

แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์*

A Guideline of Tourism Interpretation Development in Phnom Rung Historical Park, Buriram Province.

Received:	February	1, 2019
Revised:	October	9, 2019
Accepted:	November	1, 2019

นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ (Napharat Yooprasert)**
ไพฑูรย์ มนต์พานทอง (Paithoon Monpanthong)***

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการด้านการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง 2) ประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และ 3) ประเมินการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมาย และนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทย จำนวน 18 คน ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในปี.ศ. 2561 จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว นิยมมาช่วงวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ใช้ระยะเวลาในแหล่งท่องเที่ยวประมาณ 1 ชั่วโมง โดยนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการมัคคุเทศก์มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาอยู่นานขึ้น ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ภาษาเข้าใจง่าย ทันสมัย และใช้นวัตกรรมสื่อสารเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและต้องการมากที่สุด ขณะที่ศักยภาพด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ด้านสาร ด้านช่องทางการสื่อความหมาย และด้านผู้รับสารอยู่ในระดับมาก แต่มัคคุเทศก์

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา: อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ ในระดับปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

This article is a part of Thesis titles “A Guideline of Tourism Interpretation Development in Historical Site: A Case Study of Phnom Rung Historical Park, Chaloem Phra Kiat District, Buriram Province” for the Master Degree of Integrated Tourism and Hospitality Management Program, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA).

** นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อีเมล: natural_pama@yahoo.com, 0895207388

Graduate school student of management, Integrated Tourism and Hospitality Management Program, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA), E-mail: natural_pama@yahoo.com, 0895207388.

*** อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผศ. ดร. คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ อีเมล: mpaitoon@hotmail.com, 081892627

Advisor: Asst. Prof. Ph.D., Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA), E-mail: mpaitoon@hotmail.com, 0818926275.

ในอุทยานฯ ไม่เพียงพอ เนื้อหาเข้าใจยาก เครื่องมือสื่อความหมายไม่เหมาะสมกับพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวบางท่าน ขาดความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในระดับน้อยที่สุด จึงนำมาสู่การนำเสนอแนวทาง 4 แนวทาง ได้แก่ การจัดการเนื้อหาสำหรับการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง การพัฒนาสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และการสร้างการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

คำสำคัญ : การสื่อความหมาย แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมาย อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

Abstract

This research titled “A Guideline of Tourism Interpretation Development in Phnom Rung Historical Park, Buriram Province” aims at 1) studying the travel behavior and the tourists' needs for the interpretation in Phnom Rung Historical Park, 2) evaluating the potentials of interpretation management in Phnom Rung Historical Park, and 3) evaluating the perception of history about Phnom Rung Historical Park. Mixed research methodology was used for this study. For the population of the qualitative research, data was collected from 18 relevant interpretation management stakeholders and Thai historical tourists. Meanwhile, for the population of the quantitative research, data was collected from 400 Thai tourists who visited Phnom Rung Historical Park in the year 2018.

The results revealed that most Thai tourists purposed to traveling. They visited in weekend and spent an hour inside the place as well as the key informants that giving more details about some tourists who use the tour guide, spent more than an hour. The most communication tool that tourists' desire was printing media which language to easily understanding, modern, and innovative communication. In addition, the potential of interpretation management in aspects of source or sender, message, channel of interpretation, and receiver were at a high level. This could be considered different from the interview results; including, the lack of tour guides, the information that was difficult to understand, channel of interpretation was inappropriate to the area and to the tourists' needs, and the lack of responsibility of some tourists. Furthermore, the perception evaluation of history was at a lowest level.

According to the results, this research could be analyzed and transformed to be guidelines consist of 1) content management for the interpretation in Phnom Rung Historical Park. 2) development of tour guides and communication tools in Phnom Rung Historical Park. 3) broadcasting about tour guides and communication tools in Phnom Rung Historical Park. and 4) historical perceptive creation of Phnom Rung Historical Park.

Keywords: Interpretation, Guideline of Tourism Interpretation Development, Phnom Rung Historical Park

บทนำ

อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งถือเป็นโบราณสถานที่ผ่านกาลเวลามายาวนานกระทั่งกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ซึ่งมีความโดดเด่นในด้านสถาปัตยกรรมที่สะท้อนถึงความยิ่งใหญ่ของอาณาจักรขอมในอดีต พร้อมด้วยสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จึงมีความสำคัญในฐานะมรดกวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์กับสถานที่ให้เด่นชัดมากขึ้น และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่เพียงต้องการมาดูด้วยตาเท่านั้น แต่ต้องการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวด้วย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้การสื่อความหมายในฐานะศิลปะหรือเทคนิคในการสื่อสารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กับนักท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือสื่อความหมายประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายสื่อความหมาย การจัดนิทรรศการ สื่อโสตทัศนูปกรณ์ สื่อผสมหรือมัลติมีเดีย สื่อ QR Code สื่อสังคมออนไลน์ เส้นทางศึกษาด้วยตนเอง ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือสื่อบุคคล ได้แก่ มัคคุเทศก์ โดยมีเป้าหมายของการสื่อความหมายเพื่อสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน ตลอดจนให้ความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สร้างการรับรู้ ตระหนัก และซาบซึ้งในคุณค่าของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อันนำมาสู่ความรู้สึกหวงแหน และรู้จักอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ให้คงอยู่สืบไป (กรมการท่องเที่ยว, 2558)

แม้ว่าในปัจจุบัน อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งจะมีเครื่องมือสื่อความหมายที่สำคัญ ได้แก่ ศูนย์บริการข้อมูล แผ่นพับ มัคคุเทศก์ ป้ายสื่อความหมาย และสื่อ QR Code เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกด้านความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว แต่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขาดการรับรู้ถึงคุณค่าของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ขณะที่เครื่องมือสื่อความหมายส่วนใหญ่ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร โดยศูนย์ข้อมูลยังขาดเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ ส่วนแผ่นพับขาดข้อมูลที่นำเสนอ สำหรับมัคคุเทศก์ในแหล่งท่องเที่ยวขาดการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง ขณะที่ป้ายสื่อความหมายภายในโบราณสถานมีสภาพทรุดโทรม และสื่อ QR Code มีเพียงข้อมูลทั่วไปของอุทยานฯ เท่านั้น จึงไม่เพียงพอต่อการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ นอกจากนี้จากการทบทวนวรรณกรรมงานด้านการสื่อความหมายแสดงให้เห็นว่า การศึกษาวิจัยส่วนใหญ่เน้นมิติการศึกษาและมิตินิเทศศาสตร์ ส่วนมิติการท่องเที่ยว งานส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ชลลดา สิทธิพิรุณ, 2543; อุมาพร มุณีแนม, 2551) สำหรับงานเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งส่วนใหญ่เน้นด้านประวัติศาสตร์ จารึก ชุมชนโบราณ และประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง (Thanee, 2013; กริธากร สังขกุล, 2559) ขณะที่มิงานด้านเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวม (สมภาพ ชาตวนิช, 2552) และมิงานการศึกษาศักยภาพการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ (สุวัชร ศรีจงแสง, 2558) ซึ่งได้รวมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นหนึ่งใน

พื้นที่ศึกษา แต่ยังขาดการศึกษาศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานฯ โดยภาพรวมอย่างละเอียดรอบด้าน รวมถึงขาดความครอบคลุมประเด็นการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ดังนั้นจากความสำคัญ ปัญหาและช่องว่างงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น นำมาสู่การนำเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความต้องการด้านการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
2. เพื่อประเมินศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
3. เพื่อประเมินการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

การทบทวนวรรณกรรม

การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง ศิลปะหรือเทคนิคในการสื่อสารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์กับนักท่องเที่ยวโดยผ่านเครื่องมือสื่อความหมายต่างๆ หรือสื่อบุคคล เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนสร้างการรับรู้ ตระหนัก และซาบซึ้งในคุณค่าของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และ ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อย่างแท้จริง (กรมการท่องเที่ยว, 2558) โดยเฉพาะในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ อันนำมาสู่ความรู้สึกรักหวงแหน และความต้องการอนุรักษ์แหล่งเที่ยวนั้นๆ ในฐานะมรดกวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า และการเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยการสื่อความหมายมีองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบตามแบบจำลองการสื่อความหมายของเดวิด เบอร์โล หรือแบบจำลองการสื่อความหมาย S-M-C-R แบ่งเป็นแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อความหมาย (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งช่วยให้การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยแหล่งสารหรือผู้ส่งสารจะต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 5 ประการ ได้แก่ 1) ทักษะในการสื่อความหมายที่ต้องมีความสามารถในการพูด การเขียน การอ่าน การฟัง การหาเหตุผล และความชำนาญในการใช้สื่อหรือวิธีการต่างๆ ในการสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี 2) ทักษะที่ดีทั้งต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะสื่อความหมาย และต่อผู้รับสาร 3) ระดับความรู้ที่ดีในเรื่องที่สื่อความหมาย 4) ความเข้าใจในระบบสังคมที่มีส่วนในการสร้างแนวทางการปฏิบัติที่แตกต่างกัน และ 5) ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่มีพื้นฐานจากความแตกต่างของความเชื่อและการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มสังคม สำหรับสาร คือ ข่าวสารในกระบวนการสื่อความหมาย เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการส่งออกไปยังผู้รับสารในรูปของสัญลักษณ์ สัญญาณ หรือการทำทางอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆ อย่างรวมกัน ซึ่งสารอาจจะอยู่ในรูปของการใช้คำ เช่น คำพูด และข้อเขียน เป็นต้น หรืออาจอยู่ในรูปของสารที่ไม่ใช่คำ เช่น การใช้การทำทาง สีหน้า และสายตา เป็นต้น ขณะที่ช่องทางการสื่อความหมาย คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไป

ยังผู้รับสาร โดยแบ่งเป็นช่องทางประสาทสัมผัส (Sensory) ได้แก่ การมองเห็น การได้ยินเสียง กายสัมผัส ชิวหาสัมผัส และนาสิกสัมผัส และช่องทางการใช้ตัวกลางที่มนุษย์จัดสร้างขึ้น โดยตัวสื่อมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางในการนำส่งสารไปยังผู้รับสาร และผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อความหมาย เนื่องจากการสื่อความหมายจะได้ผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้รับสาร โดยผู้รับสารต้องมีทักษะในการสื่อความหมายโดยเฉพาะทักษะการฟัง มีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ต่อผู้สื่อความหมาย และต่อเรื่องที่สื่อความหมาย นอกจากนี้ผู้รับสารยังมีบทบาทสำคัญในการแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบเพื่อส่งผลให้ผู้ส่งสารรับทราบด้วย ซึ่งปฏิกิริยาโต้ตอบนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผู้ส่งสารทราบว่า การสื่อความหมายของตนสัมฤทธิ์ผลหรือไม่ หากผู้รับสารมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งตอบสนองตรงตามเจตนาที่ผู้ส่งสารต้องการ การสื่อความหมายนั้นก็จะสัมฤทธิ์ผล แต่หากไม่ตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการ การสื่อความหมายนั้นก็จะไม่สัมฤทธิ์ผล (Berlo, 1966; กิตติชัย พินโน และคณะ, 2554)

ขณะที่เครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ได้แก่

1) สื่อบุคคล เป็นการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลจริง เช่น มัคคุเทศก์ และวิทยากรบรรยายในการส่งข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวผ่านการบริการข้อมูล การนำเที่ยว การบรรยาย การสาธิต และการแสดงละคร เพื่อให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว โดยสื่อบุคคลเป็นผู้สื่อความหมายที่จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาที่ถ่ายทอดอย่างแท้จริง มีทักษะการสื่อความหมายที่ดี สามารถกระตุ้นความสนใจ สร้างบรรยากาศให้สนุกสนาน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ อันนำมาสู่การสื่อความหมายที่บรรลุผลสำเร็จ

2) เครื่องมือสื่อความหมายโดยไม่ใช้บุคคล ประกอบด้วย

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ และหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น มีข้อดีคือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางในเวลาเดียวกัน ส่วนข้อจำกัดคือ การมีเนื้อหาในการนำเสนอข้อมูลที่จำกัดจนอาจทำให้การสื่อความหมายผิดพลาดได้ง่าย

(2) ป้ายสื่อความหมาย เช่น ป้ายแนะนำทาง ป้ายห้ามหรือป้ายดักเตือน ป้ายต้อนรับที่และป้ายข้อมูลแสดงข้อมูลทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีข้อดีคือ สามารถสื่อสารข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่ผ่านข้อความกะทัดรัดทำให้เกิดจุดสนใจ และสร้างการจดจำได้ ขณะที่ข้อจำกัดคือต้องพิจารณาขนาดของป้าย รูปภาพกราฟิก สี สัน วัสดุเนื้อผิว ความคงทนต่อสภาพแวดล้อม และการใช้สัญลักษณ์ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่ายขึ้น (ชลลดา สิทธิพิชญ์, 2543)

(3) การจัดนิทรรศการ เป็นเครื่องมือแสดงรูปภาพ และวัตถุสิ่งของ พร้อมทั้งมีคำอธิบายประกอบ มีข้อดีคือการรวบรวมสิ่งต่างๆ มาไว้ในแห่งเดียวกันเพื่อสะดวกต่อการศึกษาค้นคว้าข้อมูล แต่มีข้อจำกัดในการนำเสนอ งบประมาณที่สูง และใช้เวลาและกำลังคนในการดำเนินการจำนวนมาก

(4) สื่อโสตทัศนูปกรณ์ ประกอบด้วย สื่อภาพและเสียง มีข้อดีคือ สามารถใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากได้อย่างสมจริง ช่วยกระตุ้นความสนใจ สร้างอารมณ์ความตื่นเต้น ความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ชม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักได้จำนวนมาก พร้อมทั้งให้ความรู้ลึกซึ้งเป็นการส่วนตัวโดยผู้ฟังมีอิสระในการเลือกฟังบางช่วงบางตอนตามความสนใจ ขณะที่ข้อจำกัดคือ การใช้งบประมาณสูงในการผลิตสื่อ เป็นต้น

(5) สื่อผสมหรือมัลติมีเดีย เป็นการนำเอาสื่อหลายๆ ประเภทมาใช้ร่วมกัน ทั้งวัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการสื่อความหมาย เช่น สื่อ 3D 4D Interactive Wall และ Virtual reality (VR) เป็นต้น ซึ่งมีข้อดีคือ การสร้างความสนใจและอารมณ์ที่มีต่อเนื้อเรื่องผ่านสื่อต่างๆ ขณะที่ข้อจำกัดคือ การติดตั้งซับซ้อน ต้องวางแผนเป็นอย่างดีก่อนการผลิตและการนำไปใช้

(6) สื่อ QR Code เป็นบาร์โค้ด 2 มิติ ทำหน้าที่เก็บข้อมูลต่างๆ ได้สะดวก และรวดเร็วเพียงใช้โทรศัพท์มือถือสแกน QR Code ที่พบเห็นบนป้ายประชาสัมพันธ์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โปรแกรมจะนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวบนโทรศัพท์มือถือโดยอัตโนมัติ โดยสามารถแสดงภาพเคลื่อนไหวพร้อมคำบรรยายแบบวิทัศน์ได้ด้วย จึงมีข้อดีคือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย ส่วนข้อจำกัดคือ ขอบเขตเนื้อหาจำกัด ทำให้ไม่สามารถสร้างความสนใจในเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมายได้

(7) สื่อสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือที่มีข้อดีคือ สามารถให้ข้อมูลที่ทันสมัย มีต้นทุนต่ำ กระจายได้ในวงกว้างอย่างรวดเร็วโดยครอบคลุมได้เกือบทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และสามารถสื่อสารข้อมูลได้หลายรูปแบบ ขณะที่ข้อจำกัดคือ ข้อมูลบางอย่างขาดการตรวจสอบอย่างละเอียดและถูกต้อง

(8) เส้นทางศึกษาด้วยตนเอง โดยการสร้างเส้นทางดังกล่าวนิยมสร้างในพื้นที่ป่าไม้ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติ หรืออุทยานประวัติศาสตร์ มีข้อดีคือ นักท่องเที่ยวมีอิสระในการเดินสำรวจเส้นทางด้วยตนเอง ขณะที่ข้อจำกัดคือ การใช้งบประมาณในการก่อสร้าง และต้องมีการบริหารจัดการที่ดี

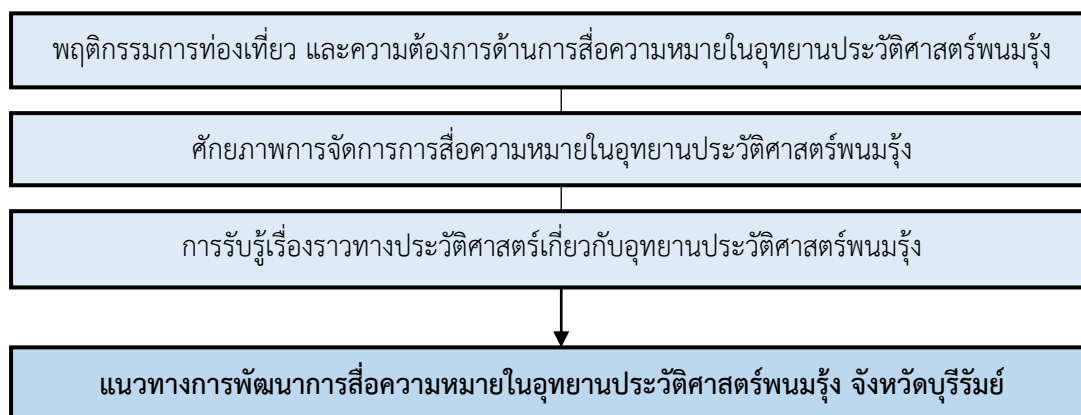
(9) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว มีหน้าที่ให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจในภาพรวมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยมีข้อดีคือ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย พร้อมทั้งสามารถใช้ร่วมกับสื่ออื่นๆ ได้ ส่วนข้อจำกัดคือ การใช้งบประมาณในการก่อสร้าง และต้องมีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ

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

ทั้งนี้ การเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อความหมายควรพิจารณาจากนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยเฉพาะพื้นฐานทางวัฒนธรรม แรงจูงใจในการท่องเที่ยว ความสนใจ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่มีความเปราะบาง วัตถุประสงค์ในการสื่อความหมาย เนื้อหาในการสื่อความหมาย งบประมาณ ความทนทานต่อสภาพอากาศ กำลังคนในการปฏิบัติงาน รวมถึงความเชี่ยวชาญและเวลาในการผลิตสื่อด้วย เพื่อให้การสื่อความหมายมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ

สำหรับการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ มีการใช้ช่องทางการสื่อความหมายที่หลากหลายโดยในครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะช่องทางการสื่อความหมาย 5 ช่องทางหลัก ได้แก่ ศูนย์บริการข้อมูล แผ่นพับ มัคคุเทศก์สื่อความหมาย ป้ายสื่อความหมาย และสื่อ QR Code

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง แบ่งออกเป็นตัวแทนภาครัฐ จำนวน 8 คน ตัวแทนภาคเอกชน จำนวน 4 คน ตัวแทนชุมชน จำนวน 2 คน และนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทย จำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 18 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งการกำหนดประชากรและการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพไม่มีกฎตายตัว โดยทั่วไปข้อมูลจะหยุดเมื่อซ้ำหรืออิ่มตัว และได้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 12 คน หรือมากที่สุดไม่เกิน 20 คน (Boeije, 2009; Glaser and Strauss, 2017; Lincoln and Guba, 1985) สำหรับเกณฑ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อความหมายจะต้องมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสื่อความหมายอย่างน้อย 2 ปี และต้องมีส่วนทางตรงหรือทางอ้อมเกี่ยวกับการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่เกณฑ์ของนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชาวไทยจะต้องเป็นผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีความสนใจท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง เคยมาเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป ตลอดจนเยี่ยมชมในทุกส่วนการจัดแสดงของอุทยานฯ และใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลาหนึ่งชั่วโมงเป็นอย่างน้อย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล พฤติกรรมทางท่องเที่ยวและความต้องการด้านการสื่อความหมาย ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกันเพื่อเรียบเรียงเป็นเรื่องเดียวกันถือเป็นหนึ่งในตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ที่ช่วยเสริมความเที่ยงตรงของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ลดอคติหรือความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากข้อมูลแหล่งเดียวหรือแง่มุมเดียวจากทั้งหมด (Denzin, 1970) ให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มายังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในปี พ.ศ. 2561 โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน ตามสูตรคำนวณของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และขนาดตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 โดยใช้สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 785,513 คน (กรมศิลปากร, 2561) เป็นฐานในการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในปี พ.ศ. 2561 และมีเกณฑ์คือ ต้องเป็นผู้ที่เยี่ยมชมที่ใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลาดั้งแต่หนึ่งชั่วโมงขึ้นไป สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และผ่านการทดสอบความตรงของเนื้อหา (Validity) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.94 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าข้อคำถามนั้นมีความเหมาะสม (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2543) และการทดสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) เท่ากับ 0.902 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.75 ขึ้นไป จึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้ (ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์, 2556) โดยแบบสอบถามมี 3 ลักษณะคือ แบบตรวจสอบรายการ (Check list) แบบประเมินค่า (Rating Scale) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) แบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการด้านการสื่อความหมาย ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมาย ข้อคำถามประเมินการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการด้านการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง (การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 23.93 เช่นเดียวกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่ให้ความเห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าชมความสวยงามของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ถ่ายภาพเป็นที่ระลึก และเช็คอินในสื่อสังคมออนไลน์แล้วเดินทางกลับ ไม่เน้นการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์อย่างแท้จริง โดยเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 ใช้ระยะเวลาอยู่ในอุทยานฯ ประมาณ 1 ชั่วโมง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ซึ่งผู้ให้ข้อมูลระบุเพิ่มเติมว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการมัคคุเทศก์มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาอยู่นานขึ้น นอกจากนี้ส่วนใหญ่คิดว่าจะกลับมาท่องเที่ยวอีกแน่นอน จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 88.25 และจะบอกต่อให้กับผู้อื่นให้มาเที่ยว จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลเรื่องราวทางประวัติศาสตร์จากแผ่นพับเป็นหลัก จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 29.02 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการสัมภาษณ์ สำหรับสื่อที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและต้องการให้มีในอุทยานฯ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ และหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 253 คน

คิดเป็นร้อยละ 18.57 ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลชื่นชอบและต้องการระบบเสียง (Audio Guide) มากที่สุด และต้องการสื่อที่มีรูปแบบที่ใช้ภาษาเข้าใจง่าย จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 13.34 รองลงมาคือ มีความทันสมัย และใช้นวัตกรรมทางการสื่อสาร จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 10.68 สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง (การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ)

ตารางที่ 1 ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

องค์ประกอบของการสื่อความหมาย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
องค์ประกอบด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or Sender)			
1) อุทยานฯ มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์	4.13	0.731	มาก
2) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์แนะนำนักท่องเที่ยวเรื่องการปฏิบัติตัวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	4.03	0.762	มาก
3) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีความรู้ความเข้าใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์	4.01	0.737	มาก
4) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวที่ได้รับมอบหมาย	3.98	0.725	มาก
5) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีบุคลิกลักษณะที่พร้อมต่อการบริการนักท่องเที่ยว	3.96	0.722	มาก
6) เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีทักษะการสื่อสาร หรือทักษะการสื่อความหมาย	3.94	0.745	มาก
รวม	4.00	0.642	มาก
องค์ประกอบด้านสาร (Message)			
1) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	3.98	0.708	มาก
2) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวช่วยแนะนำการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสม	3.86	0.739	มาก
3) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน ช่วยสร้างความเข้าใจภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.83	0.652	มาก
4) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบข้อมูลทั้งหัวเรื่อง รายละเอียดของเรื่อง และสรุปอย่างครบถ้วน	3.78	0.759	มาก
5) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทุกคน	3.78	0.793	มาก
6) มีการจัดลำดับเรื่องราวของเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.74	0.767	มาก
7) เนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีขนาดของตัวอักษร ภาพ และสีที่ใช้อย่างชัดเจน และเหมาะสม	3.68	0.800	มาก
รวม	3.80	0.627	มาก
องค์ประกอบด้านช่องทางการสื่อความหมาย (Channel)			

องค์ประกอบของการสื่อความหมาย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1) เครื่องมือสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในแหล่งท่องเที่ยว	4.30	0.743	มากที่สุด
2) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว	3.93	0.789	มาก
3) เครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตัวท่าน	3.81	0.780	มาก
4) ที่ตั้งของเครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.79	0.795	มาก
5) วัสดุที่ใช้ทำเครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.75	0.774	มาก
6) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.71	0.781	มาก
7) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีรูปแบบที่เหมาะสมสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.71	0.786	มาก
8) เครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และรองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	3.64	0.791	มาก
9) เครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย	3.62	0.779	มาก
รวม	3.80	0.599	มาก
องค์ประกอบด้านผู้รับสาร (Receiver)			
1) ท่านมีความสนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	4.06	0.748	มาก
2) ท่านได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากการสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยว	4.05	0.751	มาก
3) ท่านต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในฐานะมรดกวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ	4.04	0.820	มาก
4) ท่านสนใจใช้สื่อต่างๆ เป็นเครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.776	มาก
5) ท่านตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้เครื่องมือการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	3.97	0.793	มาก
6) ท่านซาบซึ้งในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้เครื่องมือการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.796	มาก
7) ท่านได้รับความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวผ่านการใช้เครื่องมือการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว	3.92	0.777	มาก
8) ท่านรับรู้ถึงความสำคัญของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และแหล่ง	3.90	0.802	มาก

องค์ประกอบของการสื่อความหมาย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ห้องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้เครื่องมือการสื่อความหมายใน แหล่งท่องเที่ยว			
รวม	3.98	0.650	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงถึงศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่นๆ ($\bar{X} = 4.00$) ขณะที่ในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ ประเด็นเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์แนะนำนักท่องเที่ยวเรื่องการปฏิบัติตัวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.03$) และประเด็นเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์มีทักษะการสื่อสาร หรือทักษะการสื่อความหมายมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.94$) ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลได้ระบุว่า อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์สื่อความหมายที่มีความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์อย่างรอบด้าน แต่มีจำนวนน้อย จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ขณะที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ ประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวช่วยแนะนำการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X} = 3.86$) และประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีขนาดของตัวอักษร ภาพ และสีที่ใช้อย่างชัดเจน และเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.68$) โดยผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นประวัติศาสตร์ศิลป์ที่ใช้ภาษาทางวิชาการและมีศัพท์เฉพาะ จึงเป็นปัญหาในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

นักท่องเที่ยวยังมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านช่องทางการสื่อความหมายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) โดยประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้และมากที่สุดเมื่อเทียบในแต่ละประเด็นของทุกด้าน ($\bar{X} = 4.30$) ขณะที่ประเด็นอื่นๆ รองลงมามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.93$) และประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในแหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในด้านนี้ ($\bar{X} = 3.62$) ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงศูนย์บริการข้อมูลที่มีวิธีการจัดแสดงไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวด้วยลักษณะมืดทึบ ไม่โปร่ง ทำให้ดูอึดอัด และแผ่นพับไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพด้านผู้รับสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) และในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นความสนใจประเด็นราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในด้านนี้ ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือ ประเด็นการได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากการสื่อความหมายที่มีในแหล่ง

ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.05$) และประเด็นรับรู้ถึงความสำคัญของประเด็นราวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้เครื่องมือการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.90$) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ขณะที่ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่แสดงความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวบางท่านปฏิบัติตัวไม่เหมาะสม ฝ่าฝืนกฎระเบียบการเข้าชมสถานที่ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง (การวิจัยเชิงปริมาณ)

จากการประเมินการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งผ่านข้อคำถาม จำนวน 18 ข้อ จำแนกตามหัวข้อหลัก 6 หัวข้อ ได้แก่ ศาสนาฮินดู ความเชื่อ ศิลปะขอม ประติมานวิทยา ประวัติศาสตร์ และการบูรณะปราสาท ซึ่งเป็นเนื้อหาหลักของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งที่นำเสนอผ่านเครื่องมือการสื่อความหมายในอุทยานฯ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งอยู่ในกลุ่มที่ 1 จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ซึ่งอยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มที่ 2 จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35 อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อย กลุ่มที่ 3 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15 อยู่ในระดับการรับรู้ปานกลาง กลุ่มที่ 4 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4 อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด และกลุ่มที่ 5 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3 อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุดตามลำดับ และมีสัดส่วนการตอบผิดในข้อคำถามโดยเฉพาะหมวดความเชื่อและศิลปะขอมจำนวนมาก

สรุปและอภิปรายผล

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการด้านการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นการเข้าชมความสวยงามของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ถ่ายภาพเป็นที่ระลึก และเช็คอินในสื่อสังคมออนไลน์แล้วเดินทางกลับ ไม่เน้นเรื่องของการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์อย่างแท้จริง เช่นเดียวกับงานของสมภพ ชาตวนิช (2552) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ไม่ว่าจะเป็นปราสาทหินพิมายหรือปราสาทเขาพนมรุ้งต่างมีเหตุผลในการมาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และมีความสนใจในรูปแบบของงานศิลปะเป็นส่วนใหญ่ จึงสะท้อนให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เน้นท่องเที่ยวและพักผ่อนมากกว่าการเข้ามาเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ จากแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลและการศึกษาของวิลาสินี จุสปาโล และคณะ (2552) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมเมืองโบราณในวันหยุดราชการเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สามารถใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก สำหรับระยะเวลาที่ใช้ในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งพบว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลได้เสนอข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการมัคคุเทศก์สื่อความหมายมีแนวโน้มจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนานขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการ

รับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว อันก่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวอย่างเด่นชัดมากขึ้น และสามารถนำความรู้ไปเผยแพร่ให้แก่บุคคลอื่นๆ เพื่อขยายขอบเขตผู้สนใจต่อไป

สำหรับความต้องการด้านการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลเรื่องราวทางประวัติศาสตร์จากแผ่นพับเป็นหลักเช่นเดียวกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับการศึกษาของสุวัชร ศรีทองแสง (2558) พบว่า แผ่นพับที่มีในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้ใช้และเห็นว่ามีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งงานของสมภพ ชาตวนิช (2552) ชี้ให้เห็นว่า แผ่นพับช่วยในการเที่ยวชมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้วิทยากรหรือมัคคุเทศก์บรรยาย สำหรับเครื่องมือสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและต้องการให้มีในอุทยานฯ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ไปสการ์ด คู่มือ และหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ขณะที่การสัมภาษณ์กลับพบว่า ผู้ให้ข้อมูลชื่นชอบและต้องการระบบเสียง (Audio Guide) มากที่สุด โดยเป็นสื่อที่มีรูปแบบที่ใช้ภาษาเข้าใจง่าย ทันสมัย และใช้นวัตกรรมทางการสื่อสาร สอดคล้องกับการศึกษาของสุวัชร ศรีทองแสง (2558) พบว่า การเพิ่มเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจในข้อมูลประวัติศาสตร์ความเป็นมา และความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และเกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

2. ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

สำหรับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source or Sender) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านดังกล่าวอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับทุกด้าน โดยเฉพาะประเด็นความพร้อมของอุทยานฯ ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ประเด็นเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์สื่อความหมายในอุทยานฯ ที่มีความรู้ความสามารถในการแนะนำการปฏิบัติตัว มีความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ มีความรับผิดชอบ มีบุคลิกภาพพร้อมทั้งทักษะการสื่อความหมายที่ดี สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์และการศึกษาของสุวัชร ศรีทองแสง (2558) ที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว พร้อมความสามารถในการถ่ายทอดความหมายเกี่ยวกับทรัพยากรที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งงานของ Sarm (2013) แสดงให้เห็นว่ามัคคุเทศก์สื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานของ Ababneh (2017) ได้สะท้อนว่า มัคคุเทศก์มีหน้าที่สำคัญในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และการทำหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกวัฒนธรรมจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างดี พร้อมทั้งมีทักษะในการสื่อความหมายที่ยอดเยี่ยมจนสามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ แต่ผลการศึกษาของผู้วิจัยมีส่วนที่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาการสื่อความหมายในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานของชลดา สิทธิพิชญ์ (2543) ที่กล่าวถึงการขาดการพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่สื่อความหมายซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างชั่วคราวของกรมป่าไม้ ทำให้ความรู้ที่ให้แก่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยการถ่ายทอดสืบทอดกันมา และไม่ได้รับการศึกษาหรือฝึกอบรมเพื่อการนี้โดยตรง จึงทำให้เจ้าหน้าที่สื่อความหมายขาดความรู้ที่รอบด้านเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ผลการศึกษาจากแบบสอบถามในครั้งนี้ มีประเด็นที่แตกต่างกับการสัมภาษณ์บางส่วน โดยผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า เจ้าหน้าที่หรือ

มักคุเทศก์สื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมีเพียง 4 คนเท่านั้น จึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการศึกษาการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ของสายทิพย์ จันทรสุริยศักดิ์ (2556) ที่พบว่า วิทยากรนำชมไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับสถิติคนเข้าชม

ขณะที่ศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านสาร (Message) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายด้านดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านนี้ ส่วนประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน ช่วยสร้างความเข้าใจภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ที่ว่า เนื้อหาในการสื่อความหมายมีรายละเอียดครอบคลุมทั้งเรื่องประวัติศาสตร์และโบราณคดี แสดงให้เห็นถึงความพร้อมด้านข้อมูลของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในฐานะหน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลหลักฐานทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ขณะที่บางประเด็นที่มีความคิดเห็นแตกต่างออกไป คือ ประเด็นเนื้อหาในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทุกคน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนหนึ่งกล่าวว่า เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นประวัติศาสตร์ศิลป์ที่มีคำศัพท์เฉพาะ ทำให้ยากต่อความเข้าใจ จึงอาจไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้ เช่นเดียวกับการศึกษาการรับรู้จากนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงแสนของเชิดชาติ หิรัญโร (2546) ที่พบว่า นิทรรศการประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศิลปกรรมเมืองเชียงแสน และนิทรรศการพัฒนการเครื่องถ้วยล้านนาในจังหวัดเชียงรายมีเนื้อหาค่อนข้างยาก มีข้อมูลที่เป็นวิชาการมากเกินไป และมีศัพท์เทคนิคจำนวนมาก ส่วนเนื้อหาตามป้ายสื่อความหมายไม่สามารถบรรยายให้เข้าใจได้ ประกอบกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมไม่คุ้นเคยเรื่องการแบ่งยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ จึงสะท้อนถึงการนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ไม่สามารถสร้างความเข้าใจให้นักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

สำหรับศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านช่องทางการสื่อความหมาย (Channel) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้านดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับประเด็นเครื่องมือสื่อความหมายช่วยกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ที่ตั้งที่เหมาะสม วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม รูปแบบที่เหมาะสม ปริมาณเพียงพอ มีความหลากหลาย และมีความทันสมัยอยู่ในระดับมาก ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลกลับเห็นว่าเครื่องมือสื่อความหมายที่มีอยู่ในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร เมื่อพิจารณาเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในอุทยานฯ พบว่า ศูนย์บริการข้อมูลของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นที่รวบรวมข้อมูลอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับงานการศึกษาของสุวัชร ศรีจงแสง (2558) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพของศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในภาพรวมระดับมากที่สุด ขณะที่ผลจากการสัมภาษณ์มีความแตกต่างคือ ศูนย์บริการข้อมูลมีวิธีการจัดแสดงที่ไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เช่นเดียวกับงานของสมภาพ ชาตวนิช (2552) พบว่า ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งยังขาดความน่าสนใจ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ใช้แผ่นพับในการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งมากที่สุด อีกทั้งชื่นชอบและต้องการให้

มีสื่อสิ่งพิมพ์ที่รวมถึงแผ่นพับในอุทยานฯ สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของสุวภัทร ศรีจงแสง (2558) ที่นักท่องเที่ยวเห็นว่า แผ่นพับที่มีในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในภาพรวม และโดยเฉพาะประเด็นขนาดของตัวอักษรในแผ่นพับมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยงานของสมภพ ชาตวนิช (2552) แสดงให้เห็นว่า สื่อสิ่งพิมพ์สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนโดยไม่ต้องลงทุนสูง ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนเห็นว่า แผ่นพับที่มีในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งไม่น่าสนใจเท่าที่ควร สำหรับป้ายสื่อความหมายซึ่งแบ่งเป็นป้ายห้าม ป้ายเตือน ป้ายแนะนำการปฏิบัติตัว และป้ายสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์ มีเนื้อหาอธิบายภาพสลักและอาคารสถานที่ต่างๆ ภายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล พบว่า ป้ายสื่อความหมายไม่มีรูปภาพประกอบ และมีเพียงตัวอักษรบรรยายเท่านั้น สอดคล้องกับงานของสมภพ ชาตวนิช (2552) ที่พบว่า ป้ายสื่อความหมายที่มีในอุทยานฯ ส่วนใหญ่จะชำรุด ขณะที่การศึกษาของสุวภัทร ศรีจงแสง (2558) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับประสิทธิภาพป้ายสื่อความหมายในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงผลการศึกษาที่แตกต่างกัน

3. การรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

การรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งถือเป็นหัวใจสำคัญในบรรลุเป้าหมายของการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่จะสร้างทั้งความรู้สึภาคภูมิใจ สร้างความรู้สึกรักหวงแหนแหล่งท่องเที่ยว และเห็นคุณค่าที่แฝงอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เหล่านั้นด้วย โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งในปี พ.ศ. 2561 มีการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งอยู่ในระดับน้อยที่สุดโดยเฉพาะในหมวดความเชื่อ และหมวดศิลปะขอม สอดคล้องกับงานการศึกษาของเจตชาติ หิรัญโร (2546) ที่ได้ทดสอบระดับการรับรู้จากนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์เชียงแสน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา มีลักษณะการรับรู้ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนกลุ่มวัยทำงานมีลักษณะการรับรู้ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างดี สำหรับกลุ่มอาวุโสมีลักษณะการรับรู้ในระดับดีถึงดีมาก โดยรับรู้เนื้อหาด้านชาติพันธุ์วิทยาและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ดีกว่านิทรรศการด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศิลปกรรมที่เป็นประเด็นหลักของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยในเชิงปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยในเชิงปฏิบัติครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอผ่านแนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ พร้อมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ทบทวนวรรณกรรมร่วมกันออกเป็น 4 แนวทางที่สำคัญ คือ แนวทางที่ 1 การจัดการเนื้อหาสำหรับการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง แนวทางที่ 2 การพัฒนาสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง แนวทางที่ 3 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และแนวทางที่ 4 การสร้างการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวทางที่ 1 การจัดการเนื้อหาสำหรับการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

การจัดการเนื้อหาสำหรับการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งต้องเน้นการปรับเนื้อหาสำหรับการสื่อความหมายตามหัวข้อหลัก ได้แก่ ศาสนาฮินดู ความเชื่อ ศิลปะขอม ประติมานวิทยา ประวัติศาสตร์ และการบูรณะปราสาทให้มีภาษาที่เข้าใจง่าย หรือใช้ภาพประกอบคำบรรยายที่อธิบายรายละเอียดความเป็นมาของเรื่องราวผ่านสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายประเภทต่างๆ อย่างหลากหลาย เพื่อการเข้าถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

แนวทางที่ 2 การพัฒนาสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

1) การพัฒนามัคคุเทศก์สื่อความหมาย โดยเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่หรือมัคคุเทศก์สื่อความหมายภายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เน้นการพัฒนาโครงการอบรมมัคคุเทศก์สื่อความหมายมัคคุเทศก์ประจำอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างมัคคุเทศก์สื่อความหมาย เจ้าหน้าที่ และบุคลากรอื่นๆ เพื่อทบทวนความรู้เดิม และสร้างความรู้ใหม่ๆ ในเรื่องการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนพัฒนาการใช้เทคนิคการสื่อความหมายในการนำชมที่สร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว

2) การพัฒนาศูนย์บริการข้อมูล โดยเตรียมจอภาพอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นระบบสัมผัส (Touch Screen) การทำจอขนาดใหญ่ติดกำแพง Interactive wall หรือมีอุปกรณ์ Virtual reality: VR เพื่อจำลองภาพเมื่อครั้งปราสาทยังสมบูรณ์ แสดงคำศัพท์เฉพาะที่อธิบายองค์ประกอบของปราสาทหินและข้อมูลประกอบ พร้อมกับเตรียมสื่อระบบเสียง หรือ Audio Guide โดยกำหนดจุดสำคัญตามหมายเลขเพื่อบรรยายสาระสำคัญ การพัฒนาชุดข้อมูลที่เน้นเรื่องราวประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เกร็ดความรู้เพิ่มเติม ตำนาน และคติชนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย การจัดมุมเรียนรู้สำหรับเด็ก และการปรับปรุงป้ายคำบรรยายในศูนย์บริการข้อมูลให้มีขนาดตัวอักษรใหญ่ขึ้น มีสีพื้นหลังที่ทำให้ตัวอักษรเด่นชัด พร้อมทั้งใส่รูปภาพที่เห็นเด่นชัดประกอบคำบรรยาย

3) การพัฒนาแผ่นพับ โดยเพิ่มเนื้อหาเรื่องการอนุรักษ์ การบูรณะ และข้อปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

4) การพัฒนาป้ายสื่อความหมาย โดยการเพิ่มรูปภาพประกอบข้อมูลในป้ายสื่อความหมาย เพื่อบอกรายละเอียดของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ หรือศิลปกรรมที่จัดแสดง และปรับปรุงป้ายสื่อความหมายที่มีสภาพชำรุดทรุดโทรม โดยเปลี่ยนมาใช้วัสดุทำป้ายที่มีความทนทานต่อสภาพอากาศ และปรับตัวอักษรให้ถูกต้องและมีขนาดตัวอักษรที่ชัดเจนมากขึ้น

5) การพัฒนาสื่อ QR Code โดยประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงเสาสัญญาณโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตให้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับติดตั้งอุปกรณ์สายล่อฟ้า และตรวจสอบประสิทธิภาพอุปกรณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ควรติดตั้งและเพิ่มปริมาณป้ายสื่อ QR Code ในพื้นที่ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ข้างป้อมจำหน่ายบัตรบริเวณประตู 1 ส่วนบริเวณประตู 3 อาจจะติดป้ายใกล้กับห้องน้ำ หรือบริเวณบันไดทางขึ้นก่อนถึงตัวปราสาท เป็นต้น

แนวทางที่ 3 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายที่มีในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

การประชาสัมพันธ์สื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายภายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง โดยติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีขนาด สีสันอักษร พื้นหลัง และวัสดุที่เหมาะสมไว้บริเวณประตูทางเข้าออกทุกประตู การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ของอุทยานฯ การเปิดไลน์ทางการ (Line Official Account) หรือการเปิดช่องยูทูบ (Youtube) เพื่อเผยแพร่วีดิทัศน์ที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษสำหรับการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานท้องถิ่น เช่น ที่ว่าการอำเภอเฉลิมพระเกียรติ และเจ้าหน้าที่ส่วนท้องถิ่น เช่น กำนันและผู้ใหญ่บ้านซึ่งใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นให้ช่วยกันกระจายข้อมูลต่อไปสู่คนในท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวหรือการจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางในเวลาเดียวกัน

แนวทางที่ 4 การสร้างการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง

การสร้างการรับรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษ Road Show โดยร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น โรงเรียนพนมรุ้ง และที่ว่าการอำเภอเฉลิมพระเกียรติ เป็นต้น การจัดให้นักท่องเที่ยวทุกคนที่มาเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งได้เข้าในศูนย์บริการข้อมูลเป็นอันดับแรก หากนักท่องเที่ยวเข้ามาทางประตูที่ 3 อาจศึกษาจากจอภาพระบบสัมผัส (Touch Screen) ที่จัดทำขึ้นใหม่บริเวณประตูที่ 3 ก่อนขึ้นชมปราสาท เพื่อปูพื้นความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งเป็นครั้งแรก และไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เดิมในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ได้ทราบรายละเอียดโดยรวมก่อนการชมสถานที่จริง การจัดงานเทศกาลท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งประจำปีด้วยกิจกรรมพิชิตอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ร่วมสนุกผ่านการเดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Route) พร้อมกับการตามหาคำใบ้เพื่อไขปริศนา และการพัฒนาสื่อการ์ตูนให้ความรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และความสำคัญของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้งโดยเฉพาะเนื้อหาเรื่องศาสนาฮินดู ความเชื่อ ศิลปะขอม ประติมากรรม ประวัติศาสตร์ และการบูรณะปราสาท

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาศักยภาพของสื่อบุคคล และเครื่องมือสื่อความหมายอย่างละเอียดรอบด้านโดยใช้แบบจำลองการสื่อความหมายจากทฤษฎีการสื่อความหมายอื่นๆ ในพื้นที่ศึกษาเดิม หรือเปลี่ยนพื้นที่ศึกษาและควรมีการวิจัยเชิงสำรวจ พร้อมกับการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการใช้บริการสื่อบุคคลและเครื่องมือสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพื่อเข้าใจบริบทการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มากขึ้น อันนำไปสู่การสื่อความหมายที่เหมาะสมกับพื้นที่ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

References

- Ababneh, A. (2017). Tour guides and heritage interpretation: guides' interpretation of the past at the archaeological site of Jarash, Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 1-16.
- Berlo, D. K. (1966). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston.
- Boeije, H. R. (2009). *Analysis in Qualitative Research*. London: SAGE Publications Ltd.
- Chatawanich, S. (2009). *kānsuksā priapthiāp sakkayaphāp lāng thōngthiēo dān sinlapa watthanatham khōng prāsāt hin phimāi lāe prāsāt khao phanomrung*. [A Comparative Study on Potential of Art and Cultural Attraction of Phimai and Phnom Rung Sanctuaries]. The Degree of Master of Science, Planning and management of Ecotourism program, Srinakharinwirot University.
- Denzin, N. (1970). Strategies of multiple triangulation. *The research act in sociology: A theoretical introduction to sociological method*, 297, 313.
- Department Of Tourism. (2015). *kān sū khwāmmāi nai lāng thōngthiēo choēng Niwet thāng prawattisāt thāng watthanatham (nāōthāng kānchat tham phāenkān bōrihān chatkān dān sū khwāmmāi nai lāng thōngthiēo)*. [An Interpretation in Natural Attraction, Historical Attraction, Cultural Attraction: A Guideline of Creating Interpretive Management Plan in Tourist Attraction]. Bangkok: International College, Mahidol University.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*: Routledge.
- Hirunro, C. (2003). *kān sū khwāmmāi lāe kānraprū chāk nithatsakān nai phiphitthaphan : kōrānī suksā phiphitthaphanthasathān hāng chat chāng sēn*. [An Interpretation and Perception from Exhibition in Museum: A Case Study of Chiangsaen National Museum]. The Degree of Master of Arts, Cultural Studies program, Mahidol University.
- Jantasuriyasak, S. (2013). *kān sū khwāmmāi 'utthayān prawattisāt mūang sing pen lāng rianrū thāng watthanatham*. [Interpretation of Muang Sing Historical for Cultural Learning Center]. The Degree of Master of Arts, Cultural Resource Management program, Silpakorn University.
- Jussapalo, W et al. (2009). *phruttikam nakthōngthiēo mūang bōrān chāngwat samut prākān*. [A Visitor Behavior Ancient City Samut Prakan]. The Degree of Bachelor of Business in Marketing program, Faculty of Management Sciences, Chandrakasem Rajabhat University.

- Kanjanawasee, S et al. (2000). *kānchai prōkrēm khōmphiutōē SPSS samrap ngānwichai : kān wikhroḡ khōmūn lāe plāe khwāmmāi*. [SPSS Computer Program Using for Research: Data Analysis and Interpretation]. (3rd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry* (Vol. 75): Sage.
- Phopruksanan, N. (2013). *rabīap withī wichai*. [Research Methodology]. (8th ed.). Bangkok: Explonet Publishing.
- Pinno, K et al. (2011). *phāsā kap kānsūsān*. [Language and communication]. (2nd ed.). Bangkok: Eastern Languages, Faculty of Archaeology, Silpakorn University.
- Sarm, C. (2013). *Managing Interpretation at a UNESCO World Heritage Site: A Supply-Side Perspective of Angkor Wat Temple, Cambodia*. The Degree of Master of Tourism Management, Victoria University of Wellington.
- Sittitoon, C. (2000). *nāēothāng kānphatthana kān sū khwāmmāi thammachāt nai khēt ‘utthayān hāng chāt kāng krachān*. [Nature interpretation guideline development in Kangkajan National Park]. The Degree of Master of Education, Environmental Education program, Mahidol University.
- Sregongsang, S. (2015). *sakkayaphap kān sū khwāmmāi khōng lāng thōngthīeo thāng watthanatham nai sēnthāng thōngthīeo tām nāēokhit klum khlattoē dān kānphatthana kānthōngthīeo khōng klum thōngthīeo ‘ārayatham ‘īsan tai*. [The interpretative Potentiality of cultural tourist attraction in tourist routes from concept of clusters in tourism development of Southern Isaan Civilization]. The Research supported by National Research Council of Thailand: NRCT.
- The Fine Arts Department. (2018). *khōmūn sathiti chamnūan phū khao chai / khao chom nūaingān*. [Statistical data of users / visiting]. Retrieved Febuary 12, 2018 from <http://www.mis.finearts.go.th/Visitor.aspx?rs=1>.
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. USA: Prentice Hall.