาได้ใน 3 มิติ คือ มิติด้านเศรษฐกิจ ครอบคลุมเรื่องเศรษฐกิจมหภาค/จุลภาค และการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริม มิติด้านสังคม มองว่าการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้ และเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟู ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม การกระจายทรัพยากรอย่างเป็นธรรม ประชาชนมีโอกาสใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว โดยจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism development) อันเป็นแนวทางที่สืบเนื่องมาจากแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน (World Tourism Organization, 2006) ซึ่งคณะกรรมการโลก (UN commission on environment and development) ได้ให้คำจำกัดความคำว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) ว่าเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการของปัจจุบันโดยไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งจะเป็นที่ต้องการในอนาคต เพื่อสร้างสังคมที่ยั่งยืน (sustainable society) ต่อไป (พระธรรมปิฎก ป.อ.ประยุตโต, 2546: 66) นอกจากนี้ Society for International development

(2007) ระบุความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ว่าเป็น กระบวนการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ที่ประกอบไปด้วยตัวแปรมากมายที่ทำให้บุคคลและชุมชนเริ่มสร้างเอกลักษณ์แห่งตนที่มีลักษณะเฉพาะและสร้างความสามารถที่จะเผชิญกับโลกได้อย่างมีจุดหมายและความภาคภูมิใจ กระบวนการนี้เน้นการเติบโตอย่างกลมกลืนของสังคมโดยรวมและมีความเสมอภาค

สำหรับ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) นั้น ในการประชุม Globe 90 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความไว้ คือ “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการป้องกันและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย มีการจัดการทรัพยากรเพื่อการตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามของสุนทรียภาพในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ ต่อมา ในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือการประชุมที่กรุงริโอ เดอจาไนโร ประเทศบราซิล ในปี ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) ได้สรุปความหมายของ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใด จะเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็ก ทั้งในเมืองและชนบท (World Tourism Organization, 2006) นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2550) ได้ระบุถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อ ตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาทรัพยากรธรรมชาติและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้นานที่สุดเกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้ประโยชน์ตลอดไป โดยมีองค์ประกอบสำคัญในการพิจารณา ซึ่ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545: 77) บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 54 - 68) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2550) ต่างระบุอย่างสอดคล้องกัน โดยสรุปในแต่ละองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังต่อไปนี้

1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.1 การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภททั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุ และด้านศิลปวัฒนธรรม

1.2 การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

1.3 การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

1.4 การดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของทรัพยากรทางธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว

1.4.1 การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.4.2 การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน (เอกลักษณ์และอัตลักษณ์)

1.5 การจัดการทรัพยากรเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยส่งเสริมให้กิจกรรมสอดคล้องกับความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อที่จะรักษาสมดุลเหล่านั้นไว้ยาวนานแสนนาน

1.6 ให้ความสำคัญต่อมาตรการทางนิเวศวิทยา (ecological parameter) ทั้งทางกายภาพและมนุษย์ รวมถึง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม โดย กิจกรรมทางการท่องเที่ยว จะต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับระบบทางนิเวศวิทยาด้วย ทั้งนี้ต้องให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะบริเวณที่มีความอ่อนไหว

1.7 การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างประหยัดและคุ้มค่าที่สุด ลดการใช้ที่เกินความจำเป็น และลดของเสียต่าง ๆ

2. ด้านธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว

2.1 การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อาศัยการแสวงหาผลกำไรที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงบทบาทและศักยภาพของตนที่จะช่วยให้เกิดการอนุรักษ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน การมีส่วนร่วมให้ข้อคิด เสนอแนะในการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้ง เข้าร่วมองค์กรที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3. ด้านการตลาด / นักท่องเที่ยว

การตลาดที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ ตลาดการท่องเที่ยวแบบพอประมาณ โดยต้องดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อให้มีข้อมูลเพียงพอในการดำเนินการตลาด เพื่อตอบสนองทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีความสมดุล รวมทั้งให้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน รวมถึงภาคนักท่องเที่ยว โดยให้มีกระบวนการที่ตรงกันว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางที่ถูกต้อง และจะก่อให้เกิดแนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระยะยาวอย่างแท้จริง แนวทางปฏิบัติ ได้แก่

3.1 การพัฒนาองค์ความรู้ เน้น การพัฒนาองค์ความรู้ให้กับบุคลากรทุกภาคส่วนทั้งให้ส่วนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว

3.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะที่พอประมาณ

3.3 มุ่งให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

3.4 เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง กับธรรมชาติและวัฒนธรรม

3.5 การท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ให้เกิดความรู้สึกระทึก หวังเหินและมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์คูแลร์กษา ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่

4. ด้านชุมชนท้องถิ่นและการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม

4.1 ให้ประชาชน ชุมชน มีส่วนร่วมต่อกระบวนการท่องเที่ยว

4.2 ขยายฐานเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยการสร้างรายได้กระจายสู่ชุมชน และต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

4.3 ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

4.4 ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นที่ขีดเหนี่ยวทางจิตใจของประชาชนควรได้รับการปรับปรุงและอนุรักษ์อย่างถูกต้อง

4.5 ต้องสร้างเสริมสิ่งจำเป็นพื้นฐานให้แก่ประชาชนอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของคุณภาพชีวิต

4.6 ประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น อบต. อบจ. จังหวัดและนโยบายระดับประเทศ

4.7 สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมภายในชุมชน องค์กรท้องถิ่นและภายนอกชุมชน

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (people articpation)

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ถือเป็นรูปแบบการจัดการหนึ่งที่มีความสำคัญและสอดคล้องกับหลักการของการจัดการท่องเที่ยวบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียงและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว คือ การนำชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของประชาชน ถือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอำนาจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ตลอดจนเป็นการถ่ายโอนอำนาจจากบุคคลผู้มีอำนาจลงไปสู่สมาชิกในชุมชน และเกี่ยวข้องกับการเพิ่มพลังอำนาจให้กับสมาชิกในชุมชนในการร่วมกันคิด และร่วมกัน

ตัดสินใจในเรื่องราวต่าง ๆ ตลอดจนร่วมปฏิบัติการพัฒนาชุมชนในทิศทางที่เหมาะสม (พจนานวนศรี, 2546: 76; ปรีชาติ สถาปัตยงานนท และคณะ, 2549: 16-18) สำหรับ การพัฒนาท้องถิ่นเพื่อ การท่องเที่ยว มีอยู่ 2 ประเด็นที่ควรพิจารณา คือ การท่องเที่ยวจะเป็นส่วนเสริม โดยชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งก่อน และการที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจก่อนที่จะมีการพัฒนา (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2550: 28) คณะกรรมการการ อุทสาหกรรมและการท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 32 – 53) ให้คำนิยาม การท่องเที่ยวโดยชุมชน ว่าหมายถึง ทางเลือกในการจัดการการท่องเที่ยวที่ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยว บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็น เจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นด้านต่าง ๆ มาใช้เงินทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการ พัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน โดยเน้นให้เกิดความ ชัยยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประ โยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึง ความสามารถในการรองรับ ของธรรมชาติ โดยสรุปแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวแบบพอเพียงที่ สอดคล้องกับวิถีชุมชน ชุมชนท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง แบ่งปัน ความสุขทั้งเจ้าบ้านและผู้มาเยือน โดยมีแนวทางพัฒนาตามองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ แหล่ง วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (identity or authentic or endemic or unique)
2. ด้านการจัดการเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (responsible travel) ต้อง ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (no or low impact) มีการจัดการยั่งยืน รวมถึง ชุมชนและ นักท่องเที่ยว ร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จัดการของเสีย จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่ยั่งยืน (sustainable managed tourism)
3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อ ต่อการเรียนรู้ (learning process) โดยมีการให้การศึกษา (education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ ของการ ท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ประสบการณ์ (experience) ความประทับใจ (appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องของนักท่องเที่ยว ประชาชน ท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็น การท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา
4. ด้านการมีส่วนร่วมเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และ ประชาชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการ

สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม นั้น จะต้องให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามี ส่วนร่วมในการบริหารและจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา,

2542: 54-87) ส่วน ภราเดช พัทม์วิเชียร (สรัสวดี อาสาสรรพกิจ, 2543: 23-57) กล่าวไว้ว่า ต้องสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนด้วยความอดทนและตั้งใจจริง รวมทั้งต้องสร้างความเข้าใจให้แก่ภาครัฐกิจด้วยว่าสังคม ธรรมชาติ วัฒนธรรมเป็นทุนด้วย หากไม่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือชุมชน เข้ามามีส่วนร่วม แล้วจะพบกับปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ซึ่งจะส่งผลให้การประกอบธุรกิจไม่ยั่งยืน และ อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์ (2542: 45) และ ณรงค์ ฌ เชียงใหม่ (2545: 1-8) ได้แสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนนั้น อาจจะพิจารณาจาก ประเภท และระดับของการมีส่วนร่วม ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

ประเภทการมีส่วนร่วมได้แก่

1. การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบนโยบาย แผนงานและการดำเนินการ
2. การมีส่วนร่วมคิด ได้แก่ ร่วมกันคิดเช่นการค้นหาคำถามความต้องการที่แท้จริง การร่วมกันแก้ปัญหา/การเตรียมการเพื่อหาช่องทางในการแก้ไขปัญหา และการร่วมตัดสินใจปฏิบัติการ
3. การมีส่วนร่วมทำ ได้แก่ การร่วมปฏิบัติ ดำเนินการตามแผนงาน โครงการที่กำหนด ได้แก่ ร่วมในการสละทรัพยากรเช่น แรงกาย ทุนทรัพย์ ร่วมในการบริหารงาน การเป็นผู้ปฏิบัติในโครงการ และการมีส่วนร่วมติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล

4. การมีส่วนร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ได้แก่ ร่วมรับประโยชน์ในด้านวัตถุ ด้านสังคม และด้านบุคคล

ส่วนระดับของการมีส่วนร่วมนั้นอาจจะวัดได้จากระดับของความถี่ของบุคคลองค์กรที่ร่วมกิจกรรม ความพึงพอใจ ระดับของเป้าหมายที่พึงได้ และระดับของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ตามประเภทที่กล่าวมาแล้ว

White (1994 อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 19-22) ยังได้กล่าวถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นของตนนั้น ประกอบด้วย

การมีส่วนร่วมแบบเทียม (pseudo participation) ได้แก่

1. การจัดการแบบเบ็ดเสร็จโดยตรง หน่วยงานมักจัดการเรื่องราวต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องให้ประชาชนรับรู้เรื่องราวที่เกี่ยวข้อง
2. การบำบัดรักษา คือ หน่วยงานมักทำหน้าที่เชิญชวนประชาชนให้เข้าร่วมรับฟัง รับทราบข้อมูล และร่วมตัดสินใจต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม หน่วยงานมิได้ให้ความสำคัญกับการตอบข้อซักถาม หรือรับฟังอย่างจริงจัง

3. การร่วมให้ข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานอาจเชิญชวนตัวแทนประชาชนที่เกี่ยวข้อง เข้ามาร่วมให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับทักษะต่าง ๆ ของประชาชนอย่างแท้จริง

4. การร่วมให้คำปรึกษา ประชาชนมักทำหน้าที่ให้ข้อมูล นำเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตามความต้องการของหน่วยงาน อย่างไรก็ตามอำนาจในการตัดสินใจยังอยู่ที่หน่วยงานราชการ

การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (genuine participation) ได้แก่

5. การร่วมแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น คือ ประชาชนเริ่มมีโอกาสนในการจุดประเด็นเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนเห็นว่าสำคัญ ตลอดจนก้าวเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อคิดเห็นและนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ จากมุมมองและจุดยืนของตน แต่หน่วยงานยังคงสงวนสิทธิ์ในการตัดสินใจ

6. การร่วมเป็นพันธมิตร ประชาชนเริ่มทำงานใกล้ชิดกับหน่วยงานและเริ่มมีอำนาจในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อโต้แย้งต่าง ๆ ตลอดจนกระตุ้นให้หน่วยงานได้ตัดสินใจบนพื้นฐานของการพิจารณาข้อมูลที่หลากหลาย

7. การส่งตัวแทนเข้าร่วมใช้สิทธิ์ในการตัดสินใจ ประชาชนส่วนหนึ่งได้รับการคัดเลือกให้เข้าไปทำหน้าที่เป็นตัวแทน เพื่อออกความคิดเห็น เสนอข้อโต้แย้ง และมีสิทธิโดยชอบธรรมในการร่วมตัดสินใจเชิงนโยบายต่าง ๆ

8. การควบคุมการตัดสินใจโดยพลเมือง หมายถึง อำนาจการตัดสินใจทั้งหมดอยู่ที่ประชาชน โดยหน่วยงานต่าง ๆ ทำหน้าที่สนับสนุนข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจ

สถาบันวิจัยสังคม และสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม (2545: 86 – 90) ได้จัดประเภทของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยประกอบไปด้วยภารกิจสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมในการวางแผน
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์
5. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

นอกจากนี้ Pretty (Sitikam, 2008: 305-306) ได้จำแนกประเภทการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นไว้ 7 ประเภท ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมแบบถูกครอบงำ เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นเพียงเครื่องมือแสดงถึงกระบวนการที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเท่านั้น โดยแท้ที่จริงแล้วเจ้าหน้าที่เป็นผู้ชักนำและควบคุมการดำเนินการทุกอย่าง ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมด้วยนั้นมิได้มีอำนาจใด ๆ

2. การมีส่วนร่วมแบบไม่มีบทบาท ผู้มีส่วนร่วมได้รับการบอกเล่าในหัวข้อหรือโครงการที่ได้ถูกกำหนดไว้แล้ว หน่วยงานมักทำหน้าที่เชิญชวนประชาชนให้เข้าร่วมรับฟัง รับทราบ ข้อมูล โดยปราศจากการแลกเปลี่ยนทัศนคติหรือความคิดเห็นใด ๆ

3. การร่วมให้คำปรึกษา ชุมชนท้องถิ่นมักทำหน้าที่ให้ข้อมูล นำเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตามความต้องการของหน่วยงานหรือตอบคำถามที่เจ้าหน้าที่ตั้งคำถามไว้แล้ว โดยผู้มีส่วนร่วมไม่ได้มีส่วนตัดสินใจใด ๆ คำตอบหรือข้อคิดเห็นต่างๆเป็นเพียงข้อมูลให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ อำนาจในการตัดสินใจยังอยู่ที่หน่วยงานราชการ

4. การมีส่วนร่วมโดยได้รับสิ่งตอบแทน เป็นการมีส่วนร่วมที่ผู้มีส่วนร่วมได้รับสิ่งตอบแทนในรูปของอาหาร เงิน และ/หรือสิ่งตอบแทนในรูปแบบอื่นๆ อาทิเช่น เกษตรกรอาจได้รับการจัดหาที่ดินและแรงงานต่าง ๆ แต่ไม่ได้เข้าร่วมในกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งเป็นปกติของกระบวนการที่เรียกว่า การมีส่วนร่วมหากแต่ผู้ที่เข้าร่วมไม่มีส่วนร่วมอย่างจริงจังกับโครงการ

5. การมีส่วนร่วมในระดับโครงสร้าง ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดโครงสร้างสำคัญต่าง ๆ ของโครงการ เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย แต่การตัดสินใจในระดับที่สำคัญมากไปกว่านั้นไม่สามารถกระทำได้

6. การมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการ ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ และพัฒนาแผนปฏิบัติการร่วมกับเจ้าหน้าที่ทำให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มชุมชน ไม่ใช่เป็นเพียงการตั้งวัตถุประสงค์แต่ต้องทำให้เห็นผลเกิดขึ้นจริง

7. การมีส่วนร่วมโดยการขับเคลื่อนของกลุ่มชุมชนเอง ชุมชนท้องถิ่นมีอิสระในการร่วมคิดแผนองค์กรเพื่อเปลี่ยนแปลงระบบ โดยมีการพัฒนาเครือข่ายภายนอกในการจัดการทรัพยากร เทคโนโลยีที่จำเป็น แต่การควบคุมการใช้ประโยชน์ทรัพยากรอาจมีภาครัฐหรือองค์กรพัฒนาเอกชนเข้ามาเกี่ยวข้องร่วมกันจัดการดูแล

ต่อมา Sitikarn (2008: 309) ได้มีมุมมองเพิ่มเติมเกี่ยวกับ กระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นไว้เป็นลำดับขั้น โดยกล่าวว่า ชุมชนควรมีโอกาสในการร่วมตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการ มีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินการ การประเมินผล ติดตามผลโครงการ และถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นชุมชนท้องถิ่นก็ควรมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาาร่วมกัน โดยย้อนกลับไปสู่ลำดับขั้นการตัดสินใจร่วมกันอีกครั้ง แล้วดำเนินการต่อไปตามลำดับขั้น ดังต่อไปนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการ
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน
3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ หรือการนำแผนงานไปปฏิบัติ
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

5. การมีส่วนร่วมในการติดตามผลที่เกิดขึ้น

6. การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

อย่างไรก็ตาม Sitikam (2008: 309) ยังกล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เช่น ข้อจำกัดด้านความรู้ ดังนั้นจึงควรมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา แนะนำ โดยเฉพาะในขั้นตอนการตัดสินใจ การวางแผนงาน และการติดตามผล นอกจากนี้ควรพึงระวังเสมอว่า แม้มีผู้เข้าร่วมกันทั้งชุมชนแต่เป็นไปไม่ได้ที่จะทำให้ทุกคนเห็นพ้องต้องกันหมด ในประเด็นหลักที่ควรพิจารณาคือ การกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน และการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์โดยก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชนนั้น ย่อมจะทำให้ชุมชนเล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรท้องถิ่น แล้วนำไปสู่การให้ความร่วมมือ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนได้

จึงสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนา เป็นการมุ่งเน้นให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน อันเป็นการพัฒนาที่มาจากฐานราก โดยการให้ประชาชนวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง ให้รู้จักการคิดเป็น แก้ปัญหาเป็น และมีการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีใหม่ ๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และส่งผลให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนรับผิดชอบต่อตนเองและชุมชนได้อย่างแท้จริง ดังนั้น การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ควรนำหลักการพัฒนาโดยชุมชนมีส่วนร่วมเข้ามาประยุกต์ใช้โดยอธิบายได้ตามหลักของ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน ดังนี้

รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน

วันชัย วัฒนศัพท์ (2543) กล่าวถึง กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าเป็น กระบวนการสื่อสารสองทางที่มีเป้าหมายโดยรวมเพื่อที่จะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชนซึ่งเป้าหมายของ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การให้ข้อมูลต่อสาธารณชน และให้สาธารณชนแสดงความคิดเห็นต่อโครงการที่นำเสนอ หรือนโยบายรัฐ และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดสำหรับทุกคน ในขณะเดียวกัน การมีส่วนร่วมยังถือว่าเป็นเป้าหมายของวิถีทางของการจัดทำสื่อในกระแสปัจจุบันอันเป็นประเด็นที่มีการศึกษากันอย่างมากทั้งในสังคมไทยและระดับสากล ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2543: 56 – 62) ได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบสำคัญในชุมชน เนื่องจากการกระตุ้นและสร้างความมั่นใจให้ชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วมได้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อของตนเองได้มีส่วนร่วมในการผลิตสื่ออันส่งผลให้เกิดทักษะในการสร้าง สื่อให้กับชุมชนสำหรับเป็นช่องทางในการส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืนมุมมองและทัศนคติของตน ช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบ

ให้กับทั้งชุมชนในการร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้ง เพิ่มสัดส่วนการสร้างสื่อที่มีความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนให้มีปริมาณมากขึ้นในการถ่วงดุลการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงที่สื่อภายนอกได้ฉีดยาเข้าไป นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นการสร้างสื่อที่อนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ในแง่มุมของการสื่อสาร Gregory Bateson and Jurgen Ruesch (กาญจนา แก้วเทพ, 2539: 9 – 10) ได้กำหนดว่า วัฒนธรรมเป็นชุดของกระบวนการสื่อสาร วัฒนธรรมและการสื่อสารนั้นมีความหมายเท่าเทียมกัน ถึงแม้ว่าจะเป็นคนละอย่างกันแต่ก็เป็นสองสิ่งที่ไม่อาจแยกจากกันได้ วัฒนธรรม เป็นมรดกของสังคมและเป็นความชำนาญหรือทักษะที่คนเราได้มาในฐานะที่เป็นสมาชิกสังคม เช่น ความรู้ ความเชื่อ ภูมิปัญญา ประเพณี รูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ ครอบคลุมทุกสิ่งที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม โดยแต่ละสังคมก็มีวัฒนธรรมเฉพาะของตนเอง วัฒนธรรมจึงได้รับการรับรู้ในฐานะเป็นผู้ผลิตความหมาย เป็นพื้นที่ภาพที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสังคมนั้น ๆ รวมทั้ง การทำหน้าที่เป็นตัวสื่อกลาง (mediator) ในการพัฒนาและการดำรงอยู่ (social being) ของคนหนึ่งให้กลายเป็นบุคคลที่มีจิตสำนึกทางสังคม ด้วยเหตุนี้ ลักษณะทางวัฒนธรรมของสังคมจึงขึ้นอยู่กับบริบทของสภาพความเป็นจริงของสังคมนั้น ๆ ที่จะสื่อสารปรากฏออกมา

การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงบทบาทของประชาชนจากผู้รับบริการต่าง ๆ ควรไปสู่การก้าวเข้าไปเคียงไหล่กับหน่วยงานภาครัฐเพื่อผลักดันให้การพัฒนาลุล่วงไปด้วยดี การแสดงความรับผิดชอบต่อ ผลต่าง ๆ ซึ่งสืบเนื่องจากการดำเนินโครงการพัฒนาในพื้นที่ ตลอดจนการติดตาม ประเมินผล เพื่อปรับปรุงแนวทางการพัฒนาให้เหมาะสม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 24; กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 49) การมีส่วนร่วมเป็นได้ทั้งวิธีการในการพัฒนาชุมชน และเป็นเป้าประสงค์ของการพัฒนาชุมชน ดังที่ Cohen (กาญจนา แก้วเทพ, 2539: 16) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมในฐานะวิธีการในการพัฒนาชุมชน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมประสานทรัพยากรต่าง ๆ โดยบุคคลที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการออกแบบกิจกรรมต่าง ๆ โดยคำนึงถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายอย่างเหมาะสม ส่วนในฐานะเป้าประสงค์นั้นเกี่ยวข้องกับการออกแบบกระบวนการต่าง ๆ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนก้าวเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ตั้งแต่การกระตุ้นให้มีความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ การพัฒนาระบบที่เอื้อต่อการสนับสนุนให้ชุมชนเข้มแข็ง และพัฒนาระบบที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมในการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลให้เกิดการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติที่เหมาะสมโดยปราศจากการตั้งข้อสรุปเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมไว้ล่วงหน้า

Singhal (2001a); Jacobson (1999) (อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ; 2549: 20 – 56; กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 48 – 52) ได้ระบุถึง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากมุมมองเชิงระบบว่าเป็นกระบวนการหรือกันระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล และสถาบันในเชิงพลวัต โดยคำนึงถึงกลุ่มบุคคลในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชนท้องถิ่นกับบุคคลภายนอก ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญ นักปฏิบัติการหรือนักวิชาการ เน้นกระบวนการที่ทำให้ความสำคัญในรูปแบบการศึกษาหรือ และเกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่สามารถทำให้ประชาชนทั้งในระดับบุคคล กลุ่มบุคคล ตระหนักได้ถึงศักยภาพที่เต็มเปี่ยมของพวกเขา และความผูกพันกับสรรพสิ่งสาธารณะ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการกิจสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ การมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสาร และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจระดับต่าง ๆ ตั้งแต่การริเริ่ม วางแผน ดำเนินการและการประเมินผล กระบวนการดังกล่าวมีลักษณะการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่ายสามารถสลับบทบาทเป็นผู้ให้และผู้รับข้อมูล คู่สื่อสารมีความรู้สึกเท่าเทียมกันโดยมีเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจ การยอมรับ การตัดสินใจร่วมกันอย่างสมานฉันท์ซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันและเกิดสำนึก ความรับผิดชอบในการแก้ปัญหา และการพัฒนาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นของตน

นอกจากนี้ Deetz (1999) และ Singhal (2001b) (อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 33-48) กล่าวถึง หลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ไว้ว่า

1. ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (various participants) สิ่งสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไม่ใช่ “สื่อ” แต่เป็น “เสียงของบุคคลที่หลากหลาย” ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นหนักในการรับฟัง ความคิดเห็นและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นที่ควรหลากหลายไม่ว่าจะเป็น อายุ ประสบการณ์ หน้าที่การงาน ฯลฯ ส่งผลให้เสียงของประชาชนที่หลากหลายดังก้องขึ้นและสะท้อนความต้องการต่าง ๆ ร่วมกันได้ชัดเจนขึ้น

2. การเข้าถึงสื่อ หรือโอกาสของบุคคลในการเข้าถึงสื่อ (media accessibility) ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค ผู้ผลิต และผู้บริหารสื่อ รวมทั้งการพิจารณาได้จากมิติเชิงกายภาพ จิตใจ เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

3. ความเชื่อมั่นในศักยภาพของประชาชน (human potential) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะไม่เกิดขึ้น หากบุคคลที่เกี่ยวข้องไม่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ จึงจำเป็นต้องเชื่อมั่นว่า ทุกคนมีความสามารถเชิงสติปัญญา และความสามารถในการสื่อสาร ในการจัดการวิถีชีวิตของตนอย่างเป็นอิสระ

4. ความโดดเด่นของสาร (salient messages) หรือ ประเด็นการสื่อสาร ถือเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เช่น มีเนื้อหาสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน หรือ ตอบสนอง

ความต้องการของชุมชน ยิ่งสมาชิกในชุมชนมีความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ (owners) หรือรู้สึกคุ้นเคย ผูกพัน ตลอดจนเห็นถึงคุณประโยชน์ที่เกี่ยวข้องมากเพียงใด สิ่งที่มีักเกิดตามมา คือ บุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมจะมีความจริงจังมากขึ้น ดังนั้น การออกแบบกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จำเป็นจะต้องให้ประเด็นการสื่อสาร มีความโดดเด่นและเชื่อมโยงกับสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ อย่างรอบคอบ

5. การปรึกษาหารือร่วมกัน (dialogue) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ผู้ที่เกี่ยวข้องหันหน้าเข้าหากัน และดำเนินการปรึกษาหารือร่วมกัน ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นในทิศทางแบบแนวระนาบ ทุกคนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล มุมมอง ทักษะต่าง ๆ อย่างสมดุลบนพื้นฐานของการเคารพความคิดของทุกฝ่าย อันเป็นกระบวนการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะ (public conscientization) และนำไปสู่ความรู้สึกผูกพันกับประเด็น ความรู้สึกเป็นเจ้าของประเด็นและการมีพันธสัญญาในการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเหมาะสมต่อไป

6. การสนับสนุน (facilitation) สามารถแบ่งบทบาทของกลุ่มผู้สนับสนุนเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงเวทีประชุมแบบเห็นหน้าตากันหรือวิทยากรกระบวนการที่ต้องกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจกัน กลุ่มผู้สนับสนุนผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และกลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงโครงสร้างของระบบสังคม เช่น แหล่งทุน นโยบาย

7. กระบวนการเชิงประชาธิปไตย (democratic process) เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนอุดมการณ์ การปรึกษาหารือกัน การพัฒนาความเข้าใจซึ่งกันและกัน และการแสวงหาทาง ออกต่าง ๆ ร่วมกัน การปรึกษาหารือมักทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ต่าง ๆ ในเชิงการกระจายอำนาจ

นอกจากนี้ ปัจจัยหรือคุณสมบัติของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาจากปัจจัยการสื่อสารแนวระนาบ กระบวนการเชิงปรึกษาหารือในทุกขั้นตอน การแสวงหาการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวและยั่งยืน ความเป็นกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การทำงานร่วมกับชุมชน (บุคคลภายนอกเป็นผู้สนับสนุน) บุคคลที่มีความผูกพัน เช่น มีความใกล้ชิดกับคนในชุมชน บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น การเป็นผู้นำชุมชน การเจาะจงประเด็นปัญหาของชุมชน ความจำเป็นของประชาชน ความเป็นเจ้าของร่วมกันและความสำนึก โดยจะต้องให้ความสำคัญกับการยกระดับความสำนึก ความเข้าใจของสาธารณชนที่มีต่อความจริงของสังคม

กาญจนา แก้วเทพ (2548: 44 – 48) ได้สะท้อนภาพของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านกรณีของวิทยุชุมชน โดยพิจารณาจาก “ช่องทาง” ในการที่ประชาชนก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน กล่าวคือ

1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ฟัง ผู้รับสาร ในที่นี้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสของประชาชนในการเข้าถึงสื่อและเนื้อหาของสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอโดยเปิดกว้าง

สำหรับคนส่วนใหญ่ ผู้ฟังสามารถสนับสนุนให้เกิดกระบวนการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารในชุมชน เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของสถานีวิทยุชุมชน

2. การมีส่วนร่วมในรายการวิทยุชุมชนสามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น การโทรศัพท์เข้ามารายงานข่าว แจ้งข่าว ดิชมรายการ ให้ข้อเสนอแนะ การเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ การเป็นแขกรับเชิญในรายการ หรือสะท้อนมุมมอง ความคิดผ่านทางจดหมายและไปรษณียบัตรสู่ผู้จัดรายการ เป็นต้น

3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตรายการ โดยสามารถแบ่งย่อยประเภทในการเข้ามามีส่วนร่วม คือ ขั้นตอนการผลิตรายการ เช่น การมีส่วนร่วมในการคัดเลือกประเด็นหัวข้อ แม่ข่ายในการนำเสนอ และรวบรวมข้อเท็จจริง ขั้นตอนการผลิตรายการ และขั้นหลังการผลิตรายการ

4. การมีส่วนร่วมในฐานะแหล่งข้อมูล สื่อในชุมชน ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมประสานกระบวนการสื่อสารในแนวนอนระหว่างประชาชนด้วยกัน ดังนั้น สมาชิกในชุมชนจึงสามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้จัดทำสื่อ

5. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานสื่อชุมชน เช่น สามารถมีส่วนร่วมในฐานะตัวแทนชมรม อาสาสมัคร คณะกรรมการ ฯลฯ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจดำเนินงานสื่อชุมชน

6. การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและนโยบายต่าง ๆ เช่น การเป็นกรรมการชุดต่างๆของสื่อชุมชน

7. การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน สามารถเกิดขึ้นผ่านกิจกรรมอื่น ๆ ที่แวดล้อมกับสื่อชุมชน หรือการระดมทุนในการบริหารจัดการสื่อชุมชน

ทั้งนี้ White (1994 อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 201 – 209) กล่าวว่า การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมจะเกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมของสมาชิกทั้งชุมชน หรือการเข้าร่วมของสมาชิกที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเสมือนตัวแทนชุมชนนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมและเงื่อนไขด้านเวลาเป็นสำคัญ ทุกฝ่ายสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทที่แตกต่างกันไปทั้งทางตรงและทางอ้อม กระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชนสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งการมีส่วนร่วมโดยอ้อมผ่านสมาชิกบางกลุ่มในชุมชนที่ถือว่าเป็นตัวแทนชุมชน หรือการมีส่วนร่วมโดยตรงของสมาชิกทั้งชุมชน ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมที่แท้จริง (genuine participation) ทั้งสิ้น

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (identity)

คำว่า อัตลักษณ์ ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัต-ตะ) หมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณ์ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า identity หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ สังคมแต่ละสังคม มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง ถือเป็นเรื่องของการนิยามความหมาย หรือการสร้างภาพตัวแทน (representation) ทำให้ความหมายของอัตลักษณ์ ทำให้สิ่งนั้น โดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น และสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็ว หลากหลาย และซับซ้อน (สมเกียรติ ตั้งนโม และคณะ, 2550; อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2543: 68 – 73) แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1950 – 1960 โดยนักปรัชญา 3 ท่าน คือ J. J. C. Smart, U. T. Place และ Herbert Feigl ซึ่งเน้นไปที่การวิจัยสมัยใหม่ที่มองระบบการทำงานของสมอง (brain function) ซึ่งแบ่งหน้าที่ออกเป็นสองส่วน คือ สมองส่วนที่ทำให้เกิดความรู้สึกเจ็บปวด เกิดจากสมองส่วนกลาง และจะเกิดปฏิกิริยาโต้ตอบ และ สมองคือจิตใจ (your mind is your brain) นั่นคือที่มาของแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2543: 68 – 73) และอาภรณ์ จันทร์สมวงศ์ (2544: 20) ได้มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า อัตลักษณ์เป็นการเชื่อมต่อระหว่างความเป็นปัจเจกกับ โครงสร้างสังคม (social aspect) สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ ระบบคุณค่าที่ติดตัวมา ในมิตินี้ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ จึงเป็นการใช้สัญลักษณ์ (symbolic aspect) ด้วย เพราะเป็นการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆผ่านสัญลักษณ์หลากหลายแบบ ในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็เกี่ยวข้องกับมิติกาย ในของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมาย เกี่ยวกับตนเอง ในกระบวนการที่สัมพันธ์กับโลกและอัตลักษณ์ที่ซ้อนทับกันอยู่ จึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับคือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) ที่ใช้แสดงเป็นสัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง (representation) แสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น

กระบวนการในการสร้างอัตลักษณ์ (process of identity construction) การก่อรูปและการปรากฏตัวของอัตลักษณ์ มีเนื้อหามาจากจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคมที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น และสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว โดยสามารถแสดงผ่านสื่อ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลครอบงำภายในสังคมนั้น ๆ เช่น ภาษา ศาสนา เครื่องแต่ง

กาย และการบริโภค ทำให้อัตลักษณ์กลายเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนไปตามบริบทอย่างไม่รู้จบ และเป็นคุณสมบัติที่สร้างขึ้นตามสถานการณ์เฉพาะหน้า (พัฒนา กิติยาษา, 2546: 45) ส่วน อานันท์ กาญจนพันธ์ (2548ก: 120) กล่าวว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์นั้นเป็นความพยายามของผู้คนในสังคมที่ต้องการจะแสวงหาพื้นที่ทางสังคมและการแสดงออกทางวัฒนธรรม เพื่อเรียกร้องสิทธิในการดำรงอยู่อย่างแตกต่างและอย่างมีความเสมอภาคกับกลุ่มชนอื่น ๆ ความเป็นชุมชน จึงเป็นเรื่องของความเป็นตัวตน หรือบางคนอาจเรียกว่า อัตลักษณ์ (identity) ซึ่งความเป็นตัวตนอัน หลากหลายปรากฏในหลายรูปลักษณะที่มีความหมาย เพราะเป็นความพยายามจะบอกคนอื่นให้รู้ว่า ฉันเป็นใคร ซึ่งเป็นเรื่องของการเชื่อมโยงตัวเองกับคนอื่นในสังคม เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมิติ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรืออำนาจท้องถิ่น (local power) หรือสิทธิของชุมชน นั่นคือได้รับการยอมรับว่าตัวเองมีความชอบธรรม (อาภรณ์ จันทร์สมวงศ์, 2544: 21) การนิยามสิทธิของตนหรือเท่ากับการสร้างพื้นที่ทางสังคมขึ้นมาใหม่ เพื่อจัดและปรับความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับกลุ่มชนอื่น ๆ ในสังคมให้กลุ่มของตนมีที่ยืน และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ประชาสังคมขึ้นมาใหม่ โดยไม่ถูกเบียดขับไปเป็นคนชายขอบในสถานะเช่นนี้จึงเกิดการเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่ ๆ ขึ้นมากมาย เพื่อเรียกร้องความเป็น ตัวตนของชุมชนนั้น ๆ

G. Seal กล่าวถึงตัวอย่างหนึ่งของการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ชุมชน คือ วัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือที่เรียกว่า สื่อพื้นบ้าน ในทางนิเทศศาสตร์นั้นมีอยู่อย่างหลากหลาย เราอาจจัดแบ่งประเภทโดยใช้รูปแบบเป็นเกณฑ์ได้ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545: 3) คือ

1. รูปแบบสื่อที่เป็นวจนภาษา (verbal form) มีขอบเขตกว้างขวางตั้งแต่ คำคม ภาษิต บทกลอน เพลงพื้นบ้าน เพลงสอนเด็ก เรื่องเล่า ตำนาน ปรีศนาคำทวย ฯลฯ
2. รูปแบบสื่อที่เป็นพฤติกรรม (behavior form) เช่น ความเชื่อพื้นบ้าน ประเพณี ธรรมเนียม วิธีการรักษาพยาบาล งานเฉลิมฉลอง การเล่นเกม และการละเล่นต่าง ๆ เป็นต้น
3. รูปแบบสื่อที่เป็นวัตถุ (material form) เช่น งานฝีมือ การผลิตข้าวของเครื่องใช้ เครื่องตกแต่งร่างกาย เสื้อผ้า วิธีการทำอาหาร ฯลฯ
4. รูปแบบสื่อที่เป็นอวจนภาษา (non-verbal form) เช่น การแสดงอาภักิริยา การเต้นรำ การวาดภาพหรือเขียนอักษรบนฝาผนัง ฯลฯ

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมาย (interpretation)

Enos A. Mills (สารัฐ รัตนะ, 2547: 1-3) เป็นบุคคลที่คิดริเริ่มเรื่องโปรแกรมสื่อความหมายในปี ค.ศ. 1893 และ ดารณี ด่านวันดี (2549: 7) กล่าวว่า ได้มีการริเริ่มพัฒนาการการสื่อ

ความหมายในเวลาไล่เลี่ยกับการจัดตั้งกรมอุทยานแห่งชาติ ของ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งใน ปี ค.ศ. 1920 Stephen Mather อธิบดีอุทยานแห่งชาติคนแรก ได้ขอให้ C. M. Goethe พัฒนาโปรแกรม สื่อความหมายธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติโยเซมิเต้ ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ปี ค.ศ. 1953 ได้มีการจัดตั้ง กองสื่อความหมายขึ้นภายในกรมบริการอุทยานแห่งชาติและมีฝ่ายต่าง ๆ เกิดขึ้นเพื่อ รับผิดชอบงาน สื่อความหมายทั้งทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ งานประชาสัมพันธ์ สำหรับบุคคลที่ให้คำนิยาม ของคำว่าสื่อความหมาย (interpretation) และถือเป็นบิดาของการสื่อความหมายธรรมชาติ คือ Freeman Tilden (1987: 8) มีความเห็นว่า การสื่อความหมายเป็น กิจกรรมการศึกษาที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเปิดเผยความหมายและความสัมพันธ์ โดยการใช้สิ่งของวัสดุดั้งเดิม สิ่งที่ประสบด้วยตนเองหรือ ตัวกลางที่จัดแสดงมากกว่าการสื่อสารข้อเท็จจริงด้วยวิธีธรรมดา โดยที่กิจกรรมการ ศึกษาดังกล่าวจะ ไม่เป็นการสั่งสอน แต่เป็นการกระตุ้นผู้อ่านหรือผู้ฟังให้ขยายความสนใจและความรู้ ซึ่งจะนำไปสู่ ความเข้าใจถึงความจริงที่สำคัญและอยู่เบื้องหลังข้อเท็จจริงที่ปรากฏ ดังนั้น การสื่อความหมายจึง เป็นวิธีสื่อสารที่เน้นการถ่ายทอดความคิดมากกว่าการใช้ข้อมูลทั่วไป แต่ก็ต้องอาศัยข้อมูลเป็น พื้นฐานในการอธิบายเนื้อหาสาระให้เข้าใจอย่างชัดเจน ฉะนั้นสิ่งที่พยายามอธิบายเป็นเบื้องต้น คือ เนื้อหาสาระ (points) และความหมาย (meaning) แต่มิใช่ข้อมูลธรรมดา Ham Sam H. (1992: 156) ระบุถึง The Countryside Recreation Glossaries (England) ได้ให้คำนิยามว่า การสื่อความหมายเป็น กระบวนการที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ หรือบางสิ่ง ที่ น่าสนใจในพื้นที่นั้น โดยอธิบายให้ทราบถึงลักษณะของทรัพยากรและความสัมพันธ์ที่มีต่อกันและ Yorke Edwards (Canada) ได้กล่าวว่า การสื่อความหมาย มีองค์ประกอบอย่างน้อย 6 ประการ คือ การให้ข้อมูล บริการนำเที่ยว ให้การศึกษาให้ความเพลิดเพลิน การชวนเชื่อและการบันเทิง ส่วน Sharpe, et al. (1994: 462 – 463) กล่าวว่า การสื่อความหมาย คือ การบริการผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องการศึกษาเรียนรู้ และเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ไปเยือน การ สื่อความหมายเป็นการโยงใยการสื่อสารระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากรเหล่านั้นซึ่งจะช่วยให้ผู้มา เยือนพัฒนาความรู้และสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสภาพแวดล้อม เกิดความเข้าใจและซาบซึ้งในพื้นที่ที่มา เยือน รวมทั้งช่วยให้การเยือนในครั้งนั้นได้รับประสบการณ์และความรื่นรมย์ อันจะส่งผลให้ สามารถลดผลกระทบจากมนุษย์ต่อทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้น้อยลง โดยสรุปแล้ว การ สื่อความหมาย (interpretation) ที่ใช้กับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยทั่วไป หมายถึง กระบวนการ หรือวิธีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรม โดยใช้เทคนิควิธีการอย่าง เป็นศิลปะ และ ภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ประทับใจและเป็นการ กระตุ้นให้ตระหนักถึงความ สำคัญของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และความสำคัญของการอนุรักษ์ อัน จะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดีต่อไป (สุรเชษฐ์ เชนฐมาต, 2545; นำชวัญ วงศ์ประทุม,

2545: 9; Sharpe, 1983: 3 – 23) ปรัชญาของการสื่อความหมายธรรมชาติ ได้แก่ การสื่อความหมาย ต้องก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาทางด้านบวกต่อสภาพแวดล้อมนั้นคือ การปกป้องทรัพยากรนั่นเอง (สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2545; Freeman Tilden, 1987: 65 และ Ham Sam H, 1992)

ส่วน Sharpe (1983: 77) สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2545) และ สารัฐ รัตนะ (2545) ได้ระบุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายอย่างสอดคล้องกัน โดยสรุปได้ดังนี้ คือ

1. เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาจิตสำนึก (awareness) ความพึงพอใจ (appreciation) และความเข้าใจ (understanding) เกี่ยวกับพื้นที่ที่ไปเยือน นับเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว

2. เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการ โดยใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่หรือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการเช่น การสื่อความหมาย ช่วยให้การใช้ประโยชน์ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความระมัดระวัง และเกิดความคิดที่ว่าพื้นที่นั้นคือสถานที่พิเศษที่จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ การสื่อความหมาย จะช่วยลดผลกระทบที่ก่อความเสียหายแก่

3. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจในเป้าหมาย และจุดประสงค์ขององค์กรสาธารณะ ฉะนั้น ทุกหน่วยงานจะต้องมีข้อมูลข่าวสารสำหรับเผยแพร่ การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยสร้างภาพพจน์ให้แก่หน่วยงาน

4. เพื่อพัฒนาและช่วยเหลือสังคม และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ รวมทั้งสนับสนุนและเอื้ออำนวยให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่เหมาะสม ปลอดภัยและมีผลกระทบต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

หลักการของการสื่อความหมายอย่างมีคุณภาพ

Freeman Tilden (1987: 2 – 15) ได้กล่าวถึงหลักการสื่อความหมาย ดังนี้

1. การสื่อความหมายจะประสบความสำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อนำเสนอมีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน หรือประสบการณ์ของผู้ฟัง
2. การสื่อความหมายมิใช่เป็นเพียงการให้ข้อมูล แต่การสื่อความหมายจะต้องมีข้อมูลเป็นพื้นฐาน

3. การสื่อความหมายเป็นศิลปะ ซึ่งจะรวมศิลปะหลายอย่างเข้าด้วยกัน แม้ว่าสิ่งที่สื่อออกไปจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรม แต่อย่างไรก็ตาม ศิลปะทุกแขนงเราสามารถเรียนรู้ได้

4. การสื่อความหมายมิใช่การสอน แต่เป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ

5. การสื่อความหมายควรมุ่งไปที่การเสนอภาพรวมมากกว่าส่วนใดส่วนหนึ่ง ฉะนั้นเรื่องที่จะนำเสนอจะต้องเชื่อมโยงกันทั้งหมด

6. การสื่อความหมายที่จัดสำหรับเด็ก ไม่ควรมีเนื้อหาสาระน้อยกว่าผู้ใหญ่ แต่ให้ปรับวิธีการนำเสนอจะต้องแตกต่างกันออกไป ถ้าจะให้ดีที่สุดก็ควรจัดโปรแกรมแยกกัน

ต่อมา Field and Wagar (1976: 63) ได้สรุป หลักการของการสื่อความหมายไว้ 5 ประการ คือ

1. นักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวมีหลายประเภท ฉะนั้น จะต้องใช้สื่อความหมายที่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้พบกับบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เพลิดเพลินและเป็นกันเอง

3. ข้อมูลจะต้องเป็นที่น่าสนใจ

4. ข้อมูลจะต้องเข้าใจง่าย

5. การรับข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวเพื่อการแก้ไข

ส่วน Ham Sam H (1992: 77 – 81) ได้อธิบายว่า การสื่อความหมายที่มีคุณภาพจะต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ต้องเพลิดเพลิน การสื่อความหมายที่ดีจะต้องสนุก เพลิดเพลินไม่เกิดความเบื่อหน่าย เช่น การบรรยายที่รื่นหู สนุกสนาน หรือรูปแบบนิทรรศการที่จัดองค์ประกอบสวยงาม เนื้อหาน่าสนใจ บางชนิดก็มี 3 มิติ บางชนิดเป็นเกมส์ทดสอบความรู้ เป็นต้น

2. ต้องเชื่อมโยงกับผู้รับสื่อ การสื่อความหมายจะต้องเป็นข้อมูลที่มีความหมาย คือ สารที่สามารถเชื่อมโยงกับสิ่งที่อยู่ในสมองเรียบร้อยแล้ว เข้าใจเรื่องที่มีพื้นฐานอยู่บ้าง ฉะนั้นจึงต้องพยายามพูดเรื่องให้ผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงได้ สิ่งที่ยกบรรยายแล้วเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ฟังได้แก่ เรื่องตัวเอง ครอบครัวของเรา สุขภาพ ความมั่งคั่ง ความยากจน คุณภาพชีวิต หลักการความเชื่อ และการลงโทษ เป็นต้น

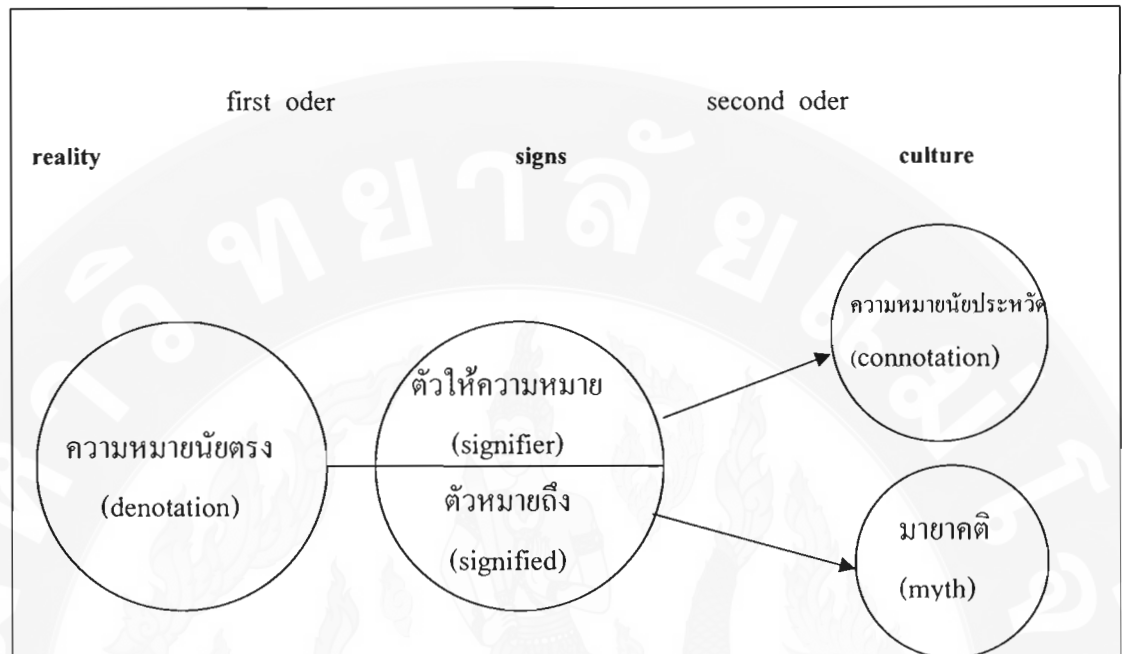
3. ต้องเรียบเรียงอย่างดี การสื่อความหมายที่ดีจะต้องทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ทันที ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับ การได้เรียบเรียงเนื้อเรื่องได้ดีเพียงใด ซึ่งจะต้องเข้าใจง่าย โดยปกติจะเริ่มต้นด้วย หัวข้อเรื่อง หัวข้อรองเพื่อขยายความ และมีคำอธิบายรายละเอียดตามลำดับ

4. ต้องมีใจความสำคัญ เมื่อบรรยายจบลงแล้วจะต้องสรุปได้ใจความ (theme) ได้เพียง 1 ประโยค ปกติใจความแต่ละหัวข้อจะมีคำอธิบายและขยายความ ไม่เกิน 5 ประการ เพราะ ถ้ามกกว่านี้จะจำได้ยาก

ประโยชน์ของการสื่อความหมายที่มีต่อผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวหรือ ผู้รับสาร และการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ การเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับคนที่ได้สัมผัสเกิดความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เข้าใจถึงภาพรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยว เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ช่วยลดการทำลายทรัพยากรในพื้นที่นั้นนันทนาการ ช่วยปกป้องสภาพแวดล้อมของพื้นที่นันทนาการ ช่วยปลูกฝังความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกรักตัวเองเป็นเจ้าของ กระตุ้นให้สาธารณชนร่วมในกระบวนการรักษาสิ่งแวดล้อม (ดร.รชนี เอมพันธุ์, 2545ก; และนภวรรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ, 2541: 88)

กระบวนการสร้างความหมายและการสื่อสาร

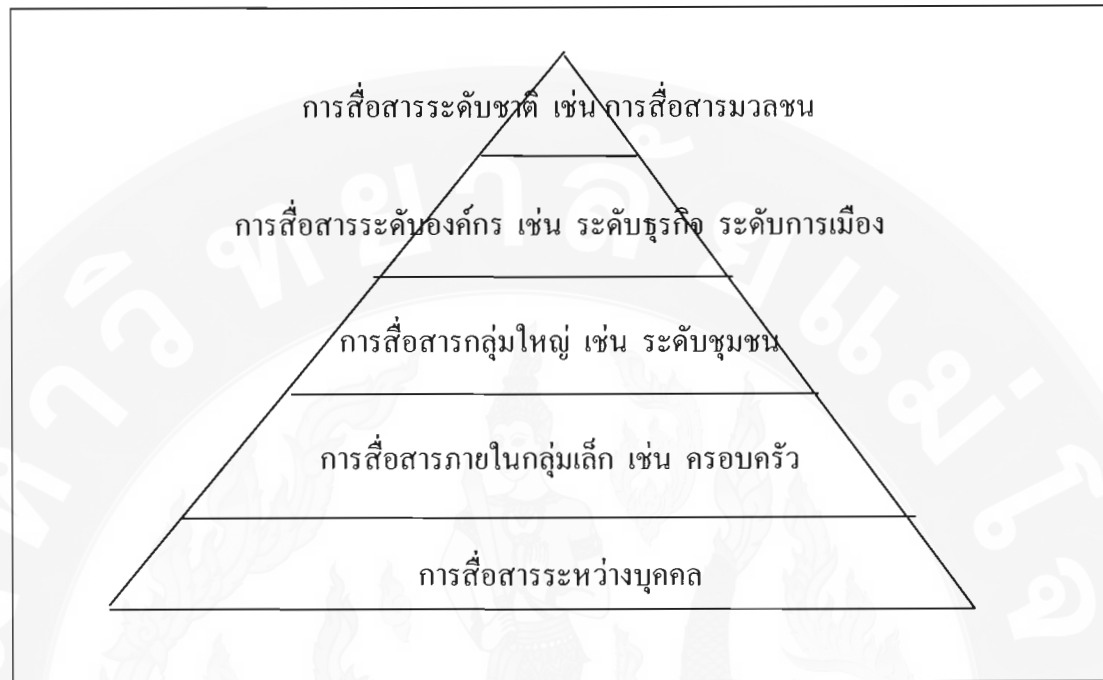
Roland Barthes (อ้างใน สมเกียรติ ตั้งนโม, 2550; รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548: 197) ได้เสนอแนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างความหมาย โดยกำหนดว่าจะต้องมี ขั้นตอนความหมาย (meaning) เป็นความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานระหว่างสัญลักษณ์กับตัวอ้างอิง กล่าวคือ เป็นการให้ความหมายกับสิ่งที่กล่าวถึงโดยตรง เป็นความหมายที่มีลักษณะสากล เป็นสภาวะวิสัย มีความหมายเดียวสำหรับทุกคน คือ อ้างอิงขึ้นมาโดยไม่มี การประเมินคุณค่าจากตัวผู้ใช้ความหมาย และปราศจากความโน้มเอียงในค่านิยมใดค่านิยมหนึ่ง ต่อมาขั้นตอนที่ 2 ความหมายนัยประหวัด (connotative meaning) เป็นความหมายทางสังคม ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมการรับสารในแต่ละบริบทสังคม ความหมายทางสังคมจะเกิดขึ้นได้จากการกำหนดรูปแบบของตัวหมายหรือตัวให้ความหมาย (signifier) ได้แก่ การควบคุมความหมายทางสังคม และภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามสามารถมีความหมายได้มากกว่าหนึ่งความหมายโดยแปรตามสภาวะเศรษฐกิจ สังคม จัดเป็นตัวหมายถึง (signified) ตัวคิดนามธรรมได้และความหมายยังแปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ ขั้นตอนที่ 3 มาซากติ (myth) คือ เรื่องเล่าเกี่ยวกับวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ให้อธิบายข้อเท็จจริง หรือความเป็นไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก่อให้เกิดการตีความที่มีบริบททางสังคมหรือวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย อธิบายได้ตามภาพ ดังนี้



ภาพ 2 กระบวนการสื่อความหมาย

ที่มา: Roland Barthes (สมเกียรติ ตั้งนโม, 2550)

Alistotle (ผ่องพรรณ ลวนานนท์, 2545: 1 – 3) กล่าวว่า การสื่อความหมายหรือการสร้างความหมาย ถือเป็น ส่วนหนึ่งของการสื่อสาร (communication) การสื่อสารมาจากภาษาละตินว่า communis แปลว่า ความร่วมมือกันหรือความคล้ายคลึง หากวิเคราะห์ตามรากศัพท์แล้ว การสื่อสารก็คือ การสร้างความเหมือนกัน หรือการสร้างลักษณะร่วม เป็นการแสวงหา วิธีการชักจูงใจ ที่มีอยู่ทุกรูปแบบ ซึ่งเป็นศิลปะที่สามารถฝึกฝนกันได้ ส่วน Shannon and Weaver (1962: 25 – 26) ระบุว่า การสื่อสารมีความหมายครอบคลุมถึงวิธีการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งกระทบจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง วิธีการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับสื่อและสารประเภทต่าง ๆ อย่างเป็นกระบวนการโดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งนี้ การสื่อสารมักจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสาร รับข่าวสารนั้น ๆ ตรงตามความต้องการของผู้ส่งสาร โดยมีระดับของการสื่อสารตามที่ Denis Mcquail (1994: 7) กล่าวว่า ระดับของการสื่อสารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มของสังคมตามระดับต่าง ๆ สามารถแสดงเป็นรูปปิรามิด และเป็นการสื่อสารที่ใช้กันมากในสังคม ตั้งแต่กระบวนการจัดการข่าวสารในตนเอง ซึ่งกระทำในระดับการสื่อสารภายในของตนเอง การสื่อสารระหว่างบุคคลระดับจำนวนคน 2-3 คน การสื่อสารภายในกลุ่มเล็ก เช่น ครอบครัว การสื่อสารกลุ่มใหญ่ เช่น สมาคม หรือองค์กรระดับชุมชน และการสื่อสารองค์กรรวมทั้งการสื่อสารระดับชาติ เช่น การสื่อสารมวลชน เป็นต้น ดังภาพต่อไปนี้

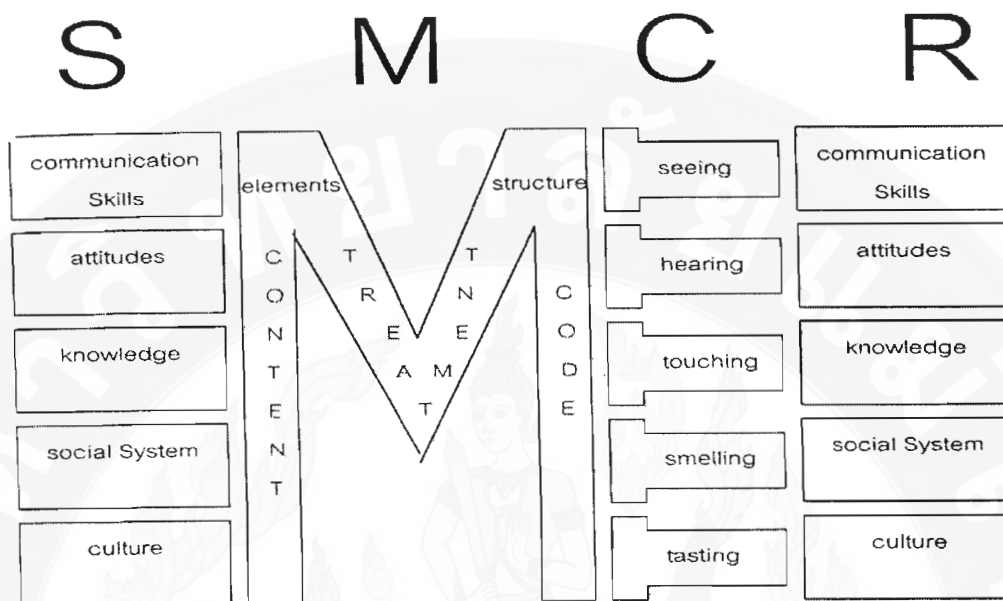


ภาพ 3 ระดับของการสื่อสาร

ที่มา: Denis Mcquail (1994: 7)

นอกจากนี้ Shannon and Weaver (1962: 26) ระบุว่า กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้โดยสารมาจากแหล่งกำเนิดแล้วเดินทางสู่จุดหมายปลายทางไปตามทิศทางที่แน่นอนเป็นเส้นตรง อันประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ผู้ส่งสาร (source) การเข้ารหัส (encoding) สัญญาณ (signal) การถอดรหัส (decoding) ผู้รับสาร (receiver) ปฏิกริยาสะท้อนกลับ (feedback) อย่างไรก็ตาม ในขณะที่กระบวนการสื่อสารดำเนินไปนั้นอาจมีสิ่งรบกวนหรือสัญญาณรบกวน (noise) ที่เป็นอุปสรรคเกิดขึ้นได้ ความเที่ยงตรงในการสื่อสารขึ้นอยู่กับลักษณะทางเทคนิค

ส่วน David K. Berlo (ผ่องพรรณ ลวนานนท์, 2545: 2 – 12) อธิบายว่า การสื่อสารคือถ้อยคำที่บรรยายกระบวนการของการสร้างความหมาย การสร้าง คือ การที่ข่าวสารอาจจะถูกรวบรวมมาจากภายนอก แต่ความหมายนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้ส่งสาร และได้เสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารโดยใช้ชื่อว่า SMCR Model (source message channel receiver) การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) และผู้รับสาร (receiver) ดังภาพ 4 ต่อไปนี้



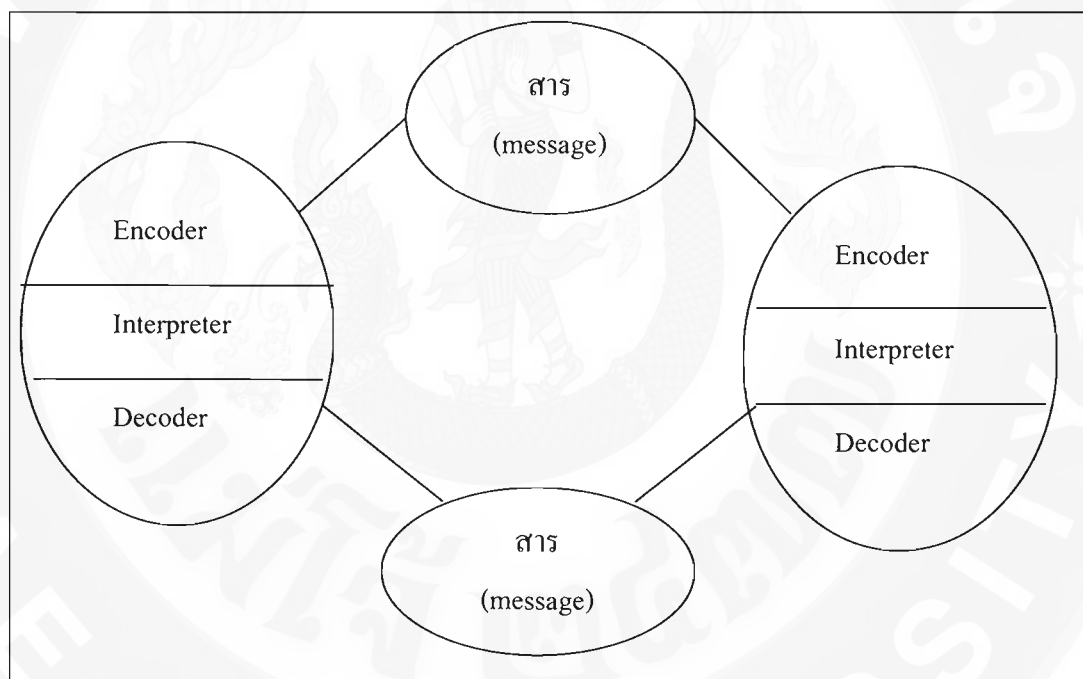
ภาพ 4 กระบวนการสื่อสารของ David K. Berlo (1960)

ที่มา: David K. Berlo (พ้องพรรณ ถวนานนท์, 2545: 11)

1. ผู้ส่งสาร (source) ขึ้นอยู่กับ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม
2. สาร (message) ขึ้นอยู่กับ รหัส เช่น ใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์อย่างไรผู้รับสารจึงจะเข้าใจได้โดยง่าย เนื้อหา และการจัดเสนอ ซึ่งทั้งรหัส เนื้อหา และการจัดเสนอประกอบด้วย ส่วนย่อย และโครงสร้าง
3. ช่องทางการสื่อสาร (channel) สื่อ (media) มีความหมายทั้งการเข้ารหัส การถอดรหัส หมายถึง สิ่งที่น่าสาร เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ และยังรวมถึงพาหนะของสิ่งที่น่าสาร ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทในการรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นการเห็น ได้ยิน สัมผัส ได้กลิ่น และการลิ้มรส
4. ผู้รับสาร (receiver) หรือ จุดหมายปลายทาง (destination) ต้องประกอบไปด้วย ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม

Wilbur Schramm (1968: 4 – 8) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับ กระบวนการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นความพยายามที่มีจุดมุ่งหมายในการที่จะทำให้เกิดความเหมือนกันระหว่าง แหล่งกำเนิดสาร และผู้รับสาร กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารใส่รหัสสารของเขา นั่นคือ เมื่อนำข้อมูลหรือความรู้สึกที่เขาต้องการแบ่งปันแล้วเปลี่ยนรูปแบบที่สามารถส่งออกไปได้เมื่อ สารถูกเข้ารหัสและถูกส่งออกไปแล้ว ประสบการณ์ (field of experience) เป็นสิ่งสำคัญในการ

ตัดสินใจว่าสารที่รับ ณ จุดหมายปลายทางนั้น ผู้รับจะเข้าใจตรงกันกับที่ผู้ส่งตั้งใจให้เป็นหรือไม่ ถ้าผู้ส่งและผู้รับสารปราศจากประสบการณ์ที่เหมือนกัน เช่น ภาษา ภูมิหลัง วัฒนธรรม ฯลฯ โอกาสที่สารจะได้รับการตีความได้ถูกต้องนั้นน้อยมาก ดังนั้นจึงต้องอาศัยข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ว่าเป็นวิธีการที่จะแก้ไขปัญหของสิ่งรบกวน Wilbur Schramm ยังกล่าวว่า ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถสับเปลี่ยนบทบาทกันได้ในขณะที่การสื่อสารกำลังดำเนินไป ถ้าเขาเป็นผู้ส่งสารเขากำลังทำหน้าที่เป็นผู้เข้ารหัส (encode) สารให้เป็นสัญญาณที่สามารถเข้าใจได้ทั้ง 2 ฝ่าย ผู้รับสารก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ถอดรหัส (decode) สารที่ได้รับแล้วตีความสารนั้น แล้วจึงตอบกลับไปยังผู้ส่งสารอีก ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นวงกลมไม่ใช่เป็นเส้นตรง ดังภาพ 5 ต่อไปนี้



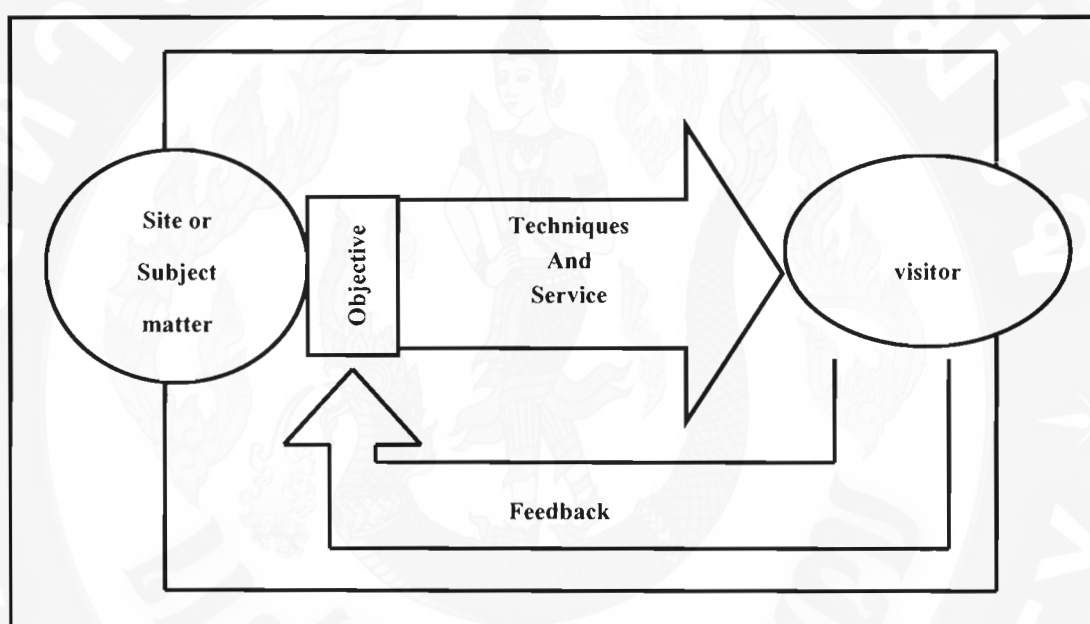
ภาพ 5 แบบจำลองของสื่อสาร Wilbur Schramm

ที่มา: Wilbur Schramm (1968: 8)

แบบจำลองการวางแผนระบบสื่อความหมาย (interpretative system planning model)

การวางแผนระบบสื่อความหมาย เป็นการเตรียมล่วงหน้าเพื่อกำหนดรูปแบบโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยเสนอแนะกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติไปสู่วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย แบบจำลองกระบวนการสื่อความหมายมีความสอดคล้องกับกระบวนการสื่อสาร ที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อหรือตัวกลาง และผู้รับสารอันเป็น

องค์ประกอบในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติและพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา โดยนักสื่อความหมายจะต้องริเริ่มจากการคัดเลือกพื้นที่หรือเลือกสิ่งต้องการสื่อแล้วจึงกำหนดวัตถุประสงค์โดยลำดับแรก คือต้องชัดเจนและสอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่ จากนั้น จึงกำหนดเทคนิควิธีการนำเสนอ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่ม เป้าหมาย (visitor) และสุดท้ายสิ่งที่นักสื่อความหมายต้องการคือผลสะท้อนกลับ (feedback) ของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การประเมินผลว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ดังภาพ



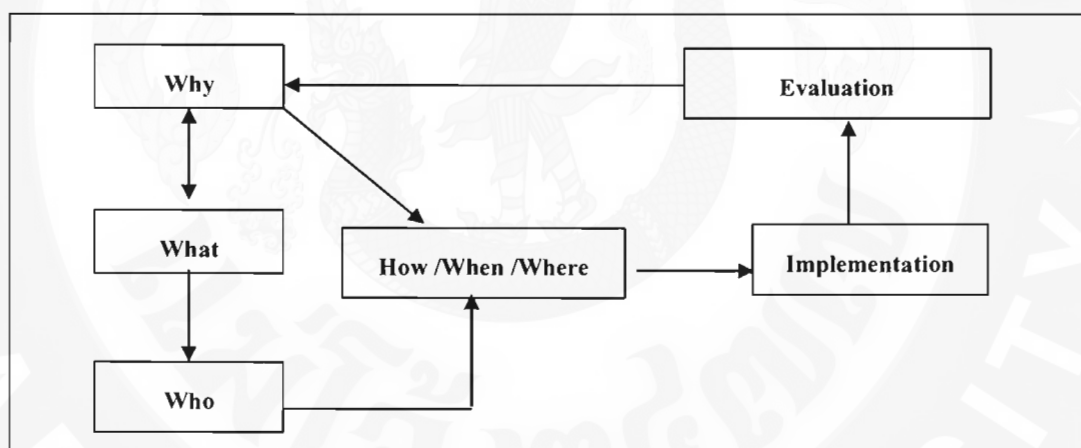
ภาพ 6 แบบจำลองกระบวนการวางแผนสื่อความหมาย

ที่มา: สุรเชษฐ์ เขษจุมาส (2545)

การวางแผนระบบสื่อความหมาย (interpretative system planning) เป็นกิจกรรมให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยสร้างความเชื่อมโยง และสอดคล้องกลมกลืนทั้งในเรื่องเนื้อหาสาระที่ทำการสื่อความหมาย วิธีการ วัสดุ และการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมาย เพื่อให้การสื่อความหมายบรรลุวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ เพื่อกำหนดรูปแบบของการสื่อความหมายอย่างเป็นระบบ เพื่อดอบสนองวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายในพื้นที่ และเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้เกิดการสื่อความหมายในพื้นที่

ส่วนแบบจำลองการวางแผนระบบสื่อความหมาย โดย Veverka Jone. A (1994: 140 – 162) ได้อธิบายว่า กระบวนการแรก คือ ตัวทรัพยากรหรือสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย (what) จากนั้นกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าทำไมต้องมีการสื่อความหมาย (why) สื่อเพื่อใครซึ่งต้อง

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (who) หรือ กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์ แล้วกำหนดรูปแบบและวิธีการสื่อ พร้อม สิ่งอำนวยความสะดวกองค์ประกอบของระบบสื่อความหมาย กำหนดว่าพื้นที่ไหนจะสื่อหัวข้อย่อย/สาระสำคัญอะไร เทคนิคการสื่อใด จะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือองค์ประกอบอะไรบ้าง และควรดำเนินการช่วงเวลาไหน จัดเรียงลำดับความสำคัญของกิจกรรมสื่อความหมายให้ชัดเจน (how / when / where) และเพื่อนำแผนระบบไปสู่การปฏิบัติ ต้องกำหนดงบประมาณ ค่าใช้จ่าย ดำเนินงาน พร้อมระบุหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง หน่วยงานสนับสนุน (implementation & operation: I&O) สุดท้ายคือ การจัดรูปแบบการติดตามประเมินผล (so what) โดยอาจจะประเมินตามแต่ละประเภทของสื่อ หรือเชิงพื้นที่เพื่อจะสรุปว่าแผนระบบสื่อความหมายนั้น สามารถสนองวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ อย่างไรก็ตาม การวางแผนระบบจะต้องพิจารณาควบคู่เป็นโครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวในระดับภาค/ระดับจังหวัด เพื่อการพิจารณาในระดับภาพรวมของพื้นที่ที่ทำการศึกษาทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนกัน อธิบายดังภาพ ต่อไปนี้



ภาพ 7 แบบจำลองการวางแผนระบบสื่อความหมาย

ที่มา: Veverka Jone. A (1994: 160)

โปรแกรมสื่อความหมายและประเภทของตัวกลางที่ใช้ในงานสื่อความหมาย

โปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง ความพยายามทั้งหมดที่ทำให้การสื่อความหมายเกิดขึ้นได้ โดยใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และสิ่งที่ต้องการสื่อไปสู่สาธารณชน โดยโปรแกรมสื่อความหมายจะเกิดขึ้นได้ต้องใช้งบจ่ายต่างๆ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว นักสื่อความหมาย และ

ตัวกลาง หรือสื่อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดการของพื้นที่ในการเลือกประเภทการสื่อความหมายแบบใช้บุคคล หรือการสื่อความหมายไม่ใช้บุคคล (นภวรรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ, 2541: 68)

สำหรับ ตัวกลางหรือประเภทของสื่อ เป็นสิ่งที่ช่วยในการถ่ายทอดความหมาย เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสาร ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะนำความรู้ แนวคิด ความรู้สึกหรือความสำนึกที่ได้กำหนดความรู้ นั้น ไปสู่ผู้รับ เพื่อให้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้ ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนแนวความคิด ค่านิยม และทักษะระหว่างบุคคล กลุ่มชนและสังคม (อิสระ ชาญศรี, 2533: 9) ประเภทของตัวกลางที่ใช้ในงานสื่อความหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล (personal service หรือ attended service) หมายถึง นักท่องเที่ยวจะติดต่อโดยตรงกับนักสื่อความหมายโดยผ่านตัวกลาง เช่น การบริการด้านเอกสาร (information duty) การนำกลุ่ม (conducted activity) เช่น การนำเดินบนทางเดินเท้า การสื่อความหมาย โดยการพูด (talks to groups) การสื่อความหมายประวัติศาสตร์ โบราณคดีและวัฒนธรรม (living interpretation) โดยสรุปแล้ว สื่อประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหรือประชาสัมพันธ์ ภัณฑุเทศก์ท้องถิ่น วิทยากร นักสื่อความหมาย และการสาธิต การแสดงต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

2. การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล (non-personal Service หรือ unattended service) หมายถึง นักท่องเที่ยวจะสัมผัสตัวกลางโดยไม่ผ่านนักสื่อความหมาย แบ่งเป็น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (visitor center) โสตทัศนูปกรณ์ (audio visual) ตัวกลางโดยการเขียน (written material) ได้แก่ เครื่องหมาย (sign and symbol) แผ่นป้ายบรรยาย (labels) และสื่อสิ่งพิมพ์ (publication) อาทิ แผ่นพับ (brochure) แผ่นปลิว (leaflet) โปสเตอร์ (poster) จุลสาร (booklet) นิทรรศการในร่ม (indoor exhibition) นิทรรศการกลางแจ้ง (outdoor exhibition) กิจกรรมที่ดำเนินด้วยตนเอง (self guided activity) ได้แก่ เส้นทางเดินเท้าสื่อความหมาย (self guided trail) เส้นทางรถยนต์สื่อความหมาย (self guided auto tour) การสื่อความหมายนอกฤดูกาลหรือนอกสถานที่ (off-site, off-season media)

ความแตกต่างระหว่างสื่อชนิดต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับ ลักษณะของสื่อ และประโยชน์ในการใช้ซึ่งควรพิจารณาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เนื้อที่ เวลา ความเร็วในการถ่ายทอด ความคงทนถาวร และที่สำคัญคือ ลักษณะการมีส่วนร่วม กล่าวคือ สื่อจะมีลักษณะที่ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเข้าไปมีส่วนร่วมหรือสร้างประสบการณ์ให้กับประชาชนตามความมากน้อยของสื่อแต่ละประเภท (อิสระ ชาญศรี, 2533: 12-14)

วิธีการและขั้นตอนดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย

วิธีการและขั้นตอนดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยสรุปจาก อิศระ ชาญศรี (2533: 12-14) นภวรรณ ฐานะกาญจน์ และคณะ (2541: 68) สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2545) ฤกษ์รัตน์ ปักกันทรและคณะ (2550: 56-68) Ham Sam H (1992) และ Veverka Jone. A (1994: 160) ได้ดัดขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดภาพรวมและกรอบของการวางแผน โดยมีกิจกรรมหลัก คือ ทบทวนข้อกำหนดโครงการ (term of references) ศึกษาขอบเขตของงานที่จะดำเนินการ ทบทวนนโยบายและวัตถุประสงค์ของการจัดการ และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพื้นที่เพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาและภาพรวมเบื้องต้นของระบบสื่อความหมาย
2. สืบค้นและรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ของนักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเด่นและข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการซึ่งจะมีผลต่อการบำรุงรักษาและการใช้งานสื่อความหมายต่อไปในอนาคต เช่น บุคลากร ระบบไฟฟ้าและระบบประปา งบประมาณในการบำรุงรักษา เป็นต้น เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจออกแบบระบบสื่อความหมาย
3. วิเคราะห์และประเมินปริมาณและคุณภาพของกิจกรรมและวิธีการสื่อความหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างเป็นระบบ (system analysis) โดยทำการวิเคราะห์ในส่วนต่างๆ ที่ให้บริการด้านสื่อความหมาย สักยภาพของทรัพยากรการสื่อความหมาย และประเมินข้อจำกัดของการสื่อความหมายในพื้นที่และกำหนดภาพรวมของการสื่อความหมายที่จำเป็นต้องปรับปรุง แก้ไข รื้อถอนหรือนำเสนอในรูปแบบใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกันทั้งพื้นที่
4. กำหนดวิธีการและเค้าโครงหลัก (theme) ในการสื่อความหมายในแต่ละบริเวณที่เป็นขอบเขตพื้นที่ศึกษา โดยให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกันทั้งพื้นที่ ตลอดจนไม่ให้เกิดการซ้ำซ้อนกัน พร้อมระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมแต่ละประเภทให้ชัดเจน
5. ร่างแผนและออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับ Theme และวิธีการที่กำหนดไว้ในข้อ 4
6. นำเสนอและระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายฯ
7. จัดทำแผนระบบสื่อความหมายและออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายฉบับสมบูรณ์
8. นำแผนดังกล่าวไปดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่
9. ประเมินประสิทธิภาพของ โปรแกรมสื่อความหมาย

10. ให้บริการ พร้อมทั้งติดตามประเมินผลเพื่อปรับปรุงแก้ไข

การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องสามารถบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย (สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2545 ; Freeman Tilden, 1987: 65; Ham Sam H, 1992) คือ การสื่อความหมายต้องก่อให้เกิด

1. ความรู้และความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding)
2. ความพึงพอใจ หรือความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation)
3. พฤติกรรมการช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพแวดล้อมนั้นต่อไป (through appreciation, protection) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาทางด้านบวกต่อสภาพแวดล้อมนั้นคือการปกป้องทรัพยากรนั่นเอง

การประเมินประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายส่วนใหญ่มีการประเมินผลจากความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อตัวกลางสื่อความหมาย ดังจะเห็นจากงานวิจัยของ ดารากร เจียมวิจักขณ์ (2532: 68) บุษบง กฤษณะ โยธิน (2534: 97) และจิรวลย์ ต่อศรี (2534: บทคัดย่อ) ที่ได้มีการศึกษาและประเมินตัวกลางสื่อความหมาย จากความพึงพอใจของผู้มาเยือน โดยจำแนกตามชนิด คุณลักษณะของตัวกลาง ประโยชน์ใช้สอย ความจำเป็น ความน่าสนใจ เนื้อหา เป็นต้น ตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (the use and gratifications approach) ซึ่ง E. Katz J. G. Blumler and M. Gurevitch (1983 อ้างใน ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ, 2541: 109 – 112) ระบุว่า ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับผู้รับสาร และจะศึกษาผู้บริโภคสื่อหรือพฤติกรรมการสื่อสารเป็นจุดเริ่มต้นมากกว่าสารจากสื่อ เนื่องจากผู้รับสารเป็นผู้กระทำการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าเป็นฝ่ายถูกกระทำจากสื่อ และการบริโภคสื่ออาจบรรลุความพึงพอใจได้แตกต่างกัน ผู้รับสารจะเชื่อมโยงความต้องการ (need) ของตนในการเลือกใช้สื่อ เนื้อหาสื่อเพียงอย่างเดียวนั้นไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจได้อย่างถูกต้อง คุณลักษณะของสื่อ (media characteristics) เป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในแต่ละครั้งแตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ในการประเมินประสิทธิภาพของ โปรแกรมสื่อความหมาย ตามเป้าหมายของปรัชญาการสื่อความหมายในด้าน ความรู้ความเข้าใจ (knowledge) ทักษะคติ (attitude) พฤติกรรมการยอมรับปฏิบัติ (practice) จะเห็นว่ามีความสอดคล้องกับ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรม (KAP theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้งสาม ซึ่ง

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533: 120 – 124) และ Barlo K. David (สร้อยตระกูล ธรรมมานะ, 2542: 64 – 65) กล่าวถึง KAP theory ว่าเป็นการศึกษาที่เน้นผลกระทบของการสื่อสารต่อตัวผู้รับสาร อันจะสะท้อนถึงพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสาร KAP มักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนสังคมโดยให้เห็นถึงการสื่อสารหรือสื่อในฐานะตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ความรู้ (knowledge) ในพจนานุกรม Webster Dictionary ของ Smith (1977) Good (1973) อุทุมพร ทองอุไทย (2523: 145) Bloom et al. (กรรณิกา พิมพ์ศรี, 2547: 30 – 32) Lynch A. (1996: 75) ได้ให้คำจำกัดความที่สอดคล้องกัน โดยสรุปว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์และโครงสร้างที่เกิดขึ้นจากการศึกษาหรือการค้นหา หรือเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของหรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์หรือจากรายงาน การรับรู้ข้อเท็จจริงเหล่านี้ต้องชัดเจนและอาศัยระยะเวลา บุคคลจะเก็บรวบรวมไว้เพื่อสำรับนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งบุคคลจะจำได้ ระลึกได้อาจจะโดยการนึกได้ การมองเห็น ได้ยินก็จำได้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ มาตรฐาน เป็นต้น และความเข้าใจนั้นจะเป็นขั้นต่อมาจากความรู้ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จำเป็นต้องใช้ความสามารถทางสมองและทักษะที่สูงขึ้นจนถึงระดับของการสื่อความหมาย ได้แก่ การแปลความหมาย การให้ความหมายและการคาดคะเน การตีความและการสรุปอ้างอิง ส่วนระดับความรู้ สามารถจำแนกเป็น 6 ระดับ จากขั้นที่ง่ายไปสู่ขั้นที่ยากได้แก่ ระดับ ความรู้ ความจำ ความเข้าใจ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินค่า และการประยุกต์ใช้ ซึ่งต่างเป็นผลของการเรียนรู้ สร้างความคิดรวบยอดและสามารถนำไปใช้ในการดำรงชีวิตได้ สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเป็น ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย หมายถึง การรับรู้ข้อเท็จจริง และมีความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับ กฎเกณฑ์และโครงสร้าง หรือสถานที่ สิ่งของหรือบุคคล ที่เป็นเนื้อหาสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยว

ทัศนคติ (attitude) ตามราชบัณฑิตยสถาน (2531) ได้ระบุใน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้คำจำกัดความว่า ความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นคำสมาสระหว่างคำว่า ทัศนะ ซึ่งแปลว่า ความเห็น กับ คติ ซึ่งแปลว่า แบบอย่างหรือลักษณะ เมื่อรวมกันเข้าจึงแปลว่า ลักษณะของความเห็น และ Good (1973) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ หรือค่านิยมหนึ่ง โดยจะมีความรู้สึกและอารมณ์มาเกี่ยวข้องอยู่ในความเหื่อนนั้นซึ่งทัศนคติสังเกตไม่ได้ แต่อารมณ์จะอนุมาน ได้จากพฤติกรรมทั้งวาจาและท่าทาง ซึ่งสอดคล้องกับ นภวรรณ ฐานะกาญจน์ (2545ก) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นสภาวะความโน้มเอียงด้านจิตใจอยู่ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองและมีอิทธิพลต่อความผันแปรในการตอบสนอง เป็นการตอบสนองในเชิงประเมินค่าไม่ว่าจะเป็นไป

โดยเปิดเผยหรือไม่เปิดเผยซึ่งมีทิศทางทั้งบวกและลบ ทั้งนี้ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรงแต่สามารถแปลความ อ้างอิงได้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า นอกจากนี้ ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545: 105) กล่าวเพิ่มเติมว่า ทัศนคติ เป็นสภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึกและแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของและสถานการณ์ ไปในทิศทางใด ทิศทางหนึ่งและสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่บนานพอสมควร ทัศนคติเป็น ตัวกำหนด หรือ กระตุ้น โน้มน้ำวจิตใจให้เกิดพฤติกรรมทั้งภายในและภายนอก เป็นการประเมินค่าเป็นเครื่อง กำหนดขอบเขตของพฤติกรรมอย่างมีทิศทางซึ่งมี 2 ทิศทางหลัก คือ สนับสนุนหรือต่อต้าน และ ปริมาณของทัศนคติ มีตั้งแต่พอใจอย่างยิ่ง ปานกลาง จนถึงไม่พอใจอย่างยิ่ง ความเข้มข้นก็แล้วแต่ว่าจะมีความรู้สึกสุดปลายไปด้านใด (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540; ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545: 105) องค์ประกอบของทัศนคติเป็นระบบที่มีลักษณะที่มั่นคงอันหนึ่งซึ่ง นภวรรณ ฐานะกาญจน์ (2545ก: และศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545: 105) ต่างอธิบายองค์ประกอบของทัศนคติ อย่างสอดคล้อง คล้ายคลึงกัน โดยสรุปแล้วประกอบ 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ความคิด ความเข้าใจ ด้านการรู้ (cognitive component)
2. ด้านท่าทีความรู้สึก (affective component or feeling component)
3. ด้านแนวโน้มในเชิงพฤติกรรมหรือการกระทำ (action tendency component or behavioral component)

สรุปได้ว่า ในการพิจารณาทัศนคติไม่ได้พิจารณาแต่เพียงอารมณ์หรือการใช้เหตุผลอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เป็นการรวมทั้ง การใช้ความคิด เหตุผล การใช้ความรู้สึก อารมณ์และแนวโน้มที่จะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมภายนอกประกอบกันด้วย สำหรับการวัดทัศนคติไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่สามารถวัดได้จากพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม วิธีวัดทัศนคตินั้นมีหลายวิธีด้วยกัน แต่ละวิธีมีทั้งข้อดีและข้อเสียโดยสามารถที่จะตัดสินใจเลือกใช้วิธีการวัดแบบใดแบบหนึ่งหรือหลายแบบก็ได้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2546: 211) ได้กล่าวถึง วิธีการวัดทัศนคติที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับคือ วิธีการของลิเคิท (likert scale) เป็นแบบทดสอบทัศนคติที่ Likert (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546) ได้สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามที่เป็นประโยค และมีหัวข้อให้เลือก คือ เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างมาก ทัศนคติทางบวกจะได้คะแนนมาก ทัศนคติทางลบจะได้คะแนนน้อย ถ้านำแต่ละข้อรวมกัน หากค่าเฉลี่ยก็จะสามารถทราบถึงทัศนคติต่อประเด็นศึกษานั้น ๆ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา ทัศนคติที่มีต่อ โปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ หรือค่านิยมหนึ่งโดยจะมีความรู้สึกและอารมณ์มาเกี่ยวข้องอยู่ในความเห็น อันเกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรยอมรับปฏิบัติ (practice) คำว่า พฤติกรรม ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษ คำว่า behavior ได้มีผู้ให้คำจำกัดความหลายประการ ดังเช่นในพจนานุกรมลงแมนของ Rogert (1984) ได้ให้คำจำกัดความว่า พฤติกรรม เป็นการกระทำเพื่อตอบสนองการกระทำทางจิตวิทยาแต่ ละบุคคล และเป็นปฏิกิริยาในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอก รวมทั้งเป็นกิจกรรม การกระทำต่าง ๆ ที่เป็นไปอย่างมีจุดมุ่งหมาย สังเกตเห็นได้หรือเป็นกิจกรรมการกระทำต่าง ๆ ที่ได้ ผ่านการใคร่ครวญมาแล้วหรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้ตัว ส่วนไพบูลย์ เทวรักษ์ (2537: 184) และวิภาพร มาพบสุข (2543: 56) ต่างให้ความหมายสอดคล้องใกล้เคียงกันว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ และปฏิกิริยาอาการทุกอย่าง เป็นอาทิปฏิกิริยาทั้งหมดของบุคคลไม่ว่าการกระทำหรือการแสดงอาการ นั้นบุคคลจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามเพื่อตอบสนอง ต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้น ซึ่งได้แบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะคือ พฤติกรรมปกปิดหรือพฤติกรรม ภายใน (covert behavior) และพฤติกรรมเปิดเผยหรือพฤติกรรมภายนอก (overt behavior) นอกจากนี้ สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2533: 122 – 124) กล่าวว่า การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันเนื่องจาก ความรู้ ทัศนคติของบุคคลที่ต่างกัน เกิดขึ้นได้เพราะความแตกต่างจากการเปิดรับข่าวสาร การแปล ความสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกันอันจะเป็นผลกระทบต่อพฤติกรรม ของบุคคล ซึ่งบางครั้ง เรียกว่า พฤติกรรมกรยอมรับปฏิบัติหรือการมีส่วนร่วมของบุคคลในกิจกรรม ต่าง ๆ (behavior peactice) สรุปแล้ว พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ โดยมีองค์ประกอบของพฤติกรรม ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 ส่วน ด้วยกัน คือ พฤติกรรมด้านความรู้ (cognitive domain) พฤติกรรมด้านทัศนคติ ถ้านิยม ความรู้สึก ความชอบ (affective domain) พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (psychomotor domain) สำหรับการวิจัย ครั้งนี้ ได้จำแนกพฤติกรรมภายใน (covert behavior) ที่ต้องการศึกษาเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมกรอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ปัจจัยที่ทำให้การสื่อความหมายมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารที่จะให้ผลสมบูรณ์อย่างแท้จริงนั้นย่อมขึ้นกับหลักการสำคัญ ซึ่งมีผู้ที่ กล่าวถึง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของการสื่อความหมายไว้มากมาย เช่น อิสระ ชาณูศรี (2533: 14 – 20) ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539: บทคัดย่อ) อัญชลี พุ่มศรี (2543: 46 – 50) เอื้อเอ็นดู ดิสกุล ณ อยุธยา (2543: 10 – 13) สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2545) ดร.รชนี เอมพันธุ์ (2545ก) สารัฐ รัตนะ (2545) ตติยา เทพพิทักษ์ (2546: 189-240) สารัฐ รัตนะ (2547: 53) คารณี คำวันดี (2549: (1-1) – (5-10)) ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549: 123) สุวิทย์ วงศ์จิรวาณิชย์ (2549: 1 – 148) Freeman Tilden (1987: 65) และ Ham Sam H. (1992: 120-122) ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร

เป็นแหล่งกำเนิดสารหรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิด เหตุการณ์ต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารอาจเป็นเพียงบุคคลเดียวหรือหลายคน เช่น สถาบันองค์กร เป็นต้นซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารอย่างยิ่งโดยมีปัจจัยดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร
2. ทักษะในการสื่อสาร
3. ทักษะ ได้แก่ ทักษะติดต่อตนเอง ทักษะติดต่อเนื้อหา และทักษะติดต่อผู้รับสาร
4. ความรู้ หรือระดับความรู้
5. ระบบสังคมและวัฒนธรรม เช่น ค่านิยม ความเชื่อ
6. ประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ

ปัจจัยด้านตัวกลาง หรือสื่อ (channel or media)

หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งให้ผู้รับสารโดยสารจะเป็นตัวแทนของความคิดที่ส่งผ่านไปตามสื่อ และไปกระตุ้นให้เกิดความหมายแก่ผู้รับสาร

1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ
2. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ
3. ความชัดเจนของเนื้อหา
4. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี
5. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง
6. การเชื่อมโยงผู้รับสื่อ
7. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ
8. กระบวนการติดต่อสื่อสาร
9. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม
10. เสริมสร้างเอกลักษณ์ของพื้นที่
11. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ
12. ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอ
13. วัสดุอุปกรณ์ในการจัดสร้างเหมาะสม

ปัจจัยด้านผู้รับสาร

ผู้รับข่าวสารถือเป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง การคำนึงถึง ผู้รับสารหรือผู้ใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมายเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้การสื่อสารเกิดผลกระทบที่มีประสิทธิภาพสูงสุดดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารหรือผู้ใช้ประโยชน์ร่วมกับการวิเคราะห์ทรัพยากรในการสื่อความหมาย การให้ความสำคัญต่อผู้รับสารนั้นเป็นไปเช่นเดียวกับหลักของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะเริ่มต้นที่ลูกค้า จากความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าและค้นหาสิ่งที่มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าแล้วย้อนกลับไปศึกษาคุณสมบัติของสินค้าและระบุโครงสร้างของข่าวสารซึ่งต้องติดต่อกับผู้รับข่าวสารที่เป็นเป้าหมาย โดยมีปัจจัยด้านผู้รับสาร ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ พื้นฐานความรู้ หรือระดับการศึกษา แรงจูงใจ ความต้องการ ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะ ทักษะคิด ความคาดหวัง ความตระหนัก ประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ ทักษะในการสื่อสาร
2. ปัจจัยกรอบอ้างอิง ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มสังคม ศาสนา ระบบสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ขนาดกลุ่ม
3. ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อม ได้แก่ อุณหภูมิ เวลา สถานที่ โดยสรุปแล้ว การสื่อความหมายให้มีประสิทธิภาพได้นั้น ผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้รู้เรื่องราวและเข้าใจข้อเท็จจริงของข่าวสารที่จะเผยแพร่ เนื้อหาของสารควรจะเหมาะสมกับพื้นฐานของผู้รับ สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมของสังคมนั้นๆ รวมทั้งวิถีและเครื่องมือ หรือการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสืบค้นรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนารูปแบบการจัดทำการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถจำแนกเป็น 3 ประเด็น คือ การจัดทำและพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย การประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมาย และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ซึ่งสรุปได้ดังนี้

การจัดทำและพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย

การจัดทำและพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย พบว่า ส่วนใหญ่ มีการพัฒนาระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยงานวิจัยที่มีการจัดทำและพัฒนาสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นั้นมักพบในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ดังที่ ยูพเรศ วัชยาฉิม (2540: 114 – 116); ฉลอง นุ้ยฉิม (2542: บทคัดย่อ); ชลลดา สิริพิฑูรย์ (2543: บทคัดย่อ); สมพร จรูณแสง (2546: 73 – 76) ต่างได้ทำการศึกษาและพัฒนาาระบบสื่อความหมายในอุทยานแห่งชาติ โดย ยูพเรศ วัชยาฉิม (2540: 114 – 116) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนากลุ่มมือศึกษาธรรมชาติประจำเส้นทางเดินป่าในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน มีรูปแบบการทดลองเป็นแบบกลุ่มเดี่ยวทดสอบก่อนและหลังการใช้คู่มือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เดินป่าโดยใช้คู่มือมีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับความคิดเห็นต่อการใช้คู่มือที่สร้างขึ้น พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ฉลอง นุ้ยฉิม (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา การพัฒนากลุ่มมือสื่อความหมายธรรมชาติและประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า โดยทำการทดลองกับนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 45 คน มีรูปแบบการทดลองแบบกลุ่มเดี่ยว วัตถุประสงค์ 2 ครั้ง พบว่า กลุ่มมือสื่อความหมายธรรมชาติและประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้ามีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ธรรมชาติและประวัติศาสตร์ในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก นอกจากนี้

ชลลดา สิริพิฑูรย์ (2543: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางการสื่อความหมายธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน พบว่า สื่อที่นักท่องเที่ยวจำเป็นและได้ใช้ส่วนใหญ่ ได้แก่ เครื่องหมาย แผ่นป้าย และสัญลักษณ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจสื่อในระดับปานกลาง และเห็นว่าควรมีการเพิ่มปริมาณในเรื่องความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ

สมพร จรูณแสง (2546: 73 – 76) ได้ศึกษา การพัฒนากลุ่มมือศึกษาธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวประจำเส้นทางเดินป่า อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน พบว่า คู่มือฯ มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพธรรมชาติในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจคู่มือมาก โดยมีความเห็นว่า คู่มือน่าสนใจ ควรที่จะพัฒนาและผลิตคู่มือขึ้นเพื่อเผยแพร่และจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ใช้ในโอกาสต่อไป

จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นว่า สื่อที่มีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาเยือนและมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ธรรมชาติและประวัติศาสตร์

ในอุทยานแห่งชาติได้คือนั้นคือ กลุ่มมือศึกษาธรรมชาติ นอกจากนี้ยังพบว่า สื่อที่นักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการ ได้แก่ เครื่องหมาย แผ่นป้าย และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในอุทยานแห่งชาติ

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน พบว่า มีการศึกษาถึง การนำเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของชุมชนมาสื่อความหมาย ดังเช่น วิไลภรณ์ จิรวินนเศรษฐ์ (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) โดยศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การท่องเที่ยวแบบที่พักทางวัฒนธรรมหรือโฮมสเตย์ ทำให้ประเทศไทยมีสินค้าที่จะนำเสนอสู่นักท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน ชาวบ้านได้ใช้ความรู้และภูมิปัญญาจัดการการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น ซึ่งชาวบ้านมีการใช้สื่อพื้นบ้านทั้งครรลองโสด ครรลองทศน์ ครรลองโสดทศน์ รสหรือกลั่น และครรลองทักยะ นับเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสื่อพื้นบ้านในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวจนเกิดเศรษฐกิจชุมชน นอกจากนี้

ณัฐนาท เนตรนิคม (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเพณีกับความตระหนักด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีของนักเรียน กรณีศึกษาเปรียบเทียบนักเรียนในเขตจังหวัดสุโขทัยกับกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประวัติศาสตร์โบราณคดีมากที่สุด คือ สื่อประเภทหนังสือเรียน รองลงมาคือ สื่อบุคคล (ครู อาจารย์) และสื่อโทรทัศน์ นักเรียนส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยสูงที่สุดในเรื่อง คุณค่าของสื่อประเพณีในแง่การให้ความรู้และสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน และเห็นว่า การมีสื่อประเพณีอยู่ในท้องถิ่นจะส่งผลให้ท้องถิ่นของตนเจริญขึ้นได้

วิไลพร สาคกริก (2545: 140 – 152) ได้วิจัยเรื่อง การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน โดยพบว่า การสร้างเอกลักษณ์เกิดจากวัฒนธรรมพื้นฐานของชุมชนซึ่งสามารถใช้เทคนิควิธีในการสื่อความหมาย เช่น คำขวัญ การสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน การอนุรักษ์สถาปัตยกรรม การจัดงานประเพณี เทศกาล ฯลฯ ส่วนการสื่อระหว่างบุคคลนั้น ควรดำเนินการระหว่างหน่วยงาน ชาวบ้านในชุมชน และสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว สำหรับการรับรู้เอกลักษณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่า หัวหินมีเอกลักษณ์ที่เกิดการรับรู้ได้แก่ เมืองที่เงียบสงบ เมืองเจ้าชาย สถานที่ตากอากาศ ท่องเที่ยวและอาหาร

การจัดทำและพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น สรุปจากงานวิจัยที่กล่าวมาจะเห็นว่า ชุมชนท่องเที่ยวควรมีการนำเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของชุมชนมาสื่อความหมาย โดยใช้ความรู้และภูมิปัญญาจัดการการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นและใช้เทคนิควิธีในการสื่อความหมาย เช่น คำขวัญ การสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์

อนุสรณ์สถาน การอนุรักษ์สถาปัตยกรรม การจัดงานประเพณี เทศกาล ฯลฯ ส่วนการสื่อบุคคลและระหว่างบุคคลโดยดำเนินการระหว่างหน่วยงาน ชาวบ้านในชุมชน และสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังพบการสื่อความหมายผ่าน การใช้สัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณา ดังที่ รักษิต มั่นพลศรี (2545: 146 - 168) ได้ใช้สัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหาจากภาพยนตร์โฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน ระหว่างปี 2541 - 2544 , การสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ผลิตสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทตัวแทนโฆษณาจำนวน 8 คน และ การดำเนินสนทนากลุ่มกับผู้อ่านสารนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 12 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 72 คน โดยอาศัยแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของการโฆษณา และ ทฤษฎีสัญญะวิทยา เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ผลิตสารสร้างและถ่ายทอดสัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีจุดมุ่งหมาย 2 ประการ ได้แก่ การเที่ยวเพื่อตนเอง และ การเที่ยวเพื่อชาติ ซึ่งสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สร้างสื่อความหมายหลักของการเที่ยวเพื่อตนเอง นำไปสู่ความหมายที่แสดงถึง การปลดปล่อย ผ่อนคลาย และ ความสนุกสนาน มีชีวิตชีวา ในขณะที่สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการสร้างสื่อความหมายหลักของการเที่ยวเพื่อชาติ นำไปสู่ความหมายที่แสดงถึง ความภูมิใจ และ ความเป็นชาตินิยม 2) กลุ่มผู้อ่านสารส่วนใหญ่ที่สามารถอ่านความหมายของสัญลักษณ์ในแบบเดียวกับที่ ผู้ผลิตสารต้องการ คือ กลุ่มผู้อ่านสารวัยรุ่นและวัยทำงาน และ 3) ผู้อ่านสารส่วนใหญ่สามารถอ่านความหมายของสัญลักษณ์ได้ตรงตามที่ผู้ผลิตสารต้องการ แสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตสารสามารถควบคุมทิศทางการอ่านความหมายของผู้อ่านสารส่วนใหญ่ได้ และพบว่า ความสามารถของผู้ผลิตสารในการควบคุมทิศทางการอ่านความหมายของผู้อ่านสารเป็น ผลมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น ผู้ผลิตสารมีการใช้รหัสอย่างหลากหลาย ผู้ผลิตสารมีการจัดระบบรหัสที่ควบคุมสัญลักษณ์มากกว่าหนึ่งระบบ และผู้ผลิตสารมีลีลาการนำเสนอเนื้อหาสารที่สอดคล้องกับภูมิหลังของผู้อ่านสาร

จากข้อสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นข้อมูลสำคัญที่ได้นำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสื่อประเภทต่างๆที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ โดยเฉพาะการศึกษากับชุมชนท่องเที่ยวที่ต้องตระหนักถึงการนำเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของชุมชนมาสื่อความหมาย อีกทั้งสื่อที่มีการพัฒนาและทดลองใช้ในพื้นที่ศึกษาชุมชนประมงพื้นบ้านกวันพะเขา จังหวัดพะเยานั้น ได้มีการพัฒนา คู่มือสื่อความหมาย และการจัดทำภาพยนตร์ หรือหนังสือเกี่ยวกับอัตลักษณ์ วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน โดยชุมชนจัดทำร่วมกับ ออบเชยฟิล์ม เป็นต้น

การประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมาย

งานวิจัยเกี่ยวกับ การประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีการประเมินผลจาก ความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อตัวกลางสื่อความหมายชนิดต่าง ๆ และประเมินความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาที่สื่อความหมาย โดยเน้นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติ ดังเช่นงานของ อิศระ ชาญศรี (2533: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อธรรมชาติในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และนันทนาการแก่นักท่องเที่ยว บริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย โดยพบว่า สื่อความหมายธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้มากที่สุด คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย รองลงมาได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ เจ้าหน้าที่สื่อความหมายและแผ่นพับ นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจความหมายของสื่อประเภทต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 84 ไม่ทราบว่ามีทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ ร้อยละ 72.7 รวมทั้ง นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจความหมายและวัตถุประสงค์ของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 50 ดังนั้น อุทยานแห่งชาติภูกระดึง ควรมีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมนี้ให้มาก

บุญบง กฤษณะ โยธิน (2534: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของตัวกลางในการสื่อความหมายการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว บริเวณอุทยานแห่งชาติน้ำตกพริ้ว จังหวัดจันทบุรี พบว่า สื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดได้แก่ เครื่องหมาย แผ่นป้าย และเส้นทางศึกษาธรรมชาติ สื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง ได้แก่ แผนที่ และเจ้าหน้าที่ผู้แนะนำ ส่วนสื่อที่มีประสิทธิภาพน้อย คือ ฝ่าขประชาสัมพันธ์ของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพริ้ว นิทรรศการและแผ่นพับหรือเอกสารแจก ส่วนข้อความที่เข้าใจมากที่สุดคือ ท่องเที่ยวเพลินตา ถ้าทิ้งของถูกที่ สื่อที่นักท่องเที่ยวจำเป็นและใช้มากที่สุด คือ เครื่องหมาย แผ่นป้าย รองลงมาได้แก่ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ อีกทั้งยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่เพศต่างกันมีความเข้าใจในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมต่างกันด้วย

ชีวะภาพ ชีวะธรรม (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประเมินและปรับปรุงคุณภาพเส้นทางศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง อ่างกา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ พบว่า การเดินศึกษาธรรมชาติโดยมีคู่มือแบบแผ่นพับ ให้ผลดีกว่าไม่มีคู่มือแบบแผ่นพับ โดยมีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

วิภาดา ผิวสวัสดิ์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิเคราะห์กิจกรรมนันทนาการและประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา พบว่า กิจกรรมนันทนาการที่นักท่องเที่ยวคาดหวังหรือต้องการและได้ประกอบมากที่สุด คือ

การดำเนินงานต้นชมปะการัง ส่วนโปรแกรมสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง คือ การนำศึกษาธรรมชาติโดยเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ และโปรแกรมสื่อความหมายที่ใช้บริการมากที่สุด คือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติบนบก รองลงมาคือ นิทรรศการ และพบว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้เพิ่มขึ้นหลังจากที่ใช้บริการ โปรแกรมสื่อความหมาย

สุภาพร ล้ำวรรณวงศ์ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อ โปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้มาเยือนส่วนใหญ่คาดหวังการมาพักผ่อน ชื่นชมศึกษาธรรมชาติมากที่สุด และคาดหวังจะใช้สื่อความหมายชนิดป้ายให้ข้อมูล ป้ายนิทรรศการมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายฯนั้นอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจนั้น ได้แก่ ความคาดหวังต่อกิจกรรมและต่อบริการสื่อความหมาย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิสำเนา ประสบการณ์มาเยือน จำนวนครั้งที่มาเยือน

พรพรรณ วีระปรียาภูร (2550: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง มาตรการออกแบบและบริหารจัดการสถาปัตยกรรมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีการศึกษาในอุทยานแห่งชาติทางทะเลและอนุสรสถานเขตภาคกลางประเทศไทย พบว่า ควรมีมาตรการในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบพหุภาคีที่ให้ชุมชนเป็นฐานของการบริหารจัดการ ด้วยมาตรการออกแบบและบริหารจัดการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพสถาปัตยกรรม ศักยภาพในการพัฒนาวิธีการจัดการ และการออกแบบสถาปัตยกรรม

ข้อสรุปการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวจากงานวิจัยข้างต้น พบว่า ชนิดตัวกลางที่มีประสิทธิภาพสื่อความหมายในอุทยานแห่งชาติส่วนใหญ่เป็นสื่อประเภทไม่ใช่บุคคล ได้แก่ เครื่องหมาย แผ่นป้าย นิทรรศการ ป้ายให้ข้อมูล และเส้นทางศึกษาธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม การวิจัยด้านประสิทธิภาพการสื่อความหมายที่ผ่านมามากไม่มีการประเมินในด้านพฤติกรรมการณ์การอนุรักษ์ ซึ่งตามปรัชญาการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องสามารถบรรลุเป้าหมายหรือต้องก่อให้เกิด ความรู้และความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) ความพึงพอใจ หรือความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) และพฤติกรรมการณ์การช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพแวดล้อมนั้นต่อไป (through appreciation, protection) ดังนั้น ในการศึกษารุ่นนี้จึงได้มีการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายโดยใช้หลักการประเมิน 3 ด้านดังกล่าวมาประยุกต์ใช้

การมีส่วนร่วมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

การวิจัยด้านการสื่อสารและการมีส่วนร่วมมีผู้ศึกษาซึ่งพบประเด็นที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542); ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 64-66) ศึกษาและพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในเชิงการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในเชิงการเมือง เชิงสังคมชุมชน และชาตินา พุฒนวล (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารของคณะกรรมการบริหารชุมชนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา โดยพบว่า การรับรู้บทบาทคณะกรรมการบริหารชุมชน และความพึงพอใจของประชาชนต่อการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา นอกจากนี้ บทบาทของสื่อบุคคลในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่ง ธนยพร พงษ์โสภณ (2539: บทคัดย่อ) ได้ให้ความสำคัญกับบทบาทพระสงฆ์ในฐานะเป็นสื่อบุคคลที่สามารถชี้นำ ปลุกจิตสำนึกประชาชน ให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในกรณีที่มีการเลือก ใช้วิธีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน การชี้นำผ่านองค์กรพัฒนาท้องถิ่น โดยมีผู้นำชุมชนคอยติดตามผลต่าง ๆ ส่วน รุจิรา สุภาษา (2542) ได้ศึกษาการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการสร้างสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชน โดยพบว่า การมีส่วนร่วม ของประชาชนส่วนใหญ่มักปรากฏในลักษณะของการแสดงความคิดเห็น การให้ข้อมูลและการช่วยกำหนดประเด็นในการนำเสนอ รวมทั้งประชาชนมีส่วนร่วมในฐานะผู้แสดง หรือผู้ใช้สื่อ การประเมินผล การช่วยเผยแพร่สื่อ และเริ่มมีส่วนร่วมในระดับผู้วางแผนบ้าง

กัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง (2542: บทคัดย่อ) ได้ให้ความสนใจกับการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านเวทีการประชุมซึ่งสื่อสารเห็นหน้ากัน โดยตรงได้ช่วยในการลดช่องว่างของความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ของบุคคลได้ตลอดจนช่วยให้ผู้เข้าร่วมมีความกล้าในการแสดงความคิดเห็นรับฟังกันมากขึ้น ตลอดจนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ และความรู้สึกผูกพันกับแผนการพัฒนาได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม การออกแบบกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิ่งสำคัญต่อการกระตุ้นให้ประชาชนก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐ

ลักขณา สัมมานิธิ และคณะ (2549: 1 – 158) ได้ทำการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมต่อการจัดภูมิทัศน์วัดในเขตเวียงโบราณ กรณีศึกษา: วัดสองแคว กิ่งอำเภอค้อหล่อ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีกระบวนการมีส่วนร่วมที่เน้น การจัดเวทีสาธารณะ การประชุมชาวบ้านเพื่อรับฟังความคิดเห็น และเก็บข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดภูมิทัศน์ และพบว่า ชุมชนมีความพึงพอใจสภาพภูมิทัศน์ในวัดระดับน้อย หลังจากมีการออกแบบปรับปรุงภูมิทัศน์แล้วเสนอต่อเวทีสาธารณะ พบว่า

ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการออกแบบภูมิทัศน์อยู่ในระดับมาก ผลจากการออกแบบดังกล่าวก็จะนำเสนอต่อผู้นำชุมชนเพื่อดำเนินการต่อไป

งานวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการสื่อสารส่วนใหญ่เป็น การสื่อสารที่มุ่งให้เกิดการพัฒนาชุมชน แต่ยังไม่มียงานเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน อย่างไรก็ตามพบข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บทบาทของบุคคลในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม พบว่าพระสงฆ์มีความสำคัญต่อการเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณและเป็นสื่อบุคคลในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี การมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านเวทีการประชุมเป็นเทคนิคที่ทำให้เกิดการสื่อสารเห็นหน้ากันโดยตรงซึ่งจะช่วยในการลดช่องว่างของความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ของบุคคลได้ และถ้าประชาชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาช่วยทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการพัฒนาที่เกิดขึ้น

ภาคสรุป

โลกของเราไม่ได้มีความหมาย การท่องเที่ยวว่า เป็นเรื่องของธุรกิจ เศรษฐกิจ เท่านั้น แต่มีความหมายรวมถึง มวลมนุษยชาติจะได้เรียนรู้และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน การที่คนเรามีความเข้าใจความเป็นอยู่ของคนอื่น ๆ นั้นแหละเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในโลกนี้และในช่วงขณะนี้ เป็นคำกล่าวโดย กัสตาโว่ ดิเอซ ออร์คาส ประธานาธิบดีประเทศเม็กซิโก (สมบัติ กาญจนสมบัติ, 2544: 22 – 45 อ้างใน กรรณิกา พิมลศรี, 2547: 58-62) การท่องเที่ยว เป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาล ประชาชนท้องถิ่นซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (McIntosh and Goeldner, 1990: 5) การที่แหล่งท่องเที่ยวใด ๆ นั้นจะประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องมีปัจจัยสำคัญคือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (attraction) ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 60 – 68) ดังนั้น การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว ให้เกิดความดึงดูดใจและประทับใจเมื่อมาสัมผัสได้นั้นจำเป็นต้องใช้กระบวนการสื่อสาร เสมือนเป็นการนำเสนอสัญญาณต่าง ๆ มาใช้ในด้านกรท่องเที่ยวให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และสื่อความหมายของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้ เช่น การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการนำเอกลักษณ์ของไทยโดยใช้ภาพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น วัด พระพุทธรูป แหล่งธรรมชาติ

ประเพณีไทย ในการนำเสนอ ซึ่งถือเป็นการใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายของ ความเป็นไทยและ เมืองไทย ดังนั้น ผู้ผลิตสร้างสัญลักษณ์ต่าง ๆ และแนวทางที่ผู้อ่านสารจะเข้าใจสัญลักษณ์นั้น ๆ จึงอยู่ที่ ผู้ผลิตสาร (producer) มากกว่าการเป็นแต่ผู้ส่งสาร และ ผู้อ่านสาร (reader) มากกว่าผู้รับสาร (receiver) ตามทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยา (semiology theory) ซึ่ง วิลัยพร ศาคริก (2545: 14) Ferdinand De Saussure (วิลัยพร ศาคริก, 2545: 13) และ Stuart Hall (สมเกียรติ ตั้งนโม, 2550) Charles Pierce อธิบายว่า แท้ที่จริงแล้วไม่มีสิ่งที่เรียกว่า "ความเป็นจริง" ที่ลอยอยู่ในสุญญากาศ แต่ความเป็นจริงทุกอย่างรอบตัวเราล้วนแล้วแต่มีผู้สร้างขึ้นมาเป็นกระบวนการสร้างความหมาย หรือ วิธีการที่จะนำเอา สัญลักษณ์ต่าง ๆ มาใช้ตีความหมายภายในตัวบทอันเป็นผลผลิตทั้งหมดของการสื่อสาร นอกจากนี้ กระบวนการสร้างความหมาย เป็นเพียงความสัมพันธ์ของระบบสัญลักษณ์ที่มีต่อระบบอ้างอิงอย่างเป็น สภาวะวิสัยและ ในแต่ละวัฒนธรรมก็จะสร้างสัญลักษณ์ขึ้นมาแทนสภาวะวิสัย ซึ่งเรียกว่า ตัวหมาย เมื่อคนในแต่ละวัฒนธรรมได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้สัญลักษณ์ของสภาวะวิสัยก็จะเข้าใจ ภาพในใจ หรือภาพในความคิด ซึ่งเรียกว่า ตัวหมายถึง เป็นการสร้าง ความเป็นจริง ในสังคม ซึ่งอาจจะมียู่ หลายชุดตามลักษณะของสื่อ แล้วเผยแพร่ถ่ายทอด ความเป็นจริง ด้วยวิธีการที่ เรียกว่า การเข้ารหัส (encoding) เพื่อให้ผู้รับสาร ถอดรหัส (decoding) กลับความหมาย กลายเป็นความรู้ ในการ เผยแพร่ความเป็นจริงที่ผู้สร้างสารถ่ายทอดไปยังสังคม นั้น ตามทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร (communication theory of modernization) ที่กล่าวถึง การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนา สังคม ระบบสื่อสารคือกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้าย ซึ่ง Daniel Lerner Everett M. Rogers (1971); J. P. Chaplin (1973); Kart Deutsch Everett M. Rogers and Floyde F. Shoemaker; John F. Cragan and Donald C Shields (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547ก: 19 – 25) อธิบายสอดคล้องกันว่า การพัฒนาหรือความทันสมัย ความเจริญ นั้นเกิดจากการสื่อสารซึ่ง ก่อให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม ทำให้มีการปลูกฝังจินตนาการอันเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนที่ ประเภทต่าง ๆ จนก่อให้เกิดการพัฒนามาสู่สังคม หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เนื่องจากการ สื่อสารเป็นสื่อหรือตัวนำความรู้ ความคิด ข่าวสารทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุมาจากสังคม ที่เรียกว่า การแพร่กระจายสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปทั่วสังคมตามช่องทางต่างๆ ไปสู่ผู้รับสารได้รับรู้ ประเมินค่าแล้วอาจนำมาใช้ ถือเป็นการขัดเกลาทางสังคมแบบหนึ่ง เพราะเป็นการถ่ายทอด วัฒนธรรมจากคนหนึ่งไปยังอีกคน รวมทั้งเป็นการเรียนรู้ระหว่างกันของคนด้วยกระบวนการ ถ่ายทอดซึ่งมีทั้งเนื้อหาสาระและการฝึกความชำนาญในการใช้เนื้อหาสาระนั้นด้วยทำให้สามารถ ปลูกฝังจินตนาการใหม่ หรือเป็นช่องทางในการสร้างสังคมใหม่ส่งผลกระทบต่อให้เกิดการเคลื่อนที่ ประเภทต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแบบการคิด อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีการพัฒนาหรือ มีความทันสมัยด้วยนวัตกรรมใหม่ ทั้งนี้ การที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพได้

จะต้องเข้ากับ สังคมวัฒนธรรมในชุมชนนั้น ดังนั้นจึงควรให้ ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารตามที่ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (phenomenology theory) อธิบายไว้ว่า ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมมีเหตุมาจากสมาชิกในสังคมนั้นเป็นสำคัญ ปรากฏการณ์หนึ่งใดจะมีความหมายอย่างไรโดยย่อแล้วแต่คนแต่ละชุมชน หรือสังคมจะสร้างความหมาย ความจริงของสังคมคนขึ้นมาแล้วดำเนินชีวิตตามแนวทางที่สร้างขึ้น ดังนั้น สังคมนั้น ๆ จะมีลักษณะอย่างไร มีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น การศึกษาหรือการพัฒนาสังคมใดสังคมหนึ่ง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วม หรือศึกษาสังคมจากโลกชีวิตโดยมองผ่านสายตาของสมาชิกในสังคมนั้น Peter Berger และ Thomas Luckmann (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2550: 190 – 201) ดังนั้น การที่จะสร้างสัญญา หรือ ความหมาย ที่จะสะท้อนอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนท้องถิ่นได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้คนในสังคม หรือชุมชนนั้น ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการการพัฒนา อันหมายถึง การดำเนินการเป็นขั้นตอนจากจุดเริ่มต้น ซึ่งเป็นภาวะหรือสภาพชุมชนที่ไม่พึงปรารถนา ดังนั้น จึงต้องการเปลี่ยนแปลงไปจนถึงจุดสุดท้ายของการพัฒนาอันเป็นเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นสภาพที่สังคมปรารถนา ไม่ว่าจะสถาบันนั้นจะกำหนดไว้ว่าอย่างไร กิจกรรมหรือขั้นตอนจะมีจำนวนเท่าใด นับแต่เริ่มจนจบกระบวนการ หรือ การบรรลุสู่เป้าหมาย ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีเป้าหมายในการวิจัยเพื่อพัฒนาคน กลุ่มคน ในชุมชนท้องถิ่นในการได้แสดงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของท้องถิ่นตนเองออกมา และเกิดความภาคภูมิใจ หวังแทนทรัพยากรในแผ่นดินของตนเอง รวมทั้งเป็นที่ประจักษ์แก่ ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว อันเป็น กระบวนการสร้างความหมาย หรือการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ของชุมชนแล้วนำเสนอไปสู่นักท่องเที่ยว ให้เกิดความดึงดูดใจให้มาเยือน ได้เรียนรู้ เข้าใจในอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และประทับใจเมื่อได้สัมผัส

การสื่อความหมาย การสร้างอัตลักษณ์บนรากฐานของทรัพยากรการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวซึ่งจะต้องดำเนินการเป็นกระบวนการโดยพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (system approach) รวมทั้งพิจารณาระบบย่อย (sub system) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยวและยึดหลักการของ การจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นฐาน แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (tourism management on sufficiency economy concept) และการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism development) ตามที่ จุฑามาศ บารมีชัย และคณะ (2550: 58 – 70); คณะกรรมการการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 1 – 48); ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550: 15 – 40); World Tourism Organization (2006) อธิบายหลักการทั้ง 2 แนวคิด ว่า ต่างมีความสอดคล้องกันในการหาความสมดุล ในกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การขับเคลื่อนของอุปสงค์ อุปทาน และพลังทางการตลาดมาเป็นการหาความพอดีที่จะ

ไม่ละเลยความเปลี่ยนแปลง ในขณะที่เดียวกันต้องถนอมรักษาฟื้นฟูแหล่งนารายได้ ระบบเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการใช้ปัญญาขับเคลื่อน พัฒนาการท่องเที่ยว ให้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระแสอนุรักษ์ แสวงหาความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ ทำให้การท่องเที่ยวไม่ใช่เรื่องของ การบันเทิง หรือการบริโภคสิ่งต่าง ๆ แต่เพียงด้านเดียว แต่ยังหมายถึง ความเรียบง่ายที่จะหาได้จาก สภาพแวดล้อมอย่างสมดุลพอดีพอประมาณ เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม มากกว่ามิติทาง เศรษฐกิจ รักษาคุณภาพของสิ่งต่าง ๆ ระหว่างการแสวงหากำไรเพียงให้มีรายได้พอประมาณแต่ให้ มีอย่างสม่ำเสมอและไม่กระทบถึงการใช้ประโยชน์ จากสิ่งแวดล้อมมากจนเกินไป โดยพิจารณาใน 3 มิติ คือ มิติด้านเศรษฐกิจ ครอบคลุมเรื่อง เศรษฐกิจมหภาค/จุลภาค และการท่องเที่ยวเป็นรายได้ เสริม มิติด้านสิ่งแวดล้อม การกระจายทรัพยากรอย่างเป็นธรรม ให้ประชาชนมีโอกาสใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว และมิติด้านสังคมมองว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้เป็น เครื่องมือในการฟื้นฟู ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และการสร้างเครือข่ายทางสังคม การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (people participation) คือ การนำชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่ง ของการท่องเที่ยว ถือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอำนาจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ตลอดจนเป็นการ ถ่ายโอนอำนาจจากบุคคลผู้มีอำนาจลงไปสู่สมาชิกในชุมชน และเกี่ยวข้องกับการเพิ่มพลังอำนาจ ให้กับสมาชิกในชุมชนในการร่วมกันคิด และร่วมกันตัดสินใจในเรื่องราวต่าง ๆ ตลอดจนร่วม ปฏิบัติการพัฒนาชุมชนในทิศทางที่เหมาะสม (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2549: 16 – 18) จึงสรุปได้ ว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนา เป็นการมุ่งเน้นให้ชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาซึ่งเป็นการ พัฒนาที่มาจากฐานราก โดยการให้ชุมชนวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง ให้รู้จักการคิดเป็น แก้ปัญหา เป็น และมีการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีใหม่ๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและส่งผลให้ประชาชนในชุมชน ได้มีส่วนรับผิดชอบต่อตนเองและชุมชน ของตนได้อย่างแท้จริง

ดังนั้น การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ควรนำหลักการพัฒนาโดยชุมชนมีส่วนร่วมเข้ามาประยุกต์ใช้ โดย วันชัย วัฒนศัพท์ (2543); กาญจนา แก้วเทพ (2543: 56 – 62); ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549: 24); Gregory Bateson and Jurgen Ruesch (กาญจนา แก้วเทพ, 2539: 9 – 10); Singhal (2001); Jacobson (1999) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมในแง่มุมของการสื่อสาร ถือว่า เป็นวิธีการหรือกระบวนการสื่อสารสองทางยังถือว่าเป็นเป้าหมายของวิถีทางของการจัดทำสื่อในกระแสปัจจุบัน เนื่องจาก สามารถกระตุ้นให้ชุมชน มองเห็นคุณค่าและความเชื่อของตนเอง สร้างความมั่นใจให้ชาวบ้าน เพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่า การเข้า มามีส่วนร่วมผลิตสื่อชุมชน ทำให้พวกเขาสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ ส่งผลให้เกิดทักษะใน การสร้างสื่อให้กับชุมชน สำหรับเป็นช่องทางในการส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืนมุมมองและทัศนะ ของตนเอง ชุมชน ได้วิเคราะห์และแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน รวมทั้ง กระตุ้นการสร้างสื่อที่

อนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับภารกิจ สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ การมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสาร และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ช่วงการริเริ่ม วางแผน ดำเนินการและการประเมินผล กระบวนการดังกล่าวมีลักษณะการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่ายสามารถสลับบทบาทเป็นผู้ให้และผู้รับข้อมูล คู่สื่อสารมีความรู้สึกเท่าเทียมกัน อันมีเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจ การยอมรับ และการตัดสินใจร่วมกันอย่างสมานฉันท์ และกระบวนการดังกล่าวนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน และเกิดสำนึกความรับผิดชอบในการแก้ปัญหาการพัฒนาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นของตน (กาญจนา แก้วเทพ, 2548: 44 – 48 อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 20 – 56)

การสื่อความหมาย หรือ interpretation ซึ่งใช้กับงานจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรม โดยใช้เทคนิควิธีการอย่างเป็นศิลปะ และภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ประทับใจและเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการอนุรักษ์ อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดีต่อไป ถือเป็น การให้บริการแก่ผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ศึกษาเรียนรู้ และเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น การตีความหรือการสื่อความหมายจะเป็นการ โยงใยการสื่อสารระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากรเหล่านั้นซึ่งจะช่วยให้ผู้มาเยือนพัฒนาความรู้และสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสภาพแวดล้อมเกิดความซาบซึ้งและเข้าใจในพื้นที่ที่มาเยือน รวมทั้ง ได้รับประสบการณ์และความรื่นรมย์ ตามปรัชญาของการสื่อความหมายธรรมชาติ ได้แก่ การสื่อความหมายต้องก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาทางด้านบวกต่อสภาพแวดล้อม (คารณี คำนวันดี, 2549: 7; สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2545: 20 – 27; นำขวัญ วงศ์ประทุม, 2545: 9; Freeman Tilden, 1987: 8; Enos A. Mills (สารวัฏ รัตนะ, 2545: 1 – 3); Sharpe and et.al., 1994: 462 – 463; Chettamart, 1983: 26 – 27; Ham, 1992 สำหรับโปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง ความพยายามทั้งหมดที่ทำให้การสื่อความหมายเกิดขึ้นได้ โดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และสิ่งที่ต้องการสื่อไปสู่สาธารณชน โดยโปรแกรมสื่อความหมายจะต้องเกิดขึ้นได้ต้องใช้งบจ่ายต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว นักสื่อความหมาย และตัวกลางหรือสื่อ นอกจากนี้ การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของผู้ส่งสาร (source)

สาร (message) ช่องทางการสื่อสาร สื่อหรือตัวกลาง (channel) และผู้รับสาร (receiver) ซึ่งมีความสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติและพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา โดยนักสื่อความหมายจะต้องริเริ่มจากการคัดเลือกพื้นที่หรือเลือกสิ่งต้องการสื่อแล้วจึงกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่ จากนั้นจึงกำหนดเทคนิควิธีการนำเสนอทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (visitor) ด้วย และสุดท้ายสิ่งที่นักสื่อความหมายต้องการคือผลสะท้อนกลับ (feedback) ของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การประเมินผลว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ อันหมายถึงการสื่อความหมายนั้นมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด (วิจิตร อาวะกุล อ่างใน อิศระ ชาญศรี, 2533: 12 – 14; สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2545; Veverka Jone. A, 1994: 140 – 162; Edward Inskoop, 1991: 80 – 85; Harvey M. Rubnstein, 1992: 21-22; Ham, 1992: 56) นอกจากนี้ในการสืบค้นผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อความหมายเป็นจำนวนมาก สามารถจำแนกบริบทของงานวิจัยได้คือ งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดทำและพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย การนำเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของชุมชนมาสื่อความหมาย การพัฒนาและจัดทำสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อความหมาย และการทดสอบสื่อ งานวิจัยเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมาย และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

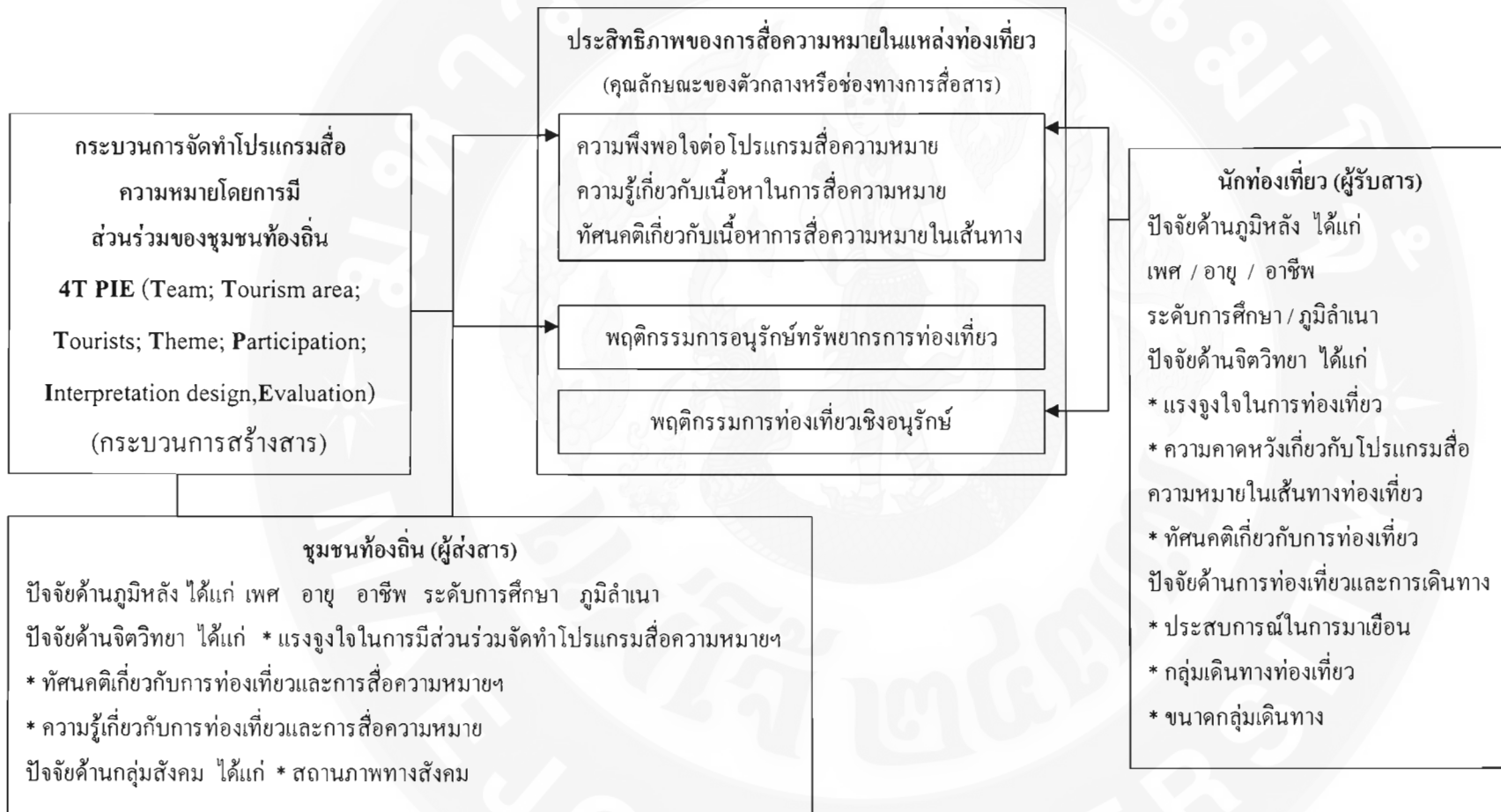
จากบทสรุปในการสืบค้น ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่กล่าวมานั้น สามารถประมวลเป็นร่างกระบวนการจัดทำการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และทำการศึกษา ประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายจากปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อความหมาย ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย ทัศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ซึ่งแสดงได้ดังภาพ 8 และภาพ 9 ต่อไปนี้



ภาพ 8 ร่างกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพ 9 กรอบแนวความคิดในการวิจัย (conceptual framework)

สมมติฐานการวิจัย

จากผลการตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถได้มาซึ่งข้อสมมติฐานเพื่อการทดสอบในแต่ละวัตถุประสงค์ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนารูปแบบ และกำหนดคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น สมมติฐาน คือ

1. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในพื้นที่ กับต่างพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน
2. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิง มีความแตกต่างกัน
3. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวอื่นแล้วกับไม่เคยมาเยือนมีความแตกต่างกัน
4. แรงจูงใจในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภท มีความแตกต่างกัน
5. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภท มีความแตกต่างกัน
6. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะกลุ่มเดินทางต่างกัน มีความแตกต่างกัน
7. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทมีความแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

เพื่อประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกวนพะเยา จังหวัดพะเยา สามารถกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

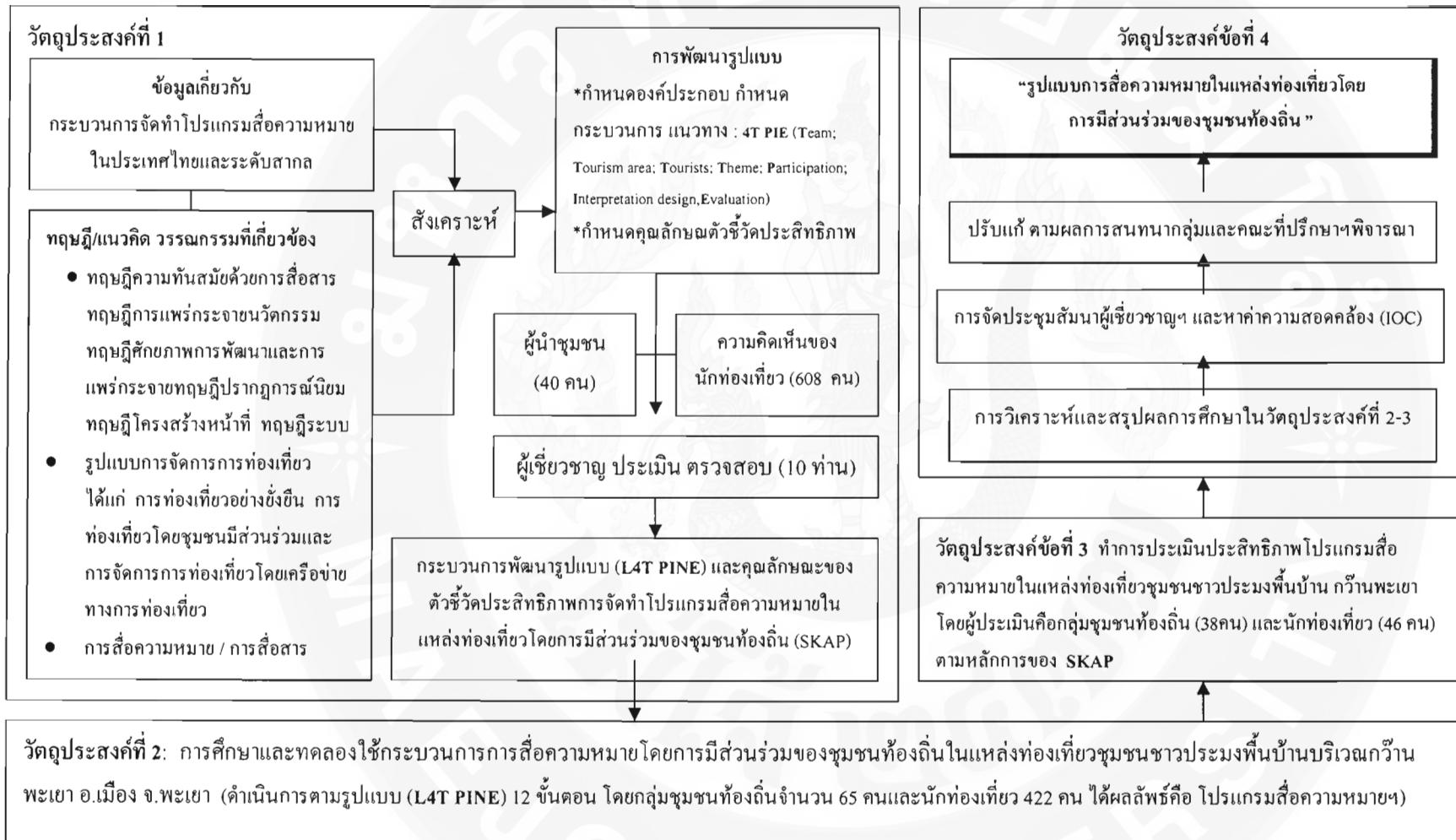
1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมายทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มชุมชนท้องถิ่นมีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้น
2. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้น



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (research for development) มีการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ(qualitative research) ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) ซึ่งมีการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้งสิ้น 4 ข้อ คือ วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนารูปแบบและกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ใช้แบบการวิจัยประเภทการวิจัยแบบไม่มีการทดลอง (non - experimental design) โดยผสมผสานวิธีการแบบเชิงคุณภาพ (qualitative method) และเชิงปริมาณ (quantitative method) จนกระทั่งได้ร่างรูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายฯ แล้วจึงดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การศึกษาและทดลองใช้กระบวนการการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกวันพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา หลังจากนั้นได้ทำการประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกวันพะเยา อันเป็นการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 3 โดยกำหนดแบบวิจัยกึ่งทดลอง (quasi - experimental design) แบบที่มีการทดสอบก่อนและหลังการวางเงื่อนไข (pretest – posttest design) กับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ประเมินคือ กลุ่มชุมชนท้องถิ่นและกลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวซึ่งมีการทดสอบก่อนและหลังรับบริการด้านการสื่อความหมายในพื้นที่ศึกษา สุดท้ายในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือการกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการวิเคราะห์ผลการนำร่างรูปแบบฯ หลังจากเข้าไปพัฒนาใช้ในพื้นที่เป้าหมาย แล้วสรุปคุณลักษณะความเหมาะสมของรูปแบบฯ และตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จากนั้นจัดทำการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Index of Item Objective Congruence: IOC) จนกระทั่งสรุปผลการศึกษาคือ รูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสรุปเป็นกระบวนการตามกรอบการวิจัย (research framework) ดังภาพที่ 10 ต่อไปนี้



ภาพ 10 กรอบการวิจัย (research framework)

โดยมีรายละเอียดแต่ละวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนารูปแบบ และกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีเป้าหมายในการศึกษา คือ เพื่อทราบถึงหลักการหรือกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งคุณลักษณะหรือดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายฯ แบบการวิจัยที่เหมาะสมคือ การวิจัยแบบไม่มีการทดลอง (non - experimental design) โดยผู้วิจัยได้ผสมผสานวิธีการแบบเชิงคุณภาพ (qualitative method) และเชิงปริมาณ (quantitative method) ไว้ดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร ได้จากแหล่งข้อมูลชั้นทุติยภูมิโดยเฉพาะข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะจงมีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in - depth interview) ที่เผชิญหน้ากัน (face to face) โดยมีแบบสัมภาษณ์ซึ่งประกอบด้วยคำถามเปิด ซักไซ้ติดตามประเด็นตามหัวข้อหลัก (key topic) รวมทั้ง ให้ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยดำเนินกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้ตอบได้ให้ความคิดเห็น ให้ข้อมูลและรายละเอียดในประเด็นศึกษาให้มากที่สุด (Lofland and Lofland J, 1995: 75) นำไปสู่การหาแนวทางกำหนดรูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

3. การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จากกลุ่มตัวอย่างในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะสำคัญ และตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้นำชุมชน ที่เป็นแกนนำในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยว ในโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ประจำปี 2550 จัดโดย สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีประเด็นในการพิจารณาทั้งสิ้น 20 ข้อ และมีความเกี่ยวข้องกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำงานและรู้จักสามัคคีช่วยเหลือเกื้อกูลกันอย่างสม่ำเสมอ 2) ชุมชนมีการให้บริการข้อมูล การตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชน และ 3) ชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่เหมาะสมทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ และสภาพแวดล้อมของชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสันนิษฐานว่าชุมชนที่ได้รับรางวัลในครั้งนี้ จำนวนทั้งหมด 62 ชุมชน มีความเป็นไปได้ที่ชุมชนจะได้จัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนขึ้นมาแล้ว ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงกระบวนการ รูปแบบหรือขั้นตอนในการดำเนินการที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นได้กระทำว่ามีลักษณะเช่นไร รวมทั้ง ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงบุคคล วิธีการเลือกกรณีตรงตามประเด็นวิจัยมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ (intensity sampling) โดยใช้แบบสอบถามในการสอบถามชุมชนที่ได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางการท่องเที่ยวทั้ง 62 แห่ง เพื่อสำรวจว่ามีชุมชนจำนวนเท่าใดที่เข้าเกณฑ์ และชุมชนที่คัดเลือกนั้น มีความสอดคล้องกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

1. ชุมชนมีโปรแกรมสื่อความหมายโดยวัดจาก จำนวนตัวกลางหรือชนิดของสื่อที่ชุมชนใช้เผยแพร่หรือให้บริการแก่ผู้มาเยือน

2. การสื่อความหมายที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทได้แก่

1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้ำ ทะเล เกาะ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนา 4) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชนชาติ ชนเผ่าต่าง ๆ และ 5) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เช่น เกษตรกรรม หัตถกรรม และตลาด

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ได้แก่ องค์กรอื่นดำเนินการโดยชุมชนท้องถิ่น ไม่มีส่วนร่วม มีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น และชุมชนดำเนินการเองทั้งหมด

4. จากนั้น ดำเนินการเลือกแบบเจาะจงคัดเลือกเฉพาะชุมชนที่เข้าเกณฑ์มากที่สุด ได้ 15 ชุมชน แล้วดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) กับ ผู้นำชุมชนที่เป็นแกนนำในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในพื้นที่ทั้ง 15 ชุมชน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก ได้แก่

กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
ชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่
กลุ่มชุมชนอนุรักษ์ป่าดงดิบหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้ำ ทะเล เกาะ ได้แก่

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคลน
จังหวัดสมุทรสงคราม
ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขาวน้อย จังหวัดพังงา
ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่

กลุ่มที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนา ได้แก่

โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา
ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม จังหวัดลพบุรี
โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี

กลุ่มที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชนชาติ
ชนเผ่า ได้แก่

พิพิธภัณฑสถานชุมชนบ้านมอญ บางกระดี่ กรุงเทพฯ
ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท-ขวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี
ชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย

กลุ่มที่ 5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการ
ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม และตลาด ได้แก่

สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี
ศูนย์บริการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตนองจอก กรุงเทพฯ
หมู่บ้านเบญจรงค์ ออบต.คอนไถ่ดี จังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกมาจำนวน 15 ชุมชนข้างต้นนั้น โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) ทั้ง 15 แห่ง ทั้งนี้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลาย แตกต่างกันจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเลือกและกำหนด ประเด็นความแตกต่างที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการศึกษาไว้ ดังนี้

ปัจจัยด้านพื้นที่ คือ แหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ซึ่งกำหนดในการวิจัยครั้งนี้ 5 ประเภท ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้ำ ทะเล เกาะ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนา 4) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชนชาติ ชนเผ่า และ 5) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม ตลาด โดยกำหนดโควต้าให้ประเภทละ 100 ชุด

ปัจจัยด้านบุคคลของนักท่องเที่ยว คือ 1) ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง กับ นักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ 2) เพศ ได้แก่ เพศชาย หรือ เพศหญิง 3) ประสบการณ์ในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้แล้ว หรือมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นครั้งแรก โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควต้า (quota sampling) ซึ่งจัดทำหมายเลขระบุละเอียดกำกับหน่วยการเลือกตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ คณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงบุคคล วิธีการเลือกกรณีตรงตามประเด็นวิจัยมากกว่าปกติ (intensity sampling) เนื่องจาก ผู้วิจัยต้องการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ หากเป็นบุคคลทั่วไปอาจทำให้ได้คำตอบที่กว้างเกินไป (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 81; งามอาจ นัยพัฒน์, 2549: 103 – 122) โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย การสื่อสาร และการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่ตรงตามประเด็นที่ทำการวิจัย โดยบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างนำมาจากรายชื่อนักวิจัย อาจารย์ และผู้บริหารองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานวิจัยหรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) ในระดับการวิเคราะห์ปัจเจกบุคคล (individual) จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เป็นกลุ่ม เป้าหมายกำหนดไว้ 10 คน (รายชื่อผู้เชี่ยวชาญได้นำเสนออยู่ในภาคผนวก)

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ต้องการศึกษา คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น วัดโดยการให้ค่าการตอบสนองออกเป็นค่าคะแนนจริง โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนความสำคัญโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนน เพื่อนำไปสู่การคำนวณหาค่าถ่วงน้ำหนัก (weighting score equation) ซึ่งเป็นหลักการที่ผู้วิจัยประยุกต์มาจากการประเมินความเหมาะสมตัวชี้วัดในการบริหารจัดการพื้นที่อนุรักษ์ ดังที่ นภวรรณ ฐานะกาญจน์ (2545ข: ไม่ระบุหน้า) ได้ระบุ การกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก (W) โดยผู้เชี่ยวชาญ ตามค่าคะแนนข้างต้น คือ การให้ค่าคะแนนความสำคัญจากระดับ 1 มีความสำคัญน้อย จนถึง 5 มีความสำคัญมากที่สุด จากนั้น ผู้ที่ทำการประเมินสามารถให้ค่าคะแนนแต่ละตัวชี้วัด (rated score หรือ ค่า R) ทั้ง 5 ระดับ จากค่าคะแนนระดับ 1 ถึง 5 พิจารณาเทียบเคียงกับเกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่กำหนดขึ้น แล้ววิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินโดยใช้สมการถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

$$E = \frac{\sum_{i=1}^n WiR_i}{\sum_{i=1}^n Wi} = \frac{W_1R_1 + W_2R_2 + W_3R_3 + \dots + W_nR_n}{W_1 + W_2 + W_3 + \dots + W_n}$$

โดยที่

- E = ประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
- R_i = ค่าคะแนนระดับประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 5 โดยที่ คะแนนเต็ม 5 จะมีความสำคัญมากที่สุด
- W_i = ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยที่ค่าคะแนนเต็มที่เข้าใกล้ 1 ถือว่ามีความสำคัญมาก

ผู้วิจัยนำหลักการข้างต้นมาประยุกต์ใช้ในแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายและใช้ในการ สัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีโครงสร้างคำถามให้ผู้นำชุมชนได้ประเมิน โดยนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้นำชุมชนได้ให้ข้อคิดเห็นและกำหนดค่าคะแนนความสำคัญจาก 0 ถึงคะแนนเต็ม 5 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่มีความสำคัญมากที่สุด

จากนั้น นำมาวิเคราะห์หาค่าถ่วงน้ำหนัก หรือค่า w โดยการคำนวณให้ค่าความสำคัญในแต่ละด้านมีค่ารวมเท่ากับ 1 ในแต่ละตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการสื่อความหมายโดยมีสิ่งมุ่งหวังถึงผลสำเร็จของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยต้องก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจต่อชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) ความพึงพอใจหรือความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) พฤติกรรมการช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพแวดล้อมนั้นต่อไป (through appreciation, protection) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกทางด้านบวกต่อสภาพแวดล้อมนั้นคือ การปกป้องทรัพยากรนั่นเอง สำหรับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ ความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมาย ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย ทักษะคดีที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อธิบายได้ ดังนี้

ความพึงพอใจต่อการสื่อความหมาย

ความพึงพอใจต่อการสื่อความหมาย หมายถึง ค่าคะแนนที่ผู้รับสื่อได้ประเมินหลังจากได้รับประสบการณ์ในการบริการการสื่อความหมาย โดยเป็นผลต่างจากการประเมินความคาดหวังก่อนได้รับบริการ (ค่า $E = \text{expectancy}$) กับประสบการณ์ที่ได้รับบริการหรือได้สัมผัสและประเมินค่าคุณภาพจากการรับรู้ใน โปรแกรมสื่อความหมาย ($P = \text{quality perception}$) ซึ่งเป็นปัจจัยด้านตัวกลาง หรือสื่อ (channel or media) อันหมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งให้ผู้รับสาร โดยสารจะเป็นตัวแทนของความคิดที่ส่งผ่านไปตามสื่อ และไปกระตุ้นให้เกิดความหมายแก่ผู้รับสาร การวัดค่าความพึงพอใจต่อการสื่อความหมายจึงควรมีองค์ประกอบ คือ

คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่

1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียง
4. ความสะดวกในการเข้าถึง
5. ความปลอดภัย

คุณลักษณะของสื่อ

1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ
2. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ
3. ความชัดเจนของเนื้อหา
4. ภาษาเข้าใจง่าย
5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย
6. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี
7. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง
8. การเชื่อมโยงผู้รับสื่อ
9. รูปแบบและวิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น
10. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม
11. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์
12. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
13. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ
14. วัสดุอุปกรณ์ในการจัดสร้างเหมาะสม

การวัดค่าคุณภาพจากการรับรู้ในโปรแกรมสื่อความหมาย (P = quality perception) เป็นการประเมินหลังจากผู้รับสื่อได้รับประสบการณ์ในการบริการการสื่อความหมาย โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนน ไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนน ดังนั้น ค่าความพึงพอใจต่อการสื่อความหมาย จึงวิเคราะห์จากผลต่างของค่าคะแนนความคาดหวังต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนกับ ค่าคะแนนคุณภาพจากการรับรู้

ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย

ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย หมายถึง การรับรู้ข้อเท็จจริงและมีความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับ กฎเกณฑ์และ โครงสร้าง หรือสถานที่ สิ่งของ หรือบุคคลที่เป็นเนื้อหาสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยว

ทัศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย

ทัศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ หรือค่านิยมหนึ่ง โดยจะมีความรู้สึกและอารมณ์มาเกี่ยวข้องอยู่ในความเห็น อันเกี่ยวข้องกับ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของคนในชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นการคิดเห็นเกี่ยวกับการกระทำที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนที่แสดงออกด้วยการรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ ไม่ทำลายหรือทำให้สภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความเสื่อมโทรม

พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง พฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว อันเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น จะเห็นว่า ตัวชี้วัดทั้งหมดข้างต้นกำหนดขึ้นมาจากการวิเคราะห์ และสรุปจากการตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ไปเป็นกรอบการสร้างเครื่องมือ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้พิจารณา แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับความสำคัญของคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสอบถามเพื่อสำรวจชุมชนที่มีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยจำแนกเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ระดับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของ

ชุมชน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

2. แบบสัมภาษณ์ เป็นแนวทางข้อคำถามตามแบบของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in – depth interview) ที่เผชิญหน้ากัน (face to face) ประกอบด้วยคำถามเปิด ชัก ใช้ติดตามประเด็นตามหัวข้อหลัก (key topic) โดยดำเนินกับกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้ตอบให้ข้อมูลและรายละเอียดในประเด็นที่ศึกษาให้มากที่สุด (Lofland and Lofland J, 1995: 75) นำไปสู่การหาแนวทาง การกำหนดกระบวนการ และตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

3. แบบสอบถาม ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการบริการ เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จากกลุ่มตัวอย่างในประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความต้องการและคุณลักษณะสำคัญ โดยจำแนกเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความต้องการบริการทางด้านโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

รายละเอียดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย นำเสนออยู่ในภาคผนวก ค

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความตรงของเนื้อหา (content of validity) หมายถึง เครื่องมือนั้นได้ครอบคลุมเนื้อหาหรือประเด็นในสิ่งที่ต้องการวัดได้ครบถ้วน (วีระพล ทองมา, 2543: 175) ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากแนวทางที่ผู้วิจัยได้ประมวลจากการตรวจเอกสาร ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นพื้นฐานในการสร้างประเด็นคำถามที่ครอบคลุมเนื้อหาส่วนต่างๆ จากนั้นนำเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาพิจารณา ตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงเครื่องมือตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาเสนอแนะให้ถูกต้องสมบูรณ์

2. การทดสอบความเที่ยง (reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการบริการเกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว ไปทดสอบความเที่ยงกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับพื้นที่เป้าหมาย คือ

นักท่องเที่ยงที่เข้ามาเยือนในชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านโป่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์ หาค่าความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือ โดยวิธีการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 125; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 35-38)

$$a = \frac{n}{n - 1} \left\{ \frac{1 - \sum Si^2}{Si^2} \right\}$$

a = สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

Si^2 = ความแปรปรวนของแบบสอบถามเป็นรายข้อ

S_i^2 = ความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

สำหรับผลการวิเคราะห์ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านตัวชี้วัดประสิทธิภาพสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับ 0.98

การเก็บและรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 1 นี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการวิจัยเอกสารจากแหล่งข้อมูลชั้นทุติยภูมิเช่น ข้อมูลผลงานวิจัย ตำรา เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้
2. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือในนามสำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ถึงผู้นำชุมชน และผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล (ตัวอย่างหนังสือในนามสำนักงานบัณฑิตศึกษานำเสนอในภาคผนวก) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in - depth interview) มีแนวทางการสัมภาษณ์หลักคือ

กระบวนการและตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

3. การเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการบริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่างในประเด็น ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความต้องการและคุณลักษณะสำคัญ ผู้วิจัยดำเนินการ โดยเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) ตามกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) ซึ่งจะจัดทำหมายเลขระบุรายละเอียดกำกับหน่วยการเลือกตัวอย่างทั้งหมดในแต่ละชุมชนท่องเที่ยวดีเด่นที่ได้กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้รวบรวมจากกลุ่มผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนั้น ผู้วิจัยได้นำมาประมวลและวิเคราะห์แล้วสรุปผลตามประเด็นการศึกษา สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้น หลังจากเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยนำมาถอดรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ส่วนสถิติที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) กับค่าสถิติพื้นฐานคือ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ส่วนการ วิเคราะห์อนุมาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยใช้ T- test ซึ่งเป็นการทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระจากกัน โดยตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ส่วนตัวแปรที่ต้องการทดสอบเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548: 51-56) ผู้วิจัยวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ได้แก่

1. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
2. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในพื้นที่ กับต่างพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
3. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแล้วกับไม่เคยมาเยือนมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
4. ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

5. ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในพื้นที่ กับต่างพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

6. ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นแล้วกับไม่เคยมาเยือนมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one – way ANOVA หรือ F- test) ซึ่งเป็นการความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามเชิงปริมาณ ส่วนตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มหรือเชิงคุณภาพ เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ได้แก่

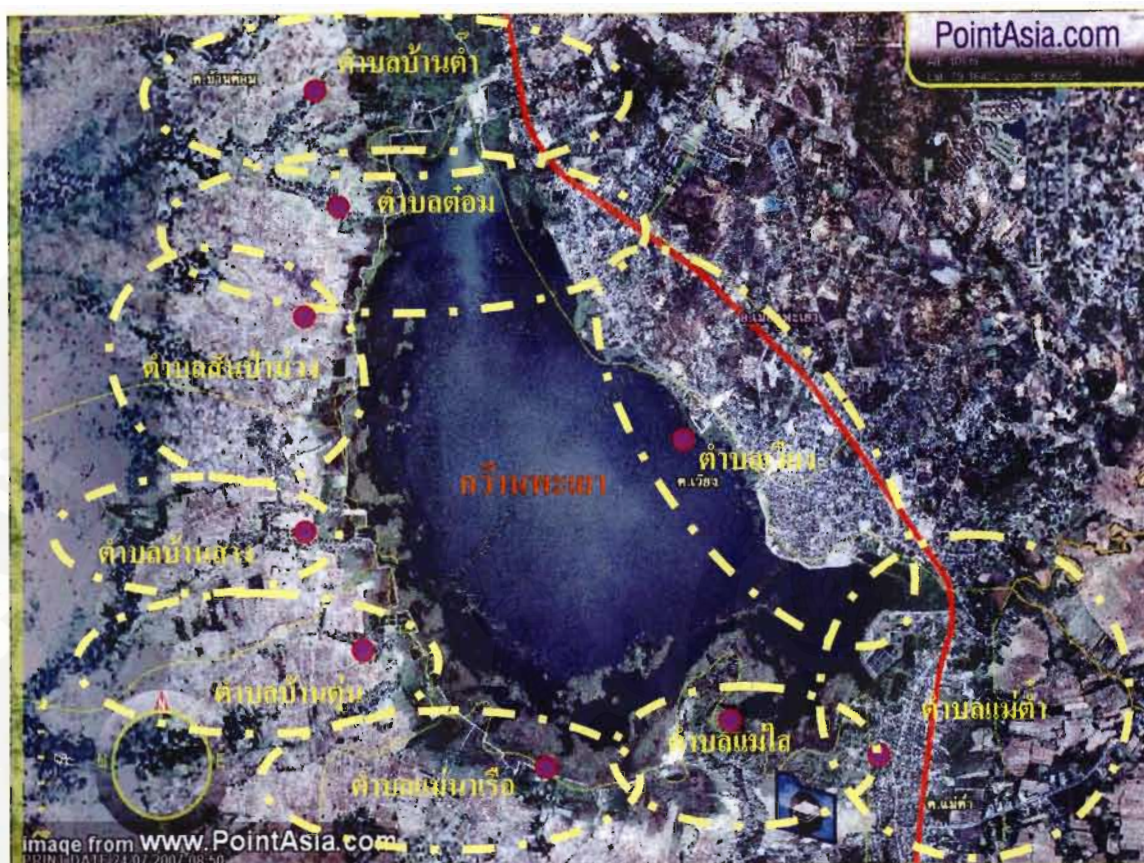
1. แรงจูงใจในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภท มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
2. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภท มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
3. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะกลุ่มเดินทางต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเภทมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

เมื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาสรุปองค์ประกอบ คุณลักษณะ กระบวนการ แนวทางและเงื่อนไขของกระบวนการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หลังจากนั้น ได้นำเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณวินิพนธ์พิจารณาดูตรวจสอบ และแก้ไขปรับปรุงตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาเสนอแนะให้ถูกต้องสมบูรณ์ และได้ผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ ร่างรูปแบบ และตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาและทดลองใช้กระบวนการการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา

สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2 นี้ผู้วิจัยมีเป้าหมายเพื่อนำกระบวนการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นข้อสรุปจากการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1 ไปทดลองใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา โดยผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในการประยุกต์ใช้รูปแบบดังกล่าวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกว๊านพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เนื่องจาก กว๊านพะเยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวิถีชีวิตของผู้คนในจังหวัดพะเยา โดย กว๊านพะเยา เป็นอีกแหล่งกำเนิดหนึ่งที่ทำให้เกิดวัฒนธรรมชุมชน ก่อนปี พ.ศ. 2484 กว๊านพะเยา เป็นเพียงหนองน้ำธรรมชาติ มีพื้นที่ประมาณพันกว่าไร่ เท่านั้น แต่ทว่า ภูมิประเทศรอบกว๊านพะเยาเป็นที่ลุ่ม ประกอบไปด้วยหนองและบวบน้ำต่างๆกระจุกกระจายหนองน้ำแห่งนี้จึงเป็นแหล่งรองรับน้ำจากจากเทือกเขาฝิปันน้ำหลายสิบสายรวมกัน ต่อมา ระหว่างปี พ.ศ. 2482 – 2484 กรมประมง ได้สร้างทำนบและประตูน้ำขวางกั้นแม่น้ำอิง เมื่อระดับน้ำในกว๊านถูกควบคุมโดยปิด - เปิดประตูน้ำ จึงทำให้หนองน้ำธรรมชาติกลายเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ มีอาณาบริเวณกว้างถึง 12,831 ไร่ ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นทะเลสาปที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (wetland) พื้นที่พิเศษแห่งนี้ถือเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญอีกประเภทหนึ่ง ที่มีความหลากหลายของพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ รวมทั้ง เรื่องราวของวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่โดยรอบและมีความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญในระดับนานาชาติตามอนุสัญญาว่าด้วยพื้นที่ชุ่มน้ำ (ramsar convention) และมีคุณค่าต่อวิถีชีวิตของชาวพะเยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอาชีพประมงพื้นบ้านที่อยู่คู่กว๊านพะเยามาช้านาน การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยา มีจำนวนมากเกือบ 600 ครัวเรือนจาก 18 ชุมชนรอบกว๊านพะเยา ในเขตพื้นที่ 9 ตำบล อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่ประกอบอาชีพนี้และมีความผูกพันกับกว๊านพะเยาอย่างยิ่ง ที่ตั้งของชุมชนดังกล่าวแสดงได้ดังภาพ ต่อไปนี้



ภาพ 11 ชุมชนประมงรอบกว๊านพะเยา

ที่มา: กว๊านพะเยา (2552)

กว๊านพะเยา ถือเป็นแหล่งน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือตอนบน มีชุมชนเก่าแก่ดั้งเดิมหลายชุมชนอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบย่อมเป็นผลให้ชุมชนเหล่านั้นล้วนมีวิถีชีวิตที่สนิทแนบแน่นกับกว๊านพะเยา อาศัยกว๊านในการหล่อเลี้ยงชีวิตในมิติต่าง ๆ โดยอาชีพทำการประมงก็ถือเป็นหนึ่งในหน้าประวัติศาสตร์ของกว๊านพะเยาและเวียงพยาว ชุมชนประมงพื้นบ้านบริเวณรอบกว๊านพะเยา 18 ชุมชน ได้แก่ บ้านสันแกลบดำ บ้านแท่นดอกไม้ บ้านประตูประสาท บ้านร่องห้า บ้านดั้นผึ้ง บ้านต้อม บ้านสันหนองเหนียว บ้านสันปูลุย บ้านสันปาม่วง บ้านสันเวียงใหม่ บ้านทุ่งกิ้ว บ้านสันกว๊าน บ้านสันช้างหิน บ้านร่องไฮ บ้านสันกลาง บ้านแม่ต้า บ้านปาก่อน บ้านแม่ไส ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ 9 ตำบล คือ ตำบลเวียง ตำบลแม่ต้า ตำบลแม่ไส ตำบลแม่่นาเรือ ตำบลบ้านต๋อน ตำบลบ้านสูง ตำบลบ้านสันปาม่วง ตำบลบ้านต้อม และตำบลบ้านด้า อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีพื้นที่อยู่บริเวณรอบกว๊านพะเยา (อรรถพงษ์ สักดิ์สงวนมณูญ, 2551) การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยานั้นมีลักษณะที่โดดเด่น คือ การทำประมงน้ำจืดที่ไม่ใช้เรือยนต์ อุปกรณ์สำหรับทำการประมงที่

ชาวบ้านนิยมใช้ คือ แฉ่ง(ตาข่ายสำหรับดักจับปลา) แห่ ไซ (ไม้ไผ่สานทรงรีสำหรับดักจับปลา บริเวณน้ำตื้น) ข้อง (อุปกรณ์สำหรับใส่ปลา) จำ (ขย) และแฉะ (ไม้ไผ่สานเป็นรูปสามเหลี่ยมก้นลึก มีด้ามสำหรับถือ) ลักษณะของการประมงน้ำจืดที่ชาวบ้านนิยมทำกัน อาทิเช่น ใส่แฉ่ง (การวางตาข่ายเป็นแนว) การทอดแห (การเหวี่ยงแห) การใส่ไซ ซึ่งไซสำหรับปลาแต่ละชนิดก็จะมีขนาดแตกต่างกัน เช่น ไซล่อปลาไหล แต่ละวิธีการของการหาปลาก็จะมีเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันไป รวมทั้ง มีการสั่งสมความรู้ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการทำประมง เช่น ความสามารถในการดูทิศทางลมฟ้าอากาศที่เหมาะสมต่อการหาปลา ความรู้ด้านวงจรชีวิตของพันธุ์ปลาแต่ละชนิด การสังเกตสภาพระบบนิเวศและคุณภาพน้ำ ฯลฯ การสั่งสมความรู้ด้านประมงจนเป็น ภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอด กันมาแต่ช้านาน อยู่คู่กับความงดงามตามธรรมชาติของกว๊านพะเยา ทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่อันดับสามของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้ผู้คนนิยมมาเยือนและสัมผัสถึง ความงดงามของทัศนียภาพที่มีแหล่งน้ำขนาดใหญ่โล่งกว้าง สดุดูกหูกตา โดยมีฉากหลังเป็นภูเขาตระหง่านใหญ่และที่สำคัญในทิวทัศน์ที่สวยงามนั้นยังประกอบไปด้วยเรือแจวลำเล็กของชาวประมง พื้นบ้าน ล่องเรือหาปลาอยู่ในกว๊านพะเยา ซึ่งเป็นภาพที่งดงามอยู่เคียงคู่กับบึงน้ำใหญ่แห่งนี้มาช้านาน จนเป็นเอกลักษณ์ให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสและประทับใจ

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันพบว่า การประกอบกับอาชีพประมงพื้นบ้านนี้กำลังจะถูกละเลย และมีโอกาสว่าจะขาดผู้สืบทอดในคนรุ่นต่อไป เนื่องจากคนในรุ่นปัจจุบันนิยมการทำงานรับราชการ บริษัท ห้าง ร้านต่าง ๆ มากกว่า รวมทั้ง ชาวประมงพื้นบ้านเองก็ได้รับผลกระทบจากปัญหาหลาย ๆ ด้านที่สะสมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่เกิดขึ้นกับกว๊านพะเยา เช่น ปัญหาตะกอนดิน เศษวัชพืช และขยะทำให้กว๊านตื้นเขิน น้ำเน่าเสียจากอาคารบ้านเรือนถูกปล่อยลงกว๊านพะเยา การทำประมงที่ไม่มีสำนึกเชิงอนุรักษ์ การขยายและแพร่พันธุ์ของผักตบชวาอย่างรวดเร็ว การบุกรุกพื้นที่กว๊านจากนายทุนและชาวบ้านบางส่วน ทำให้หนองน้ำใหญ่ ธรรมชาติที่บริบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ปลานานา จากอดีตถึงวันนี้เปลี่ยนไปในทางเสื่อมโทรม เกิดการลดลงและสูญพันธุ์ของพันธุ์ปลาและสัตว์น้ำ รวมถึง ปัญหาการประสานงานด้านการแก้ไขปัญหากว๊านพะเยาของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ระบบนิเวศของกว๊านพะเยามีความเสื่อมโทรม ทำให้ปริมาณและชนิดของพันธุ์ปลาลดลง ชาวประมงพื้นที่ที่อาศัยอยู่รอบกว๊านพะเยา ต้องเผชิญกับปัญหาการจับปลาที่ไม่พอกับการเลี้ยงชีพและมีรายได้จากการทำประมงลดลง ทำให้ชาวประมงหลายคนผันแปรชีวิตไปขายแรงงานในเมืองพะเยาและต่างจังหวัด คนหาปลาในวันนี้จึงลดจำนวนลง ถึงขนาดลูกหลานของชาวประมงริมกว๊านพะเยาเองก็ว่ายน้ำไม่เป็นเสียแล้ว (เครือข่ายการเรียนรู้และประสานงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2550) นอกจากนี้ ในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในบริเวณกว๊านพะเยานั้น ก็มีได้

ให้ความสำคัญต่อการแสดงถึงคุณค่า และอัตลักษณ์ วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านเท่าที่ควร นโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาในช่วงปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมาได้ผลักดันให้มีการรื้อฟื้น ชุมชนโบราณสถาน วัดที่อยู่ใต้กว๊านพะเยามาเป็นจุดเด่น ที่จะดึงดูดใจให้แก่ผู้มาเยือนเสียมากกว่า โดย ชาวประมงพื้นบ้านนั้นกลับกลายเป็นเพียง คนรับจ้างบริการแจวเรือให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม โบราณสถานที่อยู่ในกว๊านพะเยาเท่านั้น การละเลยคุณค่าของวิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านทำให้ อัตลักษณ์และภูมิปัญญาในวิถีชีวิตของ การทำประมงพื้นบ้านที่กว๊านพะเยาในปัจจุบันจึงมีแนวโน้มว่าจะล่นหายไปเหลือเพียงตำนานและเรื่องเล่าเท่านั้น หากไม่มีแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมให้ตระหนักถึง คุณค่า ความผูกพันระหว่างวิถีชีวิตของคนกับทรัพยากรธรรมชาติ ที่ทรงคุณค่า คู่มือคู่มือเมืองของจังหวัดพะเยาแห่งนี้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากมีการศึกษาและนำกระบวนการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มาประยุกต์ใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกว๊านพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ย่อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนที่จะเรียนรู้แล้วสื่อสะท้อนคุณค่าของพื้นที่ในท้องถิ่นของตนซึ่งมีความน่าสนใจในด้านนัยการสื่อความหมาย ทั้งทางธรรมชาติที่สวยงามผสมผสานกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตของผู้คนทั้งในอดีตที่สะท้อนให้เห็นจากโบราณสถานได้น้ำ และผู้คนในปัจจุบันที่ผูกพันกับกว๊านพะเยาโดยเฉพาะวิถีของชาวประมงพื้นบ้าน นอกจากนี้ งานวิจัยครั้งนี้ถือว่าเป็นที่ต้องการของชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ คือ กลุ่มเครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา กลุ่มเจ้าหน้าที่ องค์กร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเห็นความสำคัญของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งยินดีสนับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้ง ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ คือ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยที่ชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้น มีประโยชน์ในการสร้างสัญลักษณ์ การสื่อความหมายที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และสภาพธรรมชาติของท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อสภาพแวดล้อมเมืองและการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน (วิมลสิทธิ์ ทรายงตรระกุล, 2541: 93 และ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 78) โดยมีกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ และถือว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น คือ เครื่องมือและเป็นเป้าหมายในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย เนื่องจาก การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความร่วมมือ ทำให้ผู้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แท้จริงของตนเอง และนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวในมิติอื่น นอกจากนี้แล้ว การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นถือเป็นกลไกสำคัญของการเสริมสร้างจิตสำนึกร่วมกันในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น

และมีความเข้าใจในการมีส่วนร่วม มีความรัก ห่วงใยในมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาด้านการทำประมงพื้นบ้าน แล้วสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตนเอง และสื่อความหมายให้แก่ผู้มาเยือนได้ สัมผัส เรียนรู้ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) (สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2545; Freeman Tilden, 1987: 65; Ham Sam H, 1992) อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 คือ ชุมชนท้องถิ่น ทั้ง 3 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ องค์กร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนท้องถิ่น ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน จึงต้องมีการสุ่มตัวอย่างแบบผสม โดยในขั้นตอนแรกคือ สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น หรือตามระดับชั้น (stratified random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีที่ใช้กับประชากรที่มีลักษณะแตกต่างกันจนสามารถแยกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ตามคุณลักษณะที่แตกต่างกันได้ และในแต่ละกลุ่มเป็นกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกัน (homogeneity) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 87 และองอาจ นัยพัฒน์, 2549: 103 – 142) ส่วนหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) อยู่ในระดับการวิเคราะห์ปัจเจกบุคคล (individual) จำนวนทั้งสิ้น 65 คน โดยแต่ละกลุ่มย่อยในแต่ละพื้นที่ที่มีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ผู้ประกอบการและองค์กรด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ เช่น เจ้าของกิจการด้านบริการและการท่องเที่ยว คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา โดยผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยมีคุณสมบัติเป็นเจ้าของธุรกิจหรือดำรงตำแหน่งบริหารตั้งแต่ผู้จัดการฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขึ้นไป โดยบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ (snowball sampling) คือ การเลือกผู้ให้ข้อมูลมาจำนวนหนึ่งเป็นกลุ่มแรกแล้วเก็บข้อมูล จากนั้นสอบถามผู้ให้ข้อมูลว่าควรไปเก็บข้อมูลจากใครอีกที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นวิจัยในพื้นที่ศึกษา โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 20 คน
2. เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ หอจดหมายเหตุเฉลิมพระเกียรติฯพะเยา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา ประมงจังหวัดพะเยา ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงจังหวัดพะเยา สำนักงานพัฒนาชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลมี

คุณสมบัติในการดำรงตำแหน่งหัวหน้างานและมีประสบการณ์ ในการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยว โดยกำหนดจำนวน 1 - 3 คนต่อหน่วยงานหรือองค์กร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 15 คน

3. ผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ที่ดำรงตำแหน่งอยู่ในคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาล และผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา กลุ่มเครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา โดยบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ (snowball sampling) คือการเลือกผู้นำชุมชนหรือให้ข้อมูลมาจำนวนหนึ่งเป็นกลุ่มแรก ซึ่งมีลักษณะเป็นผู้ดำรงตำแหน่งบริหารงานท้องถิ่น ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาลแล้วเก็บข้อมูล จากนั้นสอบถามผู้ให้ข้อมูลว่าควรไปเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชนผู้ใดอีกที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 30 คน

กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจาก ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนรอบกว๊านพะเยายังไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวนผู้มาเยือนในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงไม่สามารถทราบจำนวนประชากรได้ รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่นั้น มีความแตกต่างกันบางประการที่เป็นปัจจัยด้านบุคลลของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ ได้แก่ เพศชาย หรือ เพศหญิง ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) โดยจัดทำหมายเลขระบุรายละเอียดกำกับหน่วยการเลือกตัวอย่างทั้งหมด และได้ดำเนินการเก็บข้อมูลขณะประกอบกิจกรรมในพื้นที่ (on - site survey) ในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณกว๊านพะเยา ซึ่งได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 422 ชุด

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัยนี้เป็นการนำร่างกระบวนการ หรือรูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เข้าไปพัฒนาใช้ในพื้นที่เป้าหมาย ถือเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะงานวิจัยเพื่อพัฒนา โดยการนำเครื่องมือในเรื่องการสื่อความหมาย (interpretation) อันประกอบด้วยขั้นตอนดำเนินการซึ่งผู้วิจัยได้สรุปจาก อิศระ ชาญศรี (2533: 14 – 20); ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539: บทคัดย่อ); ประพิณ วัฒนกิจ (2542: 24 – 67); อัญชลิ พุ่มศรี (2543: 46 – 50); เอื้อเอ็นดู คีศกุล ณ อยุธยา(2543: 10 – 13); สุรเชษฐ์ เศษฐมาส (2545: ไม่ระบุหน้า) สารัฐ รัตนะ (2545); ศติยา เทพพิทักษ์ (2546: 189 – 240); ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ (2546: 18 – 42); สารัฐ รัตนะ (2547: 53); คารณิ คำวันดี (2549: (1-1) – (5-10)); ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549: 123); สุวิทย์ วงศ์รุจิราวณิชย์ (2549: 1 – 148); ฤกษ์รัตน์ ปีกกันทร และคณะ (2550: 23 – 34) Hammit, W.E. and Cole, D. N. (1998: 79-85) Clark, R.N. and Stankey, G.H. (ดรชชนิ เอ็มพันธ์, 2545ก) แล้วนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอน การกำหนดพื้นที่เป้าหมายในการนำร่างกระบวนการ หรือรูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเข้าไปประยุกต์ใช้ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ชุมชนบริเวณกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา อันเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเยือน

2. ขั้นตอนการศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็นในแง่มุมสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น ความต้องการและความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการวิจัย ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพะเยา เป็นต้น

3. ขั้นตอนการจัดตั้งคณะทำงาน โครงการวิจัยการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ดำเนินการตามกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เบื้องต้นเพื่อสร้างความรู้และกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความร่วมมือและเป็นกระบวนการที่มีลักษณะเป็นพลวัต มีความยืดหยุ่นในการดำเนินการสูง ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

3.1 เตรียมการประสานงานในพื้นที่ โดยเริ่มจากการประสานงานกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เพื่อนำไปสู่การผลักดันให้เกิดความร่วมมือร่วมใจระหว่างสมาชิกของชุมชนรวมทั้งการเผยแพร่แนวความคิดแก่ชุมชน ให้มีความพร้อมในการเข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยซึ่งเป็นการบูรณาการนักวิจัยให้เข้ากับชุมชน

3.2 สร้างกลุ่มหรือคณะทำงาน โครงการวิจัยการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดประชุมหรือประชาคมในพื้นที่โดยมีประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม ในการคัดเลือกคณะทำงาน หลังจากนั้น จัดการฝึกอบรมในเนื้อหาหัวข้อที่สำคัญสำหรับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ ซึ่งถือเป็นนักวิจัยร่วมจากชุมชน เพื่อเตรียมให้มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. ขั้นตอนการกำหนดภาพรวมและกรอบของการวางแผน โดยมีกิจกรรมหลักคือ ทบทวนข้อกำหนดโครงการ (term of references) ศึกษาขอบเขตของงานที่จะดำเนินการ ทบทวนนโยบายและวัตถุประสงค์ของการจัดการ และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพื้นที่เพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาและภาพรวมเบื้องต้นของระบบสื่อความหมาย

5. ขั้นตอน การสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยมีการ สำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และสังคม

วัฒนธรรมในพื้นที่ โดยเน้นที่ข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้ง ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) และ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

6. ขั้นตอนการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายโดยคณะทำงานจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ เพื่อค้นหาจุดหรือสถานี ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการจัดทำแผนการสื่อความหมาย ดังนั้นขั้นตอนนี้นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเค้าโครงเรื่อง (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึงความสำคัญ และสอดแทรกประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นตามที่ต้องการจากการสื่อสาร ซึ่งการวิเคราะห์ศักยภาพการสื่อความหมายของสถานีที่จะถูกเลือกขึ้นมาใช้ในการสื่อสารนั้น มีประเด็นที่ใช้บ่งชี้ศักยภาพดังต่อไปนี้ คือ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรการท่องเที่ยว นัยสำคัญของการสื่อความหมาย ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานีที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทางความสะดวกในการเข้าถึงและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

7. ขั้นตอนการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน อันถือเป็นจุดขยายปลายทางที่สารส่งไปถึงหรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมายนั่นเอง ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารหรือผู้ใช้ประโยชน์ร่วมกับการวิเคราะห์ทรัพยากรในการสื่อความหมาย เริ่มต้นจากศึกษาความรู้สึกนึกคิด และค้นหาสิ่งที่มีคุณค่าในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย แล้วย้อนกลับไปศึกษาคุณสมบัติของทรัพยากรและระบุโครงสร้างของข่าวสารซึ่งต้องติดต่อกับผู้รับข่าวสารที่เป็นเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามแนวทางของวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ประกอบไปด้วยเนื้อหาสำคัญ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา แรงจูงใจ ความต้องการด้านการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยว ทักษะคติ ความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการด้านการสื่อความหมาย และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการในพื้นที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ

8. ขั้นตอนการประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าหากประกอบกิจกรรมหนึ่ง ๆ ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแล้วผลที่จะเกิดขึ้น คาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางป้องกันหรือ ลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ โดยมองถึงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบในพื้นที่ที่มีผลต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเป็นหลัก สามารถเรียกผลกระทบในลักษณะนี้ว่า ผลกระทบด้านนันทนาการ (recreation impact) โดยเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในพื้นที่ที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและประสบการณ์

นันทนาการที่ดีดังนั้นก็จะมีขอบเขตการศึกษาอยู่ในระดับของผลกระทบด้านนันทนาการที่ประกอบด้วย ด้านชีว-กายภาพ (biological-physical impacts) และ ผลกระทบด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นการคาดการณ์ถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และหาแนวทางป้องกันแก้ไขให้ผลกระทบที่เกิดอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยใช้แบบประเมิน (checklist)

อย่างไรก็ตามการประเมินผลกระทบ เหนือการคาดการณ์ผลกระทบด้านนันทนาการดังกล่าวเป็นการประเมินถึงโอกาสการเกิดผลกระทบ (หรือในบางจุดได้ปรากฏร่องรอยของผลกระทบขึ้น) ในเบื้องต้นเท่านั้น ไม่อาจบอกถึงระดับและความรุนแรงของปัญหาได้ว่าผลกระทบในแต่ละด้านมีขนาดเท่าใดในพื้นที่ และไม่อาจเปรียบเทียบถึงระดับความสำคัญของปัญหาได้ว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านใดจะส่งผลกระทบต่อตัวพื้นที่มากที่สุด แต่ผลจากการประเมินในเบื้องต้นจะเป็นแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการต่อไป

9. ขั้นตอนการจัดช่วงชั้น โอกาสด้านนันทนาการ (recreation opportunity spectrum: ROS) การวางแผนพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมาย ถือว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการสื่อความหมายจำเป็นต้องสอดคล้องกับ ช่วงชั้น โอกาสด้านนันทนาการ โดยการจัดการที่คำนึงถึงลักษณะทางกายภาพ ชีวภาพ สภาพสังคม และสภาพการจัดการในพื้นที่ที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมองลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ สภาพทางกายภาพ (physical setting) สภาพทางสังคม (social setting) และสภาพการจัดการ (managerial setting) ที่จะนำไปสู่ประสบการณ์นันทนาการที่มีคุณค่าต่อนักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจจากการประกอบกิจกรรม และประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นในการพัฒนารูปแบบของกิจกรรมสื่อความหมาย สื่อตัวกลาง สิ่งอำนวยความสะดวก จำเป็นต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของพื้นที่ และความต้องการ (ประสบการณ์นันทนาการ) ของนักท่องเที่ยวซึ่งนักจัดการพื้นที่ควรให้ความสำคัญว่าในพื้นที่หนึ่ง ๆ จะจัดกิจกรรมนันทนาการประเภทใดเพื่อให้เกิดความเหมาะสม

10. ขั้นตอนการกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยว กำหนดวิธีการและเค้าโครงหลัก (theme) ในการสื่อความหมายในแต่ละบริเวณที่เป็นขอบเขตพื้นที่ศึกษา โดยให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกันทั้งพื้นที่ ตลอดจนไม่ให้เกิดการซ้ำซ้อนกัน พร้อมระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมแต่ละประเภทให้ชัดเจน โดยการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่ การประเมินศักยภาพของการสื่อความหมายและการวิเคราะห์ผู้ใช้ประโยชน์ จนกระทั่งได้มาซึ่งจุด/สถานีสื่อความหมายที่ใช้สื่อสารในเส้นทางท่องเที่ยว นั้น ถือเป็นข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาระบบสื่อความหมายของพื้นที่ โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดหัวข้อเรื่อง (topic) ในการสื่อความหมายที่ต้องการนำเสนอให้กับผู้มาเยือน / นักท่องเที่ยว
- ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดเค้าโครงการสื่อความหมายรวม (theme)
- ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานที่สื่อความหมาย
- ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด / สถานที่สื่อความหมาย

จากขั้นตอนการกำหนดเค้าโครงเรื่องหลักและเค้าโครงเรื่องย่อย ในการสื่อความหมาย ยังควรมีการเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมต่อสภาพพื้นที่และความสะดวกการจัดการ โดยใช้แบบกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) ร่วมกับการระดมความคิดเห็นร่วมกันของคณะทำงานซึ่งมีตัวแทนของชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอที่ตรงตามวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมาย พร้อมแสดงรายละเอียดสำคัญ เช่น

- ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดหัวข้อเรื่อง (topic) ในการสื่อความหมายที่ต้องการนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว
- ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดเค้าโครงเรื่องการสื่อความหมายธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของ ชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกวันพะเยา จังหวัดพะเยา ได้อย่างชัดเจน

สำหรับขั้นตอนที่ 3 และ 4 จะแสดงผลในรูปแบบของการกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) โดยมีหัวข้อสำคัญที่จะต้องศึกษาได้แก่

- เค้าโครงเรื่อง ในการสื่อความหมาย (theme)
- วัตถุประสงค์ในการพัฒนาบริเวณ (sub-site development objective)
- วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย (interpretive program objective)
- แนวคิดในการสื่อความหมาย (interpretive concept)
- วิธีการสื่อความหมาย (interpretive mode) หรือ ตัวกลาง ช่องทางที่ใช้ในการสื่อความหมาย

โดยในแต่ละสถานี่จะต้องมีเนื้อหาสำคัญ ได้แก่

- เค้าโครงเรื่องรอง ในการสื่อความหมาย (sub-theme)
- วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย (interpretive program objective)
- แนวความคิดหลัก (main idea)

11. ขั้นตอนการจัดทำแผนระบบสื่อความหมายและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายฉบับสมบูรณ์ โดยเริ่มจากการร่างแผนและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme) แล้วมีการนำเสนอประชาคมในพื้นที่เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมาย หลังจากนั้น นำผลสรุปจากประชาคมมาปรับแก้ไขและพัฒนาแผนการจัดทำ จนกระทั่ง ได้แผนระบบสื่อความหมายและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายฉบับสมบูรณ์

12. การดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามแผนงาน โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกัน จนกระทั่งเสร็จสิ้น

อย่างไรก็ตาม กระบวนการทั้ง 12 ขั้นตอน ดังกล่าวเป็นรูปแบบที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสรุปจากการตรวจเอกสาร ซึ่งมีการประยุกต์ใช้ร่วมกับกระบวนการอื่นได้จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 รวมทั้งขึ้นอยู่กับบริบทในพื้นที่ทดลอง ผลการศึกษาจึงมีการประยุกต์ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนประมงพื้นบ้านรอบกว๊านพะเยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลตามกระบวนการ ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก ทั้งนี้ ได้มีการนำการวิจัยเชิงปริมาณมาประกอบในส่วนที่ข้อมูลเป็นตัวเลข เช่น ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (spss) และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) ค่าสถิติพื้นฐานคือ ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) เพื่อนำมาประกอบกับการวิเคราะห์แบบงานวิจัยคุณภาพ โดยนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาสรุปทเรียนในการดำเนินการตามกระบวนการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จนกระทั่งได้ผลจากการดำเนินงานคือ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดทำ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา

การศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 3 นี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการหลังจากที่จัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา เรียบร้อยแล้ว โดยมีเป้าหมายในการวิจัย คือ การประเมินประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น ผู้ประเมินคือ กลุ่มชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 คือ ชุมชนท้องถิ่นทั้ง 3 กลุ่มย่อยต่างมีความแตกต่างกัน จึงมีการสุ่มตัวอย่างแบบผสม โดยในขั้นตอนแรกคือ สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น หรือตามระดับชั้น (stratified random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีที่ใช้กับประชากรที่มีลักษณะแตกต่างกันจนสามารถแยกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ตามคุณลักษณะที่แตกต่างกันได้ และในแต่ละกลุ่มเป็นกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกัน (homogeneity) คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ องค์กร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนท้องถิ่น (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 87; องอาจ นัยพัฒน์, 2549: 103 – 142) ส่วนหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) อยู่ในระดับการวิเคราะห์ปัจเจกบุคคล (individual) โดยแต่ละกลุ่มย่อยในแต่ละพื้นที่ที่มีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ผู้ประกอบการและองค์กรด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ เช่น เจ้าของกิจการด้านบริการและการท่องเที่ยว คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัด โดยผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยมีคุณสมบัติเป็นเจ้าของธุรกิจหรือดำรงตำแหน่งบริหารตั้งแต่ผู้จัดการฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขึ้นไป โดยบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างได้จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 2 ถือเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในครั้งนี้ และสามารถเข้าร่วมประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายที่ได้จัดทำขึ้นด้วยความสมัครใจ จำนวน 10 คน

2. เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ หอจดหมายเหตุจังหวัดพะเยา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา ประมงจังหวัดพะเยา ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงจังหวัดพะเยา สำนักงานพัฒนาชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลมีคุณสมบัติใน

การดำรงตำแหน่งหัวหน้างานและมีประสบการณ์ ในการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยว โดยบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง ได้จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 2 ถือเป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในครั้งนี้ และมีความสมัครใจในการเข้าร่วมประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายที่ได้จัดทำขึ้น จำนวน 10 คน

3. ผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ที่ดำรงตำแหน่งอยู่ในคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาล และผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา กลุ่มเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวันพะเยา โดยบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง ได้จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 2 ถือเป็นกลุ่มผู้นำชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในครั้งนี้ และสมัครใจในการเข้าร่วมประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายที่ได้จัดทำขึ้น จำนวน 18 คน

รวมกลุ่มชุมชนท้องถิ่นจำนวนทั้งสิ้น 38 คน ที่เข้ามาประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อความหมายรอบกวันพะเยาที่ได้จัดทำ โดยใช้ระยะเวลาในการเข้ารับบริการสื่อความหมายตั้งแต่ 8.00 น. – 19.00 น. ตามเส้นทางที่ได้กำหนดไว้รอบกวันพะเยา (รายการเดินทางท่องเที่ยวแนะนำเสนอในภาคผนวก)

กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ เนื่องจาก การศึกษาในวัตถุประสงค์นี้ เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (quasi - experimental design) และผู้วิจัยกำหนดแบบที่มีการทดสอบก่อนและหลังการวางเงื่อนไข (pretest – posttest design) คือ ก่อนและหลังการเข้ารับบริการโปรแกรมสื่อความหมาย ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนรอบกวันพะเยาซึ่งยังไม่มีเก็บข้อมูลจำนวนผู้มาเยือนในพื้นที่ ผู้วิจัยจึงไม่สามารถทราบจำนวนประชากรได้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณจากสูตร (มันส์ สุวรรณ, 2544: 71) ดังนี้

	n	=	$p\% \times q\% (z/d)$
เมื่อ	n	คือ	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม
	$p\%$ และ $q\%$		คือ ร้อยละหรือสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (pilot sample) ที่เป็นไปตามลักษณะที่กำหนดศึกษา
	z	คือ	ค่าคะแนน z เทียบจากตาราง ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ต้องการ
	d	คือ	ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรกับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (กรณีนี้กำหนดเป็นสัดส่วนตาม p และ q)

จากสูตรการคำนวณดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง นำร่องจำนวน 30 คน ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้เพศในการกำหนดสัดส่วน โดยพบว่ามีเพศชาย 12 คน หญิง 18 คน และกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ร้อยละ 95 รวมทั้ง ค่าความแตกต่างในสัดส่วนระหว่างเพศชายกับหญิงที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 15 ดังนั้นจึงแทนค่าในสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= (12/30)(18/30) (1.96/0.15) \\ &= 40.98 \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 41 คน ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลปรากฏว่าได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 46 คนในการเข้าร่วมประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมาย ถือว่ามากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ สำหรับวิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบการกระจายอย่างง่าย โดยประสานงานกับ กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดพะเยา และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา ในการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเครือข่ายต่างจังหวัดเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในโปรแกรมสื่อความหมาย รอบกว๊านพะเยาที่ได้จัดทำ ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเข้ารับบริการสื่อความหมายตั้งแต่ 8.00 น. – 19.00 น. ตามเส้นทางที่ได้กำหนดไว้รอบกว๊านพะเยา (รายการเดินทางท่องเที่ยวแนะนำเสนอในภาคผนวก)

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

ความคาดหวังต่อโปรแกรมสื่อความหมาย

หมายถึง ค่าคะแนนที่ประเมินก่อนการรับประสบการณ์ในการบริการการสื่อความหมาย โดยเป็นสิ่งที่ต้องการหรือคาดหวังให้เกิดขึ้นในโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งเป็นปัจจัยด้านตัวกลาง หรือสื่อ (channel or media) ในเส้นทางท่องเที่ยวโดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนน

ความพึงพอใจต่อการสื่อความหมาย

ความพึงพอใจต่อการสื่อความหมาย หมายถึง ค่าคะแนนที่ผู้รับสื่อได้ประเมินหลังจากได้รับประสบการณ์ในการบริการการสื่อความหมาย โดยเป็นผลต่างจากการประเมินความคาดหวังก่อนได้รับบริการ (ค่า E : expectancy) กับประสบการณ์ที่ได้รับบริการหรือ ได้สัมผัสและประเมินค่าคุณภาพจากการรับรู้ในโปรแกรมสื่อความหมาย (P : quality perception) ซึ่งเป็นปัจจัย

ด้านตัวกลาง หรือสื่อ (channel or media) อันหมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งให้ผู้รับสาร โดยสารจะเป็นตัวแทนของความคิดที่ส่งผ่านไปตามสื่อ และไปกระตุ้นให้เกิดความหมายแก่ผู้รับสาร จำแนกรายละเอียดดังนี้

คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากรการทอ้งเที่ยวในพื้นที่

1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียง
4. ความสะดวกในการเข้าถึง
5. ความปลอดภัย

คุณลักษณะของสื่อ

1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ
2. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ
3. ความชัดเจนของเนื้อหา
4. ภาษาเข้าใจง่าย
5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย
6. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี
7. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง
8. การเชื่อมโยงผู้รับสื่อ
9. รูปแบบวิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น
10. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม
11. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์
12. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
13. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ
14. วัสดุอุปกรณ์ในการจัดสร้างเหมาะสม

การวัดค่าคุณภาพจากการรับรู้ในโปรแกรมสื่อความหมาย (P= quality perception) เป็นการประเมินหลังจากผู้รับสื่อได้รับประสบการณ์ในการบริการการสื่อความหมาย โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนน ดังนั้น ค่าความพึงพอใจต่อการสื่อความหมาย จึงวิเคราะห์โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$S = \sum (P_i - E_i) / n$$

โดยที่

$$\begin{aligned}
 E_i &= \text{ค่าคะแนนความคาดหวังต่อการสื่อความหมายในแหล่ง} \\
 &\quad \text{ท่องเที่ยวชุมชน ของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 5 โดยที่} \\
 &\quad \text{คะแนนเต็ม 5 จะมีความสำคัญมากที่สุด} \\
 P_i &= \text{ค่าคะแนนคุณภาพจากการรับรู้ในโปรแกรมสื่อความหมาย} \\
 &\quad \text{ของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 5 โดยที่ คะแนนเต็ม 5} \\
 &\quad \text{จะมีความสำคัญมากที่สุด} \\
 n &= \text{จำนวนตัวชี้วัด}
 \end{aligned}$$

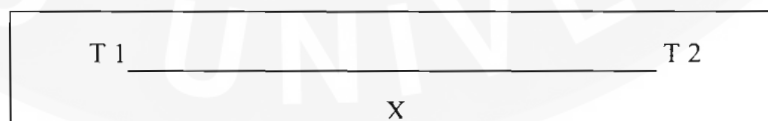
ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำหลักการของ ACSI Model หรือ The American Customer Satisfaction Index Model ซึ่งเป็นรูปแบบการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความคาดหวังก่อนรับบริการ คุณภาพในสายตาของผู้รับบริการหรือคุณภาพจากการรับรู้ คุณค่าหรือความนิยมของผู้รับบริการ(ค่าถ่วงน้ำหนัก) อันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (ฉัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์, 2549: 154 – 157) ดังนั้น การให้บริการด้านสื่อความหมายจึงควรให้ความสำคัญต่อทั้งสามประเด็น รวมทั้ง ควรทราบถึงตัวชี้วัดที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงโดยวิเคราะห์จากการที่ผู้ใช้บริการให้ความคาดหวัง แต่เมื่อรับบริการแล้วการรับรู้มาเป็นค่าคุณภาพจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการนั้นน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ แล้วเมื่อมาคิดร่วมกับค่าความสำคัญของตัวชี้วัดนั้นๆทำให้ทราบถึง ค่าคุณภาพการบริการที่แท้จริง และสามารถวิเคราะห์ได้ถึงปัญหาเร่งด่วนที่ต้องแก้ไขในแต่ละตัวชี้วัดว่าควรปรับปรุงพัฒนาตัวชี้วัดด้านใดบ้าง โดยเฉพาะค่าที่ติดลบแสดงว่าคุณภาพการรับรู้มีค่าน้อยกว่าที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักการของ NGT หรือ The nominal group technique (NGT) ซึ่ง วัฒนา พัฒนพงศ์ (2547: 54 – 58) ได้กล่าวว่า การวัดโดยใช้เทคนิค NGT เป็นแนวคิดของระบบการวัดแบบใหม่เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัญหา โดยกำหนดปัญหา(problem) ความคาดหวัง (expectation) ความเป็นจริงหรือการรับรู้ในสภาพที่เป็นอยู่(actuality) ความสำคัญของตัวชี้วัดนั้น ๆ (importance) ซึ่งสามารถหาค่าความเร่งด่วนของปัญหาได้คือ $(E-A) \times I$ ผู้วิจัยจึงนำหลักการดังกล่าวมาประยุกต์ในการวิเคราะห์ค่าคุณภาพการสื่อความหมาย หรือ ประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าประสิทธิภาพการสื่อความหมาย} &= (S_i \times W_i) / n \quad \text{หรือ} \\
 &= \sum (P_i - E_i) W_i / n
 \end{aligned}$$

โดยที่

- E_i = ค่าคะแนนความคาดหวังต่อการสื่อความหมายในแหล่ง
 ท้องเที่ยวชุมชน ของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 5 โดยที่
 คะแนนเต็ม 5 จะมีความสำคัญมากที่สุด
- P_i = ค่าคะแนนคุณภาพจากการรับรู้ในโปรแกรมสื่อความหมาย
 ของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 5 โดยที่ คะแนนเต็ม 5
 จะมีความสำคัญมากที่สุด
- W_i = ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัดที่ 1 ถึง n มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1
- n = จำนวนตัวชี้วัด

ส่วนตัวแปรในด้าน ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม (KAP) นั้น เป็นการประเมิน
 ประสิทธิภาพโปรแกรมการสื่อความหมายก่อนและหลัง การใช้บริการ โปรแกรมสื่อความหมายของ
 ผู้รับสื่อ ผู้วิจัยกำหนดการออกแบบการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (quasi - experimental design) คือ การ
 วิจัยที่ใช้วิธีแบบทดลองเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลในสภาพการณ์ที่ผู้วิจัยไม่สามารถควบคุม
 อิทธิพลของตัวแปรภายนอกได้ทั้งหมด เพราะอาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดมาก่อน เช่น พฤติกรรม
 ของแต่ละบุคคล สภาพธรรมชาติ ฯลฯ ที่มีผลกระทบต่อตัวแปรที่กำหนดศึกษา ดังนั้น ต้องอาศัย
 รูปแบบการวิจัยแบบกึ่งทดลองเพราะสามารถลดหรือขจัดข้อจำกัดดังกล่าวได้ เนื่องจากสามารถช่วย
 ทำให้ผู้วิจัยได้มาซึ่งดัชนีของผลกระทบที่มีต่อตัวแปรที่กำหนดศึกษาของกิจกรรมหรือเงื่อนไข
 กระตุ้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้วิจัยสามารถที่จะแยกได้ว่า อะไรคือผลที่แท้จริงที่เกิดขึ้นจาก
 อิทธิพลของกิจกรรมหรือเงื่อนไขกระตุ้น (มนัส สุวรรณ, 2544: 53) การวิจัยแบบกึ่งทดลอง (quasi
 - experimental design) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดแบบที่มีการทดสอบก่อนและหลังการวางเงื่อนไข
 (pretest – posttest design) ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้



โดยที่

- T 1 หมายถึง การเก็บข้อมูลก่อนการให้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้น
 ได้แก่ ค่าคะแนนเฉลี่ยของการทดสอบความคาดหวัง
 ความรู้ความเข้าใจ และทักษะคิดที่มีต่อ โปรแกรมสื่อความหมาย

- X หมายถึง เจ็อนไขกระดุน คือ โปรแกรมสื่อความหมาย ได้แก่ เส้นทาง
 ท่องเที่ยวสื่อความหมาย นักสื่อความหมาย (มักคุเทศก์ท้องถิ่น)
 ป้ายสื่อความหมาย แผ่นพับและคู่มือสื่อความหมาย
- T 2 หมายถึง การเก็บข้อมูลหลังการใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้น
 ได้แก่ ค่าคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจ ความรู้ความเข้าใจ
 และทัศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย

ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย

หมายถึง การรับรู้ข้อเท็จจริงและมีความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับ กฎเกณฑ์และ
 โครงสร้าง หรือสถานที่ สิ่งของหรือบุคคลที่เป็นเนื้อหาสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยว โดยวัด
 จากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบถูก ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 12 ข้อและกำหนดค่าคะแนน คือ

ตอบถูก	1	คะแนน
ตอบผิด	0	คะแนน

แล้วมีการจัดระดับความรู้โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ตามสูตรดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เมื่อแทนค่าแล้ว จะได้ผลลัพธ์ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{15 - 0}{3} = 5$$

สามารถแบ่งระดับความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในเส้นทางสื่อความหมาย ได้ดังนี้

คะแนน	11 - 15	หมายถึง	ความรู้ระดับสูง
คะแนน	6 - 10	หมายถึง	ความรู้ระดับปานกลาง
คะแนน	0 - 5	หมายถึง	ความรู้ระดับต่ำ

ทัศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย

ทัศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ หรือค่านิยมหนึ่งโดยจะมีความรู้สึกและอารมณ์มาเกี่ยวข้องอยู่ในความเห็น อันเกี่ยวข้องกับ โปรแกรมสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยวโดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของคนในชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นการคิดเห็นเกี่ยวกับการกระทำที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนที่แสดงออกด้วยการรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ ไม่ทำลายหรือทำให้สภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความเสื่อมโทรม โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ

พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง พฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว อันเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ

สมมติฐานการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมายทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มชุมชนท้องถิ่นมีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้น

2. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมายทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นแนวทางข้อคำถามตามแบบของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in – depth interview) ที่เผชิญหน้ากัน แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถามเปิด ชักให้ติดตามประเด็นตามหัวข้อหลัก (key topic) โดยดำเนินกับกลุ่มเป้าหมายคือ ชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ตอบให้ข้อมูล รายละเอียดในประเด็นศึกษามากที่สุด (Lofland and Lofland J, 1995: 75) เช่น การมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ความพึงพอใจ พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ฯลฯ เพื่อนำไปสู่การสรุปผลการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

2. แบบสอบถามสำหรับชุมชนท้องถิ่น จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 แบบสอบถามก่อนเข้ารับบริการด้านสื่อความหมาย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังของชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อการบริการด้าน

การสื่อความหมาย

ส่วนที่ 4 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

ส่วนที่ 5 ทัศนคติเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.2 แบบสอบถามหลังเข้ารับบริการด้านสื่อความหมาย

ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการสื่อความหมาย

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

ส่วนที่ 3 ทัศนคติเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

3. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 แบบสอบถามก่อนเข้ารับบริการด้านสื่อความหมาย ประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการด้าน

การสื่อความหมาย

ส่วนที่ 4 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

ส่วนที่ 5 ทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3.2 แบบสอบถามหลังเข้ารับบริการด้านสื่อความหมาย

ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการด้าน

การสื่อความหมาย

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

ส่วนที่ 3 ทักษะเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความตรงของเนื้อหา (content of validity) หมายถึง เครื่องมือได้ครอบคลุมเนื้อหาหรือประเด็นสิ่งที่ต้องการวัดได้ครบถ้วน (วิระพล ทองมา, 2543: 175) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ แบบประเมินฯ และแบบสอบถามจากแนวทางที่ผู้วิจัยได้ประมวลจากการตรวจเอกสาร ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นพื้นฐานในการสร้างประเด็นคำถามที่ครอบคลุมเนื้อหาส่วนต่างๆ จากนั้น นำเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาพิจารณา ตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงเครื่องมือตามที่คณะกรรมการที่ปรึกษาเสนอแนะให้ถูกต้องสมบูรณ์

2. การทดสอบความยากง่าย (difficulty) และอำนาจการจำแนก (discrimination) ของแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย ถือเป็นส่วนหนึ่งของการหาคุณภาพรายข้อของข้อทดสอบ โดยเน้นในส่วนของการอ่านผลที่ได้จากการวิเคราะห์รายข้อจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังต่อไปนี้

ความยากง่ายของแบบทดสอบ เป็นสัดส่วนระหว่าง จำนวนผู้ตอบคำถามนั้น ๆ ได้ ถูกต้องกับจำนวนผู้ที่ตอบทั้งหมด แทนด้วยสัญลักษณ์ P (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 84) ซึ่งมีสูตร การคำนวณ ดังนี้

$$P = \frac{f_u + f_l}{N_h + N_l}$$

เมื่อ	p	แทน	ระดับความยากง่ายของแบบทดสอบ
	F_u	แทน	จำนวนผู้ตอบถูกในกลุ่มสูง
	F_l	แทน	จำนวนผู้ตอบถูกในกลุ่มต่ำ
	N_h	แทน	จำนวนผู้ทดสอบทั้งหมดในกลุ่มสูง
	N_l	แทน	จำนวนผู้ทดสอบทั้งหมดในกลุ่มต่ำ

เกณฑ์ขอบเขตของ p และความหมาย

ค่า P ระหว่าง 0.20-0.40 แสดงว่า เป็นข้อสอบที่ค่อนข้างยาก (ใช้ได้)

ค่า P ระหว่าง 0.41-0.60 แสดงว่า เป็นข้อสอบที่ยากง่ายพอเหมาะ (ใช้ได้ดี)

ค่า P ระหว่าง 0.61-0.80 แสดงว่า เป็นข้อสอบที่ค่อนข้างง่าย (ใช้ได้)

ค่า P ระหว่าง 0.81-1.00 แสดงว่า เป็นข้อสอบที่ง่ายมาก

ส่วนอำนาจจำแนก (discrimination) หมายถึง ประสิทธิภาพของแบบทดสอบในการแยกความสามารถ เก่ง-อ่อน ของผู้ตอบ เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของอัตราส่วนระหว่างคนเก่งและคนอ่อน ค่าอำนาจจำแนกจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความเก่ง-อ่อน และการตอบถูก-ผิดของผู้ตอบเป็นหลัก แทนด้วยสัญลักษณ์ r ซึ่งมีค่าตั้งแต่ -1.00 ถึง +1.00 และมีความหมายดังนี้

ค่า r เป็น ลบ แสดงว่า มีค่าอำนาจจำแนกในทางตรงกันข้าม

ค่า r ระหว่าง 0.00-0.19 แสดงว่า ไม่มีค่าอำนาจจำแนก

ค่า r ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป แสดงว่า มีค่าอำนาจจำแนกดี

อำนาจจำแนกของแบบทดสอบเป็นรายชื่อ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 84)

$$r = \frac{f_u - f_l}{N_h}$$

เมื่อ	r	แทน	ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบ
	F_u	แทน	จำนวนผู้ตอบถูกในกลุ่มสูง
	F_l	แทน	จำนวนผู้ตอบถูกในกลุ่มต่ำ
	N_h	แทน	จำนวนผู้ทดสอบทั้งหมดในกลุ่มสูง

เกณฑ์ขอบเขตของ r และความหมาย

0.40 ขึ้นไป	ค่าอำนาจจำแนกสูง	คุณภาพของข้อสอบดีมาก
0.30 – 0.39	ค่าอำนาจจำแนกปานกลาง	คุณภาพของข้อสอบดีพอสมควร
0.20 – 0.29	ค่าอำนาจจำแนกค่อนข้างต่ำ	คุณภาพข้อสอบพอใช้ได้
0.00 – 0.19	ค่าอำนาจจำแนกต่ำ	คุณภาพข้อสอบไม่ควรนำมาใช้

เกณฑ์การพิจารณาข้อสอบ

- ข้อสอบดีมาก คือ ข้อสอบที่มีความยากง่ายพอเหมาะ (P ระหว่าง 0.41-0.60) และมีค่าอำนาจจำแนกดี (r มากกว่าหรือเท่ากับ 0.20)
- ข้อสอบดี คือ ข้อสอบที่ค่อนข้างง่าย (P ระหว่าง 0.61-0.80) หรือข้อสอบที่ค่อนข้างยาก (P ระหว่าง 0.20-0.40) และมีค่าอำนาจจำแนกดี (r มากกว่าหรือเท่ากับ 0.20)
- ข้อสอบพอใช้ได้ คือ ข้อสอบที่มีความยากง่ายพอเหมาะ (P ระหว่าง 0.21-0.80) และมีค่าอำนาจจำแนกต่ำ (r ระหว่าง 0.00-0.19) หรือข้อสอบที่มีค่าอำนาจจำแนกดี (r มากกว่าหรือเท่ากับ 0.20) แต่มีความยากมาก (P ระหว่าง 0.00-0.19) หรือมีความง่ายมาก (P ระหว่าง 0.81-1.00)
- ข้อสอบไม่ดี คือ ข้อสอบที่มีความยากมาก (P ระหว่าง 0.00-0.19) หรือข้อสอบที่มีความง่ายมาก (P ระหว่าง 0.81-1.00) และมีค่าอำนาจจำแนกน้อย (r ระหว่าง 0.00-0.19)
- ข้อสอบใช้ไม่ได้ คือ ข้อสอบที่มีค่าอำนาจจำแนกในทางกลับกัน หรือไม่มีค่าอำนาจจำแนก (r เป็นลบ)

สำหรับผลการทดสอบความยากง่าย (difficulty) และอำนาจการจำแนก (discrimination) ของแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมายของกลุ่มประชาชนท้องถิ่นชุดก่อนรับบริการด้านสื่อความหมาย พบว่า ข้อสอบอยู่ในเกณฑ์ดี เป็นข้อสอบที่ค่อนข้างง่าย (P = 0.78) และมีค่าอำนาจจำแนกดี (r เท่ากับ 0.20) ส่วนชุดหลังรับบริการสื่อ

ความหมาย พบว่า ข้อสอบอยู่ในเกณฑ์ดีเป็นข้อสอบที่ค่อนข้างง่าย ($P = 0.75$) และมีค่าอำนาจจำแนกดี (r เท่ากับ 0.22) แสดงว่า ชุดก่อนรับบริการง่ายกว่าแต่ดีน้อยกว่าชุดหลังรับบริการสื่อความหมาย

ส่วนแบบทดสอบความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมายของกลุ่มนักท่องเที่ยวก่อนรับบริการด้านสื่อความหมาย พบว่า ข้อสอบอยู่ในเกณฑ์พอใช้ได้ คือ ข้อสอบมีค่าอำนาจจำแนกดี ($r = 0.25$) แต่มีความยากมาก ($P = 0.35$) ส่วนชุดหลังรับบริการสื่อความหมาย พบว่า ข้อสอบอยู่ในเกณฑ์พอใช้ได้ คือ ข้อสอบมีค่าอำนาจจำแนกดี ($r = 0.24$) แต่มีความยากมาก ($P = 0.39$) แสดงว่า ชุดแรกดีมากกว่าเล็กน้อย และง่ายกว่าชุดหลัง

6. การทดสอบความเที่ยง (reliability) โดยนำแบบประเมินและแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว ไปทดสอบความเที่ยงกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มชุมชนท้องถิ่น กับกลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว จำนวนกลุ่มละ 20 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์ หาค่าความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือ โดยวิธีการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 125) ผลการวิเคราะห์ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามของกลุ่มชุมชนท้องถิ่น คือ

ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อการบริการด้านการสื่อความหมาย ได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.96

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย ฉบับก่อนรับบริการสื่อความหมายฯ ได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.72 ส่วนฉบับหลังรับบริการฯ 0.76

ส่วนที่ 3 ทักษะคติเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.76

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.78

- ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามของกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการด้านการสื่อความหมาย ได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.95

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย ฉบับก่อนรับบริการสื่อความหมายได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.72 ฉบับหลังรับบริการ 0.74

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.83

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้ค่าของการทดสอบความเที่ยงเท่ากับ 0.77

การเก็บและรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in - depth interview) การประชุมกลุ่มย่อย การจัดประชุมเพื่อสรุปบทเรียน และการใช้แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อความหมายและแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดที่มีต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นและพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว ใช้เครื่องมือ คือแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อความหมาย และแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยดำเนินการโดยเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่ศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาถอดรหัส วิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (spss) ส่วนสถิติที่ผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) กับค่าสถิติพื้นฐานคือ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม (T-test) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือเพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การวิเคราะห์ผลการนำร่างกระบวนการฯ หลังจากเข้าไปพัฒนาใช้ในพื้นที่เป้าหมาย แล้วสรุปคุณลักษณะ ความเหมาะสมของรูปแบบ รวมทั้ง การประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ได้ใช้แบบการวิจัยคือการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการวิจัยเอกสาร ได้จากแหล่งข้อมูล คือ ผลการศึกษาที่ได้หลังจากเข้าไปพัฒนาใช้ในพื้นที่เป้าหมาย ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 แล้วประมวล วิเคราะห์สรุปผล จากนั้นจัดทำการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญโดยวิธีการสนทนากลุ่ม(focus group discussion) และการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของรูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อหาค่า IOC ในประเด็นดังกล่าว

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณภุณิพนธ์ คณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องและมีความเชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงบุคคลวิธีการเลือกกรณีตรงตามประเด็นวิจัยมากกว่าปกติ (intensity sampling) ส่วนบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างจะนำมาจากรายชื่อนักวิจัย คณาจารย์ ผู้นำชุมชน ผู้บริหารงานภาครัฐและผู้บริหารภาคเอกชนซึ่งทำงานวิจัยหรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้อง และกำหนดหน่วยวิเคราะห์อยู่ในระดับการวิเคราะห์ปัจเจกบุคคล(individual) ส่วนจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมสัมมนากำหนดทั้งสิ้น 11 ท่าน ดังรายชื่อในภาคผนวก

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. นำผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 2 และ 3 ทำการวิเคราะห์แล้วสรุปผลการศึกษา 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ รูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของ

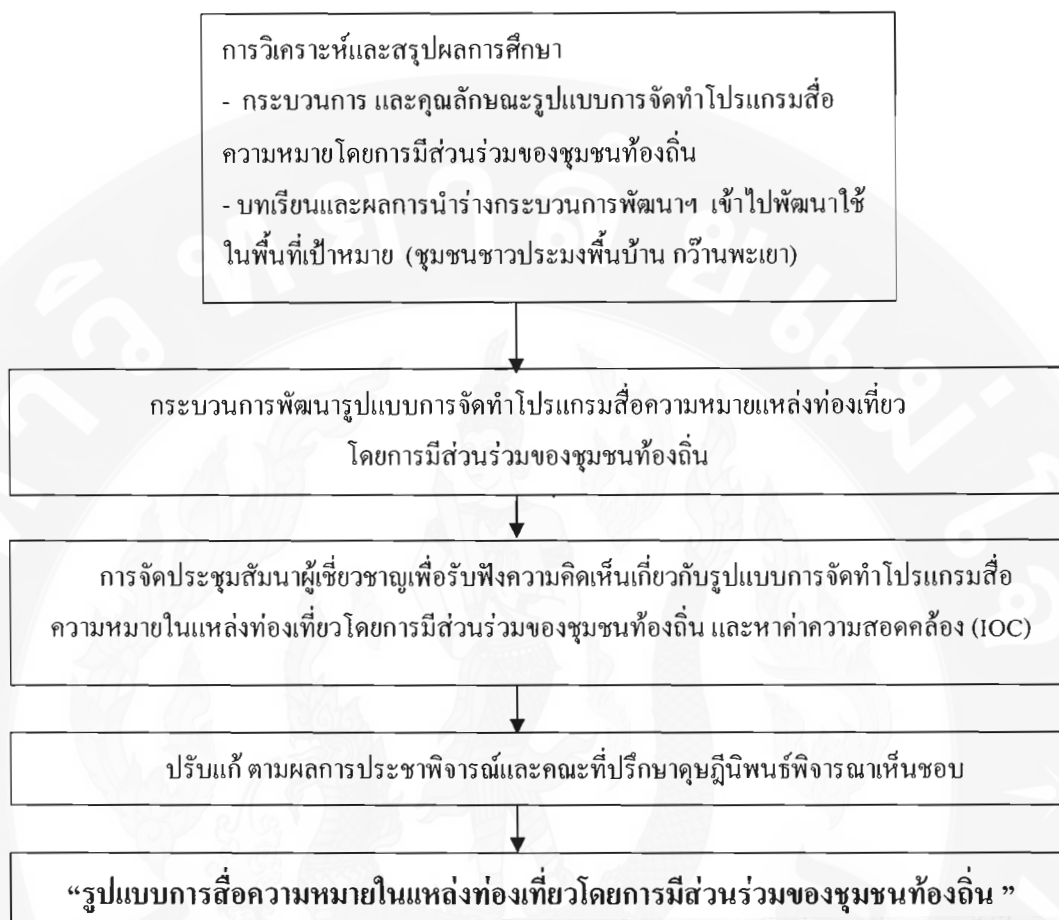
ชุมชนท้องถิ่น ตัวชี้วัดหรือคุณลักษณะของ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และบทเรียนการนำร่องรูปแบบการจัดการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเข้าไปพัฒนาใช้ในพื้นที่ทดลองคือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา

2. สรุปรูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นแล้วเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณิณีพนธ์ ร่วมพิจารณาตรวจสอบการจัดสัมมนาผู้เชี่ยวชาญโดยวิธีการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เป็นการเก็บข้อมูล ความคิด และความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องและสนใจ โดยการตรวจสอบประเด็นปัญหา และจำกัดขอบเขตของการสนทนาให้อยู่ในประเด็นปัญหา เพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน (consensus) ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับรูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น อันมีผู้ดำเนินการสนทนา (moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดถี่ถ้วน โดยมีผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 11 คน

3. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างของรูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (IOC: Index of Item Objective Congruence) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อหาค่า IOC

4. ปรับแก้รูปแบบและตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยการพิจารณาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นตามผลสรุปของการจัดประชาพิจารณ์ หรือการจัดสัมมนา และคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณิณีพนธ์ ได้พิจารณา จนกระทั่งได้ผลการวิจัยคือ กระบวนการและตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

สรุปได้ตามภาพ 12 ดังนี้



ภาพ 12 กระบวนการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนใน วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก และมีการวิเคราะห์ผลจากการใช้ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (IOC) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณ แล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) (ถัดควาลย์ เพชร โรจน์และคณะ, 2550: 145) เพื่อวัดความเที่ยงตรง (validity) มีสูตรการคำนวณดังต่อไปนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหาทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

จากนั้นนำผลการตรวจสอบที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index Of Consistency: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้อง แล้วปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จนสรุปได้ถึงรูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้ง ตัวชี้วัดหรือคุณลักษณะของโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ทั้งนี้ การศึกษาถึงดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยปกติแล้วจะต้องศึกษาก่อนการประเมิน หรือการนำรูปแบบไปใช้ในพื้นที่ศึกษา แต่สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกประยุกต์ใช้ในวัตถุประสงค์ที่ 4 ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์สุดท้ายของการศึกษา คือ การกำหนดรูปแบบและตัวชี้วัดการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากต้องการประเมินและยืนยันรูปแบบที่ได้ศึกษามาว่าจะเป็นที่ยอมรับของผู้เชี่ยวชาญหรือไม่ประการใด โดยประยุกต์ใช้ร่วมกับวิธีการประชุมเชิงวิชาการแบบการสนทนากลุ่ม (focus group) ซึ่งทำให้ข้อมูลชัดเจนขึ้นสามารถวิเคราะห์แต่ละองค์ประกอบของรูปแบบ และตัวชี้วัดในการประเมินประสิทธิภาพ ว่ามีความสอดคล้อง หรือผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับมากน้อยเพียงใด อันนำไปสู่ผลการศึกษาที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์มากกว่าการใช้เพียงวิธีการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น หลังจากที่มีการประมวลผลการศึกษาที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้สรุปแล้วนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาคุณนิพนธ์ได้พิจารณาตรวจสอบให้ผู้วิจัยแก้ไขจนกระทั่งได้ผลการวิจัยคือ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (research for development) และเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2553 รวมทั้งสิ้น 27 เดือน หรือ 2 ปี 3 เดือน ซึ่งมีรายละเอียดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนหลัก ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนหลัก	พ.ศ. 2551	พ.ศ. 2552	พ.ศ. 2553	ระยะเวลา (เดือน)
วัตถุประสงค์ที่ 1				
1. การศึกษา ดำรวจ รวบรวมข้อมูลบริบทของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในประเทศไทยและระดับสากล	มกราคม			1
2. การวิเคราะห์และกำหนดร่างรูปแบบการ จัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วม ของชุมชนท้องถิ่นซึ่งผ่านการตรวจสอบ จาก ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญ	กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม			4
วัตถุประสงค์ที่ 2				
3. การนำไปใช้และพัฒนา รูปแบบการสื่อ ความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นในการเข้าไปพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว	มิถุนายน	พฤษภาคม		12
วัตถุประสงค์ที่ 3				
4. การประเมินประสิทธิภาพการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้จัดทำขึ้น ในพื้นที่ศึกษา		กรกฎาคม - สิงหาคม		3
5. การวิเคราะห์สรุปผล บทเรียนการนำ รูปแบบการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ ไปใช้		กันยายน		1
วัตถุประสงค์ที่ 4				
6. การจัดสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นให้ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและหาค่า IOC		ตุลาคม		1
7. ปรับแก้รูปแบบฯ ตามผลสัมมนา และ คณะที่ปรึกษาฯ ได้พิจารณา แล้วจัดทำ รายงานและนำเสนอผลการวิจัย		พฤศจิกายน		1
8. ปรับแก้และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์		ธันวาคม	มีนาคม	4
รวมระยะเวลา (เดือน)	ตั้งแต่เดือนมกราคม 2551 – มีนาคม 2553			27

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนารูปแบบ และ กำหนดคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ดำเนินการและมีผลการวิจัยและวิจารณ์โดยเสนอตามขั้นตอน การศึกษา 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสาร

ขั้นตอนที่ 2 การคัดเลือกชุมชนที่มีโปรแกรมการสื่อความหมายเพื่อศึกษาเปรียบเทียบ

ขั้นตอนที่ 3 ผลการดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) กับผู้นำชุมชน ที่เป็นแกนนำในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 4 ผลการดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) เกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 5 ผลการพิจารณา ตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกระบวนการ และ ตัวชี้วัดการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ผลการศึกษาในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสาร

การวิจัยเอกสาร ได้จากแหล่งข้อมูลขั้นทุติยภูมิ โดยเฉพาะข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ แล้วสังเคราะห์ จนกระทั่งได้ผลการศึกษาคือ รูปแบบ และคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จากการศึกษาบทความทางวิชาการ ของคาร์ณี ค่านวันดี (2549: 7); สุรเชษฐ์ เชมฐมาส (2545: 20-27); นำขวัญ วงศ์ประทุม (2545: 9); Freeman Tilden (1987: 8); Enos A. Mills (สารรัฐ รัตนะ, 2545: 1-3); Sharpe, et.al. (1994: 462-463); Chettamart (1983: 26-27); Ham (1992: 120-122) พบว่า การสื่อความหมาย หรือ interpretation ใช้กับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยทั่วไป หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรม โดยใช้เทคนิควิธีการอย่างเป็นศิลปะและภาษาที่

เข้าใจง่ายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ประทับใจและเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมรวมทั้งการอนุรักษ์อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดีต่อไป ถือเป็น การให้บริการแก่ผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ศึกษาเรียนรู้ และเข้าใจเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นอันเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

การนำหลักการของ การสื่อความหมายเข้ามาใช้ในประเทศไทยส่วนใหญ่จะพบในการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ โดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติและเริ่มแพร่หลายใช้ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อโยงใยการสื่อสารระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากรอันจะช่วยให้ผู้มาเยือนพัฒนาความรู้และสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสภาพแวดล้อมเกิดความซาบซึ้งและเข้าใจในพื้นที่ที่มาเยือน รวมทั้ง ได้รับประสบการณ์และความรื่นรมย์ ตามปรัชญาของการสื่อความหมายธรรมชาติ ได้แก่ การสื่อความหมายต้องก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมทางด้านบวกต่อสภาพแวดล้อม (Freeman Tilden, 1987: 8)

จากการวิจัยเอกสารยังพบว่า การดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวตามหลักวิชาการนั้น ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐซึ่งมีคณะทำงานที่เชี่ยวชาญด้านการสื่อความหมายเป็นผู้จัดทำ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ชุมชนท้องถิ่นควรมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการดำเนินการเนื่องจาก การที่จะทำให้กระบวนการสื่อความหมายมีประสิทธิภาพได้จะต้องเข้ากับ สังคมและวัฒนธรรมในชุมชนนั้น ดังนั้น จึงควรให้ ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารตามที่ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมของ Peter Berger และ Thomas Luckmann (phenomenology theory) อธิบายไว้ว่า ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมมีเหตุมาจากสมาชิกในสังคมนั้นเป็นสำคัญ ปรากฏการณ์หนึ่งใดจะมีความหมายอย่างไรต่อคนในแต่ละชุมชน ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น การศึกษาหรือการพัฒนาสังคมใดสังคมหนึ่ง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วม หรือศึกษาสังคมจากโลกชีวิตโดยมองผ่านสายตาของสมาชิกในสังคมนั้น (สัจญา สัจญาวิวัฒน์, 2550: 190-201) รวมทั้งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (tourism management on sufficiency economy concept) และการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism development) ตามที่ จุฑามาศ บารมีชัย และคณะ (2550: 58-70) คณะกรรมาธิการการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 1-48); ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550: 15-40)

World Tourism Organization (2006) ได้แจกแจงหลักการทั้ง 2 แนวคิดว่า ต่างมีความสอดคล้องกัน ในการหาความสมดุล ในกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การขับเคลื่อนของอุปสงค์ อุปทาน และ พลังทางการตลาดมาเป็นการหาความพอดีที่จะไม่ละเลยความเปลี่ยนแปลง ในขณะที่เดียวกันต้อง ผนอรรถกษาฟื้นฟูแหล่งนำรายได้ เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม มากกว่ามิติทางเศรษฐกิจ และ ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (people participation) คือ การนำชุมชนเข้ามาเป็น ส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ถือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอำนาจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ตลอดจน เป็นการถ่ายโอนอำนาจจากบุคคลผู้มีอำนาจลงไปสู่สมาชิกในชุมชน และเกี่ยวข้องกับการเพิ่มพลัง อำนาจให้กับสมาชิกในชุมชน ในการร่วมกันคิด และร่วมกันตัดสินใจในเรื่องราวต่าง ๆ ตลอดจน ร่วมปฏิบัติการพัฒนาชุมชนในทิศทางที่เหมาะสม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 16-18) จึงสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนา เป็นการมุ่งเน้นให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาซึ่ง เป็นการพัฒนาที่มาจากฐานราก โดยการให้ชุมชนวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง ให้รู้จักการคิดเป็น แก้ปัญหาเป็น และมีการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีใหม่ ๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและส่งผลให้ประชาชน ในชุมชนได้มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อตนเองและชุมชนของตนได้อย่างแท้จริง

ดังนั้น การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ควรนำหลักการพัฒนาโดยชุมชนมีส่วนร่วมเข้ามาประยุกต์ใช้ โดย วันชัย วัฒนศัพท์ (2543); กาญจนา แก้วเทพ (2543: 56-62); ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ(2549: 24); Gregory Bateson and Jurgen Ruesch (กาญจนา แก้วเทพ, 2539: 9-10); Singhal 2001 Jacobson (1999) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมในแง่มุมมองของการสื่อสาร ถือว่าเป็นวิธีการหรือกระบวนการสื่อสารสองทางและยังเป็น เป้าหมายของวิถีทางของการจัดทำสื่อในกระแสปัจจุบัน เนื่องจาก สามารถกระตุ้นให้ชุมชน มองเห็นคุณค่าและความเชื่อของตนเอง สร้างความมั่นใจให้ชาวบ้าน เพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่า การเข้า มามีส่วนร่วมผลิตสื่อชุมชน ทำให้พวกเขาสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ ส่งผลให้เกิดทักษะใน การสร้างสื่อให้กับชุมชน สำหรับเป็นช่องทางในการส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืนมุมมองและทัศนะ ของตนเอง ชุมชนได้วิเคราะห์และแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน รวมทั้ง กระตุ้นการสร้างสื่อที่ อนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน แล้วนำไปสู่ความรู้สึกรักเป็นเจ้าของ ชุมชนร่วมกัน และเกิดสำนึกความรับผิดชอบในการแก้ปัญหาคการพัฒนาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นของตน สรุปจากการวิจัยเอกสาร รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่น จึงควรประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ P4TIE ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (P : participation)
2. คณะทำงาน (T : team)
3. การวิเคราะห์พื้นที่/ทรัพยากรการท่องเที่ยว (T : tourism area)

4. การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (T : tourists)
5. การกำหนดเค้าโครงเรื่องในการสื่อความหมาย (T : theme)
6. การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (I : interpretation design)
7. การติดตามประเมินผล (Evaluation)

ส่วนการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่มีการประเมินผลจาก ความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อตัวกลางสื่อความหมาย (S : Satisfaction) ดังจะเห็นว่า ดารากร เจียมวิจักขณ์ (2532: 68); บุษบง กฤษณะ โยธิน (2534: 97); จีรวลย์ ต่อศรี (2534:บทคัดย่อ) ได้มีการศึกษาและประเมินตัวกลางความหมาย จากความพึงพอใจของผู้มาเยือนโดยจำแนกตามชนิด คุณลักษณะของตัวกลาง ประโยชน์ใช้สอย ความจำเป็น ความน่าสนใจ เนื้อหา เป็นต้น ตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความ พึงพอใจจากสื่อ (the use and gratifications approach) ซึ่ง E. Katz J. G. Blumler and M. Gurevitch (ศิริชัย ศิริกาชะ; กาญจนา แก้วเทพ, 2531: 109-112) กล่าวว่าทฤษฎีนี้จะให้ความสำคัญกับผู้รับสารและศึกษาผู้บริโภคสื่อหรือพฤติกรรม การสื่อสารเป็นจุดเริ่มต้นมากกว่าสารจากสื่อ เนื่องจาก ผู้รับสารเป็นผู้กระทำการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าเป็นฝ่ายถูกกระทำจากสื่อ และการบริโภคสื่ออาจบรรลุความพึงพอใจได้ต่าง กัน ผู้รับสารจะเชื่อมโยงความต้องการ (need) ของตนในการเลือกใช้สื่อ เนื้อหาสื่อเพียงอย่างเดียวนั้น ไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจได้อย่างถูกต้อง คุณลักษณะของสื่อ (media characteristics) เป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในแต่ละครั้งแตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ในการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมาย ตามเป้าหมายของปรัชญาการสื่อความหมายในด้าน ความรู้ความเข้าใจ (knowledge) ทศนคติ (attitude) พฤติกรรมการยอมรับปฏิบัติ (behavior/peactice) จะเห็นว่ามีผลสอดคล้องกับ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม (KAP theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้งสาม ซึ่ง สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533: 120-124) Barlo K. David (สร้อยตระกูล วรรณมานะ, 2542: 64-65) กล่าวถึง KAP theory ว่าเป็นการศึกษาที่เน้นผลกระทบของการสื่อสารต่อตัวผู้รับสาร อันจะสะท้อนถึงพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสาร KAP มักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนสังคมโดยให้เห็นถึงการสื่อสารหรือสื่อในฐานะตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว นั้นจึงควรประกอบไปด้วยตัวชี้วัดสำคัญ 4 ปัจจัย ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อการ โปรแกรมสื่อความหมาย (S = Satisfaction)
2. ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย (K = knowledge)
3. ทศนคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย (A = attitude)
4. พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (P = protection)

ขั้นตอนที่ 2 การคัดเลือกชุมชนที่มีโปรแกรม

การสื่อความหมายเพื่อศึกษาบทเรียน

เป็นการศึกษาจากกลุ่มประชากร คือ ผู้นำชุมชน ที่เป็นแกนนำในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยวในโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ประจำปี 2550 จัดโดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 62 ชุมชนแล้วคัดเลือกชุมชนตัวอย่างที่เข้าเกณฑ์ ตรงกับประเด็นวิจัยซึ่งกำหนดไว้ คือ

1. ชุมชนมีโปรแกรมสื่อความหมาย และคัดเลือกชุมชนที่มีจำนวนของตัวกลางที่ใช้ในการสื่อความหมายมากที่สุด
2. การสื่อความหมายที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ได้แก่ องค์กรอื่นดำเนินการโดยชุมชนท้องถิ่น ไม่มีส่วนร่วม มีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น และชุมชนดำเนินการเองทั้งหมด

โดยผลจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในการคัดเลือกชุมชนที่มีโปรแกรมสื่อความหมายเพื่อศึกษาบทเรียน จำนวน 62 ชุมชน มีดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของชุมชน

ชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวประจำปี 2550 ส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง จำนวนร้อยละ 38.7 รองลงมาได้แก่ ชุมชนที่อยู่ในภาคเหนือ ร้อยละ 22.58 ภาคใต้ จำนวนร้อยละ 20.96 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 17.74 โดยมีทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนที่โดดเด่นส่วนใหญ่ คือ ประเภทที่ 5 ทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่เกี่ยวกับการเกษตร หัตถกรรม และตลาด มีจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 38.71 รองลงมาเป็นทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต

ชุมชนในด้านชนชาติชนเผ่าอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนร้อยละ 22.58 จะเห็นว่าทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนนั้นมีความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับ สถานที่ตั้งของชุมชน เช่น ชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวประจำปี 2550 ส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นที่สุดจึงเป็นประเภทที่ 5 ทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชนที่เกี่ยวกับ การเกษตร หัตถกรรมและตลาดและรองลง มาอยู่ในภาคเหนือซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านชนชาติ ชนเผ่าอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จุดสังเกตหนึ่งพบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งทางบกและทางทะเล รวมทั้งโบราณสถานประวัติศาสตร์ที่เป็นชุมชนท่องเที่ยวและได้รับรางวัลในครั้งนี้มีจำนวนน้อยกว่าด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตส่วนหนึ่งน่าจะเป็นเพราะพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อนุรักษ์ (protected area) ส่วนด้าน โบราณสถานนั้นอยู่ในพื้นที่ซึ่งกรมศิลปากรดูแล ต่างเป็นพื้นที่ที่หน่วยงานภาครัฐรับผิดชอบดูแลและมีจำนวนชุมชนท่องเที่ยวภายในพื้นที่ไม่มากนัก รวมทั้ง ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้นส่วนใหญ่มีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตมากกว่าด้านอื่น น่าจะเป็นเพราะชุมชนโดยทั่วไปก็คือแหล่งวัฒนธรรม อันมีวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ประเพณีของตนเองอยู่แล้ว และเมื่อมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนย่อมนำทรัพยากรด้านนี้มาเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีนอกจากนี้ พบว่าชุมชนทั้ง 62 แห่ง นั้น มีระยะเวลาในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ในช่วง 2-10 ปีมากที่สุดร้อยละ 79.03 โดยเฉลี่ย 7.68 ปี ซึ่งถือเป็นระยะเวลาเดียวกันกับ กระแสการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community - based tourism) เริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับการพัฒนาขึ้นมาในประเทศไทย ทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนาน สุวรรณศรี, 2546: 28-32) โดยมีรายละเอียดตามตาราง 2 ต่อไปนี้

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้นำชุมชนที่ระบุเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปชุมชน

N = 62		
ข้อมูลทั่วไปของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิภาค: ภาคกลาง	24	38.70
ภาคเหนือ	14	22.58
ภาคใต้	13	20.96
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	11	17.74
ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน		
ธรรมชาติ : บก	10	16.13
ธรรมชาติ: ทะเล เกาะ	8	12.90

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของชุมชน	จำนวน (ชุมชน)	ร้อยละ
ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต : ชนชาติ	14	22.58
ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต : เกษตร หัตถกรรม ตลาด	24	38.71
โบราณสถาน ประวัติศาสตร์	5	8.06
ระยะเวลาในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน		
2 - 10 ปี	49	79.03
11 - 19 ปี	11	17.74
20 - 28 ปี	2	3.23
$\mu = 7.68$ $\sigma = 5.01$ Range = 2-28		

ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนที่มีต่อความสำคัญของโปรแกรมสื่อความหมายชนิดต่าง ๆ

สื่อที่ผู้นำชุมชนให้ความสำคัญและเห็นว่าเป็นความจำเป็นที่ชุมชนทางด้านการท่องเที่ยวควรมี โดยเรียงตามอันดับค่าความสำคัญมากที่สุดคือ เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน หรือเส้นทางสื่อความหมายในชุมชน รองลงมาได้แก่ เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น แผ่นพับ/ โบชัว แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ชุมชน คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ ซึ่งมีรายละเอียด ตามตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 ค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของสื่อตามความคิดเห็นของผู้นำชุมชน

ประเภทของตัวกลางการสื่อความหมาย	คะแนนเฉลี่ยสื่อที่มีความสำคัญหรือชุมชนจำเป็นและต้องการให้มีขึ้นในชุมชนมากที่สุด
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล	
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	6.50
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	6.19
3. การสาริต / การแสดง	1.84
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล	
1. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน	7.19
2. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ	6.56
3. แผ่นพับ/ โบชัว	5.73
4. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	5.52
5. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.77
6. พิพิธภัณฑ์ชุมชน	3.47
7. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	2.87
8. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์	1.91
9. เว็บไซต์ (web site) แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน	1.00
10. นิทรรศการกลางแจ้ง	0.44
11. โปสเตอร์	0.29
12. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน	0.16
13. แผ่นปลิว	0.15
14. นิทรรศการในร่ม	0.13
15. นิทรรศการกลางแจ้ง	0.13

สถานภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย

สถานภาพของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนด ลักษณะของการมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายใน 3 ลักษณะ ได้แก่ องค์กรอื่นดำเนินการ โดยชุมชนท้องถิ่นไม่มีส่วนร่วม มีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น และชุมชนดำเนินการเองทั้งหมด ผลการศึกษาพบว่า ทุกชุมชนได้ดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยมีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆ จำนวน 62 ชุมชน หรือ ร้อยละ 100 แสดงให้เห็นว่า ไม่มีลักษณะที่องค์กรอื่นเข้ามาดำเนินการเองทั้งหมดโดยชุมชนท้องถิ่น ไม่มีส่วนร่วม และไม่มีชุมชนใดที่ได้ดำเนินการเองทั้งหมด ทั้งนี้ น่าจะมีสาเหตุมาจาก การจัดสื่อกลางเพื่อใช้ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้นถือเป็นกิจกรรมหนึ่งในการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาเยือน และบางกิจกรรมจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความชำนาญเฉพาะทาง ในการดำเนินการดังนั้นจึงต้องมีหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภายในภายนอกชุมชน เข้ามาร่วมดำเนินการด้วย รวมทั้งในปัจจุบันมีองค์กรหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายมากขึ้น จึงเข้ามาดำเนินการส่งเสริมพัฒนากิจกรรมด้านนี้ให้กับชุมชนท้องถิ่น มากขึ้น โดยเฉพาะชุมชนด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาจึงพบว่า ทุกชุมชนได้ดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยมีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ อันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา NGO และบริษัททัวร์ หรือภาคธุรกิจ โดยมีส่วนร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 62.90 เนื่องจากเป็นองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่บริหารงาน โดยผู้นำที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้น จากผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ ผลการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนทางการท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางการเมืองในท้องถิ่น และเชื่อมโยงกับประเภทของสื่อกลางซึ่งผู้นำชุมชนมักจะให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสาธารณูปโภคด้านถนนหนทาง หรือเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชนมากกว่าสื่อด้านอื่นๆ ส่วนหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการเข้ามาดำเนินการจัดทำสื่อด้านการท่องเที่ยวนี้คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวนร้อยละ 27.42 ถือเป็นองค์กรที่มีภารกิจหน้าที่ด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่แล้ว ชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมมากกว่าหน่วยงานอื่น ๆ ดังรายละเอียดแสดงในตาราง 4 ต่อไปนี้

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของของผู้นำชุมชนที่ระบุเกี่ยวกับสถานภาพการมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายของชุมชน

N = 62		
การมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการมีส่วนร่วม		
ชุมชนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น	62	100
การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ :		
ไม่มีการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	10	16.13
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	17	27.42
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	6	9.68
อุทยานแห่งชาติ	6	9.68
หน่วยจัดการต้นน้ำ	1	1.61
กรมส่งเสริมการเกษตร	5	8.06
กรมประมง	2	3.23
กรมสิ่งแวดล้อม	2	3.23
สาธารณสุข	1	1.61
องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	1	1.61
กรมศิลปากร	3	4.84
กรมพัฒนาชุมชน	5	8.06
รัฐบาลได้ทุกวัน	1	1.61
สำนักงานพัฒนาสังคม	1	1.61
ธนาคารการเกษตรและสหกรณ์ (ชกส.)	1	1.61
การมีส่วนร่วมกับองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น :		
ไม่มีการมีส่วนร่วมกับองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น	12	19.35
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	39	62.90
องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)	3	4.84
เทศบาล	6	9.68
กรุงเทพมหานคร	2	3.23

ตาราง 4 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	จำนวน	ร้อยละ
การมีส่วนร่วมกับองค์กรเอกชน (NGO) :		
ไม่มีการมีส่วนร่วมกับองค์กรเอกชน (NGO)	52	83.87
การมีส่วนร่วมกับองค์กรเอกชน (NGO) ได้แก่		
สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน	3	4.84
มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพันธุ์พืช	1	1.61
มูลนิธิรักไทย	1	1.61
มูลนิธิชุมชนไท	1	1.61
สมาคมชาวจีน	1	1.61
กองทุนสัตว์ป่าโลก (WWF)	3	4.84
การมีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือองค์กรด้านวิชาการ :		
ไม่มีการมีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษา	49	79.00
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	1	1.61
มหาวิทยาลัยพระนคร	1	1.61
มหาวิทยาลัยแม่โจ้	1	1.61
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	1	1.61
มหาวิทยาลัยสุรนารี	1	1.61
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น	1	1.61
สำนักงานสนับสนุนการวิจัย	5	8.10
ศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร	1	1.61
โรงเรียนที่อยู่ในชุมชน	1	1.61
การมีส่วนร่วมกับภาคธุรกิจเอกชน : บริษัทนำเที่ยว		
ไม่มีการมีส่วนร่วมกับภาคธุรกิจเอกชน : บริษัทนำเที่ยว	48	77.42
มีส่วนร่วมกับภาคธุรกิจเอกชน : บริษัทนำเที่ยว	14	22.58

สรุปผลการสำรวจชุมชนที่เข้าเกณฑ์ตรงกับประเด็นวิจัย

ผลสำรวจพบว่า มีชุมชนจำนวน 25 แห่งที่เข้าเกณฑ์ และชุมชนที่คัดเลือกนั้น ตรงกับประเด็นวิจัยซึ่งกำหนดไว้ คือ

1. ชุมชนมีโปรแกรมสื่อความหมาย โดยสำรวจ ชุมชนทั้ง 62 แห่งนั้น พบว่ามีสื่อชนิดต่าง ๆ โดยเฉลี่ยแล้ว 6 ชนิด และ ชุมชนที่มีการใช้สื่อมากที่สุดคือ ชุมชนสามชุกตลาด 100 ปี จ.สุพรรณบุรี จำนวน 13 ชนิด ทั้งนี้ พบว่า ชุมชนที่มีการใช้ตัวกลางเป็นสื่อประเภทต่าง ๆ มากกว่าจำนวนเฉลี่ย หรือตั้งแต่ 7 ชนิดขึ้นไป โดยสามารถเรียงตามตารางชุมชนที่มีจำนวนการใช้สื่อชนิดต่าง ๆ มากที่สุดตามอันดับทั้งสิ้น 25 ชุมชน

2. การสื่อความหมายที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทได้แก่

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก

2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้ำ ทะเล เกาะ

2.3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา

2.4 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชาติพันธุ์

ชนชาติ ชนเผ่าต่าง ๆ

2.5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม ตลาด

โดยผู้วิจัยกำหนดให้สัดส่วนชุมชนแต่ละประเภทมีจำนวนเท่า ๆ กัน

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งพบว่าร้อยละ 100 ชุมชนมีส่วนร่วมทั้งหน่วยงานหรือองค์กรอื่นในการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายทั้งสิ้น จำแนกองค์กรหรือหน่วยงานที่เข้ามาร่วมกับชุมชน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา NGO และบริษัททัวร์หรือภาคธุรกิจ

ทั้งนี้ ในการเก็บข้อมูลภาคสนามขั้นต่อไปนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดชุมชนเป้าหมายในการศึกษาเปรียบเทียบ ประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่ชุมชนได้ดำเนินการไปแล้วนั้นจำนวน 15 ชุมชน โดยผู้วิจัยทำการคัดเลือกจาก 25 ชุมชนที่เข้าเกณฑ์ ตรงตามประเด็นการวิจัยมากที่สุด ทั้งด้านจำนวนชนิดของสื่อ ประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนในสัดส่วนที่เท่ากัน และการมีส่วนร่วมขององค์กรอื่น โดยสรุปแล้วทั้งสิ้น 15 ชุมชน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มชุมชนอนุรักษ์ป่าดงดิบหนองแม่เฒ่า จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้ำ ทะเล เกาะ ได้แก่ วนิษาภิรมย์ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคกลน จังหวัดสมุทรสงคราม ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขาวน้อย จังหวัดพังงา และชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่

กลุ่มที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม จังหวัดลพบุรี และโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี

กลุ่มที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชนชาติชนเผ่า ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านมอญ บางกระดี่ กรุงเทพฯ ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท-ยวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี และชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย

กลุ่มที่ 5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม และตลาด ได้แก่ สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี ศูนย์บริการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตหนองจอก กทม. และหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไก่อดี จังหวัดสมุทรสาคร

แสดง รายละเอียดการคัดเลือก 25 ชุมชน จากผลสำรวจได้ตามตาราง 5 ต่อไปนี้

ตาราง 5 สถานภาพชุมชนที่มีการสื่อความหมายตรงตามประเด็นการวิจัย

ลำดับ	รายชื่อชุมชน	จำนวนสื่อ (ชนิด)	ประเภทของ ทรัพยากร ท่องเที่ยว	ชุมชนมีส่วนร่วมกับองค์กรอื่นในการจัดการสื่อความหมาย				
				รัฐ	ท้องถิ่น	NGO	สถาบันการศึกษา /ด้านวิชาการ	เอกชน
1	สามชุกตลาด 100 ปี จ.สุพรรณบุรี	13	5	✓	✓	✓	✓	✓
2	ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขวาน้อย จ.พังงา	12	2	✓	✓			
3	ชุมชนบ้านเกาะกลาง จ.กระบี่	11	2	✓		✓	✓	
4	พิพิธภัณฑสถานชุมชนบ้านมอญ บางกระบือ กรุงเทพฯ	10	4	✓	✓	✓	✓	
5	วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคลน สมุทรสงคราม	10	2	✓	✓			✓
6	ชุมชนชาวจีนคอกแม่สลอง จ.เชียงราย	10	4	✓	✓	✓		
7	โฮมสเตย์บ้านปราสาท จ.นครราชสีมา	10	3	✓	✓			
8	ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท- ชวนราชบุรี จ.ราชบุรี	9	4	✓	✓	✓		
9	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่	9	1	✓	✓			✓
10	ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตหนองจอก	9	5	✓				
11	โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จ.สิงห์บุรี	9	3	✓	✓			
12	ชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง จ.เชียงใหม่	9	1	✓	✓		✓	✓
13	หมู่บ้านเบญจรงค์ ออบต.ดอนไถ่ดี จ.สมุทรสาคร	8	5	✓	✓			
14	ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม จ.ลพบุรี	8	3	✓	✓			
15	กลุ่มชุมชนคนรักภัยป่าตำบลหนองแม่นา จ.เพชรบูรณ์	8	1	✓	✓			

ตาราง 5 (ต่อ)

ลำดับ	รายชื่อชุมชน	จำนวนสื่อ (ชนิด)	ประเภทของ ทรัพยากร ที่เกี่ยวข้อง	ชุมชนมีส่วนร่วมกับองค์กรอื่นในการจัดทำสื่อความหมาย				
				รัฐ	ท้องถิ่น	NGO	สถาบันการศึกษา /ด้านวิชาการ	เอกชน
16	หมู่บ้านช้างสุรินทร์ จ.สุรินทร์	8	5	✓	✓			
17	ชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านโป่ง จ.เชียงใหม่	8	5	✓			✓	
18	ชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์ จ.ชุมพร	8	2	✓	✓			✓
19	ชมรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าต้นน้ำพะโต๊ะ จ.ชุมพร	8	1	✓	✓	✓		
20	ชุมชนวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง จ.กาฬสินธุ์	8	4	✓	✓			
21	บ้านนุไทร โฮมสเตย์กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล จ.นครราชสีมา	8	1	✓		✓	✓	
22	ตลาดน้ำคลองลัดมะยม กรุงเทพฯ	7	5	✓	✓			
23	บ้านถวาย จ.เชียงใหม่	7	5	✓	✓			✓
24	ศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์บ้านบางพลับ จ.สมุทรสงคราม	7	5	✓	✓			
25	ชมรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะขอม จ.สงขลา	7	5	✓	✓			

หมายเหตุ ลำดับที่ 1- 15 คือ ชุมชนที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบเจาะจง เนื่องจาก มีสถานภาพด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นตรงตามเกณฑ์ในการวิจัยครั้งนี้ มากที่สุด

**ขั้นตอนที่ 3 ผลการดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) กับผู้นำชุมชน
ที่เป็นแกนนำในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนด้านการสื่อความหมาย
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น**

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in - depth interview) ที่เผชิญหน้ากัน (face to face) แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถามเปิด ชักใช้ติดตามประเด็นตามหัวข้อหลัก (key topic) เพื่อให้ผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษาทั้ง 15 แห่ง ได้พิจารณา แสดงความคิดเห็น กำหนดความสำคัญ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ในแต่ละประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายในชุมชน อันนำไปสู่การหาแนวทาง การกำหนดกระบวนการ และตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชนที่เป็นแกนนำในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 40 คนในพื้นที่เป้าหมาย 15 แห่ง โดยแสดงรายชื่อ วันเวลาในการสัมภาษณ์และรายละเอียดอื่น ๆ ในภาคผนวก ค สำหรับผลการศึกษา จำแนกเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (หรือ รูปแบบการสื่อความหมาย) ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

มีรายละเอียด ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

การศึกษารั้งนี้ ได้ศึกษาบทเรียนเกี่ยวกับการสื่อความหมายที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทซึ่งผู้วิจัยกำหนดไว้ 5 ประเภท ประเภทละ 3 ชุมชน รวมจำนวนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งสิ้น 15 แห่ง ได้แก่

กลุ่มที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มชุมชนอนุรักษ์ป่าดงดิบหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้ง 3 ชุมชน อยู่ในภาคเหนือและเป็นพื้นที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่อนุรักษ์ (protected area) เช่น อยู่ในเขตอุทยาน

แห่งชาติ หน่วยจัดการต้นน้ำ ซึ่งเป็นพื้นที่ทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติเป็นหลัก ทั้งด้านพืชพรรณป่าไม้ สัตว์ป่า นานาชนิด น้ำตก และทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่งดงาม โดยหมู่บ้านแม่กำปอง จะมีเขตติดต่อเกี่ยวข้องกับพื้นที่อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน และอุทยานแห่งชาติแม่ตะไคร้ หมู่บ้านแม่กลางหลวงอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ส่วนหมู่บ้านหนองแม่อยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง และที่แก่งบางระจันในพื้นที่ชุมชนยังเป็นสถานที่ที่อยู่อาศัยของแมงกะพรุนน้ำจืด การมีที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลักเช่นนี้ทำให้ชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่มีความสัมพันธ์กันสูงและเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน เช่น การร่วมกันอนุรักษ์ รักษาพื้นที่ป่า การสนับสนุนการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการจัดการด้านการท่องเที่ยวในชุมชน การมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ และชุมชนเองสามารถใช้พื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติในการพานักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมได้ จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมีความน่าสนใจมากขึ้น เพราะมีสิ่งดึงดูดใจที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ และด้านอุทยานแห่งชาติเองก็สามารถประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้เช่นเดียวกัน จึงทำให้อัตลักษณ์ที่สื่อให้ผู้มาเยือนได้รับรู้มีความน่าสนใจและชัดเจนขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความโดดเด่นทางธรรมชาติ ทางบกที่ใช้ทรัพยากรร่วมกัน และการที่คนอยู่กับป่าได้อย่างยั่งยืน

กลุ่มที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ น้ำ ทะเล เกาะ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคลน จังหวัดสมุทรสงคราม ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขาวน้อย จังหวัดพังงาชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่ เป็นพื้นที่ซึ่งมีจุดเด่นแหล่งธรรมชาติทางทะเล ประชาชนท้องถิ่นมีความผูกพันและส่วนใหญ่มีอาชีพประมงมาช้านานจึงรัก ห่วงแหนทรัพยากรทางทะเลอย่างยิ่ง โดย ชุมชนบ้านคลองโคลนนั้น มีจุดเด่นคือ ป่าชายเลนที่ชุมชนช่วยกันฟื้นฟูอนุรักษ์ การพักผ่อนกระเตงกลางทะเล และกิจกรรมต่างๆ ที่อาศัยพื้นที่ธรรมชาติทางทะเล ส่วนชุมชนเกาะขาวน้อย และเกาะกลางนั้น เป็นชุมชนที่อยู่บนเกาะกลางทะเล ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติได้เป็นอย่างดี และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลต่าง ๆ เช่น การดำน้ำ การศึกษาระบบนิเวศป่าชายเลน รวมทั้งยังมีวิถีชีวิตในแบบฉบับของชุมชนมุสลิม

กลุ่มที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม (บ้านโป่งมะนาว) จังหวัดลพบุรี และโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี ทั้ง 3 พื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นทางด้านประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ คือ ชุมชนบ้านปราสาท และบ้านโป่งมะนาวนั้น เป็นแหล่งค้นพบโบราณวัตถุมากมายหลายประเภทฝังรวมกับโครงกระดูกมนุษย์สมัยโบราณในยุคก่อนประวัติศาสตร์ในช่วงระหว่าง 3,000-2,500 ปีมาแล้ว ทั้งสองชุมชนนี้จึงมีจุดเด่นทาง

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น ส่วนบ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี นั้น ถือว่าเป็นชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ในยุคของศึกบางระจัน สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่อย่างไรก็ตามกลับพบว่า ชุมชนไม่ได้เน้นจุดเด่นในด้านประวัติศาสตร์นี้เท่าใดนัก อุตสาหกรรมที่แสดงออกมาให้นักท่องเที่ยวสัมผัสนั้นสื่อถึง การเป็นชุมชนที่มีอาชีพ วิถีชีวิตตามหลักของเศรษฐกิจพอเพียง มีการรวมกลุ่มการทำไร่ไถ่ การนวดแผนโบราณ การทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร ฯลฯ มากกว่ากว่าเป็นแหล่งชุมชนทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับศึกบางระจัน

กลุ่มที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชนชาติชนเผ่า ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานบ้านมอญ บางกระดี่ กรุงเทพฯ ชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย และชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท- ขวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี ทั้ง 3 ชุมชนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านการสืบทอด และยังคงเอกลักษณ์ในด้านประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตในแบบฉบับของบรรพบุรุษที่เป็นชนชาติ หรือชนเผ่าของตนเอง และสามารถสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ของตนให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสเป็นอย่างดีและน่าสนใจ เช่นที่พิพิธภัณฑสถานบ้านมอญ บางกระดี่ เป็นชุมชนชาวมอญที่อยู่เวดล้อมด้วยเมืองใหญ่ในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ แต่ยังคงมีวัฒนธรรมเป็นของตนเองไม่ว่าจะเป็นเรื่องของภาษา เครื่องแต่งกาย และการนำวิถีชีวิตของตนเองมาจัดแสดงในรูปแบบของพิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต โดยใช้บ้านเรือนที่ตนอยู่อาศัย ประกอบกับอาชีพหรือวิถีชีวิตประจำวันของตนเองมาจัดรูปแบบอย่างเป็นธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส รับรู้ ไม่ว่าจะ เป็น บ้านทะเลมอญ บ้านท่าขนม ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมมอญ บ้านภาพมอญ บ้านท่าฉัตรธง บ้านเข็บบจาก บ้านท่านา บ้านแสดงสะบ้า บ้านทำไม้ปักดุง บ้านทำงานฝีมือ บ้านสอนหนังสือมอญ บ้านสานกก สานเสื่อสานแปด ตามที่ทำกันอยู่แล้วในปัจจุบัน หรือบางแห่งก็รื้อฟื้นภูมิปัญญาทำกันขึ้นมาอีก เกิดการรวมกลุ่มต่างๆ ภายในชุมชน กลายเป็นพิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต ส่วนชุมชนบ้านคูบัว ชมรมไท-ขวนราชบุรี ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือ ร่วมใจกันสืบสานวัฒนธรรมไทย ล้านนาชาวเชียงแสน ซึ่งเป็นบรรพบุรุษที่เคลื่อนย้ายตามกองทัพหลวง รัชกาลที่ 1 ในปี พ.ศ. 2347 ด้วยเห็นว่าหากไม่อนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ลูกหลานชนรุ่นหลังอาจไม่เห็นความสำคัญของรากเหง้าตนเองสุดท้ายย่อมจะลบเลือนหายไป ดังนั้น จึงมีการริเริ่มสร้างพิพิธภัณฑสถานรวบรวมภูมิปัญญาดั้งเดิมเอาไว้ รวมทั้งมีการฟื้นฟู การทอผ้าตีนจกกันขึ้นมาจนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อของราชบุรี สำหรับชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง นอกจากการมีวิถีชีวิต วัฒนธรรมแบบฉบับของ ชาวจีนยูนนาน ไม่ว่าจะเป็นด้านอาหารจีนที่ขึ้นชื่อด้านหมั่นยูนาน ไโรชา ภาษา เครื่องแต่งกาย ประเพณี ต่างๆ แล้ว ชุมชนยังได้จัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่แสดงความโดดเด่นของตนเองไว้อย่างน่าสนใจ โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลและไม่ใช้บุคคล เช่น พิพิธภัณฑสถานวีรชนอดีตทหารจีนคณะ

ชาติซึ่งขำเตือนให้เห็นว่าชุมชนแห่งนี้เป็นลูกหลานของกองทัพจีนก็กมินตั้งซึ่งอพยพลี้ภัยเข้ามาสู่ประเทศไทย

กลุ่มที่ 5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม และตลาด ได้แก่ สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตหนองจอก กทม. และหมู่บ้านเบญจรงค์ อบอุ่นไคดี จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มที่ 5 นี้มีความหลากหลายทางสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกัน เช่น วิถีชีวิตของชุมชนสามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นที่รู้จักกันดีในฐานะการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่น่าสนใจ น่าค้นหา เป็นศูนย์รวมอาหารพื้นบ้านที่หลากหลายเสน่ห์ของการเป็นตลาดโบราณที่มีสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างอันสะท้อนการตั้งถิ่นฐาน ลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจ วิถีชีวิตในอดีตของคนริมน้ำย่านตลาดชุมชน ส่วนชุมชนศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตหนองจอก กรุงเทพฯ หรือชุมชนแผ่นดินทองคอรุดตักว่า ที่โดดเด่นในด้านการใช้วิถีชีวิตเกษตร ตามรอยพ่อหลวงคือ เศรษฐกิจพอเพียง ถือเป็นชุมชนที่มีบรรยากาศชนบทท่ามกลางเมืองหลวงหรือกรุงเทพมหานคร โดยมีการจัดการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับทรัพยากรในลักษณะของฐานการเรียนรู้จำนวน 8 ฐาน ได้แก่ ฐานเกษตรทฤษฎีใหม่ บ้านพอเพียง สัตว์เศรษฐกิจ ฐานต้นไม้กับบ้าน ฐานชีวภาพกับวิถีชีวิตพึ่งตนเอง พิพิธภัณฑ์เครื่องใช้ในชุมชน โรงเรียนเกษตรทฤษฎีใหม่และฟาร์มแพะนม สำหรับหมู่บ้านเบญจรงค์ อบอุ่นไคดี เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการประกอบอาชีพด้านการทำเครื่องเบญจรงค์ ซึ่งเป็นงานช่างฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมของไทยที่มีมาตั้งแต่โบราณ แม้ว่าการริเริ่มสร้างผลงานการทำเครื่องเบญจรงค์ของชุมชนจะไม่ได้ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ แต่ด้วยผู้นำกลุ่มซึ่งเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงหลักกรักในงานช่างด้านนี้จึงมีการผลัดกันในกลุ่มเครือญาติ จนกระทั่งประสบความสำเร็จในปัจจุบัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

กระบวนการการ หรือ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นทั้ง 15 แห่งที่เป็นพื้นที่เป้าหมาย พบว่า กระบวนการการสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้น ชุมชนมีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นในการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายทั้งสิ้น จำแนกองค์กรหรือหน่วยงานที่เข้าร่วมกับชุมชน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา NGO และภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว เช่น

บริษัทยาที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนหรือกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นมีทั้งความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ และบางกระบวนการก็มีความใกล้เคียงสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอโดยสรุปโดยย่อเป็นรูปแบบในแต่ละพื้นที่ ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก ได้แก่

1. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

1.1 การริเริ่มจากผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งและมีศักยภาพ (leader)

1.2 การหาแนวร่วมและทีมงานในการผลักดัน ดำเนินการ (team) การจัดตั้งคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวและสื่อความหมายในชุมชน โดยใช้คณะกรรมการหมู่บ้านซึ่งมีอยู่แล้วร่วมดำเนินการ

1.3 การส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน (participation) การศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่น ต่อการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน การประชาคม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็นในแง่มุมสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่

1.4 การแสวงหาเครือข่าย (network) คณะทำงานของชุมชนประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐ เอกชนต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือ การสนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น ด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ รวมทั้ง เสนอโครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชนไปยังองค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอรับการสนับสนุน นอกจากนี้ ภายในชุมชนเอง คณะกรรมการยังได้ติดต่อประสานงานให้สถาบันหลักในชุมชนได้เข้ามาเป็นเครือข่ายในการพัฒนาสื่อความหมายของชุมชนด้วย คือ “บ-ว-ร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล การเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ

1.5 การพัฒนาคณะทำงานและการเตรียมพื้นที่ และความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีการพัฒนาด้านอื่น ๆ ของชุมชน ทั้งด้านการคมนาคม การใช้พลังงานธรรมชาติ ผู้นำมีการเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการด้านการท่องเที่ยว การเป็นมัคคุเทศก์ การสื่อความหมาย และการบริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ

1.6 วิเคราะห์ด้านพื้นที่/ทรัพยากรที่เป็นจุดเด่นในชุมชนเพื่อกำหนดเส้นทางและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อสื่อถึงจุดเด่นในชุมชน (tourism area) ร่วมกับคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีการสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ กำหนดขอบเขตของเส้นทางรวมทั้งพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยทำการศึกษาสืบค้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทาง

ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์สังคมวัฒนธรรมประเพณีในชุมชนแล้ววิเคราะห์และประเมิน ศักยภาพของทรัพยากร การท่องเที่ยว อัตลักษณ์ในการสื่อความหมาย รวมทั้ง ค้นหาจุด หรือสถานที่ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้ง วิเคราะห์และกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในชุมชน เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย พื้นที่เกษตรกรรม โดยขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ และความต้องการของชุมชน

1.7 การจัดทำตัวกลางหรือสื่อ (interpretation design) การดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามที่คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวเห็นควร และมีบางตัวกลางสื่อความหมายบางชนิดที่ชุมชนไม่สามารถกระทำกันเองได้ จึงจำเป็นต้องจัดจ้างผู้จัดทำ เช่น การพิมพ์แผ่นพับจำนวนมากซึ่งต้องใช้บริการจากโรงพิมพ์ การจัดทำเวปไซต์ของชุมชน รวมทั้ง มีการพัฒนาสื่อบุคคล ทั้งการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น วิทยากร ผู้ให้ข้อมูล และการสาธิต การแสดงต่าง ๆ

1.8 การใช้ตัวกลางเพื่อสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ชุมชนมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทั้งภายในและภายนอกชุมชน

1.9 การกำหนดแนวทางเพื่อรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย

1.9.1 การวิจัยตลาดทางการท่องเที่ยว (tourists) ชุมชนได้วิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยกรอบอ้างอิงทางสังคม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (ปัจจัยภายนอก) ปัจจัยหรือภาวะที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมทั้งศึกษาถึงกลุ่มตลาดในอนาคตที่ชุมชนต้องการ และกำหนดแนวทางในการหาช่องทางตลาดเพื่อให้ได้ตลาดตามเป้าหมายของชุมชน

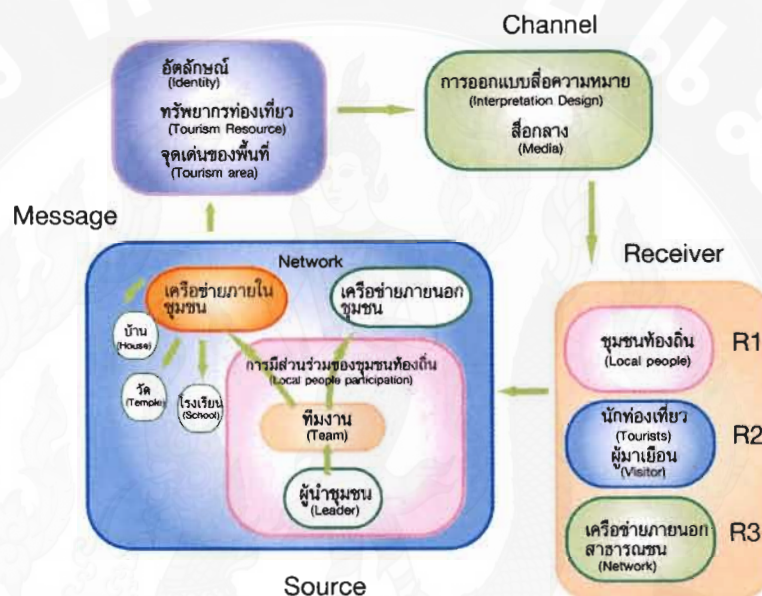
1.9.2 การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในพื้นที่ที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และประสบการณ์นันทนาการที่ดี รวมทั้งหาแนวทางป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น ภัยคุกคามต่างๆอันเกิดจากการท่องเที่ยว

1.9.3 การกำหนดขีดความสามารถที่จะรองรับได้ของชุมชน โดยชุมชนมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็นของผู้นำชุมชนที่ได้ทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมกับองค์กรอื่นในการจัดการด้านการท่องเที่ยวและจะสื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนนั้น พ่อหลวงพรหมมินทร์ พวงมาลา ได้กล่าวว่า “ถ้าองค์กรภายนอกเข้ามาสนับสนุนตั้งแต่เริ่มแรกนั้น มักจะขับเคลื่อนยาก เป็นตัวของตัวเองได้ยาก ประสบความสำเร็จได้ยาก ทางที่ดีควรให้ชุมชนดำเนินการ

เอง โดยเฉพาะปัจจัยสำคัญคือ ผู้นำชุมชนจะต้องเข้มแข็งผลักดันด้วยตนเองและชุมชนให้ไปในทิศทางเดียวกัน”

โดยสรุปจากบทเรียนข้างต้น รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่กำปอง ประกอบไปด้วย L4T PINE ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 13 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่กำปอง

2. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้าน แม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่

2.1 หน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุนและดำเนินการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน พบว่า ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง แรกเริ่มนั้นเกิดขึ้นจากโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เนื่องจากทางอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์เห็นว่า ชุมชนมีจุดเด่นและมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยว จึงมีการจัดเวทีชาวบ้าน การประชุม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ องค์กรใดก็ตามในระยะต่อมามีการดำเนินการมีปัญหาเนื่องจาก ผู้จัดการเป็นคนภายนอกชุมชน

2.2 ชุมชนเริ่มตั้งหลักใหม่และดำเนินการเอง โดยเริ่มจากการจัดตั้งคณะทำงานด้านการท่องเที่ยว (team) ซึ่งได้จากการจัดประชุมหรือประชุมในพื้นที่มีประชาชน

และผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมเพื่อคัดเลือกคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนและยังคงอยู่ในรูปแบบสหกรณ์

2.3 เครือข่ายและหน่วยงานพี่เลี้ยงให้การสนับสนุน (network) ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ หน่วยจัดการต้นน้ำแม่กลาง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โครงการหลวงอินทนนท์ โครงการพัฒนาเกษตรบนพื้นที่สูง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เช่น ด้านงานวิชาการ ด้านงบประมาณ และการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ นอกจากนี้ คณะกรรมการยังได้สร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงและต่างพื้นที่เพื่อเป็นพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ด้วยกัน

2.4 การวิเคราะห์พื้นที่ (tourism area) คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมีการวิเคราะห์พื้นที่โดย

2.4.1 การสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยมีการสำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม จารีต ประเพณีในชุมชน

2.4.2 วิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมาย ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่

2.4.3 การวิเคราะห์และกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในชุมชน เช่น พื้นที่หวงห้ามพื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ และความต้องการของชุมชน

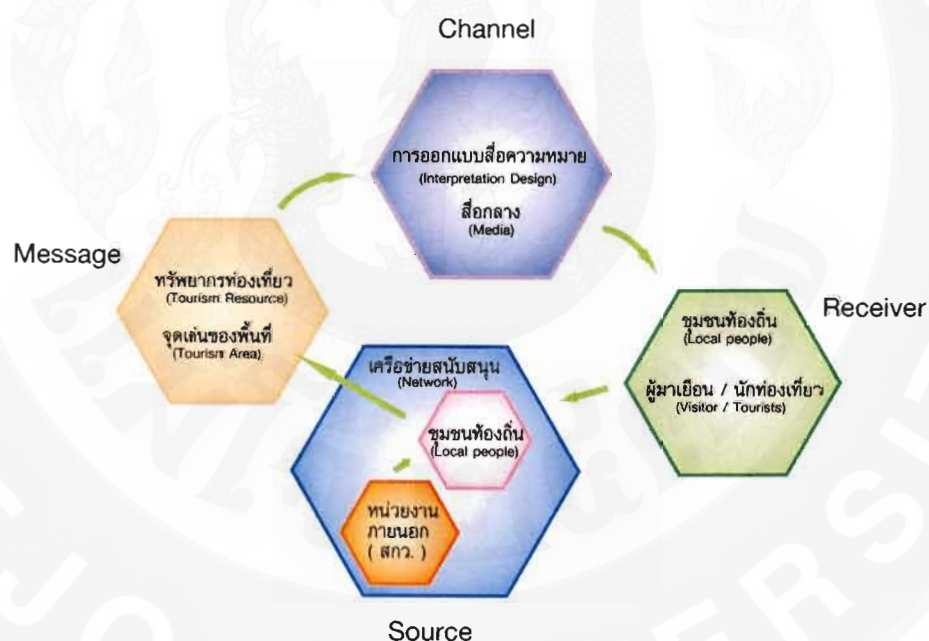
2.5 การจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) การดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตาม คณะกรรมการเห็นชอบ เช่น การจัดนิทรรศการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ส่วนตัวกลางบางชนิดที่ชุมชนไม่สามารถทำเองได้จึงได้มีการจ้างคนภายนอกทำ เช่น แผ่นพับ

2.6 การใช้สื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ ภายในชุมชน เช่น ผ่านการประชุมร่วมกันในหมู่คณะกรรมการและการประชุมหมู่บ้าน การทำป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แก่ผู้มาเยือน ได้แก่ การทำเวปไซด์ รายการโทรทัศน์ เข้ามาทำสารคดี รายการนำเที่ยว ปากต่อปาก การติดต่อมาเอง การทำป้ายประชาสัมพันธ์ การจัดทำ

แผ่นพับ การทำนามบัตร ที่สำคัญคือ การสื่อความหมายประเภทบุคคล ทั้งมีคฤเทศก์ท้องถิ่น วิทยากร ผู้ให้ข้อมูล

2.7 การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในพื้นที่ที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ประสิทธิภาพนันทนาการที่ดี เช่น ชุมชนมีการจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่และการให้บริการของชุมชนโดยจำกัดทั้งหมดประมาณ 200คนเท่านั้นหรือ กำหนดข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยว การพักโฮมสเตย์ซึ่งต้องระวังพฤติกรรมของ ผู้มาเยือนที่อาจล่วง เกินหรือผิดผีตามจารีตของชุมชนได้ เพื่อคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน

สรุปได้ว่ารูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่กลางหลวงประกอบไปด้วย 2T PIN แสดงดังภาพ 14 ต่อไปนี้



ภาพ 14 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านแม่กลางหลวง

นอกจากนี้พบว่า ข้อคิดเห็นของผู้นำชุมชนที่ได้ทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมขององค์กรอื่นในการจัดการด้านการท่องเที่ยวและจะสื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้นั้น ต่างมีความเห็นว่า ในช่วงเริ่มต้น ชุมชนไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองทั้งหมดได้ เพราะข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น ด้านความรู้การท่องเที่ยว และด้านงบประมาณ แต่ถึงกระนั้น แม้ชุมชนอยู่ตัว สามารถจัดการ

ท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองแล้วก็ตาม แต่การพัฒนาศักยภาพให้เพิ่มขึ้นนั้น ควรมีหน่วยงานราชการเข้ามาช่วยเหลือ เช่น ด้านงบประมาณในการศึกษาดูงาน การจัดทำสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

3. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มชุมชนคนรักภัยป่าตำบลหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์

3.1 หน่วยงานภายนอกเข้ามาสนับสนุนและดำเนินการศึกษาวิจัยจัดการด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนและให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวงให้การสนับสนุน จนกระทั่ง เกิดกลุ่มชุมชนคนรักภัยป่าตำบลหนองแม่นา ในการอนุรักษ์ทรัพยากรและจัดการด้านการท่องเที่ยว

3.2 กลุ่มชุมชนคนรักภัยป่าตำบลหนองแม่นา (team) ซึ่งได้จากการจัดประชุมหรือประชามในพื้นที่ มีประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมเพื่อคัดเลือกคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน

3.3 เครือข่ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุน (network) ได้แก่ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต) เช่น ด้านงานวิชาการ ด้านงบประมาณ และการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ นอกจากนี้ คณะกรรมการยังได้สร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงและต่างพื้นที่เพื่อเป็นพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆด้วยกัน

3.4 การวิเคราะห์พื้นที่ (tourism Area) คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมีการวิเคราะห์พื้นที่โดย

3.4.1 การสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยมีการสำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน

3.4.2 วิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหากจุด หรือสถานี ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมาย ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่

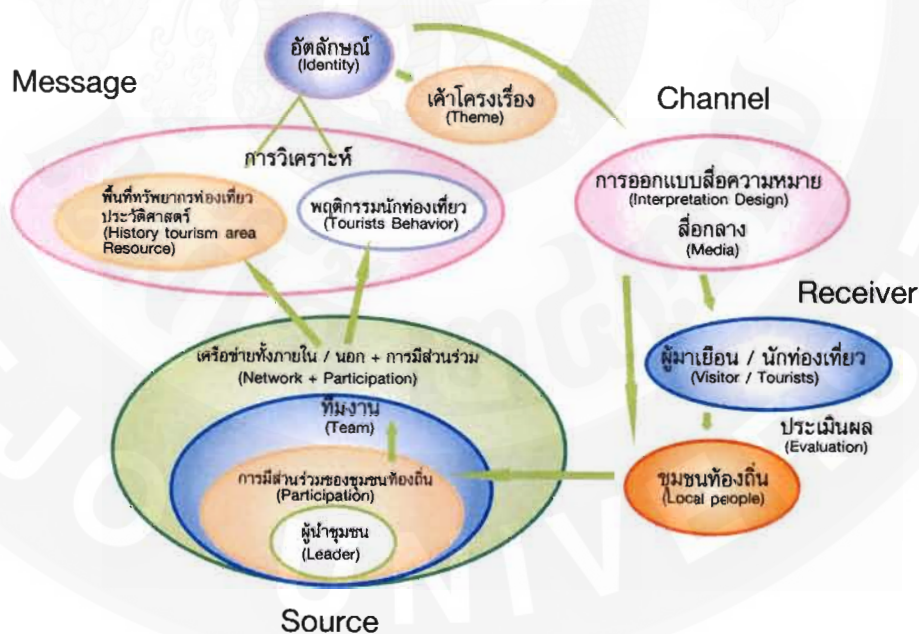
3.4.3 การวิเคราะห์และกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในชุมชน เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ และความต้องการของชุมชน

3.5 การจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) เป็นการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตาม คณะกรรมการเห็นชอบ ตัวกลางบางชนิดที่ชุมชนไม่สามารถทำเองได้จึงได้มีการจ้างคนภายนอกทำ เช่น แผ่นพับ

3.6 การใช้สื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ภายในชุมชน เช่น ผ่านการประชุมร่วมกันในหมู่คณะกรรมการ และการประชุมหมู่บ้าน การทำป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์แก่ผู้มาเยือน ได้แก่ การทำเวปไซด์ รายการโทรทัศน์ เข้ามาทำสารคดี รายการนำเที่ยว ปากต่อปาก การติดต่อมาเอง การทำป้ายประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผ่นพับ โดยมีหน่วยงานพี่เลี้ยงให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและการประชาสัมพันธ์

3.7 การติดตามประเมินผล (evaluation) เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการสื่อความหมายโดยใช้สื่อต่าง ๆ โดยมีหน่วยงานคือ อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นผู้ดำเนินการร่วมกับชุมชน

สรุปแล้ว รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองแม่นาประกอบไปด้วย L4T PINE แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 15 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองแม่นา

กลุ่มที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้ำ ทะเล เกาะ ได้แก่

1. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคน จ.สมุทรสงคราม

1.1 เริ่มต้นจาก ผู้นำชุมชน (leader) ที่ต้องการอนุรักษ์ป่าชายเลนซึ่งถูกทำลายไม่ต่ำกว่า 37,500 ไร่ ในช่วงปี 2527-2528 หลังจากนั้นทรัพยากรทางทะเลใกล้ชายฝั่งก็สูญเสียชีวิต ชาวบ้านไม่สามารถทำการประมงได้ ผู้นำชุมชนจึงมีความตั้งใจ ผลักดันที่จะฟื้นฟูอนุรักษ์ป่าชายเลนขึ้นมาตั้งแต่ ปี 2532

1.2 การส่งเสริมให้เกิดชุมชนมีส่วนร่วม (participation) เช่น การศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในการเข้าร่วมอนุรักษ์ป่าชายเลน การฟื้นฟูเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตนเองให้กลับคืนมา เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน การประชุม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น

1.3 การจัดตั้งคณะทำงาน (team) ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เป็นการสร้างกลุ่มหรือคณะทำงาน โดยการจัดประชุมหรือประชุมในพื้นที่และมีประชาชน ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อให้เกิดอาสาสมัครที่เข้าร่วมกลุ่มด้วยความสมัครใจในการที่จะช่วยกันฟื้นฟูป่า

1.4 การแสวงหาและสร้างเครือข่าย (network) คณะทำงานของชุมชนประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมและสนับสนุน โครงการฯ ทั้งด้านกำลังคน และงบประมาณในการฟื้นฟูป่า

การดำเนินการฟื้นฟูอนุรักษ์ป่าชายเลนที่ชุมชนบ้านคลองโคนเริ่มเป็นที่รู้จักกันในระดับท้องถิ่น จังหวัดและภูมิภาค แม้ในการทำงานด้านอนุรักษ์จะประสบปัญหา อุปสรรค นานาประการแต่ผู้นำชุมชนและทีมงานต่างไม่ย่อท้อ ในปี 2547 เป็นต้นมา ชุมชนไม่ได้งบประมาณจากทางจังหวัดสนับสนุนดังที่ผ่านมา จึงเกิดแนวคิดในการหาแนวร่วมอื่นในการที่จะคงงานด้านอนุรักษ์ป่าชายเลนกันต่อไป จึงเกิด “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคน” กันขึ้นมาโดยเริ่มจาก

1. ผู้นำชุมชน (leader) ริเริ่มการจัดตั้งชมรมในรูปแบบของ “ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคน” โดยมีการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญคือการส่งเสริม ชักชวนให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ร่วมกับการปลูกป่าชายเลน

2. การส่งเสริมให้เกิดชุมชนมีส่วนร่วม (participation) เช่น การศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในการเปิดชุมชนให้มีการท่องเที่ยวเข้ามา และความต้องการของชุมชน

ต่อการเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ร่วมกับ“ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคน”

3. การจัดตั้งคณะทำงาน (team) ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เป็นการสร้างกลุ่มทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่มีฐานมาจากกลุ่มเดิมที่ร่วมกันฟื้นฟูป่าชายเลนกันมาก่อนแล้ว ทีมงานหรือคณะทำงานที่เกิดขึ้นเป็นการร่วมมือ ร่วมใจกันทั้งตำบล (7 หมู่บ้าน) โดยแต่ละหมู่จะรับผิดชอบงานที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มเรือ กลุ่มอาหารทะเล กลุ่มอาชีพเลี้ยงหอย กลุ่มเพาะกล้าไม้ชายเลน กลุ่มหึ่งห้อย กลุ่มโฮมสเตย์ เป็นต้น

4. การวิเคราะห์พื้นที่ (tourism area) โดยคณะกรรมการร่วมกันดำเนินการ

4.1 กำหนดภาพรวมและกรอบของการวางแผนเพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาและภาพรวมเบื้องต้นของการท่องเที่ยวและการจัดทำระบบสื่อความหมายโดยมีกิจกรรมหลักคือ ทบสวนข้อกำหนดโครงการ ศึกษาขอบเขตของงานที่จะดำเนินการและวัตถุประสงค์ของการจัดการพื้นที่ คือ การอนุรักษ์ป่าชายเลนโดยให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมเป็นหลัก

4.2 การสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติที่โดดเด่นในท้องถิ่น

4.3 วิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวอัตลักษณ์ในการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุด หรือสถานี ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการจัดทำแผนการสื่อความหมาย ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเค้าโครงเรื่อง (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่

4.4 การวิเคราะห์และกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในชุมชน เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งขึ้นกับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ และความต้องการของชุมชน เช่น โชนการปลูกป่าชายเลน โชนที่อนุรักษ์ป่าชายเลน โชนที่อยู่อาศัยของชุมชน โชนคูหึ่งห้อยในยามค่ำคืน

5. การกำหนดแผนการสื่อความหมาย (theme and interpretation design) คณะกรรมการศูนย์ฯ ร่วมกันกำหนด เส้นทางท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรมให้สอดคล้องกับฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น กำหนดวิธีการและเค้าโครงหลัก (theme) ในการสื่อความหมายในแต่ละบริเวณที่เป็นขอบเขตพื้นที่ท่องเที่ยว รวมทั้ง กำหนดเรื่องราวที่ต้องการการสื่อความหมายให้แก่ผู้มาเยือนได้รับทราบ (story development form) แนวคิดในการสื่อความหมาย (interpretive concept) วิธีการสื่อความหมาย (interpretive mode) และการใช้สื่อต่าง ๆ

6. การวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว (tourists) เช่น นักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวแบบกลุ่มบริษัทห้างร้านต่าง ๆ สถาบันการศึกษา กลุ่มศึกษาดูงาน ซึ่งจะมีความต้องการและพฤติกรรมที่ต่างกัน อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ เพื่อออกแบบกิจกรรม ช่วงเวลา และการบริการที่แตกต่างกันให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม

7. การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในชุมชน (interpretation design) การออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณนั้น จำเป็นจะต้องใช้ทักษะ เทคนิคของผู้มีความรู้เฉพาะบางด้านเช่น การออกแบบสื่อ ดังนั้น คณะกรรมการศูนย์ฯ จึงมีการประสานงาน หรือจัดจ้างบุคลากรด้านนี้ออกแบบให้และดำเนินการจัดทำ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ ป้ายสื่อความหมาย ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาสื่อบุคคลโดยเฉพาะ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว วิทยากรผู้บรรยาย บริการแก่ผู้มาเยือน ซึ่งมีการวางแผนในการสื่อความหมายตั้งแต่ต้นจนจบ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ทางคณะกรรมการได้ออกแบบไว้

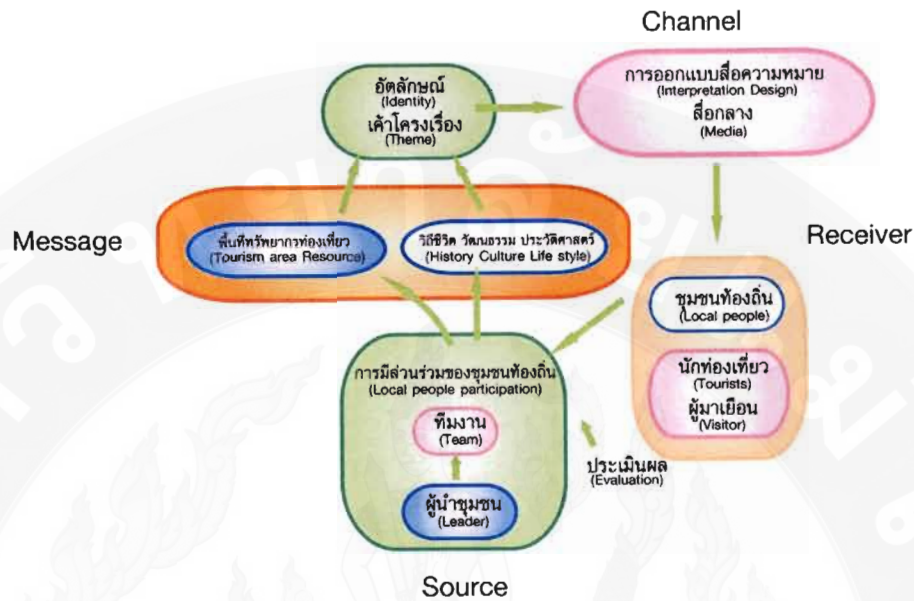
8. การกำหนดแนวทางการการรักษาสถิติของชุมชน

8.1 การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว โดยเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในพื้นที่ที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และประสบการณ์นันทนาการที่ดี เช่น การกำหนดช่วงเวลาในการพักค้างคืนที่กระแวงกลางทะเล

8.2 การติดตามประเมินผล (evaluation) เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการสื่อความหมายโดยใช้สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้สัมผัสกับผู้มาเยือนโดยตรง เช่น มีการประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากร่วมกิจกรรมของกลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว รวมทั้งทางศูนย์ฯ เองก็มีการประชุมหารือกับสมาชิกเกี่ยวกับการรักษาเป้าหมาย และสถิติด้านการอนุรักษ์ป่าชายเลนของชุมชน

8.3 การหาแนวทางป้องกันภัยคุกคาม จากกลุ่มนายทุนใหญ่ที่เข้ามาประกอบกิจการท่องเที่ยวโดยอาศัยทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ป่าชายเลน ร่วมกับท้องถิ่นซึ่งมีการจัดการในรูปแบบของรีสอร์ท บริษัทนำเที่ยวเอกชน ทั้งนี้ ทางชุมชนเองก็มีการประชุมหารือร่วมกันกับกลุ่มนายทุนด้วยเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นแนวทางเดียวกัน โดยยึดหลักการสำคัญ คือ การอนุรักษ์ ป่าชายเลนเป็นหลักมากกว่าการแสวงหารายได้หรือผลกำไร

โดยสรุปแล้วรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคน จ.สมุทรสงคราม ประกอบไปด้วย L4T PINE แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 16 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโคน

2. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขาวน้อย จังหวัดพังงา

2.1 การริเริ่มจากผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งและมีศักยภาพ (leader) ที่ต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ที่อยู่ในท้องถิ่นให้มีความอุดมสมบูรณ์ดังที่เคยเป็นมาในอดีต

2.2 การหาแนวร่วมและทีมงานในการผลักดัน ดำเนินการ (team) การจัดตั้งคณะทำงานด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติทางทะเลของท้องถิ่น ในรูปแบบของ “ชมรมประมงพื้นบ้านเกาะขาวน้อย” ต่อมาขยายเป็น “สมาพันธ์ประมงพื้นบ้านภาคใต้” และ “ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนเกาะขาวน้อย” ในเวลาต่อมา

2.3 การส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล และการแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน (participation) การศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน การประชุม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็นในแง่มุมสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่ และชุมชนเองก็มีความสามัคคีช่วยกันในการฟื้นฟูธรรมชาติในท้องถิ่นของตน

2.4 คณะทำงานของชมรมฯ ได้มีการวิเคราะห์ด้านพื้นที่ / ทรัพยากรที่เป็นจุดเด่นในชุมชนเพื่อกำหนดกิจกรรม ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสื่อถึงจุดเด่นในชุมชน (tourism area) โดยจะมีการสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง รวมทั้งพัฒนาการ

สื่อความหมาย โดยสำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทาง ธรรมชาติและประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน แล้วทำการวิเคราะห์และประเมิน ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์ และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุด หรือสถานี ที่มี ความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้ง การวิเคราะห์และกำหนดเขตการใช้ ประโยชน์ของพื้นที่ในชุมชน เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่ อาศัย พื้นที่เขตเกษตรกรรม เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ และความต้องการ ของชุมชน

2.5 การออกแบบและจัดทำตัวกลางหรือสื่อ (interpretation design) การ ดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามทีคณะกรรมการชมรมเห็นควร และมีบาง ตัวกลางสื่อความหมายบางชนิดที่ชุมชนไม่สามารถกระทำกันเองได้ จึงต้องจัดจ้างผู้จัดทำ เช่น การ พิมพ์แผ่นพับจำนวนมากซึ่งต้องใช้บริการจากโรงพิมพ์ การจัดทำเวปไซด์ของชุมชน รวมทั้งมี พัฒนาการใช้สื่อบุคคล เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น วิทยากร ผู้ให้ข้อมูล และการสาธิต นอกจากนี้ในชุมชน ยังมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยใช้อาคารอเนกประสงค์ การมีป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย และสื่อวีดิทัศน์ซึ่งส่วนใหญ่มาจากรายการโทรทัศน์เข้ามาถ่ายทำแล้วมอบให้

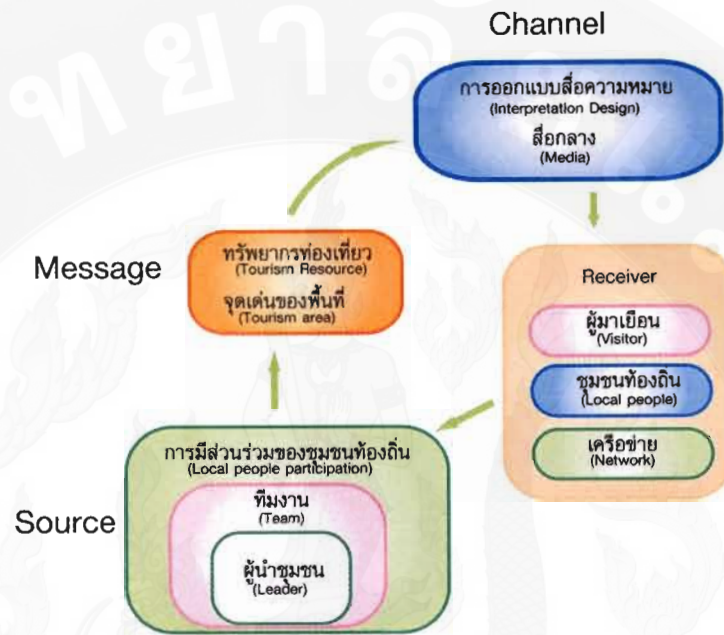
2.6 การกำหนดแนวทางเพื่อคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย

2.6.1 การวิเคราะห์ตลาดทางการท่องเที่ยวและสร้างกฎระเบียบให้แก่นักท่องเที่ยว (tourists) คณะกรรมการชมรมมีการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน เช่น กลุ่มที่มีความเป็นส่วนตัวสูงจะไม่นิยมการพักร่วมกับเจ้าของบ้านในรูปแบบโฮมสเตย์ดังนั้นจึงมีการ จัดการในรูปแบบกึ่งโฮมสเตย์ โดยห้องพักหรือเรือนนอนของนักท่องเที่ยวจะอยู่แยกออกไปเป็นส่วนตัวจากบ้านเจ้าของบ้านแต่ยังคงอยู่ในบริเวณบ้านและมีกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้ง สร้าง มาตรการ กฎระเบียบให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและปฏิบัติตาม เช่น ข้อควรปฏิบัติในการอยู่ร่วมกับ ชุมชนมุสลิม การห้ามดื่มสุรายาเสพติด ห้ามเก็บเปลือกหอย ห้ามนำกล้องโฟมไปในทะเล

2.6.2 การหาแนวทางป้องกันผลกระทบด้านการท่องเที่ยวที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น ภัยคุกคามจากนายทุนภายนอก ซึ่งทางชมรมได้จัดตั้งที่ปรึกษาตำบล โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจากกลุ่มนายทุนเองเข้าร่วมเป็นกรรมการในการสร้างมาตรการร่วมกันที่จะดูแลรักษาเกาะ ยาวน้อย ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป

2.6.3 การสร้างเครือข่าย (network) ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนที่มี การจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้บทเรียนและ หาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

จึงสรุปได้ว่ารูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะขวานน้อยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ L3T PIN แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 17 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะขวานน้อย

3. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่

3.1 สร้างกลุ่มหรือคณะทำงาน (team) โดยการจัดประชุมหรือประชาคมในพื้นที่โดยมีประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อคัดเลือกคณะทำงานของชุมชน เดิมทีเด็วชุมชนได้มีการรวมกลุ่มกัน ในนาม กลุ่มการเงินขนาดเล็กบ้านเกาะกลาง (ปี 2546) ต่อมานักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาเยือนในชุมชนมากขึ้นจึงสนใจที่จะจัดการด้านการท่องเที่ยวเกิดขึ้นและเกิด “ชมรมการท่องเที่ยวบ้านเกาะกลาง” ขึ้นมา

3.2 การส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม (participation) มีการศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน การประชาคมเพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น โดยมี ผู้นำศาสนาอิสลาม อบต. เป็นแกนนำ

3.3 สำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ (tourism area) เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของ เส้นทางท่องเที่ยว โดยมีการสำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้น ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทั้งทางธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน พร้อมทั้ง วิเคราะห์ และ ประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวอัตลักษณ์และการสื่อความหมาย

3.4 กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการต่าง ๆ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวเช่น การจัดโฮมสเตย์ การสื่อความหมายถึงจุดเด่นของชุมชนในแต่ละจุด

3.5 ประสานงานกับองค์กรเครือข่าย (network) เพื่อการสนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น อบต. คลองประสังข์ องค์กรบริหารส่วนจังหวัดพังงา ททส. สถาบันการศึกษา (สถาบันราชภัฏภูเก็ต) โครงการ open mind ฯลฯ ซึ่งได้รับการสนับสนุนในด้านงบประมาณ การก่อสร้างถนน งานด้านวิชาการ การศึกษาดูงานและจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว และการสื่อความหมายในพื้นที่แก่สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่ม เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การใช้ภาษาอังกฤษเบื้องต้น การทำอาหาร ฯลฯ ซึ่งทำให้ชุมชนได้เตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

3.6 การออกแบบและจัดสื่อความหมายในชุมชน (interpretation design) การดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามที่ คณะกรรมการกลุ่มเห็นชอบ โดยได้พิจารณาตัวกลางแต่ละชนิดที่เหมาะสมกับพื้นที่และงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน พร้อมทั้งส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกัน จนกระทั่งเสร็จสิ้น เช่น การเป็นคณะทำงานในการจัดทำสื่อ การสร้างช่องทางให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำสื่อต่าง ๆ สื่อที่ใช้ในชุมชนจำแนกเป็น

3.6.1 สื่อประเภทบุคคล ได้แก่ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น วิทยากร ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มแกนนำ ส่วนมัคคุเทศก์เยาวชนเริ่มที่จะพัฒนาให้เกิดขึ้น รวมทั้ง การสาธิต การแสดงต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนอยู่แล้ว

3.6.2 สื่อประเภทไม่ใช่บุคคล ได้แก่ แผ่นพับซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก อบต. ในการผลิต ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (เดิมเป็นศูนย์แม่บ้านเก่า) และยังใช้เป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชนสื่อโสตทัศนูปกรณ์ ในรูปของวีดิทัศน์ ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย เว็บไซต์ท่องเที่ยวของชุมชน (ngo ทำให้)

3.7 การกำหนดแนวทางเพื่อคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย

3.7.1 การหาแนวทางป้องกันผลกระทบด้านการท่องเที่ยวที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น ขยะ วัฒนธรรมที่แตกต่างกันของชุมชนและผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว ดังนั้น คณะกรรมการจึงกำหนดมาตรการร่วมกันที่จะดูแลรักษาเกาะกลาง ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป เช่น การแก้ไขปัญหามลพิษ โดยวิธีรีไซเคิล กำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว

3.7.2 การสร้างเครือข่าย (network) ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนที่มี การจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้บทเรียนและหาแนว ทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

ซึ่งสรุปได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 18 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะกลาง

กลุ่มที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา ได้แก่

1. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท จ.นครราชสีมา

1.1 องค์กรภายนอกเข้ามาสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายในชุมชน ได้แก่ กรมศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้วยเป็นพื้นที่สำคัญทางโบราณคดี และมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

1.2 การส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม (participation) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวและการสื่อ

ความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน การประชุม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น

1.3 สร้างกลุ่มหรือคณะทำงาน (team) ด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการสื่อความหมายฯ ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดประชุมหรือประชุมในพื้นที่โดยมีประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อคัดเลือกคณะทำงานของชุมชน

1.4 การพัฒนาศักยภาพให้แก่ชุมชนด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย โดยกรมศิลปากร และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวและการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การจัดการโฮมสเตย์นอกจากนี้ โรงเรียนบ้านปราสาทยังเข้าร่วมในโครงการฯ และช่วยพัฒนาในด้านการท่องเที่ยว เช่น การสร้างกลุ่มมัคคุเทศก์น้อยจากเยาวชนในพื้นที่โดยมี กรมศิลปากรและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุน ด้านวิชาการและงบประมาณ

1.5 การวิเคราะห์พื้นที่ (tourism area) องค์การรัฐร่วมกับชุมชน โดยมีการสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้นทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้าน โบราณคดี และวัฒนธรรมชุมชน รวมทั้ง การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุด หรือสถานที่ ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมาย ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยสรุปแล้ว นอกจากอัตลักษณ์อันเป็นจุดเด่นของชุมชนทางด้าน โบราณคดี ประวัติศาสตร์แล้วนั้น ชุมชนบ้านปราสาทยังมีจุดเด่นด้านกลุ่มอาชีพ และประเพณีทางอีสานต่าง ๆ ที่สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจแก่ผู้มาเยือนได้

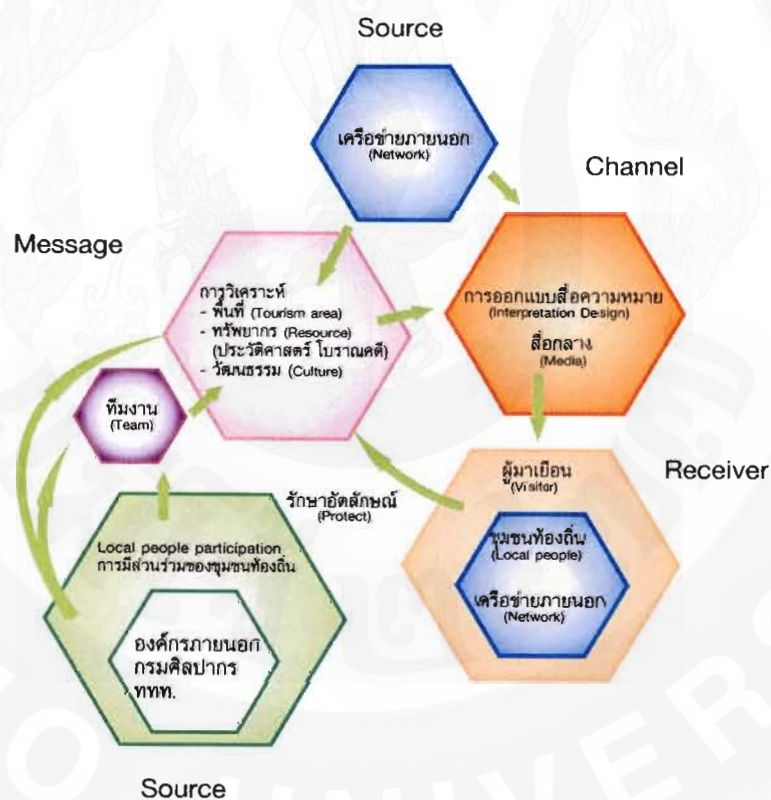
1.6 การจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) ในระยะแรกหน่วยงานหลักที่เข้ามาจัดการออกแบบจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณนั้น คือ กรมศิลปากร และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีทีมงานผู้มีความรู้ในด้าน โบราณคดี การออกแบบ การสื่อความหมาย สถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตย์ ฯลฯ โดยมีการจัดสร้าง อาคารพิพิธภัณฑ์ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง นิทรรศการต่าง ๆ รวมทั้งสื่อแผ่นพับ โดยมีคณะกรรมการฯของชุมชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีทั้งด้านข้อมูล และการบริจาคที่ดิน ในระยะต่อมาองค์กรอื่นต่างเข้าร่วมสนับสนุน เช่น อบต.สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สำนักงานพัฒนาชุมชน ฯลฯ

1.7 การกำหนดแนวทางเพื่อคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย

1.7.1 การหาแนวทางป้องกันผลกระทบด้านการท่องเที่ยวที่อาจจะเกิดขึ้น โดยคณะกรรมการได้กำหนดมาตรการร่วมกัน ทั้งด้านทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ให้คงอยู่ต่อไป เช่น กำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว การรณรงค์เรื่องความสะอาดในชุมชน การปลูกพืชผักสวนครัวหน้าบ้าน

1.7.2 การสร้างเครือข่าย (network) ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

โดยสรุปแล้วรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านปราสาทประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3T PINE แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 19 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านปราสาท

2. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม (บ้านโป่งมะนาว) จังหวัดลพบุรี

2.1 กลุ่มคณะผู้นำชุมชน หรือคณะกรรมการหมู่บ้าน (team) เล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรด้านโบราณคดีในชุมชน (ที่ตั้งอยู่ภายในวัดโป่งมะนาว) ซึ่งมีการขุด

ค้นพบโบราณวัตถุหลายประเภทฝัง ร่วมกับ โครงกระดูกมนุษย์สมัยโบราณในยุคก่อนประวัติศาสตร์ ในช่วงระหว่าง 3,000-2,500 ปีมาแล้ว จึงได้ร่วมกันจัดตั้ง “ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีและทรัพยากรธรรมชาติห้วยขุนราม”

2.2 ประสานงานองค์กรภายในและภายนอกชุมชน (network) เช่น สถาบันทางวิชาการเข้ามาศึกษา และแหล่งทุนในการสนับสนุนการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งโบราณคดีที่ขุดค้นพบ ซึ่งมีหลายองค์กรเข้ามา เช่น มหาวิทยาลัยศิลปากร กรมศิลปากร องค์กรบริหารส่วนตำบลห้วยขุนราม กองทุนพัฒนาสังคม (SIF) จังหวัดลพบุรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถานีอนามัยตำบลห้วยขุนราม คณะกรรมการการท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี และบริษัทห้างร้านต่าง ๆ นอกจากนี้ภายในชุมชนเอง ชมรมยังได้ติดต่อประสานงานให้สถาบันหลักในชุมชนได้เข้ามาเป็นเครือข่ายในการพัฒนาสื่อความหมายของชุมชนด้วย คือ “บ-ว-ร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล การเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ชาวชนในพื้นที่จำนวนมากกลายเป็นขุมทรัพย์ที่คอยต้อนรับผู้มาเยือน ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนต่างมีความภาคภูมิใจและสามารถเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อัตลักษณ์ ความเป็นมา ได้เป็นอย่างดี

2.3 การศึกษาวิเคราะห์พื้นที่ (tourism area) มหาวิทยาลัยศิลปากร กรมศิลปากรร่วมกับชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีและทรัพยากรธรรมชาติห้วยขุนรามได้ทำการสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ แหล่งโบราณคดีที่ขุดค้นพบ รวมทั้ง การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อกำหนดจุดที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมาย ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่

2.4 การจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation media) หน่วยงานหลักที่เข้ามาจัดการ ออกแบบจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณนั้น คือ มหาวิทยาลัยศิลปากรร่วมกับ ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีและทรัพยากรธรรมชาติห้วยขุนราม และมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุนงบประมาณ โดยมีการจัดทำ พิพิธภัณฑ์สถานชุมชนบ้านโป่งมะนาว พิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง นิทรรศการ นอกจากนี้ในส่วนของสื่อแผ่นพับคู่มือแนะนำแหล่งโบราณคดีบ้านโป่งมะนาว อบจ. ลพบุรี ได้สนับสนุนงบประมาณจัดพิมพ์

2.5 การพัฒนาศักยภาพให้แก่ชุมชนด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย โดย มหาวิทยาลัยศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีและทรัพยากรธรรมชาติห้วยขุนราม เช่น การจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวและการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มี

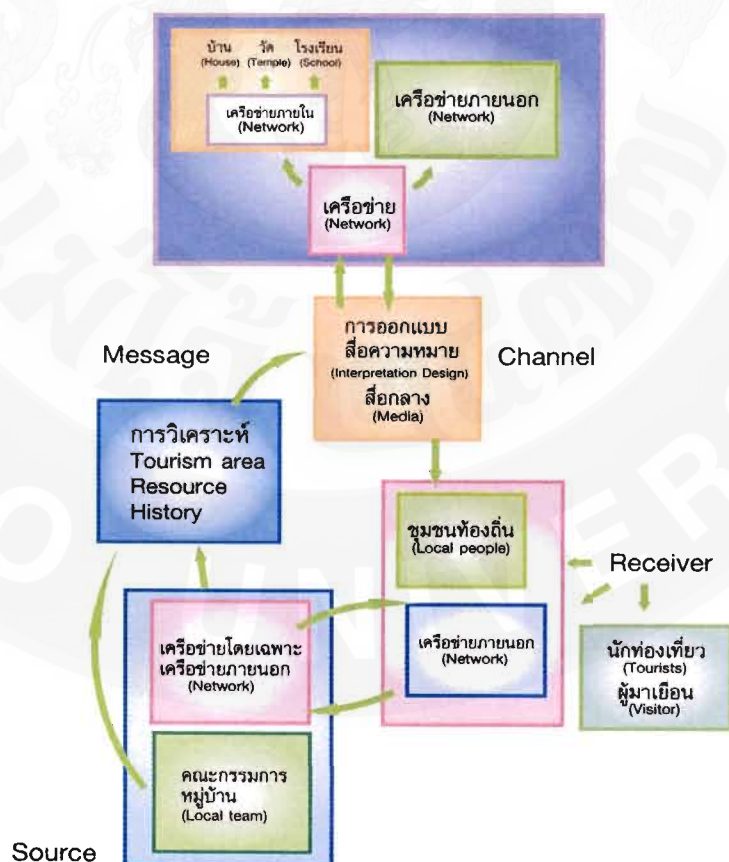
ความรู้ในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การส่งเสริมให้เกิดยูวมัคคุเทศก์เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

2.6 การกำหนดแนวทางเพื่อคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย

2.6.1 การจัดการและสร้างระบบการทำงานในพิพิธภัณฑ์สถานชุมชนบ้านโป่งมะนาว รวมทั้ง การพัฒนากิจกรรมที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายอัตลักษณ์ของชุมชนให้โดดเด่นและต่อเนื่อง

2.6.2 การสร้างเครือข่าย (network) ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน รวมทั้ง เครือข่ายในส่วนของหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างภาคีความร่วมมือในการอนุรักษ์ร่วมกันในวงกว้างต่อไป

จึงสรุปได้ว่ารูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาวนั้นประกอบไปด้วย L4T IN แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 20 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านโป่งมะนาว

3. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี

3.1 เริ่มจากผู้นำกลุ่ม (leader) มีความสนใจในด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น อาชีพ การเกษตร วัฒนธรรม ฯลฯ

3.2 ผู้นำได้มีความพยายามในการให้บุคคลใกล้ชิดเข้ามามีส่วนร่วมในแนวคิดของตนเอง (Participation) โดยมีการสำรวจความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนด้วยวิธีการปรึกษาหารือร่วมกัน

3.3 การสร้างกลุ่มหรือคณะทำงาน (team) ซึ่งเน้นกลุ่มที่เป็นเครือข่าย ที่อยู่ใกล้ เคียงกัน ในชุมชน เป็นหลัก

3.4 การแสวงหาและสร้างเครือข่าย (network) มีการประสานงานองค์กรภายในและภายนอกชุมชน เช่น การเข้าร่วมโครงการฯ กับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาลค่ายบางระจัน ซึ่งมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อบต.ท่าข้าม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ สำนักงานพัฒนาชุมชน

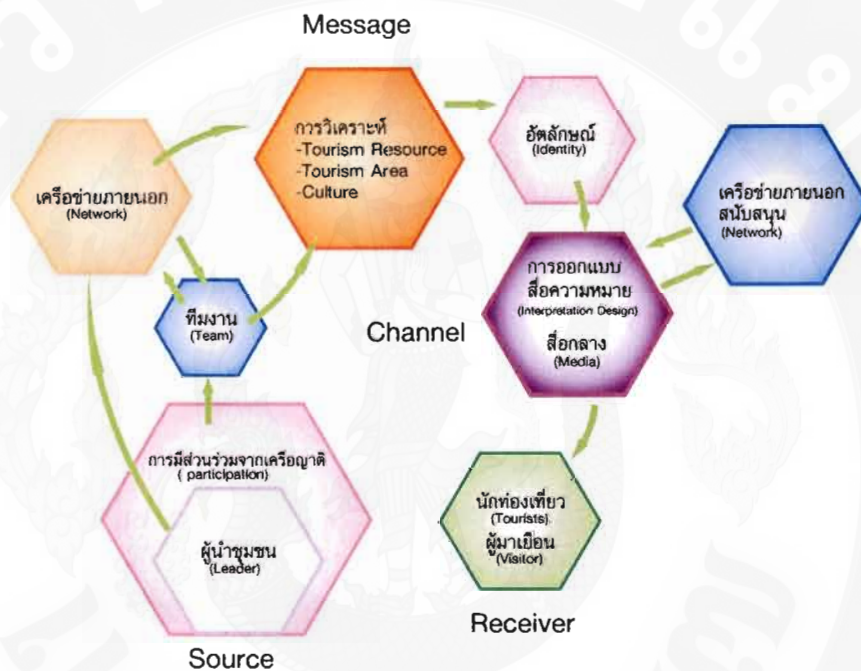
3.5 พัฒนาศักยภาพของผู้นำและทีมงาน มีการจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการบริการด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการกลุ่ม เพื่อเตรียม ให้มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การจัดการด้านบริการ และการท่องเที่ยว

3.6 วิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยว จุดเด่นของพื้นที่ (tourism area) มีการสำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน ประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดหรือสถานที่ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมาย โดยทางกลุ่มสรุปได้ว่า ในชุมชนของตนมีศักยภาพในด้านโฮมสเตย์ และการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต อาชีพต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น และจำแนกเป็นฐานการเรียนรู้ เช่น กรรมวิธีการทำไข่เค็ม การทำพวงมาลัยดิบปั่น พิพิธภัณฑ์ของเก่าในท้องถิ่น การนวดแผนโบราณ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3.7 การออกแบบและจัดทำตัวกลางหรือสื่อ (interpretation design) การออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณนั้น พบว่า คณะกรรมการกลุ่มได้มีจัดทำเองบางส่วน เช่น การจัดนิทรรศการ การทำป้ายบอกทาง อีกส่วนได้ประสานขอความร่วมมือต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุน เช่น การทำแผ่นพับ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายชื่อ สื่อชุมชนดาน การบริการสาธารณะ ในหมู่บ้าน หอวิทยุกระจายเสียงหมู่บ้าน สถานีวิทยุชุมชนเพื่อใช้ในการสื่อ

ความหมาย นอกจากนี้ ยังมีการฝึกอบรมโดยหน่วยงานต่าง ๆ ให้การสนับสนุนทางวิชาการ เช่น โรงพยาบาลค่ายบางระจัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการฝึกอบรม มีเหตุผลที่ท้องถิ่น การสาริต นวดแผนโบราณ

โดยสรุปแล้วรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าข้ามจึงประกอบไปด้วย L4T IN แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 21 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านท่าข้าม

กลุ่มที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชาติชนเผ่า
ได้แก่

1. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนพิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านมอญ บางกระดี่ กรุงเทพฯ

1.1 หน่วยงานภายนอกเข้ามาวิจัยและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวในการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น องค์กรหลักที่เข้ามาคือสถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์มณฑลวิทยาสรินทร โดยมีลักษณะการวิจัยที่ส่งเสริมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

1.2 การส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม (participation) ตั้งแต่การศึกษา ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการฟื้นฟูวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและการสื่อ

ความหมายในชุมชน โดยมีการจัดเวทีชาวบ้าน การประชาคม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ ความคิดเห็น พร้อมทั้งกระตุ้นจิตสำนึกความมีอัตลักษณ์เฉพาะของตนเอง

1.3 การจัดตั้งคณะทำงานชุมชน (team) ในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี การท่องเที่ยวและการสื่อความหมายฯ ร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดประชุมหรือประชาคมในพื้นที่ โดยมีประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อคัดเลือกคณะทำงานของชุมชน โดยมีองค์กรอื่นเข้าร่วมสนับสนุนด้วย ได้แก่ สำนักงานเขตบางขุนเทียน ผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ฯลฯ จนเกิด “คณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยวบ้านมอญบางกระดี่” ขึ้น

1.4 การพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยคณะวิจัยจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้มีการจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การสื่อความหมายในพื้นที่ รวมทั้ง ศึกษาดูงาน แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.5 ร่วมกันวิเคราะห์พื้นที่และจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของตน (tourism area) เป็นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัยและชุมชน โดยมีการสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่สืบค้นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน เพื่อกำหนดจุดเด่นของชุมชน เส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง รวมทั้งเพื่อพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมายต่อไป ซึ่งสรุปได้ว่า ชุมชนแห่งนี้มีอัตลักษณ์สำคัญคือ วิถีชีวิตที่ยังคงอัตลักษณ์ของชนชาติมอญและมีอยู่ในชีวิตประจำวันกันอยู่แล้ว

1.6 การออกแบบและการจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) โดยวิธีการ ดังนี้

1.6.1 ชุมชนต่างเข้ามาร่วมกันคิด และออกแบบจัดทำโดยมีคณะนักวิจัยเป็นที่ปรึกษา เช่น ด้านการออกแบบ สถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตย์ ปรับปรุงเพื่อให้บ้านผู้ที่สนใจเข้าร่วมโครงการฯ สามารถถึงจุดเด่น สะท้อนอัตลักษณ์ของตนออกมาให้โดดเด่นชัดเจนขึ้นในรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต ใช้บ้านที่อยู่อาศัยปัจจุบันเป็นสื่อแสดงให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส จึงเกิด การจัดทำแผนระบบสื่อความหมายและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมาย

1.6.2 การจัดทำร่างแผนและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme) คือ “พิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตของชุมชนมอญบางกระดี่” วัสดุ อุปกรณ์ที่กำหนดในแผนการปรับปรุงภูมิทัศน์ครั้งนี้เป็นสิ่งที่มียู่ในชุมชนอยู่แล้วเช่น การทำซุ้มเข้าบ้านด้วยใบจาก การตกแต่งรั้วด้วยไม้ไผ่ ซึ่งชุมชนสามารถทำเองได้

1.6.3 การนำเสนอ การประชามติในพื้นที่เพื่อระดม ความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของบ้านจะต้องเข้าร่วมและเห็นชอบตาม

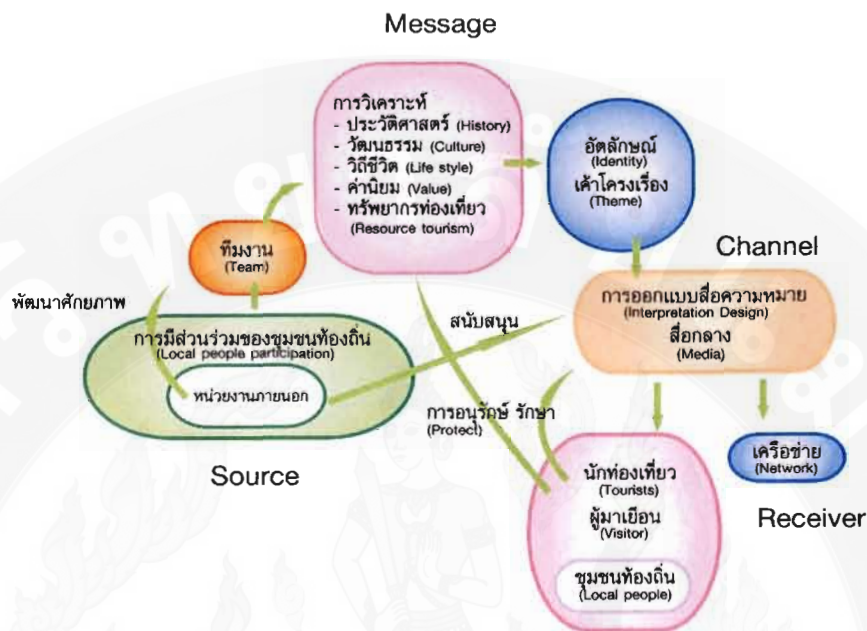
1.6.4 การดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามแผนงานและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกัน จนกระทั่งเสร็จสิ้น เช่น เป็นผู้ผลิตสื่อเอง จัดบอร์ดเพื่อแสดงประวัติความเป็นมาของตระกูล การแสดงทะเลาะมอญ วิถีชีวิตในการประกอบอาชีพของตน ฯลฯ การเป็นคณะทำงานในการจัดทำสื่อ การสร้างช่องทางให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำสื่อต่างๆ ในที่สุด พิพิธภัณฑที่มีชีวิต โดยท้องถิ่น ได้ลงมือทำเองก็เกิดขึ้น และเป็นสิ่งที่ชุมชนภาคภูมิใจในบ้านและชุมชนของคน นอกจากนี้ ยังพัฒนาให้เกิดสื่อทั้งประเภทบุคคลและไม่ใช้บุคคลตามมา เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น วิทยากร การสาธิต การแสดง แผ่นพับ วีดิทัศน์ ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกทาง แผนที่ชุมชน ฯลฯ ที่พร้อมบริการแก่ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้

1.7 การกำหนดแนวทางเพื่อคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย

1.7.1 การหาแนวทางป้องกันผลกระทบด้านการท่องเที่ยวที่อาจเกิดขึ้น โดยคณะกรรมการได้กำหนดมาตรการร่วมกัน ทั้งด้านทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป เช่น กำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งยังเป็นชุมชนที่มีเรื่องผี อากิ ที่นี้จะไม่มีโฮมสเตย์เนื่องจาก จารีตประเพณีจะไม่อนุญาตให้คนนอกเข้ามาอนค้างแรมในบ้าน การรณรงค์เรื่องความสะอาดในชุมชน ฯลฯ

1.7.2 การสร้างเครือข่าย (network) ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนที่มีจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

สามารถสรุปรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านมอญบางกระบือประกอบด้วยองค์ประกอบคือ 4T PINE แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 22 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านมอญบางกระด้

นอกจากนี้ยังพบว่า ในมุมมองของผู้นำชุมชนต่อการที่มีองค์กรภายนอกเข้ามาส่งเสริมด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยวและสื่อความหมายที่เกิดขึ้นนั้น ผู้นำชุมชนได้กล่าวว่า “ถ้าอาจารย์จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไม่ได้เข้ามาทำวิจัย พวกเราก็อยู่กันเรื่อย ๆ เป็นปกติกันแบบนี้ คงไม่มีจัดอะไร หรือเป็นพิพิธภัณฑ์ในบ้านอะไรกันเช่นนี้หรอก เผลอ ๆ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเดิมๆที่มีอยู่ก็จะหายไปตามความเจริญที่เข้ามาทุกวัน การจัดทำพิพิธภัณฑ์ชุมชนในบ้านก็มีความพร้อมขึ้นหลายแห่งด้วยกัน และยังมีการขยายออกไปแต่ละบ้าน เช่น บ้านทำขนม บ้านทำฉัตรธง บ้านเย็บจาก บ้านทำนา บ้านแสดงสะบ้า บ้านทำไม้ปักยุ้ง บ้านทำงานฝีมือ บ้านสอนหนังสือมอญ บ้านสานกก สานเสื่อสานแป ฯลฯ ตามที่ทำกันอยู่แล้วในปัจจุบัน หรือบางแห่งก็รื้อฟื้นภูมิปัญญาทำกันขึ้นมาอีก เกิดการรวมกลุ่มต่าง ๆ ภายในชุมชน จนกลายเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต”

2. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท- ขวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี

2.1 ผู้นำชุมชน (leader) มีความตั้งใจอย่างแรงกล้าและริเริ่มที่จะฟื้นฟูอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีของชาวไท-ขวนเพื่อให้ลูกหลาน คนรุ่นหลังได้รู้ว่าใครตเหง้าของตนเองมาจากที่ใดและร่วมสืบทอดภูมิปัญญาของตนไว้ต่อไป โดยมีคุณธรรมที่ยึดถือคือ ความกตัญญูต่อบรรพชนและความสำนึกที่จะต้องตอบแทนแผ่นดินเกิด

2.2 การจัดตั้งคณะทำงาน (team) ซึ่งเป็นแนวร่วมที่มีความคิด ความตั้งใจ เดียวกัน (Network) โดยใช้ชื่อ คณะก่อการดี ซึ่งประกอบด้วย คหบดี ครูบาอาจารย์ ข้าราชการ ห้างร้านต่าง ๆ ในจังหวัดราชบุรี เข้าร่วมและองค์กรต่าง ๆ ก็ให้การสนับสนุน ร่วมกันจัดตั้ง “ศูนย์สะสมวัฒนธรรมพื้นบ้านชาวไทยโยนก ต.คูบัว” ต่อมาปรับเปลี่ยนเป็นชื่อ “จิปาละสถานบ้านคูบัว”

2.3 การส่งเสริมให้เกิดชุมชนมีส่วนร่วม (participation) ในทุกภาคส่วน เช่น การจัดสร้างอาคารพิพิธภัณฑ์ “จิปาละภัณฑสถานบ้านคูบัว” ได้มีการประชุมหารือในคณะกรรมการหมู่บ้าน ตำบล และเพื่อชุมชนสามารถเข้ามาศึกษาเรียนรู้ได้จึงได้กำหนดสร้างในเขตบริเวณวัดโขลงสุวรรณคีรี

2.4 การวิเคราะห์ทรัพยากรที่เป็นจุดเด่นในพื้นที่ (tourism area)

2.4.1 คณะกรรมการ โครงการฯ ร่วมกันกำหนดภาพรวมและกรอบของการวางแผนเพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาและภาพรวมเบื้องต้นของระบบสื่อความหมายเพื่อสะท้อนความเป็นมา และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไท-ขวน

2.4.2 การสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อสืบค้นทรัพยากรทั้งทางด้านความเป็นมา ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน และวิเคราะห์และประเมินศักยภาพจุดเด่น อัตลักษณ์ในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการจัดทำแผนการสื่อความหมาย ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเค้าโครงเรื่อง (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์พื้นที่

2.4.3 กำหนดแผนการสื่อความหมาย theme โดยคณะกรรมการ โครงการฯ ร่วมกันกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น “จิปาละภัณฑสถานบ้านคูบัว” กำหนดวิธีการและเค้าโครงหลัก (theme) ในการสื่อความหมายแต่ละบริเวณ พร้อมระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมแต่ละประเภทให้ชัดเจน โดยการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมากำหนดจุด/สถานีสื่อความหมายที่ใช้สื่อสารในพิพิธภัณฑ์ โดยแต่ละจุดประกอบด้วย

หัวข้อเรื่อง (topic)

เค้าโครงการสื่อความหมายรวม (theme)

กำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานีสื่อความหมาย

การกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละสถานีสื่อความหมาย

ซึ่งแสดงผลในรูปแบบของการกำหนดรายละเอียดของ

การพัฒนาเรื่องราวสื่อความหมาย (story development form)

แนวคิดในการสื่อความหมาย (interpretive concept)

วิธีการสื่อความหมาย (interpretive mode) การใช้สื่อต่าง ๆ

2.4.4 การออกแบบการจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) แม้ว่าโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณนั้น จำเป็นจะต้องใช้ทักษะ เทคนิคของผู้มีความรู้ในด้านการออกแบบ สถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตย์ เป็นต้น แต่เนื่องจากคณะกรรมการฯ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในด้านนี้ นำโดย ดร.อุดม สมพร (ผู้อำนวยการจิปาะภัณฑสถานบ้านคูบัว) ซึ่งได้รับคุณูปกัตด้านการออกแบบงานศิลปะท้องถิ่น (foke art) จึงสามารถดำเนินการเอง โดยจัดทำแผนระบบสื่อความหมายและออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายที่สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme) ทั้งหมดมีห้องแสดง 10 ห้อง เช่น เริ่มจาก ภูมิปัญญาสมัยทวารวดี ประวัติความเป็นมาของชนชาวไทย-ยวนที่บ้านคูบัว ห้องแสดงเครื่องมือทำมาหากิน ความเป็นอยู่ชาวไทย-ยวน ภูมิปัญญาเรื่องผ้าตีนจกโบราณ ฯลฯ

2.5 การกำหนดแนวทางเพื่อคงรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย

2.5.1 การสร้างเครือข่าย (network) ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนที่มีจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน รวมทั้งเครือข่ายด้านองค์กรที่จะสนับสนุนอื่น ๆ เช่น อบจ.ราชบุรี อบต.คูบัว ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร

2.5.2 การสืบสานงานให้แก่คนรุ่นหลัง หรือเยาวชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อเป็นการสานต่อเจตนารมณ์ของคณะกรรมการผู้บุกเบิกต่อไป

โดยสรุปแล้วรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านคูบัว ไทย-ยวน ราชบุรี ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ L4T IN แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 23 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านคูบัว

3. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย

3.1 เริ่มจากคณะกรรมการหมู่บ้านชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง (team) ที่เข้มแข็งและต้องการพัฒนาท้องถิ่นให้มีการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

3.2 การส่งเสริมให้ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม (participation) เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน การประชุม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น

3.3 การวิเคราะห์ทรัพยากรในพื้นที่ (tourism area) คณะกรรมการฯ ได้มีการหารือร่วมกัน โดยสืบค้นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ สังคม จารีต วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน และวิเคราะห์ประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์ และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดหรือสถานที่ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจ

3.4 คณะทำงานของชุมชนประสานงานองค์กร หน่วยงานเครือข่าย (network) ที่อยู่ในท้องถิ่นและภายนอก ทั้งภาครัฐ เอกชนต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ซึ่งพบว่าการจัดสร้างอาคารพิพิธภัณฑ์ที่ใหญ่โตก็ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาลได้ทุกวัน

3.5 การออกแบบและการจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ(interpretation design) สื่อตัวกลางที่โดดเด่นในชุมชนจีนคอยแม่สลอง คือ พิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถานวีรชนอดีตทหารจีนคณะชาติ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลได้วันดำเนินการให้โดยมีคณะทำงานที่เป็นมืออาชีพ และมีขั้นตอนตามหลักวิชาการ เช่น กำหนดแผนการสื่อความหมาย (theme/ interpretation design) แต่ละจุดในพิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถานวีรชนอดีตทหารจีนคณะชาติ ประกอบด้วย หัวข้อเรื่อง (topic) แก่โครงการสื่อความหมายรวม (theme) วัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานที่สื่อความหมาย การกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด /สถานที่สื่อความหมาย แสดงผลในรูปแบบของการกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) แนวคิดในการสื่อความหมาย (interpretive concept) และวิธีการสื่อความหมาย (interpretive mode) การใช้สื่อต่าง ๆ รวมทั้ง การออกแบบและการจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) พิพิธภัณฑ์อนุสรณ์สถานวีรชนอดีตทหารจีนคณะชาติ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนอัตลักษณ์เรื่องราวของพื้นที่ได้เป็นอย่างดี เช่น ย้ำเตือนให้เห็นว่า ชุมชนแห่งนี้เป็นลูกหลานของกองทัพจีนก๊กมินตั๋ง ซึ่งมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่เข้มข้นน่าสนใจ

นอกจากนี้ ทางชุมชนยังได้รับการสนับสนุนจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อบต.คอยแม่สลองนอก อบจ. ที่สนับสนุนให้เกิดสื่อต่าง ๆ เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ป้าย

บอกทาง ป้ายสื่อความหมาย ป้ายแผนที่ท่องเที่ยว แผ่นพับ ฯลฯ ซึ่งทำให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส เรียนรู้ และเข้าใจในอัตลักษณ์ของชุมชนเพิ่มมากขึ้น

สรุปได้ว่ารูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจันทอแม่สลองประกอบด้วย 4T PIN แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 24 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจันทอแม่สลอง

กลุ่มที่ 5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม และ ตลาด ได้แก่

1. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี

1.1 วิวัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงของตลาดสามชุกเป็นจุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่มคนในพื้นที่ที่ต้องการอนุรักษ์ตลาดซึ่งมีมาแต่โบราณ โดยมีผู้นำชุมชน และแกนนำ (คณะกรรมการหรือทีมงาน) ที่เริ่มดำเนินการขับเคลื่อนมิให้ราชพัสดุซึ่งมีนโยบายรื้อตลาดเก่าเพื่อสร้างใหม่

1.2 การส่งเสริมให้คนในชุมชนตลาดสามชุกเข้ามามีส่วนร่วม (participation) ในการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมไม้ไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรม สื่อสะท้อนถึงประวัติศาสตร์ ความ

เป็นมาของชุมชน ซึ่งจะเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญต่อไป โดยมี การจัดเวทีชาวบ้าน การประชาคม เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น โดยชุมชนต่างเห็นว่า ควรสงวนรักษาและฟื้นฟู มากกว่าการรื้อตลาดแล้วสร้างใหม่

1.3 การประสานงานและสร้างเครือข่าย (network) คณะทำงานของชุมชน ประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในและนอกท้องถิ่น ทั้งภาครัฐ เอกชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมเป็นคณะทำงานโครงการฯ และงบประมาณสนับสนุน

1.4 องค์กรภายนอกเข้ามาสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ทั้งทางวิชาการและงบประมาณในการฟื้นฟูสถาปัตยกรรม การสื่อความหมาย การพัฒนาศักยภาพของชุมชน ทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันการศึกษา และองค์กรภายนอกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การศึกษาดูงาน การจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการอนุรักษ์อาคารบ้านเรือน การจัดการด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการ และประชาชน เยาวชนที่สนใจ เพื่อเตรียมให้มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.5 การวิเคราะห์ทรัพยากรในพื้นที่ (tourism area) คณะกรรมการชุมชน ร่วมกับองค์กรภายนอกที่เข้ามาสนับสนุน ร่วมกันกำหนดภาพรวมและกรอบของการวางแผนเพื่อกำหนดขอบเขตและภาพรวมเบื้องต้นของการอนุรักษ์และวางระบบสื่อความหมาย จากนั้น ทำการสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อสืบค้นข้อมูลทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตในชุมชนแล้ววิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุด หรือสถานี ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการจัดทำแผนการสื่อความหมาย ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเค้าโครงเรื่องหลัก (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยมีผลสรุปจากการวิเคราะห์คือ จุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์คือ วิถีชีวิตความเป็นตลาดโบราณที่มีอาหารพื้นบ้าน สถาปัตยกรรมเก่าแก่ ประวัติศาสตร์ที่มีความเคลื่อนไหว เป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต

1.6 การกำหนดเค้าโครงหลัก แผนการสื่อความหมาย โดยคณะกรรมการชุมชน ร่วมกับองค์กรสนับสนุน ในการกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยว กำหนดวิธีการและเค้าโครงหลักในการสื่อความหมายในแต่ละบริเวณที่เป็นขอบเขตพื้นที่ตลาดสามชุก พร้อมระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมแต่ละประเภทที่ชัดเจน โดยการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมากำหนดจุด/สถานีสื่อความหมายที่ใช้สื่อสาร แต่ละจุดประกอบด้วย หัวข้อเรื่อง (topic) เค้าโครงการสื่อความหมายรวม กำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานีสื่อความหมาย และการกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด/สถานีสื่อ

ความหมายจะแสดงผลในรูปแบบของการกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) แนวคิดในการสื่อความหมาย (interpretive concept) วิธีการสื่อความหมาย (interpretive mode) การใช้สื่อต่าง ๆ จากนั้น นำผลการกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย ประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้ประชาชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม เสนอความคิดเห็น ในเค้าโครงฯ ดังกล่าว

1.7 การออกแบบและจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) เป็นการจัดทำแผนระบบสื่อความหมายและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยเริ่มจากการร่างแผนและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่องแล้วนำเสนอ การประชาคมในพื้นที่เพื่อระดมความคิดเห็นร่างแผนและการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมาย จากนั้นส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกัน จนกระทั่งเสร็จสิ้น เช่น การเป็นคณะทำงานในการจัดทำสื่อ การสร้างช่องทางให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลและ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำสื่อต่าง ๆ ตัวกลางที่สื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของตลาดสามชุกถือว่า ประสบความสำเร็จอันมาจากความร่วมมือของคนในชุมชนและสามารถประสานภาคีความร่วมมือจากองค์กรต่าง ๆ สื่อที่ใช้ประกอบไปด้วยสื่อประเภทบุคคล และสื่อประเภทไม่ใช่บุคคล ที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

1.8 การติดตามประเมินผล (evaluation) คณะกรรมการตลาดมีการติดตาม ประเมิน ผลการดำเนินการ และประเมินผลการสื่อความหมายในทุกสัปดาห์ อันเป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรม สื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยจะต้องประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จาก โปรแกรม สื่อความหมาย โดยการประชุมหารือร่วมกันของคณะกรรมการฯ เช่น วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการมาเยือนตลาดสามชุก

โดยสรุปแล้วรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนตลาดสามชุกนั้นประกอบไปด้วย L4T PINE แสดงได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 25 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตลาดสามชุก

2. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน โดยศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร โคกแฝด เขตหนองจอก กรุงเทพฯ

2.1 ผู้นำชุมชนเป็นผู้ริเริ่มที่ต้องการพัฒนาท้องถิ่น และสะท้อนถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนเกษตรตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

2.2 การหาแนวร่วม (แกนนำ) จัดตั้งคณะทำงาน (team) ที่มีแนวทางเดียวกัน คือ การทำการเกษตร หรือการใช้ชีวิตในแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามรอยพ่อหลวง

2.3 การวิเคราะห์พื้นที่ (tourism area) โดยผู้นำชุมชนและคณะทำงาน ร่วมกันกำหนดภาพรวมและกรอบของการวางแผนเพื่อกำหนดขอบเขตและภาพรวมเบื้องต้นจากนั้นจึงสำรวจศึกษาสภาพ ประเมินศักยภาพของทรัพยากร อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดหรือสถานี ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ คือ การเป็นศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นเค้าโครงที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่

2.4 การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์/แหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการสื่อความหมาย โดยมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (swot matrix) ของชุมชน โดยการหารือวิเคราะห์ร่วมกันในคณะกรรมการ ซึ่งสรุปได้ว่า ชุมชนมีศักยภาพที่สามารถดำเนินการ

ให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนได้ เนื่องจากสภาพชุมชนมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ อยู่ไม่ไกลจากเมืองหลวง เป็นพื้นที่ในกรุงเทพฯ ที่บรรยากาศร่มรื่นแบบวิถีชีวิตชนบท ฯลฯ และมีโอกาสในการหากกลุ่มผู้มาเยือนได้ เช่น สถาบันการศึกษา กลุ่มศึกษาดูงาน บริษัทห้างร้านที่ต้องการสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง

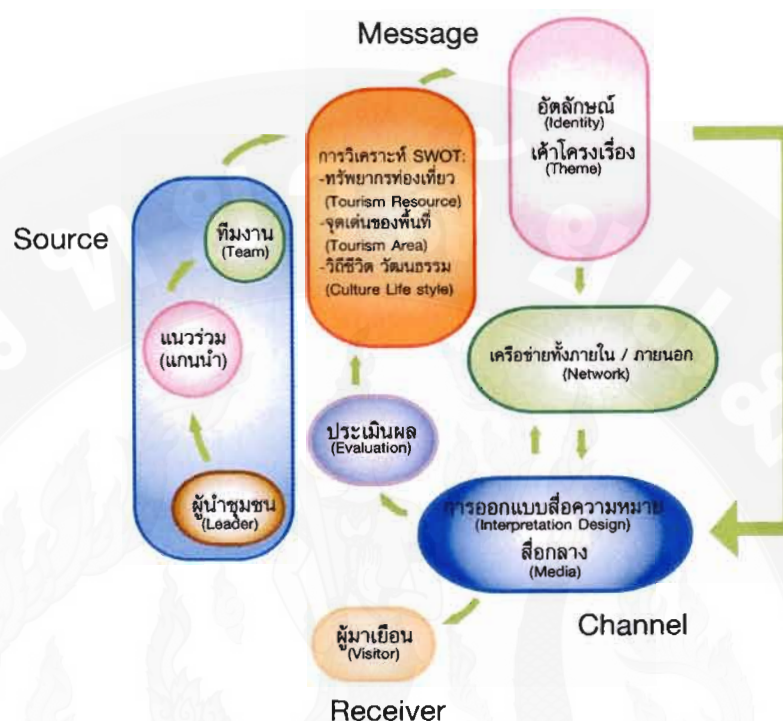
2.5 กำหนดแผนการสื่อความหมาย (theme) คณะกรรมการฯ ร่วมกันกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายในแต่ละบริเวณที่เป็นขอบเขตชุมชน พร้อมระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมแต่ละประเภทอย่างชัดเจน โดยการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมากำหนดจุด/สถานีสื่อความหมายที่ใช้สื่อสารในเส้นทางท่องเที่ยวประกอบด้วย 8 ฐานการเรียนรู้ เช่น ฐานเกษตรทฤษฎีใหม่ บ้านพอเพียง สัตว์เศรษฐกิจ ฐานต้นไม้กับบ้าน ฯลฯ แต่ละฐานประกอบไปด้วยหัวข้อเรื่อง (topic) เค้าโครงการสื่อความหมายรวม (theme) กำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานีสื่อความหมายและการกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด ซึ่งจะแสดงผลในรูปแบบของการกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) แนวคิดในการสื่อความหมาย (interpretive concept) วิธีการสื่อความหมาย (interpretive mode) การใช้สื่อต่าง ๆ

2.6 การประสานงานและสร้างเครือข่าย (network) คณะทำงานของชุมชนประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในและนอกท้องถิ่น ทั้งภาครัฐ เอกชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือในด้านต่าง ๆ เช่น งบประมาณสนับสนุน

2.7 การออกแบบและจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) ผู้นำซึ่งเป็นบุคคลที่มีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับ การผลิตสื่ออยู่แล้ว จึงสามารถออกแบบและจัดทำตัวกลางที่ใช้ในการสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยให้คณะกรรมการเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน เช่น การจัดทำนิทรรศการ

2.8 การติดตามประเมินผล (evaluation) โดยประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมายจากกลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว เช่น สอบถามความคิดเห็น ประเมินผลความพึงพอใจในการมาเยือนในแง่มุมต่างๆ รวมทั้งการใช้บริการด้านสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนว่ามีความคิดเห็นเช่นไร เป็นต้น

สรุปรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกษตรพอเพียงคอยด์กัว โศกแผ่ เขตหนองจอก กทม. ประกอบไปด้วย L4T PINE แสดงดังภาพ



ภาพ 26 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกษตร โลกแฝด เขตหนองจอก

3. กระบวนการสื่อความหมายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านเบญจรงค์ ออบต.คอนไก่อี จังหวัดสมุทรสาคร

3.1 ผู้นำกลุ่มเป็นผู้ริเริ่มในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์

3.2 การจัดตั้งคณะทำงาน (team) โดยชักชวนในหมู่เครือญาติพี่น้องที่อยู่ใกล้เคียงเข้าร่วมผลิตเครื่องเบญจรงค์ แล้วจัดตั้งเป็นกลุ่มในนาม กลุ่มเบญจรงค์คอนไก่อี ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ร้านที่ผลิตงาน

3.3 การประสานงานและสร้างเครือข่าย (network) คณะทำงานของกลุ่มมีการประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในและนอกท้องถิ่น ทั้งภาครัฐ เอกชนต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือสนับสนุนการผลิตงานเบญจรงค์ และการเผยแพร่ สื่อความหมายให้แก่ผู้มาเยือน

3.4 การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการสื่อความหมาย โดยมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (swot matrix) ของกลุ่มโดยการหารือวิเคราะห์ร่วมกันในสมาชิกกลุ่ม และอบต.คอนไก่อี สำนักงานพัฒนาชุมชน สถาบันการศึกษา เพื่อสามารถนำไปสู่การสื่อความหมายและการแข่งขันทางการตลาดได้

3.5 การออกแบบและจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ (interpretation design) การดำเนินการจัดทำตัวกลางเพื่อสื่อความหมายในพื้นที่ ซึ่งมีบางชนิดทางกลุ่มไม่สามารถกระทำกันเองได้ จำเป็นจะต้องจัดจ้างผู้จัดทำ เช่น การพิมพ์แผ่นพับจำนวนมากซึ่งต้องใช้บริการจากโรงพิมพ์ นอกจากนี้ ยังมีองค์กรภายนอกที่เข้ามาสนับสนุนการออกแบบและจัดทำให้ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษา ฯลฯ ที่ได้เข้ามาดำเนินการสร้างป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย ตราสัญลักษณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว รวมทั้ง การพัฒนาบุคลากรด้านสื่อประเภทบุคคล เช่น การเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เทคนิคการจัดนำเที่ยว การสาธิตวิธีทำเครื่องเบญจรงค์ บริการด้านโฮมสเตย์ ฯลฯ

สรุปรูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเบญจรงค์คอนไกดี ประกอบไปด้วย L4T INE แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 27 รูปแบบการพัฒนาด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเบญจรงค์

จากการศึกษาบทเรียน หรือประสบการณ์ของการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 15 แห่งที่กล่าวมานั้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบที่ทุกชุมชนได้ดำเนินการเหมือนกัน คือ การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area) การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists) การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย

(interpretation design) และ เครือข่าย (network) ส่วนอีก 5 องค์ประกอบแม้บางชุมชนไม่ได้ดำเนินการครบทั้งหมด แต่ถือว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นซึ่งสรุปเป็นองค์ประกอบหลัก คือ L4T PINE ได้แก่

L หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader)

4T หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)

การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists)

การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme)

P หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

I หมายถึง การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)

N หมายถึง เครือข่าย (network)

E หมายถึง การประเมินผล (evaluation)

โดย แสดงดังตาราง 6 ต่อไปนี้

ตาราง 6 องค์ประกอบของรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น 15 ชุมชน

ลำดับ	รายชื่อชุมชน	L	4T				P	I	N	E
			T1	T2	T3	T4				
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก ได้แก่										
1	กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	ชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
3	กลุ่มชุมชนคนรักป่าตำบลหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล ได้แก่										
4	วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคกลน สมุทรสงคราม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขวานน้อย จังหวัดพังงา	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
6	ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ได้แก่										
7	โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
8	ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม จังหวัดลพบุรี	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
9	โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	-
แหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิต ชนเผ่า ชาติพันธุ์ ได้แก่										
10	พิพิธภัณฑสถานชุมชนบ้านมอญ บางกระดี่ กรุงเทพฯ	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท- ขวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	-
12	ชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-

ตาราง 6 (ต่อ)

ลำดับ	รายชื่อชุมชน	L	4T				P	I	N	E
			T1	T2	T3	T4				
	แหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต เกษตรกรรม หัตถกรรม ตลาด ได้แก่									
13	สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตหนองจอก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15	หมู่บ้านเบญจรงค์ อบต.ดอนไก่อี จังหวัดสมุทรสาคร	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓

หมายเหตุ	L	หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader)
	4T	หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (t1: team) การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (t2: tourism area) การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (t3: tourists) การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (t4: theme)
	P	หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)
	I	หมายถึง การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)
	N	หมายถึง เครือข่าย (network)
	E	หมายถึง การประเมินผล (evaluation)

ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนเกี่ยวกับ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การศึกษาถึง ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษาทั้ง 15 แห่ง จำนวน 40 คนซึ่งมีรายชื่อในภาคผนวก ค เกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า ผู้นำชุมชนทุกคนต่างเห็นด้วยที่ควรให้มีการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจาก ความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตามคุณลักษณะต่าง ๆ และประเมินความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย ทักษะที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย รวมทั้งพฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ ปกป้องรักษา โดยการประเมินจากผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่น ซึ่งมีรายละเอียดตัวชี้วัดในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตามคุณลักษณะต่าง ๆ โดยเรียงตามค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยในแต่ละด้านจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่

คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากรด้านความปลอดภัยใน ขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวมีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.67 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ นัยสำคัญของการสื่อความหมาย ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง และความสะดวกในการเข้าถึง

คุณลักษณะของสื่อประเภทไมใช่บุคคลด้านความถูกต้องของเนื้อหาสาระมีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.77 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ การเสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ภาษาเข้าใจง่าย ความชัดเจนของเนื้อหา เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย รูปแบบวิธีการในการนำเสนอน่าสนใจ โดดเด่น ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ มีใจความสำคัญ การเรียบเรียงดี และ ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง

คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคลที่มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุด 4.77 คือด้านอรรถาธิบายเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง รองลงมาตามลำดับได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนในด้านต่าง ๆ เช่น จาริด ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย ด้านทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียงถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลินคล้อยตาม บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย และความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง

ด้านที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมายมีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 4.33 และผู้บริหารหรือนักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 4.07

ด้านที่ 3 ทักษะการที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมายมีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 4.57 และผู้บริหารหรือนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 4.3

ด้านที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 4.77 และผู้บริหารหรือนักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 4.73

ซึ่งมีรายละเอียดในตาราง 7 ดังนี้

ตาราง 7 ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนความสำคัญของตัวชี้วัดเฉลี่ยในแต่ละชุมชน															ค่าเฉลี่ยรวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
ด้านที่ 1 ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตามลักษณะต่างๆ ได้แก่																
คุณลักษณะของเส้นทาง/ทรัพยากร																
1. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว	5	5	4.5	5	5	5	4.5	5	5	4	4	5	4.5	5	3.5	4.67
2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยว	4.5	5	4	5	3	5	5	5	4.5	5	5	5	4.5	4	5	4.63
3. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย	4	4	3.5	4.5	4	3	3.5	4	3.5	4.5	4.5	3.5	3.5	3.5	4	3.83
4. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง	3	4.5	4	4.5	4	3	4	5	3	3	4	4	3.5	3	2	3.63
5. ความสะดวกในการเข้าถึง	4	3	3	3.5	3	4	4	3.5	4	3	3	3.5	4	3	4	3.50

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนความสำคัญของตัวชี้วัดเฉลี่ยในแต่ละชุมชน															ค่าเฉลี่ย รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
คุณลักษณะของสื่อประเภทไมใช่บุคคล																
1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ	5	5	4.5	5	4	4	5	5	4.5	5	5	5	4.5	5	5	4.77
2. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	5	5	4.5	5	4	5	5	4.5	4	5	4.5	5	5	5	5	4.77
3. ภาษาเข้าใจง่าย	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4.5	4.5	4	4	5	4	4.47
4. ความชัดเจนของเนื้อหา	5	4	4	4	4	5	4.5	4	4	5	4.5	3.5	3.5	5	5	4.33
5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย	5	3	5	5	3	5	5	4.5	4	4	4	3.5	4	5	3	4.20
6. รูปแบบวิธีการในการนำเสนอน่าสนใจโดดเด่น	4	3.5	4	5	4	5	3	4	3.5	5	4.5	4	3.5	4	4.5	4.10
7. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	5	4.5	4	5	3	5	4.5	4.5	4	3	4.5	4	3	4	3	4.07

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนความสำคัญของตัวชี้วัดเฉลี่ยในแต่ละชุมชน															ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
8. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ	4	3.5	4	3.5	4	5	4	4.5	4	4.5	4	3.5	3.5	4.5	4.5	4.07
9. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์	5	4.5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3.5	3.5	3	4.03
10. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ	4	3.5	4	4	4	5	4.5	4	3	3	3.5	5	3.5	4	4	3.93
11. มีใจความสำคัญการเรียบเรียงดี	3	3	3.5	4.5	4	4.5	4	3.5	4	4	4	3.5	3.5	3	3.5	3.70
12. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล	4	3	3	3.5	4	4	3.5	4	3	3	4	3	3	3.5	4	3.50
1. อธิบายความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง	5	5	5	4	5	5	5	4.5	5	5	3.5	5	5	4.5	5	4.77

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนความสำคัญของตัวชี้วัดเฉลี่ยในแต่ละชุมชน															ค่าเฉลี่ยรวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
2. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	5	4	4	5	3	5	5	5	4.5	4.5	4	4	4	5	5	4.47
3. การให้คำแนะนำข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น จารีตประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย	5	5	4	5	5	5	4.5	4	3.5	4.5	4	4	3.5	5	2.5	4.30
4. ทักษะในการสื่อสารสามารถเรียบเรียงถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ	3	4	5	4	5	5	3	4	3.5	4	3.5	4	3.5	4	5	4.03

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนความสำคัญของตัวชี้วัดเฉลี่ยในแต่ละชุมชน															ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
5. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม	3	4.5	4	3.5	5	5	3.5	3.5	4	4.5	3	4	4	4	5	4.03
6. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย	4	3.5	4	3	4	5	3	4	4	4	3.5	4	4	3	3	3.73
7. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง	3	3	3.5	3	5	5	3.5	4	3	4	4	3.5	3.5	3.5	4	3.70
ด้านที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย																
1. ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3.5	4.5	4	5	4	4.33

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนความสำคัญของตัวชี้วัดเฉลี่ยในแต่ละชุมชน															ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวที่มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4.07
ด้านที่ 3 ทักษะที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย																
1. ชุมชนท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4.5	4	4.5	5	4.5	4.57
2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย	4	4	4	4.5	5	5	4	5	4	5	4	4	4.5	4	4	4.33

ตาราง 7 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนความสำคัญของตัวชี้วัดเฉลี่ยในแต่ละชุมชน															ค่าเฉลี่ยรวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
ด้านที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา																
1. ชุมชนท้องถิ่นเกิด พฤติกรรมการอนุรักษ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยว	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4.5	4.5	5	4.5	4.77
2. นักท่องเที่ยวเกิด พฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.73

**ขั้นตอนที่ 4 ผลการดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) เกี่ยวกับ
ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น**

เป็นการศึกษาถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนในพื้นที่ศึกษาจำนวน 15 ชุมชน ทั้งนี้จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มประชากรที่มีความหลากหลาย แตกต่างกันจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเลือกและกำหนด ประเด็นความแตกต่างที่เห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการศึกษา ได้แก่

ปัจจัยด้านแรงผลักดัน (นักท่องเที่ยว) ได้แก่

1. ถิ่นพำนักในปัจจุบันของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวท้องถิ่น (ภายในจังหวัด) กับ นักท่องเที่ยวต่างถิ่นหรือต่างจังหวัด
2. เพศ ได้แก่ เพศชาย หรือ เพศหญิง
3. ประสบการณ์ในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้แล้ว หรือ มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นครั้งแรก

โดยในแต่ละประเด็นกำหนดจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ปัจจัยด้านแรงดึง(สิ่งดึงดูดใจ) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ซึ่งกำหนดในการวิจัยครั้งนี้ 5 ประเภท ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางบก 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้ำ ทะเล เกาะ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา 4) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชนชาติ ชนเผ่า และ 5) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม ตลาด โดยกำหนดจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ซึ่งได้กำหนดจำนวนแบบสอบถามที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ประเภทละไม่ต่ำกว่า 100 ชุด รวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 500 ชุด

ดังนั้น การเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) ซึ่งจัดทำหมายเลขระบุรายละเอียดกำกับหน่วยการเลือกตัวอย่างทั้งหมด ส่วนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on - site survey) ทั้ง 15 ชุมชน และได้กำหนดจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไม่ต่ำกว่า 500 ชุด ซึ่งผู้วิจัยสามารถดำเนินการเก็บข้อมูลและได้จำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 608 ชุด และขอเสนอผลการศึกษาด้านความ

คิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการบริการเกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความต้องการบริการทางด้านโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวแสดงผลการศึกษา ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการศึกษา คือ ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากรของนักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อ ดังนี้

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากรของนักท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 608 คน พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย กับเพศหญิงนั้น มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ เพศชาย ร้อยละ 49.84 ส่วนเพศหญิง จำนวนร้อยละ 50.16 เนื่องจากเป็นข้อกำหนดของการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยได้กำหนดสัดส่วนให้มีความใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (20-30 ปี) จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 45.39 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ วัยกลางคน (31-49 ปี) ร้อยละ 28.29 โดยเฉลี่ยแล้ว มีอายุ 29.43 ปี แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นและวัยกลางคน สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 50.33 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 226 คนคิดเป็นร้อยละ 37.17 รองลงมา ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 19.57 รับราชการ ร้อยละ 13.82 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 10.03 ส่วนอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ เกษตรกร พนักงานรัฐวิสาหกิจ ว่างานหรือเกษียณ และอาชีพแม่บ้าน ต่างมีจำนวนคิดเป็นอัตราร้อยละต่ำกว่า ร้อยละ 10 ดังนั้น กลุ่มผู้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในภาพรวมนั้นส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานซึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และจากที่สังเกตขณะเก็บข้อมูลในพื้นที่ ยังพบว่า มีบริษัทเอกชนหลายแห่ง นิยมจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในหน่วยงานและสร้างประโยชน์ต่อสังคม ผ่าน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น พาพนักงานบริษัทล่องเรือปลูกป่าชายเลนที่บ้านคลองโคกลน จังหวัดสมุทรสงครามและการเรียนรู้ศึกษาดูงานวิถีชีวิตพอเพียงที่ชุมชนมุสลิมซึ่งจัดเป็น ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตหนองจอก กทม. นอกจากนี้ ด้านถิ่นพำนัก ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ใน ภาคกลาง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 29.93 รองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 29.11 ทั้งนี้ น่าจะมาจากการกำหนด โควต้าตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทซึ่งเป็นข้อกำหนดของการวิจัยในครั้งนี้และส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่อยู่ใน ภาคกลางจึงทำให้ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคกลางและกรุงเทพฯ ปริมาณผล มีรายละเอียดตามตาราง 8

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร

		n = 608	
ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	303	49.84
	หญิง	305	50.16
อายุ	12 - 13 ปี (วัยเด็กตอนปลาย)	31	5.10
	14 - 19 ปี (วัยรุ่น)	76	12.50
	20 - 30 ปี (วัยผู้ใหญ่ตอนต้น)	276	45.39
	31 - 49 ปี (วัยกลางคน)	172	28.29
	50 - 59 ปี (วัยผู้ใหญ่ตอนปลาย)	36	5.92
	60 ปีขึ้นไป (วัยชรา)	17	2.80
$\bar{X} = 29.43$ SD = 12.45 Range = 12-75			
ระดับการศึกษา			
	ประถมศึกษา	26	4.28
	มัธยมศึกษาตอนต้น	67	11.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	80	13.16
	อนุปริญญา หรือ ปวส	66	10.86

ตาราง 8 (ต่อ)

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา (ต่อ)		
ปริญญาตรี	306	50.33
ปริญญาโท	59	9.70
ปริญญาเอก	4	0.66
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	226	37.17
นักเรียนนักศึกษา	119	19.57
รับราชการ	84	13.82
รับจ้างทั่วไป	61	10.03
เกษตรกร	28	4.61
นักธุรกิจ หรือเจ้าของกิจการ	47	7.73
ว่างงาน หรือเกษียณ	21	3.45
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	3.26
แม่บ้าน	2	0.33
ถิ่นพำนักในปัจจุบันของนักท่องเที่ยว		
ภาคเหนือ	129	21.22
ภาคกลาง	182	29.93
กรุงเทพและปริมณฑล	177	29.11
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	35	5.76
ภาคใต้	84	13.82

ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 1-7 ครั้งต่อปี จำนวน 450 คน คิดเป็นร้อยละ 74.01 โดยเฉลี่ยทั้งหมดคือ 7 ครั้งต่อปี ส่วนลักษณะของนักท่องเที่ยวจำแนกตามถิ่นพำนักในปัจจุบันและประสบการณ์ในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวมีสัดส่วนใกล้เคียงกันเนื่องจากเป็นสัดส่วนตามโควต้าที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น คือ นักท่องเที่ยวท้องถิ่น (ภายในจังหวัด) จำนวน 273 คิดเป็นร้อยละ 44.90 ส่วน นักท่องเที่ยวต่างถิ่น (ต่างจังหวัด) จำนวน 335 คิดเป็นร้อยละ 55.10 ด้านประสบการณ์ในการ

มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนแล้ว จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 54.28 และไม่เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ มาก่อน จำนวน 278 คิดเป็นร้อยละ 45.72 ส่วนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดในการศึกษาคั้งนี้ 5 ประเภท โดยกำหนดจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ซึ่งได้กำหนดจำนวนแบบสอบถามที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท ประเภทละไม่ต่ำกว่า 100 ชุด รวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 500 ชุด นั้นผลการดำเนินการ สามารถวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก จำนวน 117 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.24
2. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางน้ำ ทะเล เกาะ จำนวน 125 คน ร้อยละ 20.56
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74
4. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านชนชาติ ชนเผ่า จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 19.57
5. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพเกษตรกรรม หัตถกรรม ตลาด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 20.89

สำหรับ ลักษณะกลุ่มการเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางกับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 36.51 รองลงมาคือ กลุ่มครอบครัว ร้อยละ 25.33 ซึ่งสัมพันธ์กับช่วงวัยคือ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น และผู้ใหญ่ตอนกลางอันถือเป็นช่วงวัยที่เริ่มต้นทำงาน สร้างความมั่นคงให้แก่ชีวิต มีความสนใจการทำกิจกรรม ปฏิสัมพันธ์ร่วมกับเพื่อน และการสร้างครอบครัว (คณาจารย์สาขาจิตวิทยา, 2542: 256) ดังนั้นกลุ่มเดินทางจึงเป็นกลุ่มเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มครอบครัว ส่วนลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความเป็นอิสระพบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยกลุ่มตนเองและไม่มีความต้องการมีคฤหัสถ์ท้องถิ่น จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 49.51 ซึ่งเป็นประเด็นน่าสนใจเพราะมีความไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้นำชุมชนที่ให้ความสำคัญและประสงค์ที่จะพัฒนาสื่อกลางด้านมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมาเป็นลำดับต้น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความเป็นส่วนตัวเฉพาะกลุ่มของตน ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและกลุ่มครอบครัว โดยจำนวนสมาชิกกลุ่มเดินทางเฉลี่ยมีจำนวน 14 คน เมื่อจำแนกตามขนาดกลุ่มเดินทาง พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 2-5 คน จำนวนร้อยละ 35.69 รองลงมาคือ 6-10 คน ร้อยละ 33.55

เป้าหมายในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางร้อยละ 49.84 เป็นจุดหมายปลายทางหลักร้อยละ 43.59 และเป็นเพียงจุดแวะพักระหว่างทางการเดินทาง ร้อยละ 5.92 โดยมีระยะเวลาในการมาเยือนแหล่ง

ท่องเที่ยวเฉลี่ย 10.92 ชั่วโมง และเมื่อจำแนกตามระยะเวลาการมาเยือนแบบไปเช้าเย็นกลับ (ต่ำกว่า 9 ชั่วโมง) พบว่ามีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.45 จึงพอสรุปได้ว่า ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้ง 15 ชุมชน มีศักยภาพที่ดึงดูดใจให้ผู้มาเยือนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทาง รองลงมาคือเป็นจุดหมายปลายทางหลัก ทั้งนี้ตามความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้มาเยือนนั้นถือว่าเหมาะสมสำหรับ การเป็นแหล่งท่องเที่ยว one day trip หรือแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถไป-กลับภายในหนึ่งวัน (ไปเช้าเย็นกลับ) หรือใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 9 ชั่วโมง ดังนั้น หากชุมชนท้องถิ่นต้องการจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับพักผ่อนได้ หรือ การพัฒนาโฮม สเตย์ ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้มาเยือน โดยละเอียดอีกครั้ง เพราะในปัจจุบันจากการเดินทางเก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า มีนักท่องเที่ยวน้อยมากที่เข้ามาใช้บริการ โฮมสเตย์ของชุมชน หรือ พักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งสนับสนุนผลการศึกษาจากแบบสอบถามนี้ได้ว่า ผู้มาเยือนส่วนใหญ่ยังไม่นิยม หรือไม่ประสงค์ที่จะพักค้างแรมในชุมชน รายละเอียดตามตาราง 9 ต่อไปนี้

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว

n = 608		
ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี		
1-7 ครั้ง	450	74.01
8-15 ครั้ง	121	19.90
16-24 ครั้ง	28	4.61
25-32 ครั้ง	5	0.82
33 - 40 ครั้ง	3	0.49
$\bar{X} = 6.20$ SD = 5.85 Range = 1-40		
ลักษณะของนักท่องเที่ยวจำแนกตามถิ่นพำนัก		
นักท่องเที่ยวท้องถิ่น(ภายในจังหวัด)	273	44.90
นักท่องเที่ยวต่างถิ่น (ต่างจังหวัด)	335	55.10
ประสบการณ์ในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว		
ไม่เคยมาเยือน	278	45.72
เคยมาเยือน	330	54.28

ตาราง 9 (ต่อ)

ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยว		
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก	117	19.24
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล	125	20.56
แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน ประวัติศาสตร์	120	19.74
แหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมชนเผ่า	119	19.57
แหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิตด้านอาชีพ	127	20.89
จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชุมชน		
กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	47	7.73
ชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่	38	6.25
กลุ่มชุมชนอนุรักษ์ป่าดงดิบหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์	35	5.76
วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคลน จังหวัดสมุทรสงคราม	44	7.24
ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขาวน้อย จังหวัดพังงา	40	6.58
ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่	38	6.25
โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา	37	6.09
โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี	48	7.89
ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม จังหวัดลพบุรี	35	5.76
พิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านมอญ บางกระดี่ กรุงเทพฯ	36	5.92
ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท-ยวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี	40	6.58
ชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย	43	7.07
สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี	33	5.43

ตาราง 9 (ต่อ)

ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร เขตหนองจอก กรุงเทพฯ	41	6.74
หมู่บ้านเบญจรงค์ อปต.คอนไก่อี จังหวัด สมุทรสาคร	53	8.72
ลักษณะกลุ่มการเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์		
เดินทางคนเดียว	29	4.77
กลุ่มครอบครัว	154	25.33
กลุ่มเพื่อน	222	36.51
กลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน	92	15.13
กลุ่มการศึกษาดูงาน เช่น จากสถาบันการศึกษา	110	18.09
บริษัท หรือที่ทำงาน		
ลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความเป็นอิสระ		
เดินทางมากับบริษัททัวร์ / บริษัทนำเที่ยว	69	11.35
เดินทางมาด้วยกลุ่มตนเองและมีความต้องการ	237	38.98
มักคุเทศก์ท้องถิ่น		
เดินทางมาด้วยกลุ่มตนเองและไม่มีความต้องการ	301	49.51
มักคุเทศก์ท้องถิ่น		
ขนาดกลุ่มเดินทาง (จำนวนสมาชิกกลุ่มเดินทาง)		
เดินทางคนเดียว	35	5.76
2-5 คน (กลุ่มเล็กมาก)	217	35.69
6-10 คน (กลุ่มเล็ก)	204	33.55
11-29 คน (กลุ่มขนาดกลาง)	62	10.20
30-59 คน (กลุ่มขนาดใหญ่)	56	9.21
60-100 คน (กลุ่มขนาดใหญ่มาก)	33	5.43
$\bar{X} = 13.77$ $SD = 19.15$ $Range = 2-101$		

ตาราง 9 (ต่อ)

ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป้าหมายในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว		
เป็นจุดหมายปลายทางหลัก	265	43.59
เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทาง	303	49.84
เป็นจุดแวะพักระหว่างทางการเดินทาง	36	5.92
ระยะเวลาในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 9 ชั่วโมง (ไปเช้าเย็นกลับ)	477	78.45
9 - 24 ชั่วโมง (ใช้เวลาภายใน 1 วัน)	64	10.53
มากกว่า 24 ชั่วโมง (ใช้เวลามากกว่า 1 วัน)	67	11.02
$\bar{X} = 10.92$ SD = 18.24 Range = 1-168		

แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในระดับมาก คือ การได้ผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.64 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่มากที่สุดรองลงมาได้แก่ ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50 การได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.29 ความอยากรู้อยากเห็นส่วนตัว ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27 การมีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.26 การได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.25 การมีโอกาสหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของเมือง / แสวงหาความสงบ ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.16 จากผลการศึกษาข้างต้นนี้ แสดงถึงแรงผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนใน 15 แห่งนี้ ซึ่งควรมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยว(แรงดึง)และบริการสื่อความหมายให้สอดคล้องกับแรงผลักดันดังกล่าว เช่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด โดยเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนอันมีคุณค่า บรรยากาศชุมชนที่ไม่วุ่นวาย สงบร่มเย็น เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้แก่ผู้มาเยือนที่มีแรงจูงใจดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 10 ร้อยละและค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยว

n = 608

	แรงจูงใจ	ระดับความสำคัญ				\bar{X}	SD
		มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญเลย		
1.	ได้ผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ	68.09	24.51	6.09	0.82	2.64	1.05
2.	ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ	55.92	31.91	10.53	1.15	2.50	1.39
3.	ได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น	41.78	45.56	12.17	0.47	2.29	0.69
4.	ความอยากรู้อยากเห็นส่วนตัว	44.57	40.30	12.53	2.47	2.27	0.77
5.	มีโอกาสมทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน	45.07	34.21	17.60	2.80	2.26	1.07
6.	ได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว	44.41	40.13	10.86	4.44	2.25	0.82
7.	มีโอกาสหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของเมือง / แสวงหาความสงบ	39.14	42.76	12.66	5.26	2.16	0.97
8.	มีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัส ธรรมชาติ	41.45	27.80	25.99	4.61	2.07	0.93
9.	มีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น	31.25	43.75	21.88	3.13	2.03	0.81
10.	มีโอกาสมทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับครอบครัว	34.54	31.91	28.95	4.44	1.97	0.90
11.	ได้แสดงออกซึ่งความมีเอกลักษณ์ของตนเอง	26.36	48.68	20.23	4.61	1.97	0.81
12.	ได้แสดงออกซึ่งความทันสมัย เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม	23.36	41.45	22.04	12.99	1.76	0.96
13.	ได้เลียนแบบหรือปฏิบัติตามบุคคลที่ชื่นชอบ	11.68	31.41	31.25	25.66	1.29	0.98

ความคาดหวังและความต้องการบริการทางด้านโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสำคัญของ โปรแกรมสื่อความหมายชนิดต่าง ๆ โดยสรุปแล้วจะเห็นว่า ตัวกลางหรือสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและต้องการ โดยเห็นว่าเป็นความจำเป็นที่ชุมชนทางการท่องเที่ยวควรมี เรียงตามอันดับค่าคะแนนความสำคัญมากที่สุดคือ ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 5.97 รองลงมาตามลำดับคือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ชุมชน เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การสาธิต/การแสดง เว็บไซต์ (web site) แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน กลุ่มแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน แผ่นพับ/โบชัวร์ โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ ซึ่งมีรายละเอียด ตามตาราง 11 ต่อไปนี้

ตาราง 11 ค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของสื่อตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสำคัญของโปรแกรมสื่อความหมาย

ประเภทของตัวกลางการสื่อความหมาย	คะแนนเฉลี่ยสื่อที่สำคัญซึ่งชุมชน ท้องถิ่นคาดหวังต้องการให้มีขึ้นใน แหล่งท่องเที่ยวชุมชน (เต็ม 5 คะแนน)
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล	
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	5.97
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	4.83
3. การสาธิต / การแสดง	3.69
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล	
1. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	5.76
2. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน	5.08
3. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยว	4.19
4. พิพิธภัณฑ์ชุมชน	3.88

ตาราง 11 (ต่อ)

ประเภทของตัวกลางการสื่อความหมาย	คะแนนเฉลี่ยสื่อที่สำคัญซึ่งชุมชน ท้องถิ่นคาดหวังต้องการให้มีขึ้นใน แหล่งท่องเที่ยวชุมชน (เต็ม 5 คะแนน)
5. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ	3.83
6. เว็บไซต์ (web site) แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน	3.33
7. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	3.03
8. แผ่นพับ/ โบชัว	2.94
9. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์	2.14
10. นิทรรศการในร่ม	1.90
11. นิทรรศการกลางแจ้ง	1.22
12. จุดสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน	1.16
13. โปสเตอร์	1.12
14. แผ่นปลิว	1.02

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดย
การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การศึกษาถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ
โปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น
ต่อตัวชี้วัดในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อ โปรแกรมสื่อความหมายตามคุณลักษณะ
ต่าง ๆ โดยเรียงตามค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยในแต่ละด้านจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่

คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากรที่มีค่าความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความ
ปลอดภัยในขณะที่ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว เฉลี่ย 4.14 รองลงมาตามลำดับได้แก่ ความโดดเด่น

เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ ความสะดวกในการเข้าถึง ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง และนัยสำคัญของการสื่อความหมาย

คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช้บุคคลด้านภาษาเข้าใจง่ายมีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.09 รองลงมาได้แก่ ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ การเสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ ความชัดเจนของเนื้อหา ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม การมีใจความสำคัญ การเรียบเรียงดี และความเป็นเอกภาพ มีความ สัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง

คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคลด้านอักษยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.27 รองลงมาตามลำดับได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลินคล้อยตาม การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ และความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง

ด้านที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมายได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 3.96 และผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 3.90

ด้านที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมายได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นมีทักษะคิดที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการ สื่อความหมาย มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 3.95 และผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีทักษะคิดที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 3.98

ด้านที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 4.07 และผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ย 4.10 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 12 ร้อยละของนักท่องเที่ยงที่ให้ค่าคะแนนความสำคัญและค่าเฉลี่ยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

n = 608

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	ค่าคะแนนความสำคัญ						\bar{X}	SD
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก	ไม่สำคัญเลย		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)		
ด้านที่ 1 ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมาย ได้แก่								
คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากร								
1. ความปลอดภัยในขณะที่ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว	48.19	24.84	22.04	2.80	1.64	0.33	4.14	0.99
2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่	34.38	41.12	19.74	2.80	1.81	0.16	4.03	0.92
3. ความสะดวกในการเข้าถึง	28.62	29.28	28.95	10.69	1.81	0.66	3.70	1.09
4. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง	16.28	38.32	36.66	5.43	2.30	0.82	3.60	0.94
5. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย	9.38	48.52	33.55	5.92	2.47	0.16	3.56	0.85
คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช่มนุษย์								
1. ภาษาเข้าใจง่าย	39.98	37.50	18.59	3.29	1.64	-	4.09	0.92
2. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ	38.82	36.02	20.89	1.81	1.97	0.49	4.06	0.96
3. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	34.21	42.93	18.26	2.96	1.15	0.49	4.05	0.91
4. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย	27.80	41.28	25.00	3.45	1.48	-	4.02	1.96
5. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์	30.76	39.64	24.51	3.78	0.99	0.33	3.94	0.92
6. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ	28.45	44.08	22.86	2.47	1.64	0.49	3.94	0.91

ตาราง 12 (ต่อ)

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	ค่าคะแนนความสำคัญ						\bar{X}	SD
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก	ไม่สำคัญ เลย		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)		
7. ความชัดเจนของเนื้อหา	28.62	44.41	21.38	2.63	2.63	0.16	3.93	0.93
8. ความเหมาะสมในการ เลือกใช้สื่อ	28.49	41.94	25.49	1.97	1.81	0.32	3.92	0.91
9. รูปแบบ วิธีการในการ นำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น	25.49	43.91	25.66	2.47	1.81	0.49	3.87	0.92
10. ความเหมาะสมกลมกลืน กับสภาพแวดล้อม	24.67	43.91	27.14	2.80	1.32	0.16	3.87	0.87
11. มีใจความสำคัญ การเรียบ เรียงดี	21.55	42.93	30.76	3.78	0.99	-	3.80	0.85
12. ความเป็นเอกภาพ มีความ สัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อ เนื่อง	16.61	41.78	35.36	4.77	1.32	0.16	3.67	0.87
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล								
1. อธิบายเป็นมิตร ชี้แนะ แจ่มใส เป็นกันเอง	47.86	35.86	13.32	1.81	0.99	0.16	4.27	0.85
2. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว ได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	35.70	42.10	18.81	2.17	0.99	0.33	4.08	0.88
3. ความสามารถในการกระตุ้น ให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึก เพลิดเพลิน และคล้อยตาม	30.10	40.46	25.00	2.96	0.99	0.49	3.94	0.91
4. การให้คำแนะนำ ข้อควร ปฏิบัติคนแก่นักท่องเที่ยวใน ด้านต่าง ๆ เช่น จารีต ประเพณี ข้อห้าม หรือความปลอดภัย	29.11	40.13	25.82	3.45	1.32	0.16	3.92	0.91
5. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย	26.15	42.27	28.45	1.64	0.99	0.33	3.90	0.86

ตาราง 12 (ต่อ)

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	ค่าคะแนนความสำคัญ						\bar{X}	SD
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก	ไม่สำคัญ เลย		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)		
6. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอด เรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่า ประทับใจ	23.52	45.39	25.66	3.95	1.48	-	3.86	0.87
7. ความสามารถในการ เชื่อมโยงเรื่องราวของ ทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับ ประสบการณ์ผู้ฟัง	22.53	42.76	30.76	2.14	1.81	-	3.82	0.87
ด้านที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย								
1. ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อ ความหมาย	26.48	46.71	24.34	1.33	0.99	0.16	3.96	0.82
2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมี ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหา สื่อความหมาย	25.00	44.57	27.14	2.30	0.82	0.16	3.90	0.84
ด้านที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย								
1. ชุมชนท้องถิ่นมีทัศนคติที่ ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อ ความหมาย	26.64	45.72	24.34	2.30	0.66	0.16	3.95	0.82
2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยว มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการ สื่อความหมาย	26.81	46.71	23.52	1.97	0.66	0.16	3.98	0.82

ตาราง 12 (ต่อ)

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	ค่าคะแนนความสำคัญ						\bar{X}	SD
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย มาก	ไม่สำคัญ เลย		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(0)		
ด้านที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา								
1. ชุมชนท้องถิ่นเกิด พฤติกรรมการอนุรักษ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยว	34.87	42.11	19.74	2.14	0.99	0.16	4.07	0.86
2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยว เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์	36.84	41.45	18.59	1.32	1.32	0.33	4.10	0.88

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อนำไปสู่ กระบวนการพัฒนารูปแบบ และกำหนดคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยใช้ T- test ซึ่งเป็นการทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระจากกัน โดยตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ส่วนตัวแปรที่ต้องการทดสอบเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ได้แก่

1. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
2. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในพื้นที่ กับต่างพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน
3. ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นแล้วกับไม่เคยมาเยือนมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปรากฏว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านเพศ ถิ่นพำนักปัจจุบันของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์ในการมาเยือนของ

นักท่องเที่ยวต่างมีค่าเฉลี่ยความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนไม่แตกต่างกัน

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับ ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปรากฏว่า เป็นไปตามสมมติฐานเพียงปัจจัยเดียวคือ ถิ่นพำนักในปัจจุบันของนักท่องเที่ยว โดยพบว่า ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในพื้นที่ กับต่างพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $t = -5.630$ และค่า $sig = 0.000$ แสดงผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปร

ตัวแปร	ความต้องการใช้ บริการสื่อความหมายฯ		ความสำคัญของ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ การสื่อความหมายฯ	
	t	Sig.	t	Sig.
1. เพศ	-0.208	0.835	-0.287	0.774
2. ถิ่นพำนักปัจจุบันของนักท่องเที่ยว	-0.767	0.443	-5.630***	0.000
3. ประสบการณ์ในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว	0.866	0.387	-0.068	0.946

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one – way ANOVA หรือ F- test) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามเชิงปริมาณ ส่วนตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มหรือเชิงคุณภาพ เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ซึ่งปรากฏว่าผลการทดสอบส่วนใหญ่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนี้

ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 2.026$ และค่า $sig = 0.050$

ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 2.260$ และค่า $sig = 0.000$

ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ที่ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 2.529$ และค่า $sig = 0.028$

ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 15 ชุมชน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 2.015$ และค่า $sig = 0.015$

ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ (วัย) ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 3.040$ และค่า $sig = 0.010$

ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 4.582$ และค่า $sig = 0.000$

ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 1.737$ และค่า $sig = 0.010$

ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ที่ต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 2.514$ และค่า $sig = 0.029$

ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาในการมาเยือนต่างกัน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 9.667$ และค่า $sig = 0.000$

ความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 15 ชุมชน มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า $F = 2.773$ และค่า $sig = 0.001$

แสดงรายละเอียด ตามตาราง 14 ต่อไปนี้

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one – way ANOVA หรือ F- test)

ตัวแปร	ความต้องการใช้ บริการสื่อ ความหมายฯ		ความสำคัญของ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพ การสื่อความหมายฯ	
	F	Sig.	F	Sig.
1. ช่วงอายุ (วัย)	0.432	0.826	3.040**	0.010
2. ระดับการศึกษา	2.026*	0.050	4.582***	0.000
3. แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	2.260***	0.000	1.737**	0.010
4. ระยะเวลาในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว	0.564	0.569	9.667***	0.000
5. ลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์	2.529*	0.028	2.514*	0.029
6. ลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความเป็นอิสระ	1.818	0.163	1.122	0.326
7. ขนาดกลุ่มเดินทาง	1.864	0.099	0.890	0.487
8. ชุมชนท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือน	2.015*	0.015	2.773***	0.001

ผลสรุปจากการทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้างต้น สามารถกล่าวได้ว่า ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ และชุมชนท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนที่ต่างกัน มีความต้องการที่แตกต่างกัน อาทิเช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการศึกษาสูงตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปส่วนใหญ่มีความต้องการบริการตัวกลางเช่นเว็บไซต์เป็นจำนวนมากและต้องการสืบหาค้นข้อมูลก่อนการเดินทางไปเยือน ส่วนลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์นั้นพบว่า กลุ่มเดินทางเป็นกลุ่มศึกษาจะมีความต้องการสื่อด้านบุคคลมากกว่ากลุ่มเดินทางที่เป็นกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว โดยเฉพาะด้านวิทยากร นักสื่อความหมายหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น นอกจากนี้ สถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวไปเยือนที่ต่างกันย่อมมีความต้องการบริการสื่อความหมายที่ต่างกันด้วยเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น การไปเยือนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม นั้น ชุมชนได้มีการออกแบบเส้นทางสื่อความหมายในชุมชนโดยทางเรือยนต์ พร้อมทั้งมีกิจกรรมปลูกป่าชายเลน ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสถานที่แห่งนี้จึงจำเป็นต้องอาศัย มัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือผู้นำทางในการเข้าเยี่ยมชม สัมผัสถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งต่างจากการไปเยือนตลาดร้อยปี สามชุก

ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัส เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยผ่านสื่อกลางประเภทไม่ใช่บุคคลต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวก็จะนิยมใช้บริการมากกว่าสื่อบุคคล เนื่องจากมีอิสระและเป็นส่วนตัว รวมทั้งเหมาะสมต่อการไปเยือนตลาดที่จะแวะพัก แวะกิน แวะซื้อของได้ตามชอบใจ

สำหรับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันในด้าน ถิ่นพำนักในพื้นที่ กับต่างพื้นที่ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ และชุมชนท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนที่ต่างกัน มีความแตกต่างกัน

ขั้นตอนที่ 5 ผลการพิจารณา ตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ กระบวนการ และตัวชี้วัดการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

หลังจากวิเคราะห์และประมวลผลในขั้นตอนที่ 3-4 ซึ่งเป็นการศึกษาประสบการณ์บทเรียนจากผู้นำชุมชนและความคิดเห็นในแง่มุมต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปเป็นกระบวนการและตัวชี้วัด แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณา ตรวจสอบในขั้นตอนที่ 5 นี้ กลุ่มเป้าหมายที่ได้ดำเนิน การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย การสื่อสาร และการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ คณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน (Non - governmental organization: NGO) ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงบุคคล วิธีการเลือกกรณีตรงตามประเด็นวิจัยมากกว่าปกติ (intensity sampling) เนื่องจาก ต้องการเลือกตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นบุคคลที่เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ หากเป็นบุคคลทั่วไปอาจทำให้ได้คำตอบที่กว้างเกินไป โดยบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างนำมาจากรายชื่อนักวิจัย อาจารย์ ผู้บริหารองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานวิจัย หรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยกำหนดหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) อยู่ในระดับการวิเคราะห์ปัจเจกบุคคล (individual) จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย 10 คน โดยมีรายชื่อและรายละเอียดอื่น ๆ ในภาคผนวก ค ส่วนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง ผลการศึกษาจำแนกเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อสรุปเกี่ยวกับ กระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (หรือรูปแบบการสื่อความหมาย) ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ 2 ข้อสรุปเกี่ยวกับ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
นำเสนอตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

**ข้อสรุปเกี่ยวกับ กระบวนการหรือรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วม
ของชุมชนท้องถิ่น**

กระบวนการหรือรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วม
ของชุมชนท้องถิ่น ถือเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ (message) และช่องทางการสื่อสาร (channel) สื่อ
(media) ซึ่ง สาร (message) จะขึ้นอยู่กับ รหัส เช่น ใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ ซึ่งทั้งรหัส เนื้อหา และ
การจัดเสนอประกอบด้วยส่วนย่อย และ โครงสร้าง ส่วนช่องทางการสื่อสาร (channel) สื่อ (media)
มีความหมายทั้งการเข้ารหัส การถอดรหัส หมายถึง สิ่งที่น่าสาร เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ และยังรวมถึงพาหนะ
ของสิ่งที่น่าสาร ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทของผู้รับสาร หรือผู้มาเยือนและชุมชนท้องถิ่นใน
แหล่งท่องเที่ยวให้ได้สัมผัส เรียนรู้ อันนำไปสู่เป้าหมายของปรัชญาการสื่อความหมาย คือ การสื่อ
ความหมายต้องก่อให้เกิด ความรู้และความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding)
ความพึงพอใจ หรือความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) และ
พฤติกรรมความช่วยเหลือกันดูแลและปกป้องสภาพแวดล้อมนั้นต่อไป (through appreciation, protection)

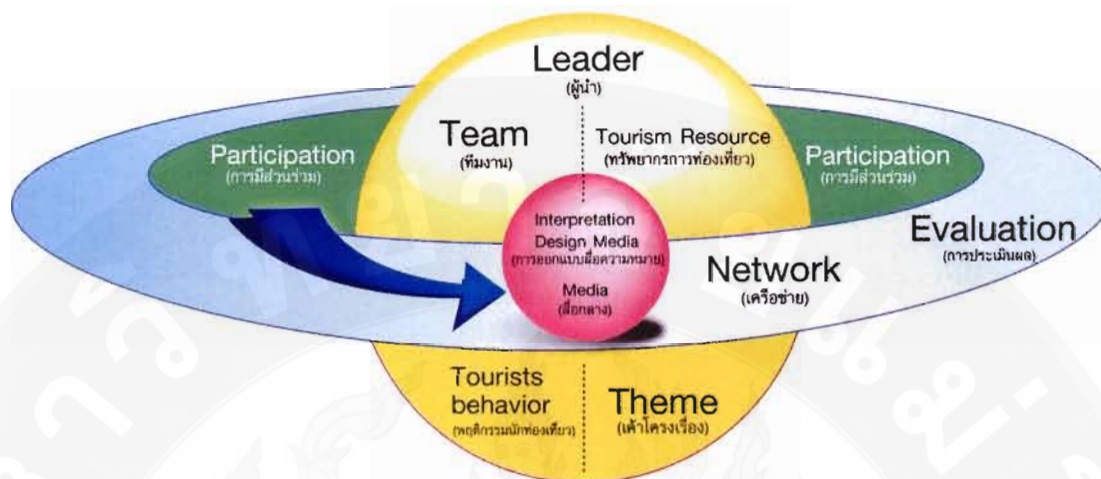
ผลการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับกระบวนการสื่อสารตาม
หลักการ

SMCR Model (source-message-channel - receiver) ของ David K. Berlo (ผ่อง
พรรณ ลวนานนท์, 2545: 2-12) ซึ่งได้นำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ และพบว่า รูปแบบการ
สื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น เป็นส่วนสำคัญใน
กระบวนการของการสร้างความหมาย “การสร้าง” คือ การที่ข่าวสารอาจจะถูกรวบรวมมาจาก
ภายนอก แต่ ความหมายนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้ส่งสาร โดยอยู่ในขั้นตอนของการสร้าง
สาร (message) และช่องทางการสื่อสาร (channel) ตามภาพ 28 ดังนี้

S	M + C	R
ผู้ผลิตสาร (source) : ชุมชนท้องถิ่น	สาร (message) + ช่องทางการสื่อสาร (channel) รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	ผู้รับสาร (receiver): ชุมชนท้องถิ่น ผู้มาเยือน/นักท่องเที่ยว

ภาพ 28 ตำแหน่งของรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งประยุกต์ตามกระบวนการสื่อสารของ David K. Berlo (1960)

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สรุปได้ว่า รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก คือ L4T PINE ได้แก่ L หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader) 4T หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (team) การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area) การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists) การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme) P หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation) I หมายถึง การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) N หมายถึง เครือข่าย (network) และ E หมายถึง การประเมินผล (evaluation) ซึ่งเป็นการสรุปผลมาจากบทเรียน หรือประสบการณ์ของการพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 15 แห่ง และจากผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณา ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์หลายประการ จากนั้น ผู้วิจัยได้นำมาประมวลสรุปผล และขออธิบายร่างรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model) โดยใช้ภาพประกอบลักษณะร่างรูปแบบ ดังนี้



ภาพ 29 ร่างรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model)

ผู้วิจัยนำรูปลักษณะของ “ดาวเสาร์” มาอธิบายประกอบลักษณะของ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หรือ L4T PINE Model เนื่องจาก ดาวเสาร์ (Saturn) เป็นดาวเคราะห์ในระบบสุริยะจักรวาลที่มีความสวยงาม จากวงแหวนที่ล้อมรอบ ซึ่งทำให้ดาวเสาร์มีความโดดเด่นด้วยลักษณะแปลกกว่าดาวดวงอื่น ๆ สีของดาวเสาร์มีความแตกต่างกันมากและเรียงตัวกันเป็นแถบอย่างชัดเจน รวมทั้งมีวงแหวนขนาดใหญ่วางตัวอยู่ในแนวเส้นศูนย์สูตร (equator) ถึงแม้ว่าจะมีดาวเคราะห์ถึง 4 ดวง ได้แก่ ดาวพฤหัสบดี ดาวยูเรนัส ดาวเสาร์ และดาวเนปจูน ที่มีโครงสร้างของวงแหวนอยู่รอบดาวเคราะห์ แต่มีเพียงดาวเดียวเท่านั้น ที่โดดเด่น สามารถมองเห็นวงแหวนได้เมื่อส่องด้วยกล้องโทรทรรศน์ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่นักดาราศาสตร์ต่างให้ความสนใจ ดาวเสาร์กันเป็นจำนวนมาก (สารานุกรมดาราศาสตร์ออนไลน์, 2551) เปรียบเทียบได้กับ การสร้างสารและช่องทางการสื่อสารของชุมชน หรือ การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น เป็นกระบวนการที่ชุมชนได้เรียนรู้ และถ่ายทอดเรื่องราวอันมีคุณค่าของท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ของชุมชนอันเกิดการสั่งสมของวัฒนธรรมจนกลายเป็นเอกลักษณ์ ชุมชนได้มีการสร้างและนำเอาเอกลักษณ์มาทำเป็นทุนวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยว รวมทั้ง สามารถที่จะสื่อความหมายอัตลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เอกลักษณ์นั้น ๆ ของตนเอง ได้ชัดเจนและมีความดึงดูดใจ

ภายในความเป็นดาวเสาร์ หรือ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จะประกอบไปด้วย L4T PINE ซึ่งหมายความถึง การสื่อความ

หมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ตามปรัชญาของการสื่อความหมายนั้น จำเป็นต้องอาศัย 9 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

L : ผู้นำชุมชน (leader) เป็นบุคคลสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่ อย่างไรก็ตาม ภายในองค์ประกอบที่อยู่ในแกนกลางหรือวงกลมแป้นของดาวเสาร์นี้ จะต้องมีส่วนอื่นที่ การสื่อความหมายของชุมชนจะดำเนินการได้ คือ 4T ได้แก่ คณะทำงานหรือทีมงาน (team) การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area) การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists) และการกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme)

P : การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation) เป็นเสมือนวงแหวนชั้นในที่อยู่รอบดาวเสาร์ ที่มีการเคลื่อนไหววนรอบดาวเสาร์ ดังเช่น ในการดำเนินการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์จุดเด่นของชุมชนได้นั้น จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นเครื่องมือ และเป้าหมายสำคัญ เพื่อนำไปสู่การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่จะสะท้อนอัตลักษณ์ได้อย่างแท้จริง

I : การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) เสมือนเป็นแกนกลางของดาวเสาร์ เพราะช่องทางการสื่อสารหรือตัวกลางอันเกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการสร้างสรรค์งาน ถือเป็นจุดหลักที่จะสะท้อนอัตลักษณ์อันแท้จริงของชุมชน นำเสนอไปสู่ผู้มาเยือนให้ได้สัมผัส เรียนรู้ เข้าใจและประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับ N : เครือข่าย (network) และ E : การประเมินผล (evaluation) ที่เป็นเสมือนวงแหวนที่อยู่รอบดาวเสาร์ จากการค้นคว้าทางดาราศาสตร์ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา พบว่าเมื่อดาวเสาร์ถือกำเนิดใหม่ๆ ประมาณ 4,600 ล้านปีก่อน ดาวเสาร์มิได้มีวงแหวนล้อมรอบ ดาวเสาร์เพิ่งได้รับการสวมแหวนเมื่อประมาณ 100 ล้านปีมานี้เอง โดยเกิดจากดวงจันทร์ที่เป็นบริวารและดาวหางที่โคจรผ่านใกล้ดาวเสาร์ ได้ถูกดาวเสาร์ดึงดูดไว้เป็นดาวบริวาร นอกจากนี้วงแหวนของดาวเสาร์ยังมีขนาดที่หลากหลาย เช่น ขนาดความกว้าง สี สัน ความสามารถในการสะท้อนแสง แหวนแต่ละวงมีความหนาแน่นและความสว่างแตกต่างกัน และถ้ามองดูวงแหวนจากระยะทางไกล ๆ วงแหวนจะมีลักษณะเหมือนทางด่วนที่มีถนน 100,000 สายเรียงกัน โดยบางสายกว้าง 1 กิโลเมตร และบางสายกว้าง 10 กิโลเมตร (สารานุกรมดาราศาสตร์ออนไลน์, 2551) เช่นเดียวกับ การสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน ในระยะแรกชุมชนอาจยังไม่มีเครือข่ายเช่นเดียวกับดาวเสาร์ที่ยังไม่มีวงแหวน วงแหวนที่เกิดขึ้นนั้นมาจากการมีบริวารของเสาร์ ดังที่ชุมชนจะสามารถดำเนินการสื่อความหมายให้สำเร็จได้ จำเป็นจะต้องอาศัย เครือข่ายทางสังคม (network) เป็นภาคีสันับสนุน แต่ละเครือข่ายก็อาจมีลักษณะ ความสัมพันธ์และการสนับสนุนที่แตกต่างกัน เหมือนกับลักษณะของ

วงแหวนดาวเสาร์ ส่วนการประเมินผล (evaluation) นั้น เป็นองค์ประกอบที่เป็นเสมือนวงแหวนที่อยู่รอบนอกสุดของดาวเสาร์ และอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ชิดกับ ผู้รับสาร ซึ่งหมายถึง นักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน) กับผู้คนในท้องถิ่น คือ เป็นกลุ่มสำคัญในการประเมินผลประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้ง ลักษณะของวงแหวนจะมีการเคลื่อนไหววนรอบดาวเสาร์ตลอดเวลา ซึ่งให้เห็นว่า การติดตามประเมินผลควรกระทำทุกระยะในการดำเนินการสื่อความหมายของชุมชนตลอดจนการคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของชุมชนต่อไปอันจำเป็นต้องมีการประเมินผลอยู่เสมอ นั่นเอง

โดยมีรายละเอียดการดำเนินการของแต่ละองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ผู้นำชุมชน (leader)

สื่อความหมายที่จะแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ได้ดีนั้น จำเป็นจะต้องมีองค์ประกอบ “ผู้นำชุมชน” ในฐานะการเป็นผู้ริเริ่มความคิด หรือในกรณีที่มีหน่วยงานอื่นเข้ามาสนับสนุนในด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมายก็ตาม ผู้นำชุมชนก็ยังถือว่าเป็นหัวใจหลักที่จะทำให้การดำเนินการประสบความสำเร็จได้ คุณลักษณะสำคัญของผู้นำในด้านการสื่อความหมาย ได้แก่

ปัจจัยภายในบุคคล คือ มีความเสียสละเพื่อส่วนร่วม จิตสำนึกในการอนุรักษ์และมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อชุมชนที่ดี

ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในท้องถิ่น เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่นของชุมชน และความรู้ด้านการสื่อความหมาย

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ อธิษาศัยไมตรีดี เป็นที่ยอมรับ นับถือของชุมชน (มีบารมี) ความสามารถในการจัดการและพัฒนาระบบการสื่อความหมาย รวมทั้งเป็นบุคคลที่มีทุนทางสังคมสูง หรือสามารถแสวงหาเครือข่ายหรือทุนทางสังคม

องค์ประกอบที่ 2 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น และอยู่ในขั้นตอนหรือกระบวนการในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายเกือบทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็นในแง่มุมสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น ความต้องการ ความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ การคัดเลือกคณะกรรมการ การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จนกระทั่งการดำเนินการสำรวจ ออกแบบ จัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งสามารถกระตุ้น ชักนำให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมได้ เช่น การเป็นคณะทำงานในการจัดทำสื่อ ร่วมกันสำรวจข้อมูล การ

สร้างช่องทางให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำสื่อต่าง ๆ โดยวิธีการจัดเวทีชาวบ้าน การประชาคม การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร พร้อมทั้งกระตุ้นจิตสำนึกความมีอัตลักษณ์เฉพาะของตนเองและเข้ามาร่วมโครงการฯ

องค์ประกอบที่ 3 คณะทำงานหรือทีมงาน (team) จำแนกเป็น 2 ข้อ คือ

1. การจัดตั้งคณะทำงาน เป็นขั้นตอนสำคัญที่จะได้ คณะทำงานโครงการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดย ดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เช่น มีการคัดเลือกจากการประชุมชาวบ้าน หรือประชาคมในพื้นที่ คนในท้องถิ่นเห็นพ้องต้องกันในคณะกรรมการและการดำเนินงาน เพื่อสร้างความรู้และกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความร่วมมือที่ทุกคนอย่างมีอำนาจอย่างเท่าเทียมกัน กระบวนการแสวงหาทีมงานควรมีลักษณะเป็นพลวัติ มีความยืดหยุ่นในการดำเนินการสูง และเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือของทุก ๆ คนที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

2. การพัฒนาศักยภาพของคณะทำงาน ในด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น จัดฝึกอบรมในเนื้อหา วิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวและการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบที่ 4 การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area) และการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists)

1. การสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย

1.1 การสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยมีการ สำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้นทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและสังคมวัฒนธรรมในพื้นที่ โดยเน้นที่ข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.2 การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ นับว่ามีความ สำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเค้าโครงเรื่อง (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึงความสำคัญ และสอดแทรกประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นตามที่ต้องการจากการสื่อสาร

1.3 การกำหนดจุดหรือสถานที่ที่เหมาะสมในการสื่อความหมายและกำหนดตัวกลางหรือสื่อที่ใช้ อันสอดคล้องกับผลการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการประเมินศักยภาพทรัพยากรการสื่อความหมาย และ 2) รายละเอียดการประเมินศักยภาพทรัพยากรการสื่อความหมายในแต่ละสถานี เช่น สภาพทั่วไป และการเข้าถึงในสถานีนั้น นัยสำคัญของการสื่อความหมาย และข้อจำกัด

2. การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists)

การวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงหรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมายนั่นเอง ดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารหรือผู้ใช้ประโยชน์ร่วมกับการวิเคราะห์ทรัพยากรในการสื่อความหมาย ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ พื้นฐานความรู้ หรือระดับการศึกษา แรงจูงใจ ความคาดหวังความต้องการด้านการท่องเที่ยว ทักษะคติ ประสบการณ์การท่องเที่ยว

ปัจจัยกรอบอ้างอิงทางสังคม ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มสังคม ศาสนา ระบบสังคมวัฒนธรรม ประเพณี ขนาดกลุ่ม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ในพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (ปัจจัยภายนอก) ปัจจัยหรือภาวะที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ อุณหภูมิ เวลา สถานที่ ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะสังคม ภาวะการเมือง ภาวะสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ เทคโนโลยี ด้านสังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ กฎหมายและการเมือง

3. การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าหากประกอบกิจกรรมหนึ่ง ๆ ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแล้วผลที่จะเกิดขึ้น คาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางป้องกัน หรือ ลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ลง การคาดการณ์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในเส้นทางเป็นการมองถึงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบขึ้นในพื้นที่ที่มีผลต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และ นักท่องเที่ยว เป็นหลัก สามารถเรียกผลกระทบในลักษณะนี้ว่า “ผลกระทบด้านนันทนาการ (recreation impact)” โดยจะเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในพื้นที่ที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และประสบการณ์นันทนาการ

4. การกำหนดเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย (zoning) เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ ความต้องการของชุมชนและประสบการณ์ที่จะได้รับของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมายซึ่งถือว่าเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการสื่อความหมาย จำเป็นจะต้องสอดคล้องกับ ลักษณะพื้นที่ โดยจัดการที่คำนึงถึง ข้อจำกัดของพื้นที่ ลักษณะ

ทางกายภาพ ชีวภาพ สภาพสังคม และสภาพการจัดการในพื้นที่ที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมองลักษณะ ที่สำคัญ 3 ประการ คือ สภาพทางกายภาพ (physical setting) สภาพทางสังคม (social setting) และสภาพการจัดการ (managerial setting) ที่จะนำไปสู่ประสบการณ์ นันทนาการและการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่อนักท่องเที่ยวเกิด ความพึงพอใจจากการประกอบกิจกรรม ประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพพื้นที่ป่าเปลี่ยว (เขตสัน โดษ) กับพื้นที่ชุมชน ย่อมมีความแตกต่างกันและจะต้องกำหนดเค้าโครงหลัก ตัวกลางหรือสื่อที่แตกต่างกันออกไป

5. การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการ สื่อความหมายจะดำเนินการ โดยนำข้อมูลในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในเส้นทางฯ และข้อมูลในด้าน ผู้ใช้ประโยชน์หรือผู้มาเยือนมาวิเคราะห์ เพื่อหาตำแหน่งและทิศทางเชิงกลยุทธ์ (strategic positioning and direction) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมายด้วยเทคนิคการ วิเคราะห์ตารางจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (strengths; weaknesses; opportunities; threats (swot matrix)) เทคนิคการวิเคราะห์ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (strategic position and action evaluation (space matrix) แล้วทำการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อคัดเลือก กำหนดแนวทางกลยุทธ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมายและบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวต่อไป

องค์ประกอบที่ 5 การกำหนดเค้าโครงเรื่องและแผนการสื่อความหมาย (theme)

การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว กำหนดวิธีการ และเค้าโครงหลัก ในการสื่อความหมายในแต่ละบริเวณที่เป็นขอบเขตพื้นที่ศึกษา โดยให้มีความ สอดคล้องเชื่อมโยงกันทั้งพื้นที่ ตลอดจนไม่ให้เกิดการซ้ำซ้อนกัน พร้อมระบุวัตถุประสงค์และ เป้าหมายของกิจกรรมแต่ละประเภทให้ชัดเจน จนกระทั่งได้มาซึ่งจุด/สถานีสื่อความหมาย ที่ใช้ สื่อสารในเส้นทางท่องเที่ยวนั้น ถือเป็นข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาระบบสื่อความหมายของพื้นที่ โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- | | |
|--------------|---|
| ขั้นตอนที่ 1 | การกำหนดหัวข้อเรื่อง (topic) ในการสื่อความหมายที่ต้องการ นำเสนอให้กับผู้มาเยือน / นักท่องเที่ยว |
| ขั้นตอนที่ 2 | การกำหนดเค้าโครงการสื่อความหมายรวม |
| ขั้นตอนที่ 3 | การกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/ สถานีสื่อความหมาย |
| ขั้นตอนที่ 4 | การกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด / สถานี |

จากขั้นตอนการกำหนดเค้าโครงเรื่องหลัก และเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ใน การสื่อความหมาย แล้วจะต้องมีการเลือกช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมต่อสภาพพื้นที่และความ

สะดวกการจัดการ โดยใช้แบบกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) ร่วมกับการระดมความคิดเห็นร่วมกันของคณะทำงานซึ่งมีตัวแทนของชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ได้เนื้อหาในที่ต้องการนำเสนอที่ตรงตามวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายโดยมีรายละเอียดสำคัญ เช่น คำโครงเรื่อง ในการสื่อความหมาย วัตถุประสงค์ในการพัฒนาบริเวณ (sub-site development objective) วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย (interpretive program objective) แนวคิดในการสื่อความหมาย (interpretive concept) วิธีการสื่อความหมาย (interpretive mode) หรือ ตัวกลาง ช่องทางที่ใช้ในการสื่อความหมาย โดยในแต่ละสถานีจะต้องมีเนื้อหาสำคัญ ได้แก่ คำโครงเรื่องรอง ในการสื่อความหมาย (sub-theme) วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย (interpretive program objective) และแนวความคิดหลัก (main idea)

องค์ประกอบที่ 6 การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)

เริ่มจากการร่างแผนและออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยใช้สอดคล้องกับคำโครงเรื่อง (theme) แล้วมีการนำเสนอ การประชุมในพื้นที่เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) หลังจากนั้นนำผลสรุปจากการประชุมมาปรับแก้ไขและพัฒนาแผนการจัดทำ จนกระทั่งได้ แผนระบบสื่อความหมายและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายฉบับสมบูรณ์ จึงดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามแผนงาน โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกันจนกระทั่งเสร็จสิ้น

องค์ประกอบที่ 7 เครือข่าย (network)

กระบวนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจะสามารถดำเนินการสำเร็จด้วยดีและยั่งยืนได้นั้น จะต้องอาศัยเครือข่ายหรือทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชนและเครือข่ายภายนอกด้วยเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะการสื่อความหมายที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้นั้นริเริ่มและเกิดจาก ผู้นำ คณะทำงาน และชุมชนร่วมกันจัดทำขึ้นมาเอง หรือชุมชนนั้นมีองค์กรภายนอกเข้ามาสนับสนุนแต่แรกก็ตาม เนื่องจาก การจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมาย ทั้งด้านการออกแบบ การจัดทำสื่อ ตัวกลางต่าง ๆ นั้น มีข้อจำกัดบางประการที่ชุมชนไม่สามารถดำเนินการเองทั้งหมดได้ เช่น ด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ดังนั้นจึงเห็นว่าทุกชุมชนที่สามารถศึกษาต่างมีหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ที่เข้ามาสนับสนุนและเป็นเครือข่ายในด้านต่าง ๆ ซึ่งประมวลได้ 2 ประเภทใหญ่ ดังนี้

1. เครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชน ที่มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันในท้องถิ่น ได้แก่

1.1 เครือข่ายในองค์กร หรือคณะทำงาน (ทีมงาน)

1.2 เครือข่าย “บวร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบันสำคัญที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประสานความร่วมมือในการเข้าร่วมกระบวนการ สื่อความหมายที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน

2. เครือข่ายความร่วมมือภายนอกชุมชน คณะทำงานของชุมชนจำเป็นจะต้องมีการประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษาต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกได้ดังนี้

2.1 เครือข่ายทางวิชาการ ความรู้ ได้แก่ สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่าง ๆ องค์กรที่ทำงานด้านวิชาการที่เกี่ยวข้อง

2.2 เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ

2.3 เครือข่ายองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. ฯลฯ

2.4 เครือข่ายทางภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว

2.5 เครือข่ายการเป็นชุมชนด้านการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ถือเป็น การสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 8 การติดตามประเมินผล (evaluation)

เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยจะต้องประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งจำแนกกลุ่มในการประเมิน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ตามดัชนีชี้วัด จำนวน 4 ด้าน (SKAP) ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อการ โปรแกรมสื่อความหมาย
2. ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย
3. ทักษะคิดที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย
4. พฤติกรรมการอนุรักษ์ จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 1) พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ข้อสรุปเกี่ยวกับตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายส่วนใหญ่มีการประเมินผลจากความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อตัวกลางสื่อความหมาย เนื่องจาก มองว่าผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว คือ ผู้รับสาร เป็นผู้กระทำการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าเป็นฝ่ายถูกกระทำจากสื่อ และการบริโภคสื่ออาจบรรลุความพึงพอใจได้แตกต่างกัน ผู้รับสารจะเชื่อมโยงความต้องการ (need) ของตนในการใช้บริการสื่อ ทั้งด้านเนื้อหาและคุณลักษณะของสื่อ (media characteristics) ด้านต่างๆ เป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในแต่ละครั้งแตกต่างกัน แต่ สำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้นำ ชุมชนท้องถิ่น เป็นผู้รับสารอีกกลุ่มหนึ่งและถือเป็นกลุ่มสำคัญในการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นตนเอง โดยนำหลักปรัชญาสื่อความหมายในด้าน ความรู้ความเข้าใจ (knowledge) ทักษะคติ (attitude) พฤติกรรมการยอมรับปฏิบัติ (peactice) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม (KAP theory) อันเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้งสาม ซึ่ง สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533: 120-124) David K. Barlo (สร้อยตระกูล ธรรมานะ, 2542: 64-65) กล่าวถึง KAP theory ว่าเป็นการศึกษาที่เน้นผลกระทบของการสื่อสารต่อตัวผู้รับสารและสะท้อนถึงพฤติกรรม การสื่อสารของผู้รับสาร KAP มักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนสังคม โดยให้เห็นถึงการสื่อสารหรือสื่อในฐานะตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา โดยผู้เชี่ยวชาญต่างเห็นด้วยกับการนำหลักการดังกล่าวมาเป็นตัวชี้วัดประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยสรุปผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เกี่ยวกับ ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จึงควรมีการประเมินผลจาก 4 องค์ประกอบ คือ

1. ความพึงพอใจต่อการ โปรแกรมสื่อความหมาย (S = Satisfaction)
2. ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (K = knowledge)
3. ทักษะคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย (A = attitude)
4. พฤติกรรมการอนุรักษ์ (P: protection) จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ
 - 4.1 พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
 - 4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ในส่วนของ W_i ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัดด้านความพึงพอใจ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรนำผลการศึกษาที่ผู้วิจัยได้ประมวลผลจากความคิดเห็นของผู้รับสื่อคือ ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาทั้ง 15 ชุมชน ซึ่งได้ปรากฏผลโดยนำค่าคะแนนความสำคัญเฉลี่ยของแต่ละตัวชี้วัดมาวิเคราะห์เป็น ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัด นำเสนอดังตาราง 15 ต่อไปนี้

ตาราง 15 ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	คะแนน ความสำคัญ เฉลี่ย	ค่าถ่วงน้ำหนัก W_i
	\bar{X}	
ด้านที่ 1 ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตามคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่		
คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากร		
1. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว	4.14	0.211
2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากร ท่องเที่ยวในพื้นที่	4.03	0.194
3. ความสะดวกในการเข้าถึง	3.70	0.189
4. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานีที่ อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง	3.60	0.187
5. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย	3.56	0.180
คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช่บุคคล		
1. ภาษาเข้าใจง่าย	4.09	0.087
2. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ	4.06	0.086
3. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.05	0.085
4. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย	4.02	0.084
5. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์	3.94	0.083
6. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ	3.94	0.083
7. ความชัดเจนของเนื้อหา	3.93	0.083
8. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ	3.92	0.082

ตาราง 15 (ต่อ)

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	คะแนน	ค่าถ่วงน้ำหนัก Wi
	ความสำคัญ เฉลี่ย \bar{X}	
9. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น	3.87	0.081
10. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	3.87	0.081
11. มีใจความสำคัญ การเรียบเรียงดี	3.80	0.08
12. ความเป็นเอกภาพ มีความ สัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อ เนื่อง	3.67	0.07
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล		
1. อธิบายเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง	4.27	0.154
2. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.08	0.147
3. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึก เพลิดเพลิน และคล้อยตาม	3.94	0.142
4.การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในด้าน ต่าง ๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย	3.92	0.141
5. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย	3.90	0.140
6.ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราว อย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ	3.86	0.138
7.ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากร ท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง	3.82	0.137

สำหรับ การประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีการ
ประยุกต์ใช้หลักการของ ผลกระทบของการสื่อสารต่อตัวผู้รับสารและสะท้อนถึงพฤติกรรม การ
สื่อสารของผู้รับสาร KAP theory สรุปว่าควรประเมินจาก ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย
ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย และพฤติกรรมอนุรักษ์ปกป้องรักษาทรัพยากรการ
ท่องเที่ยว และมีข้อควรระวังที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะ คือ การประเมินพฤติกรรมด้านการ

อนุรักษ์ทั้งในส่วนของ ผู้มาเยือน และชุมชนท้องถิ่นนั้น มีข้อจำกัดหลายประการ เช่น การวัดพฤติกรรมอนุรักษ์โดยวัดจากระดับความถี่ของการปฏิบัติ พฤติกรรมอนุรักษ์ที่เกิดขึ้นนั้นมาจากการได้ใช้บริการจากการสื่อความหมายจริงหรือไม่ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้สามารถวัดพฤติกรรมได้จริงหรือไม่ ฯลฯ ดังนั้น จึงควรพิจารณาในการประเมินผลในส่วนของพฤติกรรมการอนุรักษ์ (P : protection) ให้มีความชัดเจน เทียบตรงและน่าเชื่อถือ รวมทั้ง สะดวกต่อชุมชนท้องถิ่นในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป เช่น อาจเปลี่ยนการประเมินส่วนนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรม หรือประเมินผลจากสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ฯลฯ หรือมีการนิยาม พฤติกรรมการอนุรักษ์ (P : protection) ใหม่โดยเป็นการศึกษาจากพฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของคนในชุมชนท้องถิ่น และพฤติกรรมภายในด้านทัศนคติการปฏิบัติประพฤตินตามหลักการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของผู้มาเยือน ดังที่ สักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545: 105) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นสภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึกและแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของและสถานการณ์ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่นานพอสมควร ทัศนคติจึงถือเป็น ตัวกำหนด หรือกระตุ้น โน้มน้าวจิตใจให้เกิดพฤติกรรมภายนอกหรือการกระทำ (action tendency component or behavioral component) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนิยามพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใหม่ ดังนี้

พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของคนในชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับการกระทำที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนที่แสดงออกด้วยการรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ ไม่ทำลายหรือทำให้สภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความเสื่อมโทรม โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง พฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว อันเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนน ไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ

บทที่ 5

ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

การศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 2 เป็นการนำรูปแบบหรือกระบวนการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นข้อสรุปจากการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 มาทดลองใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา โดยผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกว๊านพะเยา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งมีผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยที่ชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วม สามารถเสนอผลการวิจัยและวิจารณ์ ได้ดังต่อไปนี้

ผลจากการนำกระบวนการหรือรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นซึ่งประกอบด้วย 9 ปัจจัยหลัก คือ L4T PINE พบว่า ต้องนำมาประยุกต์ใช้ เพราะในรายละเอียดของบางองค์ประกอบไม่สามารถกระทำได้ในพื้นที่ศึกษา แต่อย่างไรก็ตาม ควรดำเนินการให้ครบทุกองค์ประกอบเพื่อการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพต่อไป ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ผู้นำชุมชน (leader)

ผู้นำชุมชน ได้แก่ คณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้นำชุมชนของแต่ละหมู่บ้านที่ทำประมงรอบกว๊านพะเยา จำนวนทั้งสิ้น 28 คน ดังรายชื่อที่นำเสนออยู่ในภาคผนวก ถือเป็นแกนนำหลักในการจัดระบบสื่อความหมายครั้งนี้ เครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นการรวมกลุ่มชาวประมงที่อยู่รอบกว๊านพะเยาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึก ตื่นตัวในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูจำนวนพันธุ์ปลาเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะพันธุ์ปลาที่กำลังจะสูญพันธุ์ และเพื่อการประสานงาน แลกเปลี่ยนกันระหว่างชุมชน หน่วยงานรัฐ รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพะเยา ทำให้การจัดการทรัพยากรทางน้ำในกว๊านพะเยามีการร่วมมือและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ผู้วิจัยได้มีการประสานงานไปยังประธานเครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาและชี้แจงเกี่ยวกับโครงการวิจัยเพื่อพัฒนา รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งได้รับความร่วมมือจากประธาน และคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นอย่างดี โดยเฉพาะประธานเครือข่ายประมงพื้นบ้านได้มีความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย อีกทั้งมีประสบการณ์ในการทำวิจัยชุมชนร่วมกับองค์กร หน่วยงานและสถาบันทางการศึกษามากมายหลายแห่ง เช่น

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ฯลฯ จึงร่วมมือและได้มีการประชุมปรึกษาหารือ จนกระทั่งเลือกตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินงานโครงการ

องค์ประกอบที่ 2 คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

การจัดตั้งคณะทำงานโครงการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวฯ ครั้งนี้เกิดขึ้นเนื่องจากกลุ่มผู้นำหรือคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวันพะเยา ได้มีการประชุมหารือกันโดยมีความคิดเห็นว่า ควรเลือกตั้งคณะทำงานหรือทีมงานกันขึ้นมาเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างสะดวก คล่องตัวและเหมาะสมกับลักษณะงาน เพราะหากใช้คณะกรรมการทั้งหมดเป็นคณะทำงานโครงการฯ ซึ่งมีทั้งสิ้น 28 ท่านนั้น เป็นกลุ่มใหญ่เกินไป จะหารือหรือประชุมกันที่ก็ไม่สะดวก อีกทั้งกรรมการบางท่านมีภารกิจด้านอื่นไม่สามารถเข้าร่วมทำงานได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นจึงมีการคัดเลือกคณะทำงานโดยมาจากการเลือกตั้งของคณะกรรมการกลุ่มเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวันพะเยา ผลการคัดเลือกกรรมการที่มีความสมัครใจเข้าร่วมโครงการฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 8 ท่าน โดยนำเสนอรายชื่ออยู่ในภาคผนวก ทั้งนี้ได้มีข้อตกลงกันว่า คณะทำงานจะรายงานความก้าวหน้าของโครงการฯ ให้แก่กรรมการเครือข่ายฯ ได้รับทราบและสามารถเสนอความคิดเห็นได้ทุกขั้นตอน เนื่องจากการดำเนินงานในนามเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวันพะเยา จังหวัดพะเยา โดยสรุปแล้ว คณะทำงานโครงการฯ จึงมี 2 ระดับด้วยกัน คือ คณะทำงานขนาดเล็ก (8 ท่านที่ได้รับการคัดเลือก) กับคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านฯ ทั้ง 28 ท่าน ที่จะพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ

หลังจากที่ได้คณะทำงานจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ แล้ว ผู้วิจัยได้มีการประชุมหารือร่วมกับคณะทำงาน และพัฒนาศักยภาพของคณะทำงาน ในด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น การถ่ายทอดความรู้ในเนื้อหา วิชาที่สำคัญด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย รวมทั้งนำเสนอตัวอย่างกระบวนการสื่อความหมายที่ได้จัดทำในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะการถ่ายทอดบทเรียน ประสบการณ์ของชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่งที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อเตรียมให้คณะทำงานมีความรู้สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ประธานคณะทำงานยังได้ประสานงานไปยังเครือข่ายภายในชุมชนต่าง ๆ ทั้งองค์กร /หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอเชิญเป็นคณะที่ปรึกษาโครงการจัดทำสื่อความหมายในชุมชนประมงพื้นบ้านกวันพะเยา ได้แก่ ผู้ประกอบการและองค์กรด้านธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการประมง และการท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยา ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลเมืองพะเยา องค์กรบริหารงานส่วนตำบล ประมงจังหวัด

พะเยา ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดพะเยา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดพะเยา สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา วัดศรี โคมคำ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา และวัดลี (พิพิธภัณฑสถานเวียงพายว) อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี คณะที่ปรึกษาได้ทำหน้าที่เกี่ยวกับ การให้คำแนะนำ ชี้แนะ ทั้งในด้านข้อมูลที่สำคัญ รวมทั้ง สนับสนุนงบประมาณ ในการจัดทำสื่อชนิดต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวกับชุมชนชาวประมง พื้นบ้านรอบกว๊านพะเยา ตั้งแต่แรกเริ่มจนกระทั่งสิ้นสุดและประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากร การท่องเที่ยว (tourism area)

คณะทำงานฯ ได้ทำการสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว และการสื่อความหมายรอบกว๊านพะเยา โดยการสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่ ทั้งทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิตในพื้นที่ โดยเน้นที่ข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว จากนั้น ได้ทำการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุด หรือสถานี ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องพันกับการกำหนดเค้าโครงเรื่อง (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึงความสำคัญ และสอดแทรกประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นตามที่ต้องการจากการสื่อสาร โดยมีปัจจัยที่ใช้งบชี้ศักยภาพ คือ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นที่ นับว่ามีความสำคัญของการสื่อความหมาย ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานีที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง ความสะดวกในการเข้าถึงและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สรุปผลจากการศึกษาข้อมูลด้านทรัพยากรนั้นพบว่าการพบจุด หรือสถานีที่มีความเหมาะสมต่อการจัดทำระบบสื่อความหมายในชุมชนประมงรอบกว๊านพะเยา สามารถแสดงระดับศักยภาพระดับมากที่สุด คือ กว๊านพะเยา รองลงมาเรียงตามลำดับได้แก่ วัดศรี โคมคำ อนุสาวรีย์พ่อขุนงำเมือง หอวัฒนธรรมนิทัศน์ วัดติโลกอารามและวัดอนาลโย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดพะเยา โดยแสดงผลการประเมินตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 16 ผลการประเมินศักยภาพของทรัพยากรการสื่อความหมาย

แหล่งท่องเที่ยว (จุดสื่อความหมาย)	ศักยภาพ						ระดับ คะแนน	* การแปล ผลคะแนน (ระดับ ศักยภาพฯ)
	ความโดดเด่นเป็น เอกลักษณ์	นัยสำคัญของการสื่อ ความหมาย	ความเชื่อมโยงกับ สถานที่ที่อยู่ใกล้เคียง	ความสะดวกในการ เข้าถึง	ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว	ระดับ		
กว๊านพะเยา	5	4.5	5	5	5	4.90	มากที่สุด	
วัดศรีโคมคำ	5	4.5	5	5	5	4.90	มากที่สุด	
อนุสาวรีย์พ่อขุนงำเมือง	4.5	4.5	5	5	5	4.80	มากที่สุด	
หอวัฒนธรรมนิทัศน์	4	4.5	5	5	4	4.50	มากที่สุด	
วัดอนาลโย	5	4.5	4	4	4	4.30	มากที่สุด	
วัดติโลกอาราม	5	4	4.5	4	4	4.30	มากที่สุด	
บ้านสันป่าม่วง หัตถกรรม ผักตงชวา	5	4.5	3	4	4	4.10	มาก	
แหล่งอนุรักษ์พันธุ์ปลา	4	4.5	4	4	3.5	4.00	มาก	
บ้านประจวบประสาธ วัดลี	4	4.5	4	4	3.5	4.00	มาก	
(พิพิธภัณฑสถานเมืองพะเยา)								
บ้านร่องไฮ	4.5	4	3.5	3	4	4.00	มาก	
สถานีประมง	4.5	4	3	3.5	4	3.80	มาก	
เรือนโบราณ	4	4	4	4	3	3.80	มาก	
ศูนย์วิจัยประมง	4.5	3.5	3	4	4	3.80	มาก	
วัดจอมทอง	5	4	3.5	3	3.5	3.80	มาก	
บ้านแท่นดอกไม้	3	4	4	4	3.5	3.70	มาก	
บ้านป่าจั่ว	3	3.5	4	4	4	3.70	มาก	
ตลาดมณีรัตน์	3	3.5	3	4.5	4	3.60	มาก	
ทุ่งบัวหลวง หาดริมหกว้านฯ	4.5	4	3	3	3	3.50	มาก	
บ้านสันเกลบคำ	4.5	3.5	3	3	3	3.40	มาก	
น้ำตกจำปาทอง	4.5	4	2.5	3	3	3.40	ปานกลาง	
คอยหนอก	5	5	2	2	2	3.20	ปานกลาง	
วัดศรีอุโมงค์คำ	3.5	3	3	3	3	3.10	ปานกลาง	
บ่อคัมเกล้า	3	3.5	3	2.5	3	3.00	ปานกลาง	

ตาราง 16 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยว (จุดสื่อความหมาย)	ศักยภาพ						ระดับ คะแนน	* การแปล ผลคะแนน (ระดับ ศักยภาพฯ)
	ความโดดเด่นเป็น เอกลักษณ์	นัยสำคัญของการสื่อ ความหมาย	ความเชื่อมโยงกับ สถานที่ที่อยู่ใกล้เคียง	ความสะดวกในการ เข้าถึง	ความปลอดภัยของ นักท่องเที่ยว			
น้ำตกผาเกตุคนาค	3	4	2	2	2	2.60	น้อย	
แหล่งทำปลาสาม	2.5	2	2	3	3	2.50	น้อย	
บ้านห้วยหม้อ	3	3	2	2	2	2.40	น้อย	

หมายเหตุ

* เกณฑ์การคะแนนเริ่มจากค่าน้อยที่สุด คือ 1 ไปจนถึงมากที่สุด คือ 5 โดยมีช่วงคะแนนในการแปลผลการประเมินดังนี้ คือ

คะแนนระหว่าง 1-1.80 อยู่ในระดับ	น้อยที่สุด
คะแนนระหว่าง 1.81-2.60 อยู่ในระดับ	น้อย
คะแนนระหว่าง 2.61-3.40 อยู่ในระดับ	ปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.41-4.20 อยู่ในระดับ	มาก
คะแนนระหว่าง 4.21-5.00 อยู่ในระดับ	มากที่สุด

นอกจากนี้ คณะทำงานได้หารือกันถึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวในการเป็นตัวแทนชุมชนด้านการประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาในระยะแรกไม่สามารถดำเนินการได้ทั้ง 18 ชุมชน ดังนั้นจำเป็นต้องคัดเลือกตัวแทนชุมชนที่จะสื่อความหมายถึง การเป็นชุมชนประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา และมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาต่าง ๆ ของอาชีพประมง คณะกรรมการจึงมีการร่วมกันคัดสรรและทำการประเมินศักยภาพของทรัพยากรสื่อความหมายที่เกี่ยวข้องกับ ประมงพื้นบ้านและการบริการด้านการท่องเที่ยว ผลการประเมิน ปรากฏว่า ชุมชนที่มีความเหมาะสมในการเป็นชุมชนนำร่อง หรือเป็นตัวแทนของ ชุมชนประมงพื้นบ้านรอบกว๊านพะเยา ได้แก่ ชุมชนบ้านร่องไฮ ชุมชนบ้านประตูประสาท ชุมชนบ้านสันเกลบคำ และชุมชนบ้านแท่นดอกไม้ จึงได้นำผลหารือร่วมกับกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านเพื่อพิจารณาซึ่งต่างเห็นชอบร่วมกัน แล้วจัดทำการประชุมหารือร่วมกับชุมชนนำร่องดังกล่าวเพื่อการมีส่วนร่วมของ

โครงการทั้ง การรับรู้ข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะ ให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการหาอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน รวมทั้งร่วมกันจัดทำสื่อกลางต่าง ๆ โดยคณะทำงานได้แบ่งหน้าที่กันในการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดโครงการในแต่ละชุมชน ส่วนผลการประเมินชุมชนในการคัดเลือกเป็นตัวแทนชุมชนประมงพื้นบ้านเสนอตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับศักยภาพของทรัพยากรการสื่อความหมายในการเป็นตัวแทนชุมชนประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา

แหล่งท่องเที่ยว (จุดสื่อความหมาย)	ศักยภาพ					ระดับคะแนน	* การแปลผลคะแนน (ระดับศักยภาพ)
	ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ด้านประมง	นัยสำคัญของสื่อความหมายของการเป็นชุมชนประมงพื้นบ้าน	ความเชื่อมโยงกับสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียง	ความสะดวกในการเข้าถึง	ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว		
บ้านประจวบประสาท	5	3.5	4.5	5	4.5	4.50	มากที่สุด
บ้านร่องไฮ	4.5	4.5	4.5	4	4	4.30	มากที่สุด
บ้านแทนดอกไม้	4.5	4	3.5	3	4	4.00	มาก
บ้านสันแกลบคำ	5	3.5	4	3.5	3.5	3.90	มาก
บ้านสันหนองเหนียว	4	4.5	3	3	3	3.50	มาก
บ้านสันปาม่วง	3.5	3	3.5	3.5	3	3.30	ปานกลาง
บ้านแม่ตำ	4	3	2.5	2	3.5	3.00	ปานกลาง
บ้านร่องห้า	3	3	2	2	3.5	2.70	ปานกลาง
บ้านสันตันผึ่ง	3	3.5	2	2	2.5	2.50	น้อย
บ้านทุ่งกิ้ว	3	3	2	2.5	3	2.70	น้อย
บ้านสันกว๊าน	3	3.5	2.5	2	2	2.60	น้อย
บ้านสันช้างหิน	3.5	3	2	2	3	2.70	น้อย
บ้านสันเวียงใหม่	3	3	2	2.5	2	2.50	น้อย
บ้านสันป่าค่าง	3	2.5	2	2	2	2.26	น้อย

องค์ประกอบที่ 4 การวิเคราะห์นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน (tourists)

คณะทำงานได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงหรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมาย ดังนั้นจึงได้มีการวิเคราะห์ผู้รับสารหรือผู้ใช้ประโยชน์ร่วมกับการวิเคราะห์ทรัพยากรในการสื่อความหมายคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ศึกษา “กวันพะเยา” เพื่อศึกษาทัศนคติ ความคาดหวัง ความต้องการความคิดเห็นด้านการสื่อความหมายและกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนกวันพะเยา โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้มาเยือนกวันพะเยาโดยใช้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 422 ชุด จากวิธีการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (on-site survey) เพื่อนำมาวิเคราะห์ผู้ใช้ประโยชน์โปรแกรมสื่อความหมายที่จัดทำขึ้น โดยมีประเด็นสำคัญในการศึกษา ดังต่อไปนี้

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากรของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.92 โดยมีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.24 รองลงมาอายุระหว่าง 31-59 ปี ร้อยละ 25.12 โดยเฉลี่ยอายุ 25 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด สูงถึงร้อยละ 69.67 และสถานภาพสมรส ร้อยละ 25.59 มีระดับการศึกษาสูงสุดในช่วงปริญญาตรี ร้อยละ 56.42 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. ร้อยละ 27.96 อาชีพโดยส่วนใหญ่คือ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.59 รองลงมาได้แก่เกษตรกร ร้อยละ 18.01 นักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ ร้อยละ 15.64 สำหรับที่พักอาศัยในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคล้านนาตะวันออก ได้แก่ จังหวัดเชียงรายแพร่ และน่าน จำนวนสูงถึงร้อยละ 66.4 ซึ่งเป็นจังหวัดใกล้เคียง และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้สะดวก ไม่ไกลจากที่พักอาศัยมากนักจึงมีโอกาสเข้ามาเยือนกวันพะเยามากกว่าภูมิภาคอื่น รายละเอียดในตาราง 18 ดังต่อไปนี้

ตาราง 18 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวดำเนินตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร

		n = 422	
	ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ			
	หญิง	236	55.92
	ชาย	186	44.08
อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี	60	14.22
	20 - 30 ปี	250	59.24
	31 - 59 ปี	106	25.12
	60 ปีขึ้นไป	6	1.42
	$\bar{X} = 25.32$ $SD = 11.92$ $Range = 15-74$		
สถานภาพการสมรส			
	โสด	294	69.67
	สมรส	108	25.59
	หย่า / แยกกันอยู่	9	2.13
	หม้าย	9	1.18
ระดับการศึกษาสูงสุด			
	ประถมศึกษา	18	4.35
	มัธยมศึกษา / ปวช.	118	27.96
	อนุปริญญา / ปวส.	25	5.92
	ปริญญาตรี	238	56.42
	สูงกว่าปริญญาตรี	19	4.50
อาชีพ			
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	108	25.59
	เกษตรกร	76	18.01
	นักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ	66	15.64
	รับจ้างทั่วไป	53	12.56

ตาราง 18 (ต่อ)

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ(ต่อ)		
พนักงานเอกชน	47	11.14
นักเรียน / นักศึกษา	39	9.24
ว่างงาน	16	3.79
แม่บ้าน	7	1.66
เกษียณอายุ	6	1.42
ภูมิลำเนาแบ่งตามภูมิภาค		
ล้านนาตะวันออก (เชียงใหม่ แพร่ น่าน)	280	66.35
ล้านนาตะวันตก (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง)	94	22.27
แม่ฮ่องสอน)		
ภาคเหนือตอนล่าง	17	4.03
ภาคกลาง	22	5.21
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5	1.18
ภาคใต้	4	0.95

ประสบการณ์และรูปแบบด้านการท่องเที่ยว

ผู้มาเยือนซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปีละประมาณ 9 ครั้ง สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเยือน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยจำนวนมากที่สุดคือ 4.59 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน/ ศาสนา คะแนนเฉลี่ย 3.11 สำหรับการเดินทางมาเยือนกว๊านพะเยาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัว ร้อยละ 36.73 รองลงมาคือกลุ่มเพื่อนร้อยละ 31.99 และกลุ่มครอบครัวผสมกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 16.59 มีพาหนะที่ใช้เดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 60.66 รองลงมาคือ จักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 16.11 ซึ่งเป็นพาหนะที่มีความสะดวก ความคล่องตัว และเป็นส่วนตัวสูง ดังนั้น โอกาสที่จะวางแผนเส้นทางสื่อความหมายรอบกว๊านพะเยาจึงมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยว ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวมากกว๊านพะเยานักท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกว๊านพะเยาในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ

48.68 รองลงมาคือ เป็นจุดแวะพักระหว่างทางการเดินทาง ร้อยละ 28.67 และเป็นจุดหมายปลายทางหลัก ร้อยละ 24.6 จะเห็นว่า กว๊านพะเยาแม้ไม่ได้เป็นจุดหมายหลักแต่ยังถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเยือน ดังนั้น ถ้ามีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่กล่าวถึงสิ่งดึงดูดใจรอบกว๊านพะเยาให้น่าสนใจ ก็น่าจะเป็นทางเลือก และจงใจให้นักท่องเที่ยวไปเยือนได้ รายละเอียดดังตาราง 19 และ 20 ดังนี้

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์การท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยว

n = 422		
ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี		
1-8 ครั้ง	236	55.92
9-16 ครั้ง	118	27.96
17-24 ครั้ง	68	16.11
$\bar{X} = 8.50$ $SD = 17.90$ $Range = 1-24$		
ลักษณะกลุ่มเดินทาง		
กลุ่มครอบครัว	155	36.73
กลุ่มเพื่อน	135	31.99
กลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน	70	16.59
เดินทางมาคนเดียว	55	13.03
บริษัททัวร์	7	1.66
พาหนะที่ใช้เดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	256	60.66
จักรยานยนต์ส่วนตัว	68	16.11
รถบัส หรือรถตู้ บริษัทนำเที่ยว	43	10.19
รถโดยสารประจำทาง	39	9.24
รถเช่าเหมาเอง	14	3.32
การเดินทางท่องเที่ยวมากกว๊านพะเยาเป็น		
เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางครั้งนี้	197	46.68
เป็นจุดแวะพักระหว่างทางการเดินทาง	121	28.67
เป็นจุดหมายปลายทางหลัก	104	24.64

ตาราง 20 ค่าคะแนนเฉลี่ยของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	SD
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.59	0.80
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน / ศาสนา	3.11	1.11
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม / ชนกลุ่มน้อย / ท้องถิ่น	2.83	1.11
แหล่งท่องเที่ยวทางการกีฬา	1.64	0.96
แหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าและของที่ระลึก	2.25	1.34

แรงจูงใจในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวกวันพะเยา

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาเยือนกวันพะเยานั้น เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงแรงผลักดันของนักท่องเที่ยว ซึ่ง ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544: 112) และ Swarbrooke and Homer (1999: 78) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจสำหรับการเดินทางและท่องเที่ยวว่า เกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูดและรบกวนให้คนอยากเดินทางมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป โดย Dann (นภวรรณ ฐานะกาญจน์, 2545ข) ได้อธิบายว่า การเดินทางของคนเรานั้นมีปัจจัย 2 ชนิดที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว คือ แรงผลักดัน (push factors) และแรงดึง (pull factors) แรงผลักดัน คือ ปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทาง เป็นเหตุจูงจนวน ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ต่อจากนั้นในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะ เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ คือ แรงดึง อันเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ การเลือกจุดหมายปลายทาง หรือ แรงดึงต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดคที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ ต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน เขาอาจเลือกไปแหล่งท่องเที่ยวที่เงียบสงบ ไม่ต้องการพบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมทั่วไป และพบว่า ผู้มาเยือนกวันพะเยาส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะได้พักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.20 รองลงมา คือ การได้ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน 4.01 แสดงให้เห็นว่า กวันพะเยาเป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแรงผลักดันหรือต้องการพักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติ และต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานให้เข้ามาเยือนได้ ซึ่งให้เห็นว่าภาพลักษณ์กวันพะเยาที่นักท่องเที่ยวรับรู้คือ ธรรมชาติอันงดงามเหมาะสมต่อการพักผ่อนหย่อนใจ ชื่นชมธรรมชาติที่มีทิวทัศน์ของภูเขาผืนน้ำที่กว้างใหญ่อันเป็นภาพธรรมชาติที่สวยงาม ปลอดภัย และสามารถผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานได้เป็นอย่างดี จึงทำให้เป็นปัจจัยดึงดูดให้กลุ่มที่มีแรงจูงใจดังกล่าวเข้ามาเยือน สำหรับค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแสดง ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว กวันพะเยา

n = 422		
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยว กวันพะเยา	\bar{X}	SD.
1. ได้พักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติ	4.20	0.73
2. ได้ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	4.01	0.85
3. อยากเป็นอิสระ	3.96	0.90
4. ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ	3.91	1.31
5. ได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว	3.87	0.99
6. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับครอบครัว	3.75	1.10
7. มีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา สภาพธรรมชาติ	3.67	0.84
8. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน	3.66	0.99
9. ได้ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชนอื่น	3.63	0.98
10. ความอยากรู้อยากเห็นส่วนตัว	3.60	1.07
11. มีโอกาสหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของเมือง / แสวงหาความสงบ	3.55	0.99
12. ได้แสดงออกซึ่งความมีเอกลักษณ์ของตนเอง	3.53	0.95
13. ได้เลียนแบบหรือปฏิบัติตามบุคคลที่ชื่นชอบ	2.52	1.13
14. มีโอกาสพบปะ ผู้กมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น	3.50	0.98
15. มีสถานภาพ เกียรติภูมิ เช่น การได้เป็นที่รู้จัก ได้สมาคมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงของสังคม	3.19	1.03
16. ได้แสดงออกซึ่งความทันสมัย เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับ ความนิยม	3.18	1.02

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อความหมายและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผู้มาเยือนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณกว๊านพะเยาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดค่าคะแนนเฉลี่ยในแต่ละประเภท สรุปได้ดังนี้

กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับมากที่สุด คือ การชมทิวทัศน์ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.52 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ การชมพระอาทิตย์ขึ้น / ตก การพายเรือ/ล่องเรือ การศึกษาพันธุ์ปลาที่สถานีประมงน้ำจืดพะเยา เที่ยวชมน้ำตกจำปาทอง ปั่นจักรยานรอบกว๊าน ปิกนิก/ประกอบอาหาร พายเรือแคนู/คะยัค ชมดอกบัวบานที่กว๊านพะเยา และจักรยานน้ำ

กิจกรรมท่องเที่ยวทางศาสนา โบราณสถานที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การล่องเรือสักการบูชาวัดติโลกอาราม (วัดกลางกว๊านพะเยา) และการเยี่ยมชมพระตำหนักกว๊านพะเยา มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.50 รองลงมาได้แก่ การชมและสักการะศาสนสถาน เช่น วัดศรีโคมคำ / วัดอนาลโย การชมโบราณสถาน เช่น โบราณสถานไค้่น้ำ การเยี่ยมชมหอวัฒนธรรมนิทัศน์ การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานเวียงพางวด การชมโบราณสถาน เช่น โบราณสถานบ้านร่องไฮ

ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชุมชนรอบกว๊านพะเยา พบว่า การซื้อสินค้าที่ระลึกที่ผลิตขึ้นในชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.28 และการสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน คะแนนเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ การพักค้างคืนและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (home stay) การสานผักตบชวา/ไม้ไผ่ การเกษตร

กิจกรรมท่องเที่ยวด้านงานเทศกาล ประเพณีที่นักท่องเที่ยวให้ค่าคะแนนมากที่สุด คือ งานขี้เป้ง ลอยโคม ที่กว๊านพะเยา (ลอยกระทง) (พ.ย.) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50 รองลงมาได้แก่ งานประเพณีสักการะพระเจ้าตนหลวง (มิ.ย.) งานมหาสงกรานต์ ปีใหม่เมืองที่กว๊านพะเยา (เม.ย.) งานบวงสรวงพ่อขุนงำเมือง (มี.ค.) งานเทศกาลลีนจี่ ของดีเมืองพะเยา (พ.ค.) งานแสดงสินค้า OTOP เมืองพะเยา (เม.ย.)

สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ การออกกำลังกายริมกว๊านพะเยาเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 รองลงมาได้แก่ การนั่งรถไฟฟ้าชมทิวทัศน์

นอกจากนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาให้มีในอนาคต พบว่า การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานโบราณริมกว๊านฯ (บ้านหลวงศรีฯ) มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.28 รองลงมาได้แก่ การนั่งเรือข้ามฟากเพื่อชมทิวทัศน์ การขี่จักรยานเสือภูเขา การนั่งล่องเรือ (เกวียน)

ผลการศึกษาข้างต้นสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของกวีวันพะเยา โดยวิเคราะห์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันรอบกวีวันพะเยาในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่ามีความโดดเด่นในด้านกิจกรรมทางธรรมชาติมากที่สุด คือ การชมทิวทัศน์ ความงดงามของธรรมชาติที่มีความแปลกมากกว่าแหล่งน้ำอื่น ๆ คือ การมีกิจกรรมการล่องเรือสักการบูชาวัดติโลกอาราม (วัดกลางกวีวันพะเยา) รวมทั้งกิจกรรมประเพณีที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับกวีวันพะเยา คือ งานประเพณีแข่งเรือโคมที่กวีวันพะเยา ซึ่งจัดขึ้นทุกปีในช่วงเทศกาลลอยกระทง ชุมชนท้องถิ่นที่อยู่รอบกวีวันพะเยา โดยเฉพาะฝั่งเทศบาลเมืองพะเยา จะร่วมใจกันปล่อยโคมลอยนับหมื่นดวง นอกจากนี้ ในส่วนของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชุมชนรอบกวีวันพะเยา พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการซื้อสินค้าที่ระลึกที่ผลิตขึ้นในชุมชนมากที่สุดจึงเป็นโอกาสดีสำหรับสินค้าโอท็อปที่มีอยู่รอบกวีวันพะเยา ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหัตถกรรมผักตบชวา การแกะสลักหินทราย การตีมีด ฯลฯ ที่ควรมีการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรสำหรับกิจกรรมการสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตประมงพื้นบ้านนั้นยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี และมีโอกาสพัฒนาให้มี การพักค้างคืนและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (home stay) ได้ รายละเอียดของค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณกวีวันพะเยา นำเสนอตามตาราง 22 ต่อไปนี้

ตาราง 22 ค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณกวีวันพะเยา

กิจกรรมท่องเที่ยวบริเวณกวีวันพะเยา	\bar{X}	SD.
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน		
กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ		
ชมทิวทัศน์	4.52	0.83
ชมพระอาทิตย์ขึ้น / ตก	4.42	0.60
พายเรือ/ล่องเรือ	4.26	0.88
ศึกษาพันธุ์ปลาที่สถานีประมงน้ำจืดพะเยา	4.26	1.10
เที่ยวชมน้ำตกจำปาทอง	4.22	0.70
ปั่นจักรยานรอบกวีวัน	4.22	0.90
ปิกนิก/ประกอบอาหาร	4.20	1.08
พายเรือแคนู / ค่าย	4.14	0.93

ตาราง 22 (ต่อ)

กิจกรรมท่องเที่ยวบริเวณกวันพะเยา	\bar{X}	SD.
ชมดอกบัวบานที่กวันพะเยา	3.96	0.74
จักรยานน้ำ	3.66	1.17
กิจกรรมท่องเที่ยวทางศาสนา โบราณสถาน		
การล่องเรือสักการบูชาวัดติโลกอาราม (วัดกลางกวันพะเยา)	4.50	0.68
การเยี่ยมชมพระตำหนักกวันพะเยา	4.49	2.08
การชมและสักการะศาสนสถาน เช่น วัดศรี โคมคำ / วัดอนาลโย	4.45	0.65
การชมโบราณสถาน เช่น โบราณสถานไต้น้ำ	4.44	0.79
การเยี่ยมชมหอวัฒนธรรมนิทัศน์	4.35	0.75
การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เวียงพาว	4.22	0.90
การชมโบราณสถาน เช่น โบราณสถานบ้านร่องไฮ	4.20	0.81
กิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชุมชนรอบกวันพะเยา		
การซื้อสินค้าที่ระลึกที่ผลิตขึ้นในชุมชน	4.28	0.82
การสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน	4.27	2.40
การพักค้างคืนและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (Home Stay)	4.23	0.72
การสานผักตบชวา/ไม้ไผ่	4.22	0.73
การเกษตร เช่น การทำนาบัว นาข้าว	4.13	0.74
การตีมีด	4.08	0.90
การแกะสลักหินทราย เช่น พระพุทธรูป ไบเสมา ครก	4.19	0.84
การทำปลาสาม	4.13	0.84
กิจกรรมท่องเที่ยวด้านงานเทศกาล ประเพณี		
งานยี่เป็ง ลอยโคม ที่กวันพะเยา (ลอยกระทง) (พ.ย.)	4.50	0.68
งานประเพณีสักการะพระเจ้าตนหลวง (มิ.ย.)	4.48	0.70
งานมหาสงกรานต์ ปีใหม่เมืองที่กวันพะเยา (เม.ย.)	4.48	0.70
งานบวงสรวงพ่อขุนงำเมือง (มี.ค.)	4.47	0.70
งานเทศกาลลีนจี่ ของดีเมืองพะเยา (พ.ค.)	4.39	0.78
งานแสดงสินค้า OTOP เมืองพะเยา (เม.ย.)	4.32	0.71

ตาราง 22 (ต่อ)

กิจกรรมท่องเที่ยวบริเวณกว๊านพะเยา	\bar{X}	SD.
กิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่		
ออกกำลังกายริมกว๊านพะเยา	4.26	0.87
นั่งรถไฟฟ้าชมทิวทัศน์	4.22	0.93
แหล่งบันเทิง เช่น ผับ	3.08	1.44
ถ่ายภาพ บันทึกวิดีโอ	3.95	0.95
กิจกรรมท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาให้มีในอนาคต		
เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์บ้านโบราณริมกว๊านฯ (บ้านหลวงศรีฯ)	4.28	0.83
เรือข้ามฟากเพื่อชมทิวทัศน์	4.25	0.82
จักรยานเสือภูเขา	4.23	0.82
การนั่งล่องวู้ว (เกวียน)	4.22	0.79
การนั่งเรือชมวิธีการจับปลาบริเวณน้ำตื้น	4.17	0.81
ดูดาวศึกษาท้องฟ้า ดาราศาสตร์	4.16	0.76
ส่องคูสต์ว์ ดูนก	4.16	0.80
การเช่าจักรยานชมหมู่บ้าน	4.11	0.78
เดินป่า เดินศึกษาธรรมชาติ	3.99	0.77
เล่นน้ำ / วายน้ำ	3.92	1.74

ความคาดหวังและความต้องการบริการทางด้านโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสำคัญของโปรแกรมสื่อความหมาย โดยสรุปแล้ว ตัวกลางหรือสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและต้องการเรียงตามอันดับค่าคะแนนความสำคัญ 10 ลำดับ ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน/เส้นทางสื่อความหมาย มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ 7.05 รองลงมาได้แก่ ผู้ให้ข้อมูล/ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวคู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน แผ่นพับ/ โบชัว นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์ชุมชน เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และการสาธิต / การแสดง สื่อดังกล่าวนี้ ควรได้รับการพัฒนาให้มีการจัดทำขึ้นเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ตาราง 23 คะแนนความสำคัญเฉลี่ยโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่รอบกว๊านพะเยาตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ประเภทของตัวกลางการสื่อความหมาย	คะแนนเฉลี่ยสื่อที่มีความสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา (เต็ม 10 คะแนน)
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล	
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	6.82
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	5.21
3. การสาธิต / การแสดง	4.12
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล	
1. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน	7.05
2. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	6.64
3. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	5.79
4. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	5.63
5. แผ่นพับ/โบชัวร์	5.42
6. พิพิธภัณฑสถานชุมชน	5.18
7. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ	4.85
8. เว็บไซต์ (web site) แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน	3.33
9. โสตทัศนอุปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์	3.14
10. นิทรรศการในร่ม	2.90
11. นิทรรศการกลางแจ้ง	2.22
12. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน	1.14
13. โปสเตอร์	1.02
14. แผ่นปลิว	0.28

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มผู้มาเยือนกว๊านพะเยา สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนกว๊านพะเยาซึ่งเป็นเป้าหมายของการส่งสาร (ผู้รับสาร) เพราะเป็นผู้ใช้ประโยชน์หรือใช้บริการด้านสื่อความหมาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวนมากที่สุด รองลงมาอายุระหว่าง 31-59 ปี โดยเฉลี่ยอายุ 25 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดและมีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ซึ่งถือว่ามีศักยภาพในด้านการอ่านออกเขียนได้ และน่าจะมีความทันสมัยเช่น สามารถใช้สื่อที่เป็นเว็บไซต์ได้ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ และเกษตรกร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคล้านนาตะวันออกได้แก่ จ.เชียงราย แพร่ และน่าน จำนวนสูงถึงร้อยละ 66.4 ซึ่งเป็นจังหวัดใกล้เคียงนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสะดวก ไม่ไกลจากที่พักอาศัยมากนักจึงมีโอกาสเข้ามาเยือนกว๊านพะเยามากกว่าภูมิภาคอื่น

ผู้มาเยือนมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณ 8.5 ครั้งต่อปี ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเยือนมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน/ ศาสนา ถือว่า กว๊านพะเยาซึ่งมีธรรมชาติและประวัติศาสตร์ มีโบราณสถานได้นำ และรอบกว๊านพะเยา เป็นจุดเด่นสำคัญ ดังนั้น การที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสนใจสัมผัส เรียนรู้ด้านวิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยานั้น ควรมีการผนวกรวม หรือเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว สำหรับการเดินทางมาเยือนกว๊านพะเยาส่วนใหญ่จะมีขนาดกลุ่มเฉลี่ย 9 คน โดยกลุ่มเดินทางส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน มีพาหนะที่ใช้เดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัวและจักรยานยนต์ส่วนตัว ซึ่งเป็นยานพาหนะที่มีความสะดวก คล่องตัว และมีความเป็นส่วนตัวสูง ดังนั้น โอกาสที่จะวางแผนเส้นทางสื่อความหมายรอบกว๊านพะเยาจึงมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยว ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวมากกว๊านพะเยา นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกว๊านพะเยาในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทาง แม้ไม่ได้เป็นจุดหมายหลักแต่ยังถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเยือน ดังนั้น ถ้าหากมีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่กล่าวถึงสิ่งดึงดูดใจรอบกว๊านพะเยาให้มีน่าสนใจ จึงน่าจะเป็นทางเลือก และจูงใจให้นักท่องเที่ยวไปเยือนได้

แรงจูงใจที่ทำให้ผู้มาเยือนกว๊านพะเยา โดยส่วนใหญ่มีความต้องการในการที่จะได้พักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติและได้ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ซึ่งให้เห็นว่า ภาพลักษณ์กว๊านพะเยาที่นักท่องเที่ยวรับรู้คือ ธรรมชาติอันงดงามเหมาะสมต่อการพักผ่อนหย่อนใจ ชื่นชมธรรมชาติที่มีทิวทัศน์ของภูเขาผืนน้ำที่กว้างใหญ่อันเป็นภาพธรรมชาติที่สวยงาม ปลอดภัย และสามารถผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานได้เป็นอย่างดี จึงทำให้เป็นปัจจัยดึงดูดกลุ่มที่มีแรงจูงใจดังกล่าวเข้ามาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันรอบกว๊าน

พะเยา ในด้านกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยมากที่สุด คือ การชมทิวทัศน์ การชมพระอาทิตย์ขึ้น/ ตก โดยนักท่องเที่ยวยังเสนอเพิ่มเติมว่าควรมีที่นั่งพักผ่อนมากขึ้น โดยเฉพาะที่นั่งชมบรรยากาศริมกว๊านพะเยา มีการปลูกต้นไม้ให้มากกว่าเดิมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเวลากลางวันได้นั่งพักผ่อน รวมทั้งจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งด้านภูมิทัศน์ ในยามค่ำคืน ควรมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัย โดยจัดรถสายตรวจคอยตรวจตราอยู่ทุกระยะ มีการนำไฟสีส้มต่าง ๆ มาประดับตกแต่ง และมีระบบบำบัดน้ำเพื่อไม่ให้น้ำเน่าเสีย

กิจกรรมที่โดดเด่นสำคัญ อีกประการคือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (วัดกลางกว๊านพะเยา) รวมทั้งกิจกรรมประเพณีที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับกว๊านพะเยา คือ งานประเพณีเป็งลอยโคมที่กว๊านพะเยา ซึ่งจัดขึ้นทุกปีในช่วงเทศกาลลอยกระทง ชุมชนท้องถิ่นที่อยู่รอบกว๊านพะเยา โดยเฉพาะฝั่งเทศบาลเมืองพะเยา จะร่วมใจกันปล่อยโคมลอยนับหมื่นดวง นอกจากนี้ ในส่วนของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/วิถีชีวิตชุมชนรอบกว๊านพะเยา พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการซื้อสินค้าที่ระลึกที่ผลิตขึ้นในชุมชนมากที่สุดจึงเป็น โอกาสดีสำหรับสินค้าโอท็อปที่มีอยู่รอบกว๊านพะเยา ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหัตถกรรมผักตบชวา การแกะสลักหินทราย การตีมีดฯลฯ ที่ควรมีการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรร สำหรับกิจกรรมการสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตประมงพื้นบ้านนั้นยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี และมีโอกาสพัฒนาให้มี การพักค้างคืนและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (home stay) ได้

ส่วนตัวกลางหรือสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและต้องการ โดยเห็นว่าเป็นความจำเป็นที่ชุมชนประมง กว๊านพะเยาควรมี เรียงตามอันดับค่าคะแนนความสำคัญ 10 ลำดับ คือ เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน/เส้นทางสื่อความหมาย ผู้ให้ข้อมูล/ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะควรมีป้ายบอกประวัติความเป็นมาและความสำคัญ ของสถานที่นั้น ๆ ให้ชัดเจนรวมทั้ง ป้ายห้ามทิ้งขยะเพื่อสร้างจิตสำนึกด้านอนุรักษ์แก่ผู้มาเยือน และควรมีกู่มือนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน แผ่นพับ/ โบชัว นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น พิธีกรชุมชนจัดแสดงวิถีชีวิตของชาวบ้านในบริเวณกว๊านพะเยา และเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ผู้มาเยือนยังให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา ไว้ว่า ควรส่งเสริมให้ภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยเน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติและโบราณสถานได้นำให้คงรูปแบบเดิมไว้ ไม่ควรนำเทคโนโลยีมาใช้มากเกินไป และควรมี พ.ร.บ

ท้องถิ่น เพื่อจัดการผู้บุกรุกพื้นที่รอบกว๊านอย่างเด็ดขาดและรุนแรง รวมทั้ง ด้านอาหารควรมีการตรวจสอบคุณภาพของอาหารที่ขายบริเวณริมกว๊านทุกเดือนด้วย

หลังจากทำการวิเคราะห์พื้นที่ ทรัพยากรการสื่อท่องเที่ยว / สื่อความหมาย รวมทั้ง วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวแล้วนั้น คณะทำงาน ได้มีการกำหนดเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวการสื่อความหมาย (zoning) โดยขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ ความต้องการของชุมชนและประสบการณ์ที่จะได้รับของนักท่องเที่ยว เนื่องจาก การพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมายซึ่งถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกหนึ่งที่จะต้องสอดคล้องกับ ลักษณะพื้นที่ เช่น สภาพพื้นที่ป่าเปลี่ยน (เขตสัน โขย) กับพื้นที่ชุมชน ข่อมมีความแตกต่างกันและกำหนด เค้าโครงหลัก ตัวกลางหรือสื่อที่แตกต่างกันออกไป โดยคณะทำงานฯ ได้สรุปผลการศึกษา ดังนี้

เขตเมือง ได้แก่ กว๊านพะเยาฝั่งตะวันออก เขต ต.เวียง อนุสาวรีย์พ่อขุนงำเมือง หอวัฒนธรรมนิทัศน์ วัดศรีโคมคำ หอวัฒนธรรมนิทัศน์ วัดศรีอุโมงค์คำ เรือนโบราณ สถานีประมง ศูนย์วิจัยประมง และตลาดมณีรัตน์

เขตชนบท ได้แก่ กว๊านพะเยาฝั่งตะวันตก บ้านสันแกลบคำ บ้านร่องไฮ วัดลี (พิพิธภัณฑสถานเมืองพะเยา) วัดจอมทอง บ้านแท่นดอกไม้ ทุ่งบัวหลวง ภู หาดริมกว๊าน บ้านสันป่าม่วง หัตถกรรม ผักตบชวา วัดอนาลโย บ้านป่าจ้าว บ้านห้วยหม้อ

เขตกึ่งสันโขย ได้แก่ วัดติโลกอาราม บ่อต้มเหล็ก แหล่งอนุรักษ์พันธุ์ปลาบ้านประตู่ประสาธ เขตสันโขย ได้แก่ คอยหนอก น้ำตกผาเกล็ดนาค และน้ำตกจำปาทอง

องค์ประกอบที่ 5 อัตลักษณ์ (identity) และการกำหนดเค้าโครง แผนการสื่อความหมาย (theme)

ผลการศึกษาด้านอัตลักษณ์ และเค้าโครงการสื่อความหมายโดยการประชุมหารือ การระดมสมองภายในคณะทำงาน พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยาในพื้นที่ศึกษา (4 ชุมชนนำร่อง) มีความสอดคล้องกันทั้ง 4 ชุมชน คือ การมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับกว๊านพะเยาในการประกอบอาชีพมีการสะสมภูมิปัญญาจากรุ่นบรรพบุรุษสู่รุ่นลูกหลาน ทั้งนี้ยังพบว่าอัตลักษณ์เกี่ยวกับ การเป็นประมงพื้นบ้านในรุ่นปู่ย่า ตายาย(อายุมากกว่า 60 ปี) กับรุ่นพ่อแม่ (40-59 ปี) มีความใกล้เคียง สอดคล้องกัน แต่พอมารุ่นลูก (ต่ำกว่า 40 ปี) อัตลักษณ์ของการเป็นประมง นั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด และเกิดความขัดแย้งระหว่าง อัตลักษณ์ของชาวประมงรุ่นพ่อและรุ่นลูก ซึ่งน่าจะมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็ว หลากหลาย และซับซ้อน ดังที่ สมเกียรติ ตั้งนโมและคณะ (2550) และ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2543: 68-73)

กล่าวว่า อัตลักษณ์ เป็นผลรวมของลักษณะ เฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือ จำได้ สังคมแต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง ถือเป็นเรื่องของ การนิยามความหมาย หรือการสร้างภาพตัวแทนทำให้ความหมายของอัตลักษณ์ ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่าง จากสิ่งอื่น และสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็ว หลากหลาย และซับซ้อน

การศึกษาอัตลักษณ์ของ ชุมชนชาวประมง วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของพรานปลา ครั้งนี้ เป็นการทบทวน ประวัติศาสตร์ เรื่องเล่า ตำนาน ประสบการณ์ ภูมิปัญญา ความเชื่อและความ คิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น โดยคณะทำงานซึ่งเป็นชาวประมงเอง สรุปตามการจัดแบ่งประเภท ของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับคือระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และอัตลักษณ์ทาง สังคม (social identity) ที่ใช้แสดงเป็นสัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง (representation) แสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้าง ความต่างจากคนอื่น (พัฒนา กิตติอาษา, 2546: 45) และแยกตามช่วงวัยซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง สรุปได้ ดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 24 การรับรู้อัตลักษณ์ของชาวประมงพื้นบ้าน

ชาวประมง พื้นบ้าน	อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity)	อัตลักษณ์ทางสังคม (social identity)
รุ่นปู่ย่า ตายาย (อายุมากกว่า 60 ปี)	มีความภาคภูมิใจตนเองในการเป็นชาว ประมงพื้นบ้าน โดยเฉพาะชาวประมง ที่ สามารถหาปลาเก่ง จะได้รับการยกย่องจาก สังคมและเป็นที่ยอมรับของเพศตรงข้าม	ทุกคนให้การยอมรับอาชีพนี้ สมัยก่อนคน ในชุมชนที่อยู่รอบกว๊านพะเยาต่างยึดถือ การทำประมงคือหนึ่งในวิถีการดำรงชีพ ของชุมชนริมสาขาน้ำอิง ข้าวเต็มนาปลาเต็มกว๊านพะเยา แสดงถึง อัตลักษณ์ของชุมชนที่อุดมสมบูรณ์ พอเพียง เป็นสุข
รุ่นพ่อแม่ (40-59 ปี)	- อาชีพนี้เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาต่อจาก พ่อแม่ที่พาออกเรือตั้งแต่ยังเล็ก จึงมีความ ผูกพัน มีประสบการณ์ ทักษะที่ชำนาญ - เป็นอาชีพที่สร้างฐานะ สร้างครอบครัว สามารถเก็บเงินทองส่งลูกเรียนสูงๆ เช่น จบปริญญาตรีได้	- การทำประมงพื้นบ้าน เป็นส่วนหนึ่งของ กว๊านพะเยาที่มีมานาน และควรมีการ อนุรักษ์ภูมิปัญญานี้ไว้ รวมทั้ง ต้องมีการ จำกัดขอบเขต มีการควบคุมดูแลการทำ ประมงโดยหน่วยงานภาครัฐเพราะการทำ ประมงมีส่วนทำให้ทรัพยากรธรรมชาติทาง น้ำโดยเฉพาะ พันธุ์ปลาต่าง ๆ ลดจำนวนลง

ตาราง 24 (ต่อ)

ชาวประมง พื้นบ้าน	อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity)	อัตลักษณ์ทางสังคม (social identity)
รุ่นลูก (ต่ำกว่า 40 ปี)	<p>- ชาวประมงบางคนก็เห็นว่าการจับปลาไม่ พอกับการเลี้ยงชีพและมีรายได้น้อย ทำให้ หลายคนผันแปรชีวิตไปขายแรงงาน หรือ ทำอาชีพอื่นมากกว่า รวมทั้งสั่งสอนให้ ลูกหลานเรียนสูง ๆ จะได้ไม่ต้องทำอาชีพนี้</p> <p>- การทำประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพดั้งเดิม ไม่ทันสมัย ลำบาก ไม่นิยมประกอบอาชีพนี้ รวมทั้งมองว่าคนที่ทำประมงนั้นมักเป็นคน ที่ไม่มีการศึกษา ปัจจุบันขนาดลูกหลาน ของชาวประมงริมกว๊านพะเยาเองก็ว่ายน้ำ กันไม่เป็นเสียแล้ว</p>	<p>สังคมทั่วไปมองว่าอาชีพประมงพื้นบ้าน เป็นอาชีพใช้แรงงาน หาเช้ากินค่ำ ได้รายได้น้อยไม่แน่นอน ไม่มีความมั่นคง เป็นอาชีพของคนรุ่นเก่า</p>

ผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้อง ตามที่ อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2543: 68-73) และอาภรณ์ จันทร์สมวงศ์ (2544: 20) ได้กล่าวกันว่า อัตลักษณ์เป็นการเชื่อมต่อระหว่างความเป็นปัจเจกกับโครงสร้างสังคม (social aspect) ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ จึงเป็นการใช้สัญลักษณ์ (symbolic aspect) การก่อรูปและการปรากฏตัวของ อัตลักษณ์ มีเนื้อหามาจากจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น และสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออก ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวสามารถแสดงผ่านสื่อ สัญลักษณ์ต่าง ๆ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546: 45) ซึ่งสอดคล้องกับ บทเรียนของประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาซึ่งมีการตื่นไหลของอัตลักษณ์ที่แสดงออกตามยุคสมัย โดยพบว่าในยุคพ่อแม่ หรือช่วงคนอายุระหว่าง 40-59 ปี เป็นช่วงที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเข้ามา เช่น การหาปลาในกว๊านพะเยาจะต้องถูกควบคุมจากภาครัฐ (กรมประมง) ไม่สามารถหาปลาได้อย่างเสรีเช่นในอดีต รวมทั้งการพัฒนาทางวัตถุต่าง ๆ ที่เข้ามาทำให้ อัตลักษณ์ของประมงพื้นบ้านมีการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม โดยเฉพาะในระดับสังคมที่การทำมาหากินถูกระทบจากนโยบายของรัฐ ทำให้ชาวประมงมีการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างจิตสำนึก ตื่นตัวในการอนุรักษ์ พื้นฟูจำนวนพันธุ์ปลาเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะพันธุ์ปลาที่กำลังจะสูญพันธุ์ และเพื่อการประสานงาน แลกเปลี่ยนกันระหว่างชุมชน หน่วยงานรัฐ ทำให้การจัดการทรัพยากรทางน้ำใน

กว๊านพะเยามีการร่วมมือและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังที่ อานันท์ กาญจนพันธ์ (2548: 77) กล่าวว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์นั้นเป็นความพยายามของผู้คนในสังคมที่ต้องการจะแสวงหาพื้นที่ทางสังคมและการแสดงออกทางวัฒนธรรม เพื่อเรียกร้องสิทธิในการดำรงอยู่อย่างแตกต่างและอย่างมีความเสมอภาคกับกลุ่มชนอื่น ๆ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมิตិความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรืออำนาจท้องถิ่น (local power) หรือสิทธิของชุมชน นั่นคือได้รับการยอมรับว่าตัวเองมีความชอบธรรม เช่นเดียวกับการที่ชาวประมงได้แสดงอัตลักษณ์ของตนเอง โดยการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อเรียกร้องความเป็นตัวตนของชุมชน สะท้อนถึงการแสวงหาพื้นที่ทางสังคมเพื่อเชื่อมโยงกับมิติความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรืออำนาจท้องถิ่นว่า ควรมีส่วนในนโยบายภาครัฐเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในกว๊านพะเยา

อัตลักษณ์เป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่และความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงได้จัดเตรียมการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่ สังเกตได้จากภาพสะท้อนของคนทั้งสามวัย ชาวประมงรุ่นปู่ย่า ตายาย (อายุมากกว่า 60 ปี) กับรุ่นพ่อแม่ (40-59 ปี) มีความใกล้เคียง สอดคล้องกัน ในการมองเห็นคุณค่า ความภาคภูมิใจ ความผูกพันต่อภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมา แม้ว่ายในยุคของรุ่นพ่อแม่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง ชาวประมงลดจำนวนลงก็ตาม แต่ก็ยังมีแนวคิด การรวมกลุ่มที่ต้องการฟื้นฟู อนุรักษ์ภูมิปัญญานี้เอาไว้ หลายชุมชนต้องการอนุรักษ์ให้เป็นแหล่งการเรียนรู้เพื่อให้ลูกหลานได้สัมผัสถึงภูมิปัญญานี้ แต่พอมารุ่นลูกหลาน (อายุต่ำกว่า 40 ปี) พบว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพประมงมีจำนวนน้อยมาก รวมทั้ง มีความรู้สึก ความเชื่อและทัศนคติต่อการทำประมงพื้นบ้านในด้านลบมากกว่า ทั้งนี้ สาเหตุหนึ่งน่าจะมาจากการไม่มีความผูกพัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่ออาชีพดังกล่าว แม้ว่าพ่อแม่จะทำประมงก็ตาม เนื่องจากในช่วงยุคหลังมานี้ ระบบการศึกษาไทยทำให้เด็ก ๆ ต้องเข้าโรงเรียนตั้งแต่เล็กจนโต ช่วงเวลาที่จะมีโอกาสออกเรือหาปลาไปกับผู้ปกครองจึงมีน้อยมาก ไม่เหมือนยุคของพ่อแม่ ที่เติบโตมากับเรือในกว๊านพะเยา เช่นบทสัมภาษณ์ของ ป้าทอง ลุงทน กล่าวว่า “ตั้งแต่จำความได้ลูกกับป้าก็ต้องออกเรือไปกับพ่อแม่แล้วมีพี่น้องเก้าคน ทุกคนหาปลาเป็นกันหมด” Helena Norberg - Hodge (อานันท์ กาญจนพันธ์, 2544: 19) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การเข้ามาของกระแสโลกาภิวัตน์ ทูนิซึมและการส่งเสริมเรื่องระดับโลกต้องแลกมาด้วยความสูญเสียของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น เช่นเดียวกับ วิถีความพอเพียงแห่งสายน้ำของชุมชนประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา จากยุคปู่ย่าตายายซึ่งทำประมงเพื่อดำรงชีพ แต่เมื่อเข้าสู่ยุคพ่อแม่ การทำประมงเริ่มกลายเป็นเพื่อการพาณิชย์ ต้องหาปลาให้ได้เยอะ ๆ เพื่อนำมาใช้จ่ายกับครอบครัว ทั้งการส่งลูกเรียนสูง ๆ การบริโภคตามค่านิยมความทันสมัย จนกระทั่งเข้ามาสู่ยุคลูกหลาน การทำประมงพื้นบ้านกลายเป็นสิ่งที่ล่าหลัง ค่อยค่า ลูกหลานชาวประมงรอบกว๊านพะเยาจำนวนมากไม่สามารถหาปลาได้ แม้กระทั่งการว่ายน้ในกว๊านพะเยาก็ไม่ทำกันแล้ว ค่านิยมในการ

ประกอบอาชีพจะต้องมั่นคง ทันสมัย มีหน้ามีตา หลายคนมานะเรียนจบปริญญาแล้วหางานทำให้ เมืองใหญ่ทั้ง กรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีกว่า สอด คล้องดั่งที่ อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2548ข: 39) และ Stuart Hall (1993) ได้ชี้ให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของคนในยุคโลกาภิวัตน์ นั้นถูกสลายและสั่นคลอนอย่างรุนแรงและรวดเร็วใน 2 ระดับด้วยกัน (double displacement) กล่าวคือ ในระดับของพื้นที่และระดับของตัวตน ในระดับของพื้นที่ โลกาภิวัตน์ทำให้การโยกย้ายถิ่นไปมา ของผู้คนอย่างสะดวกรวดเร็วและการกระทำได้ทำในปริมาณที่มากขึ้นเป็นผลมาจากการคมนาคม สื่อสารที่สะดวก รวดเร็วและราคาถูก จนนำไปสู่บุคคลประเภทใหม่ อัตลักษณ์ใหม่ เช่น ลูกหลาน ของชาวประมงหลายคนยอมรับในอาชีพของพ่อแม่ แต่ไม่มีความคิดที่จะทำอาชีพนี้เลย ปรากฏ อัตลักษณ์ใหม่ของการเป็นชาวประมงพื้นบ้านกวันพะเยา ที่รุ่นลูกหลานต้องการและรุ่นพ่อแม่ซึ่ง ไม่ได้คาดหวังว่าลูกจะมาประกอบอาชีพประมงพื้นบ้านเช่นตนเอง แต่ก็หวังว่าลูกน่าจะมี ความสามารถหาปลาเป็นบ้างโดยอัตลักษณ์ใหม่ที่เกิดขึ้น คือ การทำประมงเป็นงานอดิเรก หรือจะ ออกหาปลาก็ต่อเมื่อต้องการปลาทำอาหารคั้งการเก็บผักหลังบ้าน หรือเป็นกิจกรรมการพักผ่อน เสียมากกว่า

ผลการศึกษาดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า อัตลักษณ์ชุมชนประมงพื้นบ้าน มีการเปลี่ยนแปลงด้วยปัจจัยที่หลากหลายและซับซ้อน อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการเครือข่ายประมง พื้นบ้านกวันพะเยา ต่างมีความเห็นพ้องกันว่า อัตลักษณ์มิใช่สิ่งหยุดนิ่ง แน่นนอนตายตัว แต่เป็น เวทีของการต่อสู้ที่แหลมคม เพื่อช่วงชิงความเป็นเจ้าในการสร้างค่านิยมหรือเป็นผู้ให้ความหมาย กับสิ่งต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเราและของผู้อื่น ดังที่ Baudrillard อ้างถึงในอาภรณ์ จันทร์สมวงศ์ (2544: 21) ชี้ให้เห็นว่าการมีลักษณะที่เป็นภายในเกี่ยวกับการถ่ายทอดสื่อในจอภาพภายในจิตใจ ของเรา ได้ไปขจัดความแตกต่างระหว่างพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวทิ้งไป รวมทั้งได้ไปลบ พื้นที่ภายในและพื้นที่ภายนอกออกไปด้วย – พื้นที่เหล่านี้ได้ถูกแทนที่โดยพื้นที่สื่อ (media space) ที่สร้างทัศนคติต่อตนเองและความผูกพันกับชุมชน โดยสรุปแล้ว คณะทำงานจึงคิดเห็นร่วมกันว่า การสื่อความหมายเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ของชุมชนประมงพื้นบ้านนั้น ควรเป็นการสะท้อนภาพ ภูมิ ปัญญาที่มีความผูกพันเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศกวันพะเยา และยึดถือวิถีความพอเพียง การ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้ง การนำเรื่องราวของวิถีชีวิตประมงพื้นบ้านเชื่อมโยงกับ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านอื่น ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศาสนา โบราณสถาน และ วัฒนธรรม วิถีชีวิตด้านอื่น ๆ รอบกวันพะเยา ซึ่งนำไปสู่การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวรอบกวัน พะเยาต่อไป

การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว คณะทำงานได้ประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดเค้าโครงหลัก (theme) และเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในการสื่อความหมาย และการเลือกช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมต่อสภาพพื้นที่และความสะดวกการจัดการ โดยใช้แบบกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) ร่วมกับการระดมความคิดเห็นร่วมกันของคณะทำงานเพื่อให้ได้เนื้อหาในที่ต้องการนำเสนอที่ตรงตามวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมาย พร้อมแสดงรายละเอียดดังนี้

หัวข้อเรื่อง (topic)

วิถีชีวิตชาวประมงกว๊านพะเยากับแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา

เค้าโครงการสื่อความหมายรวม (theme)

“กว๊านพะเยา : ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน”

วัตถุประสงค์ของการสื่อความหมาย (interpretive program objective) สื่อถึง

- คุณค่าและความงามของกว๊านพะเยา
- วิถีชีวิตชาวประมงกว๊านพะเยา
- แหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา

วัตถุประสงค์ในการพัฒนาบริเวณ (sub-site development objective) เพื่อพัฒนาระบบสื่อความหมายบริเวณชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาและแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบกว๊านพะเยา การกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด /สถานี

การกำหนดเค้าโครงเรื่องการสื่อความหมายธรรมชาติ “กว๊านพะเยา” เรื่องราวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของ ชุมชนชาวประมงพื้นบ้านบริเวณกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยาได้อย่างชัดเจน

ส่วนแบบการพัฒนาเรื่องราวเพื่อสื่อความหมาย (story development form)

นำเสนอตามตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 25 รายละเอียดของแบบการพัฒนาเรื่องราวเพื่อสื่อความหมาย (story development form) “กวีวันพะเยา : ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน”

เค้าโครงเรื่องรอง ในการสื่อ ความหมาย	จุด/สถานี สื่อความหมาย	เขตการ จัดการ	วัตถุประสงค์ และแนวคิดในการสื่อ ความหมาย (interpretive concept) แนวความคิดหลัก (main idea)	วิธีการหรือ ตัวกลางสื่อความหมาย (interpretive media)					
				นักสื่อความ หมาย/มัลติเทคส์ ท้องถิ่น	คู่มือฯ	แผ่น พับ	ป้ายสื่อ ความหมาย	สื่อวีดิ ทัศน์	อื่น ๆ
กวีวันพะเยาแหล่ง ชีวิต	กวีวันพะเยา แหล่งชีวิต	เขตกิ่งต้นโดย	เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางกายภาพ ที่มาของ กวีวันพะเยา ความงามและความสำคัญ - ที่มาของกวีวันพะเยา / ลักษณะทาง กายภาพ - ความสำคัญของกวีวันพะเยา	✓	✓	✓	✓	✓	เส้นทางสื่อ ความหมาย
ความงามหลากสี ของวิถีชีวิตประมง พื้นบ้าน ณ กวีวัน พะเยา	กวีวันพะเยา ชุมชนชาวประมง ได้แก่ - บ้านแท่นดอกไม้ - บ้านสันแกลบดำ - บ้านประตูประสาท - บ้านร่องไฮ	เขตชนบท	- ภูมิปัญญาของชาวประมง การอยู่ร่วมอย่าง สมดุลระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ ด้วยวิถี แห่งความพอเพียง - ความผูกพันกับกวีวันพะเยา (ชีวิตและน้ำ ความผูกพันที่เหนียวแน่น) - นักท่องเที่ยวทุกคนสามารถเป็นส่วนหนึ่ง เป็นในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ใน สภาพที่ดี - เน้นการได้แนวความคิดและกระตุ้นให้เกิด การมีอารมณ์ร่วมในเนื้อหาที่ใช้สื่อ ความหมาย	✓	✓	✓	✓	✓	พิพิธภัณฑ์ ชุมชน (บ้านร่องไฮ และบ้านสัน แกลบดำ)

ตาราง 25 (ต่อ)

เค้าโครงเรื่องรอง ในการสื่อ ความหมาย	จุด/สถานี สื่อความหมาย	เขตการ จัดการ	วัตถุประสงค์ และแนวคิดในการสื่อ ความหมาย (interpretive concept) แนวความคิดหลัก (main idea)	วิธีการหรือ ตัวกลางสื่อความหมาย (interpretive media)					
				นักสื่อความ หมาย/นักคุณเทศก์ ท้องถิ่น	คู่มือฯ	แผ่น พับ	ป้ายสื่อ ความหมาย	สื่อวีดิ ทัศน์	อื่น ๆ
ความงดงามรอบ ทะเลสาบ “กว๊าน พะเยา”	อนุสาวรีย์พ่อขุนงำ เมือง	เขตเมือง	เพื่อนำเสนอประวัติศาสตร์เมืองพะเยาและ พ่อขุนงำเมือง กษัตริย์ผู้ครองนครอันเป็นที่ เคารพสักการะของชาวพะเยา - ประวัติศาสตร์เวียงพายว / ภูกามยาว - พ่อขุนงำเมือง - จังหวัดพะเยาในปัจจุบัน		✓	✓	✓	✓	
	วัดศรี โคมคำ	เขตเมือง	เพื่อนำเสนอถึงวัดคู่บ้านคู่มืองจังหวัดพะเยา - ประวัติและความสำคัญของวัดศรี โคมคำ - หลวงพ่อใหญ่ เจ้าอาวาสวัดศรี โคมคำ ปราชญ์เมืองพะเยา		✓	✓	✓		
	หอวัฒนธรรมนิทัศน์	เขตเมือง	- จุดเด่นในการเป็นแหล่งเรียนรู้ทาง ประวัติศาสตร์เมืองพะเยา	✓	✓	✓	✓		
	บ้านสันเกลบคำ	เขตเมือง (ชุมชนประมง)	- การเป็นชุมชนชาวประมงพื้นบ้านแห่ง กว๊านพะเยา	✓	✓	✓	✓		พิพิธภัณฑ์ ชุมชน

ตาราง 25 (ต่อ)

เค้าโครงเรื่องรอง ในการสื่อ ความหมาย	จุด/สถานี สื่อความหมาย	เขตการ จัดการ	วัตถุประสงค์ และแนวคิดในการสื่อ ความหมาย (interpretive concept) แนวความคิดหลัก (main idea)	วิธีการหรือ ตัวกลางสื่อความหมาย (interpretive media)					
				นักสื่อความ หมาย/มัลติเทสท์ ท้องถิ่น	คู่มือฯ	แผ่น พับ	ป้ายสื่อ ความหมาย	สื่อวีดิ ทัศน์	อื่น ๆ
	วัดติโลกอาราม	เขตเมือง (กว๊านพะเยา)	- ประวัติและความสำคัญ - หนึ่งในโบราณสถานที่ยังอยู่ในกว๊าน พะเยา	✓	✓	✓	✓		
บ่อคัมเกล้า เรือนโบราณ เรือนหลวง		เขตเมือง	เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา และความสำคัญของเรือน หลวงศรี	✓	✓	✓	✓		
บ้านร่องไฮ “ร่องไฮ วิถีกว๊าน ตำนานชีวิต”		เขตชนบท	- หมู่บ้านแห่งการเรียนรู้วิถีชีวิตประมง พื้นบ้าน การตีมีดและประวัติศาสตร์ - การสัมผัสชีวิตชาวประมงด้วย home stay	✓	✓	✓	✓	✓	เส้นทางสื่อ ความหมาย และ พิพิธภัณฑ์ ชุมชน

ตาราง 25 (ต่อ)

เค้าโครงเรื่องรอง ในการสื่อ ความหมาย	จุด/สถานี สื่อความหมาย	เขตการ จัดการ	วัตถุประสงค์และแนวคิดในการสื่อ ความหมาย (interpretive concept) แนวความคิดหลัก (main idea)	วิธีการหรือ ตัวกลางสื่อความหมาย (interpretive media)					
				นักสื่อความ หมาย/มัลติมีเดีย ท้องถิ่น	คู่มือฯ	แผ่น พับ	ป้ายสื่อ ความหมาย	สื่อวีดิ ทัศน์	อื่น ๆ
	สถานีประมงและ ศูนย์วิจัยประมง	เขตเมือง	- แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับชีววิทยาด้านประมง และสัตว์น้ำจืดต่างๆ - ประตูกั้นน้ำอิง ที่มาของกวีนิพนธ์เขาที่ ใหญ่โตในปัจจุบัน - พระตำหนักกวีนิพนธ์เขา ประวัติศาสตร์ ของสมเด็จพระเจ้า		✓	✓	✓		เส้นทางสื่อ ความหมาย และ พิพิธภัณฑ์ สัตว์น้ำ
	วัดลี	เขตเมือง	- ศาสนสถาน และโบราณสถาน - พิพิธภัณฑ์เวียงพญา	✓	✓	✓	✓		พิพิธภัณฑ์ เวียงพญา
	วัดจอมทอง	เขตเมือง	- ศาสนสถาน - ศูนย์กลางแห่งจักรวาลตามความเชื่อการ สร้างเมืองของชาวพราหมณ์ฮินดู		✓	✓	✓		
	บ้านแท่นดอกไม้	เขตชนบท	- สะพานปลา แหล่งซื้อขายปลาจากกว๊าน พะเยาจากชาวประมง - ที่พักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพะะยามเย็น	✓		✓	✓		

ตาราง 25 (ต่อ)

เค้าโครงเรื่องรอง ในการสื่อ ความหมาย	จุด/สถานี สื่อความหมาย	เขตการ จัดการ	วัตถุประสงค์ และแนวคิดในการสื่อ ความหมาย (interpretive concept) แนวความคิดหลัก (main idea)	วิธีการหรือ ตัวกลางสื่อความหมาย (interpretive media)					
				นักสื่อความ หมาย/มัลกเทศก์ ท้องถิ่น	คู่มือฯ	แผ่น พับ	ป้ายสื่อ ความหมาย	สื่อวีดิ ทัศน์	อื่น ๆ
	ตลาดมณีรัตน์	เขตเมือง	- วิถีชีวิตของชาวพะเยา แหล่งรวมสินค้า พื้นเมือง ของกิน ของฝาก และปลาจาก กว๊านพะเยา		✓	✓	✓		
	ทุ่งบัวหลวง ณ หาด ริมกว๊านฯ	เขตชนบท	- คุณค่าความงามของบัวหลวง - พันธุ์ไม้ในกว๊านพะเยา - แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ		✓	✓	✓		
	พื้นที่ชุ่มน้ำกว๊าน พะเยา	เขตชนบท	- คุณค่าและความสำคัญของพื้นที่ชุ่มน้ำ		✓	✓	✓		
	บ้านสันป่าม่วง หัตถกรรมผักตบชวา	เขตชนบท	- ผักตบชวา - ขั้นตอนการทำงานหัตถกรรมผักตบชวา - คุณค่าของผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓		
	วัดอนาลโย	เขตกิ่งสันโดย	- ศาสนสถานที่อยู่ลี้ลับ - จุดชมวิวกว๊านพะเยาที่งดงาม		✓	✓	✓		
	น้ำตกจำปาทอง	เขตกิ่งสันโดย	- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม		✓	✓	✓		

ตาราง 25 (ต่อ)

เค้าโครงเรื่องรอง ในการสื่อ ความหมาย	จุด/สถานี สื่อความหมาย	เขตการ จัดการ	วัตถุประสงค์ และแนวคิดในการสื่อ ความหมาย (interpretive concept) แนวความคิดหลัก (main idea)	วิธีการหรือ ตัวกลางสื่อความหมาย (interpretive media)					
				นักสื่อความ หมาย/มีคุณเทศก์ ท้องถิ่น	คู่มือฯ	แผ่น พับ	ป้ายสื่อ ความหมาย	สื่อวีดิ ทัศน์	อื่น ๆ
	คอยนอก	เขตสัน โขย	ระบบนิเวศที่มีสิ่งมีชีวิตต่างอาศัยอยู่ ร่วมกันอย่างสมดุล เน้นเรื่องการมอบต่อ ธรรมชาติ และการแสดงออกในรูปของการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อชมซับบรยากาศ ด้วยความละเมียดละไมไม่รบกวนธรรมชาติ และสิ่งมีชีวิตต่างๆในพื้นที่ ตลอดจนการ มอบของขวัญล้ำค่าจากธรรมชาติให้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าใจ และปฏิบัติตัวอย่าง เหมาะสมในพื้นที่		✓	✓			

องค์ประกอบที่ 6 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นครั้งนี้ และอยู่ในขั้นตอนหรือกระบวนการในการจัดทำสื่อความหมายเกือบทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็นในแง่มุมสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น ความต้องการ ความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ การคัดเลือกคณะกรรมการ การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยว อัตลักษณ์ของชุมชน จนกระทั่ง การดำเนินการสำรวจ ออกแบบ จัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งสามารถกระตุ้น ชักนำให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมได้ เช่น การเป็นคณะกรรมการในการจัดทำสื่อ ร่วมกันสำรวจข้อมูล การสร้างช่องทางให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำสื่อต่าง ๆ โดยวิธีการจัดเวทีชาวบ้าน การประชุม การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสาร พร้อมทั้งกระตุ้นจิตสำนึกความมีอัตลักษณ์เฉพาะของตนเองและเข้ามาร่วมโครงการฯ ซึ่งสามารถสรุปการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย “กว๊านพะเยา:ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน” สามารถจำแนก ได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย คณะกรรมการจัดทำสื่อฯ ได้ทำการประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งได้รับผลการตอบรับที่ดี ชุมชนได้ร่วมรับรู้การดำเนินงานของคณะกรรมการโดยตลอด
2. การมีส่วนร่วมคิด ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้มีการจัดเวทีชาวบ้าน และการระดมสมอง
3. การมีส่วนร่วมทำ ได้แก่ การเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย การเป็นที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย การเป็นผู้มีส่วนช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย รวมทั้ง การเป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย
4. การมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย และการเป็นผู้สนับสนุนช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมาย
5. การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย คือ การเป็นผู้ใช้บริการ โปรแกรมสื่อความหมาย (ผู้รับสาร) และการนำโปรแกรมสื่อความหมายมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว

6. การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผล โปรแกรมสื่อความหมายของคนในชุมชน ซึ่งได้กระทำการทดสอบประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายหลังจากได้ทำการผลิตสื่อ ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มคณะกรรมการประมงพื้นบ้านกวันพะเยา กลุ่มคณะที่ปรึกษาโครงการฯ และกลุ่มประชาชนทั่วไปในท้องถิ่น

องค์ประกอบที่ 7 การออกแบบและจัดทำโปรแกรม สื่อความหมาย (interpretation design)

เริ่มจากการร่างแผนและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme) แล้วมีการนำเสนอโดยการประชุมกลุ่มย่อยในพื้นที่ชุมชนนำร่องทั้ง 4 แห่ง รวมทั้งการปรึกษาหารือกับคณะที่ปรึกษาเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) หลังจากนั้น นำผลสรุปจากการประชุมมาปรับแก้ไขและพัฒนาแผนการจัดจนกระทั่งได้ แผนระบบสื่อความหมายและออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายฉบับสมบูรณ์ แล้วดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามแผนงาน โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกันจนกระทั่งเสร็จสิ้นสื่อหรือตัวกลางที่ได้จัดทำเพื่อใช้ในการเป็นช่องทางการสื่อสาร (channel) ไปยังผู้รับสาร ได้แก่

สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวและนักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

สื่อไม่ใช่บุคคล ได้แก่

- เส้นทางท่องเที่ยวรอบกวันพะเยาโดยสื่อความหมายถึง “กวันพะเยา” ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน

- แบบคู่มือสื่อความหมาย “กวันพะเยา” ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน

- สื่อวีดิทัศน์ วิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านกวันพะเยา เรื่อง “ภาพสุดท้าย”

- แผ่นพับ / โบชัว “กวันพะเยา” ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน

- แบบป้ายสื่อความหมายฯ

- แบบเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทางสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

การจัดทำสื่อทั้งหมดนี้ คณะทำงานไม่สามารถดำเนินงานเองได้ทั้งหมด ในกระบวนการจัดทำมีการประสานงานกับผู้มีประสบการณ์เข้ามาช่วยดำเนินการด้วย เช่น สื่อวีดิทัศน์หรือการทำหนังสือ ได้มีกลุ่มศิลปินในท้องถิ่นที่มีประสบการณ์เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำร่วมกับชาวบ้านและคณะทำงาน หรือการออกแบบกราฟิกดีไซน์แผ่นพับ คู่มือสื่อความหมาย

คณะทำงานไม่สามารถทำได้ แต่อย่างไรก็ดี ผู้ที่ให้แนวคิดและควบคุมการผลิตคือ คณะทำงาน และเครือข่ายประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา เป็นผู้ดูแลการจัดทำสื่อทั้งหมด

นอกจากนี้ ชุมชนยังได้มีการวางแผนในการจัดเตรียมสื่อ หรือตัวกลางเพิ่มเติมจากข้างต้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาเยือน และเพื่อพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญาประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาต่อไป อาทิเช่น บ้านสันแกลบคำ ได้มีโครงการจัดทำศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และพิพิธภัณฑ์ชุมชนร่องไฮ ซึ่งมีการรวบรวมเครื่องมือเครื่องใช้ด้านการประมงเพื่อจัดทำเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชนต่อไป

องค์ประกอบที่ 8 เครือข่าย (network)

กระบวนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจะสามารถดำเนินการสำเร็จด้วยดีและยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยเครือข่ายหรือทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชนและเครือข่ายภายนอกด้วยเช่นเดียวกัน ผลจากการดำเนินการพบว่า การจัดทำระบบสื่อความหมายให้เกิดผลสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยเครือข่ายในด้านต่าง ๆ จำแนกเป็น 2 ประเภทคือ

1. เครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชน ที่มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันในท้องถิ่น ได้แก่

1.1 เครือข่ายในองค์กร หรือคณะทำงานที่ดำเนินการร่วมกันจากบทเรียนที่นำรูปแบบการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเข้าไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ศึกษา พบว่า เครือข่ายในองค์กรทั้งในส่วนของ คณะทำงาน และกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้าน มีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินงานวิจัยให้เป็นที่ไปในทิศทางเดียวกันและเป็นไปตามกำหนดเวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ลักษณะความสัมพันธ์ภายในองค์กรด้วย เช่น คณะทำงานที่เป็นญาติพี่น้องกันมักมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน และให้ความร่วมมือต่อกันได้ดี

1.2 เครือข่าย “บวร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบันสำคัญที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น คณะทำงานได้มีการประสานความร่วมมือในการเข้าร่วมกระบวนการสื่อความหมายครั้งนี้ด้วย โดย “บ้าน” หรือคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ การรับรู้ การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและจัดทำสื่อตามความถนัด และความสนใจของผู้ต้องการเข้าร่วม จนกระทั่งการใช้บริการและประเมินศักยภาพโปรแกรมสื่อความหมาย ส่วน “วัด” ในภาพรวมของรอบกว๊านพะเยานั้น คณะทำงานได้ประสานกับท่านเจ้าอาวาสวัดสำคัญในฐานะเป็นแหล่งข้อมูลทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งนี้ได้นิมนต์รองสมเด็จพระอุบาลีคุณูปมาจารย์เจ้าอาวาสวัดศรีโคมคำ และพระครูอนุรักษ์บุรานันท์ เจ้าอาวาสวัดลี เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาโครงการ

ด้วย ส่วนโรงเรียนในพื้นที่ศึกษา ถือเป็นเครือข่ายสำคัญในการเชิญครูบาอาจารย์ นักเรียน นักศึกษาร่วมจัดทำสื่อ ร่วมให้บริการและประเมิน โปรแกรมสื่อความหมาย

2. เครือข่ายความร่วมมือภายนอกชุมชน คณะทำงานของชุมชนจำเป็นจะต้องมีการประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่นทั้งภาครัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้องเพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ถือว่าเป็นช่องทางในการนำเสนอสื่อไปสู่สังคมภายนอกอีกทาง โดยจำแนกได้ดังนี้

2.1 เครือข่ายด้านวิชาการให้ความรู้ ได้แก่ มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

2.2 เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว ด้านการสื่อความหมาย และประมง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา สำนักงานประมงจังหวัดพะเยา ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดพะเยา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

2.3 เครือข่ายองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. และเทศบาล

2.4 เครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชน เช่น สถาบันพัฒนาพะเยา

2.4 เครือข่ายทางภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยวและการสื่อสาร เช่น สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดพะเยา สถานีวิทยุชุมชนทริปเปิลเรดิโอ พะเยา เคเบิลทีวีจังหวัดพะเยา และอบเชยฟิล์ม

2.5 เครือข่ายการเป็นชุมชนประมง และชุมชนด้านการท่องเที่ยว ถือเป็นการสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ และบทเรียน รวมทั้งหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 9 การติดตามประเมินผล (evaluation)

เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยมีการประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งจำแนกกลุ่มในการประเมิน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ทั้งนี้ได้เสนอผลการศึกษาในบทที่ 6 ต่อไป

บทที่ 6

ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

การศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 3 นี้ ได้ดำเนินการหลังจากที่จัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน “กวันพะเยา” เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีเป้าหมายในการวิจัยคือ การประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน จังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้จำแนกเนื้อหาสำคัญ 2 ส่วน คือ

1. ผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน จังหวัดพะเยา โดยชุมชนท้องถิ่น
 2. ผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน จังหวัดพะเยา โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว
- สรุปผลการศึกษา ดังนี้

ผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน จังหวัดพะเยา โดยชุมชนท้องถิ่น

ชุมชนท้องถิ่น ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 38 คน ประกอบไปด้วย คณะกรรมการเครือข่ายชาวประมงพื้นบ้านกวันพะเยา และคณะที่ปรึกษาการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ ครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลเมืองพะเยา เทศบาลตำบล องค์การบริหารงานส่วนตำบล ประมงจังหวัดพะเยา ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดพะเยา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดพะเยาและสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากรของกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่คือคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวันพะเยา และที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน ส่วนใหญ่คือ เพศชายมีจำนวนมากกว่าเพศหญิง จำนวนร้อยละ 73.68 ส่วนเพศหญิง ร้อยละ 26.32 อยู่ในวัยกลางคน หรือช่วง 31 – 49 ปี ร้อยละ 63.16 อายุเฉลี่ย 45 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษามากที่สุด คือ ร้อยละ 26.32 รองลงมาซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 23.68 และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารภาครัฐและผู้บริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นนั้นจะให้ความสนใจในการศึกษาต่อให้สูงขึ้นกว่าเดิม ซึ่งพบว่า การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโทมีสูงถึง ร้อยละ 13.16 สำหรับอาชีพประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง ร้อยละ 31.58 รองลงมาคือ รับราชการ ร้อยละ 28.95 และนักธุรกิจ หรือเจ้าของกิจการ ร้อยละ 18.42 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งหรือร้อยละ 50 ประกอบอาชีพรอง โดยอาชีพรับจ้างทั่วไปมีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 23.68 รองลงมาได้แก่ เกษตรกร ร้อยละ 18.42 และทำประมง ร้อยละ 7.89 ถิ่นพำนักในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมืองพะเยา เขตตำบลเวียง ร้อยละ 39.47 รองลงมาคือ ตำบลแม่ใส และตำบลด้อม ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษา รายละเอียดตามตาราง 26 ต่อไปนี้

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร

n = 38

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	28	73.68
หญิง	10	26.32
อายุ		
20 – 30 ปี (วัยผู้ใหญ่ตอนต้น)	3	7.89
31 – 49 ปี (วัยกลางคน)	24	63.16
50 - 59 ปี (วัยผู้ใหญ่ตอนปลาย)	5	13.16
60 ปีขึ้นไป (วัยชรา)	6	15.79

\bar{X} = 45.13 SD = 11.92 Range = 20-68

ตาราง 26 (ต่อ)

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	10	26.32
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	7.89
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	6	15.79
อนุปริญญา หรือ ปวส.	5	13.16
ปริญญาตรี	9	23.68
ปริญญาโท	5	13.16
อาชีพ		
ประมง	12	31.58
รับราชการ	11	28.95
นักธุรกิจ หรือเจ้าของกิจการ	7	18.42
นักเรียน/นักศึกษา	3	7.89
เกษตรกร	2	5.26
เกษียณอายุ	2	5.26
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	2.63
อาชีพพรอง		
ไม่มีอาชีพพรอง	19	50.00
รับจ้างทั่วไป	9	23.68
เกษตรกร	7	18.42
ประมง	3	7.89
ถิ่นพำนักในปัจจุบัน		
ตำบลเวียง	15	39.47
ตำบลแม่ใส	5	13.16
ตำบลต้อม	5	13.16

ตาราง 26 (ต่อ)

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตำบลท่าวังทอง	4	10.53
ตำบลสันป่าม่วง	3	7.89
ตำบลแม่ต้า	2	5.26
ตำบลบ้านสา	2	5.26
ตำบลบ้านคุ่น	2	5.26

สถานภาพทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ บุคคลที่มีอยู่ในรายชื่อเครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา ร้อยละ 47.37 โดยจำแนกเป็นคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้าน สมาชิกเครือข่ายประมงพื้นบ้าน การเป็นทั้งผู้นำชุมชนและคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้าน การเป็นทั้งผู้นำชุมชนและสมาชิกเครือข่ายประมงพื้นบ้าน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่ง/หน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวนร้อยละ 31.58 และเป็นคณะกรรมการภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หอการค้าจังหวัด ร้อยละ 28.95

ส่วนความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออาชีพประมงพื้นบ้าน สรุปว่า มีความสัมพันธ์กันตามหน้าที่ การงาน เช่น ทำงานร่วมกับชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยามีจำนวนเท่ากับการมีเพื่อนหรือคนรู้จักประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน คือ ร้อยละ 28.95 รองลงมาคือ การทำประมงพื้นบ้านคืออาชีพหลัก ร้อยละ 21.05 อาชีพรอง ร้อยละ 10.53 และมีคนในครอบครัวประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน ร้อยละ 7.89 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกคนมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับอาชีพนี้ มีเพียง 1 คนหรือร้อยละ 2.63 เท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กับประมงพื้นบ้านเลย รายละเอียดแสดงตามตาราง 27 ต่อไปนี้

ตาราง 27 จำนวนและร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามสถานภาพทางสังคมและความสัมพันธ์
ที่มีต่ออาชีพประมงพื้นบ้านกวันพะเยา

n = 38

ลักษณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพทางสังคม(ตำแหน่ง/ หน้าที่)		
เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	12	31.58
คณะกรรมการภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมกรมการ	11	28.95
ท้องถิ่นจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดพะเยา		
เครือข่ายประมงพื้นบ้าน (จำนวน 13 คน ร้อยละ 47.37) จำแนกดังนี้		
คณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้าน	6	15.79
สมาชิกเครือข่ายประมงพื้นบ้าน	2	5.26
ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้าน	3	7.89
ผู้นำชุมชนและสมาชิกเครือข่ายประมงพื้นบ้าน	2	5.26
ไม่มีตำแหน่งในชุมชน	2	5.26
ความสัมพันธ์ที่มีต่ออาชีพประมงพื้นบ้านกวันพะเยา		
มีความสัมพันธ์กันตามหน้าที่ การงาน เช่นทำงานร่วมกับ	11	28.95
ชาวประมงพื้นบ้านกวันพะเยา		
มีเพื่อนหรือคนรู้จักประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน	11	28.95
อาชีพประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพหลัก	8	21.05
อาชีพประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพรอง	4	10.53
มีคนในครอบครัวประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน	3	7.89
ไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ	1	2.63

การมีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประมงพื้นบ้านกวันพะเยา

งานวิจัยครั้งนี้ได้นำหลักการของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเข้ามาใช้ในกระบวนการจัดทำสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีผลที่สอดคล้องและสนับสนุนทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ดังที่ ถึง Peter Berger และ Thomas Luckmann (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2550: 190-201) กล่าวว่า ปรากฏการณ์หนึ่งใดจะมีความหมายอย่างไรย่อมแล้วแต่คนแต่ละชุมชนหรือสังคมจะสร้างความหมาย ความจริงของสังคมคนขึ้นมาแล้วดำเนินชีวิตตามแนวทางที่สร้างขึ้น

ดังนั้น สังคมนั้น ๆ จะมีลักษณะอย่างไร มีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น และสอดคล้องกับหลักการของแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งต่างมีหลักการที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนของตนเองอย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน และจากการทดลองใช้รูปแบบฯ ณ ชุมชนประมงพื้นบ้านกวันพะเยานั้น พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นครั้งนี้ และอยู่ในขั้นตอนหรือกระบวนการในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายเกือบทุกขั้นตอน สรุปการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย “กวันพะเยา:ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน” พบว่า การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายและการมีส่วนร่วมตรวจสอบประเมินผล โปรแกรมสื่อความหมายมีจำนวนเท่ากันคือ 38 คนหรือร้อยละ 100 เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ เครือข่ายประมงพื้นบ้านซึ่งเป็นคณะทำงานและคณะที่ปรึกษาโครงการฯ จึงเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมรับรู้ และร่วมประเมินผลทั้งหมดอยู่แล้ว รองลงมาได้แก่ การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์โดย เป็นผู้ให้บริการ โปรแกรมสื่อความหมาย ร้อยละ 97.37 การมีส่วนร่วมสนับสนุนโดยช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมาย ร้อยละ 86.84 การมีส่วนร่วมทำเป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย ร้อยละ 78.95 การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์โดย นำมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว ร้อยละ 78.95 การมีส่วนร่วมทำในการที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ร้อยละ 68.42 การมีส่วนร่วมคิด ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ร้อยละ 52.63 การมีส่วนร่วมทำโดย เป็นคณะกรรมการบริหารจัดการโปรแกรมสื่อความหมาย ร้อยละ 39.47 การมีส่วนร่วมทำโปรแกรมสื่อความหมาย ร้อยละ 34.21 และการมีส่วนร่วมสนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ร้อยละ 18.42 แสดงรายละเอียดตามตาราง 28

การมีส่วนร่วมลักษณะต่าง ๆ ข้างต้นนี้ถือเป็นการสื่อสารสองทางที่ทุกฝ่ายทั้ง ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ สามารถสลับบทบาทเป็นผู้ให้และผู้รับสาร เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่คู่สื่อสารมีความรู้สึกเท่าเทียมกัน มีเป้าหมายโดยรวมเพื่อที่จะให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ การตัดสินใจที่ดีขึ้น และได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน นำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันและเกิดสำนึก ความรับผิดชอบในการพัฒนาท้องถิ่นของตน ซึ่งเป็นเป้าหมายของวิถีทางการจัดทำสื่อในกระแสปัจจุบันทั้งในสังคมไทยและระดับสากล ผลงานวิจัยครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ White (1994) อ่างในปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ,

2549: 201-209) กาญจนา แก้วเทพ (2551: 98-115) ที่กล่าวถึง การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมจะ เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมของสมาชิกทั้งชุมชน หรือการเข้าร่วมของสมาชิกที่ได้รับการยอมรับว่าเป็น เสมือนตัวแทนชุมชนนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรม และเงื่อนไขด้านเวลาเป็นสำคัญ ทุกฝ่าย สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทที่แตกต่างกันไปทั้งทางตรงและทางอ้อม กระบวนการมีส่วนร่วม ในชุมชนสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งการมีส่วนร่วมโดยอ้อมผ่านสมาชิกบางกลุ่มในชุมชนที่ถือว่าเป็น ตัวแทนชุมชนหรือ การมีส่วนร่วมโดยตรงของสมาชิกทั้งชุมชน ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมที่แท้ (genuine participation) ทั้งสิ้น เนื่องจาก เป็นการเริ่มต้นจากชุมชนท้องถิ่นเองโดยมีการร่วมแลกเปลี่ยน ข้อคิดเห็นภายในชุมชน การร่วมเป็นพันธมิตรระหว่างทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมในการใช้ สิทธิตัดสินใจ และสามารถควบคุมการตัดสินใจโดยพลเมือง

ตาราง 28 จำนวนและร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามลักษณะการมีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรม สื่อความหมายฯ

		n = 38
	ลักษณะการมีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ	จำนวน ร้อยละ
	การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	38 100.00
	การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผลโปรแกรมสื่อความหมาย	38 100.00
	การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์โดย เป็นผู้ให้บริการ โปรแกรมสื่อความหมาย (ผู้รับสาร)	37 97.37
	การมีส่วนร่วมสนับสนุน โดยช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โปรแกรมสื่อความหมาย	33 86.84
	การมีส่วนร่วมทำเป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย	30 78.95
	การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์โดย นำมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว	30 78.95
	การมีส่วนร่วมทำในการที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	26 68.42
	การมีส่วนร่วมคิด ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้	20 52.63
	การมีส่วนร่วมทำในการเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการทำโปรแกรมสื่อความหมาย	15 39.47
	การมีส่วนร่วมทำในการผู้มีส่วนช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	13 34.21
	การมีส่วนร่วมสนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	7 18.42

แรงจูงใจของชุมชนท้องถิ่นในการเข้ามามีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย

แรงจูงใจของชุมชนท้องถิ่นในการเข้ามามีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เป็นแรงผลักดันทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุดคือ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นของตนเอง ในระดับมากมีจำนวนร้อยละ 73.68 คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.74 แสดงให้เห็นว่าชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีจิตสาธารณะ ยินดีที่จะเข้าร่วมเพื่อให้ท้องถิ่นของตนพัฒนา ถือเป็นแรงจูงใจอันเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการธำรงรักษาความเป็นชุมชนเอาไว้ ดังที่ R. Putnum (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2551: 116) ได้กล่าวว่า ลักษณะจิตสาธารณะ (voluntarism) ของบุคคลในชุมชนนั้น ทำให้ตัวบุคคลเอาใจใส่เป็นธุระกับกิจการของส่วนรวม เป็นคนที่มีสำนึกแบบ ชุมชนนิยม ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาสู่ความปิติสุขของชุมชน แรงจูงใจรองลงมาได้แก่ ความตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญา วิถีชีวิตของประมงพื้นบ้านค่าเฉลี่ย 2.60 กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นบุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกันทั้งภาครัฐ เอกชน โดยเฉพาะผู้ที่เป็ชชาวประมงเอง ดังนั้นจึงเห็นคุณค่าและตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญา วิถีชีวิตของประมงพื้นบ้านซึ่งนับวันยิ่งเปลี่ยนแปลงแล้วเลือนหายไป นอกจากนี้แรงผลักดันด้านอื่นๆ ที่สำคัญ ได้แก่ การได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น ค่าเฉลี่ย 2.55 การมีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัสธรรมชาติ ค่าเฉลี่ย 2.45 กระทำตามตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบของตนเอง ค่าเฉลี่ย 2.26 การมีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับคนในชุมชนค่าเฉลี่ย 2.26 โดยมีรายละเอียดตามตาราง 29 ต่อไปนี้

ตาราง 29 ร้อยละของการให้ความสำคัญของประชาชนท้องถิ่นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

n = 38

แรงจูงใจ	ระดับความสำคัญ				\bar{X}	SD
	มาก (3)	ปาน กลาง (2)	น้อย (1)	ไม่สำคัญ เลย(0)		
1. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนา ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง	73.68	26.32	-	-	2.74	0.45
2. ตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญา วิถีชีวิต ของประมงพื้นบ้าน	60.53	39.47	-	-	2.60	0.50
3. ได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของ ชุมชนอื่น	57.89	39.47	2.63	-	2.55	0.55
4. มีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัส ธรรมชาติ	44.74	55.26	-	-	2.45	0.50

ตาราง 29 (ต่อ)

แรงจูงใจ	ระดับความสำคัญ				\bar{X}	SD
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญเลย		
5. กระทำตามตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบของตนเอง	47.37	31.58	21.05	-	2.26	0.79
6. มีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับคนในชุมชน	36.84	52.63	10.53	-	2.26	0.64
7. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน	15.79	65.79	18.42	-	1.97	0.59
8. ได้เรียนแบบหรือปฏิบัติตามบุคคลที่ชื่นชอบ	2.63	31.58	36.84	28.95	1.08	0.85

ความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับตัวกลางการสื่อความหมาย

ตามความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับ สื่อกลางแต่ละประเภทในภาพรวมพบว่า ค่าผลต่างหรือคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ -0.24 จะเห็นว่า ชุมชนคาดหวังหรือมีความต้องการให้มีการจัดทำสื่อในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งสูงกว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) คือ 3.47 วิเคราะห์ได้ว่า ชุมชนท้องถิ่นมีความคาดหวังต่อการดำเนินงาน โครงการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ ครั้งนี้ สูงกว่าคุณภาพของสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) และในรายละเอียดคือ ค่าเฉลี่ยคุณภาพของสื่อที่ได้รับบริการทุกประเภทรุ่นต่างมีค่าน้อยกว่าความคาดหวัง อย่างไรก็ตาม สื่อกลางที่มีค่าคุณภาพของสื่อที่ได้รับบริการเฉลี่ยสูงสุดคือ เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน และคู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน มีค่าเท่ากับ 4.11 รองลงมาได้แก่ นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ค่าเฉลี่ย 3.97 แผ่นพับ/โบชัวร์ ค่าเฉลี่ย 3.84 และเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจหรือ ผลต่างของคุณภาพของสื่อที่ได้รับบริการกับความคาดหวังของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ทราบถึง สื่อกลางที่ต้องปรับปรุงแก้ไขโดยด่วนหรือมีค่าผลต่างติดลบสูงที่สุดคือ เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ มีผลต่าง -1.51 รองลงมาตามลำดับได้แก่ การสาธิต / การแสดง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ชุมชน แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว วัสดุทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ แผ่นพับ/ โบชัวร์ เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน นักสื่อความหมาย

หรือมีคฤหาสน์ที่ท้องถิ่น คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน และผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม คณะทำงานได้นำผลข้างต้นประชุมหารือร่วมกัน แล้วสรุปได้ว่า การดำเนินงานจัดทำสื่อโดยชุมชนท้องถิ่นครั้งนี้ ถือเป็นครั้งแรกที่มีการร่วมมือกัน ชุมชนอาจมีความหวังสูงกว่าคุณภาพของสื่อที่ได้รับบริการ แม้ว่าคณะทำงานจะดำเนินการอย่างเต็มที่แล้ว แต่ก็พบปัญหาอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพของสื่อกลางอันมีผลทำให้ผู้เข้ารับบริการประเมินคุณภาพของสื่อที่ได้รับบริการน้อยกว่าที่คาดหวัง คณะทำงานจึงคิดเห็นร่วมกันว่า จะต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทำงาน โดยเฉพาะ ความรู้ ความสามารถในการผลิตสื่อชุมชน รวมทั้ง การสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกให้เข้ามาร่วมสนับสนุน โดยเฉพาะด้านวิชาการ และงบประมาณ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะทำให้อีกรุ่นมีประสิทธิภาพมากกว่านี้

คะแนนเฉลี่ยของสื่อกลางแต่ละประเภทตามความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่น นำเสนอ ดังตาราง 30 ต่อไปนี้

ตาราง 30 คะแนนเฉลี่ยของสื่อกลางแต่ละประเภทตามความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่น

ประเภทของตัวกลาง การสื่อความหมาย	คะแนน ความสำคัญ เฉลี่ยของสื่อที่ ชุมชนท้องถิ่น คาดหวังต้องการ ให้มีขึ้นในแหล่ง ท่องเที่ยว (เต็ม 5 คะแนน)	สื่อที่ได้รับ บริการ (✓)	คะแนนเฉลี่ย ของคุณภาพสื่อ ที่ได้รับบริการ (quality perception) (เต็ม 5 คะแนน)	ค่าคะแนนความ พึงพอใจหรือ ผลต่างของ คุณภาพสื่อที่ ได้รับกับความ หวัง)
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล				
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้าน การท่องเที่ยว	3.76	✓	3.73	-0.03
2. นักสื่อความหมาย หรือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	4.03	✓	3.97	-0.06
3. การสาธิต / การแสดง	3.68	✓	2.66	-1.02
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล				
1. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.08	✓	3.24	-0.84
2. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน	4.37	✓	4.11	-0.26
3. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้าย อธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	4.32	✓	3.76	-0.56
4. พิพิธภัณฑสถานชุมชน	3.76	✓	2.92	-0.84

ตาราง 30 (ต่อ)

ประเภทของตัวกลาง การสื่อความหมาย	คะแนน ความสำคัญ เฉลี่ยของสื่อที่ ชุมชนท้องถิ่น คาดหวังต้องการ ให้มีขึ้นในแหล่ง ท่องเที่ยว (เต็ม 5 คะแนน)	สื่อที่ได้รับ บริการ (✓)	คะแนนเฉลี่ย ของคุณภาพสื่อ ที่ได้รับบริการ (quality perception) (เต็ม 5 คะแนน)	ค่าคะแนนความ พึงพอใจหรือ ผลต่างของ คุณภาพสื่อที่ ได้รับกับความ คาดหวัง)
5. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมาย บอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่ง ท่องเที่ยว ฯลฯ	4.32	✓	2.81	-1.51
6. เว็บไซต์ (web site) แนะนำการ ท่องเที่ยวในชุมชน	3.37	-		
7. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวใน ชุมชน	4.16	✓	4.11	-0.05
8. แผ่นพับ/ โบชัว	4.16	✓	3.84	-0.32
9. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์	3.50	✓	3.00	-0.50
10. นิทรรศการในร่ม	3.55	-		
11. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของ ชุมชน	2.42	-		
12. ไปสเตอร์	2.97	-		
13. แผ่นปลิว	2.97	-		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม	3.71		3.47	-0.24

ผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของ
ชุมชนท้องถิ่น

การประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนรอบ
กว๊านพะเยา ครั้งนี้ พบว่า ในภาพรวมการสื่อความหมายมีประสิทธิภาพมีค่าเท่ากับ 0.10 โดยค่า
คะแนนคุณภาพจากการรับรู้ (quality perception) เฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ส่วนค่าคะแนนความคาดหวังคือ

3.75 แสดงว่ากลุ่มเป้าหมายมีค่าความพึงพอใจต่อการสื่อความหมายเท่ากับ 0.10 เท่านั้น จำแนกประสิทธิภาพตามคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดคือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงมีค่าเท่ากับ 0.007 รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ การมีนัยสำคัญของการสื่อความหมาย ส่วนตัวชี้วัดที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวและความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง

คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช้บุคคลที่มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ ภาษาเข้าใจง่าย โดยมีค่าเท่ากับ 0.017 รองลงมาตามลำดับ คือ เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย ความเหมาะสมกลมกลืนสภาพแวดล้อม ความชัดเจนของเนื้อหา ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบวิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ ส่วนตัวชี้วัดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขคือ การเรียบเรียงให้มีใจความสำคัญ

ส่วนการประเมินตามคุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดคือ การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย โดยมีค่าเท่ากับ 0.021 รองลงมาคือ ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้รับสารอย่างไรก็ตามเนื่องจากสื่อบุคคลโดยเฉพาะมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนั้นคือ ชาวประมงส่วนชุมชนท้องถิ่นผู้รับสารที่เข้าร่วมประเมินต่างเป็นคนในท้องถิ่น ดังนั้นจึงส่งผลทำให้ มีประสบการณ์เชื่อมโยงเรื่องราวสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเป็นทุนเดิม ส่วนคุณลักษณะอื่น ๆ พบว่า ด้านบุคลิกภาพของบุคคล มีค่าคะแนนประสิทธิภาพเท่ากับ 0.004 ส่วนการให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัยนั้น มีค่าเท่ากับ 0.001 สำหรับคุณลักษณะที่สื่อบุคคลต้องปรับปรุงแก้ไขมากที่สุดคือ ด้านทักษะในการสื่อสาร ที่สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะน่าประทับใจ ด้านอภยาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง และความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม รายละเอียดดังตาราง 31 ต่อไปนี้

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
โดยประชาชนท้องถิ่น

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง (E)	ค่าเฉลี่ย คุณภาพ จากการ รับรู้ (P)	ค่าความ พึงพอใจ (P-E)	ค่าถ่วง น้ำหนัก (W)	ค่าคะแนน ประสิทธิ ภาพสื่อ (P-E) W
ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตามคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่					
คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากร					
1. ความสะดวกในการเข้าถึง	3.24	3.42	0.18	0.039	0.007
2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ ทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่	3.84	3.97	0.13	0.043	0.006
3. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย	3.87	3.95	0.08	0.038	0.003
4. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้อง กับจุด หรือสถานที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง	3.89	3.74	-0.15	0.038	-0.006
5. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรม ท่องเที่ยว	4.24	4.05	-0.19	0.044	-0.008
คุณลักษณะของสื่อประเภทไมใช่บุคคล					
1. ภาษาเข้าใจง่าย	3.61	4.00	0.39	0.044	0.017
2. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย	3.50	3.87	0.37	0.043	0.016
3. ความเหมาะสมกลมกลืนกับ สภาพแวดล้อม	3.58	3.95	0.37	0.041	0.015
4. ความชัดเจนของเนื้อหา	3.66	3.92	0.26	0.042	0.011
5. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ	3.79	3.95	0.16	0.043	0.007
6. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์	3.71	3.82	0.11	0.042	0.005
7. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ	3.84	3.95	0.11	0.042	0.005
8. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ	3.71	3.82	0.11	0.042	0.005
9. ความเป็นเอกภาพ มีความ สัมพันธ์ เชื่อมโยงกันอย่างต่อ เนื่อง	3.61	3.68	0.07	0.039	0.003
10. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.24	4.29	0.05	0.043	0.002
11. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น	3.79	3.79	0	0.041	0
12. มีใจความสำคัญ การเรียบเรียงดี	3.87	3.77	-0.1	0.040	-0.004

ตาราง 31 (ต่อ)

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง (E)	ค่าเฉลี่ย คุณภาพ จากการ รับรู้ (P)	ค่าความ พึงพอใจ (P-E)	ค่าดวง น้ำหนัก (W)	ค่าคะแนน ประสิทธิ ภาพสื่อ (P-E) W
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล					
1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของ แหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.39	3.87	0.48	0.043	0.021
2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของ ทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ ผู้ฟัง	3.60	3.74	0.14	0.041	0.006
3. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย	3.66	3.76	0.1	0.041	0.004
4. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่ นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น จารีต ประเพณี ข้อห้าม หรือความปลอดภัย	3.63	3.66	0.03	0.042	0.001
5. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิด ความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม	3.63	3.61	-0.02	0.042	-0.001
6. อธิบายเป็นมิตร ชี้แจงแจ่มใส เป็น กันเอง	4.45	4.34	-0.11	0.045	-0.004
7. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ	3.58	3.45	-0.13	0.041	-0.005
ค่าเฉลี่ยในภาพรวม	3.75	3.85	0.10		0.10

ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมายของชุมชนท้องถิ่น

หมายถึง การรับรู้ข้อเท็จจริงและมีความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับ กฎเกณฑ์และ
โครงสร้าง หรือสถานที่ สิ่งของหรือบุคคลที่เป็นเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยวัด
จากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบถูก โดยมีการทดสอบก่อนและหลังเข้ารับบริการสื่อ
ความหมาย ผลปรากฏว่า ชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงทั้งก่อนและหลังเข้ารับบริการ
แสดงว่า ต่างมีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อความหมายเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องและอยู่ในพื้นที่
ชุมชนประมงพื้นบ้าน รอบกว๊านพะเยา อยู่แล้ว โดยคะแนนเต็มทั้งสิ้น 15 คะแนน พบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างสามารถทำการทดสอบและได้ค่าคะแนนเฉลี่ยก่อนรับบริการสื่อความหมายคือ 11.11 คะแนน ส่วนคะแนนเฉลี่ยหลังรับบริการ 12.71 คะแนน อย่างไรก็ตาม การเข้ารับบริการสื่อความหมายน่าจะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมายสูงขึ้นกว่าเดิม เพราะ ก่อนเข้ารับบริการกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในระดับต่ำ (0-5 คะแนน) ร้อยละ 5.26 แต่หลังจากเข้ารับบริการพบว่า ไม่มีผู้ใดได้คะแนนอยู่ในระดับต่ำเลย รวมทั้ง คะแนนเฉลี่ยก็สูงกว่าก่อนรับบริการ แสดงรายละเอียดดังตาราง 32-33 ต่อไปนี้

ตาราง 32 ร้อยละของผู้ที่ตอบผิดและตอบถูกในการประเมินความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย

ข้อความ	n = 38	
	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
1. วิธีการทำประมงที่ชาวบ้านนิยมทำกันในกวันพะเยา ได้แก่ การใส่ แฉ่ง การวางอวน การทอดแหและการใส่ไซ	92.11	7.89
2. กวันพะเยามีความสำคัญในระดับนานาชาติฐานะที่เป็น บึงน้ำจืดพื้นที่ ชุ่มน้ำ (wetland) ที่ใหญ่ที่สุดของระบบนิเวศลุ่มน้ำอิงและภาคเหนือ ตอนบน	86.84	13.16
3. ก่อนปี พ.ศ. 2500 กวันพะเยาเป็นเพียงหนองน้ำธรรมชาติ มีแม่น้ำปิง และแม่น้ำตาปีไหลผ่านและมีพื้นที่ประมาณพันกว่าไร่เท่านั้น	86.84	13.16
4. ชาวประมงสามารถวัดคุณภาพน้ำกวันฯ ได้โดยสังเกตจาก พฤติกรรม ของกุ้งฝอยหรือปลาตุ๊ก ถ้ามีการลอยหัวขึ้นมาบริเวณผิวน้ำเพื่อหายใจ แสดงว่าน้ำเริ่มเสียเพราะในน้ำมีออกซิเจนไม่เพียงพอ	86.84	13.16
5. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังกวันพะเยา (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาผีปันน้ำ โดย มียอดสำคัญ คือ คอยหนอก และคอยหลวง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอุทยาน แห่งชาติคอยหลวง	84.21	15.79
6. การทำประมงพื้นบ้านในกวันพะเยานั้น มีลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็น การทำประมงน้ำจืด โดยใช้เรือขุดที่ใช้เครื่องยนต์	81.58	18.42
7. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทดลองหรือการกีฬาหรือการพักผ่อน หย่อนใจโดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง	81.58	18.42
8. ซั้ง คือ อุปกรณ์ที่ใช้ไม้ไผ่บงสาน ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชาวประมง น้ำจืด เพื่อใช้ใส่ปลาที่หามาได้ไม่ว่าจะเป็น การทอดแห ตกจำ ปักเบ็ด	76.32	23.68
9. ชาวประมงทราบ ว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าเมฆปอบเป็นฝูงบิน ว่อนขึ้นจากกวันฯสู่ฝั่งผืนแผ่นดิน หมายความว่า จะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้นชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา	73.68	26.32

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อความ	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
10. พระธาตุสำคัญของเมืองพะเยา คือ พระธาตุจอมทอง ซึ่งเปรียบเสมือนเขาพระสุเมรุตามความเชื่อแบบพราหมณ์ฮินดูในการสร้างเมืองจะต้องมีศูนย์กลางแห่งจักรวาล	73.68	26.32
11. ปลาชะโด คือพันธุ์ปลาต่างถิ่นที่เข้ามาแย่งพื้นที่ ถิ่นอาศัย และรุกรานปลาพันธุ์ดั้งเดิมให้สูญพันธุ์ไป	68.42	31.58
12. “เรือผีหลอก” เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้านที่กว้านพะเยาซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง	65.79	34.21
13. วัดคิโลกอาราม เป็นโบราณสถานหนึ่งที่จมอยู่ในกว้านพะเยาและได้ค้นพบหลวงพ่อดิลก รวมทั้งถือเป็นสถานที่ที่มีการเวียนเทียนกลางน้ำแห่งเดียวในโลก ในวันเพ็ญเดือน 3 เดือน 6 และเดือน 8	55.26	44.74
14. ในเดือนพฤษภาคม – กันยายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี่ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือหาปลาที่ไม่ทำร้ายปลาที่กำลังวางไข่ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป	52.63	47.37
15. ตัวอย่างวิธีการหาปลาที่ต้องนั่งเรือไปที่น้ำลึกและต้องลงดำน้ำ ได้แก่ การสร้างบ้านให้ปลานู การตกจ้ำหรือขอ ล้นปลาไหล การวิดปลา และการไล่ปลา	44.74	55.26

ตาราง 33 ร้อยละของผู้ที่ตอบผิดและตอบถูกในการประเมินความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย

n = 38

ข้อความ	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
1. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังกว้านพะเยา (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาผีปันน้ำ โดยมีภูเขาสำคัญ คือ คอยหนอกคอยหลวง ซึ่งเป็นภูเขาที่ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคอยหลวง	97.37	2.63
2. กว้านพะเยามีความสำคัญในระดับนานาชาติในฐานะที่เป็น บึงน้ำจืดพื้นที่ชุ่มน้ำ (wetland) ที่ใหญ่ที่สุดของระบบนิเวศลุ่มน้ำอิงและภาคเหนือตอนบน	94.37	2.63

ตาราง 33 (ต่อ)

ข้อความ	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
3. ตัวอย่างพันธุ์ปลาดังเดิมและมีจำนวนมากในกว๊านพะเยา ได้แก่ ปลาดองหรือปลาสด ปลापีก /ปลาคะเพียนขาว และปลานู๋	92.11	7.89
4. วิธีการทำประมงที่ชาวบ้านนิยมทำกันในกว๊านพะเยา ได้แก่ การใส่ แห่ การวางอวน การทอดแหและการใส่ไซ	92.11	7.89
5. ชาวประมงทราบว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าเมฆป่อเป็นฝูงบิน ว่อนขึ้นจากกว๊านฯ สูดฝั่งผืนแผ่นดิน หมายความว่าจะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้น ชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา	89.47	10.53
6. ชาวประมงสามารถวัดคุณภาพน้ำกว๊านฯ ได้โดยสังเกตจาก พฤติกรรมของกุ้งฝอยหรือปลาชุก ถ้ามีการลอยหัวขึ้นมาบริเวณผิว น้ำเพื่อหายใจแสดงว่าน้ำเริ่มเสียเพราะในน้ำมีออกซิเจน ไม่เพียงพอ	89.47	10.53
7. “เรือผีหลอก” เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยาซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง	89.47	10.53
8. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยานั้น มีลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็นการทำประมงน้ำจืด โดยใช้เรือชุก ที่ใช้เครื่องยนต์ดีเซล	89.47	10.53
9. “หลวงพ่อบึงใหญ่” สำหรับคนพะเยาหมายถึง สมเด็จพระอุบาลี คุณูปมาจารย์ เจ้าอาวาสวัดศรีโคมคำซึ่งเป็นบุคคลที่ชาวพะเยาต่าง ให้ความเคารพ ศรัทธา	86.84	13.16
10. โบราณวัตถุที่เป็นจุดเด่นสำคัญของเวียงพญา ได้แก่ ศิลจารึกซึ่งมี จำนวนมากที่สุดในประเทศไทยและพระพุทธรูปหินทรายศิลปะ สกุลช่างพะเยาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	84.21	15.79
11. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทอดแหหรือการกีฬาหรือการพักผ่อน หย่อนใจโดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง	81.58	18.42
12. ระหว่างปี พ.ศ. 2482 – 2484 กรมประมงได้สร้างทำนบและประตูน้ำ ขวางกั้นแม่น้ำอิง ทำให้เกิดกว๊านพะเยาขนาดใหญ่ดังเห็นในปัจจุบัน	78.95	21.05
13. ปลาค้าว ปลาเพี้ย เป็นพันธุ์ปลาจากแม่น้ำอิง ซึ่งในอดีต (ก่อนกรม ประมงได้สร้างประตูกั้นน้ำ) เคยมีอยู่ในกว๊านพะเยา แต่ตอนนี้ไม่มี แล้วเพราะไม่สามารถว่ายผ่านฝาย และเขื่อนที่กั้นมายังกว๊านฯ ได้	68.42	31.58

ตาราง 33 (ต่อ)

ข้อความ	ผู้ตอบถูก	ผู้ตอบผิด
	ร้อยละ	ร้อยละ
14. ในเดือนมีนาคม-เมษายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี้ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือหาปลาที่ไม่ทำร้ายปลา เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป	65.79	34.21
15. ผักคอกชวาถือเป็นพืชน้ำชนิดพันธุ์ดั้งเดิมของไทย สามารถนำดอกอ่อนหรือก้านใบอ่อนมาบริโภคได้ และนำมาเป็นงานจิตรสานสินค้าหัตถกรรมของฝากได้อย่างสวยงาม	65.79	34.21

ตาราง 34 ค่าร้อยละของประชาชนท้องถิ่นตามระดับความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายทั้งก่อนและหลังการทดสอบ

ระดับความรู้	n = 38	
	ก่อน	หลัง
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
ระดับต่ำ (0-5 คะแนน)	5.26 (2)	0
ระดับปานกลาง (6-10 คะแนน)	42.11(16)	94.74(36)
ระดับสูง (11 –15 คะแนน)	52.63(20)	5.26(2)
$\bar{X}_1 = 11.11$ SD = 2.81 Range =0-15		
$\bar{X}_2 = 12.71$ SD = 1.45 Range = 9-15		

ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาโปรแกรมสื่อความหมาย

ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาโปรแกรมสื่อความหมาย หมายถึง แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ หรือค่านิยมหนึ่ง โดยจะมีความรู้สึกและอารมณ์มาเกี่ยวข้องอยู่ในความเห็นอันเกี่ยวข้องกับ โปรแกรมสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยวโดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริง โดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย สรุปว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทางบวกอยู่ในระดับปานกลางทั้งก่อนและหลังเข้ารับบริการ คือ ค่าเฉลี่ย

ตาราง 35 (ต่อ)

ข้อความ	ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)		ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)	
	ก่อนการเข้ารับบริการสื่อ		หลังการเข้ารับบริการสื่อ	
	ความหมาย		ความหมาย	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
9. การดูแลรักษาควีนพะเยาควรเป็นหน้าที่ของ ภาครัฐฝ่ายเดียวเพราะมีงบประมาณ	1.13	1.46	0.87	0.96
10. การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่น่าสนใจรอบกวีน พะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือ เป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี	4.26	1.11	4.50	0.51
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม	2.72	0.39	2.91	0.41

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของคนในชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับการกระทำที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนที่แสดง ออกด้วยการรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ ไม่ทำลายหรือทำให้สภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น หรือแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความเสื่อมโทรม โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนน ไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนน ในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นทั้งก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายอยู่ในช่วงเดียวกันคือ พฤติกรรมด้านบวก โดยมีค่าเฉลี่ยด้านพฤติกรรมก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายเท่ากับ 3.57 และ 3.84 ตามลำดับซึ่งแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมด้านบวกมีค่าสูงขึ้นหลังจากใช้บริการสื่อความหมาย โดยพฤติกรรมที่มีค่ามากที่สุดคือ คนในชุมชนควรกระทำตามกฎระเบียบชุมชน ละเว้นจากการกระทำผิดกฎหมาย เช่น ยาเสพติด การค้าของเถื่อน มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ คนในชุมชนควรปฏิบัติตนเป็นเจ้าภาพ เป็นมิตรที่ดีกับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.58 ทุกคนในชุมชนควรระมัดระวังตน หลีกเลียง ไม่ให้ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพแวดล้อมและกวีนพะเยา ค่าเฉลี่ย 4.53 และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคน 4.47 ส่วนพฤติกรรมด้านลบที่ชุมชนท้องถิ่น ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

คือ เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการบริโภค กำจัดโดยการทิ้งลงลำคลอง แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหารของสัตว์น้ำ มีค่าเฉลี่ย 1.00 และชุมชนและผู้มาเยือนกว๊านพะเยาควรนำปลาชะโดหรือปลาชวยงามต่างถิ่นมาปล่อยในกว๊านพะเยาเพื่อให้ปลาที่มีชนิดพันธุ์ที่หลากหลาย ค่าเฉลี่ย 1.18 เป็นเพราะชุมชนท้องถิ่นทราบว่า การทิ้งเศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ลงแม่น้ำลำคลองหรือกว๊านพะเยา รวมทั้งการปล่อยปลาชะโดลงกว๊านพะเยานั้น ถือว่าเป็นการสร้างความเสี่ยงและเกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศกว๊านพะเยาอย่างมาก เพราะถือเป็นปัญหาใหญ่ที่เห็นได้ชัดในปัจจุบันเช่น น้ำเน่าเสียจากการทิ้งขยะ น้ำเสีย รวมทั้งปลาชะโดทำให้พันธุ์ปลาดั้งเดิมสูญพันธุ์ไปอย่างมาก รายละเอียดเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมาย นำเสนอตาราง 36 ต่อไปนี้

ตาราง 36 ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของประชาชนท้องถิ่นก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมาย

ข้อความ	ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)		ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)	
	ก่อนการเข้ารับบริการสื่อ		หลังการเข้ารับบริการสื่อ	
	ความหมาย		ความหมาย	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
1. แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีใช้สมบัติของใครคนใดคนหนึ่ง ดังนั้นทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่อย่างเสรี	2.61	1.53	2.53	1.67
2. ควรอนุญาตให้ประชาชนเข้ามาท่องเที่ยวในกว๊านพะเยามากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ภาครัฐและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและรักธรรมชาติ	3.87	0.91	2.82	1.83
3. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคน	4.39	0.79	4.47	0.89
4. เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการบริโภค กำจัด โดยการทิ้งลงลำคลอง แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหารของสัตว์น้ำ	1.39	1.10	1.00	0.87

ตาราง 36 (ต่อ)

ข้อความ	ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย) ก่อนการเข้ารับบริการสื่อ ความหมาย		ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย) หลังการเข้ารับบริการสื่อ ความหมาย	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
	5. การส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมสำคัญเท่ากับความรู้อื่น ๆ	3.92	0.91	4.26
6. ทุกคนในชุมชนควรปฏิบัติตนเป็นเจ้าภาพ เป็นมิตรที่ดีกับนักท่องเที่ยว	4.26	0.79	4.58	0.68
7. ธรรมชาติมักสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้สมดุลเสมอ โดยสร้างส่วนที่ขาดหายขึ้นมาทดแทน ดังนั้นประชาชนจึงสามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างเต็มที่	2.47	1.48	2.05	1.71
8. ชุมชน และผู้มาเยือนกว๊านพะเยาควรนำปลาชะโดหรือปลาสวยงามต่างถิ่นมาปล่อยในกว๊านพะเยาเพื่อให้ปลาที่นี่มีชนิดพันธุ์ที่หลากหลาย	1.79	1.12	1.18	1.11
9. ทุกคนในชุมชนควรระมัดระวังตน หลีกเลี่ยงไม่ให้ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุด ต่อสภาพแวดล้อมและกว๊านพะเยา	3.50	1.16	4.53	0.73
10. คนในชุมชนควรกระทำตามกฎระเบียบชุมชน ละเว้นจากการกระทำผิดกฎหมาย เช่น ยาเสพติด	4.03	0.99	4.61	0.55
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม	3.57	0.34	3.84	0.38

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย และทัศนคติเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มชุมชนท้องถิ่นมีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญมาก โดยความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย มีค่า $t = -3.359$ และค่า $sig = 0.002$ แสดงว่า ความรู้หลังการรับบริการสื่อความหมายมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่าความรู้ก่อนๆ อย่างมีนัยสำคัญมาก ส่วนทัศนคติ

เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมาย มีค่า $t = 3.571$ และค่า $sig = 0.014$ แสดงว่าทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมายหลังรับบริการดีกว่าทัศนคติก่อนรับบริการสื่อความหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ในด้านพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบก่อนหลังใช้บริการสื่อความหมาย สรุปได้ตามตาราง 37 ดังนี้

ตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างก่อนกับหลังการได้รับบริการสื่อความหมายของประชาชนท้องถิ่น โดยวิธีการ Paired Samples T- test Statistics

ตัวแปร	Correlation	t	sig. (2-tailed)
ความรู้ก่อน – ความรู้หลัง	.160	-3.359**	.002
ทัศนคติก่อน – ทัศนคติหลัง	.335	2.571*	.014
พฤติกรรมก่อน - พฤติกรรมหลัง	.347	-.958	.359

ผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านจังหวัดพะเยา โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้ทำการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 46 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.70 อายุอยู่ในช่วง 31 – 49 ปี หรือวัยกลางคนมากที่สุดคือ ร้อยละ 43.48 รองลงมาอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี (วัยผู้ใหญ่ตอนต้น) ร้อยละ 19.60 อายุเฉลี่ย 29 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 30.35 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ร้อยละ 15.22 อนุปริญญา หรือ ปวส. และประถมศึกษา มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 13.04 ส่วนใหญ่มีอาชีพ รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 30.44 รองลงมาคือ นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 19.57 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 17.39 และ นักธุรกิจ หรือเจ้าของกิจการ ร้อยละ 13.04 ถิ่นพำนักในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน ลำปาง แพร่ อุตรดิตถ์ ร้อยละ 63.44 แสดงรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 38 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวดำเนินตามลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร

n = 46

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	19	41.30
หญิง	27	58.70
อายุ		
14 - 19 ปี (วัยรุ่น)	7	15.22
20 - 30 ปี (วัยผู้ใหญ่ตอนต้น)	9	19.60
31 - 49 ปี (วัยกลางคน)	20	43.48
50 - 59 ปี (วัยผู้ใหญ่ตอนปลาย)	6	13.04
60 ปีขึ้นไป (วัยชรา)	4	8.70
$\bar{X} = 29.43$ SD = 12.45 Range = 14-66		
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	13.04
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	10.87
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	7	15.22
อนุปริญญา หรือ ปวส	6	13.04
ปริญญาตรี	14	30.35
ปริญญาโท	5	10.87
ปริญญาเอก	2	4.35
อาชีพ		
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	30.44
นักเรียนนักศึกษา	9	19.57
พนักงานบริษัทเอกชน	8	17.39
นักธุรกิจ หรือเจ้าของกิจการ	6	13.04
เกษตรกร	2	4.35

ตาราง 38 (ต่อ)

ลักษณะพื้นฐานทางสังคมประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	3	6.52
เกษียณอายุ	2	4.35
ว่างงาน	2	4.35
ถิ่นพำนักในปัจจุบันของนักท่องเที่ยว		
ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน	29	63.04
ลำปาง แพร่ สุโขทัย และอุตรดิตถ์		
ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพฯ เพชรบุรี	13	28.26
นครสวรรค์และอุทัยธานี		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ปราจีนบุรี	4	8.70
นครราชสีมา		

ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว

การศึกษาลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 1-6 ครั้งต่อปีร้อยละ 76.09 โดยเฉลี่ยทั้งหมดคือ 5 ครั้งต่อปี สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มเป้าหมายนิยมไปเยือนมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางน้ำ ทะเล เกาะ มีค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา ค่าเฉลี่ย 4.24 และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประมงพื้นบ้านกวนพะเยานั้นจัดว่าอยู่ในประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม ตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความนิยมไม่มากนัก คือ 2.83 แต่อย่างไรก็ตาม ในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้มีการผนวกเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนาที่อยู่รอบกวนพะเยาเข้ามาเชื่อมโยงด้วย อีกทั้ง สภาพกวนพะเยาคือทะเลสาบซึ่งเป็นแหล่งน้ำ จึงน่าจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ และดึงดูดใจในการเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ในเส้นทางสื่อความหมายได้ ค่าคะแนนเฉลี่ยเกี่ยวกับ ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว และค่าคะแนนเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือนมีรายละเอียดในตาราง 39-40 ต่อไปนี้

ตาราง 39 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว

n = 46

ลักษณะการเดินทางและการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี		
1-6 ครั้ง	35	76.09
7-13 ครั้ง	7	15.22
14-20 ครั้ง	4	8.70
$\bar{X} = 5.41$ SD = 4.61 Range = 1-20		

ตาราง 40 ค่าคะแนนเฉลี่ยของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเยือน(คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมไปเยือน	\bar{X}	SD
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางน้ำ ทะเล เกาะ	4.65	1.39
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา	4.24	1.29
แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก	4.22	1.09
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โคด	3.48	1.46
เด่นด้านชนชาติ ชนเผ่า		
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่โคด	2.83	1.30
เด่นด้านการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม หัตถกรรม ตลาด		
อื่น ๆ ได้แก่ สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า	2.50	2.16

แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยว

การศึกษาด้าน แรงจูงใจซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ผู้คนออกเดินทางนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านความต้องการมีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน ค่าเฉลี่ย 2.39 รองลงมาได้แก่การได้ผ่อนคลายความเครียดพักผ่อนหย่อนใจ ค่าเฉลี่ย 2.30 ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ค่าเฉลี่ย 2.30 การมีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัสธรรมชาติ ค่าเฉลี่ย 2.24 การมีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น ค่าเฉลี่ย 2.22 ได้หลีกเลี่ยงความจำเจ

จากสิ่งแวดลอมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว ค่าเฉลี่ย 2.22 และการได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น ค่าเฉลี่ย 2.17 เสนอตามตาราง 41 ต่อไปนี้

ตาราง 41 ร้อยละและค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยว

n = 46

แรงจูงใจ	ระดับความสำคัญ				\bar{X}	SD
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)	ไม่สำคัญ เลข(0)		
1. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน	45.65	47.83	6.52	0.00	2.39	0.61
2. ได้ผ่อนคลายความเครียดพักผ่อนหย่อนใจ	36.96	56.52	6.52	0.00	2.30	0.59
3. ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ	34.78	60.87	4.35	0.00	2.30	0.55
4. มีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัสธรรมชาติ	28.26	67.39	4.35	0.00	2.24	0.52
5. มีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น	32.61	56.52	10.87	0.00	2.22	0.63
6. ได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดลอมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว	30.43	60.87	8.70	0.00	2.22	0.59
7. ได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น	28.26	60.87	10.87	0.00	2.17	0.61
8. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับครอบครัว	21.74	60.87	17.39	0.00	2.04	0.63
9. มีโอกาสหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของเมือง / แสวงหาความสงบ	28.26	54.35	10.87	6.52	2.04	0.82
10. ได้แสดงออกซึ่งความมีเอกลักษณ์ของตนเอง	28.36	54.35	10.87	6.52	2.04	0.82
11. ได้แสดงออกซึ่งความทันสมัย เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม	21.74	45.65	23.91	8.70	1.80	0.88
12. ได้เลียนแบบหรือปฏิบัติตามบุคคลที่ชื่นชอบ	8.70	52.17	21.74	17.39	1.52	0.89

ผลการประเมินสื่อกลางตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ได้รับบริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา

สื่อกลางที่ใช้ในการบริการด้านสื่อความหมายครั้งนี้ สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ค่าคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) โดยเฉลี่ย คือ 3.52 ซึ่งสูงกว่าความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ในรายละเอียดสื่อเกือบทุกชนิดมีค่าคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการมากกว่าความคาดหวัง ยกเว้นสื่อกลางที่เป็นเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เท่านั้นที่ต้องแก้ไขปรับปรุง โดยดูจากค่าผลต่างของความพึงพอใจหรือคุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวรับรู้กับค่าความคาดหวัง ซึ่งตัวกลางชนิดนี้ได้ค่าเป็นลบ คือ -0.02 แต่อย่างไรก็ตามในภาพรวมแล้วถือว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อตัวกลางในระดับที่ดี จำแนกตามสื่อแต่ละประเภท ดังนี้

สื่อความหมายประเภทใช้บุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผู้ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดคือ 0.28 รองลงมาคือ นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีค่าเท่ากับ 0.16 จะเห็นว่าแม้ค่าคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการจะสูงกว่าผู้ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวแต่นักท่องเที่ยวก็มีความคาดหวังสูงกว่าเช่นเดียวกันทำให้ผลต่างระหว่างคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการกับความคาดหวังต่ำกว่า หรือความพึงพอใจน้อยกว่า

การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคลที่มีค่าความพึงพอใจสูงสุด คือ แผ่นพับ/โบชัวร์ โดยมีค่าความพึงพอใจ 1.32 รองลงมาตามลำดับได้แก่ โสตทัศนอุปกรณ์ (หนังสือเรื่องราวชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเรื่อง ภาพสุดท้าย) คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน พิพิธภัณฑ์ชุมชน และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาข้างต้นมีความขัดแย้งกับ ความพึงพอใจของกลุ่มชุมชนท้องถิ่นเพราะชุมชนให้ค่าคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) น้อยกว่าความคาดหวังที่ได้รับ อาจเป็นเพราะชุมชนท้องถิ่นมีความคาดหวังต่อการดำเนินงาน โครงการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ ครั้งนี้ สูงกว่าสิ่งที่ได้รับ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอาจมีความคาดหวังต่อการจะได้รับบริการด้านสื่อความหมายไม่มากนักจึงทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าที่คาดหวังไว้ อย่างไรก็ตามตัวกลางที่มีค่าความพึงพอใจน้อยจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป โดยเฉพาะสื่อกลางในด้านเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ทั้งชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีค่าความพึงพอใจติดลบ แสดงว่าไม่มีความพึงพอใจนั่นเอง รายละเอียดเสนอตามตาราง 42 ต่อไปนี้

ตาราง 42 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความสำคัญและความพึงพอใจการบริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา

ประเภทของตัวกลางการสื่อความหมาย	คะแนนความสำคัญเฉลี่ยของสื่อที่ชุมชนท้องถิ่นคาดหวังต้องการให้มีขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว (เต็ม 5 คะแนน)	สื่อที่ได้รับบริการ (✓)	คะแนนเฉลี่ยของคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) (เต็ม 5 คะแนน)	ค่าคะแนน ความพึงพอใจหรือผลต่างของคุณภาพสื่อที่ได้รับกับความคาดหวัง
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล				
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	3.15	✓	3.43	0.28
2. นักสื่อความหมาย หรือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	3.34	✓	3.50	0.16
3. การสาธิต / การแสดง	3.13	✓	3.20	0.07
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล				
1. แผ่นพับ/ โบชัวร์	2.59	✓	3.91	1.32
2. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์	2.74	✓	3.35	0.61
3. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.37	✓	3.65	0.28
4. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน	3.67	✓	3.86	0.19
5. พิพิธภัณฑสถานชุมชน	3.41	✓	3.52	0.11
6. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3.33	✓	3.39	0.06
7. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ	3.37	✓	3.35	-0.02
8. เว็บไซต์ (web site) แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน	2.30	-		

ตาราง 42 (ต่อ)

ประเภทของตัวกลางการสื่อ ความหมาย	คะแนนความสำคัญเฉลี่ย ของสื่อที่ชุมชนท้องถิ่น คาดหวังต้องการให้มีขึ้น ในแหล่งท่องเที่ยว (เต็ม 5 คะแนน)	สื่อที่ได้รับ บริการ (✓)	คะแนนเฉลี่ยของ คุณภาพสื่อที่ได้รับ บริการ (quality perception) (เต็ม 5 คะแนน)	ค่าคะแนน ความพึง พอใจหรือผลต่างของ คุณภาพสื่อที่ได้รับกับ ความคาดหวัง)
9. นิทรรศการในร่ม	2.28	-		
10. จุดสารด้านการท่องเที่ยว ของชุมชน	2.20	-		
11. โปสเตอร์	2.22	-		
12. แผ่นปลิว	2.15	-		
ค่าเฉลี่ยรวม	2.88		3.52	0.64

ผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ผลการประเมินประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้ ประเมิน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ในภาพรวมประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ย 0.20 และพบว่าค่าคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) โดยเฉลี่ย 3.60 สูงกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการซึ่งมีค่า 3.40 ถือว่าการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ในครั้งนี้เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เมื่อจำแนกในรายละเอียดพบว่า คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากรที่มีค่า ประสิทธิภาพสูงสุดคือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงมีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.018 เนื่องจากเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนรอบกว๊านพะเยานั้น เป็นเส้นทางที่ได้รับการพัฒนาแล้วโดยลาดยางทั้งหมด สะดวกต่อการคมนาคม สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก หากจัดประเภทช่วงชั้น โอกาสทางนันทนาการ (ROS) สามารถจัดอยู่ในช่วงเขตชนบทและเขตเมือง ส่วนคุณลักษณะด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านอื่นที่ได้ประสิทธิภาพรองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง นับสำคัญของการสื่อความหมาย และความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประกอบในการสื่อความหมายครั้งนี้มีการสัมผัสธรรมชาติของกว๊านพะเยาโดยการนั่งเรือชมบรรยากาศ และไหว้พระกลางกว๊านฯ (วัดติโลกอาราม) ดังนั้น ในส่วนของการนั่งเรือถือเป็นจุดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้คำแนะนำว่า

นอกจากการมีมาตรการให้นักท่องเที่ยวทุกคนใส่เสื้อชูชีพแล้ว ควรสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวเพิ่มเติม เช่น เส้นทางเรือที่ไปเป็นเส้นทางที่ปลอดภัย น้ำลึกไม่มากนัก หรือไม่มีน้ำวน รวมทั้ง มีข้อปฏิบัติตนแก่ผู้นั่งเรือว่าควรหรือไม่ควรทำอะไรบ้าง และหากเกิดอุบัติเหตุจะมีทีมกู้ภัยที่สามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ทันทั่วทั้งที่ เป็นต้น

คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช้บุคคลด้านความน่าสนใจของเนื้อหาสาระเป็นตัวชี้วัดที่มีค่าประสิทธิภาพสูงสุดคือ 0.020 ได้แก่ ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระและ ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ เนื้อหากระชับ สามารถจดจำได้ง่าย เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ความชัดเจนของเนื้อหา ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีใจความสำคัญการเรียบเรียงดี ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น อย่างไรก็ตาม ค่าประสิทธิภาพสื่อที่มีค่าดีดลบ หรือเป็นค่าที่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ได้แก่ ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ และภาษาเข้าใจง่าย จึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงเป็นการเร่งด่วน

คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคลที่มีค่าประสิทธิภาพสูงสุด คือ ด้านทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจมีค่าเท่ากับ 0.014 รองลงมาตามลำดับได้แก่ บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง อธิบายด้วยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม และการให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย รายละเอียดเสนอ ดังตาราง 43 ต่อไปนี้

ตาราง 43 ผลการประเมินประสิทธิผลการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดย
นักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดประสิทธิผลการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง (E)	ค่าเฉลี่ย คุณภาพจาก การรับรู้ (P)	ค่าความพึง พอใจ (P-E)	ค่าถ่วง น้ำหนัก (W)	ค่าคะแนน ประสิทธิ ภาพสื่อ (P-E)W
ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตามคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่					
คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากร					
1. ความสะดวกในการเข้าถึง	3.09	3.54	0.45	0.039	0.018
2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยว ในพื้นที่	3.37	3.67	0.30	0.043	0.013
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอด คล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ ใกล้เคียงในเส้นทาง	3.27	3.54	0.27	0.038	0.010
4. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย	3.35	3.54	0.19	0.037	0.007
5. ความปลอดภัยในขณะประกอบ กิจกรรมท่องเที่ยว	3.47	3.54	0.07	0.044	0.003
คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล					
1. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ	3.26	3.74	0.48	0.041	0.020
2. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์	3.11	3.59	0.48	0.041	0.020
3. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ	3.11	3.48	0.37	0.041	0.015
4. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย	3.35	3.70	0.35	0.042	0.014
5. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.33	3.67	0.34	0.043	0.015
6. ความชัดเจนของเนื้อหา	3.39	3.59	0.20	0.041	0.008
7. ความเหมาะสมกลมกลืนกับ สภาพแวดล้อม	3.48	3.67	0.19	0.041	0.008
8. มีใจความสำคัญ การเรียบเรียงดี	3.35	3.43	0.08	0.040	0.003
9. ความเป็นเอกภาพ มีความ สัมพันธ์ เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง	3.35	3.43	0.08	0.039	0.003
10. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอ น่าสนใจ โดดเด่น	3.48	3.50	0.02	0.041	0.001

ตาราง 43 (ต่อ)

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ความ คาดหวัง (E)	ค่าเฉลี่ย คุณภาพจาก การรับรู้ (P)	ค่าความ พึงพอใจ (P-E)	ค่าถ่วง น้ำหนัก (W)	ค่าคะแนน ประสิทธิ ภาพสื่อ (P-E)W
11. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ	3.63	3.52	-0.11	0.043	-0.005
12. ภาษาเข้าใจง่าย	3.65	3.43	-0.22	0.044	-0.009
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล					
1. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบ เรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ	3.15	3.50	0.35	0.041	0.014
2. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การ แต่งกาย	3.26	3.50	0.24	0.041	0.009
3. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียด ของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	3.39	3.59	0.20	0.043	0.009
4. ความสามารถในการเชื่อมโยง เรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้ เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง	3.35	3.52	0.17	0.040	0.007
5. อธิบายอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง	4.26	4.37	0.11	0.045	0.005
6. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟัง เกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม	3.52	3.61	0.09	0.042	0.004
7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติคน แก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความ ปลอดภัย	3.65	3.72	0.07	0.041	0.003
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40	3.60	0.20		0.20

ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว

การศึกษาด้านความรู้ ความเข้าใจเนื้อหาการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว เป็น การศึกษาการรับรู้ข้อเท็จจริงและมีความเข้าใจ ที่เกี่ยวข้องกับ กฎเกณฑ์และ โครงสร้าง หรือสถานที่ สิ่งของหรือบุคคลที่เป็นเนื้อหาสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายตอบถูก โดยมีการทดสอบก่อนและหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย ผลปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับปานกลางทั้งก่อนและหลังเข้ารับบริการ โดยมี ค่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมายเท่ากับ 8.28 ส่วนคะแนนเฉลี่ยหลังรับบริการ 9.93 อย่างไรก็ตาม การเข้ารับบริการสื่อความหมายน่าจะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจ เนื้อหาสื่อความหมายสูงขึ้นกว่าเดิม เพราะก่อนเข้ารับบริการกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในระดับต่ำ (0-5 คะแนน) ร้อยละ 15.22 แต่หลังจาก เข้ารับบริการพบว่า ไม่มีผู้ใดได้คะแนนอยู่ในระดับต่ำเลย รวมทั้ง คะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนรับบริการ

ผลการทดสอบความรู้ก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมายมีข้อความที่นักท่องเที่ยว ตอบถูกมากกว่าร้อยละ 80 อยู่จำนวน 1 ข้อ คือ วัดคติโลกอาราม เป็น โบราณสถานหนึ่งที่จมอยู่ใน กว๊านพะเยาและได้ค้นพบหลวงพ่อศิลา รวมทั้งถือเป็นสถานที่ที่มีการเวียนเทียนกลางน้ำแห่งเดียว ในโลก ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา มีผู้ตอบถูกร้อยละ 82.61 แต่พอหลังเข้ารับบริการสื่อ ความหมายมีข้อความที่นักท่องเที่ยวตอบถูกมากกว่าร้อยละ 80 อยู่จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

1. ปลาข้าว ปลาเปลี้ย เป็นพันธุ์ปลาจากแม่น้ำโขง ซึ่งในอดีต (ก่อนกรมประมง ได้สร้างประตูกั้นน้ำ) เคยมีอยู่ในกว๊านพะเยา แต่ตอนนี้ไม่มีแล้วเพราะไม่สามารถว่ายผ่านฝาย และ เชื้อนที่กั้นมายังกว๊านฯได้ (ตอบถูกร้อยละ 97.83)
2. วิธีการทำประมงที่ชาวบ้านนิยมทำกันในกว๊านพะเยาได้แก่ การใส่แ่ง วาง อวน ทอดแหและการใส่ไซ (ตอบถูกร้อยละ 89.13)
3. ปลานิล ปลาไน ไม่ใช่ปลาดั้งเดิมที่มีอยู่ในกว๊านพะเยา แต่เป็นพันธุ์ปลาที่ นำมาปล่อย (ตอบถูกร้อยละ 82.61)
4. ชาวประมงทราบว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าเมฆปอบเป็นฝูงบินว่อนขึ้น จากกว๊านฯผู้ฝั่งแผ่นดิน หมายถึงจะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้นชาวประมงจึงไม่ออกไปหา ปลา (ตอบถูกร้อยละ 82.61)

แสดงให้เห็นว่า หลังจากกลุ่มเป้าหมายเข้ารับบริการแล้วปรากฏว่ามีจำนวนผู้ตอบ ถูกมากขึ้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าเดิม ดังที่นำเสนอรายละเอียดตามตาราง 44-46 ต่อไปนี้

ตาราง 44 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบถูกและตอบผิดในการประเมินความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย

n = 46

ข้อความ	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
1. วัดคิโลกอาราม เป็นโบราณสถานหนึ่งที่ตั้งอยู่ในกวันพะเยาและได้ค้นพบหลวงพ่อบุญราชมงคล รวมทั้งถือเป็นสถานที่ที่มีการเวียนเทียนกลางน้ำแห่งเดียวในโลก ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา	82.61	17.39
2. กวันพะเยามีความสำคัญในระดับนานาชาติในฐานะที่เป็น บึงน้ำจืดพื้นที่ชุ่มน้ำ (wetland) ที่ใหญ่ที่สุดของระบบนิเวศลุ่มน้ำอิง และภาคเหนือตอนบน	78.26	21.74
3. ชาวประมงทราบว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าเมฆป่อเป็นฝูงบินว่อนขึ้นจากกวันฯ ผู้ฝั่งแผ่นดิน หมายความว่า จะมีลมพายุมาในช่วงเวลานั้น ชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา	78.26	21.74
4. พันธุ์ปลาที่เด่นและพบจำนวนมากในกวันพะเยาคือ ปลาปักหรือตะเพียนขาว, ปลาสาคร, ปลาหมอตาลหรือปลาหมอช้างเหยียบ, ปลานู และปลาสด	76.09	23.91
5. พ่อขุนจำเมืองเป็นพระญาติและพระสหายกับพ่อขุนเม็งรายแห่งราชอาณาจักรล้านนา และเป็นพระสหายร่วมน้ำสาบานกับพ่อขุนรามคำแหง พระร่วงเจ้าแห่งกรุงสุโขทัย	76.09	23.91
6. ในเดือนพฤษภาคม – กันยายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี้ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือหาปลาที่ไม่ทำร้ายปลาที่กำลังวางไข่ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป	73.01	26.09
7. ชาวประมงสามารถวัดคุณภาพน้ำกวันฯ ได้โดยสังเกตจาก พฤติกรรมของกุ้งฝอยหรือปลาชุก ถ้ามีการลอยหัวขึ้นมาบริเวณผิวน้ำเพื่อหายใจ แสดงว่าน้ำเริ่มเสียเพราะ ในน้ำมีออกซิเจนไม่เพียงพอ	73.91	26.09
8. “เรือผีหลอก” เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้านกวันพะเยาซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง	60.87	36.96
9. “หลวงพ่อบุญราชมงคล” สำหรับคนพะเยาหมายถึง สมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราช สกลมหาสังฆปริณายก เจ้าอาวาสวัดศรีโคมคำซึ่งเป็นบุคคลที่ชาวพะเยาต่างให้ความเคารพ ศรัทธา	47.83	52.17

ตาราง 44 (ต่อ)

ข้อความ	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
10. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทดลองหรือการกีฬาหรือการพักผ่อน หย่อนใจโดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง	39.13	60.87
11. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังถ้ำวันพะเยา (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาผีปันน้ำ โดยมียอดสำคัญ คือ ยอดดอยหลวง และยอดดอยนอก ซึ่งตั้งอยู่ใน เขตอุทยานแห่งชาติดอยหลวง	30.43	69.57
12. ผักตบชวาถือเป็นพืชน้ำชนิดพันธุ์ดั้งเดิมของไทย สามารถนำดอกอ่อน หรือก้านใบอ่อนมาบริโภคได้ และนำมาเป็นงานจักสาน สินค้า หัตถกรรมของฝากได้อย่างสวยงาม	30.43	67.39
13. ก่อนปี พ.ศ. 2500 ถ้ำวันพะเยาเป็นเพียงหนองน้ำธรรมชาติ มีแม่น้ำ ปิงไหลผ่านและมีพื้นที่ประมาณพันกว่าไร่ เท่านั้น	28.26	71.74
14. ตัวอย่างวิธีการหาปลาที่ต้องนั่งเรือ ไปที่น้ำลึกและต้องลงดำน้ำ ได้แก่ การสร้างบ้านให้ปลานู การตกจ้ำหรือยอ ลันปลาไหล การวิดปลา และการไล่ปลา	23.91	76.09
15. จังหวัดพะเยาถือเป็นเมืองเก่าชื่อเมืองภูมามขาว หรือพยาว มีอายุกว่า 900 ปี โดยพ่อขุนงำเมืองเป็นผู้สถาปนาขึ้น	19.57	80.43

ตาราง 45 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ตอบถูกและตอบผิดในการประเมินความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
การสื่อความหมายหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย

n = 46

ข้อความ	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
1. ปลาข้าว ปลาพลุย เป็นพันธุ์ปลาจากแม่น้ำโขง ซึ่งในอดีต (ก่อนกรม ประมงได้สร้างประตูกั้นน้ำ) เคยมีอยู่ในถ้ำวันพะเยา แต่ตอนนี้ไม่มี แล้วเพราะไม่สามารถว่ายผ่านฝาย และเขื่อนที่กั้นมายังถ้ำวันฯ ได้	97.83	2.17
2. วิธีการทำประมงที่ชาวบ้านนิยมทำกันในถ้ำวันพะเยา ได้แก่ การไล่ นาง วางอวน ทอดแหและการไล่ไซ	89.13	10.87
3. ปลานิล ปลาไน ไม่ใช่ปลาดั้งเดิมที่มีอยู่ในถ้ำวันพะเยา แต่เป็นพันธุ์ ปลาที่นำมาปล่อย	82.61	17.39

ตาราง 45 (ต่อ)

ข้อความ	ผู้ตอบถูก ร้อยละ	ผู้ตอบผิด ร้อยละ
4. ชาวประมงทราบว่ ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าแมงปอเป็นฝูงบิน ว่อนขึ้นจากบ้านฯ ผู้ฝั่งผืนแผ่นดิน หมายความว่าจะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้น ชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา	81.61	17.39
5. ในเดือนพฤษภาคม – กันยายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี้ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือ หาปลาที่ไม่ทำร้ายปลาที่กำลังวางไข่ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้ สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป	73.91	26.09
6. การทำประมงพื้นบ้าน ในกวันพะเยานั้น มีลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็นการทำประมงน้ำจืด โดยใช้เรือขุดที่ใช้เครื่องยนต์	69.57	30.43
7. ผักคอกชาวถือเป็นพืชน้ำชนิดพันธุ์ดั้งเดิมของไทย สามารถนำดอก อ่อนหรือก้านใบอ่อนมาบริโภคได้ และนำมาเป็นงานจิรสาน สินค้าหัตถกรรมของฝากได้อย่างสวยงาม	67.39	32.61
8. ก่อนปี พ.ศ. 2500 กวันพะเยาเป็นเพียงหนองน้ำธรรมชาติ มี แม่น้ำปิงไหลผ่านและมีพื้นที่ประมาณพันกว่าไร่ เท่านั้น	65.22	34.78
9. พื้นที่ของทะเลสาบกวันพะเยามีอาณาบริเวณกว้างประมาณ 12,831 ไร่ เป็นแหล่งรับน้ำจากลำห้วยหลายสิบสายมารวมกัน โดยเฉพาะแม่น้ำปิง และแม่น้ำวัง	60.87	39.13
10. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังกวันพะเยา (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาผีปันน้ำ โดยมียอดสำคัญ คือ คอยหนอก และคอยหลวง ซึ่งตั้งอยู่ในเขต อุทยานแห่งชาติคอยหลวง	60.87	39.13
11. พระธาตุสำคัญของเมืองพะเยา คือ พระธาตุจอมทอง ซึ่ง เปรียบเสมือนเขาพระสุเมรุตามความเชื่อแบบพราหมณ์ฮินดูในการ สร้างเมืองจะต้องมีศูนย์กลางแห่งจักรวาล	60.87	39.13
12. ตัวอย่างวิธีการหาปลาที่ต้องนั่งเรือไปที่น้ำลึกและต้องลงค้ำน้ำ ได้แก่ การสร้างบ้านให้ปลาบู่ การตกจ้ำหรือขอบ ล้นปลาไหล วิดปลา และ การไล่ปลา	60.87	39.13
13. จังหวัดพะเยาถือเป็นเมืองเก่าชื่อเมืองภูมามยาว หรือพยาว มีอายุกว่า 1,000 ปี โดยพ่อขุนงำเมืองเป็นผู้สถาปนาขึ้น	45.65	54.35
14. “เรือผีหลอก” เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้าน กวันพะเยาซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง	41.30	58.70
15. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทดลองหรือการกีฬาหรือการพักผ่อน หย่อนใจโดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง	34.78	65.22

ตาราง 46 ระดับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

n = 46

ระดับความรู้	ก่อน	หลัง
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
ระดับต่ำ (0-5 คะแนน)	15.22 (7)	-
ระดับปานกลาง (6-10 คะแนน)	71.74 (33)	63.04 (29)
ระดับสูง (11-15 คะแนน)	13.04 (6)	36.96 (17)
$\bar{X}_1 = 8.28$ SD = 3.06 Range = 0-14		
$\bar{X}_2 = 9.93$ SD = 1.90 Range = 6-15		

ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย

ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย หมายถึง แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ หรือคำนิยามหนึ่ง โดยจะมีความรู้สึกและอารมณ์มาเกี่ยวข้องอยู่ในความเห็นอันเกี่ยวข้องกับ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว วัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็นค่าคะแนนจริงโดยมีคะแนน ตั้งแต่ 0 คะแนนไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติทางบวกสูงขึ้นหลังจากเข้ารับบริการสื่อความหมาย เนื่องจาก ค่าเฉลี่ยของทัศนคติก่อนเข้ารับบริการมีค่าเท่ากับ 3.29 หลังจากเข้ารับบริการแล้ว นักท่องเที่ยวมีค่าทัศนคติเฉลี่ย 3.90 โดยพบว่าข้อความที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยมากที่สุดคือการศึกษารเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.96 รองลงมาคือ เรือหาปลาของชาวประมงเป็นสิ่งที่มีเสน่ห์ ส่งเสริมความงดงามให้แก่กว๊านพะเยา ค่าเฉลี่ย 4.37 การสั่งสมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้ ค่าเฉลี่ย 4.13 การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษารเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี ค่าเฉลี่ย 4.13 ข้อความดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยหลังจากเข้ารับบริการซึ่งสูงขึ้นจากค่าเฉลี่ยทัศนคติก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย ดังนั้น การเข้ารับบริการสื่อความหมายครั้งนี้จึงน่าจะมีผลต่อ ทัศนคติทางบวกที่เกิดขึ้น อันถือว่าเป็นประสิทธิภาพของ โปรแกรมสื่อความหมายที่ได้จัดทำ และบรรลุวัตถุประสงค์ตามปรัชญาของการสื่อความหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยฯ ครั้งนี้ โดยกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา และ

เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งยังมองว่า การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี นอกจากนี้ ผลจากการรับบริการสื่อความหมายยังทำให้ทัศนคติที่มองว่า เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า ซึ่งก่อนเข้ารับบริการนั้น นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวสูงถึง 3.35 แต่หลังจากได้สัมผัส เรียนรู้ เข้าร่วมรับบริการ โปรแกรมสื่อความหมายรอบกว๊านพะเยาแล้วผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยทัศนคติเหลือเพียง 1.93 แสดงว่าไม่เห็นด้วยที่ว่าเมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่านอันสอดคล้องกับความคิดเห็นที่ว่า การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี

โดยสรุปแล้ว ในการวัดประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยาในครั้งนี้ ในด้านการประเมินผลทัศนคติของนักท่องเที่ยวนั้นถือว่ามีประสิทธิภาพสูง และบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีต่อชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา และเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวมาเยือนเมืองพะเยา รายละเอียดเสนอดังตาราง 47 ต่อไปนี้

ตาราง 47 ค่าเฉลี่ยของทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายก่อนและหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย

n = 46

ข้อความ	ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)		ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)	
	ก่อนการเข้ารับบริการ		หลังการเข้ารับบริการ	
	สื่อความหมาย	สื่อความหมาย	สื่อความหมาย	สื่อความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
1. การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ	4.07	0.57	4.96	5.75
2. เรือหาปลาของชาวประมงเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ ส่งเสริมความงดงามให้แก่ กว๊านพะเยา	4.07	0.77	4.37	0.57
3. การส่งเสริมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้	3.83	0.74	4.13	0.62
4. การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี	3.98	0.65	4.13	0.75

ตาราง 47 (ต่อ)

ข้อความ	ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)		ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)	
	ก่อนการเข้ารับบริการ		หลังการเข้ารับบริการ	
	สื่อความหมาย	สื่อความหมาย	สื่อความหมาย	สื่อความหมาย
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
5. อาชีพประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยา เป็นวิถีที่อยู่ใกล้ชีวิตธรรมชาติ ดำรงอยู่ด้วยความอิสระพอเพียง เรียบง่ายและถือเป็นอาชีพที่ผูกพันกับกว๊านพะเยามาก	3.96	0.67	4.02	0.83
6. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยาทำให้ชนิดพันธุ์ปลาน้ำจืดลดจำนวนลงจำนวนมาก	3.78	0.89	3.09	0.91
7. ชาวประมงควรสั่งสอนให้ลูกหลานทำงานอย่างอื่นมากกว่าทำประมงเพราะเป็นอาชีพที่ลำบาก รายได้น้อย	3.46	1.03	2.65	1.12
8. ไม่ควรมีการกำหนดให้กว๊านพะเยาเข้าเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (ramsar convention) เพราะจะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ รอบกว๊านพะเยา	3.30	1.09	2.50	1.20
9. การดูแลรักษากว๊านพะเยาควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐฝ่ายเดียวเพราะมีงบประมาณ	3.06	1.14	2.39	1.08
10. เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า	3.35	0.97	1.93	1.06
ค่าเฉลี่ยรวม	3.29	0.44	3.90	0.71

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การศึกษาด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมภายในด้านทัศนคติในการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวอันเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น โดยวัดจากค่าคะแนนจริงที่กลุ่มเป้าหมายตอบสนองเป็น

ค่าคะแนนจริง โดยมีคะแนนตั้งแต่ 0 คะแนน ไปจนถึงคะแนนเต็ม 5 คะแนนในจำนวน 10 ข้อความ สำหรับข้อความเชิงบวก และค่าในทางกลับกันสำหรับข้อความเชิงลบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งสูงกว่าก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย คือ 3.55 ดังนั้น การให้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้จึงน่าจะมีผลต่อ ทัศนคติทางบวกที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย โดยพบว่า หลังจากเข้ารับบริการสื่อความหมายแล้ว ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับทัศนคติทางบวกมีค่าสูงขึ้น เช่น ข้อความทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยวทุกคน โดยระมัดระวังตน หลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบ หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่ได้ไปเยือน มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจะต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบของสถานที่ไปเยือน กฎของกลุ่ม ค่าเฉลี่ย 4.15 และควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการและชาวบ้านที่มีความตระหนัก มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยซื้อผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน ค่าเฉลี่ย 4.13

ส่วนข้อความที่นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยมากที่สุด คือ เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการบริโภค กำจัดโดยการทิ้งลงถังขยะ แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหารของสัตว์น้ำ มีค่าเฉลี่ย 1.89

ดังนั้น การวัดประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้ จึงถือว่า มีประสิทธิภาพในระดับที่ดีเนื่องจาก พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หลังเข้ารับบริการสื่อความหมายมีค่าสูงกว่าก่อนเข้ารับบริการ โดยรายละเอียดนำเสนอในตาราง 48 ดังนี้

ตาราง 48 ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก่อนและหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย

n = 46

ข้อความ	ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)		ค่าคะแนนทัศนคติ (เฉลี่ย)	
	ก่อนการเข้ารับบริการสื่อความหมาย		หลังการเข้ารับบริการสื่อความหมาย	
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
1. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยวทุกคน โดยระมัดระวังตนหลีกเลี่ยงไม่ให้ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่ได้ไปเยือน	4.04	0.56	4.41	0.54
2. นักท่องเที่ยวจะต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบของสถานที่ไปเยือน กฎของกลุ่ม	3.96	0.51	4.15	0.73
3. ควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการและชาวบ้านที่มีความตระหนัก มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน	3.91	0.55	4.13	0.40
4. นักท่องเที่ยวควรแสวงหาข้อมูล และมีการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ก่อนเดินทางท่องเที่ยว	4.07	0.53	3.98	0.80
5. แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีสมบัติของใครคนใดคนหนึ่ง ทุกคนสามารถท่องเที่ยวได้อย่างเสรี	3.93	6.80	3.80	0.86
6. ขณะเดินทางท่องเที่ยวเมื่อพบแผ่นป้ายต่าง ๆ นักท่องเที่ยวควรหยุดอ่านศึกษาข้อมูล	3.91	0.51	3.78	0.81
7. นักท่องเที่ยวควรมีการวางแผนและเตรียมความพร้อมก่อนการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว	3.89	0.53	3.68	0.68
8. ธรรมชาติมักสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้สมดุลเสมอ โดยสร้างส่วนที่ขาดหายขึ้นมาทดแทน ดังนั้นประชาชนจึงสามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างเต็มที่	3.46	0.89	3.22	1.26
9. นักท่องเที่ยวควรมีการนำอาวุธพกพาไปด้วย เพื่อการป้องกันตัวขณะเดินทางท่องเที่ยว	3.04	1.13	1.98	1.09
10. เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการบริโภค กำจัดโดยการทิ้งลงถังขยะ แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหารของสัตว์น้ำ	2.67	1.09	1.89	0.92
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55	0.38	3.86	0.47

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานในการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้คือ ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย ทักษะคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันระหว่างการทดสอบก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมาย ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ

ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวในการทดสอบก่อนกับการทดสอบหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับมาก โดยค่า $t = -3.142$ และค่า $sig = 0.003$ โดยการทดสอบหลังรับการบริการสื่อความหมายมีค่ามากกว่าการทดสอบก่อนรับบริการ

ทักษะคิดเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมาย ของนักท่องเที่ยวในการทดสอบก่อนกับการทดสอบหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับมาก โดยค่า $t = -4.688$ และค่า $sig = 0.000$ โดยการทดสอบหลังรับการบริการสื่อความหมายมีค่ามากกว่าการทดสอบก่อนรับบริการ

พฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการทดสอบก่อนกับการทดสอบหลังเข้ารับบริการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับมากที่สุด โดยค่า $t = -3.664$ และค่า $sig = 0.001$ โดยการทดสอบหลังรับการบริการสื่อความหมายมีค่ามากกว่าการทดสอบก่อนรับบริการ

ผลการวิเคราะห์นำเสนอรายละเอียดได้ตามตาราง 49 ดังนี้

ตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างก่อนกับหลังการได้รับบริการสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวโดยวิธีการ Paired Samples T- test Statistics

ตัวแปร	Correlation	t	sig. (2-tailed)
ความรู้ก่อน – ความรู้หลังฯ	-.223	-3.142**	0.003
ทักษะคิดก่อน – ทักษะคิดหลังฯ	-.052	-4.688***	0.000
พฤติกรรมก่อน - พฤติกรรมหลังฯ	.086	-3.664**	0.001

สรุปผลการศึกษาจากการนำรูปแบบการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หรือ L4T PINE Model ไปใช้ในพื้นที่ศึกษาคือ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนประมงพื้นบ้านรอบกว๊านพะเยา อ.เมือง จ.พะเยา จนกระทั่งได้ผลลัพธ์คือ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว แล้วมีการประเมินประสิทธิภาพของการสื่อความหมายที่ได้จัดทำขึ้น โดยชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเป็นผู้ประเมินนั้น สรุปแล้ว ผลการประเมินด้านความพึงพอใจ การทดสอบความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย ทักษะคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายนั้น มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับมากถึงมากที่สุด ตามหลักการประเมินโดยใช้ 4 องค์ประกอบ คือ SKAP สามารถสรุปได้ว่า การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้มีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามปรัชญาของการสื่อความหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยฯ โดยกลุ่มเป้าหมายในส่วนของนักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) (สุรเชษฐ์ เศษฐมาศ, 2545 ; Freeman Tilden, 1987: 65; Ham Sam H, 1992: 120) โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ สรุปบทเรียนดังกล่าวออกมาใน 2 ประเด็นหลักคือ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model) และตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (SKAP) เพื่อนำไปกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยวิธีการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีรายละเอียดในบทที่ 7 ดังต่อไปนี้

บทที่ 7

ผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการศึกษาหลังจากวิเคราะห์ผลการนำร่องกระบวนการฯ เข้าไปพัฒนาใช้ในพื้นที่เป้าหมายแล้วโดยมีการสรุปคุณลักษณะ ความเหมาะสมของรูปแบบ และดัชนีชี้วัดการประเมินประสิทธิภาพ ของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวแล้วจึงจัดทำการประชุมวิชาการ โดยวิธีการสนทนากลุ่มร่วมกับ การหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ของรูปแบบฯกับกลุ่มเป้าหมาย คือผู้เชี่ยวชาญ จำนวนทั้งสิ้น 11 ท่าน (รายชื่อแนะนำเสนออยู่ในภาคผนวก) เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผลการศึกษาในวัตถุประสงค์นี้ จำแนกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
 2. คุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
- อธิบายตามหัวข้อดังกล่าวได้ดังต่อไปนี้

รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ผลการประชุมวิชาการ โดยการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญและการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้อง (IOC) ในภาพรวมสรุปว่า ผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model) ซึ่งวิเคราะห์ค่าความสอดคล้อง (IOC) สูงถึง 0.96 และมีข้อเสนอแนะหลายประการอันเป็นประโยชน์ต่อ การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการจัดการด้านสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่นได้ จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบของรูปแบบฯ ต้องประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก คือ L4T PINE

L หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader)

4T หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)

การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists behavior)

การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme)

P หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

I หมายถึง การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย
(interpretation design)

N หมายถึง เครือข่าย (network)

E หมายถึง การประเมินผล (evaluation)

โดยที่ประมุขให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่สำคัญและเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้รูปแบบฯ ต่อไป เช่น ควรนำหลักการการสื่อสาร SMCR ของ David K. Berlo (1960) เข้ามาประกอบ และเสริมองค์ประกอบในด้านช่องทางการสื่อสารให้ชัดเจนขึ้น อาทิเช่นการเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายควรคำนึงถึงประเภท และชนิดของสื่อเพื่อเข้าถึงทุกกลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มชุมชนท้องถิ่น กลุ่มผู้มาเยือนในพื้นที่ กลุ่มเครือข่ายและกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายภายนอก ซึ่งอาจต้องใช้การสื่อสารมวลชนเข้ามาเกี่ยวข้อง สำหรับในส่วนของ การนำเสนอรูปแบบ โดยอธิบายจากรูป ภาพดาวเสาร์นั้น ที่ประมุขเห็นด้วย เนื่องจากการนำองค์ประกอบต่าง ๆ ของรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมาประมวลเชื่อมโยงกันแล้วสร้างสัญลักษณ์ทำให้รูปแบบดังกล่าวเป็นรูปธรรม ง่ายต่อการสร้างความเข้าใจในแต่ละองค์ประกอบ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีการปรับปรุง เพิ่มเติม ภาพดาวเสาร์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของรูปแบบอันประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก คือ L4T PINE ให้มีรายละเอียดชัดเจนขึ้น โดยนำหลักการ SMCR เข้ามาประกอบในการอธิบาย คือ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น จะเน้นที่กระบวนการในการสร้างสารและการออกแบบจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ ดังนั้น ตามหลักการของ SMCR ซึ่งเริ่มจากผู้ส่งสาร (source) คือ ผู้นำชุมชนและทีมงาน อันมาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ภายในกระบวนการการสร้างสาร หรือสัญญาณนั้นต้องประกอบไปด้วย การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว และพฤติกรรมผู้ใช้ประโยชน์คือ ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว รวมทั้ง การศึกษาในด้านอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อนำไปสู่การกำหนดเค้าโครงเรื่องการสื่อความหมาย ซึ่งถือเป็นสาร (message) หรือ เนื้อหา เรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ จากนั้นจึงออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ถือเป็นสื่อกลางสำคัญอันเป็นช่องทางการสื่อสาร (channel) โดยจัดทำอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นอันประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ฯลฯ รวมทั้ง

ประสานสถาบัน “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งถือเป็นเครือข่ายภายในชุมชนที่สำคัญ นอกจากนี้ควรมีการประสานความร่วมมือกับเครือข่ายภายนอกชุมชนไม่ว่าจะเป็น สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน สมาคมธุรกิจทางการท่องเที่ยว องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย วงแหวนของดาวเสาร์นั้นหมุนรอบตัวอยู่ตลอดเวลา เปรียบเสมือนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การสร้างเครือข่าย และการติดตามประเมินผล ควรมีการเคลื่อนไหวหรือดำเนินการอยู่ตลอดเวลา เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นในทุกกระบวนการของการดำเนินงาน และควรมีการสร้างเครือข่ายทั้งภายใน ภายนอกชุมชนให้เกิดขึ้นและเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการกระจายการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ จุดเด่นของชุมชน การที่ชุมชนมีเครือข่ายเพิ่มขึ้นนับได้ว่าเป็น การมีทุนทางสังคมเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนการติดตามประเมินผล ควรดำเนินการทุกระยะเพื่อประสิทธิภาพของสื่อ ที่ควรมีการปรับปรุง พัฒนาต่อไป สำหรับผู้รับสาร (receiver) ในการสื่อความหมายควรประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย ผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เครือข่ายทั้งภายในภายนอก และชุมชนท้องถิ่น

รายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบ สามารถสรุปผลจากการประชุมวิชาการ โดยการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญและการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้อง (IOC) ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ผู้นำชุมชน (leader)

คุณลักษณะสำคัญของผู้นำในด้านการสื่อความหมาย ได้แก่

1. ปัจจัยภายในบุคคล คือ มีความเสียสละเพื่อส่วนร่วม จิตสำนึกในการอนุรักษ์ มีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ ของชุมชน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อชุมชนที่ดี สรุปค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับในองค์ประกอบนี้ ร้อยละ 100
2. ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในท้องถิ่น เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่นของชุมชน และความรู้ด้านการสื่อความหมาย สรุปค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.91 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับในองค์ประกอบนี้ ร้อยละ 90.1 โดยมีข้อเสนอแนะว่า ในเบื้องต้นผู้นำชุมชนอาจไม่จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจด้านการสื่อความหมาย แต่หลังจากเริ่มมีความรู้ความเข้าใจด้านนี้แล้ว สิ่งสำคัญคือควรมีความสามารถในการลงมือปฏิบัติจริงให้เป็นรูปธรรมได้
3. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ มนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยไมตรีดี เป็นที่ยอมรับนับถือของชุมชน ความสามารถในการจัดการและพัฒนาระบวนการสื่อความหมาย และเป็นบุคคล

ที่มีทุนทางสังคมสูง หรือสามารถแสวงหาเครือข่ายหรือทุนทางสังคม มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.82 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ให้การยอมรับในประเด็นนี้

องค์ประกอบที่ 2 คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับในองค์ประกอบนี้ โดยมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 จำแนกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1. การคัดเลือก จัดตั้งคณะทำงาน โครงการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น
2. การพัฒนาศักยภาพของคณะทำงาน ในด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น การจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวและการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้เชี่ยวชาญ ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การฝึกอบรมที่จำเป็นต่อการสื่อความหมายในชุมชน ควรมีหัวข้อสำคัญเช่น หลักการสื่อความหมาย หลักการมัคคุเทศก์ ความรู้ภาษาอังกฤษ เบื้องต้น ฯลฯ

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)

เป็นการสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึงความสำคัญ และสอดแทรกประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ จากนั้นจึงกำหนดจุดที่เหมาะสมในการสื่อความหมายและกำหนดตัวกลางหรือสื่อที่ใช้ ในองค์ประกอบนี้ ผู้เชี่ยวชาญ ต่างให้การยอมรับ โดยมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ข้อควรระวังที่มักพบในการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ชุมชนมักประเมินสูงกว่าความเป็นจริง แล้วพอมีการติดตามประเมินผลจากผู้ใช้บริการก็มักจะผิดหวัง ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จึงน่าจะหามาตรการหรือหลักเกณฑ์ในการประเมินให้แก่ชุมชนเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพชุมชนด้วย

องค์ประกอบที่ 4 การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists)

เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงหรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมาย ในองค์ประกอบนี้ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับ โดยมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 และมีข้อเสนอแนะว่า การสร้างสารและนำเสนอให้แก่ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวจะต้องชัดเจนว่า กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารนั้นเป็นใคร ซึ่งควรเข้าใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อการสื่อความหมายได้ตรงและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

องค์ประกอบที่ 5 การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme)

จำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบว่าหากประกอบกิจกรรมหนึ่งในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแล้วผลที่จะเกิดขึ้นจะเป็นเช่นไร มีการคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางป้องกัน หรือ ลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ลง สรุปค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.90 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนมากต่างให้การยอมรับในองค์ประกอบนี้

2. การกำหนดเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย (zoning) เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ ความต้องการของชุมชนและประสบการณ์ที่จะได้รับของนักท่องเที่ยว ในองค์ประกอบนี้ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ต่างให้การยอมรับ โดยมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.82 โดยแนะนำว่า การแบ่งเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ควรจะต้องยึดหลักกฎหมาย เช่น เขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

3. การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการสื่อความหมาย โดยนำข้อมูลในด้านทรัพยากรและผู้มาเยือนมาวิเคราะห์ เพื่อหาตำแหน่งและทิศทางเชิงกลยุทธ์ (strategic positioning and direction) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมายด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ตารางจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (strengths, weaknesses, opportunities and threats (swot matrix)) เทคนิคการวิเคราะห์ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (strategic position and action evaluation (space matrix)) แล้วทำการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในองค์ประกอบนี้ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับซึ่งมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.82 โดยให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การนำ space matrix หรือการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์/แหล่งท่องเที่ยวขึ้น

เป็นการวิเคราะห์เพื่อประโยชน์ทางการตลาด อาจไม่จำเป็นต่อการวิเคราะห์เพื่อสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอสื่อก็ควรสอดคล้องกับภาพลักษณ์ (brand image) และกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชุมชนกำหนดไว้

4. การศึกษาอัตลักษณ์ (identity) ของชุมชน โดยศึกษาจาก ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ที่เป็นจุดเด่นของท้องถิ่น ทั้งนี้จะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการศึกษาและกำหนด อัตลักษณ์ของชุมชนตน สรุปว่าองค์ประกอบนี้ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับซึ่งมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

5. การกำหนดเค้าโครงเรื่องและแผนการสื่อความหมาย โดยการกำหนดหัวข้อเรื่อง (topic) ในการสื่อความหมายที่ต้องการนำเสนอให้กับผู้มาเยือน / นักท่องเที่ยวแล้วกำหนดเค้าโครงการสื่อความหมายรวม (theme) จากนั้นกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานีสื่อความหมาย และการกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด พร้อมทั้งกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) และสื่อกลางที่ใช้ในแต่ละสถานีสรุปลค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 1.00 หมายถึงผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดให้การยอมรับในส่วนนี้

องค์ประกอบที่ 6 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย สรุปลค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 1.00

2. ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สรุปลค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 1.00

3. การมีส่วนร่วมทำ ได้แก่ เป็นคณะกรรมการบริหารจัดการทำโปรแกรมสื่อความหมายค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 0.91 ส่วนการเป็นที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะข้อคิดเห็นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย การมีส่วนร่วมช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย และการเป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย สรุปลค่าความสอดคล้องของแต่ละด้านนี้เท่ากับ 1.00

4. การมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุน ช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมาย สรุปลค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.91 และสนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายสรุปลค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 0.64 โดยมีการให้ข้อเสนอแนะว่า การสนับสนุนงบประมาณอาจต้องมีการ

กำหนดเงื่อนไข และในเบื้องต้นการสนับสนุนงบประมาณนั้นควรขอความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน

5. การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย โดยเป็นผู้ให้บริการ โปรแกรมสื่อความหมาย (ผู้รับสาร) ค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 1.00 และการนำมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว สรุปค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 0.91

6. การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผล โปรแกรมสื่อความหมายสรุปค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 0.91

นอกจากนี้ การจัดทำสื่อเป็นการดึงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนออกมาเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับทราบ สิ่งที่ต้องระมัดระวังต่อไปคือ การจะทำการอย่างไรให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนด้วย สรุปค่าความสอดคล้องขององค์ประกอบนี้เท่ากับ 1.00

องค์ประกอบที่ 7 การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design and media)

1. เริ่มจากการร่างแผนและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง

2. การนำเสนอ ประชาคมในพื้นที่เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) หลังจากนั้นนำผลสรุปจากการประชุมมาปรับแก้ไขและพัฒนาแผน แล้วจึงดำเนินการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามแผนงาน โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกันจนกระทั่งเสร็จสิ้น

สรุปว่า องค์ประกอบนี้ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับซึ่งมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 โดยแนะนำเพิ่มเติมว่า การผลิตสื่อ ควรคำนึงถึง ประเภทของสื่อ และวิธีการสื่อ โดยต้องให้ความสำคัญกับบริบทของพื้นที่แต่ละแห่ง เช่น ประเภทของสื่อบางประเภทก็เหมาะสมกับบางพื้นที่เท่านั้น หรือวิธีการสื่อที่เหมาะสม เช่น การใช้สัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของชุมชนก็น่าสนใจ เช่น ถ้าไปอุทยานี่ก็เป็นรูปปลา รวมทั้ง สื่อความหมายที่จัดทำขึ้นควรมีทั้งที่จัดทำขึ้นเพื่อผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ และควรสื่อถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่อยู่ภายนอก เพื่อประชาสัมพันธ์ สร้างช่องทางให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสื่อได้ เช่น สื่อ internet นอกจากนี้ สื่อที่สำคัญที่สุดคือ การบอกปากต่อปาก

องค์ประกอบที่ 8 เครือข่าย (network)

1. เครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชน ที่มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกัน ในท้องถิ่นได้แก่

1.1 เครือข่ายในองค์กร หรือคณะทำงาน (ทีมงาน) ในองค์ประกอบนี้ ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับซึ่งมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00 โดยผู้เชี่ยวชาญแนะนำว่า คณะทำงานสื่อความหมายควรหากลุ่มแกนนำด้านการท่องเที่ยวด้วย

1.2 เครือข่าย “บวร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบันสำคัญที่ควรมีการประสานความร่วมมือในการเข้าร่วมกระบวนการ สื่อความหมาย ที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญเกือบทุกคนต่างให้การยอมรับโดยมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.91

2. เครือข่ายความร่วมมือภายนอกชุมชน คณะทำงานของชุมชนจำเป็นจะต้องมีการประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น เพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกได้ดังนี้

2.1 เครือข่ายทางวิชาการ ความรู้ ได้แก่ สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่าง ๆ องค์กรที่ทำงานด้านวิชาการที่เกี่ยวข้อง

2.2 เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ

2.3 เครือข่ายองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาล ฯลฯ

2.4 เครือข่ายการเป็นชุมชนด้านการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ถือเป็น การสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชนอื่น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

องค์ประกอบทั้งสี่ข้างต้นนี้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนต่างให้การยอมรับโดยมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

2.5 เครือข่ายทางภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว เช่น สมาคมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ ในองค์ประกอบนี้ ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับซึ่งมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.91 โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้นควรมุ่งไปสู่ผลที่จะทำให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนให้ได้ พร้อมทั้งต้องสร้างเครือข่ายกับภาคธุรกิจเอกชนด้วย

องค์ประกอบที่ 9 การประเมินผล (evaluation)

เป็นการติดตาม ประเมินผลในการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยจะต้อง ประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จาก โปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งจำแนกกลุ่ม ในการประเมิน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ตามดัชนีชี้ วัด จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการ โปรแกรมสื่อความหมาย ความรู้ความเข้าใจเนื้อหา สื่อความหมาย ทักษะคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย พฤติกรรมการอนุรักษ์ จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 1) พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ โดย การประเมินประสิทธิภาพของสื่อหลังจากดำเนิน การแล้วนั้น ควรแยกเฉพาะเจาะจง เลยว่าเป็นสื่อประเภทใด เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ เพื่อผลการประเมินจะสามารถนำไป ปรับปรุง พัฒนาสื่ออื่น ๆ ได้โดยตรง

รายละเอียดเสนอผังตาราง 50 ต่อไปนี้

ตาราง 50 ผลการประเมินรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมชุมชนท้องถิ่น

n = 11

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย			
1. ผู้นำชุมชน (leader)	คุณลักษณะสำคัญของผู้นำในด้านการสื่อความหมาย ได้แก่					
	1.1 ปังจัยภายในบุคคล คือ มีความเสียสละเพื่อส่วนร่วม จิตสำนึกในการอนุรักษ์ มีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ ของชุมชน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีแรงจูงใจใน การทำงานเพื่อชุมชนที่ดี	100	0	1.00	ยอมรับ	ควรเป็นบุคคลที่มีคุณธรรมสูง (Morality) ด้วย
	1.2 ปังจัยด้านความรู้ ความสามารถ ได้แก่ ความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในท้องถิ่น เช่น ประวัติความ เป็นมา จุดเด่นของชุมชน และความรู้ด้านการสื่อ ความหมาย	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	ในเบื้องต้นผู้นำชุมชนอาจไม่จำเป็นต้อง เข้าใจ 100% แต่การสื่อความหมายสำคัญอยู่ ที่ นักสื่อความหมายหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น นอกจากนี้ ผู้นำชุมชนนอกจากจะต้องมีความรู้ ความ เข้าใจเกี่ยวกับการสื่อความหมายแล้ว ต้องมี ความ สามารถในการลงมือปฏิบัติจริงเชิง ประจักษ์เป็นรูปธรรมได้

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ			
	1.3 ปังจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่					
	1.3.1 มนุษยสัมพันธ์ อริยาสั้ยไมตรีคี เป็นที่ ยอมรับ นับถือของชุมชน (มีบารมี)	100	0	1.00	ยอมรับ	ลักษณะผู้นำชุมชนจะต้องประกอบด้วย ภูมิ รู้ ภูมิฐานและ ภูมิธรรม
	1.3.2 ความสามารถในการจัดการและพัฒนา กระบวนการสื่อความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	1.3.3 เป็นบุคคลที่มีทุนทางสังคมสูง หรือสามารถ แสวงหาเครือข่ายหรือทุนทางสังคม	81.82	18.18	0.82	ยอมรับ	
2. คณะทำงาน หรือทีมงาน (team)	2.1 การคัดเลือก จัดตั้งคณะทำงานโครงการการสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดย ดำเนินการอย่างมี ส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น	100	0	1.00	ยอมรับ	

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย			
	2.2 การพัฒนาศักยภาพของคณะทำงาน ในด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น การจัดฝึกอบรมในเนื้อหา วิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว และการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่ คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	100	0	1.00	ยอมรับ	การฝึกอบรมที่จำเป็นต่อการสื่อความหมายในชุมชน ควรมีหัวข้อสำคัญเช่น หลักการสื่อความหมาย หลักการมีคุณศัพท์ ความรู้ภาษาอังกฤษเบื้องต้น ฯลฯ
3. การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)	เป็นการสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึงความสำคัญ และสอดแทรกประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่างๆ จากนั้นจึงกำหนดจุดหรือสถานที่ที่เหมาะสมในการสื่อความหมายและกำหนดตัวกลางหรือสื่อที่ใช้	100	0	1.00	ยอมรับ	ข้อควรระวังที่มักจะพบในการประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ชุมชนมักประเมินสูงกว่าความเป็นจริงแล้วพอมีการติดตามประเมินผลจากผู้ใช้บริการก็มักจะผิดหวัง ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จึงน่าจะหามาตรการหรือหลักเกณฑ์ในการประเมินให้แก่ชุมชนเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพชุมชน

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ			
4. การ วิเคราะห์ นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน (tourists)	เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง หรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมาย นั่นเอง ดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารหรือผู้ใช้ ประโยชน์ฯ โดยเฉพาะความคิดเห็นเกี่ยวกับ กิจกรรม การท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการในพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ด้านการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ ความคาดหวังหรือความต้องการใน ด้านบริการสื่อความหมายในพื้นที่	100	0	1.00	ยอมรับ	การสร้างสารและนำเสนอให้แก่ผู้รับสาร หรือนักท่องเที่ยวจะต้องชัดเจนว่า กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารนั้นเป็นใคร ซึ่ง จะต้องเข้าใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และ ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละ ประเภท เพื่อการสื่อความหมายได้ตรงและ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสาร
5. การกำหนด เค้าโครงและ แผนการสื่อ ความหมาย (theme)	5.1 การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการ ศึกษาเพื่อให้ทราบว่า หากประกอบกิจกรรมหนึ่ง ๆ ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวแล้วผลที่จะเกิดขึ้น คาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้น เพื่อหน่วงทางป้องกัน หรือ ลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ ลง	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย			
5.2	การกำหนดเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย (zoning) เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ ความต้องการของชุมชนและประสบการณ์ที่จะได้รับของนักท่องเที่ยว	81.82	18.18	0.82	ยอมรับ	การแบ่งเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์จะต้องยึดหลักกฎหมาย เช่น เขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติ
5.3	การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการสื่อความหมาย โดยนำข้อมูลในด้านทรัพยากร และผู้มาเยือนมาวิเคราะห์ เพื่อหาตำแหน่งและทิศทางเชิงกลยุทธ์ (strategic positioning and direction) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมายด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ตารางจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (strengths; weaknesses; opportunities; threats (swot matrix)) แล้วทำการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์	81.82	18.18	0.82	ยอมรับ	space matrix การวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นการวิเคราะห์เพื่อประโยชน์ทางการตลาด อาจไม่จำเป็นต้องการวิเคราะห์เพื่อสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวแต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอสื่อก็ควรสอดคล้องกับ brand image และกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชุมชนกำหนดไว้

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ			
5.4 การศึกษาอัตลักษณ์ (identity) ของชุมชนโดยศึกษาจาก ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ที่เป็นจุดเด่นของท้องถิ่น ทั้งนี้จะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการศึกษาและกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนคน	100	0	1.00	ยอมรับ		
5.5 การกำหนดเค้าโครงเรื่องและแผนการสื่อความหมาย โดยการกำหนดหัวข้อเรื่อง (topic) ในการสื่อความหมายที่ต้องการนำเสนอให้กับผู้มาเยือน / นักท่องเที่ยวแล้วกำหนดเค้าโครงการสื่อความหมายรวม (theme) จากนั้นกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานี สื่อความหมาย และการกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด / สถานี พร้อมทั้งกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) และสื่อกลางที่ใช้ในแต่ละสถานี	100	0	1.00	ยอมรับ	การสร้างเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ชุมชนและผู้มาเยือนรับรู้ตรงกัน โดยอาศัยข้อมูล จุดเด่น เรื่องราวที่น่าสนใจ เช่น ประวัติศาสตร์ ตำนาน ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยว	

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย			
6. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)	ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ดังนี้	100	0	1.00	ยอมรับ	การจัดทำสื่อเป็นการดึงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนออกมาเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับทราบ สิ่งที่ต้องกระทำต่อไปคือ การจะทำอย่างไรให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนด้วย
	6.1 การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	6.2 ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมทำ ได้แก่	100	0	1.00	ยอมรับ	
	6.3 เป็นคณะกรรมการบริหารจัดการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	
	6.4 ที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
6.5 ผู้มีส่วนช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ		

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ			
6.6	แหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย การมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อ ความหมายครั้งนี้ ได้แก่	100	0	1.00	ยอมรับ	
6.7	ผู้สนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อ ความหมาย	63.63	36.36	0.64	ยอมรับ	การสนับสนุนงบประมาณอาจต้องมีการ กำหนดเงื่อนไข และในเบื้องต้นการ สนับสนุนงบประมาณนั้นควรขอความ ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อสร้างความ เข้มแข็งแก่ชุมชน
6.8	ผู้สนับสนุน ช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรแกรม สื่อความหมาย การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อ ความหมาย โดย	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	
6.9	เป็นผู้ให้บริการ โปรแกรมสื่อความหมาย(ผู้รับสาร)	100	0	1.00	ยอมรับ	

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย			
	6.10 นำมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	
	6.11 การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผล โปรแกรมสื่อความหมาย	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	
7. ออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)	7.1 เริ่มจากการวางแผนและออกแบบโปรแกรมสื่อความหมาย หรือสื่อกลางที่ใช้ในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme)	100	0	1.00	ยอมรับ	การผลิตสื่อ ควรคำนึงถึง ประเภทของสื่อ และวิธีการสื่อ โดยต้องให้ความสำคัญกับบริบทของพื้นที่แต่ละแห่ง เช่น ประเภทของสื่อบางประเภทก็เหมาะสมกับบางพื้นที่เท่านั้น หรือวิธีการสื่อที่เหมาะสม เช่น การใช้สัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวแทนของชุมชนก็น่าสนใจ เช่น ถ้าไปอุทยานนี้ก็ป็นรูปปลา แต่ที่ประจวบฯ ก็ป็นรูปสัตว์ปละ เป็นต้น
	7.2 การนำเสนอ ประชาคมในพื้นที่เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) หลังจากนั้นนำผลสรุปจากการประชุมมาปรับแก้ไขและพัฒนาแผน	100	0	1.00	ยอมรับ	

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ			
7.3	ดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามแผนงาน โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกันจนกระทั่งเสร็จสิ้น	100	0	1.00	ยอมรับ	สื่อความหมายที่จัดทำขึ้นควรมีทั้งที่จัดทำขึ้นเพื่อผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ และควรสื่อถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่อยู่ภายนอก เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างช่องทางให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสื่อได้ เช่น สื่อ internet นอกจากนี้ สื่อที่สำคัญที่สุดคือ การบอกปากต่อปาก การจัดทำสื่อควรมุ่งให้ชาวบ้านได้รับทราบและเข้าใจตรงกันด้วย เพราะเมื่อชุมชนมีความเข้าใจที่ตรงกันแล้ว ก็จะให้ข้อมูลหรือสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ตรงกัน

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ			
8. เครือข่าย (network)	8.1 เครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชน ที่มี ความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันในท้องถิ่นได้แก่					
	8.1.1 เครือข่ายในองค์กร หรือคณะทำงาน (ทีมงาน)	100	0	1.00	ยอมรับ	คณะทำงานสื่อความหมายควรหากกลุ่มแกน นำด้านการท่องเที่ยว
	8.1.2 เครือข่าย “บวร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบันสำคัญที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นจำเป็นอย่าง ยิ่งที่จะต้องมีการประสานความร่วมมือในการเข้าร่วม กระบวนการ สื่อความหมายที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ ของชุมชน	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	ควรใช้คำว่า “บวร” เป็นจุดเด่น สื่อสำหรับการ นำเสนอความเข้มแข็งของชุมชนให้ โดดเด่น และอาจใช้ในการเสนอขายแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนที่มีความเข้มแข็งให้ นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ
8.2 เครือข่ายความร่วมมือภายนอกชุมชน คณะทำงาน ของชุมชนจำเป็นจะต้องมีการประสานงานไปยัง หน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น เพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วม และสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกได้ดังนี้	100	0	1.00	ยอมรับ		

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ			
	8.2.1 เครื่องข่ายทางวิชาการ ความรู้ ได้แก่ สถาบันการศึกษามหาวิทยาลัยต่าง ๆ องค์กรที่ทำงาน ด้านวิชาการที่เกี่ยวข้อง	100	0	1.00	ยอมรับ	
	8.2.2 เครื่องข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับ ด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น ศูนย์การ ท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย ฯลฯ	100	0	1.00	ยอมรับ	
	8.2.3 เครื่องข่ายองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาล ฯลฯ	100	0	1.00	ยอมรับ	
	8.2.4 เครื่องข่ายทางภาครัฐกิจเอกชนด้านการ ท่องเที่ยว เช่น สมาคมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน นั้นควรมุ่งไปสู่ผลที่จะทำให้เกิดธุรกิจ ท่องเที่ยวในชุมชนให้ได้ พร้อมทั้งต้อง สร้างเครือข่ายกับภาครัฐกิจเอกชน

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ			
	8.2.5 เครือข่ายการเป็นชุมชนด้านการท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน ถือเป็น การสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ประสบการณ์บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน	100	0	1.00	ยอมรับ	
9. การติดตาม ประเมินผล (evaluation)	เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพ ของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยจะต้องประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งจำแนกกลุ่ม ในการประเมิน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ตามดัชนีชี้วัด จำนวน 4 ด้าน ได้แก่	100	0	1.00	ยอมรับ	การประเมินประสิทธิภาพของสื่อหลังจาก ดำเนิน การแล้วนั้น ควรแยกเฉพาะเจาะจง เลยว่าเป็นสื่อประเภทใด เช่น สื่อวีดิทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ เพื่อผลการประเมินจะ สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาสื่ออื่น ๆ ได้ โดยตรง

ตาราง 50 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ			
	9.1 ความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อ ความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	9.2 ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	9.3 ทักษะการที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	9.4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 4.1) พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 4.2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	
	ค่าความสอดคล้อง (IOC) ในภาพรวม			0.96	ยอมรับ	

คุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ผลการประชุมวิชาการ โดยการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญและการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้อง (IOC) ในภาพรวมสรุปว่า ผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับ คุณลักษณะตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ควรประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ (SKAP) ได้แก่

S หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (satisfactory of interpretation design / media) ทั้งในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ สื่อประเภทไม่ใช้บุคคลและสื่อประเภทบุคคล

K หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย (knowledge of interpretation message)

A หมายถึง ทักษะคิดที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (attitude of interpretation)

P หมายถึง พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้อง รักษา (protection behavior) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว

ด้านความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (satisfactory) มีค่าความสอดคล้อง (IOC) สูงถึง 0.98 พร้อมทั้ง มีข้อเสนอแนะในรายละเอียดของตัวชี้วัดต่าง ๆ สรุปได้ตามคุณลักษณะความพึงพอใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ คุณลักษณะสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล และคุณลักษณะสื่อประเภทใช้บุคคล อธิบายดังนี้

คุณลักษณะด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ ประกอบไปด้วยตัวชี้วัด คือ

1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย – เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดหรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง โดย ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การสื่อความหมายควรนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่อยู่ใกล้เคียงกับชุมชนด้วย เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวใกล้เคียงเข้ามาเยือน และเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงด้วย ซึ่งจะทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน

4. ความสะดวกในการเข้าถึง โดย ผู้เชี่ยวชาญ ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า โดยทั่วไปหากมองเรื่องการอนุรักษ์มักมีความขัดแย้งกับความสะดวกสบายเพราะถ้าที่ใดเข้าถึงได้สะดวกมักจะมองเป็น mass tourism ดังนั้น ควรนำหลักการ ROS เข้ามาประยุกต์ใช้เพราะเป็นหลักการที่จำแนก

แหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่เขตสัน โดยไปถึงเขตเมือง ซึ่งแต่ละเขตพื้นที่จะมีลักษณะและการจัดการที่แตกต่างกันเพื่อความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่

5. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว โดย ความปลอดภัยขึ้นอยู่กับ การเตรียมการและความพร้อมของระบบความปลอดภัย และชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ควร เข้มงวด กับการทำกิจกรรม เช่น หากมีการล่องแพก็ต้องมีเสื้อชูชีพก่อนลงแพ เพื่อเป็นการป้องกัน ก่อนทำกิจกรรมท่องเที่ยว

คุณลักษณะสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล

ควรประกอบไปด้วย ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ ความน่าสนใจของเนื้อหา สาระ ความชัดเจนของเนื้อหา ภาษาเข้าใจง่าย โดย ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การสื่อ ความหมายในแหล่งท่องเที่ยวควรมีทั้งภาษาไทย-อังกฤษเพื่อความเป็นสากล และภาษาที่ใช้ควร แสดงอัตลักษณ์ของตนเองและให้มีความเป็นสากลเนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย มีใจความ สำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ความ เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ การเสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้ง การผลิตสื่อควรใช้วัสดุ หรือทรัพยากรภายในท้องถิ่นเช่น หมูบ้านสานใบจากก็นำใบจากมาประกอบทำสื่อ และความ เหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ

คุณลักษณะสื่อประเภทใช้บุคคล ประกอบไปด้วย

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย
2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับ ประสบการณ์ผู้ฟัง
3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ
4. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และ คล้อยตาม
5. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย
6. อธิยาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง
7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย

ส่วนคุณลักษณะตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โปรแกรมการสื่อความหมายในแหล่ง
ท่องเที่ยวชุมชน ด้านความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (knowledge of interpretation message)
ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับโดยมีค่าความสอดคล้อง (IOC) สูงถึง 1.00 ส่วนด้านทัศนคติที่มีต่อ
โปรแกรมสื่อความหมาย (attitude of interpretation model) ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับโดยมีค่า
ความสอดคล้อง (IOC) สูงถึง 0.96 และด้านพฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้อง รักษา (protection
behavior) ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอนุรักษ์ของ
นักท่องเที่ยวที่วันนั้น ผู้เชี่ยวชาญต่างให้การยอมรับโดยมีค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.82
นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการประเมินผลจาก พฤติกรรมของชุมชนท้องถิ่น
ที่ได้แสดงพฤติกรรมกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์หรือไม่ และสื่อที่จะทำให้
ผู้มาเยือนเกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ดีได้นั้น น่าจะใช้ป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับ จรรยาบรรณของ
นักท่องเที่ยวที่ดี เช่น Do หรือ Don't เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ควรทำหรือไม่ควรทำอะไร
รวมทั้ง ควรมีการสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมและสร้างประ โยชน์ให้เกิดธุรกิจแก่
ชุมชน

รายละเอียดนำเสนอในตาราง 51 ดังต่อไปนี้

ตาราง 51 ผลการประเมินตัวชี้วัดโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

n = 11

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย			
1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสื่อความหมาย (ด้านเส้นทาง/ทรัพยากร)	1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่	100	0	1.00	ยอมรับ	
	2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย: เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ	100	0	1.00	ยอมรับ	
	3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดหรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง	100	0	1.00	ยอมรับ	การสื่อความหมายควรนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงที่อยู่ใกล้เคียงกับชุมชนด้วย เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวใกล้เคียงเข้ามาเยือน และเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงด้วย ซึ่งจะทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน

ตาราง 51 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย			
4. ความสะดวกในการเข้าถึง		90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	โดยทั่วไปหากมองเรื่องการอนุรักษ์มักมีความขัดแย้งกับความสะดวกสบายเพราะถ้าที่ใดเข้าถึงได้สะดวกมักจะมองเป็น mass tourism ดังนั้น ควรนำหลักการ ROS เข้ามาประยุกต์ใช้เพราะเป็นหลักการทำที่แจกแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่เขตสัน โดยไปถึงเขตเมือง ซึ่งแต่ละเขตพื้นที่จะมีลักษณะและการจัดการที่แตกต่างกันเพื่อความเหมาะสมกับบริบทพื้นที่
5. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว		90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	ความปลอดภัยขึ้นอยู่กับเตรียมการและความพร้อมของระบบความปลอดภัย และชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ควรเข้มงวดกับการทำกิจกรรม เช่น หากมีการล่องแพก็ควรมีเสื้อชูชีพก่อนลงแพ เพื่อเป็นการป้องกันก่อนทำกิจกรรมท่องเที่ยว

ตาราง 51 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ			
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสื่อ (ด้านสื่อประเภทไมใช้บุคคล)	1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	ความถูกต้องของเนื้อหาสาระขึ้นอยู่กับผู้จัดทำเนื้อหา
	2. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ	100	0	1.00	ยอมรับ	
	3. ความชัดเจนของเนื้อหา	100	0	1.00	ยอมรับ	
	4. ภาษาเข้าใจง่าย	100	0	1.00	ยอมรับ	การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวควรมีทั้งภาษาไทย-อังกฤษเพื่อความเป็นสากล และ ภาษาที่ใช้ควรแสดงอัตลักษณ์ของตนเองและให้มีความเป็นสากล
	5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	6. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี	100	0	1.00	ยอมรับ	

ตาราง 51 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ			
7. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง		100	0	1.00	ยอมรับ	
8. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอน่าสนใจ โดดเด่น		100	0	1.00	ยอมรับ	รูปแบบหรือวิธีการนำเสนอควรมีรูปภาพที่น่าสนใจมากกว่ามีเฉพาะตัวหนังสือ
9. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม		90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	
10. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์		100	0	1.00	ยอมรับ	
11. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					ยอมรับ	เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนขึ้นอยู่กับ การ define ส่วน อ.บุญทา ชัยเลิศ แนะนำว่า การผลิตสื่อควร ใช้วัสดุ หรือทรัพยากร ภายในท้องถิ่นเช่น หมูบ้านสานใบจากก็นำ ใบจากมาประกอบทำสื่อเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์และจะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
12. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ		90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	

ตาราง 51 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ			
ความพึง พอใจของ ผู้ใช้บริการสื่อ ความหมาย (สื่อประเภท บุคคล)	1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่ง ท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากร ท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง	100	0	1.00	ยอมรับ	
	3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอด เรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ	100	0	1.00	ยอมรับ	
	4. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม	100	0	1.00	ยอมรับ	
	5. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	6. อธิยาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง	100	0	1.00	ยอมรับ	
	7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยว ในด้านต่างๆ เช่น จารีตประเพณีข้อห้าม หรือความ ปลอดภัย	100	0	1.00	ยอมรับ	

ตาราง 51 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	ความคิดเห็น		ค่าดัชนีความ สอดคล้อง (IOC)	สรุปผล	ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ			
2. ความรู้ ความเข้าใจ ในเนื้อหาสื่อ ความหมาย	1. ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อ ความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	ควรประเมินทักษะ (skill) ของชุมชนท้องถิ่นในด้านการ สื่อความหมายเพิ่มเข้าไปด้วย
	2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจใน เนื้อหาสื่อความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
3. ทักษะที่มี ต่อสิ่งที่ ต้องการสื่อ ความหมาย	1. ชุมชนท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อ ความหมาย	100	0	1.00	ยอมรับ	
	2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ ต้องการสื่อความหมาย	90.91	9.09	0.91	ยอมรับ	
4. พฤติกรรม การอนุรักษ์ ปกป้องรักษา	1. ชุมชนท้องถิ่นเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากร การท่องเที่ยว	81.82	18.18	0.82	ยอมรับ	ควรมีการประเมินผลจาก พฤติกรรมของชุมชนท้องถิ่น ได้แสดงพฤติกรรมที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิด พฤติกรรมการอนุรักษ์หรือไม่
	2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	81.82	18.18	0.82	ยอมรับ	สื่อที่จะทำให้ผู้มาเยือนเกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ดีได้นั้น น่าจะใช้ป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับ จรรยาบรรณของ นักท่องเที่ยวที่ดี เช่น Do หรือ Don't เพื่อให้ นักท่องเที่ยวทราบว่า ควรทำหรือไม่ควรทำอะไร

บทที่ 8

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีเป้าหมายสำคัญเพื่อพัฒนารูปแบบของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีผลการศึกษาโดยสรุป ดังนี้

รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

รูปแบบของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ควรประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก คือ L4T PINE ได้แก่

L หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader)

4T หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)

การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists behavior)

การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme)

P หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

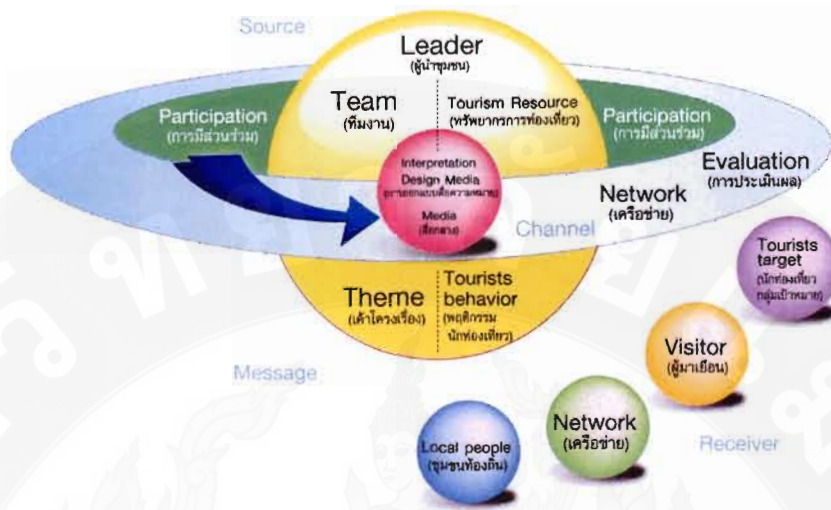
I หมายถึง การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)

N หมายถึง เครือข่าย (network)

E หมายถึง การประเมินผล (evaluation)

การดำเนินการสื่อความหมายในรูปแบบนี้จะเน้นที่ กระบวนการสร้างและการออกแบบจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ ดังนั้น ตามหลักการของ SMCR ของ David K. Berlo ซึ่งเริ่มจากผู้ส่งสาร (source) คือ ผู้นำชุมชนและทีมงานหรือคณะกรรมการ อันมาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ภายใน

กระบวนการการสร้างสารหรือสัญลักษณ์ขึ้นมาต้องประกอบไปด้วย การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้ใช้ประโยชน์คือผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว รวมทั้ง การศึกษาในด้านอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อนำไปสู่การกำหนดเค้าโครงเรื่องการสื่อความหมาย ซึ่งถือเป็นสาร (message) หรือ เนื้อหา เรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ จากนั้นจึงออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ถือเป็นสื่อกลางที่จะเป็นช่องทางการสื่อสาร (channel) โดยจัดทำอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ฯลฯ รวมทั้ง ประสานความร่วมมือกับสถาบัน “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นเครือข่ายภายในชุมชนที่สำคัญ นอกจากนี้ ควรประสานความร่วมมือกับเครือข่ายภายนอกชุมชนไม่ว่าจะเป็น สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน สมาคมธุรกิจทางการท่องเที่ยว องค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างพันธมิตรร่วมกันอย่างมีส่วนร่วมและสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย สังเกตว่า วงแหวนของดาวเสาร์นั้นจะต้องหมุนรอบตัวอยู่ตลอดเวลา สม่่าเสมอ เปรียบเสมือนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การสร้างเครือข่าย และการติดตามประเมินผล ควรมีการเคลื่อนไหวหรือกระทำอยู่ตลอดเวลา เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นนั้น ควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นทุกกระบวนการในการดำเนินงาน เช่นเดียวกับ ควรมีการสร้างเครือข่ายทั้งภายใน ภายนอกชุมชนให้เกิดขึ้นและเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการกระจายการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ จุดเด่นของชุมชน รวมทั้ง การที่ชุมชนมีเครือข่ายเพิ่มขึ้นถือเป็น การมีทุนทางสังคมเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนการติดตามประเมินผล ควรดำเนินการทุกระยะเพื่อประสิทธิภาพของสื่อ ที่ควรมีการปรับปรุง พัฒนาต่อไป สำหรับผู้รับสาร (receiver) ในการสื่อความหมายควรประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เครือข่ายทั้งภายในภายนอก และชุมชนท้องถิ่น โดยสรุปได้ดังภาพ 30 นี้



ภาพ 30 รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model)

สำหรับรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบ สรุปผล ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ผู้นำชุมชน (leader)

คุณลักษณะสำคัญของผู้นำในด้านการสื่อความหมาย ได้แก่

1. ปัจจัยภายในบุคคล คือ เสียสละเพื่อส่วนร่วม มีคุณธรรมและจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ทัศนคติในอัตลักษณ์ของชุมชน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อชุมชนที่ดี
2. ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในท้องถิ่น เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่นของชุมชน และความรู้ด้านการสื่อความหมาย หลังจากเริ่มมีความรู้ความเข้าใจด้านนี้แล้ว สิ่งสำคัญคือต้องมีความสามารถในการลงมือปฏิบัติจริงเป็นรูปธรรมได้
3. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ มนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยไมตรีดี เป็นที่ยอมรับนับถือของชุมชน ความสามารถในการจัดการและพัฒนากระบวนการสื่อความหมาย และเป็นบุคคลที่มีทุนทางสังคมสูง หรือสามารถแสวงหาเครือข่ายหรือทุนทางสังคม

องค์ประกอบที่ 2 คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

การคัดเลือกหรือจัดตั้งคณะทำงาน โครงการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ส่วนใหญ่จะมาจากแกนนำด้านการท่องเที่ยวของชุมชน หรือกลุ่มเครือข่ายของผู้นำ แต่อย่างไรก็ตาม ควรดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น หลังจากนั้นต้องมีการพัฒนาศักยภาพของ

คณะทำงาน ในด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น การจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวและการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)

เป็นการสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึงความสำคัญ และสอดแทรกประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ จากนั้น จึงกำหนดจุดที่เหมาะสมในการสื่อความหมายและกำหนดตัวกลางหรือสื่อที่ใช้ ในองค์ประกอบนี้

องค์ประกอบที่ 4 การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists behavior)

การศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว อันเป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงหรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมาย และควรชัดเจนว่ากลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารนั้นเป็นใคร ซึ่งจะต้องเข้าใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อการสื่อความหมายได้ตรงและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสาร

องค์ประกอบที่ 5 การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme)

หลังจากที่วิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามองค์ประกอบที่ 3 และ 4 แล้วนั้น จะทำให้คณะทำงานทราบถึง จุดหรือสถานที่ที่มีศักยภาพในการสื่อความหมายอย่างไรก็ตาม จุดเหล่านั้นต้องนำมาวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับ การประเมินผลกระทบทางนันทนาการ เช่น หากสถานี่นั้นประเมินแล้วว่าถ้าทำการสื่อความหมายหรือมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดการภาวะเสี่ยงต่อความปลอดภัยของผู้มาเยือน แม้บริเวณนั้นจะมีศักยภาพสูงแต่ก็ควรหลีกเลี่ยงหรือควรรหาทางป้องกัน รวมทั้ง การสื่อความหมายต้องมีความสอดคล้องกับ เขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ ภาพลักษณ์ทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชุมชนกำหนดไว้ ดังนั้น ก่อนที่จะกำหนดเค้าโครงเรื่องจึงต้องมีการศึกษาถึง

1. การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการ ศึกษาเพื่อให้ทราบว่าหากประกอบกิจกรรมหนึ่งในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแล้วผลที่จะเกิดขึ้น คาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางป้องกัน หรือ ลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ลง

2. การกำหนดเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย (zoning) เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ ความต้องการของชุมชนและประสบการณ์ที่จะได้รับของนักท่องเที่ยว

3. การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการสื่อความหมาย โดยนำข้อมูลในด้านทรัพยากร และผู้มาเยือนมาวิเคราะห์ เพื่อหาตำแหน่งและทิศทางเชิงกลยุทธ์ (strategic positioning and direction) การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมาย ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ตารางจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (swot matrix) เทคนิคการวิเคราะห์ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (strategic position and action evaluation (space matrix) แล้วทำการวิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การนำเสนอสื่อควรสอดคล้องกับ brand image และกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชุมชนกำหนดไว้

เนื้อหาหรือสาร (message) คือโครงเรื่องการสื่อความหมายที่นำเสนอ นั้น ควรเป็นสิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นมีความคิดเห็นร่วมกัน โดยต้องทำการศึกษาอัตลักษณ์ (identity) ของชุมชน ซึ่งสามารถศึกษาจาก ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ที่เป็นจุดเด่นของท้องถิ่น ทั้งนี้จะต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการศึกษาและกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนตน จากนั้นจึงกำหนดเค้าโครงเรื่องและแผนการสื่อความหมาย โดยการกำหนดหัวข้อเรื่อง (topic) ในการสื่อความหมายที่ต้องการนำเสนอให้กับผู้มาเยือน / นักท่องเที่ยวแล้วกำหนดเค้าโครงการสื่อความหมายรวม (theme) จากนั้นกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของจุด/สถานี สื่อความหมาย และการกำหนดเค้าโครงเรื่องย่อย (sub-theme) ในแต่ละจุด พร้อมทั้งกำหนดรายละเอียดของการสื่อความหมาย (story development form) และสื่อกลางที่ใช้ในแต่ละสถานี

องค์ประกอบที่ 6 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย
2. การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
3. การมีส่วนร่วมทำ ได้แก่ เป็นคณะกรรมการบริหารจัดการทำโปรแกรมสื่อความหมาย การเป็นที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ผู้มีส่วนช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย และการเป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย

4. การมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุน ช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมาย และสนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย

5. การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย โดยเป็นผู้ให้บริการ โปรแกรมสื่อความหมาย (ผู้รับสาร) และการนำมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว

6. การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผล โปรแกรมสื่อความหมาย

นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมหรือการสื่อความหมายที่ ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นด้วย

องค์ประกอบที่ 7 การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design and media)

เริ่มจากการวางแผนและออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme) และการนำเสนอ ประชาคมในพื้นที่เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) หลังจากนั้นนำผลสรุปจากการประชุมมาปรับแก้ไขและพัฒนาแผน แล้วจึงดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตามแผนงาน โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกันจนกระทั่งเสร็จสิ้น

สำหรับการผลิตสื่อ ควรคำนึงถึง ประเภทของสื่อ และวิธีการสื่อ โดยต้องให้ความสำคัญกับบริบทของพื้นที่แต่ละแห่ง นอกจากนี้ สื่อกลางที่จะดำเนินการควรมีทั้งที่สร้างขึ้นเพื่อผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ และควรสื่อถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่อยู่ภายนอกเพื่อประชาสัมพันธ์ สร้างช่องทางให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับสื่อได้ นอกจากนี้ สื่อที่สำคัญที่สุดคือการบอกปากต่อปาก

องค์ประกอบที่ 8 เครือข่าย (network)

1. เครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชน ที่มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันในท้องถิ่น ได้แก่

1.1 เครือข่ายในองค์กร หรือคณะทำงาน (ทีมงาน) กลุ่มแกนนำด้านการท่องเที่ยว

1.2 เครือข่าย “บวร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบันสำคัญที่ต้องมีการประสานความร่วมมือในการเข้าร่วมกระบวนการ การสื่อความหมาย ที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน

2. เครือข่ายความร่วมมือภายนอกชุมชน คณะทำงานของชุมชนจำเป็นจะต้องมีการประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น เพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกได้ดังนี้

2.1 เครือข่ายทางวิชาการ ความรู้ ได้แก่ สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่าง ๆ องค์กรที่ทำงานด้านวิชาการที่เกี่ยวข้อง

2.2 เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ

2.3 เครือข่ายองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาล ฯลฯ

2.4 เครือข่ายการเป็นชุมชนด้านการท่องเที่ยว ถือเป็น การสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชนอื่น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ประสบการณ์บทเรียนและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน

2.5 เครือข่ายทางภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว เช่น สมาคมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ฯลฯ

การสร้างเครือข่ายทั้งภายในภายนอกนั้น จะต้องสร้างพันธกิจร่วมกัน มิใช่เป็นเพียงเครือข่ายที่มีเฉพาะรายชื่อ แต่จำเป็นจะต้องมีพันธกิจและกิจกรรมด้วยกัน ดังวงแหวนของดาวเสาร์ที่จะเคลื่อนไหว หมุนรอบอยู่ตลอดเวลา การสร้างเครือข่ายก็เช่นเดียวกันควรมีการพัฒนาและสร้างเครือข่ายให้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ขณะเดียวกันนั้นก็ควรสร้างพันธกิจ และกิจกรรม การมีส่วนร่วมกับเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยน สนับสนุนการดำเนินการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

องค์ประกอบที่ 9 การประเมินผล (evaluation)

เป็นการติดตามและประเมินผลการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยจะประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งจำแนกกลุ่มในการประเมิน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ตามดัชนีชี้วัดจำนวน 4 ด้านคือ SKAP ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการ โปรแกรมสื่อความหมาย (S = Satisfaction) ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (K: knowledge) ทศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (A: attitude) พฤติกรรมการอนุรักษ์ปกป้องรักษา (P: protection) จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ

1) พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีรายละเอียดในหัวข้อคุณลักษณะตัวชี้วัดประสิทธิภาพ โปรแกรมการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ต่อไปนี้

คุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

คุณลักษณะตัวชี้วัดประสิทธิภาพโปรแกรมการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วยตัวชี้วัด 4 ด้านคือ SKAP ได้แก่

ความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อความหมาย (S = satisfaction) ควรประกอบไปด้วยคุณลักษณะด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ คุณลักษณะสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล และคุณลักษณะสื่อประเภทใช้บุคคล อธิบายดังนี้

คุณลักษณะด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ ประกอบไปด้วยตัวชี้วัด คือ

1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย – เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดหรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงใน

เส้นทาง

4. ความสะดวกในการเข้าถึง
5. ความปลอดภัยในขณะที่ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว

คุณลักษณะสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล

ควรประกอบไปด้วย ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ ความชัดเจนของเนื้อหา ภาษาเข้าใจง่าย เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ การเสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

คุณลักษณะสื่อประเภทใช้บุคคล ประกอบไปด้วย

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย
2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง
3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ

4. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และ
คล้อยตาม
5. บุคลิกภาพที่ดี เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย
6. อธิบายเป็นมิตร ชี้แจงแจ่มใส เป็นกันเอง
7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น จารีต
ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย

ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (K : knowledge) ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นมี
ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย และ ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจ
ในเนื้อหาสื่อความหมาย

ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย (A : attitude) ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นมี
ทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย และ ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่
ต้องการสื่อความหมาย

พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ปกป้องรักษา (P : protection) ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นเกิด
พฤติกรรมการณ์อนุรักษ์ปกป้องรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยว
เกิดพฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมี
ส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์สำคัญคือ เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนารูปแบบ
และกำหนดคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการ
มีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น แล้วนำรูปแบบดังกล่าวไปประยุกต์ ทดลองใช้พื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว
คือ ชุมชนประมงพื้นบ้านรอบกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา หลังจากนั้น ได้ทำการประเมิน
ประสิทธิภาพ การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวฯ ที่จัดทำขึ้นแล้วจึงจัดประชุมเชิงวิชาการแบบ
การสนทนากลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญ (focus group) และหาค่าความสอดคล้องของรูปแบบและตัวชี้วัด
(IOC) เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
ท้องถิ่น การอภิปรายผลวิจัย สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
ท้องถิ่น

2. พฤติกรรมผู้รับสารกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการนำเสนอ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีการนำหลักการของทฤษฎีสัญญาวิทยา ทฤษฎีความทันสมัยด้วยการสื่อสาร และทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมมาเป็นกรอบในการศึกษา โดยมีความสอดคล้องกับผลงานของ สิริชัย สิริกาเย และ กาญจนา แก้วเทพ (2541ข: 70 – 82); วิไลพร สาคริก (2545: 14); สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2547ข: 45-56); สุรัตน์ ตรีสุกถ (2547: 85-91); รจิตลักษณ์ แสงอุไร (2548: 197); กาญจนา แก้วเทพ (2549: 41-245); สมเกียรติ ตั้งนโม (2550) ที่ต่างกล่าวถึงความสำคัญของ สัญญา โดยสรุปว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่รู้จักใช้สัญลักษณ์ ในการสร้างบำรุงรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคม วัฒนธรรม รวมทั้ง ถ่ายทอดวัฒนธรรมให้มนุษย์รุ่นหลัง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า มนุษย์เกิดจากสัญลักษณ์ที่มนุษย์รุ่นก่อนเป็นผู้สร้างและสะสมพัฒนามา และการที่ชุมชนหรือสังคมใดจะสร้างสัญญาให้เกิดขึ้นภายในสังคมได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการสื่อสารหรือกระบวนการสื่อความหมาย ดังที่ Stuart Hall (สมเกียรติ ตั้งนโม และคณะ, 2550; อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546: 68-73) ได้กล่าวว่า กระบวนการสื่อความหมาย การเข้ารหัสและการถอดรหัส เป็นกระบวนการที่ถูกสร้าง (being constructed) อย่างเป็นระบบและมีเป้าหมาย หากกระบวนการสร้างและถ่ายทอดประสบความสำเร็จก็จะทำให้เกิดระบบความหมายร่วม (shared meaning) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ดังนั้น การเข้าใจสัญลักษณ์อย่างหนึ่งจึงต้องอาศัยการตีความจากความหมายที่ตกลงกันทั่วไป และบริบทขณะนั้น รวมทั้ง ขึ้นอยู่กับการผลิตวาทกรรมของผู้ส่งสาร และผู้รับสารถอดรหัส ตีความออกมา ในรูปที่ตนเข้าใจจากวาทกรรมของผู้ส่ง ดังนั้นการสร้างสัญญาใด ๆ ก็ตามจึงมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีทางการสื่อสาร

ผลการวิจัยครั้งนี้ ถือเป็นงานชิ้นหนึ่งที่สนับสนุนแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารในยุคปัจจุบันหรือ ยุคหลังสมัยนิยม (postmodernism) โดยขัดแย้งกับแนวคิดด้านการสื่อสารตามยุคสมัยนิยม(modernism) ดังที่ Jacques Derrida และ Michel Foucault (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541ข: 70 – 82) ได้กล่าวถึงการสื่อสารในยุคสมัยนิยมว่า เป็นยุคสื่อหลากหลาย รัฐบาลและชนชั้นนำยังได้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารควบคุมพฤติกรรมสังคมแบบ “กวาดคู โดครอบ” (panopticon) การผลิตสื่อหรือ กำหนดนโยบายต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับภาครัฐ โดยชุมชนท้องถิ่นมิได้มีบทบาทใดๆซึ่งถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิและคุณค่าความเป็นมนุษย์ของประชาชน ดังจะเห็นได้จาก การพัฒนาด้านการสื่อ

ความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยหน่วยงานภาครัฐ และมีคณะทำงานผู้เชี่ยวชาญเข้าไปดำเนินการ โดยประชาชนท้องถิ่นไม่ได้มีส่วนร่วมใด ๆ แต่สำหรับ การวิจัยครั้งนี้เป็นงานที่ได้แย้งแนวคิดแบบเดิมหรือ การสื่อสารแบบยุคสมัยนิยม โดยเชื่อมั่นในการพัฒนาศักยภาพและคุณค่าของชุมชนที่จะสามารถดำเนินการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ได้ ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับ ทฤษฎีการสื่อสารลัทธิหลังสมัยนิยม ถือว่าในสังคมใหม่ เอกชน ชุมชนต้องเข้ามามีบทบาทในการสร้างระบบสารสนเทศเสรี (free flow of information) ทั้งในองค์กรและในสังคม และการปฏิรูปแนวคิดและแนวทางการพัฒนาการสื่อสารในสังคมใหม่ โดย สังคมใหม่ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักของการสร้างและธำรงพัฒนาสังคม จึงต้องสร้างและพัฒนาระบบการสื่อสารทั้งในองค์กรและในสังคมซึ่งครอบคลุมมาถึงคำว่า “สังคมความรู้” (knowledge society) นอกจากนี้ สาธารณศาสตร์ของการสื่อสารแบบยุคหลังสมัยนิยม (postmodernism) คือ การใช้ความรู้จากหมวดความรู้ต่าง ๆ คือ มนุษย์ศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ธรรมชาติ และสังคมศาสตร์ร่วมกันไม่มองอย่างแยกส่วน ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าใจมนุษย์และสังคม เรียกว่า การใช้หลักการสื่อความหมาย (interpretative approach) และใช้วิธีการสะท้อนความจริงของตน (self-reflexivity) เพื่อรู้จักตัวเองว่ามีความสำคัญ ดังนั้น การที่ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้ผลิตสื่อ หรือร่วมกับในการสื่อความหมายถึงอัตลักษณ์ของชุมชนด้วยตนเอง ย่อมทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ เข้าใจชุมชนของตนเอง สามารถที่จะถ่ายทอดไปสู่ผู้มาเยือนด้วยความภาคภูมิใจ และยังเป็นการสร้างอำนาจ สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในสังคมของตน ดังที่ Michel Foucault (กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 122-125) ได้กล่าวว่า ภาษาและวาทกรรม เป็นเรื่องที่ยากไม่ออกจากอำนาจ ดังนั้น ภาษา/วาทกรรมจึงเป็นวิธีการที่จะใช้ในการธำรงรักษาอำนาจของสถาบันต่าง ๆ เอาไว้ด้วยการให้นิยามเรื่องต่าง ๆ หากชุมชนใดที่ปรารถนาที่จะมีบทบาท มีตัวตน มีอำนาจในสังคม ควรที่จะเป็นผู้สร้างวาทกรรมของตนเองด้วยชุมชนเองแล้วสื่อสาร โดยคำนึงถึงสิทธิเสรีภาพและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ หรือความเป็นชุมชนของตน

ในปัจจุบันการสื่อสารถือว่ามีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสังคม ดังที่ Daniel Lerner (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547: 19 – 22) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความทันสมัย โดยทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบันได้ให้ความสำคัญต่อ สิทธิเสรีภาพและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ หรือความเป็นชุมชนท้องถิ่น ดังที่ R.Williams (กาญจนา แก้วเทพ, 2549: 122-125) นำเสนอ การสื่อสารยุคปัจจุบันโดยกล่าวว่า การสื่อสารที่แท้จริงนั้นเป็นกระบวนการที่ทำเพื่อ ผลประโยชน์ของชุมชนในการสร้างสรรค์และธำรงรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน หรือเพื่อการมีประสบการณ์ร่วมกันมีวัฒนธรรมร่วมกัน จะเห็นว่า รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นผลงานวิจัยที่สอดคล้องกับแนวคิดของ R.Williams และ A Gramsci ที่เชื่อมั่นใน

ความสามารถของมนุษย์ในการสร้างสรรค์และใช้การสื่อสารเพื่อธำรงรักษาสังคมที่ดีผ่านการร่วมมือกัน โดยมองว่า การที่จะทำให้สังคมเปลี่ยนแปลง และการเป็นผู้สร้างสังคมในสังคมนั้น ควรให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (phenomenology theory) ตามที่ Peter Berger และ Thomas Luckmann (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2550: 190 – 201) ได้สรุปว่า หัวใจสำคัญของปรัชญาตามทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม คือ ปรากฏการณ์หนึ่งใดจะมีความหมายอย่างไรโดยอมแล้วแต่คนแต่ละชุมชน หรือสังคมจะสร้างความหมาย ความจริงของสังคมตนขึ้นมาแล้วดำเนินชีวิตตามแนวทางที่สร้างขึ้น ดังนั้น สังคมจะมีลักษณะอย่างไร มีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น ๆ

นอกจากนี้ ผลการศึกษา รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ยังมีความสอดคล้องกับหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (tourism management on sufficiency economy concept) และการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism development) ดังที่ จูฑามาศ บาระมีชัย และคณะ (2550: 58-70) คณะกรรมการการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สถานิติบัญญัติแห่งชาติ; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 1-48); ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550: 15-40); World Tourism Organization (2006) ได้ระบุหลักการทั้ง 2 แนวคิดที่ว่า ต่างมีความสอดคล้องกันในการหาความสมดุล ในกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งขึ้นอยู่กับการขับเคลื่อนของอุปสงค์ อุปทาน และพลังทางการตลาดมาเป็นการหาความพอดีที่จะไม่ละเลยความเปลี่ยนแปลง ในขณะที่เดียวกันต้องถนอมรักษาฟื้นฟูแหล่งนารายได้ เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม มากกว่ามิติทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (people participation) คือ การนำชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ถือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอำนาจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ตลอดจนเป็นการถ่ายโอนอำนาจจากบุคคลผู้มีอำนาจลงไปสู่สมาชิกในชุมชน และเกี่ยวข้องกับการเพิ่มพลังอำนาจให้กับสมาชิกในชุมชนในการร่วมกันคิด และร่วมกันตัดสินใจในเรื่องราวต่าง ๆ ตลอดจนร่วมปฏิบัติการพัฒนาชุมชนในทิศทางที่เหมาะสม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549: 16-18) จึงสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เป็นการมุ่งเน้นให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาซึ่งเป็นการพัฒนาที่มาจากฐานรากโดยการให้ชุมชนวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง ให้รู้จักการคิดเป็น แก้ปัญหาเป็น และมีการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีใหม่ ๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและส่งผลให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนรับผิดชอบต่อตนเองและชุมชนของตน

สำหรับหลักการสื่อสาร หรือองค์ประกอบการสื่อสารที่นำมาศึกษา รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผู้วิจัยได้นำกระบวนการ

สื่อสารที่เป็นระบบและเป็นที่ยอมรับในวงการสื่อสารกันอย่างกว้างขวางคือ กระบวนการ S M C R (Source, Message, Channel, Receiver) ของ David K. Berlo (อ้างใน ผ่องพรรณ ลวนานนท์, 2545: 2 – 12) มาเป็นกรอบในการวิจัย อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ผลจากการศึกษา กระบวนการสื่อสารในครั้งนี้นำมีความละเอียดและพบบองค์ประกอบด้านการสื่อสารอีก 3 องค์ประกอบเพิ่มเติมจากหลักการเดิม S M C R มาเป็น S M M C R E F (Source, Message, Media ,Channel, Receiver, Effect, Feedback) เพื่อให้องค์ประกอบสื่อสารมีความชัดเจนขึ้น โดยเริ่มจาก

1. ผู้ส่งสาร (source) คือ ผู้นำชุมชนและทีมงานหรือคณะกรรมการ อันมาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
2. เนื้อหา (message) สิ่งที่ผ่านมาการกลั่นกรองแล้วจากกระบวนการการสร้างสารหรือสัญญาขึ้นมาซึ่งประกอบไปด้วย การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ประโยชน์คือผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว รวมทั้ง การศึกษาในด้านอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อนำไปสู่การกำหนดเค้าโครงเรื่องการสื่อความหมาย ซึ่งถือเป็นสารหรือ เนื้อหาเรื่องราวที่ต้องการนำเสนออาจเป็น ข้อความ (text), ภาพ (image), ภาพเคลื่อนไหว (video & animation), เสียง (wave, midi, voice) และสัญลักษณ์ต่าง ๆ
3. สื่อกลาง (media) หรือสิ่งที่บรรจุด้วยเนื้อหา(message) โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสื่อกลางสำหรับการสื่อความหมายคือ โปรแกรมสื่อความหมายประเภทบุคคลและไม่ใช้บุคคล ชนิดต่างๆ เช่น นักสื่อความหมาย มัคคุเทศก์ท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวีดิทัศน์ เส้นทางสื่อความหมาย ป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นต้น
4. ช่องทางการสื่อสาร (channel) เป็นช่องทาง หรือพาหะพาสื่อกลาง นำสื่อกลางจากแหล่งต้นทางไปยังผู้รับสาร มีความหมายทั้งการเข้ารหัส การถอดรหัส และยังรวมถึงพาหะของสิ่งที่นำสาร ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทในการรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นการเห็น ได้ยิน สัมผัส ได้กลิ่น และการลิ้มรส จากผลการศึกษาพบว่าช่องทางการสื่อความหมายที่มีความสำคัญคือ ช่องทางการสื่อสารในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายทั้งภายใน ภายนอกชุมชนเพื่อสนับสนุนให้เกิดช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสารเพิ่มมากขึ้น
5. ผู้รับสาร (receiver) สำหรับผู้รับสารในการสื่อความหมายควรประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ผู้มาเยือนในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เครือข่ายทั้งภายในภายนอก และชุมชนท้องถิ่น
6. ผลลัพธ์ หรือผลกระทบที่เกิดขึ้น (effect) พฤติกรรมการรับรู้ ยอมรับ รู้จัก ของผู้รับสารหลังจากได้รับประสบการณ์หรือ ได้ใช้บริการสื่อความหมายที่ได้จัดทำขึ้น

7. ผลสะท้อนกลับ (feedback) พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยจะประเมินผลสะท้อนกลับจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากการสื่อความหมายของผู้รับสาร ได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ตามดัชนีชี้วัด จำนวน 4 ด้านคือ SKAP ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อความหมาย (S : satisfaction) ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (K : knowledge) ทศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (A : attitude) พฤติกรรมการอนุรักษ์ปกป้องรักษา (P : protection) จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 1) พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น นั้น ควรประกอบด้วย 9 องค์ประกอบหลัก คือ L4T PINE ซึ่งสามารถดำเนินการเป็นกระบวนการได้โดยเริ่มจาก L หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader) 4T หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (team) การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area) การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists) การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme) I : การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) และ E : การประเมินผล (evaluation) ส่วน P : การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation) และ N : เครือข่าย (network) เป็นองค์ประกอบที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นควรดำเนินการตั้งแต่แรกเริ่ม โครงการและสนับสนุนให้เกิดขึ้นทุกขั้นตอนในการดำเนินการ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายทั้งภายในภายนอกถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประสบผลสำเร็จ โดยนำเสนอรายละเอียดการอภิปรายผลของแต่ละองค์ประกอบ สรุปได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ผู้นำชุมชน (leader)

“ผู้นำชุมชน” เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การสื่อความหมายในชุมชนสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้ดี ในฐานะการเป็นผู้ริเริ่มความคิด หรือในกรณีที่มีหน่วยงานอื่นเข้ามาสนับสนุนในด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมายก็ตาม ผู้นำชุมชนก็ยังถือว่าเป็นหัวใจหลักในการดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ดังที่ Everett M. Rogers and Floyd F. Shoemaker (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547ก: 23- 25) และ John, F.Cragan and Donald, C Shields (1998: 176) ต่างอธิบายอย่างสอดคล้องกันว่า การสื่อสาร เป็นการแพร่กระจายนวัตกรรมซึ่งเป็นกระบวนการ ที่นวัตกรรมอย่างหนึ่งแพร่จากแหล่งผลิตไปสู่ผู้ใช้หรือผู้รับนวัตกรรม ส่วนสำคัญของกระบวนการนี้คือ การกระทำระหว่าง

กันของมนุษย์ที่สื่อความคิดใหม่กับผู้รับสื่อ ถ้าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งผ่านนวัตกรรม เป็นผู้นำความคิดหัวก้าวหน้ากับบุคคลสมาชิกชุมชน ในขั้นการทดลองของกระบวนการแพร่่นวัตกรรม การรับนวัตกรรมก็จะเร็ว รวมทั้งทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจายก็ยิ่งระบุถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนคือ ภาวะผู้นำ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญยิ่ง ดังจะเห็นว่า 15 ชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการสื่อความหมาย และการได้นำรูปแบบฯ ไปทดลองใช้ในพื้นที่ชุมชน ประมงพื้นบ้านกวางพะเยานั้น ล้วนแล้วแต่มีผู้นำที่ให้ความสำคัญต่อกระบวนการสื่อความหมาย และพร้อมที่จะเป็นผู้เชื่อมโยง ถ่ายทอดนวัตกรรม หรือความรู้ใหม่ด้านการสื่อความหมายให้แก่แนวร่วม คณะกรรมการหมู่บ้านและสมาชิกในชุมชน คุณลักษณะสำคัญของผู้นำในด้านการสื่อความหมาย ได้แก่

ปัจจัยภายในบุคคล คือ มีความเสียสละเพื่อส่วนร่วม จิตสำนึกในการอนุรักษ์และมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีแรงจูงใจทำงานเพื่อชุมชนที่ดี หรือมีจิตสาธารณะ

ปัจจัยด้านความรู้ ความสามารถ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในท้องถิ่น เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่นของชุมชน และความรู้ด้านการสื่อความหมาย

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ อธิษาศัยไมตรีดี เป็นที่ยอมรับ นับถือของชุมชน (มีบารมี) ความสามารถในการจัดการและพัฒนากระบวนการสื่อความหมาย รวมทั้งเป็นบุคคลที่มีทุนทางสังคมสูง หรือสามารถแสวงหาเครือข่ายหรือทุนทางสังคม

องค์ประกอบที่ 2 คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

ผลจากการวิจัยทั้งงานเอกสาร การศึกษาบทเรียน 15 ชุมชนที่ประสบความสำเร็จและการนำรูปแบบไปทดลองใช้ในชุมชนประมงพื้นบ้านกวางพะเยา รวมทั้ง การสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญสรุปได้ว่า การมีคณะทำงาน หรือคณะกรรมการด้านการสื่อความหมายและการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างยิ่ง อีกทั้งเป็น เวทีที่ทำให้เกิดการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน โดยชุมชนสามารถปฏิบัติการ กำหนดทิศทางเองได้ สอดคล้องกับงานของ พจนา สวนศรี (2546: 76) ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549: 16-18) และคณะกรรมการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สถาบันบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 32-53) ซึ่งกล่าวไว้ว่า การจัดการในรูปแบบคณะทำงานซึ่งเป็นคนในชุมชนเอง ถือเป็นการนำชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอำนาจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ตลอดจนเป็นการถ่ายโอนอำนาจจากบุคคลผู้มีอำนาจลงไปสู่สมาชิกในชุมชน และเกี่ยวข้องกับการเพิ่มพลังอำนาจให้กับสมาชิกในชุมชนในการร่วมกันคิด และ

ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องราวต่างๆ ตลอดจนร่วมปฏิบัติการพัฒนาชุมชนในทิศทางที่เหมาะสม บนฐานคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ดังนั้นการจัดตั้งคณะกรรมการ เป็นขั้นตอนสำคัญที่จะได้ คณะทำงาน โครงการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดย ดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น

นอกจากนี้ การมีองค์ประกอบด้านคณะกรรมการหรือทีมงานที่มาจากชุมชนท้องถิ่น ถือเป็นส่วนสำคัญที่แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หรือ LAT PINE Model นั้นเป็นการดำเนินการอย่างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (genuine participation) ดังที่ Arnstein S. R. (1969) และ White (1994 อ้างใน ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ และคณะ, 2549: 19-22) กล่าวถึง ลักษณะการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (genuine participation) ได้แก่ การร่วมแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น การร่วมเป็นพันธมิตรประชาชนเริ่มทำงานใกล้ชิดกับหน่วยงานและเริ่มมีอำนาจในการเสนอข้อคิดเห็น หรือข้อโต้แย้งต่าง ๆ การส่งตัวแทนเข้าร่วมใช้สิทธิ์ในการตัดสินใจ ประชาชนส่วนหนึ่งได้รับการคัดเลือกให้เข้าไปทำหน้าที่เป็นตัวแทน เป็นคณะกรรมการเพื่อออกความคิดเห็น เสนอข้อโต้แย้ง และมีสิทธิโดยชอบธรรมในการร่วมตัดสินใจเชิงนโยบายต่าง ๆ รวมทั้ง การที่คนในชุมชนท้องถิ่นเป็นคณะกรรมการนั้นสามารถควบคุมการตัดสินใจโดยพลเมือง

เมื่อมีการจัดตั้งคณะกรรมการ หรือคณะกรรมการในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแล้ว จำเป็นจะต้องมี การพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการ ในด้านการบริการการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น การจัดฝึกอบรมในเนื้อหา วิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวและการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับหลักการการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวซึ่ง ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550: 28) สรุปอยู่ 2 ประเด็นที่พิจารณาในการพัฒนา คือ การท่องเที่ยวจะเป็นส่วนเสริม โดยชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งก่อน และการที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งต้องให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจก่อนมีการพัฒนา

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism resource)

เป็นการสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายเพื่อค้นหาจุดและขอบเขตของเส้นทางที่มีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเค้าโครงเรื่อง (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึงความสำคัญ และสอดคล้อง

ประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความรู้สึกรักถิ่นเกิดของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้น ตามที่ต้องการจากการสื่อสาร ในองค์ประกอบนี้ถือว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีส่วนสำคัญต่อ ศักยภาพการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจาย ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ ยังมีมากเพียงใด การพัฒนาในสังคมนั้นก็ยังมีสูงขึ้นไปเท่า นั้น การ ดำเนินการพัฒนาถือเป็นกระบวนการ คือ ดำเนินการเป็นขั้นตอนจากจุดเริ่มต้น ซึ่งเป็นภาวะหรือ สภาพชุมชนที่ไม่พึงปรารถนา ดังนั้น จึงต้องการเปลี่ยนแปลงไปจนถึงจุดสุดท้ายของการพัฒนาอัน เป็นสภาพที่สังคมปรารถนาเป็นเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2547ข: 1-48) นอกจากนี้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ยังเป็นองค์ประกอบหลักของการ จัดการท่องเที่ยว ซึ่ง บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 99-128) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของระบบการ ท่องเที่ยวด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism resource) หรือแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นสินค้าทางการ ท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการ ท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน โดยจะต้อง วิเคราะห์บนพื้นฐานของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่าง พอเพียง (sufficiency tourism development) และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว (tourism environmental & conservation) โดยจะต้องสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการการท่องเที่ยว มีการบริหารจัดการทรัพยากร ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ชีดความสามารถในการ รองรับ (carrying capacity) ปัจจัยสู่ความยั่งยืนและพอเพียง (คณะกรรมการการอุตสาหกรรมและ การท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 1-48); ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550: 15-40)

องค์ประกอบที่ 4 การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists behavior)

เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง ที่สารส่งไปถึงหรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมายนั่นเอง ซึ่งต้องทราบถึง ความ คิดเห็นเกี่ยวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการในพื้นที่ ทรัพยากรการ ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ ความคาดหวังหรือความต้องการใน ด้านบริการสื่อความหมายในพื้นที่ การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่นั้น ถือเป็น องค์ประกอบหนึ่งของการศึกษาตลาดการท่องเที่ยว (tourism market or tourist) ดังที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 99-128) ได้กล่าวไว้ว่า การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยว นั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาเยือน ซึ่ง หมายถึง ความพยายามที่จะทำใ้ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และใช้สิ่งอำนวยความสะดวก

ทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมทั้งภายใน ภายนอกของผู้มาเยือน เช่น แรงจูงใจ ความคาดหวัง ความต้องการ ฯลฯ และควรครอบคลุมไปถึง การกำหนดนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่ชุมชนต้องการ ไม่จำเป็นต้องเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวแต่ควรเน้นคุณภาพของผู้มาเยือนมากกว่า เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะที่พอประมาณเพื่อเป็นไปตามแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบเศรษฐกิจพอเพียง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่ง จุฑามาศ บารมีชัย และคณะ (2550: 58-70) คณะกรรมการการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550: 1-48); ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2550: 15-40) ได้กล่าวถึง การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง (sufficiency tourism marketing) เศรษฐกิจพอเพียง จำเป็นต้องปรับฐานคิดเรื่องตัวชี้วัด เช่น ไม่เน้นความสำเร็จจากปริมาณนักท่องเที่ยวแต่มุ่งให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวคุณภาพ กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับได้ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง กับธรรมชาติและวัฒนธรรม ให้เกิดความรู้สึกตระหนัก ห่วงเห่นและมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์ดูแลรักษา ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่

องค์ประกอบที่ 5 การกำหนดเค้าโครงเรื่องการสื่อความหมาย (theme) และอัตลักษณ์ชุมชน (identity)

การกำหนดเค้าโครงเรื่องในแต่ละบริเวณที่เป็นขอบเขตแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่จะทำการสื่อความหมาย ต้องให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกันทั้งพื้นที่ ตลอดจนไม่ให้เกิดการซ้ำซ้อนกัน พร้อมระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจกรรมแต่ละประเภทให้ชัดเจน จนกระทั่ง ได้มาซึ่งจุด/สถานีสื่อความหมาย ที่ใช้สื่อสารในเส้นทางท่องเที่ยว นั้น ถือเป็นข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาระบบสื่อความหมายของพื้นที่ เพราะเค้าโครงเรื่องเป็นหัวใจสำคัญของเนื้อหา หรือสาร (message) ที่จะทำการส่งไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ต้องเป็นสิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่อันมาจากการร่วมคิด ร่วมศึกษา ร่วมพิจารณาโดยคนในชุมชน จากการนำรูปแบบฯ ไปทดลองใช้ในพื้นที่ชุมชนประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา จ.พะเยา นั้น พบว่า การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ (identity) ทำให้การกำหนดเค้าโครง แผนการสื่อความหมาย (theme) มีความลึกซึ้ง และเป็น โอกาสที่ทำให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วิถีชีวิตของคนในชุมชนร่วมกันระหว่างคนแต่ละรุ่น ตั้งแต่รุ่นปู่ ย่า ตา ยาย รุ่นพ่อแม่ และรุ่นลูกหลาน โดยพบว่า อัตลักษณ์ของชาวประมงรุ่นพ่อ

และรุ่นลูกมีช่องว่างที่ไม่สอดคล้องกัน ทั้งระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) ซึ่งน่าจะมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็ว หลากหลายและซับซ้อน ดังที่ Michel Foucault (สมเกียรติ ตั้งนโม และคณะ, 2550); อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2543: 68-73) กล่าวว่า อัตลักษณ์ เป็นผลรวมของลักษณะ เฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ สังคมแต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง ถือเป็นเรื่องของ การนิยามความหมาย หรือการสร้างภาพตัวแทนทำให้ความหมายของอัตลักษณ์ ทำให้อัตลักษณ์ โดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น และสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็ว หลากหลายและซับซ้อน ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ จึงเป็นการใช้สัญลักษณ์ (symbolic aspect) การก่อรูปและการปรากฏตัวของอัตลักษณ์ มีเนื้อหาจากจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น และสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว โดยสามารถแสดงผ่านสื่อ สัญลักษณ์ต่าง ๆ (พัฒนา กิติอาษา, 2546: 45)

ผลสรุปจากการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ในชุมชนประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าอัตลักษณ์ชุมชนประมงมีการเปลี่ยนแปลง ด้วยปัจจัยที่หลากหลายและซับซ้อน อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์ มิใช่สิ่งหยุดนิ่ง แน่นนอนตายตัว แต่เป็นเวทีของการต่อสู้ที่แหลมคม เพื่อช่วงชิงความเป็นเจ้าในการสร้างค่านิยมหรือเป็นผู้ให้ความหมายกับสิ่งต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเราและของผู้อื่น ดังที่ Baudrillard (อาภรณ์ จันทร์สมวงศ์, 2544: 21) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการมีลักษณะที่เป็นภายในเกี่ยวกับการถ่ายทอดสื่อในจอภาพภายในจิตใจของเราได้ไปจัดความแตกต่างระหว่างพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวทิ้งไป รวมทั้งได้ไปลบพื้นที่ภายในและพื้นที่ภายนอกออกไปด้วย พื้นที่เหล่านี้ได้ถูกแทนที่โดยพื้นที่สื่อ (media space) ที่สร้างทัศนคติต่อตนเองและความผูกพันกับชุมชน โดยสรุปแล้ว คณะทำงานจึงคิดเห็นร่วมกันว่าการสื่อความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ของชุมชนประมงพื้นบ้านนั้น ควรเป็นการสะท้อนภาพ ภูมิปัญญาที่มีความผูกพันเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศกว๊านพะเยา และยึดถือวิถีความพอเพียง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้ง การนำเรื่องราวของวิถีชีวิตประมงพื้นบ้านเชื่อมโยงกับทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านอื่น ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศาสนา โบราณสถาน และวัฒนธรรม วิถีชีวิตด้านอื่น ๆ รอบกว๊านพะเยา ซึ่งนำไปสู่การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยาต่อไป

ตัวอย่างการศึกษาอัตลักษณ์ในชุมชนประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการกำหนดเค้าโครงเรื่องที่จะสื่อความหมาย หรือสาร เป็นเสมือนการสร้างวาทกรรมในทัศนะของ Michel Foucault (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอบาร, 2545: 86-92) หมายถึง ระบบและ

กระบวนการในการสร้าง/ผลิต (constitute) อัตลักษณ์ (identity) และความหมาย (significance) ให้กับสรรพสิ่งต่าง ๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง วาทกรรมทำหน้าที่ตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่ และเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง ขณะเดียวกันวาทกรรมก็ทำหน้าที่เก็บกด/ปิดกั้นมิให้อัตลักษณ์และความหมายบางอย่าง ที่ดำรงอยู่แล้วในสังคมเลื่อนหายไปได้พร้อม ๆ กันด้วย (displace) ดังนั้น การรื้อฟื้นคุณค่าของวิถีประมงพื้นบ้านทำให้ภูมิปัญญาด้านประมงถูกกระตุ้นให้คนในชุมชนสนใจ รักและหวงแหน พร้อมทั้งภูมิใจที่จะสื่อความหมายให้ผู้อื่นได้รับรู้ตัวตนของชุมชน นอกจากนี้ Michel Foucault ยังกล่าวถึงการผลิตความหมายเกี่ยวกับความจริงในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งหมายถึงการผลิตชุดของความรู้ กฎเกณฑ์ และข้อปฏิบัติทางสังคม การมีสถาบันทางสังคม และปฏิบัติการทางสังคม (discursive practice) ที่ต่อเนื่องมาจากความรู้ที่นั่น ที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงให้คนนิยามตนเองตามความรู้ที่ถูกผลิตออกมา และมักเกี่ยวโยงกับอำนาจเสมอ ซึ่งสามารถเปลี่ยนมาเป็นเครื่องมือของอำนาจได้ตลอดเวลา ตราบเท่าที่คนหรือสังคมนั้น ๆ ยอมรับชุดความรู้ที่ถูกผลิตขึ้น

องค์ประกอบที่ 6 การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

การวิจัยครั้งนี้ได้นำหลักการของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเข้ามาใช้ในกระบวนการจัดทำสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีผลที่สอดคล้องและสนับสนุนทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม ดังที่ Peter Berger และ Thomas Luckmann (สัตยญา สัตยญาวิวัฒน์, 2550: 190-201) กล่าวว่า ปรากฏการณ์หนึ่งใดจะมีความหมายอย่างไรย่อมแล้วแต่คนแต่ละชุมชน หรือสังคมจะสร้างความหมาย ความจริงของสังคมตนขึ้นมาแล้วดำเนินชีวิตตามแนวทางที่สร้างขึ้น ดังนั้น สังคมนั้นๆจะมีลักษณะอย่างไร มีองค์ประกอบอย่างไรบ้าง ย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น และสอดคล้องกับหลักการของแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งต่างมีหลักการที่สนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนของตนอย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ทั้งนี้ พบว่าจากการศึกษา การมีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 15 แห่ง ปรากฏว่าทุกชุมชนมีการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมทั้งสิ้น โดยเฉพาะตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และจากการทดลองใช้รูปแบบฯ ณ ชุมชนประมงพื้นบ้านกัวนพะเยานั้น พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นครั้งนี้ และอยู่ในขั้นตอนหรือกระบวนการในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายเกือบทุกขั้นตอน โดยสามารถจัดประเภทการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Pretty (Sitikam, 2008:

305-306) ได้เป็น 2 ลักษณะคือ ในระยะแรกทีผู้วิจัยได้เข้าไปร่วมกันพัฒนาการสื่อความหมายในชุมชนนั้น ได้จัดอยู่ในประเภทการมีส่วนร่วมแบบการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการ ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ และพัฒนาแผนปฏิบัติการร่วมกับผู้วิจัยทำให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มชุมชน ไม่ใช่เป็นเพียงการตั้งวัตถุประสงค์แต่ต้องทำให้เห็นผลเกิดขึ้นจริง ต่อมาเมื่อชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถที่จะดำเนินการเองได้โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น จึงถือว่าเป็นการมีส่วนร่วม โดยการขับเคลื่อนของกลุ่มชุมชนเอง ชุมชนท้องถิ่นมีอิสระในการร่วมคิดแผนองค์กรเพื่อเปลี่ยนแปลงระบบ โดยมีการพัฒนาเครือข่ายภายนอกในการจัดการทรัพยากร เทคโนโลยีที่จำเป็น แต่การควบคุมการใช้ประโยชน์ทรัพยากรอาจมีภาครัฐหรือองค์กรพัฒนาเอกชนเข้ามาเกี่ยวข้อง ร่วมกันจัดการดูแล

นอกจากนี้ กระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่เกิดขึ้นจากการศึกษาค้นคว้านี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sitikam (2008: 309) ที่ได้กล่าวว่า กระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นไปตามลำดับขั้น โดยชุมชนควรมีโอกาสในการร่วมตัดสินใจที่จะเข้าร่วมโครงการ มีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินการ การประเมินผล ติดตามผลโครงการ และถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นชุมชนท้องถิ่นก็ควรมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาาร่วมกัน โดยย้อนกลับไปสู่ลำดับขั้นการตัดสินใจร่วมกันอีกครั้ง นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เช่น ข้อจำกัดด้านความรู้ ดังนั้นจึงควรมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา แนะนำ

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนา เป็นการมุ่งเน้นให้ประชาชนในชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน อันเป็นการพัฒนาที่มาจากฐานราก โดยการให้ประชาชนวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง ให้รู้จักการคิดเป็น แก้ปัญหาเป็น และมีการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีใหม่ ๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และส่งผลให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนรับผิดชอบต่อตนเองและชุมชนได้อย่างแท้จริง ดังนั้น การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ควรนำหลักการพัฒนาโดยชุมชนมีส่วนร่วมเข้ามาประยุกต์ใช้โดยอธิบายได้ตามหลักของ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชนและพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย “คว้านพะเยา: ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน” นั้นสามารถจำแนก ได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย คณะกรรมการจัดทำสื่อฯ ได้ทำการประชาสัมพันธ์แก่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งได้รับผลการตอบรับที่ดี ชุมชนได้ร่วมรับรู้การดำเนินงานของคณะกรรมการ โดยตลอด
2. การมีส่วนร่วมคิด ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้มีการจัดเวทีชาวบ้าน การระดมสมอง

3. การมีส่วนร่วมทำ ได้แก่ การเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการทำโปรแกรมสื่อความหมาย การเป็นที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย การเป็นผู้มีส่วนช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย รวมทั้ง การเป็นแหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย

4. การมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย และการเป็นผู้สนับสนุน ช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมาย

5. การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย คือ การเป็นผู้ให้บริการโปรแกรมสื่อความหมาย (ผู้รับสาร) และการนำโปรแกรมสื่อความหมายมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว

6. การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผลโปรแกรมสื่อความหมายของคนในชุมชน ซึ่งได้กระทำการทดสอบประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายหลังจากได้ทำการผลิตสื่อ ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มคณะกรรมการประมงพื้นบ้านกวนพะเยา กลุ่มคณะที่ปรึกษาโครงการฯ และกลุ่มประชาชนทั่วไปในท้องถิ่น

การมีส่วนร่วมลักษณะต่าง ๆ ข้างต้นนี้ถือเป็นการสื่อสารสองทางที่ทุกฝ่ายทั้ง ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ สามารถสลับบทบาทเป็นผู้ให้และผู้รับสาร เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่คู่สื่อสารมีความรู้สึกเท่าเทียมกัน มีเป้าหมายโดยรวมเพื่อที่จะให้เกิดความเข้าใจ การยอมรับ การตัดสินใจที่ดีขึ้น และได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน นำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันและเกิดสำนึก ความรับผิดชอบในการพัฒนาท้องถิ่นของตน ซึ่งเป็นเป้าหมายของวิถีทางการจัดทำสื่อในกระแสปัจจุบันทั้งในสังคมไทยและระดับสากล ผลงานวิจัยครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์; White (1994 อ้างใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549: 201-209); กาญจนา แก้วเทพ (2551: 98-115) ที่กล่าวถึงการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมจะเกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมของสมาชิกทั้งชุมชน หรือการเข้าร่วมของสมาชิกที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเสมือนตัวแทนชุมชนนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรม และเงื่อนไขด้านเวลาเป็นสำคัญ ทุกฝ่ายสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทที่แตกต่างกันไปทั้งทางตรงและทางอ้อม กระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชนสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งการมีส่วนร่วมโดยอ้อมผ่านสมาชิกบางกลุ่มในชุมชนที่ถือว่าเป็นตัวแทนชุมชนหรือ การมีส่วนร่วมโดยตรงของสมาชิกทั้งชุมชน ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมที่แท้ (genuine participation) ทั้งสิ้น เนื่องจาก มีการร่วมแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นภายในชุมชน การร่วมเป็นพันธมิตรระหว่างทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมในการใช้สิทธิตัดสินใจ และสามารถควบคุมการตัดสินใจโดยพลเมือง

นอกจากนี้ การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 15 แห่ง และการดำเนินการในชุมชนประมงพื้นบ้านกวี้นพะเยานั้น ต่างส่งเสริมให้มีชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมโดยยึดหลักการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ดังที่ Deetz (1999) Singhal (2001) อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 33-48) กล่าวถึง ไว้ว่า หลักสำคัญต้องประกอบไปด้วย ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (various participants) การเข้าถึงสื่อ หรือโอกาสของบุคคลในการเข้าถึงสื่อ (media accessibility) ความเชื่อมั่นในศักยภาพของประชาชน (human potential) ความโดดเด่นของสาร (salient messages) การปรึกษาหารือร่วมกัน (dialogue) การสนับสนุน (facilitation) และกระบวนการเชิงประชาธิปไตย (democratic process) หลักการเหล่านี้เป็นส่วนเสริมให้การมีส่วนร่วมในการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบที่ 7 การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)

องค์ประกอบนี้เป็นส่วนสำคัญที่จะนำเนื้อหา หรืออัตลักษณ์ของชุมชน ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบสื่อกลางต่าง ๆ เป็นช่องทางการสื่อสาร (channel) ไปยังผู้รับสาร ผลจากการศึกษาพบว่า แม้ชุมชนท้องถิ่นจะมีข้อจำกัดในด้านศักยภาพ ทักษะในการผลิตสื่อ แต่หากมีการพัฒนาและสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านการสื่อความหมายให้แก่ชุมชนแล้ว คณะทำงานของชุมชนสามารถดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายได้ด้วยชุมชน โดยประสานงานเชื่อมโยงกับเครือข่ายทั้งภายในภายนอกที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น เทคนิค วิธีการ งบประมาณ แต่อย่างไรก็ตาม การควบคุมหรือตัดสินใจควรอยู่ที่คณะกรรมการของชุมชน เพื่อให้การผลิตสื่อเกิดขึ้นจาก ชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น การผลิตสื่อของชุมชนประมงพื้นบ้านกวี้นพะเยา ได้ดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยที่ชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วม ได้แก่ สื่อบุคคล คือ ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว และนักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ส่วนสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวรอบกวี้นพะเยาโดยสื่อความหมายถึง “กวี้นพะเยา” ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน กลุ่มสื่อความหมาย “กวี้นพะเยา” ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน สื่อวีดิทัศน์ (หนังสือ) วิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านกวี้นพะเยา แผ่นพับ / โบชัว แบบป้ายสื่อความหมายฯ แบบเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น การจัดทำสื่อทั้งหมดนี้ คณะทำงานไม่สามารถดำเนินงานเองได้ทั้งหมด ในกระบวนการจัดทำมีการประสานงานผู้มีประสบการณ์เข้ามาช่วยดำเนินการด้วย เช่น สื่อวีดิทัศน์หรือการทำหนังสือ ได้มีกลุ่มศิลปินในท้องถิ่นที่มีประสบการณ์เข้ามามีส่วนร่วมจัดทำกับชาวบ้านและคณะทำงาน หรือการออกแบบกราฟิกดีไซด์แผ่นพับ กลุ่มสื่อความหมาย

คณะทำงานไม่สามารถทำได้ แต่อย่างไรก็ดี ผู้ที่ให้แนวคิดและควบคุมการผลิตคือ คณะทำงาน และเครือข่ายประมงพื้นบ้าน กว๊านพะเยา เป็นผู้ดูแลการจัดทำสื่อทั้งหมด ผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา แก้วเทพ (2543: 56-62) ซึ่งได้ชี้ให้เห็นว่า การเชื่อมั่นใน ศักยภาพการผลิตสื่อโดยชุมชนนั้น เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เนื่องจาก เป็นการกระตุ้นและสร้างความมั่นใจให้ชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วมได้เห็นคุณค่าความคิด ความเชื่อของตนเองได้มีส่วนร่วมในการผลิตสื่ออันส่งผลให้เกิดทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน สำหรับเป็นช่องทางในการส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืนมุมมองและทัศนคติของตน ช่วยยกระดับ ความมีสติปัญญา และความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนในการร่วมกันพัฒนาชุมชนของตน รวมทั้ง เพิ่มสัดส่วนการสร้างสื่อที่มีความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนให้มีปริมาณมากขึ้นในการถ่วงดุลการ สื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงที่สื่อภายนอกได้อัดฉีดเข้าไป นอกจากนี้ยังเป็นการกระตุ้นการสร้าง สื่อที่อนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

ความแตกต่างระหว่างสื่อชนิดต่าง ๆ ขึ้นกับ ลักษณะของสื่อ และประโยชน์ในการ ใช้ซึ่งควรพิจารณาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เนื้อที่ เวลา ความเร็วในการถ่ายทอด ความคงทนถาวร และ ที่สำคัญคือ ลักษณะการมีส่วนร่วม กล่าวคือ สื่อจะมีลักษณะให้ประชาชนได้มีความรู้สึกเข้าไป มีส่วนร่วมหรือสร้างประสบการณ์ให้กับประชาชนตามความมากน้อยของสื่อแต่ละประเภท (วิจิตร อวาระกุล อังใน อิศระ ชาญศรี, 2533: 12-14) นอกจากนี้ ผลจากการประชุมเชิงวิชาการแบบสนทนา กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (focus group) ที่ประชุมได้ให้ความสำคัญของสื่อกลาง หรือช่องทางการสื่อสาร (channel) เป็นอย่างยิ่ง โดยสรุปความคิดเห็นว่า การผลิตสื่อ ควรคำนึงถึง ประเภทของสื่อและวิธีการ สื่อ ต้องให้ความสำคัญกับบริบท ของพื้นที่แต่ละแห่ง รวมทั้งคำนึงถึงผู้รับสารแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ โดยจำแนกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนในพื้นที่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย (ภายนอก) กลุ่มเครือข่าย และกลุ่มชุมชนท้องถิ่น การผลิตสื่อกลางควรเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการ ของแต่ละกลุ่มดังกล่าวด้วย

องค์ประกอบที่ 8 เครือข่าย (network)

กระบวนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นจะสามารถดำเนินการสำเร็จด้วยดีและยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัย “การสร้างเครือข่าย” ทั้งใน ชุมชนและเครือข่ายภายนอก เนื่องจากการจัดทำโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยเฉพาะในด้านการ ออกแบบ การจัดทำ และการนำเสนอสื่อในรูปแบบต่าง ๆ จะเห็นได้จากผลการศึกษาและการนำ รูปแบบฯลงไปที่ทดลองในชุมชนประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา พบว่า ชุมชนเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มี ข้อจำกัดบางประการ ที่ไม่สามารถดำเนินการเองได้ทั้งหมด โดยเฉพาะในด้านภาษาและปัญหาการ

สื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น และ/หรือต่างวัฒนธรรม รวมไปถึงข้อจำกัดด้านงบประมาณในการจัดทำสื่อและการอบรมบุคลากร จึงเห็นว่าทุกชุมชนในงานวิจัยครั้งนี้ล้วนแล้วแต่มีหน่วยงานองค์กรต่างๆเข้ามาสนับสนุนการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งทางทรัพยากรในด้านต่างๆ ชุมชนเหล่านี้ยังจำเป็นต้องแสวงหาความร่วมมือภายในท้องถิ่น กล่าวได้ว่าการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกก็ดี หรือการแสวงหา “มิตร” หรือความร่วมมือภายในท้องถิ่น นับได้ว่าเป็นรูปแบบสำคัญของ “การสร้างเครือข่าย” ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. เครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชน ที่มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันในท้องถิ่น ได้แก่ เครือข่ายในองค์กร หรือคณะทำงาน (ทีมงาน) และเครือข่าย “บวร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบันสำคัญที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่น และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนยพร พงษ์โสภณ (2539: บทคัดย่อ) ที่พบว่า พระสงฆ์มีบทบาทสำคัญในฐานะเป็นสื่อบุคคลที่สามารถชี้นำ ปลุกจิตสำนึกประชาชน ให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ดังนั้น สถาบันศาสนา หรือวัด จึงเป็นสถาบันที่มีความสำคัญต่อชุมชน

2. เครือข่ายความร่วมมือภายนอกชุมชน เพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมและสนับสนุนในด้านต่างๆ โดยจำแนกได้ดังนี้

- 2.1 เครือข่ายทางวิชาการ ความรู้ ได้แก่ สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยต่างๆ องค์กรที่ทำงานด้านวิชาการที่เกี่ยวข้อง

- 2.2 เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย

- 2.3 เครือข่ายองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. ฯลฯ

- 2.4 เครือข่ายทางภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว

- 2.5 เครือข่ายการเป็นชุมชนด้านการท่องเที่ยว

การสร้างเครือข่าย จัดได้ว่าเป็นการแสวงหาและสะสม “ทุนทางสังคม” ประเภทหนึ่ง ดังที่ Lyda J. Harrifan (Grootaert and Van Bastelaert, 2002) ผู้ริเริ่มการศึกษาเรื่องเครือข่ายหรือทุนทางสังคม โดยกล่าวไว้ว่า บุคคลใดก็ตามเมื่อมีสังคมกับเพื่อนบ้านก็จะเกิดการสะสมทุนทางสังคม ทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นจะช่วยตอบสนองความต้องการทางสังคมของบุคคลเหล่านั้นได้ โดยการเพิ่มศักยภาพของบุคคลในการปรับปรุงคุณภาพในการดำเนินชีวิตของตนเอง และสังคมโดยรวม Grootaert and Van Bastelaert (2002) ยังกล่าวว่า ทุนทางสังคมในระดับจุลภาค หมายถึง ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยง ในระดับท้องถิ่น จนไปถึงระดับสมาคม และสถาบัน ส่วนทุนทางสังคมในระดับมหภาค หมายถึง ความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงในระดับสังคมขนาดใหญ่

ในระดับที่มีการรวมตัวกันของ ชุมชนท้องถิ่นเข้าด้วยกัน มีลักษณะเป็นภาค เขต ภูมิภาค ประเทศ ไปจนถึงระดับนานาชาติ

โดยสรุปพบว่า การที่ชุมชนท้องถิ่นจะสามารถสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้นั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องสนับสนุนในการดำเนินการ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Peter Masskell (1998) พบว่า ความร่วมมือกันของชุมชนและเครือข่ายภายนอกนั้นเป็น ทูทางสังคมที่ครอบคลุมตั้งแต่ การพัฒนาเทคโนโลยี การผลิต, การขนส่ง, การกระจายสินค้า, การฝึกอบรม จนเกิดการเรียนรู้ เกิดการเคลื่อนตัวไปสู่ สังคม การเรียนรู้ที่สามารถลดต้นทุนการผลิต และเป็นโอกาสทางธุรกิจ โดยผ่านช่องทางการเชื่อมโยง ทูทางสังคมที่เข้มแข็ง Peter Masskell เชื่อว่า ในยุคนี้ การลงทุนทางด้านทูทางสังคม มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่า การลงทุนไปในเทคโนโลยี และอาจจะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะเทคโนโลยี ถูกสร้างขึ้นอย่างมากมาย สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ทูทางสังคมจะช่วยให้ชุมชนเข้มแข็ง เกิดสังคมการเรียนรู้ ในการจะจำใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเชื่อมโยงชุมชนไปยังโลกภายนอก

องค์ประกอบที่ 9 การติดตามประเมินผล (evaluation)

เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดยจะต้องประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งจำแนกกลุ่มในการประเมิน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น ตามดัชนีชี้วัด จำนวน 4 ด้านคือ SKAP ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อความหมาย (S : satisfaction) ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (K : knowledge) ทศนคติที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย (A : attitude) พฤติกรรมการอนุรักษ์ปกป้องรักษา (P: protection) จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 1) พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ องค์ประกอบด้านการติดตามประเมินผลเป็นสิ่งจำเป็นต่อกระบวนการสื่อสารอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นผลสะท้อนกลับ (feedback) เพื่อนำไปสู่การประเมินผลว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยต้องยึดตามปรัชญาหรือเป้าหมายของการสื่อความหมายคือ การสื่อความหมายต้องก่อให้เกิด ความรู้และความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) ความพึงพอใจ หรือความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) พฤติกรรมการช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพแวดล้อมนั้นต่อไป (through appreciation, protection) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมา

ทางด้านบวกต่อสภาพแวดล้อมนั้นคือ การปกป้องทรัพยากรนั่นเอง สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต (2545); Freeman Tilden (1987: 65); Ham Sam H. (1992)

พฤติกรรมผู้รับสารกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ผู้รับสาร (receiver) หรือ จุดหมายปลายทาง (destination) ในการสื่อความหมาย สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ศึกษา ซึ่งจากการนำรูปแบบฯ ไปทดลองใช้ในพื้นที่ชุมชนประมงพื้นบ้านกวันพะเยา จ.พะเยา ได้มีการประเมินประสิทธิภาพสื่อความหมาย ประกอบไปด้วยตัวชี้วัดสำคัญ 4 ปัจจัย ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการโปรแกรมสื่อความหมาย (S : satisfaction) ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย (K : knowledge) ทักษะการสื่อความหมาย (A : attitude) และพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (P : protection) โดยผู้ที่ทำการประเมินคือ กลุ่มชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

พฤติกรรมของกลุ่มชุมชนท้องถิ่น

กลุ่มชุมชนท้องถิ่นในการศึกษาคครั้งนี้ ประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกรท่องเที่ยว สรุปในภาพรวม สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมที่เป็นข้อค้นพบอันน่าสนใจ ได้แก่

แรงจูงใจของชุมชนท้องถิ่นในการเข้ามามีส่วนร่วมจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เป็นแรงผลักดันทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุดคือ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นของตนเอง แสดงให้เห็นว่าชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีจิตสาธารณะ ยินดีที่จะเข้าร่วมเพื่อให้ท้องถิ่นของตนพัฒนา ถือว่าเป็นแรงจูงใจอันเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการธำรงรักษาความเป็นชุมชนเอาไว้ ดังที่ R. Putnum (กาญจนนา แก้วเทพ (2551: 116) ได้กล่าวว่า ลักษณะจิตสาธารณะ (voluntarism) ของบุคคลในชุมชนนั้น ทำให้ตัวบุคคลเอาใจใส่เป็นธุระกับกิจการของส่วนรวม เป็นคนที่มีสำนึกแบบ ชุมชนนิยม ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาสู่ความปิติสุขของชุมชน แรงจูงใจรองลงมาได้แก่ ความตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญา วิถีชีวิต ของประมงพื้นบ้าน

ตามความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับ สื่อกลางแต่ละประเภทในภาพรวมพบว่า ค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ - 0.24 จะเห็นว่า ชุมชนคาดหวังหรือมีความต้องการให้มีการจัดทำสื่อในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งสูงกว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) คือ 3.47 วิเคราะห์ได้ว่า ชุมชนท้องถิ่นมีความคาดหวังต่อการดำเนินงาน

โครงการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ ครั้งนี้ สูงกว่าคุณภาพของสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) อย่างไรก็ตาม คณะทำงานได้นำผลข้างต้นประชุมหารือร่วมกัน แล้วสรุปได้ว่า การดำเนินงานจัดทำสื่อโดยชุมชนท้องถิ่นครั้งนี้ ถือเป็นครั้งแรกที่มีการร่วมมือกัน ชุมชนอาจมีความหวังสูงกว่าความพึงพอใจที่ได้รับ แม้ว่าคณะทำงานจะดำเนินการอย่างเต็มที่แล้ว แต่ก็พบปัญหา อุปสรรคที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพของสื่อกลางซึ่งมีผลทำให้ผู้เข้ารับบริการประเมินความพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดหวัง คณะทำงานจึงคิดเห็นร่วมกันว่า จะต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทำงาน โดยเฉพาะ ความรู้ ความสามารถในการผลิตสื่อชุมชน รวมทั้ง การสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกให้เข้ามาร่วมสนับสนุนด้านวิชาการและงบประมาณ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะทำให้อุปกรณ์มีประสิทธิภาพมากกว่านี้

ผลการประเมินประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า คุณลักษณะของเส้นทาง/ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดคือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง รองลงมาคือ ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ การมีนัยสำคัญของการสื่อความหมาย ส่วนตัวชี้วัดที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว รองลงมาคือ ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง

คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช้บุคคลที่มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ ภาษาเข้าใจง่าย รองลงมาคือ เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย ความเหมาะสมกลมกลืนสภาพแวดล้อม ความชัดเจนของเนื้อหา ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ ความเป็นเอกภาพ มีความ สัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รูปแบบวิธีการ ในการนำเสนอที่น่าสนใจ ส่วนตัวชี้วัดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขคือ การเรียบเรียงให้มีใจความสำคัญ

ส่วนการประเมินตามคุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดคือ การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย รองลงมาคือ ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ รับสาร อย่างไรก็ดีเนื่องจากสื่อบุคคล โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนั้นคือ ชาวประมง ส่วนชุมชนท้องถิ่นผู้รับสารที่เข้าร่วมประเมิน ต่างเป็นคนในท้องถิ่น ดังนั้นจึงมีผลทำให้ มีประสบการณ์เชื่อมโยงเรื่องราวสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเป็นทุนเดิม สำหรับคุณลักษณะที่สื่อบุคคลต้องปรับปรุงแก้ไขมากที่สุดคือ ด้านทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ

ส่วนการประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมาย จากความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา สื่อความหมาย (K : knowledge) ทักษะที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย (A : attitude) และพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว (P : protection) พบว่า

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย และทัศนคติเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มชุมชนท้องถิ่น มีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบ ก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายที่กำหนดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย มีค่า $t = -3.359$ และค่า $sig = 0.002$ ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อความหมาย มีค่า $t = 3.571$ และค่า $sig = 0.014$ แต่ในด้านพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันระหว่างการทดสอบ ก่อนหลังใช้บริการสื่อความหมาย ในรายละเอียด พบว่า

ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมายของชุมชนท้องถิ่นผลปรากฏว่า ชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงทั้งก่อนและหลังเข้ารับบริการแสดงว่า ต่างมีความรู้ในเนื้อหาที่สื่อความหมายเป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องและอยู่ในพื้นที่ชุมชนประมงพื้นบ้านกวันพะเยา อยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม การเข้ารับบริการสื่อความหมายน่าจะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมายสูงขึ้นกว่าเดิม เพราะ ก่อนเข้ารับบริการกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในระดับต่ำ (0-5 คะแนน) ร้อยละ 5.26 แต่หลังจากเข้ารับบริการพบว่า ไม่มีผู้ใดได้คะแนนอยู่ในระดับต่ำเลย รวมทั้ง คะแนนเฉลี่ยก็สูงกว่าก่อนรับบริการ

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย สรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทางบวกอยู่ในระดับปานกลางทั้งก่อนและหลังเข้ารับบริการ คือ ค่าเฉลี่ยทัศนคติรวมก่อน 2.72 ส่วนหลังเข้ารับบริการสื่อความหมายมีค่าเฉลี่ย 2.91 ซึ่งมีค่าสูงขึ้นกว่าก่อนเข้ารับบริการ และพบว่า ทัศนคติหลังเข้ารับบริการที่ชุมชนท้องถิ่นเห็นด้วยมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกวันพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี รองลงมาคือ การส่งเสริมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้ ส่วนทัศนคติที่ชุมชนท้องถิ่นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ การดูแลรักษา กวันพะเยาควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐฝ่ายเดียวเพราะมีงบประมาณ ซึ่งผลการศึกษาที่ผ่านมาจะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มคนในท้องถิ่นที่มีจิตสาธารณะ และส่วนใหญ่ คือ เครือข่ายประมงพื้นบ้านกวันพะเยา อันมีบทบาทในการอนุรักษ์ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติในกวันพะเยา ดังนั้น จึงไม่เห็นด้วยถ้าหากภาครัฐจะเป็นฝ่ายดูแลเองทั้งหมด เพราะเห็นว่าชุมชนท้องถิ่นควรร่วมมือกับภาครัฐในการช่วยกันดูแล และยังพบว่าชุมชนไม่เห็นด้วยกับการที่ชาวประมงสั่งสอนให้ลูกหลานทำงานอย่างอื่นมากกว่าทำ

ประมงเพราะเป็นอาชีพที่ลำบาก รายได้น้อย เป็นทัศนคติที่สอดคล้องกับ ความต้องการที่อยากให้ชุมชนท้องถิ่นรักษา สืบสานภูมิปัญญาด้านนี้เอาไว้ จึงอยากให้ลูกหลานของชาวประมงยังคงดำรงอาชีพนี้ไว้บ้าง นอกจากนี้ยังพบว่า ชุมชนท้องถิ่นไม่เห็นด้วยกับข้อความที่กล่าวว่า เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นที่ชุมชนท้องถิ่นเห็นว่า การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี ดังนั้นพะเยาจึงไม่น่าจะเป็นเมืองผ่าน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ 15 ชุมชนทั่วประเทศ จำนวน 608 คน กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนกว๊านพะเยา จำนวน 422 คน กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนกว๊านพะเยาและทำการประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำนวน 48 คน ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล มีข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและความต้องการด้านการสื่อความหมายที่น่าสนใจ ดังนี้

ลักษณะกลุ่มการเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางกับกลุ่มเพื่อน และกลุ่มครอบครัว โดยในกลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ 15 ชุมชนทั่วประเทศจำนวน 608 คน เดินทางกับกลุ่มเพื่อน รองลงมาคือ กลุ่มครอบครัว ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนกว๊านพะเยา ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มครอบครัว รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน ซึ่งต่างสัมพันธ์กับช่วงวัยคือ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น และผู้ใหญ่ตอนกลางอันถือเป็นช่วงวัยที่เริ่มต้นทำงาน สร้างความมั่นคงให้แก่ชีวิต มีความสนใจการทำกิจกรรม ปฏิสัมพันธ์ร่วมกับเพื่อน และการสร้างครอบครัว (คณาจารย์สาขาจิตวิทยา, 2540: 256) ดังนั้นกลุ่มเดินทางจึงเป็นกลุ่มเพื่อนมากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มครอบครัว อีกทั้งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยกลุ่มตนเองและไม่มีความต้องการมัคคุเทศก์ท้องถิ่น จำนวนร้อยละ 49.51 อันเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เพราะมีความไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้นำชุมชน ที่ให้ความสำคัญและประสงค์ที่จะพัฒนาสื่อกลางด้านมัคคุเทศก์ท้องถิ่นมาเป็นลำดับต้น ๆ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความเป็นส่วนตัวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน รองลงมาคือกลุ่มครอบครัว

นักท่องเที่ยวใน 15 ชุมชน มีเป้าหมายในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยส่วนใหญ่ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทาง รองลงมาแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เป็น

จุดหมายปลายทางหลัก และเป็นเพียงจุดแวะพักระหว่างทางการเดินทาง โดยมีระยะเวลาในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเฉลี่ย 10.92 ชั่วโมง และเมื่อจำแนกตามระยะเวลาการมาเยือนแบบไปเช้าเย็นกลับ (ต่ำกว่า 9 ชั่วโมง) พบว่ามีจำนวนมากที่สุด จึงพอสรุปได้ว่า ในปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้ง 15 ชุมชน มีศักยภาพที่ดึงดูดใจให้ผู้มาเยือนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางรองลงมาคือเป็นจุดหมายปลายทางหลัก ทั้งนี้ตามความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้มาเยือนนั้นถือว่าเหมาะสมสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว one day trip หรือแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถไป-กลับภายในหนึ่งวัน (ไปเช้าเย็นกลับ) หรือใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 9 ชั่วโมง ดังนั้น หากชุมชนท้องถิ่นต้องการจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับพักค้างคืนได้ หรือ การพัฒนาโฮมสเตย์ ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้มาเยือนโดยละเอียดอีกครั้ง เพราะในปัจจุบันผลจากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า มีนักท่องเที่ยวน้อยมากที่เข้ามาใช้บริการ โฮมสเตย์ของชุมชน หรือพักค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยว ผู้มาเยือนชาวไทยส่วนใหญ่ยังไม่นิยม หรือไม่ประสงค์ที่จะพักค้างแรมในชุมชน

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบถึงแรงผลักดันของนักท่องเที่ยว ซึ่ง ฉล่องศรี พิมลสมพงษ์ (2544: 112); Swarbrooke and Horner (1999: 78) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจสำหรับการเดินทางและท่องเที่ยวว่า เกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูดและรเร้าให้คนอยากเดินทางมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป สำหรับ แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือน 15 ชุมชน และมาเยือนกวันพะเยานั้น พบว่า มีความสอดคล้องกันโดยวิเคราะห์จากลำดับค่าคะแนนแรงจูงใจที่มากที่สุด 7 ลำดับ ถือว่าเป็นแรงจูงใจประเภทเดียวกัน คือ การได้ผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ การได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น การได้พักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติ ความอยากรู้อยากเห็นส่วนตัว การมีโอกาสทำกิจกรรมใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มครอบครัว/กลุ่มเพื่อน และ การได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว ผลจากผลการศึกษาข้างต้นนี้ แสดงถึง แรงผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งควรมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยว(แรงดึงดูด)และบริการสื่อความหมายให้สอดคล้องกับแรงผลักดันดังกล่าว เช่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด โดยเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนอันมีคุณค่า บรรยากาศชุมชนที่ไม่วุ่นวาย สงบร่มเย็น รวมทั้งสร้างบรรยากาศ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้กลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนที่มาเยือนได้มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้แก่ผู้มาเยือนที่มีแรงจูงใจดังกล่าว

ตัวกลางหรือสื่อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญและต้องการให้มีบริการในแหล่งท่องเที่ยว 10 ลำดับแรกที่นักท่องเที่ยว 15 ชุมชน และผู้มาเยือนกว่าพันพะยาให้ความสำคัญสอดคล้องกัน ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน/เส้นทางสื่อความหมาย ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถานหรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เว็บไซต์ (web site) แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน แผ่นพับ/ โบชัว การสาธิต / การแสดง และโสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ ทั้งนี้ ผลสรุปจากการทดสอบสมมติฐาน สามารถกล่าวได้ว่า ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ และชุมชนท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนที่ต่างกัน มีความต้องการที่แตกต่างกัน อาทิเช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการศึกษาสูงตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปส่วนใหญ่มีความต้องการบริการตัวกลางเช่นเว็บไซต์เป็นจำนวนมากและต้องการสืบหาข้อมูลก่อนการเดินทางไปเยือนส่วนลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์นั้นพบว่า กลุ่มเดินทางเป็นกลุ่มศึกษาดูงานจะมีความต้องการสื่อด้านบุคคลมากกว่ากลุ่มเดินทางที่เป็นกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว โดยเฉพาะด้านวิทยากร นักสื่อความหมายหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น นอกจากนี้ สถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวไปเยือนที่ต่างกันย่อมมีความต้องการบริการสื่อความหมายที่ต่างกันด้วยเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น การไปเยือนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคลองโคน จ.สมุทรสงคราม นั้น ชุมชนได้มีการออกแบบเส้นทางสื่อความหมายในชุมชนโดยทางเรือยนต์ พร้อมทั้งมีกิจกรรมปลูกป่าชายเลน ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสถานที่แห่งนี้จึงจำเป็นต้องอาศัย มัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือผู้นำทางในการเข้าเยี่ยมชม สัมผัสถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งต่างจากการไปเยือนตลาดร้อยปี สามชุก ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัส เรียนรู้ได้ด้วยตนเองโดยผ่านสื่อกลางประเภทไม่ใช้บุคคลต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวก็จะนิยมใช้บริการมากกว่าสื่อบุคคล เนื่องจากมีอิสระและเป็นส่วนตัว รวมทั้งเหมาะสมต่อการไปเยือนตลาดที่แจ่วะพัก แจ่วะกิน แจ่วะซื้อของได้ตามชอบใจ

สำหรับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของตัวชี้วัดประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันในด้าน ถิ่นพำนักในพื้นที่ กับต่างพื้นที่ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะกลุ่มเดินทางจำแนกตามความสัมพันธ์ และชุมชนท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนที่ต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการประเมินสื่อกลางตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ได้รับบริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ค่าคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการ (quality perception) โดยเฉลี่ย คือ 3.52 ซึ่งสูงกว่าความคาดหวังก่อนเข้ารับบริการที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ในรายละเอียดสื่อเกือบทุกชนิดมีค่าคะแนนคุณภาพสื่อที่ได้รับบริการมากกว่าความคาดหวัง ถือว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อดังกล่าวในระดับที่ดี ผลวิเคราะห์ดังกล่าวมีความขัดแย้งกับความพึงพอใจของกลุ่มชุมชนท้องถิ่น เพราะชุมชนมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังที่ได้รับ อาจเป็นเพราะชุมชนท้องถิ่นมีความคาดหวังต่อการดำเนินงาน โครงการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ ครั้งนี้ สูงกว่าสิ่งที่ได้รับ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอาจมีความคาดหวังต่อ การจะได้รับบริการด้านสื่อความหมายไม่มากนัก จึงทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าที่คาดหวังไว้ อย่างไรก็ตาม ตัวกลางที่มีค่าความพึงพอใจน้อยจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป โดยเฉพาะสื่อกลางในด้านเครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ชุมชน แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การสาธิต / การแสดง ซึ่งเป็นสื่อกลางที่ทั้งชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวเห็นพ้องต้องกันว่าควรต้องปรับปรุงแก้ไข

ผลการทดสอบความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในการสื่อความหมาย ทักษะคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวก่อนและหลังใช้บริการสื่อความหมายนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ตามหลักการของ KAP ที่ประยุกต์ใช้ในการวัดประสิทธิภาพ โปรแกรมสื่อความหมายได้ว่า การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ มีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามปรัชญาของการสื่อความหมาย และวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยฯ โดยกลุ่มเป้าหมายในส่วนของนักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อผู้มาเยือน (through interpretation, understanding) เมื่อมีความรู้และความเข้าใจก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและชื่นชมยินดี (through understanding, appreciation) เมื่อเกิดความประทับใจและชื่นชมยินดีก็จะสามารถช่วยกันดูแลและปกป้องสภาพธรรมชาตินั้นต่อไป (through appreciation, protection) (สุรเชษฐ์ เศษฐมาศ, 2545; Freeman Tilden, 1987: 65; Ham Sam H, 1992: 120) จำแนกรายละเอียด ดังนี้

ผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ระดับปานกลางทั้งก่อนและหลังเข้ารับบริการ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยก่อน 8.28 ส่วนคะแนนเฉลี่ยหลังรับบริการ 9.93 อย่างไรก็ตาม การเข้ารับบริการสื่อความหมายน่าจะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมายสูงขึ้นกว่าเดิม เพราะก่อนเข้ารับ

บริการกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในระดับต่ำ (0-5 คะแนน) ร้อยละ 15.22 แต่หลังจากเข้ารับบริการพบว่า ไม่มีผู้ใดได้คะแนนอยู่ในระดับต่ำเลย รวมทั้ง คะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนรับบริการ

ทัศนคติที่มีต่อเนื้อหาการสื่อความหมาย ได้ว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติทางบวกสูงขึ้นหลังจากเข้ารับบริการสื่อความหมาย เนื่องจาก ค่าเฉลี่ยของทัศนคติก่อนเข้ารับบริการมีค่าเท่ากับ 3.29 หลังจากเข้ารับบริการแล้วนักท่องเที่ยวมีค่าทัศนคติเฉลี่ย 3.90 โดยพบว่าข้อความที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยมากที่สุดคือ การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ รองลงมาคือ เรือหาปลาของชาวประมงเป็นสิ่งที่มีเสน่ห์ ส่งเสริมความงดงามให้แก่กว๊านพะเยา การสั่งสมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้ การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี ข้อความดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยหลังจากเข้ารับบริการซึ่งสูงขึ้นจากค่าเฉลี่ยทัศนคติก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย ดังนั้น การเข้ารับบริการสื่อความหมายครั้งนี้จึงน่าจะมีผลต่อ ทัศนคติทางบวกที่เกิดขึ้น อันถือว่าเป็นประสิทธิภาพของ โปรแกรมสื่อความหมายที่ได้จัดทำ และบรรลุวัตถุประสงค์ตามปรัชญาของการสื่อความหมาย และวัตถุประสงค์ของ โครงการวิจัยฯ ครั้งนี้ โดยกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติที่ดีต่อชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา และเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งยังมองว่า การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี นอกจากนี้ ผลจากการรับบริการสื่อความหมายยังทำให้ทัศนคติที่มองว่า เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า ซึ่งก่อนเข้ารับบริการนั้น นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวสูงถึง 3.35 แต่หลังจากได้สัมผัส เรียนรู้ เข้าร่วมรับบริการ โปรแกรมสื่อความหมายรอบกว๊านพะเยาแล้วผลปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยทัศนคติเหลือเพียง 1.93 แสดงว่าไม่เห็นด้วยที่ว่าเมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่านอันสอดคล้องกับความคิดเห็นที่ว่า การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี โดยสรุปแล้ว หากวัดประสิทธิภาพของ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา ในครั้งนี้ ในด้านการประเมินผลจากทัศนคติของนักท่องเที่ยวนั้นถือว่ามีประสิทธิภาพสูงและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ นักท่องเที่ยว เกิดทัศนคติที่ดีต่อชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา และเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวมาเยือนเมืองพะเยา

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งสูงกว่าก่อนเข้ารับบริการสื่อความหมาย คือ 3.55 ดังนั้น การให้บริการสื่อความหมายใน

แหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้จึงน่าจะมีผลต่อทัศนคติทางบวกที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย โดยพบว่าหลังจากเข้ารับบริการสื่อความหมายแล้ว ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับทัศนคติทางบวกมีค่าสูงขึ้น เช่นข้อความทางบวกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยวทุกคน โดยระมัดระวังตน หลีกเลียงไม่ให้ออกให้เกิดผลกระทบ หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่ได้ไปเยือน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจะต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบของสถานที่ไปเยือน กฎของกลุ่ม และ ควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการและชาวบ้านที่มีความตระหนัก มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยซื้อผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

1. ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่บริเวณกว๊านพะเยา ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และกลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ควรมีการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและสนับสนุนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมต่อการสื่อความหมายในพื้นที่ของตนมากขึ้น รวมทั้ง ร่วมกันพัฒนาปรับปรุงแก้ไขการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวรอบกว๊านพะเยา เพื่อเกิดการเตรียมความพร้อมในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพะเยาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการด้านการสื่อความหมายอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ ภายใต้การทำงานร่วมกันและพัฒนาเป็นชุมชนที่แข็งแกร่ง ยืนอยู่บนความคิดและความสามารถของตน อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

2. ชุมชนที่ต้องการนำรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หรือ L4T PINE Model เข้าไปใช้นั้น ควรนำองค์ประกอบทั้ง 9 ไปประยุกต์ใช้โดยสามารถดำเนินการเป็นกระบวนการได้ คือ เริ่มจาก L หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader) 4T หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (team) การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area) การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists) การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme) I : การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design) และ E : การประเมินผล (evaluation) ส่วน P : การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation) และ N : เครือข่าย (network) เป็นองค์ประกอบที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นควรดำเนินการตั้งแต่แรกเริ่มโครงการ และสนับสนุนให้เกิดขึ้นทุกขั้นตอนในการ

ดำเนินการ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายทั้งภายในภายนอกถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประสบผลสำเร็จ

3. ผลจากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ การได้ผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ การได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น การได้พักผ่อนหย่อนใจในแหล่งธรรมชาติ ความอยากรู้อยากเห็นส่วนตัว การมีโอกาสทำกิจกรรมใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มครอบครัว /กลุ่มเพื่อน และการได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว ดังนั้นจึงควรมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยว(แรงดึง)และบริการสื่อความหมายให้สอดคล้องกับแรงผลักดันดังกล่าว เช่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนหย่อนใจ คลายเครียด โดยเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนอันมีคุณค่า บรรยากาศชุมชนที่ไม่วุ่นวาย สงบร่มเย็น รวมทั้งสร้างบรรยากาศ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้กลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนที่มาเยือนได้มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้แก่ผู้มาเยือนที่มีแรงจูงใจดังกล่าว

4. ตัวกลางหรือสื่อที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญและต้องการให้มีบริการในแหล่งท่องเที่ยว 10 ลำดับ ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน/เส้นทางสื่อความหมาย ผู้ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ชุมชนเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เว็บไซต์ (web site) แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน แผ่นพับ/ โบชัว การสาธิต / การแสดง และโสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์ ทั้งนี้ การผลิตสื่อใด ๆ นั้นควรมีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ และพฤติกรรมผู้รับสาร ได้แก่ ความต้องการด้านการใช้บริการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว และลักษณะกลุ่มเดินทางของนักท่องเที่ยว

5. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดพะเยา สำนักงานจังหวัดพะเยา สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดพะเยาศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงจังหวัดพะเยา สำนักงานประมงจังหวัดพะเยา องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ ควรนำผลงานวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูล เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปได้ เช่น การประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว การส่งเสริมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดพะเยา การผลิตสื่อและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยจัดทำในรูปแบบเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รอบกว๊านพะเยา เพื่อประสานความร่วมมือร่วมกัน

6. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ ควรนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นข้อมูลในการส่งเสริม พัฒนากิจการของตน เช่น บริษัทนำเที่ยวสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการจัดโปรแกรมทัวร์ การให้ข้อมูล และการสื่อความหมายที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แท้จริงของจังหวัดพะเยา แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ ควรปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ โดยเชื่อมั่นในศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง พร้อมทั้งสนับสนุนให้ชุมชนสามารถดำเนินการตาม รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หรือ L4T PINE Model นี้ได้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับสื่อกลางโดยจำแนกประเภทสื่อบุคคล และสื่อประเภทไม่ใช่บุคคล ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมรูปแบบการสื่อพื้นบ้าน ในทางนิเทศศาสตร์ ซึ่งมีอยู่อย่างหลากหลาย ดังที่ G. Seal (กาญจนา แก้วเทพ, 2545: 3) คือ รูปแบบสื่อที่เป็นวจนภาษา (verbal form) มีขอบเขตกว้างขวางตั้งแต่ คำคม ภาษิต บทกลอน เพลงพื้นบ้าน เพลงสอนเด็ก เรื่องเล่า คำสอน ปริศนาคำทาย รูปแบบสื่อที่เป็นพฤติกรรม (behavior form) เช่น ความเชื่อพื้นบ้าน ประเพณี ธรรมเนียม วิธีการรักษาพยาบาล งานเฉลิมฉลอง การเล่นเกม และการละเล่นต่างๆ เป็นต้น รูปแบบสื่อที่เป็นวัตถุ (material form) เช่น งานฝีมือ การผลิตข้าวของเครื่องใช้ เสื้อผ้า วิธีการทำอาหาร ฯลฯ และรูปแบบสื่อที่เป็นอวจนภาษา (non-verbal form) เช่น การแสดงอากัปกิริยา การเดินรำ การวาดภาพหรือเขียนอักษรบนฝาผนัง ฯลฯ เพิ่มเติมเข้าไปเพื่อให้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีความหลากหลายขึ้นและสามารถนำเสนออัตลักษณ์ในพื้นที่ชุมชนให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล หรือมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นต่อการดำเนินการสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพราะหากทราบถึงปัจจัยเหล่านั้นย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม รวมทั้ง การศึกษาเกี่ยวกับกระบวนกรหรือวิธีการที่จะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมหรือการสื่อความหมายที่ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นด้วย

3. การประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ควรศึกษา โดยกำหนดแบบวิจัยที่มีการทดสอบก่อนและหลังการวางเงื่อนไข (pretest – posttest design) และ

เพิ่มกลุ่มควบคุมเข้าไปเพื่อสามารถที่จะแยกได้ว่า อะไรคือผลที่แท้จริงที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลของกิจกรรมหรือเงื่อนไขกระตุ้น ได้ดียิ่งขึ้น

4. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นเกี่ยวกับการสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เป็นประเด็นสำคัญที่มีผลทำให้ การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ประสบความสำเร็จ ในงานวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้น หากมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เกี่ยวกับการสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้าใจในด้านพฤติกรรมผู้มาเยือนที่ครอบคลุมขึ้น

5. รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หรือ L4T PINE Model มีทั้งสิ้น 9 องค์ประกอบ ในแต่ละองค์ประกอบควรมีการวิจัยเพิ่มเติม โดยเฉพาะไปในแต่ละองค์ประกอบ เพื่อเกิดข้อค้นพบใหม่อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบฯ ดังกล่าวต่อไป เช่น การพัฒนาเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

บรรณานุกรม

- กรรณิกา พิมลศรี. 2547. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยโดยใช้รถยนต์
ขับเคลื่อนสี่ล้อ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- “กวีานพะเยา”. 2552. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.poinasia.com/N_Home.aspx?kw=gwianphayea. (18 มีนาคม).
- กัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง. 2542. การใช้กระบวนการ เอ ไอ ซี ในการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมของ
ตัวแทนจากกลุ่มอาชีพ ในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540). กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545. หลักสถิติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2548. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2539. สื่อสองวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- _____. 2541ก. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical theory) : แนวคิดและ
ตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์
- _____. 2541ข. การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: อินฟินิตี้เพรส.
- _____. 2541ค. การวิเคราะห์สื่อด้วยทฤษฎีสัญญาวิทยา การวิเคราะห์สื่อ :
แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2543. สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย.
- _____. 2545. เมื่อสื่อสองและสร้างวัฒนธรรม กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาลาแดง
- _____. 2547. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.
- _____. 2548. ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- _____. 2548. ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย. อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำพูนวิวัฒน์, หลุทัย
ขันนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน และ จำเริญ ไยชิด. 2549. การสื่อสารแบบมี
ส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- _____. 2549. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โพรดักส์.

- กาญจนา แก้วเทพ. 2551. การสื่อสารชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540. **คู่มือมัคคุเทศก์**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
_____. 2542. **จุดสารถการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
_____. 2545. **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนา
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่
9 (พ.ศ. 2545-2549)**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
_____. 2550. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th> (24 พฤษภาคม 2550).
คณะกรรมการการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สถาบันบัญญัติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย. 2550. **เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการทิศทางการท่องเที่ยวไทย
บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัญญัติแห่งชาติ รัฐสภา.
คณาจารย์สาขาวิชาจิตวิทยา. 2542. **จิตวิทยาทั่วไป**. เชียงใหม่: ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
จิรวัลย์ ต่อศรี. 2534. **การศึกษาประเมินความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการสื่อ
ความหมายของผู้มาพักผ่อนที่สวนหลวง ร.9**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
จุฑามาศ บารมีชัย, วิจิตร ฌ ระนอง, ณรงค์ โชควัฒนา และ ภราเดช พัทฒวิเชียร. 2550.
**เอกสารสรุปสาระสำคัญการประชุมเชิงปฏิบัติการทิศทางการท่องเที่ยวไทยบนฐานแนวคิด
เศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัญญัติแห่งชาติ รัฐสภา.
ฉลอง น้อยฉิม. 2542. **การพัฒนาคู่มือสื่อความหมายธรรมชาติและประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยมหิดล.
ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2544. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ชลลดา สิทธิฑูรย์. 2543. **แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติ
แก่งกระจาน**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
ชัยอนันต์ สมุทวณิช. 2550. **เอกสารสรุปสาระสำคัญการประชุมเชิงปฏิบัติการทิศทางการท่องเที่ยว
ไทย บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัญญัติแห่งชาติ รัฐสภา.
ชีวะภาพ ชีวะธรรม. 2541. **การประเมินและปรับปรุงคุณภาพเส้นทางศึกษาธรรมชาติด้วยตนเอง
อ่างกา อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ณรงค์ ฌ เชียงใหม่. 2545. “การมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”. วารสารรัฐสมิแล (พฤษภาคม-สิงหาคม): 24.
- ณัฐนาท เนตรนิคม. 2544. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเพณีกับความตระหนักด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดีของนักเรียน กรณีศึกษา เปรียบเทียบนักเรียนในเขตจังหวัดสุโขทัยกับนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. 2549. คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
- ดร.รชนี เอ็มพันธุ์. 2545ก. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวางแผนโครงการสื่อความหมาย ธรรมชาติ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์. 2539. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. 2545ข. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษวิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดารณี ด่านวันดี. 2549. การวางแผนแม่บทสื่อความหมายสำหรับพื้นที่ธรรมชาติ พื้นที่ประวัติศาสตร์ และพื้นที่ที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: ภาควิชาภูมิทัศน์และอนุรักษสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ดารากร เจียมวิจักขณ์. 2532. ประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ตติยา เทพพิทักษ์. 2546. การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลประเภทเกาะในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชั้นยพร พงษ์โสภณ. 2539. บทบาทของพระสงฆ์ สื่อบุคคลในการชี้แนะและปลูกจิตสำนึกประชาชนชนบทเพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น : ศึกษากรณี พระสังฆาธิการระดับเจ้าอาวาส จังหวัดกาญจนบุรี. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นภวรรณ ฐานะกาญจน์, สุรเชษฐ์ เชษฐมาต, ครรชณี เอ็มพันธ์, ณัฐ พิษกรรม, เล็ก เต็มตระกูล, สมเกียรติ สิงหรวุฒิ และ สิริพงษ์ ราชศิริ. 2541. **คู่มือพัฒนาและออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยป่าไม้ คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน์. 2545ก. **เอกสารประกอบการสอนวิชา 308512 มนุษยมิติในการจัดการพื้นที่อนุรักษ์**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- _____. 2545ข. **เอกสารประกอบการสอนวิชา 308522 ผลกระทบทางนันทนาการ**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นำขวัญ วงศ์ประทุม. 2545. **ความเหมาะสมของการสื่อหมายทางวัฒนธรรม: กรณีวัดป่าสักอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. 2548. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. **วิธีการสร้างสถิติสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- บุญบง กฤษณะโยธิน. 2534. **ประสิทธิภาพของตัวกลางในการสื่อความหมายการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว บริเวณอุทยานแห่งชาติน้ำตกพริ้ว จังหวัดจันทบุรี**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประพิณ วัฒนกิจ. 2542. “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม”. **วารสารวิจัยและวัดผลการศึกษา** 3, 1 (มีนาคม): 32.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำพูนวัฒน์, หลุทัย ชัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน และ จำเริญ ไชยจิต. 2549. **การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ไพบุลย์ เทวรักษ์. 2537. **จิตวิทยา ศึกษาพฤติกรรมภายนอกและภายใน**. กรุงเทพฯ: เอส. ดี. เพรส.
- ผ่องพรรณ ลวนานนท์. 2545. **การสื่อสารในงานสารนิเทศ**. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนา สวนศรี. 2546. **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

- พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์. 2542. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบนเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพรรณ วีระปรีชากร. 2550. มาตรการออกแบบและบริหารจัดการสถาปัตยกรรมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ปทุมธานี: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต.
- พระธรรมปิฎก ป.อ.ประยุตโต. 2546. เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัฒนา กิตติอาษา. 2546. ท้องถิ่นนิยม (Localism) การทบทวนทฤษฎีและกรอบ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการสภาพัฒนาการศึกษาระดับชาติ.
- มนัส สุวรรณ. 2544. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มนัส สุวรรณ, อุดม เกิดพิบูลย์, อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, ประหยัด ปานดี, สุรพล คำริห์กุล, สุกัลักษณ์ สุวรรณนนท์, พีระพร พละพลีวัลย์, กนกวรรณ รั้วพรดี และ นิชชีมา เจีย. 2544. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีวัดคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว. เชียงใหม่: โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ร่วมกับ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, กรวรรณ สังขาร, อัครพงศ์ อันทอง, ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ และ อนุรักษ์ ด้วงแข. 2549. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในกลุ่มแม่น้ำโขง 2. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุพเรศ วัชยาฉิม. 2540. การพัฒนาคู่มือศึกษาธรรมชาติประจำเส้นทางเดินป่าในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. 2548. การสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.ราชบัณฑิตยสถาน
- รักจิต มั่นพลศรี. 2545. การใช้สัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2531. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน สำนักนายกรัฐมนตรี.

- ราชบัณฑิตยสถาน. 2542. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ:
ราชบัณฑิตยสถาน สำนักนายกรัฐมนตรี.
_____. 2550. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.royin.go.th/dictionary.asp>
(22 มีนาคม 2550).
- รุจิรา สุภาษา. 2542. **การสร้างสื่อแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กร
พัฒนาเอกชน**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฤกษ์รัตน์ ปีกกันทร, กรรณิกา พิมลศรี, อนุวัติ เชื้อเย็น และ ชีรยุทธ ชัยปinya. 2550. **รายงาน
ฉบับสมบูรณ์โครงการสำรวจ ออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายเส้นทางจักรยาน
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกาะหมาก จังหวัดตราด**. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนา
พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- ลักขณา สัมมานิติ. 2549. **การวิจัยอย่างมีส่วนร่วมต่อการจัดภูมิทัศน์วัดในเขต
เวียงโบราณ กรณีศึกษา: วัดสองแคว กิ่งอำเภอดอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่:
ภาควิชาภูมิทัศน์และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ลัดดาวัลย์เพชรโรจน์ สุภมาส อังสุโชติ และอัจรา ชำนิประศาสน์. 2550. **สถิติ สำหรับการวิจัย
และเทคนิคการใช้ SPSS**. กรุงเทพฯ: มิสชั่น มีเดีย จำกัด.
- วรรณ ศิลปะอาษา และคณะ. 2545. “กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว”. [ระบบ
ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.stou.ac.th/tourism/Acheive/May/Topic3.htm>
(12 กุมภาพันธ์ 2551).
- วัฒนา พัฒนพงศ์. 2547. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการเพิ่มผลผลิตภาคบริการ**. กรุงเทพฯ:
สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
- วันชัย วัฒนศัพท์. 2543. “กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.suthep.ricr.ac.th/mgnt38.doc> (10 มกราคม 2550).
- วิไลภรณ์ จิรวัดนเศรษฐ์. 2544. **สื่อพื้นบ้านในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทาง
วัฒนธรรม (โฮมสเตย์) โดยศึกษาเฉพาะกรณีบ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา**.
- วิภาดา ผิวสวัสดิ์. 2545. **การวิเคราะห์กิจกรรมนันทนาการและประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อ
ความหมายธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา**. กรุงเทพฯ:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิภาพร มาพบสุข. 2543. **มนุษย์สัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วิมลสิทธิ์ หรยางตระกูล. 2541. **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: มูลฐานทางพฤติกรรมเพื่อ
การออกแบบและวางแผน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิไลพร ศาคริก. 2545. การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระพล ทองมา. 2543. เอกสารประกอบการสอน พท 311 วิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. 2545. จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ: สุริยาสาสน์.
- ศิริชัย ศิริเกษ และ กาญจนา แก้วเทพ. 2531. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยสังคมและสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม. 2545. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมเกียรติ ตั้งนโม. 2550. “Roland Barthes และมายาคติ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.midnightuniv.org/midnight> (22 กุมภาพันธ์ 2550).
- สมเกียรติ ตั้งนโม, จิรพร วิทยศักดิ์พันธุ์ และ สมชาย ปรีชาศิลป์กุล. 2550. “สถานภาพของผู้หญิงในสื่อ ศิลปะ และกฎหมาย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.midnightuniv.org/midnight2545/document9763.html> (22 กุมภาพันธ์ 2550).
- สมควร กวียะ. 2546. ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.
- สมบัติ กาญจนกิจ. 2544. นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาการการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2544. นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อ้างถึงใน กรรณิกา พิมลศรี. 2547. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบผจญภัยโดยใช้รถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อ. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมพร จรูณแสง. 2546. การพัฒนาภูมิศึกษาธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวประจำเส้นทางเดินป่าอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ. 2542. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สร้อยสวัสดิ์ อาสาสรรพกิจ. 2543. โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศในภาคเหนือตอนบน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2547ก. ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ตัณญา ตัณญาวิวัฒน์. 2547ข. **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2550. **ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สันติรักษ์ ประเสริฐสุข. 2548. **การสื่อและการสร้างความหมายในสถาปัตยกรรม: จากโครงสร้าง
นิยมถึงหลังโครงสร้างนิยม**. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สารัฐ รัตนะ. 2545. **เอกสารประกอบการสอนวิชาการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพฯ:
คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- _____. 2547. **หลักการสื่อความหมายธรรมชาติ**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษวิทยา
คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สารานุกรมดาราศาสตร์ออนไลน์. 2551. “ดาวเสาร์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.astroschool.in.th/public/teacher/encyclodetail> (08 มกราคม 2551).
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2550. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.tourism.go.th> (18 มีนาคม 2550).
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2546. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สามลดดา.
- สุปิติ จันทร์ประสิทธิ์. 2543. **ระบบป้ายสัญลักษณ์มาตรฐานสำหรับกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาพร ล้ำวรรณวงศ์. 2547. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มาเยือนต่อโปรแกรมสื่อ
ความหมายธรรมชาติบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงฉวาก จังหวัดสุพรรณบุรี**. กรุงเทพฯ:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. 2545. **เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการจัดการพื้นที่อนุรักษ์**. กรุงเทพฯ:
คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. 2533. **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สุรัตน์ ตรีสุกล. 2547. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุวิทย์ วงศ์จุริวาณิชย์. 2549. **ต่อยอดธุรกิจด้วยกลเมดิไชด์**. กรุงเทพฯ: เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.
- เอื้อเอ็นดู คิศกุล ณ อยุธยา. 2543. **ระบบป้ายสัญลักษณ์**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาอนุรักษศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- องอาจ นัยพัฒน์. 2549. **วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- อนรรักษ์ ปัญญาวัฒน์. 2542. **การศึกษาชุมชนเชิงพหุลักษณะบทเรียนจากวิจัยภาคสนาม**. กรุงเทพฯ: พิสิษฏ์ไทย ออฟเซต.
- อภิโชค เตชะกุล และ กรุณา รักรัณ. 2547. **โครงการเส้นทางท่องเที่ยวแบบจับจ่ายสินค้า ศิลปหัตถกรรม**. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. 2546. **อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพฯ: สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- อรรถพงษ์ ศักดิ์สงวนมบุญ. 2551. “สำนักข่าวประชาธรรม”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.newspnn.com> (17 มิถุนายน 2551).
- อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. 2542. **สัญญาวิทยากับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชติ พุ่มศรี. 2543. **ประสิทธิผลการสื่อสารเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานศึกษาของโครงการโรงเรียนสีขาว**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนันท์ กาญจนพันธุ์ 2544 **วิธีคิดเชิงซ้อนในการวิจัยชุมชน: พลวัตและศักยภาพของชุมชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- _____. 2548ก. **ทฤษฎีและวิธีวิทยาของการวิจัยวัฒนธรรม: การทะลุกรอบและกีดกันของความแบบคู่ตรงกันข้าม**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.
- _____. 2548ข. **วัฒนธรรมทางเศรษฐกิจในเศรษฐกิจไร้วัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- อาภรณ์ จันทร์สมวงศ์. 2544. **พลวัตชุมชนไทยในสมัยโลกาภิวัตน์**. กรุงเทพฯ: โครงการประสานงานวิจัยเพื่อพัฒนาสังคม สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- อิสระ ชาญศรี. 2533. **ประสิทธิภาพของสื่อธรรมชาติในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และนันทนาการแก่นักท่องเที่ยว บริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- Deetz, S. 1999. "Participatory Democracy as a Normative Foundation for Communication Studies". pp. 131-159. *In* Theoretical Approaches to Participatory Communication. Cresskill NY: Hampton Press. อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำพูนวิวัฒน์, หฤทัย ชัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน และ จำเริญ ไชยจิต. 2549. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- Denis Mcquail. 1994. **Mass Communication Theory An Introduction**. USA: Great Britain The Cromwell Press Ltd.
- Edward Inskoop. 1991. **Tourism Planning: an integrated and sustainable development approach**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Field and Wagar. 1976. "People and interpretation". *In* **Interpreting the Environment**. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Freeman Tilden. 1987. **Interpretation Our Heritage**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Good, C. V. 1973. **Dictionary of the Social Sciences**. New York: Macmillan Company.
- Ham Sam H. 1992. **Environmental Interpretation**. Colorado: North American Press.
- Hall, C. Michael and Page, Stephen J. 2002. **The geography of tourism and recreation**. USA: Routledge.
- Harvey M. Rubnstein. 1992. **Streetscape and Urban Scape**. USA: John Wille and son Ins.
- Hough M. 1990. **Out of Place: Restoring Identity to the Regional Landscape**. New Haven: Yale University Press.
- Jacobson, T. 1999a. "Participatory Communication as Communication Action". pp. 265-280. *In* Theoretical Approaches to Participatory Communication. Cresskill NY: Hampton Press. อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ. 2549. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.

- Jacobson, T. 1999b. "Participatory Communication as Communication Action". pp. 265-280. In *Theoretical Approaches to Participatory Communication*. Cresskill NY: Hampton Press. อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปัตตานนท์, ดวงพร คำพูนวิวัฒน์, หลุทัย ชัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน และ จำเริญ ไชยจิต. 2549. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- John F. Cragan and Donald C Shields. 1998. *Understanding Communication Theory*. Boston: Allyn and Bacon.
- Khan, M, A .Olsen, D. Michael and V. Turgut. 1993. **Vnr s Encyclopedia of Hospitality and Tourism**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Lofland and Lofland J. 1995. **Analyzing social setting : A guide to qualitative observation and analysis**. Belmont CA: Wasdworth.
- Lynch, A. 1996. **Thought Contagion**. New York: Basic Books.
- McIntosh Robert W and Goleidner Charles R. 1990. **Tourism: Principles, Practices and Philosophies**. New York: John Wiley and Sons Inc.
- McIntosh R. W., Goleidner C. R. and Ritchie B. 2000. **Tourism: Principles and Philosophies**. New York: John Wiley.
- Rogert, G. M. 1984. **Longman Dictionary of Psychology and Psychiatry**. New York: Longman Inc.
- Shannon C. and Weaver. W. 1962. **The Mathematical Theory of Communications**. Illinois: University of Illinois Press.
- Sharpe, Grant W. 1983. **Park Management**. New York: John Wiley & Sons.
- Sharpe, Grant W., Charies H. Odegaard and Wenonah Finch Sharpe. 1994. **Park Management**. New York: John Wiley & Sons.
- Singhal, V. R. 2001a. "Firm Characteristics, Total Quality Management and Financial Performance". *Journal of Operations Management* 19, 2001: 269-285. อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ. 2549. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.

- Singhal, V. R. 2001b. Facilitating Communication Participation through Communication. New York: Unicef. อ้างอิงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำพูนวิวัฒน์, หฤทัย ชัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน และ จำเริญ ไชยจิต. 2549. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- Sitikam Bussba. 2008. "Ecotourism SMTes Opportunities Northern Thailand : A Solution to Community Development and Resource Conservation". **Tourism Recreation Research** 33 (3): 303-311.
- Society for International development. 2007. [Online]. Available <http://www.sidint.org> (13 January 2007).
- Swarbrooke John and Horner Susan. 1999. **Consumer behavior in tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Thomson. 1995. The Media and Modernity in Hugh Macky and Tim O'Sullivan (eds) The Media Reader: Continuity and Transformation. London: Sage. อ้างอิงใน กาญจนา แก้วเทพ. 2549. **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- Veverka Jone. A. 1994. **Interpretation master planning: for park historic site forest zoo and related tourism programs/tours**. Montana: Falcon Press Publishing.
- Wilbur Schramm. 1968. **The interpersonal underword**. Pals Alto CA Science and Behavior Books. USA: Routledge.
- White, R. 1994. Participation Development Communication. Participation Communication; Working for Change and Development. New Delhi: Sage. อ้างอิงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำพูนวิวัฒน์, หฤทัย ชัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน และ จำเริญ ไชยจิต. 2549. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- World Tourism Organization. 2006. [Online] Available <http://www.world-tourism.org> (26 March 2006).



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อชุมชน หน่วยงาน คณะทำงาน และผู้เชี่ยวชาญ

- รายชื่อชุมชนที่ได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยว โครงการประกวดรางวัลรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ปี 2550
- รายชื่อผู้นำชุมชน 15 ชุมชนในการดำเนินการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 1
- รายชื่อคณะทำงานและคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา
- รายชื่อหน่วยงานและคณะกรรมการที่ปรึกษาการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายชุมชนประมงพื้นบ้านรอบกว๊านพะเยา
- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ให้การพิจารณา ตรวจสอบรูปแบบและตัวชี้วัดของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

รายชื่อชุมชนที่ได้รับรางวัลชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยวโครงการประกวดรางวัล
รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) ปี 2550
เพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา

ภาคกลาง

1. พิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านมอญ บางกระดี่ กรุงเทพฯ
2. ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรเขตหนองจอก กรุงเทพฯ
3. ตลาดน้ำคลองลัดมะยม กรุงเทพฯ
4. กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลห้วยแร้ง จังหวัดตราด
5. ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จังหวัดตราด
6. ชุมชนรักษ์คลองบางพระ จังหวัดตราด
7. ชมรมนำเที่ยวพื้นบ้านสลักคอก จังหวัดตราด
8. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยว (คลองมหาสวัสดิ์) จังหวัดนครปฐม
9. กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านพุเข็ม จังหวัดเพชรบุรี
10. ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท -ยวนราชบุรี จังหวัดราชบุรี
11. ชมรมอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีตำบลห้วยขุนราม จังหวัดลพบุรี
12. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
13. ชุมชนตลาดโบราณพัฒนาการท่องเที่ยว (บางพลี) จังหวัดสมุทรปราการ
14. ศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์บ้านบางพลับ จังหวัดสมุทรสงคราม
15. ศูนย์ต้อนรับนักท่องเที่ยว บ้านหัวหาด จังหวัดสมุทรสงคราม
16. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคกลน จังหวัดสมุทรสงคราม
17. โฮมสเตย์ท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม
18. หมู่บ้านเบญจรงค์ อบต.คอนไก่อดี จังหวัดสมุทรสาคร
19. บ้านต้นตาล จังหวัดสระบุรี
20. โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จังหวัดสิงห์บุรี
21. โฮมสเตย์เรือนไทย บ้านบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี
22. สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี
23. หมู่บ้าน OTOP บ้านวังทอง บ้านวังหลุมพอง บ้านหนองบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
24. ศูนย์กลางชุมชนตำบลบางเจ้าฉ่า จังหวัดอ่างทอง

ภาคเหนือ

1. ศูนย์ประสานงานผู้นำเที่ยวชุมชนและโฮมสเตย์ จังหวัดเชียงราย
2. ชุมชนชาวจีนคอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย
3. บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่
4. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
5. ชุมชนศูนย์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่กลางหลวง จังหวัดเชียงใหม่
6. ชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านโป่ง จังหวัดเชียงใหม่
7. บ้านหาดผาชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดน่าน
8. กลุ่มชุมชนอนุรักษ์ป่าดงดิบหนองแม่นา จังหวัดเพชรบูรณ์
9. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนบ้านห้วยฮี้ จังหวัดแม่ฮ่องสอน
10. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนบ้านห้วยตองก้อ จังหวัดแม่ฮ่องสอน
11. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนบ้านจาโป๋ จังหวัดแม่ฮ่องสอน
12. กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนบ้านแม่ละนา จังหวัดแม่ฮ่องสอน
13. หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านป่าเหมี้ยง จังหวัดลำปาง
14. บ้านทาป่าเปา จังหวัดลำพูน

ภาคใต้

1. ชุมชนบ้านเกาะกลาง จังหวัดกระบี่
2. ชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร
3. ชมรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าต้นน้ำพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร
4. กลุ่มทะเลหมอกกรุงชิง จังหวัดนครศรีธรรมราช
5. กลุ่มประมงชายฝั่งรักบ้านเกิด จังหวัดนครศรีธรรมราช
6. ชุมชนท่องเที่ยวทรายขาว จังหวัดปัตตานี
7. ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะขาวน้อย จังหวัดพังงา
8. ชุมชนบ้านทุ่งนางดำ จังหวัดพังงา
9. กลุ่มมุสลิมโฮมสเตย์ จังหวัดระนอง
10. ชมรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะข่อ จังหวัดสงขลา
11. กลุ่มการจัดการท่องเที่ยวโดยองค์กรชุมชนบ้านบ่อเจ็ดลูก จังหวัดสตูล
12. กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านถ้ำผิง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
13. ชุมชนทีเสี้ยนน้ำเขียว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. หมู่บ้าน OVC บ้านโพน จังหวัดกาฬสินธุ์
2. ชุมชนวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโค้ง จังหวัดกาฬสินธุ์
3. โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา
4. บ้านนุไทร โฮมสเตย์กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล จังหวัดนครราชสีมา
5. บ้านหนองไข่เหี้ย โฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา
6. หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (บ้านโคกเมือง) จังหวัดบุรีรัมย์
7. หมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านภู หมู่ 1,2 จังหวัดมุกดาหาร
8. หมู่บ้านช้างสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
9. ป่าพื้นบ้าน – อาหารชุมชน จังหวัดหนองคาย
10. กลุ่มโฮมสเตย์บ้านสีกายเหนือ จังหวัดหนองคาย
11. บ้านห้วยเตือเหนือโฮมสเตย์ จังหวัดหนองบัวลำภู

รวมทั้งสิ้น 62 ชุมชน

รายชื่อผู้นำชุมชน 15 ชุมชนและกำหนดการดำเนินการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 1

ตารางผนวก 1 รายละเอียดการเก็บข้อมูลในชุมชนเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว และรายชื่อชุมชน	ผู้นำชุมชน		แบบสอบถามของ นักท่องเที่ยวที่ สมบูรณ์ จำนวน (ร้อยละ)	ช่วงเวลาในการ เก็บข้อมูล	
	รายชื่อ	ตำแหน่ง			
ประเภทที่ 1 แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติทางบก					
1. กลุ่มท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์บ้านแม่กำ ปอง จ.เชียงใหม่	พ่อหลวงพรหมินทร์	ประธานกลุ่ม	47	26-24	
	พวงมาลา	ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	(7.7)	กรกฎาคม 2551	
		บ้านแม่กำปอง			
2. ชุมชนศูนย์การ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แม่ กลางหลวง จ.เชียงใหม่	คุณอนันต์ พวงมาลา	กรรมการกลุ่มฯ	38	27 - 30	
	คุณสมศักดิ์ ศิริภูมิทอง	กรรมการศูนย์			(6.3)
	คุณพงษ์ศักดิ์ วนาลัยนิเวศน์	ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์			
3. กลุ่มชุมชนคนรักภัยป่า ตำบลหนองแม่นา จ. เพชรบูรณ์	คุณสมพงษ์ ดุ้ยคำ	กรรมการกลุ่มชุมชน	35	20-16	
		คนรักภัยป่าตำบล	(5.8)	พฤษภาคม 51	
		หนองแม่นา			
ประเภทที่ 2 แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติทางทะเล					
4. วิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คลองโคน	ผู้ใหญ่งรงค์ รัตนะ	ประธานศูนย์อนุรักษ์	44	29-26	
	พงศ์ระ	ชายเลนคลอง โคน	(7.2)	มิถุนายน 2551	
จ.สมุทรสงคราม	คุณพิรณิธิ (เชษฐ) รัตนะ	รองประธานศูนย์			
	พงศ์ระ	อนุรักษ์ชายเลน			
		คลอง โคน			
5. ชมรมท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์เกาะขาวน้อย จ.พังงา	คุณสำเริง ราษค	ฝ่ายติดต่อ	40	5-1	
	หรือบังหมี่	ประสานงาน ชมรม	(6.6)	กรกฎาคม 2551	
		การท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์โดยชุมชน เกาะขาว			

ตารางผนวก 1 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว และรายชื่อชุมชน	ผู้นำชุมชน		แบบสอบถามของ นักท่องเที่ยวที่ สมบูรณ์ จำนวน (ร้อยละ)	ช่วงเวลาในการ เก็บข้อมูล
	รายชื่อ	ตำแหน่ง		
6. ชุมชนบ้านเกาะ กลาง จ.กระบี่	คุณสุพรรณิ บุตรหง้า คุณณัด สว่างพงศ์	ประธานโฮมสเตย์ บ้านเกาะกลาง และรองประธาน ชมรมการท่องเที่ยว บ้านเกาะกลาง กรรมการชมรมฯ	38 (6.3)	9-7 กรกฎาคม 2551
ประเภทที่ 3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา				
7. โฮมสเตย์บ้าน ปราสาท จ.นครราชสีมา (ชมรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่พักทางวัฒนธรรม แหล่งโบราณคดีบ้าน ปราสาท)	ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง คุณนิริศ พุฒใหม่	ประธานชมรมการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ พักทางวัฒนธรรม แหล่งโบราณคดีบ้าน ปราสาท คณะกรรมการชมรม	37 (6.1)	15-13กรกฎาคม 2551
8. ชมรมอนุรักษ์แหล่ง โบราณคดีตำบล ห้วยขุนราม จ.ลพบุรี	นายก อบต. ทองดี ภัคดี คุณสมส่วน บูรณพงษ์ คุณภาณุมาศ พิมพ์ชาติ คุณปิยะมาศ เจียมบรรจบบ	นายก อบต. ห้วยขุน ราม และ อดีต ประธานชมรม ประธานชมรม คณะกรรมการชมรม คณะกรรมการชมรม	48 (7.9)	17-16กรกฎาคม 2551
9. โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จ.สิงห์บุรี	คุณระพีพรรณ กองแก้ว คุณสมจิตร กองแก้ว (พี่เล็ก) นาย สมคิด ม่วงเทศ คุณจันทร์ ทองศรี	ประธานชมรมโฮมส เตย์บ้านท่าข้าม รองประธานชมรม โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม คณะกรรมการ คณะกรรมการ	35 (5.8)	19-18กรกฎาคม 2551

ตารางผนวก 1 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว และรายชื่อชุมชน	ผู้นำชุมชน		แบบสอบถามของ นักท่องเที่ยวที่ สมบูรณ์ จำนวน (ร้อยละ)	ช่วงเวลาในการ เก็บข้อมูล
	รายชื่อ	ตำแหน่ง		
ประเภทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่า ชาติพันธุ์ต่าง ๆ				
10. พิพิธภัณฑ์ชุมชน บ้านมอญ บาง กระดี่ กรุงเทพฯ	คุณลุงกัลยา ปุงบางกระดี่	ประธานคณะกรรมการ บริหารการท่องเที่ยวบ้าน มอญบางกระดี่	36 (5.9)	12-13 มิถุนายน 2551
	คุณถวิล มอญคะ คุณอินทร์ มอญคะ คุณพงษ์พันธ์ สุขศรี	คณะกรรมการฯ คณะกรรมการฯ คณะกรรมการฯ		
11. ชุมชนหมู่บ้านคูบัว ชมรมไท - ขวนราชบุรี จ.ราชบุรี	ดร .อุคม สมพร	ผู้อำนวยการจิตป่าละถ้อย สถานบ้านคูบัว ประธานสหกรณ์ไทย ขวน ราชบุรีบ้านคูบัว	43 (7.1)	24-22 มิถุนายน 2551
	คุณลุงเสน่ห์ สุวรรณ			
12. ชุมชนชาวจีนคอกแม่ สลอง จ.เชียงใหม่	นายวุฒิพงษ์ สวรรค์โชติ	นายกอบค.แม่สลองนอก	40 (6.6)	26-23 พฤษภาคม 51
	นายพลหลุยห์ คุณสุรพล นาดะพินธุ คุณสมจิต	ผู้อาวุโสของชุมชน กรรมการหมู่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน		
ประเภทที่ 5 แหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตชุมชน อาชีพเกษตร ศิลปหัตถกรรมและชุมชนตลาด				
13. สามชุกตลาด 100 ปี จ.สุพรรณบุรี	คุณอรุณลักษณ์ อ่อนวิมล	รองคณะกรรมการพัฒนา ตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์	33 (5.4)	22-20 กรกฎาคม 2551
	คุณสมชาติ ศรีสุวรรณ	คณะกรรมการฯ		
14. ศูนย์บริการและ ถ่ายทอด เทคโนโลยีการเกษตร เขตนองจอก กทม.	อ.สมชาย สมานตระกูล	ประธาน.ศูนย์ฯ	41 (6.7)	8-10 มิถุนายน 2551
	คุณถาวร สมานตระกูล อ.เกษม สมานตระกูล อ.บุญเหลือ สมานตระกูล	กรรมการศูนย์ฯ กรรมการศูนย์ฯ กรรมการศูนย์ฯ		

ตารางผนวก 1 (ต่อ)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว และรายชื่อชุมชน	ผู้นำชุมชน		แบบสอบถามของ นักท่องเที่ยวที่ สมบูรณ์ จำนวน (ร้อยละ)	ช่วงเวลาในการ เก็บข้อมูล
	รายชื่อ	ตำแหน่ง		
15. หมู่บ้านเบญจรงค์ อบต.คอนไถ่ จ.สมุทรสาคร	คุณอุไร แดงเอี่ยม	ประธานกลุ่มเบญจรงค์ คอนไถ่	53 (8.7)	16-18 มิถุนายน 2551
	คุณรัชณี ทองเพ็ญ คุณประภาศรี พงษ์เมธา	รองประธานกลุ่มฯ เลขานุการกลุ่มฯ		
รวม	40 ท่าน		608 (100)	พฤษภาคม – กรกฎาคม 2551

รายชื่อคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวี้นพะเยา

ตารางผนวก 2 รายชื่อคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้าน กวี้นพะเยา

รายชื่อชุมชน	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
	1. นายสมศักดิ์ เทพคุ้ม	ประธานชุมชนประมงพื้นบ้านกวี้นพะเยา
	2. นายอดิเรก วงศ์ภูริวัฒน์	ผู้ประสานงานเครือข่ายชมรมชาวประมงพื้นบ้านกวี้นพะเยา
บ้านสันแกลบดำ	3. นายสมชาย แผ่นทอง	ประธานชุมชนสันแกลบดำ
บ้านแท่นดอกไม้	4. นายจันทร์ กาบสนิท	ประธานชุมชนแท่นดอกไม้
	5. นายคาร บางใบ	รองประธานชุมชนแท่นดอกไม้
บ้านร่องไฮ	6. นายบุญมี ใจจา	ประธานชุมชนร่องไฮ
	7. นายศุภฤกษ์ การเร็ว	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 1 ต.แม่ใส
บ้านประดู่ประสาธ	8. นายมานพ เทพวงศ์	ประธานชุมชนประดู่ประสาธ
	9. นายสุทธิป เทพวงศ์	รองประธานชุมชนประดู่ประสาธ
บ้านแม่ต้า	10. นายสุเทพ เตมีศักดิ์	ประธานชุมชนแม่ต้า
	11. นายศรีศักดิ์ พลเมืองดี	รองประธานชุมชนแม่ต้า
บ้านร่องห้า	12. นายสนั่น ฟูเฟื่อง	ประธานชุมชนร่องห้า
บ้านสันตันผึ้ง	13. นายจันทร์ดีป ฟูเฟื่อง	ประธานชุมชนสันตันผึ้ง
	14. นายสม ไก่งาม	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 2 ต.บ้านด้อม
บ้านสันหนองเหนียว	15. นายสมบูรณ์ บัวเทศ	ประธานชุมชนสันหนองเหนียว
	16. นายเสงี่ยม แก้วก้า	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 ต.บ้านด้อม
บ้านสันป้าม่วง	17. นายวิเชียร ไชยเมือง	ประธานชุมชนสันป้าม่วง
บ้านทุ่งกิว	18. นายเจริญ สมทรง	ประธานชุมชนทุ่งกิว
	19. นายน้อย แท่งยา	ผู้ใหญ่บ้านทุ่งกิว หมู่ 10 ต.บ้านด้อม
บ้านสันกว๊าน	20. นายสมบูรณ์ หล่องาม	ประธานชุมชนสันกว๊าน
บ้านสันช้างหิน	21. นายคู่ย เมืองชุม	ประธานชุมชนสันช้างหิน
บ้านสันเวียงใหม่	22. นายมานิตย์ เมืองงาม	ประธานชุมชนเวียงใหม่
	23. นายประสาธ สามารถ	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 ต.บ้านด้อม
	24. นายอำนาจ ณ ลำปาง	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 ต.บ้านด้อม
	25. นายเชิด เสมอใจ	ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 5 ต.บ้านด้อม
	26. นายวิจิตร เมืองงาม	ประมงอาสา
	27. นายสังเวียน คำสุ	แพทย์ประจำตำบลบ้านด้อม
บ้านสันป่าค่าง	28. นายทองคำ นักสวน	ประธานชุมชนสันป่าค่าง

รายชื่อหน่วยงานที่ปรึกษาโครงการจัดทำโปรแกรมสื่อ
 ความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประมงพื้นบ้านรอบกว๊านพะเยา

1. สำนักงานประมงจังหวัดพะเยา
2. ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดพะเยา
3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพะเยา
4. สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา
5. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพะเยา
6. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพะเยา
7. หอจดหมายเหตุ จังหวัดพะเยา
8. หอการค้าจังหวัดพะเยา
9. วัดศรีโคมคำ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
10. วัดลี (พิพิธภัณฑสถานเวียงพญา) อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
11. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ได้แก่ เทศบาลเมืองพะเยา องค์การบริหารงาน
 ส่วนตำบลแม่คำ ตำบลแม่ใส ตำบลแม่ยาว ตำบลบ้านดู่ ตำบลบ้านสาง ตำบลบ้านสันป่าม่วง
 ตำบลบ้านด้อม และตำบลบ้านต้า อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
12. ร้านนอร์บูติงการ์
13. สถานีวิทยุกระจายเสียงทรูปเปอร์เรดิโอ
14. พะเยาเคเบิลทีวี
15. ออบเชยฟิล์ม
16. สาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา


รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ให้การพิจารณา ตรวจสอบรูปแบบและตัวชี้วัดของ
การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1

- | | |
|------------------|------------|
| 1. รศ.ดร.วีระพล | ทองมา |
| 2. ศ.ดร.มนัส | สุวรรณ |
| 3. ดร.บุษบา | สิทธิการ |
| 4. ผศ.สุรเชษฐ์ | เชษฐมาต |
| 5. รศ.ดร.ดรรรชนี | एमพันธุ์ |
| 6. ผศ.ดร.นภวรรณ | ฐานะกาญจน์ |
| 7. อ.สุรศักดิ์ | ชูทอง |
| 8. อ.อรอนงค์ | เขียนแหลม |
| 9. คุณอนุภาพ | ปุ่นละบุตร |
| 10. คุณภาวิณี | สุกรินทร์ |

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (focus group)
 และให้การพิจารณา ตรวจสอบรูปแบบและตัวชี้วัดของ
 การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
 ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 4

- | | |
|----------------------|---------------|
| 1. รศ.ดร.วีระพล | ทองมา |
| 2. ศ.ดร.มนัส | สุวรรณ |
| 3. ดร.บุษบา | สิทธิการ |
| 4. รศ.นภเรศ | รังควัด |
| 5. ดร.สินธุ์ | สโรบล |
| 6. ดร.บงอร | ฉัตรรุ่งเรือง |
| 7. คุณปณภรณ์ | ประดับสุข |
| 8. คุณนาดนรี | ชนะปัญญา |
| 9. พ่อหลวงพรหมมินทร์ | พวงมาลา |
| 10. คุณบุญทา | ชัยเลิศ |
| 11. คุณอานุภาพ | ปณณะบุตร |



ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

- เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในวัดอุประสงค์ข้อที่ 1
- เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในวัดอุประสงค์ข้อที่ 2
- เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในวัดอุประสงค์ข้อที่ 3
- เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในวัดอุประสงค์ข้อที่ 4

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

แบบสอบถามชุมชนดีเด่นทางด้านการท่องเที่ยว (Thailand Tourism Awards) ปี 2550
ที่มีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

คำชี้แจง

การสอบถามความคิดเห็นในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของคชฎินิพนธ์ หัวข้อการพัฒนา
รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
(DEVELOPMENT OF INTERPRETATION MODEL ON TOURISM DESTINATION BY
LOCAL PEOPLE PARTICIPATION) ภายใต้งานการควบคุมของ รองศาสตราจารย์
ดร.วีระพล ทองมา ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ และอาจารย์ ดร.บุษบา สิริพิการ โดยผู้วิจัยมี
วัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว
ของชุมชนท้องถิ่นของท่าน คำตอบแต่ละข้อของท่านในฐานะเป็นผู้นำชุมชนดีเด่นทางด้าน
การท่องเที่ยว (Thailand Tourism Awards) ประจำปี 2550 มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการ
วิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งขอขอบพระคุณ
ท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

กรรณิกา พิมลศรี

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

(การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว)

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

โทรศัพท์ 089 631 5252

E-mail kannika_p007@hotmail

ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามและแหล่งท่องเที่ยว

ชื่อ-นามสกุล

.....

ตำแหน่งในชุมชน หรือ หน้าที่/ ความรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวในชุมชน

.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้

.....

.....

เบอร์โทรศัพท์

.....

ชื่อแหล่งท่องเที่ยว / จุดเด่น หรือสิ่งดึงดูดใจในชุมชนของท่าน ได้แก่

.....

.....

.....

.....

.....

ระยะเวลาในการจัดตั้งชมรม หรือองค์กรชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นภายในชุมชนของท่าน เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ..... หรือ เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น ปี

ส่วนที่ 2 โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามที่กำหนดต่อไปนี้

2.1 สถานภาพของการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายชนิดต่าง ๆ

ประเภทของโปรแกรมสื่อความหมาย	ท่านคิดว่าสื่อชนิดใดมีความจำเป็นหรือชุมชนต้องการให้มีมากที่สุด (เลือกตอบโดยเรียงลำดับความสำคัญจากอันดับ 1-10)	ในชุมชนของท่านมีสื่อชนิดต่าง ๆ ต่อไปนี้หรือไม่	
		มี	ไม่มี
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล			
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว			
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น			
3. การสาธิต / การแสดง			
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล			
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว			
5. พิธีรภัณฑ์ชุมชน			
6. นิทรรศการในร่ม			
7. นิทรรศการกลางแจ้ง			
8. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์			
9. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทางสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ			
10. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว			
11. แผ่นพับ/ โบชัว			
12. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน			
13. แผ่นปลิว			
14. โปสเตอร์			
15. จุลสารด้านการท่องเที่ยวชุมชน			
16. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน			
17. เว็บไซต์ (web site)			
18. อื่น ๆ ได้แก่			

ประเด็นหลักในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in – depth interview) : ผู้นำชุมชน
งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

พื้นที่เป้าหมาย:.....

ส่วนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ-นามสกุล.....

ตำแหน่ง/หน้าที่.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้

.....
.....
.....
.....
.....

เบอร์โทรศัพท์.....



แนวคำถามในการสัมภาษณ์ :

1. ประวัติความเป็นมาของชุมชน และ
ประวัติการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว
ประวัติการก่อตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยว
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชน
การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน : อัตลักษณ์ของชุมชน
3. จากการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในชุมชนที่ผ่านมา มี หน่วยงานที่ดำเนินการ
หลักร่วมกับชุมชนนั้น คือองค์กรใด

ร่วมกับหน่วยงาน หรือองค์กรภาครัฐจัดทำให้ คือ ททท .

ศูนย์กีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติ อื่นๆ ได้แก่

องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น คือ อบต . เทศบาล อื่นๆ ได้แก่.....

หน่วยงาน หรือองค์กรพัฒนาภาคเอกชน (NGO) คือ.....

สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานด้านวิชาการ คือ

อื่น ๆ ได้แก่.....

4. สื่อที่ชุมชนเห็นว่าสำคัญคืออะไร และสื่อที่ชุมชนใช้ในการแสดงอัตลักษณ์ และจุดเด่นของชุมชน คืออะไรบ้าง

ประเภทของโปรแกรมสื่อความหมาย	ท่านคิดว่าสื่อชนิดใดมีความจำเป็นหรือชุมชนต้องการให้มี มากที่สุด (เลือกตอบโดยเรียงลำดับความสำคัญจากอันดับ 1- 10)	ในชุมชนของท่านมีสื่อชนิดต่าง ๆ ต่อไปนี้หรือไม่	
		มี	ไม่มี
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล			
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว			
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น			
3. การสาธิต / การแสดง			
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล			
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว			
5. พิพิธภัณฑ์ชุมชน			
6. นิทรรศการในร่ม			
7. นิทรรศการกลางแจ้ง			
8. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์			
9. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ			
10. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว			
11. แผ่นพับ/ โบชัว			
12. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน			
13. แผ่นปลิว			
14. โปสเตอร์			
15. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน			
16. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน			
17. เว็บไซต์ (web site) และน่านการท่องเที่ยวในชุมชน			
18. อื่น ๆ ได้แก่			

5. ขั้นตอนในการจัดทำสื่อด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้นมีกระบวนการหรือขั้นตอนอย่างไร และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายมีมากน้อยเพียงใด และมีส่วนร่วมในขั้นตอนใดบ้าง

6. ขั้นตอนที่ชุมชนได้กระทำแล้วมีความใกล้เคียงและสอดคล้องกับหลักการทางวิชาการที่ได้จากการวิจัยทางเอกสาร ได้แก่

ขั้นตอนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	ขั้นตอนที่ชุมชนได้กระทำใกล้เคียงตามหลักวิชาการ	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ขั้นตอน 1 พื้นที่และชุมชน: Participation		
1. ผู้นำชุมชน กำหนดพื้นที่เป้าหมายในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย		
2. ขั้นตอนการศึกษาความต้องการของชุมชนท้องถิ่นต่อการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน การประชุมเพื่อประเมินความต้องการ ความจำเป็น และวิเคราะห์ความคิดเห็น		
Team		
3. ขั้นตอนการจัดตั้งคณะทำงานโครงการวิจัยการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายร่วมกับชุมชนท้องถิ่น		
3.1 สร้างกลุ่มหรือคณะทำงาน โครงการวิจัยการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยการจัดประชุมหรือประชุมในพื้นที่โดยมีประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุม เพื่อคัดเลือกคณะทำงานของชุมชน		
3.2 คณะทำงานของชุมชนประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น ทั้งภาครัฐ เอกชนต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมเป็นคณะทำงานโครงการฯ และงบประมาณสนับสนุน		
3.3 การจัดฝึกอบรมในเนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มีความรู้ในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยประสานงานกับสถาบันการศึกษาที่มีความรู้ด้านนี้		
ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์: พื้นที่ @ ผู้มาเยือน Tourism area; Tourists		
1. คณะกรรมการโครงการฯ ร่วมกันกำหนดภาพรวมและกรอบของการวางแผนเพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาและภาพรวมเบื้องต้นของระบบสื่อความหมาย โดยมีกิจกรรมหลัก คือ		
1.1 ทบทวนข้อกำหนดโครงการ ศึกษาขอบเขตของงานที่จะดำเนินการ		

ขั้นตอนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	ขั้นตอนที่ชุมชนได้กระทำใกล้เคียงตามหลักวิชาการ	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1.2 ทบทวนนโยบายและวัตถุประสงค์ของการจัดการพื้นที่		
1.3 รวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพื้นที่		
2. การสำรวจศึกษาสภาพพื้นที่เพื่อกำหนดเส้นทางและขอบเขตของเส้นทาง รวมทั้งพัฒนาโปรแกรมการสื่อความหมาย โดยมี การสำรวจสภาพพื้นที่ เป็นการศึกษาเพื่อสืบค้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมประเพณีในชุมชน		
3. การวิเคราะห์และประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว อัตลักษณ์และการสื่อความหมาย เพื่อค้นหาจุดหรือสถานที่ที่มีความสามารถในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการจัดทำแผนการสื่อความหมาย ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดเค้าโครงเรื่อง (theme) ที่จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่		
4. การวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยครอบครัว ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (ปัจจัยภายนอก) ปัจจัยหรือภาวะที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง ความคิดเห็น		
เกี่ยวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่		
5. ขั้นตอน การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยเน้นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในพื้นที่ที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และประสบการณ์นันทนาการที่ดี		
6. ขั้นตอนการวิเคราะห์ช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ (recreation opportunity spectrum: ROS) ในแต่ละจุดที่สำรวจ ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางในการออกแบบ และการจัดการที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ตามเขตของ ROS		
7. ขั้นตอนการวิเคราะห์และกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในชุมชน เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ และความต้องการของชุมชนแต่ละแห่ง		

ขั้นตอนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	ขั้นตอนที่ชุมชนได้ กระทำใกล้เคียงตาม หลักวิชาการ	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
8. การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือเส้นทางท่องเที่ยว ที่จะทำการสื่อความหมายดำเนินการ โดยนำข้อมูลในด้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเส้นทางฯ และข้อมูลในด้านผู้ใช้ ประโยชน์หรือผู้มาเยือนมาวิเคราะห์ เพื่อหาตำแหน่งและ ทิศทางเชิงกลยุทธ์ (strategic positioning and direction) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ตารางจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (swot matrix)		
ขั้นตอน 3 กำหนดแผนการสื่อความหมาย Theme@ Interpretation design		
1. คณะกรรมการ โครงการฯ ร่วมกันกำหนดเค้าโครงและ แผนการสื่อความหมายในเส้นทางท่องเที่ยว กำหนดวิธีการ และเค้าโครงหลัก		
(theme) ในการสื่อความหมายในแต่ละบริเวณที่เป็น ขอบเขตพื้นที่ศึกษา พร้อมระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ของกิจกรรมแต่ละประเภทให้ชัดเจน โดยการนำผลการ วิเคราะห์ข้อมูลมากำหนดจุด/สถานีสื่อความหมายที่ใช้ สื่อสารในเส้นทางท่องเที่ยวนั้น		
2. นำผลการกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมายใน เส้นทางท่องเที่ยวจากข้อ 1 มาประชาสัมพันธ์และกระตุ้น ให้ประชาชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม เสนอความคิดเห็น ใน เค้าโครงฯ ดังกล่าว		
3. การออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ นั้น จำเป็นจะต้องใช้ทักษะ เทคนิคของผู้มีความรู้ในด้าน การออกแบบ สถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตย์ เป็นต้น ดังนั้น หากคณะกรรมการ โครงการฯ ไม่มีบุคลากรด้านนี้ จำเป็น จะต้องประสานงาน หรือจัดจ้างบุคลากรด้านนี้ออกแบบให้ โดย คณะกรรมการฯ เป็นผู้พิจารณาแบบ		
4. การจัดทำแผนระบบสื่อความหมายและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมาย โดยเริ่มจากการร่างแผนและ ออกแบบโปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้ สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme)		
5. การนำเสนอ การประชาคมในพื้นที่เพื่อระดม ความ คิดเห็นเกี่ยวกับร่างแผนและการออกแบบโปรแกรมสื่อ ความหมาย		
6. การทำแผนฉบับสมบูรณ์ โดยการนำผลสรุปจากการ ประชาคมมาปรับแก้ไขและพัฒนาแผนการจัดทำ		

ขั้นตอนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	ขั้นตอนที่ชุมชนได้ กระทำใกล้เคียงตาม หลักวิชาการ	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำตัวกลาง หรือสื่อ Interpretation design		
1. การดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ ตามแผนงาน โดยเริ่มจาก คณะกรรมการ โครงการฯ พิจารณาตัวกลางแต่ละชนิด และถ้าไม่สามารถกระทำ กันเองได้ จำเป็นจะต้องจัดจ้างผู้จัดทำ เช่น การพิมพ์แผ่น พับจำนวนมากซึ่งต้องใช้บริการจากโรงพิมพ์ อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการฯ จะต้องควบคุมการจัดทำให้เป็นไปตาม แบบที่กำหนดไว้ในแผนงาน		
2. การส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการ ดำเนินการร่วมกัน จนกระทั่งเสร็จสิ้น เช่น การเป็น คณะทำงานในการจัดทำสื่อ การสร้างช่องทางให้ชุมชน ท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสาร ข้อมูลและแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการจัดทำสื่อต่าง ๆ		
ขั้นตอนที่ 5 การติดตามประเมินผล Evaluation		
เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายฯ หรือ ประเมินประสิทธิภาพของ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในด้านต่าง ๆ โดย จะต้องประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ ประโยชน์จาก โปรแกรมสื่อความหมาย ซึ่งจำแนกกลุ่มใน การประเมิน 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว กับกลุ่มประชาชนท้องถิ่น		

7. ท่านคิดว่าตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของ
ชุมชนท้องถิ่น ควรเป็นลักษณะใดบ้าง
คะแนน 0 ถือว่าไม่มีความสำคัญ จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่ามีความสำคัญมากที่สุด

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยว	การให้คะแนนความสำคัญ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)
ด้านที่ 1 ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตามคุณลักษณะ ต่าง ๆ ได้แก่	
คุณลักษณะของเส้นทาง/ ทรัพยากร	
1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ เส้นทาง	

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยว	การให้คะแนนความสำคัญ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย	
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงใน เส้นทาง	
4. ความสะดวกในการเข้าถึง	
5. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวในเส้นทางสื่อความหมาย	
6. ความเปราะบาง/ ข้อจำกัดของพื้นที่	
คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล	
1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ	
2. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ	
3. ความชัดเจนของเนื้อหา	
4. ภาษาเข้าใจง่าย	
5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย	
6. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี	
7. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง	
8. รูปแบบ วิธีการ ในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น	
9. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม	
10. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์	
11. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	
12. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ	
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล	
1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย	
2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับ ประสบการณ์ผู้ฟัง	
3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่า ประทับใจ	
4. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และ คล้อยตาม	
5. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย	
6. อารมณ์เป็นมิตร ชี้แนะเข้มแข็งใส เป็นกันเอง	
7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย	

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยว	การให้คะแนนความสำคัญ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)
ด้านที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย 2.1 ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย	
2.2 ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย	
ด้านที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย 3.1 ชุมชนท้องถิ่นมีทักษะคิดที่ต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย	
3.2 ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีทักษะคิดที่ต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย	
ด้านที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา 4.1 ชุมชนท้องถิ่นเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว	
4.2 ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	

**แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น**

คำชี้แจง

การสอบถามความคิดเห็นในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณฉวีนิพนธ์ หัวข้อ การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น) DEVELOPMENT OF INTERPRETATION MODEL IN TOURISM DESTINATION BASE ON LOCAL PEOPLE PARTICIPATION (ภายใต้ความการควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ และอาจารย์ ดร.บุษบา สติธิการ โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านได้มาเยือนขณะนี้ คำตอบแต่ละข้อของท่านในฐานะเป็นผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

กรรณิกา พิมลศรี

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
โทรศัพท์ 089 631 5252 E-mail kannika_p007@hotmail.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

เพศ ชาย หญิง

อายุปี

ระดับการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

อาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน

เกษตรกร รับจ้างทั่วไป นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ

นักเรียน / นักศึกษา ว่างาน / เกษียณ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ปัจจุบันท่านมีถิ่นพำนักอยู่ที่จังหวัด.....



ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว

1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปีละประมาณ.....ครั้ง
2. โดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่... (โปรดเรียงลำดับ 1 – 6)
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก เช่น ภูเขา ป่าไม้
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล เช่น ชายหาด ทะเล เกาะ
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน / ศาสนา
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนเกี่ยวกับ ชนเผ่า ชนกลุ่มน้อย
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนเกี่ยวกับอาชีพเกษตรกรรม หัตถกรรม
 งานฝีมือ ตลาด
 (.....) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
3. ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านเดินทาง
 - เดินทางมาคนเดียว
 - เดินทางมาเป็นกลุ่ม (โปรดระบุ).....
 - กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัวและกลุ่มเพื่อน
 - กลุ่มศึกษาดูงาน จากสถาบันการศึกษา หรือ บริษัท หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ
 - อื่น ๆ โปรดระบุ.....
 โดยมีจำนวนบุคคลร่วมเดินทางทั้งสิ้น (รวมทั้งตัวท่าน) จำนวน.....คน
4. การเดินทางท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็น
 - เป็นจุดหมายปลายทางหลัก
 - เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งของการเดินทางครั้งนี้
 - เป็นจุดแวะพักระหว่างทางการเดินทาง
5. ท่านมีเวลาในการมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้โดยประมาณ.....ชั่วโมง
6. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้แล้ว.....ครั้ง
7. สิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของท่านในการเข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้	คะแนนความสำคัญ			
	ไม่สำคัญ เลข (0)	น้อย (1)	ปาน กลาง (2)	มาก (3)
1. มีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัสธรรมชาติ				
2. ได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น				
3. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน				
4. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับครอบครัว				
5. มีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น				
6. ได้เขียนแบบหรือปฏิบัติตามบุคคลที่ชื่นชอบ				
7. มีโอกาสหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของเมือง / แสวงหาความสงบ				
8. ได้แสดงออกซึ่งความมีเอกลักษณ์ของตนเอง				
9. ได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว				
10. ได้ผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ				
11. ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ				
12. ได้แสดงออกซึ่งความทันสมัย เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับ ความนิยม				

8. กลุ่มที่ท่านเดินทางมาด้วยนั้น มีลักษณะอย่างไร

- เดินทางมากับบริษัททัวร์ / บริษัทนำเที่ยว
- เดินทางมาด้วยกลุ่มตนเอง และไม่มีความต้องการมัคคุเทศก์ท้องถิ่น
- เดินทางมาด้วยกลุ่มตนเอง และมีความต้องการมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมาย

3.1 ท่านมีความคาดหวังหรือต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมีโปรแกรมสื่อความหมายชนิดใดบ้าง
เลือกตอบ 10 ชนิดโดยเรียงลำดับความสำคัญจากอันดับ 1 ถือเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ
อันดับ 2 , 3 , 4 ,จนถึงอันดับ 10 ถือเป็นสื่อที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

ประเภทของโปรแกรมสื่อความหมาย	ท่านคาดหวังและต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวใน ชุมชนควรมีสื่อชนิดใดมากที่สุด (เลือกตอบโดยเรียงลำดับความสำคัญ จากอันดับ -1 10)
การสื่อความหมายประเภทส่วนบุคคล	
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว	
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น	
3. การสาธิต / การแสดง	

ประเภทของโปรแกรมสื่อความหมาย	ท่านคาดหวังและต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนควรมีสื่อชนิดใดมากที่สุด (เลือกตอบ โดยเรียงลำดับความสำคัญ จากอันดับ -1 10)
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล	
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	
5. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน	
6. พิพิธภัณฑสถานชุมชน	
7. นิทรรศการ ในร่ม	
8. นิทรรศการกลางแจ้ง	
9. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์	
10. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ	
11. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	
12. แผ่นพับ/ โบชัว	
13. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	
14. แผ่นปลิว	
15. โปสเตอร์	
16. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน	
17. เว็บไซต์ web site(แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน	
18. อื่นๆ ได้แก่	



3.2 ท่านคิดว่าการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่ดีควรมีคุณสมบัติ หรือลักษณะสำคัญอย่างไรบ้างโดยแต่ละตัวชี้วัดต่อไปนี้ มีความสำคัญหรือไม่ และควรให้ค่าคะแนนความสำคัญเป็นจำนวนเท่าใด โดยเริ่มจาก

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความสำคัญ จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความสำคัญมากที่สุด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	คะแนนความสำคัญ					
	ไม่สำคัญ เลย	สำคัญ น้อย มาก	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
ด้านที่ 1 ผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมสื่อความหมายตาม คุณลักษณะต่างๆ ได้แก่ คุณลักษณะของเส้นทาง / ทรัพยากร						
1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากร ท่องเที่ยวในพื้นที่						
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย						
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุด หรือสถานี ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง						
4. ความสะดวกในการเข้าถึง						
5. ความปลอดภัยในขณะที่ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว						
คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช้บุคคล						
1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ						
2. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ						
3. ความชัดเจนของเนื้อหา						
4. ภาษาเข้าใจง่าย						
5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย						
6. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี						
7. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่าง ต่อเนื่อง						
8. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น						
9. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม						
10. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์						
11. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น						
12. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ						

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	คะแนนความสำคัญ					
	ไม่สำคัญ เลข (0)	สำคัญ น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
	คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล					
1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ ชัดเจน เข้าใจง่าย						
2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากร ท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง						
3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอดเรื่องราว อย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ						
4. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึก เพลิดเพลิน และคล้อยตาม						
5. บุคลิกภาพดี เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย						
6. อธิษาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง						
7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในด้าน ต่างๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย						
ด้านที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย						
2.1 ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อ ความหมาย						
2.2 ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจใน เนื้อหาสื่อความหมาย						
ด้านที่ 3 ทักษะที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย						
3.1 ชุมชนท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย						
3.2 ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการ สื่อความหมาย						
ด้านที่ 4 พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา						
4.1 ชุมชนท้องถิ่นเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว						
4.2 ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์						

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

.....

.....

คำชี้แจงประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะลึก (in – depth interview)

คุณภิญโญ
เรื่อง

“การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น”

(DEVELOPMENT OF INTERPRETATION MODEL IN TOURISM DESTINATION
BASE ON LOCAL PEOPLE PARTICIPATION)

การสัมภาษณ์ในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณภิญโญ ภายใต้อาการควบคุมของ รศ.ดร. วีรพล ทองมา ศ.ดร. มนัส สุวรรณและ ผศ.ดร.บุษบา สิทธิการ โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม นั้น ควรมีขั้นตอน กระบวนการ และตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการดำเนินการอย่างไร คำตอบแต่ละข้อของท่านในฐานะเป็นผู้เชี่ยวชาญมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้งนี้อย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ พร้อมทั้งขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อวิจัย (research for development) มีการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผสมผสานกับ การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ) action research (ในพื้นที่ศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาแบบ และกำหนดคุณลักษณะของตัวชี้วัดประสิทธิภาพของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาและทดลองใช้กระบวนการการสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดพะเยา
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
4. เพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การเก็บข้อมูลครั้งนี้ มีประเด็นคำถามสำคัญ ได้แก่

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ภูมิภาคและระดับสากล
2. รูปแบบการสื่อความหมาย หรือ กระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม ควรเป็นเช่นไร...
 ชุมชนดำเนินการเอง ชุมชนร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ หน่วยงานอื่นเข้ามาทำให้ทั้งหมด

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ควรมีกระบวนการดำเนินการอย่างไรที่จะให้ชุมชนมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วม
4. ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ควรเป็นลักษณะใดบ้าง
5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับประเด็นงานวิจัย

เครื่องมือประกอบการเก็บข้อมูล
ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะลึก (in – depth interview)

ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ-นามสกุล.....

ตำแหน่ง/หน้าที่.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้

.....

เบอร์โทรศัพท์.....



ส่วนที่ 2 รายงานผลการศึกษาเบื้องต้นประกอบการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น พบว่า ชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อชนิดต่าง ๆ ในลักษณะ **ชุมชนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น** ในการจัดทำสื่อความหมาย โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรซึ่งจำแนกได้ดังนี้

- ✓ มีส่วนร่วมกับหน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐ
- ✓ มีส่วนร่วมกับองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น
- ✓ มีส่วนร่วมกับหน่วยงาน หรือองค์กรพัฒนาภาคเอกชน (NGO)
- ✓ มีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานด้านวิชาการ
- ✓ มีส่วนร่วมกับภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว

ดังนั้น การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน จึงควรสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมขึ้นใน 2 ระดับ คือ ระดับภายในชุมชน และภายนอกชุมชนที่จะเข้ามาสนับสนุนให้เกิดการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ พบว่า ชุมชนที่มักประสบความสำเร็จในการแสดงอัตลักษณ์ การสื่อความหมายให้แก่ผู้มาเยือน ได้คือนั้น เริ่มต้นด้วยการมี **ผู้นำชุมชน** ที่มีศักยภาพ สามารถกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นตระหนักและเห็นคุณค่าของทรัพยากรในท้องถิ่นของตนและ ผลักดันให้มีการนำเสนอ การสื่อความหมายในอัตลักษณ์ที่แท้จริง

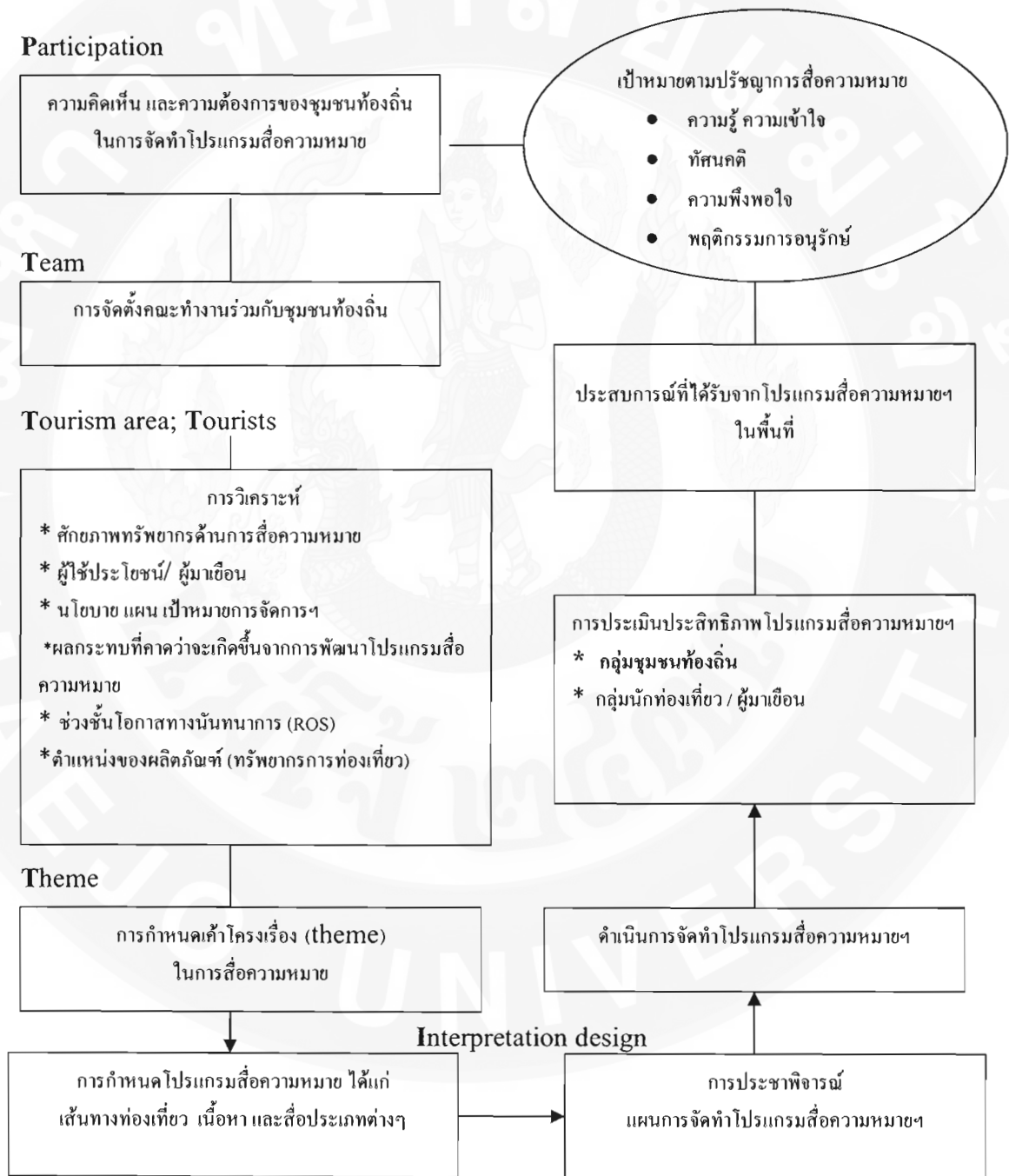
ของชุมชนให้ผู้คนได้สัมผัส รวมทั้ง การประสานงานให้องค์กร หรือหน่วยงานภายในท้องถิ่น และภายนอกท้องถิ่น ได้เข้ามามีส่วนร่วม และสนับสนุน ช่วยเหลือด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะงบประมาณและ องค์ความรู้ การจัดทำ ด้านสื่อตัวกลางต่าง ๆ

การวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้น การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยให้ ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นแกนนำหลักในการจะประสานความร่วมมือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้ง ประชาชนในชุมชน หน่วยงานภาครัฐ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคธุรกิจเอกชน ด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังนั้น ในการพัฒนาศักยภาพที่จะทำให้อำนาจชุมชนสามารถมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถดำเนินการตามกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ ขั้นตอนในกระบวนการดังกล่าวจะต้องมีความเหมาะสม และเป็นไปได้ที่ชุมชนจะสามารถกระทำได้



ส่วนที่ 3

3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับร่างกระบวนการและขั้นตอนดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น



ภาพผนวก 1 แสดงร่างกระบวนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อขั้นตอนการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยแต่ละขั้นตอน มีความเหมาะสม สามารถจะนำไปใช้ได้จริงในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมได้หรือไม่

3.2 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ควรเป็นลักษณะใดบ้าง

3.3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการประเมินประสิทธิภาพการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

หมายเลขแบบทดสอบ
-----------------	-------

แบบทดสอบ

ความคาดหวัง ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติประชาชนท้องถิ่นที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย
 “สี่สันวิถีชีวิตคนหาปลาและเรื่องเล่ารอบกว้านพะเยา”
 (ก่อนเข้ารับบริการด้านการสื่อความหมายฯ)

คำชี้แจง

การทดสอบในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณภิญโญ ห้วข้อ การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย
 ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (DEVELOPMENT OF INTERPRETATION
 MODEL IN TOURISM DESTINATION BASE ON LOCAL PEOPLE PARTICIPATION) ภายใต้
 ความการควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ และ
 อาจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับ ความต้องการและความคิดเห็น
 เกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านได้มาเยือนขณะนี้ คำตอบแต่
 ละข้อของท่านในฐานะเป็นผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้ง
 นี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง
 มา ณ โอกาสนี้ด้วย

กรรณิกา พิมลศรี

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

โทรศัพท์ 089 631 5252 E-mail kannika_p007@hotmail.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

เพศ ชาย หญิง

อายุปี

ระดับการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.
 ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

อาชีพหลัก รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน
 เกษตรกร ประมง รับจ้างทั่วไป
 นักธุรกิจ /เจ้าของกิจการ นักเรียน /นักศึกษา
 ว่างงาน /เกษียณ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

อาชีพรอง เกษตรกร ประมง รับจ้างทั่วไป
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) ไม่มีอาชีพรอง

ที่พักอาศัยในปัจจุบันของท่าน อยู่ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

- ท่านมีตำแหน่งหน้าที่ในชุมชนด้านใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1ข้อ)
 - เป็นผู้นำชุมชน โดยมีรายชื่ออยู่ในคณะกรรมการหมู่บ้าน หรือตำบล
 - เป็นคณะกรรมการเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวนพะเยา
 - เป็นสมาชิกเครือข่ายประมงพื้นบ้านกวนพะเยา ไม่มีตำแหน่งหน้าที่ในชุมชน
- ท่านมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับอาชีพประมงพื้นบ้านกวนพะเยาในด้านใดบ้าง
 - เป็นอาชีพหลักของท่าน เป็นอาชีพรองของท่าน
 - มีคนในครอบครัวของท่านประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน
 - มีเพื่อนหรือคนรู้จักของท่านประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน
 - ไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับท่าน
- ท่านได้มีส่วนร่วมในการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย “กวนพะเยา:ความงามแห่งผืนน้ำและผู้คน” ในด้านใดบ้าง
 - การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย
 - การมีส่วนร่วมคิด ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้
 - การมีส่วนร่วมทำ ได้แก่
 - เป็นคณะกรรมการบริหารจัดการทำโปรแกรมสื่อความหมาย
 - ที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย
 - ผู้มีส่วนช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย
 - แหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย
 - การมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้แก่
 - ผู้สนับสนุนงบประมาณจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย
 - ผู้สนับสนุน ช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมาย
 - การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย
 - เป็นผู้ให้บริการโปรแกรมสื่อความหมาย (ผู้รับสาร)
 - นำมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้บริการด้านสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว
 - การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผล โปรแกรมสื่อความหมาย
 - การมีส่วนร่วมด้านอื่นๆ โปรดระบุ.....
- สิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของท่านในการเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการฯ มากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเข้าร่วมกิจกรรมการสื่อความหมายฯ	คะแนนความสำคัญ			
	ไม่สำคัญเลย (0)	น้อย (1)	ปานกลาง (2)	มาก (3)
1. มีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัสธรรมชาติ				
2. ได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชนประมง				
3. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชนของตนเอง				
4. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน				
5. มีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับคนในชุมชน				
6. ได้เลียนแบบ หรือปฏิบัติตามบุคคลที่ชื่นชอบ				
7. กระทำตามตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบของตน				
8. ได้แสดงออกซึ่งความมีเอกลักษณ์ของตนเอง				
9. ตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญา วิถีชีวิตของประมงพื้นบ้าน				
10. อื่นๆ โปรดระบุ				

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังเกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกวันพะเยา

3.2 ท่านมีความคาดหวังหรือต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมีโปรแกรมสื่อความหมายชนิดใดบ้าง

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความคาดหวังในด้านนั้น ๆ เลย จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความคาดหวังมากที่สุด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความต้องการ/คาดหวังของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ประเภทของโปรแกรมสื่อความหมาย	คะแนนความคาดหวังต่อสื่อที่ต้องการให้มีบริการในชุมชน					
	ไม่สำคัญ เลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล						
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว						
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น						
3. การสาธิต / การแสดง						
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล						
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว						
5. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน						
6. พิพิธภัณฑ์ชุมชน						
7. นิทรรศการ ในร่ม						
8. นิทรรศการกลางแจ้ง						
9. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์						
10. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทางสัญลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ						

ประเภทของโปรแกรมสื่อความหมาย	คะแนนความคาดหวังต่อสื่อที่ต้องการให้มีบริการในชุมชน					
	ไม่ สำคัญ เลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
11.แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว						
12.แผ่นพับ/ โบชัว						
13.คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน						
14.แผ่นปลิว						
15.โปสเตอร์						
16.จุดสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน						
17.เว็บไซต์ (web site) (แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน)						
18.อื่นๆ ได้แก่						

ท่านมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว “ชุมชนประมง
กวีวันพะเยา” ในแต่ละด้านอย่างไร

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความคาดหวังในด้านนั้นๆเลย

จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความคาดหวังมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ความคาดหวังต่อ โปรแกรมสื่อความหมาย ในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนประมงกวีวันพะเยาในแต่ละด้าน	คะแนนความคาดหวัง					
	ไม่ สำคัญ เลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
คุณลักษณะของเส้นทาง / ทรัพยากร						
1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ ทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่						
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย - เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ						
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดหรือ สถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง						
4. ความสะดวกในการเข้าถึง						
5. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว						
คุณลักษณะของสื่อประเภทไมใช่บุคคล						
1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ						

ความคาดหวังต่อ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนประมงกว๊านพะเยาในแต่ละด้าน	คะแนนความคาดหวัง					
	ไม่ สำคัญ เลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
2.ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ						
3.ความชัดเจนของเนื้อหา						
4.ภาษาเข้าใจง่าย						
5.เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย						
6.มีความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี						
7.ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน อย่างต่อเนื่อง						
8.รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น						
9.ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม						
10.ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์						
11.เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น						
12.ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ						
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล						
1.การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่ง ท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย						
2.ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของ ทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง						
3.ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอด เรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ						
4.ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม						
5.บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย						
6.อักษาศัพท์เป็นมิตร ชี้แจงแจ่มใส เป็นกันเอง						
7.การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว ในด้านต่างๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความ ปลอดภัย						

ส่วนที่ 4 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	ถูก	ผิด
1. วิธีการทำประมงที่ชาวบ้านนิยมทำกันในกว๊านพะเยา ได้แก่ การใส่แห่ การวางอวน การ ทอดแหและการใส่ไซ		
2. กว๊านพะเยามีความสำคัญในระดับนานาชาติในฐานะที่เป็น บึงน้ำจืดพื้นที่ชุ่มน้ำ(wetland) ที่ ใหญ่ที่สุดของระบบนิเวศลุ่มน้ำอิงและภาคเหนือตอนบน		

ข้อความ	ถูก	ผิด
3. ก่อนปี พ.ศ. 2500 กว๊านพะเยาเป็นเพียงหนองน้ำธรรมชาติ มีแม่น้ำปิงและแม่น้ำตาปีไหลผ่านและมีพื้นที่ประมาณพันกว่าไร่เท่านั้น		
4. ชาวประมงสามารถวัดคุณภาพน้ำกว๊านฯ ได้โดยสังเกตจาก พฤติกรรมของกุ้งฝอยหรือปลา ลูก ถ้ามีการลอยหัวขึ้นมาบริเวณผิวน้ำเพื่อหายใจแสดงว่าน้ำเริ่มเสียเพราะในน้ำมีออกซิเจนไม่เพียงพอ		
5. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังกว๊านพะเยา (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาผีปันน้ำ โดยมียอดสำคัญ คือ คอยหนอก และคอยหลวง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคอยหลวง		
6. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยานั้น มีลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็นการทำประมงน้ำจืด โดยใช้เรือขุดที่ใช้เครื่องยนต์		
7. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทดลองหรือการกีฬาหรือการพักผ่อนหย่อนใจโดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง		
8. ซั้ง คือ อุปกรณ์ที่ใช้ไม้ไผ่บ่งสาน ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชาวประมงน้ำจืด เพื่อใช้ใส่ปลาที่หามาได้ไม่ว่าจะเป็น การทอดแห ตกจ้ำ ปักเบ็ด		
9. ชาวประมงทราบว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแสด หรือมีเหล่าแมงป่องเป็นฝูงบินว่อนขึ้นจากกว๊านฯ ผู้ฝั่งฝืนแผ่นดิน หมายความว่าจะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้นชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา		
10. พระธาตุสำคัญของเมืองพะเยา คือ พระธาตุจอมทอง ซึ่งเปรียบเสมือนเขาพระสุเมรุตามความเชื่อแบบพราหมณ์ฮินดูในการสร้างเมืองจะต้องมี ศูนย์กลางแห่งจักรวาล		
11. ปลาชะโด คือพันธุ์ปลาดังถิ่นที่เข้ามาแข่งพื้นที่ ถิ่นอาศัย และรุกราน ปลาพันธุ์ดั้งเดิมให้สูญพันธุ์ไป		
12. “เรือผีหลอก” เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง		
13. วัดติโลกอาราม เป็นโบราณสถานหนึ่งที่จมอยู่ในกว๊านพะเยาและได้ค้นพบหลวงพ่อศิลา รวมทั้งถือเป็นสถานที่ที่มีการเวียนเทียนกลางน้ำแห่งเดียวในโลก ในวันเพ็ญเดือน 3 เดือน 6 และเดือน 8		
14. ในเดือนพฤษภาคม – กันยายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี่ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือหาปลาที่ไม่ทำร้ายปลาที่กำลังวางไข่ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป		
15. ตัวอย่างวิธีการหาปลาที่ต้องนั่งเรือไปที่น้ำลึกและต้องลงค้ำน้ำ ได้แก่ การสร้างบ้านให้ปลานู การตกจ้ำหรือขอ ลันปลาไหล การวิดปลา และการไล่ปลา		

ส่วนที่ 5 ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. เรือหาปลาของชาวประมงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ส่งเสริมความงามให้แก่ กว๊านพะเยา					
2. การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ					
3. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยาทำให้ชนิดพันธุ์ปลาน้ำจืดลดจำนวนลงจำนวนมาก					
4. ชาวประมงควรส่งสอนให้ลูกหลานทำงานอย่างอื่นมากกว่าทำประมงเพราะเป็นอาชีพที่ลำบาก รายได้น้อย					
5. อาชีพประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา เป็นวิถีที่อยู่ใกล้ธรรมชาติ ดำรงอยู่ด้วยความอิสระ พอเพียง เรียบง่ายและถือเป็นอาชีพที่ผูกพันกับกว๊านพะเยามาก					
6. เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า					
7. การส่งเสริมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้					
8. การดูแลรักษากว๊านพะเยาควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐฝ่ายเดียว เพราะมีงบประมาณ					
9. การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี					
10. ไม่ควรมีการกำหนดให้กว๊านพะเยาเข้าเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (ramsar convention) เพราะจะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ รอบกว๊านพะเยา					

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีชื่อเสียงของใครคนใดคนหนึ่ง ดังนั้นทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่อย่างเสรี					
2. ควรอนุญาตให้ประชาชนเข้ามาท่องเที่ยวในกว๊านพะเยามาก ที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ภาครัฐและ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและรักธรรมชาติ					
3. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นหน้าที่ของ ประชาชนทุกคน					
4. เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการ บริโภค กำจัด โดยการทิ้งลงลำคลอง แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหาร ของสัตว์น้ำ					
5. การส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมสำคัญเท่ากับความรู้อื่นๆ					
6. ทุกคนในชุมชนควรปฏิบัติตนเป็นเจ้าภาพ เป็นมิตรที่ดีกับ นักท่องเที่ยว					
7. ธรรมชาติมักสร้างสิ่งต่างๆ ให้สมดุลเสมอ โดยสร้างส่วนที่ขาด หายขึ้นมา ทดแทน ดังนั้น ประชาชนจึงสามารถใช้ทรัพยากร การท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างเต็มที่					
8. ชุมชน และผู้มาเยือนกว๊านพะเยาควรมีปลาชะโดหรือปลา สวยงามต่างถิ่นมาปล่อยในกว๊านพะเยาเพื่อให้ปลาที่มีชนิด พันธุ์ที่หลากหลาย					
9. ทุกคนในชุมชนควรระมัดระวังตน หลีกเลี่ยงไม่ให้เกิด ผลกระทบ หรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุด ต่อสภาพแวดล้อมและ กว๊านพะเยา					
10. คนในชุมชนควรกระทำตามกฎระเบียบชุมชน ละเว้นจากการ กระทำผิดกฎหมาย					

หมายเลขแบบทดสอบ

.....

แบบทดสอบ

ความคาดหวัง ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติประชาชนท้องถิ่นที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย
 “สี่สັນวิถีชีวิตคนหาปลาและเรื่องเล่ารอบกว้านพะเยา”
 (หลังเข้ารับบริการด้านการสื่อความหมายฯ)

คำชี้แจง

การทดสอบในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุษฎีนิพนธ์ หัวข้อ การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น)DEVELOPMENT OF INTERPRETATION MODEL IN TOURISM DESTINATION BASE ON LOCAL PEOPLE PARTICIPATION (ภายใต้ความควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ และอาจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านได้มาเยือนขณะนี้ คำตอบแต่ละข้อของท่านในฐานะเป็นผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

กรรณิกา พิมลศรี

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

โทรศัพท์ 089 631 5252 E-mail kannika_p007@hotmail.com



ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจเกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมง
 บ้านกว้านพะเยา

1.1 ท่านได้รับบริการโปรแกรมสื่อความหมายโดยสื่อชนิดใดบ้างและมีความพึงพอใจในระดับใด

คะแนน 0 ถือว่าไม่มีความพึงพอใจเลย

จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ประเภทของ โปรแกรมสื่อความหมาย	โปรดทำ เครื่องหมาย ✓ ลงในสื่อที่ท่าน ได้รับบริการ	คะแนนความพึงพอใจต่อสื่อที่ได้รับบริการ					
		ไม่พึง พอใจ เลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล							
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการ ท่องเที่ยว							
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ ท้องถิ่น							
3. การสาธิต / การแสดง							
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล							
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว							
5. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน							
6. พิพิธภัณฑ์ชุมชน							
7. นิทรรศการในร่ม							
8. นิทรรศการกลางแจ้ง							
9. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีซีดีทัศน์							
10. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ							
11. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบาย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว							
12. แผ่นพับ/ โบชัว							
13. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน							
14. แผ่นปลิว							
15. โปสเตอร์							
16. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน							
17. เว็บไซต์ (web site) (แนะนำการท่องเที่ยว ในชุมชน							
18. อื่นๆ ได้แก่							

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อชนิดต่างๆ

.....

.....



1.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว “ชุมชนประมงบ้านพะเยา” ในแต่ละด้านอย่างไร

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความพึงพอใจในด้านนั้นๆเลย

จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ความพึงพอใจต่อ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนประมงบ้านพะเยาใน แต่ละด้าน	โปรดทำ เครื่องหมาย ✓ ลงในสื่อที่ท่าน ได้รับบริการ	คะแนนความพึงพอใจต่อสื่อที่ได้รับบริการ					
		ไม่พึง พอใจ เลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
คุณลักษณะของเส้นทาง / ทรัพยากร							
1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่							
2. นัยสำคัญของกรสื่อความหมาย – เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ							
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดหรือสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง							
4. ความสะดวกในการเข้าถึง							
5. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว							
คุณลักษณะของสื่อประเภทไม่ใช่บุคคล							
6. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ							
7. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ							
8. ความชัดเจนของเนื้อหา							
9. ภาษาเข้าใจง่าย							
10. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย							
11. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี							
12. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง							
13. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอ น่าสนใจ โดดเด่น							
14. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม							
15. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์							
16. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น							
17. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ							

ความพึงพอใจต่อ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนประมงกวีานพะเยาใน แต่ละด้าน	โปรดทำ เครื่องหมาย ✓ ลงในสื่อ ที่ท่านได้รับ บริการ	คะแนนความพึงพอใจต่อสื่อที่ได้รับบริการ					
		ไม่พึง พอใจ เลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล							
18. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของ แหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย							
19. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราว ของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับ ประสบการณ์ผู้ฟัง							
20. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบ เรียง ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ							
21. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟัง เกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และ คล้อยตาม							
22. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่ง กาย							
23. อารมณ์เป็นมิตร ชิมแย้มแจ่มใส เป็น กันเอง							
24. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติคนแก่ นักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย							

ส่วนที่ 4 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	ถูก	ผิด
1. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังกว๊านพะเยา (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาฝิปันน้ำ โดยมีภูเขาสำคัญ คือ คอยหนอกคอยหลวง ซึ่งเป็นภูเขาที่ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคอยหลวง		
2. กว๊านพะเยามีความสำคัญในระดับนานาชาติในฐานะที่เป็น บึงน้ำจืดพื้นที่ชุ่มน้ำ (wetland) ที่ใหญ่ที่สุดของระบบนิเวศลุ่มน้ำอิงและภาคเหนือตอนบน		
3. ตัวอย่างพันธุ์ปลาล้างแฉิมและมีจำนวนมากในกว๊านพะเยา ได้แก่ ปลาดองหรือปลาสด ปลาก๊วก/ปลาคะเพียนขาว และปลาบู่		
4. วิธีการทำประมงที่ชาวบ้านนิยมทำกันในกว๊านพะเยา ได้แก่ การใส่แฉิม การวางอวน การทอดแหและการใส่ไซ		
5. ชาวประมงทราบว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าเมฆปอบเป็นฝูงบินว่อนขึ้นจากกว๊านฯ ผู้ฝั่งฝันแผ่นดิน หมายความว่าจะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้นชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา		
6. ชาวประมงสามารถวัดคุณภาพน้ำกว๊านฯ ได้โดยสังเกตจาก พฤติกรรมของกุ้งฝอยหรือปลาคูก ถ้ามีการลอยหัวขึ้นมาบริเวณผิวน้ำเพื่อหายใจแสดงว่าน้ำเริ่มเสียเพราะในน้ำมีออกซิเจนไม่เพียงพอ		
7. "เรือผีหลอก" เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง		

ข้อความ	ถูก	ผิด
8. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยานั้น มีลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็นการทำประมงน้ำจืด โดยใช้เรือขุด ที่ใช้เครื่องยนต์ดีเซล		
9. “หลวงพ่อใหญ่” สำหรับคนพะเยาหมายถึง สมเด็จพระอุบาลีคุณูปมาจารย์ เจ้าอาวาสวัดศรีโคมคำซึ่งเป็นบุคคลที่ชาวพะเยาต่างให้ความเคารพ ศรัทธา		
10. โบราณวัตถุที่เป็นจุดเด่นสำคัญของเวียงพญา ใต้แก่งศิลาจริกซึ่งมีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยและพระพุทธรูปหินทรายศิลปะสกุลช่างพะเยาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว		
11. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทดลองหรือการกีฬาหรือการพักผ่อนหย่อนใจโดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง		
12. ระหว่างปี พ.ศ. 2482 – 2484 กรมประมงได้สร้างท่าบ่อและประตูน้ำขวางกันแม่น้ำอิง ทำให้เกิดกว๊านพะเยาขนาดใหญ่ดังเห็นในปัจจุบัน		
13. ปลาข้าว ปลาพลุย เป็นพันธุ์ปลาลากแม่น้ำโขง ซึ่งในอดีตก่อนกรมประมงได้สร้างประตูกันน้ำ (เคยมีอยู่ในกว๊านพะเยา แต่ตอนนี้ไม่มีแล้วเพราะไม่สามารถว่ายผ่านฝาย และเขื่อนที่กั้นมายังกว๊านฯได้		
14. ในเดือนมีนาคม-เมษายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี่ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือหาปลาที่ไม่ทำร้ายปลา เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป		
15. ผักกอกชวาถือเป็นพืชนำชนิดพันธุ์ดั้งเดิมของไทย สามารถนำดอกอ่อนหรือก้านใบอ่อนมาบริโภคได้ และนำมาเป็นงานจักสาน สินค้าหัตถกรรมของฝายได้อย่างสวยงาม		

ส่วนที่ 5 ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่าน ในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. เรือหาปลาของชาวประมงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญส่งเสริมความงดงามให้แก่กว๊านพะเยา					
2. การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ					
3. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยาทำให้ชนิดพันธุ์ปลาน้ำจืดลดจำนวนลงจำนวนมาก					
4. ชาวประมงควรส่งเสริมให้ลูกหลานทำงานอย่างอื่นมากกว่าทำประมง เพราะเป็นอาชีพที่ลำบาก รายได้น้อย					
5. อาชีพประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา เป็นวิถีที่อยู่ใกล้ธรรมชาติ ดำรงอยู่ด้วยความอิสระ พอเพียง เรียบง่ายและถือเป็นอาชีพที่ผูกพันกับกว๊านพะเยามาก					
6. เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า					
7. การส่งเสริมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้					
8. ไม่ควรมีกำหนดให้กว๊านพะเยาเข้าเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (Ramsar Convention) เพราะจะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในด้านต่างๆรอบกว๊านพะเยา					
9. การดูแลรักษากว๊านพะเยาควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐฝ่ายเดียวเพราะมีงบประมาณ					
10. การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี					

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีใช้สมบัติของใครคนใดคนหนึ่ง ดังนั้นทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่อยู่แล้ว					
2. ควรอนุญาตให้ประชาชนเข้ามาท่องเที่ยวในถ้ำหินงอกหินย้อยมากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ภาครัฐและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและรักธรรมชาติ					
3. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคน					
4. เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการบริโภคกำจัด โดยการทิ้งลงถังขยะ แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหารของสัตว์น้ำ					
5. การส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมสำคัญเท่ากับความรู้อื่นๆ					
6. ทุกคนในชุมชนควรปฏิบัติตนเป็นเจ้าภาพ เป็นมิตรที่ดีกับนักท่องเที่ยว					
7. ธรรมชาติมักสร้างสิ่งต่างๆให้สมดุลเสมอ โดยสร้างส่วนที่ขาดหายขึ้นมาทดแทน ดังนั้น ประชาชนจึงสามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างเต็มที่					
8. ชุมชน และผู้มาเยือนถ้ำหินงอกหินย้อยควรนำปลาชะโดหรือปลาช่อนมาวางทิ้งในถ้ำหินงอกหินย้อยเพื่อให้ปลาที่มีชนิดพันธุ์ที่หลากหลาย					
9. ทุกคนในชุมชนควรระมัดระวังคน หลีกเลียงไม่ให้ก่อให้เกิดผลกระทบหรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุด ต่อสภาพแวดล้อมและถ้ำหินงอกหินย้อย					
10. คนในชุมชนควรกระทำตามกฎระเบียบชุมชน ละเว้นจากการกระทำผิดกฎหมาย					

หมายเลขแบบทดสอบ

.....

แบบทดสอบ

ความคาดหวัง ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อ โปรแกรมสื่อความหมาย
 “สี่สັນวิถีชีวิตคนหาปลาและเรื่องเล่ารอบกว้านพะเยา”
 (ก่อนเข้ารับบริการด้านการสื่อความหมายฯ)

คำชี้แจง

การทดสอบในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณฉันทิพนธ์ หัวข้อ การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายใน
 แหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (DEVELOPMENT OF INTERPRETATION
 MODEL IN TOURISM DESTINATION BASE ON LOCAL PEOPLE PARTICIPATION) ภายใต้อ
 ความการควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ และ
 อาจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับ ความต้องการและความคิดเห็น
 เกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านได้มาเยือนขณะนี้ คำตอบแต่
 ละข้อของท่านในฐานะเป็นผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้ง
 นี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง
 มา ณ โอกาสนี้ด้วย

กรรณิกา พิมพ์ศรี

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
 คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
 โทรศัพท์ 089 631 5252 E-mail kannika_p007@hotmail.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลเพศ ชาย หญิง

อายุ

ระดับการศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. ปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอกอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร รับจ้างทั่วไป นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา ว่างาน/เกษียณ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ภูมิลำเนาของท่านอยู่ที่จังหวัด.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว

1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปีละประมาณ.....ครั้ง
2. โดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่.... (โปรดเรียงลำดับ 1 – 6)
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางบก เช่น ภูเขา ป่าไม้
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเล เช่น ชายหาด ทะเล เกาะ
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน / ศาสนา
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนเกี่ยวกับ ชนเผ่า ชนกลุ่มน้อย
 (.....) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนเกี่ยวกับอาชีพเกษตรกรรม หัตถกรรม งานฝีมือ ตลาด
 (.....) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
3. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้แล้ว.....ครั้ง
4. สิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของท่านในการเข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือน แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้	คะแนนความสำคัญ			
	ไม่สำคัญเลย (0)	น้อย (1)	ปานกลาง (2)	มาก (3)
1. มีโอกาสเรียนรู้ ศึกษา และสัมผัสธรรมชาติ				
2. ได้ศึกษาเรียนรู้ สัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนอื่น				
3. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน				
4. มีโอกาสทำกิจกรรม ใช้เวลาว่างร่วมกับครอบครัว				
5. มีโอกาสพบปะ ผูกมิตรและสังสรรค์กับผู้อื่น				
6. ได้ลิ้มรสแบบหรือปฏิบัติตามบุคคลที่ชื่นชอบ				
7. มีโอกาสหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของเมือง / แสวงหาความสงบ				
8. ได้แสดงออกซึ่งความมีเอกลักษณ์ของตนเอง				
9. ได้หลีกเลี่ยงความจำเจ จากสิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคยเป็นการชั่วคราว				
10. ได้ผ่อนคลายความเครียด พักผ่อนหย่อนใจ				
11. ความภาคภูมิใจที่ได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ				
12. ได้แสดงออกซึ่งความทันสมัย เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม				

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังเกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมง พื้นบ้านกวันพะเยา

- 3.3 ท่านมีความคาดหวังหรือต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมีโปรแกรมสื่อความหมายชนิดใดบ้าง

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความคาดหวังในด้านนั้น ๆ เลย

จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความคาดหวังมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความต้องการ/คาดหวังของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ประเภทของโปรแกรมสื่อความหมาย	คะแนนความคาดหวังต่อสื่อที่ต้องการให้มีบริการในชุมชน					
	ไม่สำคัญ เลข (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล						
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว						
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น						
3. การสาธิต / การแสดง						
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล						
1. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว						
2. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน						
3. พิพิธภัณฑ์ชุมชน						
4. นิทรรศการในร่ม						
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล						
5. นิทรรศการกลางแจ้ง						
6. โสตทัศนูปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์						
7. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ						
8. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้ายอธิบายข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยว						
9. แผ่นพับ/ โบชัวร์						
10. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวในชุมชน						
11. แผ่นปลิว						
12. โปสเตอร์						
13. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน						
14. เว็บไซต์/web site (แนะนำการท่องเที่ยวในชุมชน)						
15. อื่นๆ ได้แก่						

3.4 ท่านมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว “ชุมชน
ประมงกว๊านพะเยา” ในแต่ละด้านอย่างไร

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความคาดหวังในด้านนั้นๆเลย

จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความคาดหวังมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ความคาดหวังต่อ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนประมงบ้านพะเขาในแต่ละด้าน	คะแนนความคาดหวัง					
	ไม่สำคัญ เลข (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
คุณลักษณะของเส้นทาง / ทรัพยากร						
1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากร						
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย – เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ						
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดหรือ สถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง						
4. ความสะดวกในการเข้าถึง						
5. ความปลอดภัยในขณะที่ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว						
คุณลักษณะของสื่อประเภทไมซ์บุคคล						
6. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ						
7. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ						
8. ความชัดเจนของเนื้อหา						
9. ภาษาเข้าใจง่าย						
10. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย						
11. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี						
12. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่าง ต่อเนื่อง						
13. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น						
14. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม						
15. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์						
16. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น						
17. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ						
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล						
18. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว ได้ชัดเจน เข้าใจง่าย						
19. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากร ท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง						
20. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอด เรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ						
21. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม						
22. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย						
23. อารมณ์เป็นมิตร ชี้แนะเข้มแข็งใส เป็นกันเอง						
24. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวใน ด้านต่าง ๆ เช่น ประเพณีข้อห้าม หรือความปลอดภัย						

ส่วนที่ 4 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

ข้อความ	ถูก	ผิด
1. วัดคิโลกอาราม เป็นโบราณสถานหนึ่งที่จมอยู่ในถ้ำใต้น้ำและได้ค้นพบหลวงพ่อศิลา รวมทั้งถือเป็นสถานที่ที่มีการเวียนเทียนกลาง น้ำแห่งเดียวในโลก ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา		
2. ถ้ำน้ำพุร้อนมีความสำคัญในระดับนานาชาติและเป็น บึงน้ำจืดพื้นที่ชุ่มน้ำ (wetland) ที่ใหญ่ที่สุดของระบบนิเวศลุ่มน้ำอิง และภาคเหนือตอนบน		
3. ชาวประมงทราบว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าแมงป่องเป็นฝูงบินว่อนขึ้นจากถ้ำน้ำพุร้อนผ่นดิน หมายความว่าจะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้นชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา		
4. พันธุ์ปลาที่เด่นและพบจำนวนมากในถ้ำน้ำพุร้อนคือ ปลาปักหรือตะเพียนขาว, ปลาสาคร, ปลาหมอศาลหรือปลาหมอช้างเหยียบ, ปลาบู่ และปลาตลิด		
5. พ่อขุนงำเมืองเป็นพระญาติและพระสหายกับพ่อขุนเม็งรายแห่งราชอาณาจักรล้านนา และเป็นพระสหายน้ำสาบานกับพ่อขุนรามคำแหง พระร่วงเจ้าแห่งกรุงสุโขทัย		
6. ในเดือนพฤษภาคม – กันยายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี่ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือหาปลาที่ไม่ทำร้ายปลาที่กำลังวางไข่ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป		
7. ชาวประมงสามารถวัดคุณภาพน้ำในถ้ำน้ำพุร้อนได้โดยสังเกตจาก พฤติกรรมของกุ้งฝอยหรือปลาจุก ถ้ามีการลอยหัวขึ้นมาบริเวณผิวน้ำเพื่อหายใจแสดงว่าน้ำเริ่มเสียเพราะ ในน้ำมีออกซิเจนไม่เพียงพอ		
8. “เรือผีหลอก” เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้านถ้ำน้ำพุร้อนซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง		
9. “หลวงพ่อใหญ่” สำหรับคนพะเยาหมายถึง สมเด็จพระอุบาลีคุณูปมาจารย์ เจ้าอาวาสวัดศรี โคมคำซึ่ง เป็นบุคคลที่ชาวพะเยาต่างให้ความเคารพ ศรัทธา		
10. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทดลองหรือการศึกษาหรือการพักผ่อนหย่อนใจโดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง		
11. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังถ้ำน้ำพุร้อน (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาผีปันน้ำ โดยมียอดสำคัญ คือ ยอดดอยหลวงและยอดดอยหมอก ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติดอยหลวง		
12. ผักตบชวาถือเป็นพืชน้ำชนิดพันธุ์ดั้งเดิมของไทย สามารถนำดอกอ่อนหรือก้านใบอ่อนมาบริโภคได้ และนำมาเป็นงานจักสาน สินค้าหัตถกรรมของฝากได้อย่างสวยงาม		
13. ก่อนปี พ.ศ. 2500 ถ้ำน้ำพุร้อนเป็นเพียงหนองน้ำธรรมชาติ มีแม่น้ำปิงไหลผ่านและมีพื้นที่ประมาณพันกว่าไร่ เท่านั้น		
14. ตัวอย่างวิธีการหาปลาที่ต้องนั่งเรือไปตักน้ำและต้องลงค้ำน้ำ ได้แก่ การสร้างบ้านให้ปลา การตกจ้ำหรือขอ ลั่นปลาไหล การวัดปลา และการไล่ปลา		
15. จังหวัดพะเยาถือเป็นเมืองเก่าชื่อเมืองภูมามาว หรือพยาว มีอายุกว่า 900 ปี โดยพ่อขุนงำเมืองเป็นผู้สถาปนาขึ้น		

ส่วนที่ 5ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. เรือหาปลาของชาวประมงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ส่งเสริมความงอกงามให้แก่กว๊านพะเยา					
2. การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ					
3. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยาทำให้ชนิดพันธุ์ปลาน้ำจืดลดจำนวนลงจำนวนมาก					
4. ชาวประมงควรสั่งสอนให้ลูกหลานทำงานอย่างอื่นมากกว่าทำประมงเพราะเป็นอาชีพที่ลำบาก รายได้น้อย					
5. อาชีพประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา เป็นวิถีที่อยู่ใกล้ธรรมชาติและดำรงอยู่ด้วยความอิสระ พอเพียง เรียบง่ายและถือเป็นอาชีพที่ผูกพันกับกว๊านพะเยามาก					
6. เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า					
7. การส่งเสริมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้					
8. ไม่ควรมีการกำหนดให้กว๊านพะเยาเข้าเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (Ramsar Convention) เพราะจะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาด้านต่าง ๆ รอบกว๊านพะเยา					
9. การดูแลรักษากว๊านพะเยาควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐฝ่ายเดียว เพราะมีงบประมาณ					
13. การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี					

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยวทุกคน โคจรระมัดระวังตน หลีกเลียงไม่ให้อำนาจให้เกิดผลกระทบหรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่ได้ไปเยือน					
2. นักท่องเที่ยวจะต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบของสถานที่ไปเยือน กฎของกลุ่ม					

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3. ควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการและชาวบ้านที่มีความตระหนักรู้ มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยรื้อผลิตภัณฑ์ของ ท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน					
4. นักท่องเที่ยวควรแสวงหาข้อมูล และมีการศึกษาข้อมูลต่างๆก่อน เดินทางท่องเที่ยว					
5. แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีใช้สมบัติของใครคนใดคนหนึ่ง ทุกคน สามารถท่องเที่ยวได้อย่างเสรี					
6. ขณะเดินทางท่องเที่ยวเมื่อพบแผ่นป้ายต่างๆ นักท่องเที่ยวควร หยุดอ่านศึกษาข้อมูล					
7. นักท่องเที่ยวควรมีการวางแผนและเตรียมความพร้อมก่อนการไป เยือนแหล่งท่องเที่ยว					
8. ธรรมชาติมักสร้างสิ่งต่างๆให้สมดุลเสมอ โดยสร้างส่วนที่ขาด หายขึ้นมาทดแทน ดังนั้น ประชาชนจึงสามารถใช้ทรัพยากรการ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างเต็มที่					
9. นักท่องเที่ยวควรมีการนำอาวุธพกพาไปด้วย เพื่อการป้องกันตัว ขณะเดินทางท่องเที่ยว					
10. เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการ บริโภค กำจัดโดยการทิ้งลงถังขยะ แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหารของ สัตว์น้ำ					

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ค่ะ ☺



หมายเลขแบบทดสอบ

.....

แบบทดสอบ

ความคาดหวัง ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย
 “สี่สັນวิถีชีวิตคนหาปลาและเรื่องเล่ารอบกว๊านพะเยา”
 (หลังการเข้ารับบริการด้านการสื่อความหมาย)

คำชี้แจง

การทดสอบในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณวุฒิพนธ์ หัวข้อ การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย
 ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (DEVELOPMENT OF INTERPRETATION
 MODEL IN TOURISM DESTINATION BASE ON LOCAL PEOPLE PARTICIPATIO) ภายใต
 ความการควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ และ
 อาจารย์ ดร.บุษบา สิทธิการ โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับ ความต้องการและความคิดเห็น
 เกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายที่เกิดขึ้น ในแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านได้มาเยือนขณะนี้ คำตอบแต่
 ละข้อของท่านในฐานะเป็นผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการวิจัยครั้ง
 นี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง
 มา ณ โอกาสนี้ด้วย

กรรณิกา พิมพ์ศรี

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
 คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
 โทรศัพท์ 089 631 5252 E-mail kannika_p007@hotmail.com

ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจเกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา
 1.2 ท่านได้รับบริการ โปรแกรมสื่อความหมายโดยสื่อชนิดใดบ้างและมีความพึงพอใจในระดับใด

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความพึงพอใจเลย

จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ประเภทของ โปรแกรมสื่อความหมาย	โปรดทำ เครื่องหมาย ✓ ลงในสื่อที่ท่าน ได้รับบริการ	คะแนนความพึงพอใจต่อสื่อที่ได้รับบริการ					
		ไม่พึง พอใจเลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
การสื่อความหมายประเภทใช้บุคคล							
1. ผู้ให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ด้านการ ท่องเที่ยว							
2. นักสื่อความหมาย หรือมัคคุเทศก์ ท้องถิ่น							
3. การสาธิต / การแสดง							
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล							
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว							
5. เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน							
6. พิพิธภัณฑ์ชุมชน							
7. นิทรรศการในร่ม							
8. นิทรรศการกลางแจ้ง							
9. โสตทัศนอุปกรณ์ เช่น สื่อวีดิทัศน์							
10. เครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทาง สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ							
11. แผ่นป้ายสื่อความหมาย หรือ ป้าย อธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว							
12. แผ่นพับ/ โบชัวร์							
13. คู่มือแนะนำด้านการท่องเที่ยวใน ชุมชน							
การสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคล							
14. แผ่นปลิว							
15. ไปสเตอร์							
16. จุลสารด้านการท่องเที่ยวของชุมชน							
17. เว็บไซต์ (web site) (แนะนำการ ท่องเที่ยวในชุมชน							
18. อื่นๆ ได้แก่							

1.2 ท่านมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว “ชุมชนประมง
กว๊านพะเยา” ในแต่ละด้านอย่างไร

คะแนน 0 ถือว่า ไม่มีความพึงพอใจในด้านนั้นๆเลย

จนถึง ค่าคะแนนเต็ม 5 ถือว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ความพึงพอใจต่อ โปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนประมงบ้านพะเยาในแต่ละด้าน	คะแนนความคาดหวัง					
	ไม่ฟัง พอใจเลย (0)	น้อย มาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
คุณลักษณะของเส้นทาง / ทรัพยากร						
1. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของทรัพยากร ท่องเที่ยวในพื้นที่						
2. นัยสำคัญของการสื่อความหมาย – เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีเรื่องราวน่าสนใจ						
3. ความเชื่อมโยงของเรื่องราวที่สอดคล้องกับจุดหรือ สถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงในเส้นทาง						
4. ความสะดวกในการเข้าถึง						
5. ความปลอดภัยในขณะประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว						
คุณลักษณะของสื่อประเภทไมใช่บุคคล						
1. ความถูกต้องของเนื้อหาสาระ						
2. ความน่าสนใจของเนื้อหาสาระ						
3. ความชัดเจนของเนื้อหา						
4. ภาษาเข้าใจง่าย						
5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย						
6. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี						
7. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่าง ต่อเนื่อง						
8. รูปแบบ วิธีการในการนำเสนอที่น่าสนใจ โดดเด่น						
9. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม						
10. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์						
11. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น						
12. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ						
คุณลักษณะของสื่อประเภทบุคคล						
1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว ได้ชัดเจน เข้าใจง่าย						
2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากร ท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง						
3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียง ถ่ายทอด เรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ						
4. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม						
5. บุคลิกภาพ เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย						
6. อธิษาศัยเป็นมิตร อิมแอมแจ่มใส เป็นกันเอง						
7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติคนแก่นักท่องเที่ยวใน ด้านต่างๆ เช่น จารีต ประเพณีข้อห้าม หรือความ ปลอดภัย						

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการสื่อความหมาย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	ถูก	ผิด
1. ปลาข้าว ปลาพลึง เป็นพันธุ์ปลาจากแม่น้ำโขง ซึ่งในอดีตก่อนกรมประมงได้สร้างประตูกันน้ำ (เคยมีอยู่ในกว๊านพะเยา แต่ตอนนี้ไม่มีแล้วเพราะไม่สามารถว่ายผ่านฝาย และเขื่อนที่กั้นมายังกว๊านฯได้		
2. วิธีการประมงที่ชาวบ้านนิยมทำกันในกว๊านพะเยาได้แก่ การใส่แ่ง วางอวน ทอดแหและการใส่ไซ		
3. ปลานิล ปลานโ ไไม่ใช่ปลาค้างคิมที่มีอยู่ในกว๊านพะเยา แต่เป็นพันธุ์ปลาที่นำมาปล่อย		
4. ชาวประมงทราบว่า ถ้าท้องฟ้ามีสีแดง หรือมีเหล่าเมฆปอบเป็นฝูงบินว่อนขึ้นจากกว๊านฯผู้ฝั่งฝันแผ่นดิน หมายความว่าจะมีลมพายุมา ในช่วงเวลานั้นชาวประมงจึงไม่ออกไปหาปลา		
5. ในเดือนพฤษภาคม – กันยายนของทุกปี ถือเป็นฤดูปลาวางไข่ ชาวประมงจึงเลี่ยงไม่เข้าไปหาปลาในเขตห้ามจับ และใช้เครื่องมือหาปลาที่ไม่ทำร้ายปลาที่กำลังวางไข่ เพื่ออนุรักษ์พันธุ์ปลาให้สามารถแพร่พันธุ์ได้ต่อไป		
6. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยานั้น มีลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็นการทำประมงนำจืด โดยใช้เรือจุดที่ใช้เครื่องยนต์		
7. ผักตบชวาถือเป็นพืชน้ำชนิดพันธุ์ดั้งเดิมของไทย สามารถนำดอกอ่อนหรือก้านใบอ่อนมาบริโภคได้ และนำมาเป็นงานจักสาน สินค้าหัตถกรรมของฝากได้อย่างสวยงาม		
8. ก่อนปี พ.ศ. 2500 กว๊านพะเยาเป็นเพียงหนองน้ำธรรมชาติ มีแม่น้ำปิงไหลผ่านและมีพื้นที่ประมาณพันกว่าไร่ เท่านั้น		
9. พื้นที่ของทะเลสาบกว๊านพะเยามีอาณาบริเวณกว้างประมาณ 12, 831 ไร่ เป็นแหล่งรับน้ำจากลำห้วยหลายสิบสายมารวมกัน โดยเฉพาะแม่น้ำปิง และแม่น้ำวัง		
10. ภูเขาที่อยู่เบื้องหลังกว๊านพะเยา (ทิศตะวันตก) คือเทือกเขาผีปันน้ำ โดยมียอดสำคัญ คือ คอยหนอง และคอยหลวง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติคอยหลวง		
11. พระธาตุสำคัญของเมืองพะเยา คือ พระธาตุจอมทอง ซึ่งเปรียบเสมือนเขาพระสุเมรุตามความเชื่อแบบพราหมณ์ฮินดูในการสร้างเมืองจะต้องมีศูนย์กลางแห่งจักรวาล		
12. ตัวอย่างวิธีการหาปลาที่ต้องนั่งเรือไปที่น้ำลึกและต้องลงค้ำน้ำ ได้แก่ การสร้างบ้านให้ปลานู การตกจ้ำหรือขอ ลันปลาไหล วิดปลา และการไล่ปลา		
13. จังหวัดพะเยาถือเป็นเมืองเก่าชื่อเมืองภูมามขาว หรือพขาว มีอายุกว่า 1,000 ปี โดยพ่อขุนงำเมืองเป็นผู้สถาปนาขึ้น		
14. “เรือผีหลอก” เป็นวิธีการหาปลาชนิดหนึ่งของชาวประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยาซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมทำกันอย่างยิ่ง		
15. การจับปลาเพื่อการแข่งขัน การทดลองหรือการศึกษาหรือการพักผ่อนหย่อนใจ โดยวิธีการจับปลาถือเป็นแนวทางหนึ่งของการทำประมง		

ส่วนที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. เรือหาปลาของชาวประมงเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ ส่งเสริมความงดงามให้แก่ กว๊านพะเยา					
2. การศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงที่บ้านกว๊านพะเยาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ					
3. การทำประมงพื้นบ้านในกว๊านพะเยาทำให้ชนิดพันธุ์ปลาน้ำจืดลดจำนวนลงจำนวนมาก					
4. ชาวประมงควรสั่งสอนให้ลูกหลานทำงานอย่างอื่นมากกว่าทำประมงเพราะเป็นอาชีพที่ลำบาก รายได้น้อย					
5. อาชีพประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา เป็นวิถีที่อยู่ใกล้ธรรมชาติ ดำรงอยู่ด้วยความอิสระ พอเพียง เรียบง่ายและถือเป็นการผูกพันกับกว๊านพะเยามาก					
6. เมืองพะเยาเป็นเพียงเมืองผ่าน ไม่มีอะไรน่าสนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงควรไปเที่ยวจังหวัดเชียงรายหรือเชียงใหม่มากกว่า					
7. การส่งเสริมความรู้ด้านประมงจนเป็นภูมิปัญญาในการหาปลาของคนทำประมงแต่ละคนซึ่งสืบทอดกันมาแต่ช้านานจึงควรมีการสืบสานภูมิปัญญาเหล่านี้เอาไว้					
8. ไม่ควรมีการกำหนดให้กว๊านพะเยาเข้าเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (Ramsar Convention) เพราะจะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาด้านต่างๆ รอบกว๊านพะเยา					
9. การดูแลรักษากว๊านพะเยาควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐฝ่ายเดียว เพราะมีงบประมาณ					
10. การท่องเที่ยวไปยังสถานที่น่าสนใจรอบกว๊านพะเยา เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ได้ศึกษาเรียนรู้และถือเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่ดี					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีใช้สมบัติของใครคนใดคนหนึ่ง ทุกคนสามารถท่องเที่ยวได้อย่างเสรี					
2. นักท่องเที่ยวควรแสวงหาข้อมูล และมีการศึกษาข้อมูลต่างๆก่อนเดินทางท่องเที่ยว					
3. ผู้มาเยือนกว๊านพะเยาควรนำปลาชะโดหรือปลาสวยงามต่างถิ่นมาปล่อยในกว๊านพะเยาเพื่อให้ปลาที่นี่มีชนิดพันธุ์ที่หลากหลาย					
4. นักท่องเที่ยวควรมีการวางแผนและเตรียมความพร้อมก่อนการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยว					
5. ควรอนุญาตให้ประชาชนเข้ามาท่องเที่ยวในกว๊านพะเยามากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ภาครัฐและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและรักธรรมชาติ					
6. ธรรมชาติมักสร้างสิ่งต่างๆให้สมดุลเสมอ โดยสร้างส่วนที่ขาดหายขึ้นมาทดแทน ดังนั้น ประชาชนจึงสามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างเต็มที่					
7. เศษอาหาร เศษผักและเปลือกผลไม้ที่เหลือจากกิจกรรมการบริโภค กำจัดโดยการทิ้งลงถังขยะ แม่น้ำได้เพื่อเป็นอาหารของสัตว์น้ำ					
8. ขณะเดินทางท่องเที่ยวเมื่อพบแผ่นป้ายต่างๆ นักท่องเที่ยวควรหยุดอ่านศึกษาข้อมูล					
9. นักท่องเที่ยวจะต้องเคารพและปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบของสถานที่ไปเยือน กฎของกลุ่ม					
10. ควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการและชาวบ้านที่มีความตระหนัก มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยซื้อผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน					
11. นักท่องเที่ยวควรมีการนำอาวุธพกพาไปด้วย เพื่อการป้องกันตัวขณะเดินทางท่องเที่ยว					
12. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยวทุกคน โดยระมัดระวังตน หลีกเลี่ยงไม่ให้ออกให้เกิดผลกระทบหรือเกิดผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่ได้ไปเยือน					

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ค่ะ ☺



เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4
แบบประเมินความสอดคล้องของ
รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

คำชี้แจง:

แบบประเมินฉบับนี้ให้ท่านในฐานะ ผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณา ตรวจสอบ รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดย มีความเหมาะสม สอดคล้องตามหลักการ ทฤษฎี และการปฏิบัติได้จริงในชุมชนท้องถิ่นหรือไม่ ประการใด โดยจำแนกเนื้อหาในแบบประเมินออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญที่ทำการประเมิน

ส่วนที่ 2 การประเมินรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 การประเมินตัวชี้วัดการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

โปรดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสอดคล้อง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นดังนี้
 เห็นด้วย หมายถึง ท่านแน่ใจว่ารายการประเมินนั้นๆ สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี สามารถปฏิบัติได้จริงในชุมชนอย่างเหมาะสม

ไม่แน่ใจ หมายถึง ท่านไม่แน่ใจว่ารายการประเมินนั้นๆ สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี สามารถปฏิบัติได้จริงในชุมชนอย่างเหมาะสม

ไม่เห็นด้วย หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยว่ารายการประเมินนั้นๆ สอดคล้องกับหลักการทฤษฎี และไม่สามารถปฏิบัติได้จริงในชุมชน

กรรณิกา พิมลศรี

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

โทรศัพท์ 089 631 5252 E-mail kannika_p007@hotmail.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญที่ทำการประเมิน

ชื่อ-นามสกุล

.....

ตำแหน่ง/หน้าที่

.....

.....

ความเชี่ยวชาญ/ ความชำนาญ

.....

.....

.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้

.....

.....

.....

.....

.....

เบอร์โทรศัพท์

.....



ส่วนที่ 2 การประเมินรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

รูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ควรประกอบด้วย 9 ปัจจัยหลัก คือ **LP4TINE**

L หมายถึง ผู้นำชุมชน (leader)

4T หมายถึง คณะทำงานหรือทีมงาน (team)

การวิเคราะห์พื้นที่หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (tourism area)

การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists)

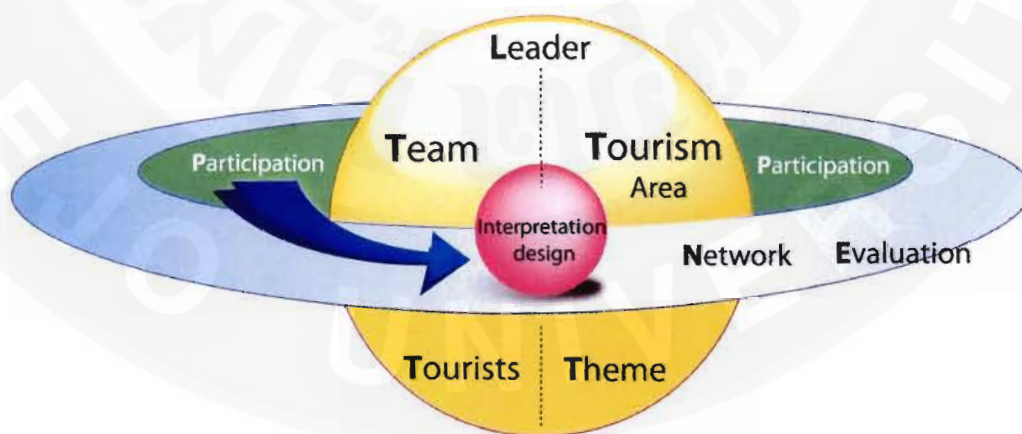
การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อความหมาย (theme)

P หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)

I หมายถึง การออกแบบและจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย (interpretation design)

N หมายถึง เครือข่าย (network)

E หมายถึง การประเมินผล (evaluation)



ภาพผนวก 1 แสดงรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (L4T PINE Model)

ตารางการประเมินรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดย การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

รูปแบบการสื่อความหมายฯ		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
องค์ประกอบ	รายการประเมิน	เห็นด้วย (1)	ไม่เห็นด้วย (0)	ไม่เห็นด้วย (1-)	
1. ผู้นำชุมชน (leader)	คุณลักษณะสำคัญของผู้นำในด้านการสื่อความหมาย ได้แก่ 1.1 ปึงจัยภายในบุคคล คือ มีความเสียสละเพื่อส่วนร่วม จิตสำนึกในการอนุรักษ์และมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อชุมชนที่ดี				
	1.2 ปึงจัยด้านความรู้ ความสามารถ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในท้องถิ่น เช่น ประวัติความเป็นมา จุดเด่นของชุมชน และความรู้ด้านการสื่อความหมาย				
	1.3 ปึงจัยด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ มนุษยสัมพันธ์ อธิษาศัยไมตรีจิต เป็นที่ยอมรับ นับถือของชุมชน (มีบารมี) ความสามารถในการจัดการและพัฒนากระบวนการสื่อความหมาย รวมทั้งเป็น บุคคลที่มีทุนทางสังคมสูง หรือสามารถแสวงหาเครือข่ายหรือทุนทางสังคม				
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (participation)	ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ดังนี้ 2.1 การมีส่วนร่วมรับรู้ ได้แก่ การรับรู้รับทราบการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย				
	2.2 ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วม ได้แก่..				
	2.3 เป็นคณะกรรมการบริหารจัดการโปรแกรมสื่อความหมาย				
	2.4 ที่ปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย				
	2.5 ผู้มีส่วนช่วยจัดทำโปรแกรมสื่อความหมาย				

รูปแบบการสื่อความหมายฯ		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
องค์ประกอบ	รายการประเมิน	เห็นด้วย (1)	ไม่เห็นใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (1-)	
2. การมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น (participation)	2.6 แหล่งข้อมูลแก่ผู้จัดทำสื่อความหมาย การมีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายครั้งนี้ ได้แก่				
	2.7 ผู้สนับสนุนงบประมาณจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมาย				
	2.8 ผู้สนับสนุน ช่วยประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโปรแกรมสื่อความหมายการมี ส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์จาก โปรแกรมสื่อความหมาย โดย				
3. คณะทำงานหรือ ทีมงาน(team)	2.9 เป็นผู้ใช้บริการ โปรแกรมสื่อ ความหมาย (ผู้รับสาร)				
	2.10 นำมาเป็นส่วนประกอบเพื่อ ให้บริการด้านสื่อความหมายแก่ นักท่องเที่ยว				
	2.11 การมีส่วนร่วมตรวจสอบ ประเมินผลโปรแกรมสื่อความหมาย				
3. คณะทำงานหรือ ทีมงาน(team)	3.1 การคัดเลือก จัดตั้งคณะทำงาน โครงการการสื่อความหมายในแหล่ง ท่องเที่ยวโดย ดำเนินการอย่างมีส่วนร่วม ของคนในท้องถิ่น				
	3.2 การพัฒนาศักยภาพของคณะทำงาน ในด้านการบริการนักท่องเที่ยวและการ สื่อความหมาย เช่น การจัดฝึกอบรมใน เนื้อหาวิชาที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยว และการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายใน พื้นที่แก่คณะกรรมการฯ เพื่อเตรียมให้มี ความรู้สำคัญในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง				
4. การวิเคราะห์พื้นที่ หรือทรัพยากรการ ท่องเที่ยว (tourism area)	เป็นการสำรวจและประเมินศักยภาพของ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการสื่อ ความหมาย เพื่อค้นหาจุดที่มีความสามารถ ในการสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสื่อความหมายตรง ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ที่จะสะท้อน ถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ บอกเล่าถึง ความสำคัญ และสอดคล้องประเด็นปัญหา หรือเกร็ดความรู้ต่าง ๆ จากนั้นจึงกำหนด จุดหรือสถานที่ที่เหมาะสมในการสื่อความ หมายและกำหนดตัวกลางหรือสื่อที่ใช้				

รูปแบบการสื่อความหมายฯ		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
องค์ประกอบ	รายการประเมิน	เห็นด้วย (1)	ไม่เห็นใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (1-)	
5. การวิเคราะห์นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (tourists)	เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึงหรือการเป็นผู้รับสารหรือผู้ใช้โปรแกรมสื่อความหมายนั่นเอง ดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารหรือผู้ใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะความคิดเห็นเกี่ยวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้ประโยชน์ด้านนันทนาการในพื้นที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ ความคาดหวังหรือความต้องการในด้านบริการสื่อความหมายในพื้นที่				
6. การกำหนดเค้าโครงและแผนการสื่อและแผนการสื่อความหมาย (theme)	6.1 การประเมินผลกระทบด้านนันทนาการจากการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเป็นการ ศึกษาเพื่อให้ทราบว่าหากประกอบกิจกรรมหนึ่ง ๆ ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแล้วผลที่จะเกิดขึ้น คาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางป้องกัน หรือลดผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์ การคาดการณ์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว				
	6.2 การกำหนดเขตพื้นที่ใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว การสื่อความหมาย (zoning) เช่น พื้นที่หวงห้าม พื้นที่นันทนาการและการท่องเที่ยว พื้นที่เขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น				
	6.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์หรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการสื่อความหมาย โดยนำข้อมูลในด้านทรัพยากรและผู้มาเยือนมาวิเคราะห์ เพื่อหาตำแหน่งและทิศทางเชิงกลยุทธ์ (strategic positioning and direction การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมายด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ตารางจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส อุปสรรค) strengths; weaknesses; opportunities; threats (swot matrix) เทคนิคการวิเคราะห์ตำแหน่งกล				

รูปแบบการสื่อความหมายฯ		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
องค์ประกอบ	รายการประเมิน	เห็นด้วย (1)	ไม่เห็นใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (1-)	
	ยุทธศาสตร์และการประเมินการปฏิบัติการ (strategic position and action evaluation (space matrix) แล้วทำการวิเคราะห์ตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์				
	6.4 การกำหนดเค้าโครงเรื่องและแผนการ สื่อความหมาย โดยการกำหนดหัวข้อเรื่อง (topic) ในการสื่อความหมายที่ต้องการ นำเสนอให้กับผู้มาเยือน / นักท่องเที่ยว แล้วกำหนดเค้าโครงการสื่อความหมาย รวม) theme (จากนั้นกำหนดวัตถุประสงค์ ในการสื่อความหมายของจุด/สถานี สื่อ ความหมาย และการกำหนดเค้าโครงเรื่อง ย่อย) sub-theme (ในแต่ละจุด/ สถานี พร้อมทั้งกำหนดรายละเอียดของการสื่อ ความหมาย (story development form) และสื่อกลางที่ใช้ในแต่ละสถานี				
7. ออกแบบและจัดทำ โปรแกรมสื่อความ หมาย(interpretation design)	7.1 เริ่มจากการวางแผนและออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมายในแต่ละบริเวณ โดยให้สอดคล้องกับเค้าโครงเรื่อง (theme)				
	7.2 การนำเสนอ การประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับวางแผน และการออกแบบ โปรแกรมสื่อความหมาย (Interpretation design) หลังจากนั้นนำ ผลสรุปจากการประชุมมาปรับแก้ไขและ พัฒนาแผน แล้วจึงดำเนินการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมายในพื้นที่ตาม แผนงาน โดยส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้า มามีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกัน จนกระทั่งเสร็จสิ้น				
8. เครือข่าย (network)	8.1 เครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชน ที่มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันในท้องถิ่น ได้แก่ 1) เครือข่ายในองค์กร หรือ คณะทำงาน (ทีมงาน) 2) เครือข่าย “บวร” หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งเป็นสถาบัน สำคัญที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นจำเป็นอย่าง ยิ่งที่จะต้องมีการประสานความร่วมมือ				

รูปแบบการสื่อความหมายฯ		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
องค์ประกอบ	รายการประเมิน	เห็นด้วย (1)	ไม่เห็นใจ (0)	ไม่เห็นด้วย (1-)	
	ในการเข้าร่วมกระบวนการ การสื่อความหมายที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน				
	8.2 เครือข่ายความร่วมมือภายนอกชุมชน คณะทำงานของชุมชนจำเป็นต้องมีการประสานงานไปยังหน่วยงานที่อยู่ในท้องถิ่น เพื่อขอความร่วมมือเข้าร่วมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยจำแนกได้ดังนี้				
	8.2.1 เครือข่ายทางวิชาการ ความรู้ ได้แก่ สถาบันการศึกษามหาวิทยาลัยต่าง ๆ องค์กรที่ทำงานด้านวิชาการที่เกี่ยวข้อง				
	8.2.2 เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวและการสื่อความหมาย เช่น ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ ฯลฯ				
	8.2.3 เครือข่ายองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น เช่น อบจ. อบต. เทศบาล ฯลฯ				
	8.2.4 เครือข่ายทางภาครัฐกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว				
	8.2.5 เครือข่ายการเป็นชุมชนด้านการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน คือเป็นการสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่น เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ประสบการณ์บทเรียน และหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน				
9. การติดตามประเมินผล evaluation	เป็นการติดตาม ประเมินผลของการดำเนินการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายฯ โดยจะต้องประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับในการใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสื่อความหมาย				
	ตามดัชนีชี้วัด จำนวน 4 ด้าน ได้แก่				
	1) ความพึงพอใจต่อการ โปรแกรมสื่อความหมาย				
	2) ความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสื่อความหมาย				
	3) ทักษะที่มีต่อโปรแกรมสื่อความหมาย				
	4) พฤติกรรมการอนุรักษ์ จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ 4.1) พฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 4.2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์				

การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว		ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ	
คุณลักษณะ	รายการตัวชี้วัด	เห็นด้วย (1)	ไม่เห็นด้วย (0)	ไม่เห็นด้วย (1-)		
	3. ความชัดเจนของเนื้อหา					
	4. ง่ายเข้าใจง่าย					
	5. เนื้อหากระชับสามารถจดจำได้ง่าย					
	6. มีใจความสำคัญ และมีการเรียบเรียงที่ดี					
	7. ความเป็นเอกภาพ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง					
	8. รูปแบบ วิธีการ ในการนำเสนอน่าสนใจ โดดเด่น					
	9. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม					
	10. ความเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์					
	11. เสริมสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
	12. ความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อ					
	สื่อประเภทบุคคล	1. การให้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน เข้าใจง่าย				
		2. ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เข้ากับประสบการณ์ผู้ฟัง				
3. ทักษะในการสื่อสาร สามารถเรียบเรียงถ่ายทอดเรื่องราวอย่างมีศิลปะ น่าประทับใจ						
4. ความสามารถในการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ รู้สึกเพลิดเพลิน และคล้อยตาม						
5. บุคลิกภาพดี เช่น กิริยา ท่าทาง การแต่งกาย						
6. อธิษาศัยเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง						
7. การให้คำแนะนำ ข้อควรปฏิบัติตนแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น จารีต ประเพณี ข้อห้าม หรือความปลอดภัย						
ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย (knowledge)	1. ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย					
	2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสื่อความหมาย					
ทัศนคติที่มีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย	1. ชุมชนท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย					
	2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย					
พฤติกรรมการอนุรักษ์ ปกป้องรักษา	1. ชุมชนท้องถิ่นเกิดพฤติกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว					
	2. ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับตัวชี้วัดการสื่อความหมาย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

.....

.....

.....

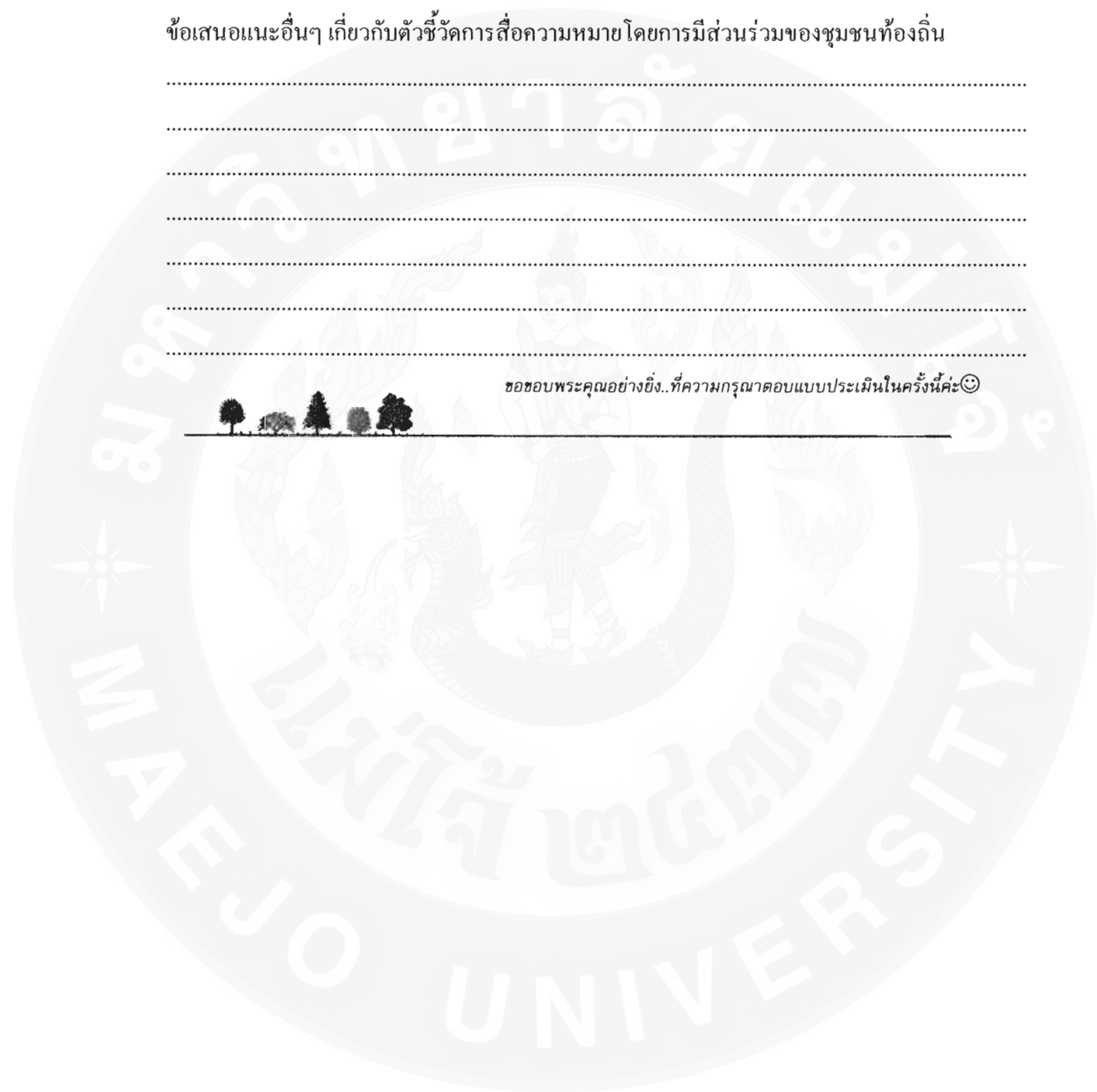
.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง..ที่ความกรุณาตอบแบบประเมินในครั้งนี้ค่ะ☺





ภาคผนวก ค

กำหนดการทดลองเส้นทางสื่อความหมาย
“กวี้นพะเยา: ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน”
ตามการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 4

กำหนดการทดลองเส้นทางสื่อความหมาย “กวีานพะเยา: ความงดงามแห่งผืนน้ำและผู้คน”
ตามการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 4

08.00 น.	สักการะพ่อนำเมือง กษัตริย์ผู้ทรงอิทธิฤทธิ์ “แดกก็บ่ฮ้อน ฝนก็บ่ฮ่า จักให้แดกก็แดก จักให้บดก็บด” และกินลมชมวิวยุคบ้านคูพระอาทิตย์ขึ้น
08.40 น.	สัมผัสวิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านสันแกลบคำ
09.15 น.	รอบรู้เมืองพะเยา ณ หอวัฒนธรรมนิทัศน์วัดศรีโคมคำ แหล่งเรียนรู้ชาวพะเยา
10.15 น.	นมัสการพระเจ้าตนหลวง พระคู่บ้านคู่เมืองที่ใหญ่ที่สุดในล้านนาไทย
10.50 น.	พิพิธภัณฑ์เมืองพะเยา (วัดลี)
11.20 น.	ศูนย์วิจัยประมงฯ
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.00 น.	ชมพื้นที่ชุ่มน้ำกวีานพะเยา ความงามชิงหุ้งบัวหลวง ณ หาดริมกวีานพะเยา
13.50 น.	หมู่บ้านสันป่าม่วงกับความงามของหัตถกรรมผักตบชวา
14.10 น.	วัดอนาลโยพิทยาราม
15.00 น.	ชมการแกะสลักพระพุทธรูปหินทราย
16.00 น.	โบราณสถานบ้านร่องไฮ ร่องเรือไหว้หลวงพ่อศิลาสัมผัสความงามของกวีานพะเยา
17.00 น.	กินลมชมวิวยุคพระอาทิตย์ตก ณ กวีานพะเยา
18.00 น.	รับประทานอาหารเย็นลูกทุ่งกลางเวียง ณ ท่าเรือบ้านแท่นดอกไม้



ภาคผนวก ง
ประมวลภาพกิจกรรมในการดำเนินการวิจัย



ภาพผนวก 3 การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษา 15 ชุมชนทั่วประเทศ



ภาพผนวก 4 ตัวอย่างสื่อประเภทไม่ใช่บุคคลในพื้นที่ศึกษา 15 ชุมชน



ภาพผนวก 6 การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวนในพื้นที่ศึกษา 15 ชุมชน



ภาพผนวก 7 ตัวอย่างภาพกิจกรรมดำเนินการพัฒนาระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
ประมงพื้นบ้านกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา



ภาพผนวก 9 บรรยายการประชุมวิชาการ โดยการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (focus group) เพื่อ
กำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
ท้องถิ่น

ภาคผนวก จ
หนังสือราชการที่เกี่ยวข้อง

ตัวอย่างหนังสือราชการขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ตัวอย่างหนังสือราชการขอความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวก

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตัวอย่างหนังสือราชการขอนัดหมายเข้าพบและสัมภาษณ์

ตัวอย่างบันทึกข้อความขอส่งเอกสาร

ตัวอย่างหนังสือราชการขอเชิญเข้าร่วมประชุมวิชาการ

ตัวอย่างบันทึกข้อความขอเชิญเข้าร่วมประชุมวิชาการ

ที่ ศธ 0523.1.15.4/ 330๘



สำนักงานบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ 50290

๑๐ เมษายน 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์กรอกแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองโคลน จังหวัดสมุทรสงคราม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางกรรณิกา พิมลศรี รหัส 48993502 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับการอนุมัติให้จัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจชุมชนท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น อันนำไปสู่การศึกษาถึงกระบวนการพัฒนาและบทเรียนในการพัฒนาการสื่อความหมายต่อไป โดยใช้แบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว ดังนั้น เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาดังกล่าว ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ และลำเนาตามวัตถุประสงค์ สำนักงานบัณฑิตศึกษาจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านกรอกแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นรินทร์ ทองวิทยา)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา

งานพัฒนาหลักสูตรและบริการการเรียนการสอน

โทรศัพท์ 0-5387-3557

โทรสาร 0-5349-8133



ที่ ศธ 0523.1.15.4/๘๖๙๖

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ 50290

๒๐ มิถุนายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ประธานชุมชนชาวจีนดอยแม่สลอง จังหวัดเชียงราย

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางกรรณิกา พิมลศรี รหัส 48993502 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชา
พัฒนาการท่องเที่ยว (การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์
จะรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจชุมชนท่องเที่ยว
ที่มีโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น อันนำไปสู่การศึกษาถึงกระบวนการ
พัฒนา และบทเรียนในการพัฒนาการสื่อความหมายต่อไป ซึ่งในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว
จะต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มนักท่องเที่ยวในพื้นที่ นั้น

เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นไปด้วยความเรียบร้อย สำนักงานบัณฑิตศึกษา
จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ นักศึกษา
จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 มิถุนายน 2551 เป็นต้นไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ ทองวิทยา)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา

งานพัฒนาหลักสูตรและบริการการเรียนการสอน

โทรศัพท์ 0-5387-3557

โทรสาร 0-5349-8133



ที่ ศธ 0523.1.15.4/ ๐๕๖๖1

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ 50290

2๐ มิถุนายน 2551

เรื่อง ขอนัดหมายเข้าพบและสัมภาษณ์

เรียน ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ

ด้วย นางกรรณิกา พิมพ์ศรี รหัส 48993502 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชา
พัฒนาการท่องเที่ยว (การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์
จะรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจชุมชนท่องเที่ยว
ที่มีโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น คำนนำไปสู่การศึกษาถึงกระบวนการ
พัฒนา และบทเรียนในการพัฒนาการสื่อความหมายต่อไป นั้น

สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้พิจารณาแล้ว เห็นว่า ท่านเป็นผู้มี
ประสบการณ์และความชำนาญการในเรื่องดังกล่าว รวมทั้งแนวคิดของท่านมีส่วนสำคัญ
ในการให้ข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลหลักสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ ดังนั้น
จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านในการให้นักศึกษาเข้าพบและสัมภาษณ์โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์
ดังเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย
จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ ทองวิทยา)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา

งานพัฒนาหลักสูตรและบริการการเรียนการสอน

โทรศัพท์/โทรสาร 0-5349-8133

ถ้าเนา

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา งานพัฒนาหลักสูตรและบริการการเรียนการสอน โทร. 3557
 ที่ ศธ 0523.1.15.4/ ๖๖๖๔ - ๖๖๖๖ วันที่ ๓๐ มิถุนายน 2551
 เรื่อง ส่งเอกสาร

เรียน

ด้วย นางกรรณิกา พิมพ์ศรี รหัส 48993502 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชา
 พัฒนาการท่องเที่ยว (การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว) มีความประสงค์จะรวบรวมข้อมูล
 เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
 โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจชุมชนท่องเที่ยวที่มีโปรแกรม
 สื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น อันนำไปสู่การศึกษาถึงกระบวนการพัฒนา
 และบทเรียนในการพัฒนาการสื่อความหมายต่อไป นั้น

สำนักงานบัณฑิตศึกษา พิจารณาแล้ว เห็นว่า ท่านเป็นผู้มีประสบการณ์
 และความชำนาญการในเรื่องดังกล่าว รวมทั้งแนวคิดของท่านมีส่วนสำคัญในการให้ข้อเสนอแนะ
 ที่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลหลักสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ ดังนั้น จึงใคร่ขออนุญาตจากท่าน
 ในการให้นักศึกษาเข้าพบและสัมภาษณ์โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ ดังเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าว
 ด้วยจะขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ ทองวิทยา)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
 ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา

รับเอกสารแล้ว จำนวน.....ฉบับ/เล่ม

.....

29 / 06 / 51

พิก รัง

กช กิมท์

กช ทาน/๓๖๖

20 มิ.ย 2551



ที่ ศธ 0523.1.15.4/รจจ4

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ 50290

4 กันยายน 2552

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมประชุมวิชาการ

เรียน คุณบุญทา ชัยเลิศ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. บทสรุปผลการศึกษาเพื่อประกอบการพิจารณา จำนวน 1 ชุด
 2. แบบประเมินความสอดคล้องของรูปแบบการสื่อความหมายฯ จำนวน 1 ชุด
 3. รายงานความก้าวหน้าดัชนีนิพนธ์ประกอบการพิจารณา จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางกรรณิกา พิมลศรี รหัส 48993502 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชา
พัฒนาการท่องเที่ยว (การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์
จะจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิ และหาคำตัดสินความสอดคล้อง (IOC) ของ
รูปแบบฯ เพื่อประกอบการจัดทำดัชนีนิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดรูปแบบ
การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งการจัดทำดัชนีนิพนธ์
ในหัวข้อดังกล่าว นักศึกษาจะต้องจัดเวทีประชาคมเพื่อสรุปคุณลักษณะ ความเหมาะสมของรูปแบบ
รวมทั้งตัวชี้วัดในการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
ท้องถิ่น อันนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของ
ชุมชนท้องถิ่นต่อไป

เพื่อให้การจัดทำดัชนีนิพนธ์ของนักศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
บรรลุตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมประชุมวิชาการ
ในหัวข้อดังกล่าว ในวันศุกร์ที่ 2 ตุลาคม 2552 เวลา 13.00-15.00 น. ณ ห้องประชุม
ชั้น 2 อาคารช่วงเกษตรศิลป์ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ทั้งนี้ สำนักงาน
บัณฑิตศึกษาขอมอบหมายให้ นางกรรณิกา พิมลศรี หมายเลขโทรศัพท์ 08 9631 5252
เป็นผู้ประสานงานในรายละเอียด

/จึงเรียนมา...

-2-

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย
จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ ทองวิทยา)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา

งานพัฒนาหลักสูตรและบริการการเรียนการสอน

โทรศัพท์ 0 5387 3556 - 7

โทรสาร 0 5349 8133

สำเนา บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา งานพัฒนานักศึกษาระดับปริญญาเอกและบริการการเรียนการสอน โทร. 3556
ที่ ศธ 0523.1.15.4/วศ ๕๕ - ๖๖๑ วันที่ 4 กันยายน 2552
เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมประชุมวิชาการ

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา รองศาสตราจารย์ ดร.นครเรศ รังควัด
อาจารย์ ดร.สินธุ์ สโรบล

ด้วย นางกรรณิกา พิมลศรี รหัส 48993502 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชา
พัฒนาการท่องเที่ยว (การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์
จะจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิ และหาคำตัดสินความสอดคล้อง (IOC) ของ
รูปแบบฯ เพื่อประกอบการจัดทำคู่มือฯ เรื่อง "การพัฒนารูปแบบการสื่อความหมาย
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดรูปแบบ
การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งการจัดทำคู่มือฯ
ในหัวข้อดังกล่าวนักศึกษาจะต้องจัดเวทีประชาคมเพื่อสรุปคุณลักษณะ ความเหมาะสมของรูปแบบ
รวมทั้งตัวชี้วัดในการประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมสื่อความหมายโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
ท้องถิ่น อันนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของ
ชุมชนท้องถิ่นต่อไป

เพื่อให้การจัดทำคู่มือฯ ของนักศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
บรรลุตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร จึงขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมประชุมวิชาการในหัวข้อดังกล่าว
ในวันพุธที่ 30 กันยายน 2552 และ วันพฤหัสบดีที่ 1 ตุลาคม 2552 ณ ห้องประชุม ชั้น 2
อาคารช่วงเกษตรศิลป์ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้ สำนักงานบัณฑิตศึกษาขอมอบหมายให้
นางกรรณิกา พิมลศรี หมายเลขโทรศัพท์ 08 9631 5252 เป็นผู้ประสานงานในรายละเอียด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย
จะขอบคุณยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ ทองวิทยา)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
รับเอกสารแล้ว จำนวน 2 ฉบับ/เล่ม ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา
4 / ๙ / ๕ 2
เวลา 10:06 น.



ภาคผนวก ฉ
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ – นามสกุล : นางกรรณิกา พิมลศรี
- เกิดเมื่อ : 28 ตุลาคม 2517
- ประวัติการศึกษา : พ.ศ. 2535 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนนารีรัตน์ จังหวัดแพร่
 พ.ศ. 2540 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา (อุตสาหกรรม)
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
 พ.ศ. 2547 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุทยานและนันทนาการ
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร
- ประวัติการอบรม / ผลงาน หลักสูตรอื่น ๆ :
- พ.ศ. 2541 หลักสูตรมัคคุเทศก์ (ต่างประเทศ) จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พ.ศ. 2548 การศึกษาดูงานด้านการวิจัย ณ มหาวิทยาลัยปักกิ่ง ประเทศจีน ร่วมกับสมาคมนักวิจัย ระหว่าง พฤษภาคม – มิถุนายน 2548
- พ.ศ. 2549 Certificate of Completion: Tourism and Development Management Program. University of Pugetsound, Seattle USA.
- ประวัติการทำงาน : พ.ศ. 2539 – 2540 เลขานุการนายกสโมสรฯ สโมสรนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
- พ.ศ. 2541 – 2542 มัคคุเทศก์ (ต่างประเทศ) บริษัทนำเที่ยว Track of the Tiger จังหวัดเชียงใหม่
- พ.ศ. 2542 เจ้าหน้าที่ประสานงาน โครงการวนศาสตร์ชุมชนบนพื้นที่สูง หน่วยจัดการต้นน้ำแม่ซ่าย จังหวัดเชียงราย
- พ.ศ. 2542 – 254 เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ อุทยานแห่งชาติป่าห่มปก จังหวัดเชียงใหม่

- ประวัติการทำงาน : พ.ศ. 2547 กรรมการฝ่ายดำเนินงาน โครงการค่ายผู้นำเยาวชน
พิทักษ์ลำน้ำอิง มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา
จังหวัดพะเยา
- พ.ศ. 2547 - ปัจจุบัน อาจารย์ที่ปรึกษาชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา
จังหวัดพะเยา
- พ.ศ. 2547- 2548 กรรมการดำเนินงาน
โครงการอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ)
มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา จังหวัดพะเยา
- พ.ศ. 2547 - ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว
สำนักวิชาวิทยาการจัดการและ
สารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา
จังหวัดพะเยา