

บทความวิจัย (Research Article)

นวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑ์ The Innovation of Interpretation for Tourism through Eco-Museum

ประภาพร แสนยากุล* และเพชรศรี นนทศิริ
Prapaporn Sanyakoon* and Petchsri Nonsiri

บทคัดย่อ

การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทย หนึ่งในปัญหาเกิดจากการขาดความรู้และวิธีการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวหรือการถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจ การวิจัยนี้ จึงเกิดขึ้นเพื่อ 1) ศึกษานวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านการท่องเที่ยวผ่านพิพิธภัณฑ์ และ 2) ศึกษาประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากนวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย การวิจัยนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 8 คน ภัณฑารักษ์ชุมชนหรือคนในท้องถิ่น จำนวน 19 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 18 คน ที่เดินทางท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑ์ 3 แห่ง ในจังหวัดตราด คือ 1) นิเวศพิพิธภัณฑ์บ้านยายม่อม 2) นิเวศพิพิธภัณฑ์บ้านท่าระแนะ 3) นิเวศพิพิธภัณฑ์บ้านบ้านช้างทูน และใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมเพื่อศึกษาการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวในนิเวศพิพิธภัณฑ์ทั้งสามแห่ง ผลการศึกษาพบรูปแบบนวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านการสื่อความหมายผ่านบุคคล (ภัณฑารักษ์ชุมชน) การสื่อความหมายผ่านกิจกรรม การสื่อความหมายผ่านสื่อออฟไลน์ และสื่อออนไลน์ ในส่วนของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการสื่อความหมายเชิงนวัตกรรมคือ นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจ ความซาบซึ้งใจ และ การจิตสำนึกที่ดีต่อชุมชน ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวในชุมชนหรือรูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพจะนำไปสู่การสร้างอรรถรสและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

คำสำคัญ: นวัตกรรม การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว นิเวศพิพิธภัณฑ์

Abstract

The tourism interpretation plays an important role of success in tourism management of Thai tourism community. However, lacking of knowledge and know-how of tourism interpretation drives to study on 1) the innovation of interpretation for tourism through eco-museum 2) the tourist experiences perceived from the innovative interpretation for tourism through eco-museum in Thailand. The research employed the qualitative method. The data were collected by in-depth interview with eight representatives of government organizations and the eco-museum stakeholders, 19 local curators or local people and 18 tourists who visit three eco-museums in Trat Province such

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก 65000

Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok 65000

*Corresponding author; email: sanyakoon.p@hotmail.com

(Received: 10 February 2021; Revised: 21 April 2021; Accepted: 17 May 2021)

DOI: <https://doi.org/10.14456/psruhss.2023.11>

as Eco-museum of Yaimom Eco-museum of Taranae, and Eco-museum of Changtune. The data were also collected by the participatory observation on tourism activities in the three eco-museums. The findings were shown the innovative tourism interpretation through local curators, tourism activities, offline and online media. The innovative interpretation created the tourist experiences such as understanding, appreciation and consciousness towards community. The results can be applied in developing local tourism interpretation or other forms of tourism. The effective interpretation certainly leads to tourism pleasure and experiences with quality.

Keywords: Innovation, Tourism interpretation, Eco-museum

บทนำ

ปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก ในขณะที่วงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวกลับสั้นลง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากภาครัฐ ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการนำเสนอวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรมของชุมชนนั้นมาพัฒนาเป็นเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2563) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชน มุ่งเน้นการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาการเข้าถึงหรือโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนสิ่งปลูกสร้างเพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปถ่ายรูป ชื่นชมความแปลกใหม่และความสวยงาม ตามกระแสนิยม มากกว่าการนำเสนอเรื่องราวหรือสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวรู้จักตัวตนที่แท้จริง อันเป็นแก่นของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของนิเวศพิพิธภัณฑ (Eco-Museum) ที่มองว่า “ชุมชน” คือพิพิธภัณฑที่มีชีวิต เป็นทั้งแหล่งเรียนรู้และแอ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourisms Cape) (David, 2011) การสื่อความหมายในบริบทการท่องเที่ยว จึงเป็นศิลปะการสื่อสารที่นำเสนอเรื่องราวที่ช่วยเพิ่มอรรถรสในการท่องเที่ยว กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว อันจะทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงเกิดความเข้าใจ ตระหนักในคุณค่า และเห็นถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน (ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2555) ดังนั้น การค้นหาวิธีการสื่อความหมายด้วยวิธีการใหม่ ๆ ที่จะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึก (Awareness) ความซาบซึ้งใจ (Appreciation) และความเข้าใจ (Understanding) จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิดความยั่งยืน เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่า เห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว และเต็มใจร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว จนนำมาสู่ความยั่งยืนในที่สุด (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การศึกษานวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านการท่องเที่ยวในนิเวศพิพิธภัณฑนั้น เป็นแนวคิดใหม่ที่เน้นการพัฒนากระบวนการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ สามารถส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณภาพให้กับนักท่องเที่ยว งานวิจัยนี้ จึงเลือกนิเวศพิพิธภัณฑที่มีชื่อเสียง 3 แห่งในประเทศไทย ได้แก่ นิเวศพิพิธภัณฑบ้านช้างทุน นิเวศพิพิธภัณฑบ้านยายม่อม และนิเวศพิพิธภัณฑบ้านท่าระแนะ จังหวัดตราด เพื่อเป็นพื้นที่ศึกษานวัตกรรมการสื่อความหมายในรูปแบบใหม่ ๆ ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ จะนำไปสู่การพัฒนาวิธีการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม เกิดความซาบซึ้งใจ และความเข้าใจต่อวิถีชีวิตของชุมชน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในมิติวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ที่ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากภาครัฐอยู่แล้ว หากมีการนำเสนอเรื่องราว

หรือมีการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่ชุมชนได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการสื่อความหมายผ่านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พิกุลทองในจังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษาประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากวัฒนธรรมการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิกุลทอง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสื่อความหมาย (Interpretation) การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนในพื้นที่นั้นได้รับการพัฒนา 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) การพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) ปลูกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น กระตุ้นการปฏิบัติให้เกิดพฤติกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้ง คำนึงถึงการคงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนและท้องถิ่น มากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ด้านรายได้ ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Beck & Cable, 2011) 2) ความซาบซึ้งใจ (Appreciation) ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ผ่านการบอกเล่าและเชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คน เพื่อสร้างความน่าสนใจ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความอยากรู้อยากเห็นและอยากรู้อยากเห็นตามค้นหา เรื่องราวในอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยว มุ่งเน้นที่คุณภาพและความแท้จริง (Authenticity) ที่ไม่ใช่การจำลองหรือลอกเลียนแบบวัฒนธรรมอื่น ยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น (Tilden, 1977) 3) ความเข้าใจ (Understanding) ช่วยให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้รับความรู้ ความเข้าใจในคุณค่าความสำคัญ จนตกผลึกในความคิดและความรู้หลาย ๆ ด้านเข้าด้วยกัน ผ่านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน (Choi, 2016) พร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนได้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsible Tourism) และจะกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ (Ham, 1992)

Borrelli & Davis (2012) กล่าวถึงวิธีการสื่อความหมาย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การสื่อความหมายผ่านบุคคล เป็นการสื่อความหมายโดยใช้บุคคลจริงในการส่งสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การบริการให้ข้อมูล การนำเที่ยว การบรรยาย การสาธิต 2) การสื่อความหมายผ่านสัญญาณ ประกอบด้วย สื่อออฟไลน์ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายแนะนำ เส้นทางเพื่อสื่อความหมาย การจัดกิจกรรม ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว และสื่อออนไลน์ เช่น Weblog, Social Networking, Online Video (ราณี อธิชัยกุล และ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2555) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยว เสริมสร้างประสบการณ์เดินทาง รวมทั้ง สร้างทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน (Mossberg, 2007)

ดังนั้น การสื่อความหมาย จำเป็นต้องนำเสนอความรู้ถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต มีกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึก หากมีการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสร้างคุณประโยชน์ ทั้งในขณะท่องเที่ยวในชุมชนและเมื่อกลับไปยังถิ่นฐานเดิมของตน อีกทั้ง ยังช่วยสร้างการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการป้องกัน รักษา มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้แก่ นักท่องเที่ยว (แก้วตา มุ่งเกษม และสมพงษ์ อำนวยเงินตรา, 2558) เนื่องจาก ปัญหาอันเกิดจากการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน มักเกิดจากบุคคลภายนอกเป็นผู้นำนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปในพื้นที่ชุมชน ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์โดยส่วนใหญ่คือ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว แต่เมื่อนักท่องเที่ยวกลับไป ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้สร้างความเสียหาย

ให้กับชุมชน เช่น เกิดขยะจำนวนมาก สภาพแวดล้อมในชุมชนถูกทำลาย อันส่งผลต่อคนในชุมชนแห่งนั้นโดยตรง ดังนั้น คนในชุมชน จึงควรเป็นผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว และการนำเที่ยวหรือสื่อความหมายการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Silberman, 2008)

แนวคิดนิเวศพิพิธภัณฑ์ (Eco-Museum) “Eco-museum” เป็นรูปแบบพิพิธภัณฑ์แนวคิดใหม่ที่มีบทบาทเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Rivière, 1985) จุบรวมของตัวแบบนิเวศพิพิธภัณฑ์ (Eco-Museum Model) ที่นิยมใช้ทั่วโลก ประกอบด้วย 1) การจัดการต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย 2) มีการเก็บรักษาวัตถุทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ 3) การจัดการครอบคลุมทั้งนิเวศวิทยาที่เป็นธรรมชาติและนิเวศวิทยาสังคม 4) แนวคิดการพัฒนาแบบองค์รวม และ 5) แสวงหาแนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืนที่เกิดจากการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจท้องถิ่น (Eun, 2013; Saskatchewan, 2015; Shin, 2006) นอกจากนี้ ศักยภาพชุมชนที่สามารถเป็นนิเวศพิพิธภัณฑ์ (Eco-Museum) ที่สมบูรณ์แบบ ควรมีปัจจัยครบทั้งมรดกนิเวศ มรดกวัฒนธรรม โดยอาศัยคนชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแบบอาสาสมัครในการให้บริการ และถ่ายทอดเรื่องราว ตลอดจนร่วมสงวนรักษาและใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน มีการถ่ายทอดเทคนิคและภูมิปัญญา (Borrelli & Davis, 2012) จะเห็นได้ว่า ลักษณะของนิเวศพิพิธภัณฑ์มีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากพิพิธภัณฑ์ในรูปแบบเดิมที่มักหมายถึง การจัดแสดงวัตถุโบราณในอาคาร ในขณะที่กิจกรรมของนิเวศพิพิธภัณฑ์สามารถเกิดขึ้นได้ในพื้นที่ของชุมชน ที่มีคนท้องถิ่นเป็นผู้อยู่อาศัย มีวิถีชีวิตร่วมสมัย และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดในชุมชน รวมถึงการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ซึ่งการดำเนินงานกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวมีนัยยะสอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม นิติรา กายราศ (2557) ได้กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ถือได้ว่าเป็น “นิเวศพิพิธภัณฑ์” ในประเทศไทย มีอยู่เพียง 7 แห่ง แต่ปัจจุบันเหลือเพียง 3 แห่ง ที่ยังคงไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติอย่างหลากหลาย มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและโดดเด่น สิ่งสำคัญคือ มีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมและการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยนิเวศพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 แห่งนี้ ตั้งอยู่ในจังหวัดตราด ที่มีนโยบายส่งเสริมภาพลักษณ์เมืองสีเขียว “Green City” ตามแนวทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แก่ 1) นิเวศพิพิธภัณฑ์พิพิธภัณฑ์บ้านยายม่อม 2) นิเวศพิพิธภัณฑ์บ้านท่าระแนะ 3) นิเวศพิพิธภัณฑ์บ้านช้างทูน ซึ่งผู้วิจัยเลือกพิพิธภัณฑ์ทั้งสามแห่งเป็นพื้นที่ศึกษาในงานวิจัยนี้

นิเวศพิพิธภัณฑ์ทั้งสามแห่ง ให้ความสำคัญกับการใช้พื้นที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางในการก่อตั้งนิเวศพิพิธภัณฑ์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ธรรมชาติที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชน ก่อให้เกิดจิตสำนึกรักในการเก็บสะสม และฟื้นฟูพืชพรรณสมุนไพรในท้องถิ่นและภูมิปัญญาต่าง ๆ ไว้ในพิพิธภัณฑ์แทนวัตถุโบราณ อันเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้าน (ชีวลีสิทธิ์ บุญยเกียรติ, 2551) อีกทั้ง ชุมชนได้ใช้พื้นที่ในบ้านของตนเองเป็นที่จัดกิจกรรม เป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนหรือเจ้าของวัฒนธรรมได้ถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาสร้างสรรค์จนเกิดเป็นสิ่งใหม่ในรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างคุณค่าและมูลค่าแก่ชุมชน (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2545)



ภาพ 1 ตำแหน่งที่ตั้งนิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านยายม่อม บ้านท่าระแนะ และบ้านช้างตุน
ที่มา: ผู้วิจัย

สิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่นของชุมชนบ้านยายม่อม ได้แก่ 1) วิถีชีวิตมุสลิมงาม 2) ตำนานหินยายม่อม 3) หาดทรายดำและป่าชายเลน และ 4) สมุนไพรพื้นบ้าน ดังนั้น นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านยายม่อม จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวอันเกี่ยวข้องกับมรดกวัฒนธรรม ธรรมชาติ และภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชาวมุสลิมงามที่ยังคงสืบทอดให้เห็นจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ ลักษณะเด่นของชุมชนบ้านท่าระแนะ ได้แก่ 1) ป่าชายเลน 2) วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน และ 3) การเกษตรไร่นาสวนผสมแบบอินทรีย์ ดังนั้น นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านท่าระแนะ จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวอันเกี่ยวข้องกับความอุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลน มรดกธรรมชาติ วิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน และลักษณะเด่นของชุมชนบ้านช้างตุน ได้แก่ 1) วิถีชีวิตชาวของซัมเร 2) ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรและการรักษาโรค และ 3) ป่าชุมชน ดังนั้น นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านช้างตุน จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวอันเกี่ยวข้องกับมรดกธรรมชาติและภูมิปัญญาการรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพร และวิถีชีวิตชาวของซัมเรที่ยังคงสืบทอดถึงปัจจุบัน

แนวคิดนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว (Tourism Innovation) นวัตกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นการนำแนวความคิด การดำเนินงานมาพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ และเกิดความสัมพันธ์ต่อกัน 2 ฝ่าย ทั้งผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างคุณค่า อันก่อให้เกิดผลดีต่อสังคมโดยรวม ผ่านการเชื่อมประสานกันระหว่างวิถีชีวิต ภูมิปัญญา กิจกรรม จิตวิญญาณท้องถิ่น และมีการใช้ทรัพยากรอย่างหมุนเวียน ไม่ก่อให้เกิดการทำลายชุมชน (Usui, 2009) นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวคิดที่ช่วยพัฒนาให้การท่องเที่ยวมีรูปแบบที่แตกต่างจากเดิม โดยมีจุดเน้นที่การตระหนักถึงความสัมพันธ์ต่อชุมชนและสังคม โดยอาศัยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน (Hjalager, 2002)

นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ โดยผู้ออกแบบการบริการต้องมีความเชี่ยวชาญทั้งในกระบวนการวิเคราะห์ (Analytical) ความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว และกระบวนการสื่อความหมาย (Interpretive Processes) (Birkner & Máhr, 2016) สอดคล้องกับ Zhiyu (2018) ที่อธิบายว่า นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวได้เข้ามาับบทบาทช่วยพัฒนาการสื่อความหมาย สร้างให้เกิดการเพิ่มมูลค่า และประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว อันประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยว

(Product) ที่มีความดั้งเดิม แสดงออกถึงตัวตนหรือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว 2) การบริการ (Service) มีการดูแล ใส่ใจ มอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง 3) เรื่องราว (Story) มีการบอกเล่าถึงประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น 4) การบรรยาย (Narration) ต้องมีลักษณะที่เฉพาะเป็นเอกลักษณ์ (Nation Tourism Development Authority, 2016)

จึงกล่าวได้ว่า นวัตกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นการสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น ทั้งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว ด้วยการบูรณาการการบริหารจัดการ รวมทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างให้เกิดคุณค่าและมูลค่าของการบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) เพื่อศึกษานวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ทั้งหมด 3 แห่ง แบ่งเป็น 1) นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านยายม่อม 2) นิเวศพิพิธภัณฑสถานท่าระแนะ 3) นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านช้างทูน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participatory Observation) เป็นวิธีการหลัก กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 8 คน เลือกจากผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ มีความรู้ มีประสบการณ์และเกี่ยวข้องกับนิเวศพิพิธภัณฑสถาน ภัณฑารักษ์ชุมชนหรือคนในท้องถิ่น จำนวน 19 คน เลือกจากผู้ที่มีหน้าที่สื่อความหมายในการนำเที่ยวหรือให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ นิทรรศการ และกิจกรรมต่าง ๆ ภายในนิเวศพิพิธภัณฑสถาน และนักท่องเที่ยว จำนวน 18 คน เลือกจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมและทำกิจกรรมอย่างมีส่วนร่วมในนิเวศพิพิธภัณฑสถานทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในจังหวัดตรัง

ตาราง 1 รหัสผู้ตอบสัมภาษณ์เชิงลึก

รหัส	รายละเอียดผู้ตอบสัมภาษณ์	หน่วยงาน	วันที่สัมภาษณ์
A01-A08	หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานตรังเทศบาลตำบลแหลมฉบัง ที่ว่าการอำเภอแหลมฉบัง องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านช้างทูน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองคันทรง นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน	2 กุมภาพันธ์ ถึง 20 เมษายน พ.ศ. 2562
B01-B19	ภัณฑารักษ์ชุมชนหรือคนในท้องถิ่น	นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านยายม่อม นิเวศพิพิธภัณฑสถานท่าระแนะ นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านช้างทูน	10 กุมภาพันธ์ ถึง 25 เมษายน พ.ศ. 2562
C01-C18	นักท่องเที่ยว	นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านยายม่อม นิเวศพิพิธภัณฑสถานท่าระแนะ นิเวศพิพิธภัณฑสถานบ้านช้างทูน	3 กุมภาพันธ์ ถึง 28 เมษายน พ.ศ. 2562

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชุด คือ

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์สำหรับหน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกอบสร้างจิตวิญญาณท้องถิ่นผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถาน และส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์สำหรับภัณฑารักษ์หรือคนในท้องถิ่นที่มีหน้าที่สื่อความหมาย ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกอบสร้างจิตวิญญาณท้องถิ่นผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถาน ส่วนที่ 3 การสื่อความหมายของภัณฑารักษ์ต่อการพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) ของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 4 การสื่อความหมายของภัณฑารักษ์ต่อความซาบซึ้งใจ (Appreciation) ของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 5 การสื่อความหมายของภัณฑารักษ์ต่อความเข้าใจ (Understanding) ของนักท่องเที่ยว และส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์สำหรับนักท่องเที่ยวในนิเวศพิพิธภัณฑสถาน ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) ส่วนที่ 3 ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่อความซาบซึ้งใจ (Appreciation) ส่วนที่ 4 ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่อความเข้าใจ (Understanding) และส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

นอกจากนี้ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) โดยลงพื้นที่ชุมชนบ้านยายม่อม ชุมชนบ้านท่าระแนะ และชุมชนบ้านช้างทูน ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการสื่อความหมายเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถานการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน พ.ศ. 2562 นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจดบันทึกมาตรวจสอบความถูกต้องเพียงพอสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างครบถ้วน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์รูปแบบพฤติกรรมสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวในนิเวศพิพิธภัณฑสถาน และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากนวัตกรรมการสื่อความหมายที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านการท่องเที่ยวในนิเวศพิพิธภัณฑสถาน และประสบการณ์นักท่องเที่ยวจากนวัตกรรมการสื่อความหมาย ดังนี้

นวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถาน จากผลการศึกษาสามารถแบ่งนวัตกรรมการสื่อความหมายออกเป็นทั้งหมด 4 ประเภท ได้แก่

1. **นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านบุคคล** โดยมีภัณฑารักษ์ชุมชนเป็นผู้บรรยาย ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ผ่านคำพูด ท่าทาง และการต้อนรับทักทาย ซึ่งผู้สื่อความหมายต้องเป็นมีความรู้ในประวัติศาสตร์ชุมชน มีความเข้าใจในมรดกทั้งทางวัฒนธรรม และมรดกทางธรรมชาติ อีกทั้งมีความผูกพันและอาศัยอยู่ในชุมชนเป็นระยะเวลายาวนาน นอกจากนี้ ภัณฑารักษ์ชุมชนยังมีการแต่งกายที่แสดงถึงตัวตนและวิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่น ศิลปะการถ่ายทอดเรื่องราวของผู้สื่อความหมาย เป็นปัจจัยสำคัญต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยว

“...วัฒนธรรมของมุสลิมบ้านยายม่อมก็จะเน้นเรื่องการแต่งกายมุสลิม สองคือระเบียบมุสลิม เช่น ถ้าใครที่ขึ้นหออระฮาน จะต้องสวมใส่กางเกงขายาว สามคือการปฏิบัติศาสนกิจมุสลิม เราก็จะเล่าให้นักท่องเที่ยวฟังได้ แต่การแต่งกายเป็นอันดับหนึ่งเลยที่เราอนุรักษ์ไว้...” (B09)

2. นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านกิจกรรม นวัตกรรมการสื่อความหมายถูกส่งผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม และทรัพยากรในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อความหมายกิจกรรมด้านประเพณี เช่น การร่วมแสดงลิเกฮูลูของชาวมุสลิมจาม กิจกรรมลอยเรือตะโกของชาวช่อง การร่อนพลอย การทำผ้ามัดย้อมจากลูกตะบูน การอบสมุนไพรหรือการทำสปาสมุนไพร กิจกรรมยาตมสมุนไพร กิจกรรมขนมพื้ข้าวตอก กิจกรรมสร้างฝายของ กิจกรรมอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำชายฝั่ง กิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติ

“...เราก็อพยายามรักษาดูแล ปลูกฝังนักท่องเที่ยว เหมือนที่ผู้ใหญ่พาไปปลูกป่า ในเมื่อเราไปเหยียบเขา เราก็ต้องปลูกป่า ปลูกหอยคืนเขา เรามากินเราก็ปลูก ที่นี้จะปลูกฝังกันแบบนี้ค่ะ ถ้าหอยตัวเล็ก ๆ ที่เราจับมาได้เราจะปล่อยบ่อบ้างไถ่บ้านบ้าง ส่วนหอยตัวใหญ่ที่เราเก็บมาได้เราจะขาย...” (B06)

“...ชาวบ้านออกเรือหาปลาจนสังเกตกันว่าลึงสามารถกินใบโกงกางได้ หลังจากนั้นชาวบ้านจึงนำมาทอดกิน แล้วก็นำมาบอกเล่าให้นักท่องเที่ยวฟังและลองกิน...” (B08)

3. นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านสื่อออฟไลน์ ภัณฑารักษ์ชุมชนได้นำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น และข้อมูลที่เป็นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวด้วยการออกแบบและจัดเตรียมข้อมูลผ่านสื่อออฟไลน์ต่าง ๆ เช่น ป้ายสรรพคุณสมุนไพร ป้ายประวัติความเป็นมาของชุมชน ป้ายการล่องเรือชมธรรมชาติ ป้ายระเบียบกติกาการท่องเที่ยว รวมทั้งสื่อความหมายผ่านแผ่นพับท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับสมุนไพร แผ่นพับนิเวศพิพิธภัณฑสถาน นอกจากนี้ มีการสื่อความหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจวิถีถิ่นที่นักท่องเที่ยวไปเยือนด้วยวัสดุตกแต่งสถานที่ อาทิ ตกแต่งอาคารด้วยภาพการแต่งกายมุสลิม โคมไฟด้วยวัสดุจากหมวกใบคันทร่ง หลังคาใบระกำของอาคารนิเวศพิพิธภัณฑสถานช้างนุญ

“...นำอุปกรณ์ที่ในการทำหาคิน และสิ่งของในชุมชน เช่น อวนจับปลา หมวกกอบ เปลือกหอย มาพันสีให้สวยงาม ประดิษฐ์เป็นรูปต่าง ๆ ตกแต่งภายในอาคารที่รับรองนักท่องเที่ยว เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของชุมชนบ้านยายม่อม...” (B06)

4. นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ เทคโนโลยีการสื่อความหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางไปด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจผ่านข้อความ ภาพเคลื่อนไหว และยังสามารถเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนให้แพร่กระจายในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว เช่น Youtube, Pantip, Website, Facebook Page

ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากนวัตกรรมการสื่อความหมาย

นวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถาน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ 3 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) ความซาบซึ้งใจ (Appreciation) และความเข้าใจ (Understanding) ทั้ง 3 รูปแบบนี้เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวสื่อความหมายผ่านวิธีการหรือรูปแบบดังต่อไปนี้

1. ด้านการพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) การสื่อความหมายผ่านบุคคล ประกอบด้วย อธิบายถึงกฎกติกาในการท่องเที่ยว การแสดงออก และศิลปะการถ่ายทอดเรื่องราวของภัณฑารักษ์ชุมชน การสื่อความหมายผ่านกิจกรรม ประกอบด้วย กิจกรรมที่ได้ช่วยเหลือชุมชนหรือผู้อื่น กิจกรรมที่กระตุ้นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ การสื่อความหมายผ่านสื่อออฟไลน์ ประกอบด้วย นำเสนอกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเห็นคุณค่ามรดกทรัพยากรต่าง ๆ การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย นำเสนอข้อมูลอย่างเป็นขั้นตอน และมีข้อมูลการอธิบายที่ชัดเจน

“...ที่ทำได้ก็คือเรียนรู้ที่จะอยู่กับธรรมชาติ แล้วก็ให้เรารักษามรดกธรรมชาติเอาไว้ อย่าให้มันเสื่อมหรืออย่าแป่ไปกว่านี้ เพราะถ้ารักษาเขาก็อยู่กับเรา ต่อไปมันก็เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ก็สามารถบอกเล่าเรื่องราวในอดีตให้คนรุ่นหลังเราฟังได้...” (C17)

“...ก็ทำให้เกิดความรู้สึกตระหนักถึงการเห็นคุณค่าต่อธรรมชาติเห็นมากขึ้นนะคะ อย่างที่ลุงเขาบอกว่าอย่างหน้าเทศบาลที่ปู่บอกให้ เขาก็จะบอกว่าต้องห้ามเก็บปุ๋นนะ ก็คือชาวบ้านทำให้เราเห็นว่าชาวบ้านเขาก็ทำกันได้ว่าฤดูนี้จะไม่ออกไปหาปุ๋น...” (C03)

2. ด้านความซาบซึ้งใจ (Appreciation) การสื่อความหมายผ่านบุคคล ประกอบด้วย เล่าเรื่องด้วยเทคนิค Storytelling สีสหน้าเป็นมิตร ยิ้มแย้ม อารมณ์ขัน และเทคนิคการถ่ายทอดเรื่องราวที่มาจากความซาบซึ้งใจภายใน การสื่อความหมายผ่านกิจกรรม ประกอบด้วย กิจกรรมสัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชน กิจกรรมแปลกใหม่ ต่างจากชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่นำเสนอเรื่องราวอัตลักษณ์ของชุมชน และมุ่งเน้นความแท้จริง (Authenticity) การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย นำเสนอกิจกรรมที่แปลกใหม่ สัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชน และป้ายสื่อความหมายที่บอกรายละเอียดอย่างกระชับถูกต้อง การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย การนำเสนอผ่านวิดีโอที่มีคนในชุมชนเป็นผู้บรรยายหรือสื่อความหมาย นำเสนอข้อมูลอย่างเป็นขั้นตอน และมีข้อมูลการอธิบายที่ชัดเจน

“...มีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนที่อื่น ท่าระแนงมีลานตะปูนที่มีกิจกรรมโบว์ลิ่ง...” (C02)

“...ก็ชอบภัณฑารักษ์คะ เพราะเขาเป็นกันเอง เพราะเห็นเราเหมือนลูกเหมือนหลานเหมือนน้อง เป็นกันเอง เข้าถึงง่าย แล้วมันก็อบอุ่นกว่า เวลาเราถามเรื่องต่าง ๆ เช่น หอย ปู เขาก็ยินดีตอบเรา...” (C01)

“...ชอบภูมิปัญญาสมัยโบราณของเขาที่เขาปลูกตะปูนมาต้มแล้วเอาน้ำไปย้อมแห ย้อมวนพวกนี้ แล้วก็นำมาย้อมผ้า ไม่เคยทำมาก่อนเลย...” (C01)

3. ด้านความเข้าใจ (Understanding) การสื่อความหมายผ่านบุคคล ประกอบด้วย บุคลิก ท่าทาง ภาษาที่ใช้ น้ำเสียงที่เหมาะสม การสื่อความหมายผ่านกิจกรรม ประกอบด้วย ลงมือปฏิบัติร่วมกัน มากกว่าการฟัง อ่าน และรับชมอย่างเดียว การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย การนำเสนอเรื่องราวแบบ What When Where Why Who How ตกแต่งสถานที่ด้วยอุปกรณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน และข้อความกระชับได้ใจความที่สมบูรณ์ พร้อมรูปภาพที่ดึงดูดใจ การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย ข้อมูลทันต่อเหตุการณ์หรือทันสมัยและมีความถูกต้อง และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหารูปภาพ วิดีโอ ที่น่าสนใจ

“...ลุงเขาก็พูดถึงหมวกว่าทำไมคนที่นี้ถึงชอบใส่ และได้รู้ว่าจริง ๆ หมวกใบงอบนี้มีความเหนียว และไม่เปื่อยง่าย...” (C02)

จากผลการศึกษาข้างต้น พบว่า การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวทำให้เกิดประสบการณ์ในมุมมองของหน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภัณฑารักษ์ชุมชน และนักท่องเที่ยวในนิเวศพิพิธภัณฑ์ที่มีความเหมือนและความแตกต่างกัน ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้เข้ามามีส่วนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และมีการนำรูปแบบการสื่อความหมายไปปรับใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการจำหน่ายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ และร่วมตระหนักถึงการรักษาเอกลักษณ์ทางธรรมชาติ อัตลักษณ์และวิถีชีวิตชุมชน

2. ภัณฑารักษ์ชุมชนมีเทคนิคการถ่ายทอดเรื่องราวที่มาจากความซาบซึ้งใจภายใน (Inner) เนื่องจากผู้สื่อความหมายเป็นคนในชุมชน มีความรัก ความหวงแหนในมรดกของชุมชน นอกจากนี้ ข้อมูลจากภัณฑารักษ์ชุมชนที่เป็นชาติพันธุ์ของในหมู่บ้านช้างขุน ตำบลบ่อไร่ อำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด และข้อมูลจากพิพิธภัณฑ์สถาน

เมืองตราด ได้กล่าวถึงจำนวนของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวชองในภาคตะวันออกที่ไม่ตรงกัน ดังนั้น ภัณฑารักษ์ชุมชนจึงได้มีวิธีการสื่อความหมายทั้งเรื่องราวที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ อีกทั้ง ยังอธิบายถึงหลักฐานเชิงประจักษ์จากพิพิธภัณฑ์สถานเมืองตราด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน

3. นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีจากกิจกรรมที่แปลกใหม่ ไม่เคยสัมผัสมาก่อน หรือแตกต่างจากชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว ได้แลกเปลี่ยนพูดคุยซึ่งกันและกัน นำมาซึ่งมิตรภาพและความผูกพัน จนเกิดการสื่อความหมายที่ประสิทธิภาพจะก่อให้เกิด “Scalability” ขยายผลออกไปเอง ผลลัพธ์ที่ได้รับคือมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนเพิ่มมากขึ้น (เดชา โคเวียมโพโรจน์, 2561) เป็นเสมือน “E-Word of Mouth” การสื่อสารแบบปากต่อปากบนสื่อออนไลน์ ด้วยการแบ่งปันรูปภาพ ข้อความ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Pantip Webpage, Instagram, Twitter รวมไปถึงการแชร์ผ่านช่องทางอื่น ๆ

สรุปและอภิปรายผล

นิเวศพิพิธภัณฑ์ จังหวัดตราดถือว่าเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ประกอบไปด้วย มรดกนิเวศและมรดกวัฒนธรรมของชนพื้นเมืองที่มีความหลากหลาย จังหวัดตราดจึงเป็นจังหวัดนำร่องในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ใหม่ที่แตกต่างสู่การเป็น “อีโคโนมิวเซียมซิตี” (Eco-Museum City) การท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ ของจังหวัดตราด ได้มีการสร้างสรรค์กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปเยือน เป็นการเปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้ท่องเที่ยว” หรือผู้รับบริการ ให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของ “ผู้ให้” แก่ชุมชน ด้วยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism) เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ชุมชน มีสาระสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

นวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑ์

นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านการท่องเที่ยวบนนิเวศพิพิธภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านบุคคล เช่น การบรรยายทั้งคำพูด ท่าทาง และการต้อนรับทักทาย 2) นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านกิจกรรม เช่น นำนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติร่วมกัน 3) นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ป้าย แผ่นพับท่องเที่ยว วัสดุตกแต่งสถานที่ และ 4) นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Youtube, Pantip Website, Facebook Page โดยพบว่า การสื่อความหมายผ่านการท่องเที่ยวด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีความแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยจะพบว่า นวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑ์ จำเป็นต้องมี **นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านบุคคล (Personal)** เนื่องจาก การสื่อความหมายผ่านบุคคลที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมนั้นเป็นการสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง มีความยืดหยุ่นในการปรับเนื้อหาให้ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ทันที ช่วยสร้างความเข้าใจ (Understanding) ในเรื่องราวที่สลับซับซ้อนได้ดี โดยผ่านการสนทนาโต้ตอบ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจในคุณค่าความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว เข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร สอดคล้องกับ Choi (2016) ที่กล่าวว่า การสื่อความหมายถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม อันมีความสัมพันธ์กับคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมนั้น คนในชุมชนต้องเป็นผู้บอกเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ รวมทั้งแต่งกายย้อนยุคหรือแต่งกายที่แสดงถึงตัวตนให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลภายนอกได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของพื้นที่นั้น นอกจากนี้ การที่คนในชุมชนได้กล่าวถึงระเบียบของการอยู่ร่วมกันของชุมชน เพื่อเกิดการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายมรดกทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) สอดคล้องกับ Ham (1992) ที่กล่าวว่า การนำเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องราวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ช่วยสร้างให้เกิดความเข้าใจให้กับทั้ง

นักท่องเที่ยวและชุมชนที่ได้ร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อชุมชน นอกจากนี้ ภัณฑารักษ์ชุมชนยังมีการบวนการสื่อความหมายที่กระตุ้นความสนใจ สร้างความรู้สึก ความนึกคิดของนักท่องเที่ยว เสริมสร้างประสบการณ์เดินทางไปพร้อมกับการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ และเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเอง หน้าตายิ้มแย้ม ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความซาบซึ้งใจ (Appreciation) และเกิดประสบการณ์ที่สามารถจดจำได้ (Memorable Experience)

นอกจากนี้ **นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านกิจกรรม (Activity)** ที่เน้นการให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมที่ได้ช่วยเหลือชุมชนหรือผู้อื่น การแสดงบทบาทสมมติ การละเล่นของวัฒนธรรมหรือประเพณี รวมทั้ง ประเพณีที่อาจสูญหายไปแล้ว จำเป็นที่ชุมชนต้องร่วมกันฟื้นฟูขึ้นมาอีกครั้งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) สอดคล้องกับ Beck & Cable (2011) ที่ได้กล่าวถึงการสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการนำเสนอกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มาเยือนได้เกิดความคิด พิจารณา และเชื่อมโยงกับมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติ รวมทั้งสถานที่ บุคคล สิ่งของเครื่องใช้ และเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีในการดูแลรักษาและร่วมปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การนำเสนอเรื่องราวอัตลักษณ์ของชุมชน โดยมุ่งเน้นความแท้จริง (Authenticity) ช่วยให้เกิดการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ (Understanding) ในคุณค่า วิถีชีวิตของชุมชน ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว เสริมสร้างประสบการณ์เดินทาง สร้างความสนุกสนาน และความประทับใจ ความซาบซึ้งใจ (Appreciation) ให้แก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Tilden (1977) ที่กล่าวถึง การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความแท้จริง (Authenticity) ไม่ใช่การจำลองหรือลอกเลียนแบบวัฒนธรรมอื่น โดยมีการรวบรวมทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาบูรณาการร่วมกันในลักษณะของแนวคิดหลัก (Theme) ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมที่หลากหลายแล้ว ยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น จนเกิดความประทับใจ

นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านสื่อออฟไลน์ (Offline) อันเกิดจากที่คนในชุมชนช่วยรวบรวม ค้นคว้า และบันทึกข้อมูล ภูมิปัญญาท้องถิ่น มรดกวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ที่หายไป กล่าวได้ว่า เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง เกิดความภาคภูมิใจในวิถีชีวิต วัฒนธรรม รวมทั้ง อัตลักษณ์ในชุมชน มิเพียงแต่ก่อให้เกิดผลดีต่อชุมชน แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจ (Understanding) ต่อชุมชนที่ไปเยือน เกิดการเห็นคุณค่า การพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) รู้สึกหวงแหน คำนึงถึงการคงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนและท้องถิ่น จนก่อให้เกิดความซาบซึ้งใจ (Appreciation)

ปัจจุบัน**นวัตกรรมการสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ (Online)** เป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้าง ความเข้าใจ (Understanding) และความรู้ ผ่านการสื่อสารที่ทันสมัย ทันสมัยต่อเหตุการณ์ตลอดเวลา ด้วยการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง สามารถนำเสนอได้ในวงกว้างอย่างรวดเร็ว มีความน่าสนใจ และครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ในเกือบทุกกลุ่ม โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ อีกทั้ง เป็นเครื่องมือที่ภัณฑารักษ์ชุมชนสามารถเป็นผู้บรรยาย ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ด้วยการนำเที่ยวและออกแบบกิจกรรมที่สนุกสนาน และเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวที่ได้รับชม ก่อให้เกิดการพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) รู้สึกหวงแหน คำนึงถึงการคงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนและท้องถิ่น จนก่อให้เกิดความซาบซึ้งใจ (Appreciation)

ประสบการณ์นักท่องเที่ยวจากนวัตกรรมการสื่อความหมาย

นวัตกรรมการสื่อความหมายก่อให้เกิดการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว 3 ด้าน ประกอบด้วย

1) ความเข้าใจ (Understanding) การสื่อความหมายผ่านบุคคล ควรมีการบอกเล่าถึงในความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม รวมทั้ง การอธิบายถึงลักษณะ ความสำคัญ และคุณประโยชน์ของมรดกวัฒนธรรมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม รวมทั้ง วิถีชีวิต ผ่านการนำเสนอด้วยท่าทาง บุคลิก ภาษาที่เหมาะสม น้ำเสียงที่น่าสนใจสนุกสนานเป็น

กันเอง สามารถโน้มน้าวชักจูง สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักท่องเที่ยว สร้างความตื่นเต้น นอกจากนี้ หัวข้อที่นำเสนอ ควรเป็นเรื่องราวเข้าใจง่าย ไม่บรรยายยาวนานเกินไป เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจ (Understanding) ที่ความได้ จนสามารถตกผลึกทางความคิดได้ สอดคล้องกับ David (2011) ที่กล่าวว่า การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพผ่านบุคคลนั้น คือภัณฑารักษ์ชุมชนหรือคนในท้องถิ่นควรเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาที่ถ่ายทอด

การสื่อความหมายผ่านกิจกรรม ควรเป็นกิจกรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนของนักท่องเที่ยวต่อไปได้ โดยเป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะ ความรู้เพื่อสามารถนำไปพัฒนาเป็นของฝาก ของที่ระลึกหรือสินค้าเพื่อสร้างรายได้ นำไปประยุกต์ใช้ในการการดูแลสุขภาพ หรือเกิดแนวคิดใหม่ มากกว่าการเพียงแค่จัดแสดงถึงสิ่งของเครื่องใช้ หรือข้อความ ภาพในอดีต รวมทั้ง การจำลองสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้เพียงแค่วาดชมเท่านั้น นอกจากนี้ มีกิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปร่วมเป็นผู้แสดง เพื่อเกิดการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน สอดคล้องกับ Borrelli & Davis (2012) กล่าวว่า เสียงดนตรี การแสดง สามารถช่วยเพิ่มการรับรู้ถึงบรรยากาศของพื้นที่ เนื่องจาก เสียงดนตรีช่วยส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความสุขในขณะที่อยู่ในพื้นที่แห่งนั้นและนำไปสู่การได้รับประสบการณ์ที่ดี

การสื่อความหมายผ่านสื่อออฟไลน์ ควรมีรูปภาพประกอบที่ชวนดึงดูด ภาพมีความสอดคล้องกับข้อความ นอกจากนี้ ข้อความต้องมีความสั้น กระชับ ได้ใจความที่สมบูรณ์ถูกต้อง รวมทั้ง การสื่อความหมายผ่านแผ่นพับควรมีการระบุข้อมูลติดต่อให้ชัดเจน โดยอาจจะพิมพ์ไว้ท้ายสุดหรือหน้าสุดของแผ่นพับ เช่น ชื่อสถานที่ ที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์อีเมล สิ่งสำคัญ คือ การสรุปเนื้อหาที่ต้องการสื่อความหมายนั้นควรผ่านการเรียงลำดับความสำคัญสิ่งใดหรือเรื่องใด (What) เกิดขึ้นเมื่อใด (When) สถานที่แห่งใด (Where) สาเหตุที่เกิดขึ้น (Why) ใครมีส่วนเกี่ยวข้องหรือบทบาทสำคัญ (Who) มีเรื่องราวน่าสนใจอย่างไร (Wow) สำหรับการสื่อความหมายด้วยแผ่นพับในปัจจุบัน ควรมีข้อความภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ นอกจากนี้ ในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการตกแต่งสถานที่ด้วยวัสดุ อุปกรณ์ท้องถิ่น เช่น โคมไฟด้วยวัสดุจากอวนจับปลา หมวกอบ หรือสิ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมของพื้นที่ และมีการจัดทำเส้นทางเพื่อสื่อความหมาย เช่น แผนที่เส้นทางศึกษาธรรมชาติ แผนที่อุทยานแห่งชาติ

การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ควรมีการนำเสนอด้วยรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว หรือคลิปวิดีโอ นอกจากนี้ ในการนำเสนอบนเว็บไซต์ควรมีการระบุข้อมูลติดต่อให้ชัดเจน โดยอาจจะอธิบายไว้ส่วนท้ายสุด เช่น ชื่อสถานที่ ที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล อีกทั้ง มีข้อมูลที่ความทันสมัย ได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามระยะเวลาอย่างเหมาะสม และอาจแสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลครั้งล่าสุด เนื้อหาและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และมีความถูกต้อง ผู้จัดทำเว็บไซต์ควรเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเนื้อหา หรือเป็นองค์กรที่รับผิดชอบด้านนั้นโดยตรง และให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อนเดินทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมพร้อมล่วงหน้า

2) ความซาบซึ้งใจ (Appreciation) การสื่อความหมายผ่านบุคคล ภัณฑารักษ์ชุมชนมีเทคนิคการถ่ายทอดเรื่องราวที่มาจากความซาบซึ้งใจภายใน (Inner) เนื่องจาก ผู้สื่อความหมายเป็นคนในชุมชน มีความรัก ความห่วงใยในมรดกของชุมชน นอกจากนี้ มีการแต่งกายสุภาพตามวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ มีเสน่ห์เป็นของตนเอง มีการอธิบายด้วยท่าทางและสีหน้าที่เป็นมิตร ยิ้มแย้ม อารมณ์ขัน การเล่าเรื่องด้วยคำพูดที่มีความตื่นเต้น สนุกสนาน ก่อให้เกิดความน่าสนใจ ยินดีตอบทุกคำถาม สอดคล้องกับแนวคิดของ Tilden (1977) กล่าวว่า ลักษณะของผู้สื่อความหมายมีผลต่อประสบการณ์และการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความสุภาพ ความเป็นมิตร มอบสิ่งที่ดีที่สุดแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้ง การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสภาพแวดล้อม รวมทั้ง ควรมีการเล่าเรื่องราวแบบมี Storytelling และมีการสื่อสารทั้ง 2 ทาง ระหว่างผู้สื่อความหมายและนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล

และซัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2555) ที่กล่าวว่า การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพผ่านบุคคลนั้น คือภัณฑารักษ์ชุมชนหรือคนในท้องถิ่นจำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี สามารถกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวได้คิดและร่วมค้นหาคำตอบก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ที่สำคัญถ้าผู้บรรยายมีอารมณ์ขันก็สามารถสร้างบรรยากาศให้สนุกสนานสร้างความสนิทสนมเป็นกันเอง ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจในที่สุด อีกทั้ง ยังสามารถให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

การสื่อความหมายผ่านกิจกรรม เป็นกิจกรรมที่แปลกใหม่ ไม่เคยสัมผัสมาก่อน หรือแตกต่างจากชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว ได้แลกเปลี่ยนพูดคุยซึ่งกันและกัน นำมาซึ่งมิตรภาพและความผูกพัน สอดคล้องกับ ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์ และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า การสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชม ชื่นชอบต่อกิจกรรม สนุกสนานกับการทำกิจกรรม เกิดความผูกพัน มิตรภาพ นอกจากนี้ สามารถสื่อความหมายผ่านสถานที่และสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อสื่อถึงความดั้งเดิมของมรดกทางวัฒนธรรม แต่สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ คือ กิจกรรมหรือพื้นที่นั้นต้องมีความปลอดภัย มีความสะอาด และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ส่งผลด้านลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ Mossberg (2007) กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ควรให้ความสำคัญต่อการยกระดับความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว (Safety) ส่งเสริมด้านความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่นั้น (Hygiene) ส่งเสริมความเป็นธรรมในการท่องเที่ยว (Fairness) ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยการรักษาสิ่งแวดล้อม (Sustainability) รวมทั้ง ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนต่อไป

การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ นำเสนอกิจกรรมที่แปลกใหม่ และสัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งอาจมีการสื่อความหมายผ่านคู่มือหรือหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่นำเสนอถึงความรู้สึก ความห่วงใยของเจ้าของวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม

การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ควรมีการนำเสนอกิจกรรมหรือบรรยากาศที่แสดงถึงความผูกพันของคนในชุมชน และระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว ผ่านการบอกเล่าด้วยทางข้อความ และวิดีโอ รวมทั้ง การบรรยายความรู้ที่มีคนในชุมชนเป็นผู้สื่อความหมาย นอกจากนี้ พบว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้กลายเป็นผู้สื่อความหมายให้กับแหล่งท่องเที่ยวนั้น บอกเล่าถึงความรู้ ความผูกพันและความประทับใจในการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวของตนเอง บน Pantip Website, Instagram, Facebook และ YouTube

3) การพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) การสื่อความหมายผ่านบุคคล สิ่งสำคัญที่สุด คือ เริ่มต้นจากคนในชุมชนให้เกิดการสร้างตระหนักรู้ถึงบทบาทและความสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ร่วมกันดูแลรักษาชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่กับการดูแลนักท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยรอยยิ้มและน้ำใจอันเป็นเสน่ห์แบบไทย สอดคล้องกับ Silberman (2008) ที่กล่าวว่า เจ้าบ้านหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยอันสำคัญยิ่ง ต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เนื่องจาก การตระหนักรู้ถึงบทบาทและความสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีจิตสำนึกร่วมกันดูแลรักษา สามารถช่วยกระตุ้น และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้

นอกจากนี้ หากต้องการพัฒนาให้นักท่องเที่ยวเกิดการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกต่อมรดกทางธรรมชาติ ควรให้นักท่องเที่ยวใกล้ชิดกับธรรมชาติมากที่สุด ให้ข้อมูล ความรู้และความเข้าใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ การสื่อความหมายที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาจิตสำนึกต่อมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ภัณฑารักษ์ชุมชนต้องมีการบอกเล่าถึงความห่วงใยทรัพยากรของคนในชุมชน อธิบายถึงกฎ กติกา ระเบียบ ในการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน สอดคล้องกับ ชิวสิทธิ์ บุญเกียรติ (2551) กล่าวว่า ผู้สื่อความหมายต้องมีกระบวนการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเคารพกติกาของชุมชน ขณะที่ชุมชนก็ต้อง

เคารพนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน จึงจะเกิดความสุขของการท่องเที่ยวทำให้แหล่งท่องเที่ยวดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งนักท่องเที่ยวก็สามารถชื่นชมธรรมชาติที่งดงามจากแหล่งท่องเที่ยวด้วยพร้อม ๆ กัน

การสื่อความหมายผ่านกิจกรรม เป็นการกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว ด้วยการออกแบบสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ รวมถึง กิจกรรมอันสร้างสรรค์ที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อเสริมประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ควรมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วม เรียนรู้โดยการปฏิบัติ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์มากที่สุด เช่น กิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติและสัตว์ต่าง ๆ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการละเล่นหรือการแสดง อันเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมชุมชน กิจกรรมที่ได้ช่วยเหลือชุมชน ก่อให้เกิดความหวงแหนทรัพยากรและการพัฒนาจิตสำนึก สอดคล้องกับ อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2545) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนที่ตระหนักรู้ถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความรักและความหวงแหนทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนขึ้นในจิตใจ จะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพ ที่ดีต่อไปแบบยั่งยืน

การสื่อความหมายผ่านสื่อออฟไลน์ มีการนำเสนอเพื่อก่อให้เกิดการเห็นคุณค่าทรัพยากรมรดกทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม เช่น การแทรกข้อความสั้น ๆ ที่น่าประทับใจเกี่ยวกับการพัฒนาจิตสำนึกไว้ในจุดที่นักท่องเที่ยวมองเห็นง่าย ป้ายบรรยายเรื่องราว การสื่อความหมายผ่านสื่อต่าง ๆ ด้วยภาพหรือข้อความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นอันตราย หรือพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการทำลายความยั่งยืนต่อทรัพยากร

การสื่อความหมายผ่านสื่อออนไลน์ ควรมีการนำเสนอข้อมูลเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างมีอัตลักษณ์ ควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งการสื่อความหมายที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในการพัฒนาจิตสำนึก (Awareness) ความซาบซึ้งใจ (Appreciation) และความเข้าใจ (Understanding) สุดท้ายจะทำให้เกิดการสื่อความหมายด้วยนักท่องเที่ยวเอง เนื่องจาก หากนักท่องเที่ยวเดินทางกลับแล้วเกิดความซาบซึ้งใจ (Appreciation) ก็มักจะนำไป Review บน Website เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและประสบการณ์อันน่าจดจำจากการเดินทาง โดยเฉพาะเรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมที่สร้างความทรงจำและความภาคภูมิใจ จึงต้องการบอกต่อถึงกิจกรรมที่ช่วยสร้างประโยชน์ให้กับสิ่งแวดล้อมที่ได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไป ท้ายที่สุด นักท่องเที่ยวจะมีบทบาทเป็นนักสื่อความหมายให้กับชุมชนไปด้วย สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2555) ที่กล่าวถึง สื่อออนไลน์ ว่าเครื่องมือสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายบนอินเทอร์เน็ตในยุคปัจจุบัน มีคุณสมบัติพิเศษคือ สามารถให้ข้อมูลได้ทันทีและทันต่อเหตุการณ์เสมอ ทำให้เกิดผลเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยสร้างเรื่องราวหรือข้อความ ที่ต้องการสื่อสารเพื่อให้สังคมออนไลน์รับรู้ เช่น Weblog Website YouTube Instagram

ภัณฑารักษ์ชุมชนต้องเรียนรู้ถึงสิ่งที่ตนเองต้องการสื่อความหมายออกมาอย่างถูกต้อง และเมื่อนักท่องเที่ยวจะได้รับผลจากการสื่อความหมายจากภัณฑารักษ์ชุมชนที่ประสิทธิภาพ นักท่องเที่ยวจะกลายเป็นผู้สื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น สอดคล้องกับ แก้วดา มุ่งเกษม และสมพงษ์ อำนวยเงินตรา (2558) ที่กล่าวว่า การสื่อความหมายที่ประสิทธิภาพจะก่อให้เกิด “Scalability” ขยายผลออกไปเอง ผลลัพธ์ที่ได้รับคือนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนเพิ่มมากขึ้น (เดชา โคเวียมไพโรจน์, 2561) เป็นเสมือน “E-Word of Mouth” การสื่อสารแบบปากต่อปากบนสื่อออนไลน์ ด้วยการแบ่งปันรูปภาพ ข้อความ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Pantip Webpage, Instagram, Twitter รวมไปถึงการแชร์ผ่านช่องทางอื่น ๆ ที่ทำให้ครอบครัว เพื่อน ได้มีโอกาสพบเห็นข้อมูล นอกจากนี้ การสื่อความหมายที่ดียังสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ คือ นวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวโดยคนในชุมชน ผ่านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ ผ่านสื่อที่มีทั้งประเภทแบบออฟไลน์และออนไลน์ นอกจากนี้ คนในท้องถิ่นในฐานะที่เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว จำเป็นต้องมีความซาบซึ้งใจ มีจิตสำนึกรักต่อทรัพยากรทั้งทางวัฒนธรรม ทางธรรมชาติ มีความเข้าใจประวัติความเป็นมาของชุมชน จึงจะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวด้วยอารมณ์ ความรู้สึกจากภายใน ซึ่งจะเป็นการสื่อสารที่ทำให้เกิดประสิทธิผล สร้างการรับรู้และเกิดประสบการณ์อย่างลึกซึ้งให้แก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น นวัตกรรมการสื่อความหมาย ควรมีการตั้งจุดมุ่งหมายถึงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เนื่องจาก จากผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมการสื่อความหมาย รวมถึงสื่อที่ใช้ ทำให้นักท่องเที่ยวทำให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยไปสามารถนำไปประยุกต์ใช้และต่อยอดทั้งในนิเวศพิพิธภัณฑสถานทั้ง 3 แห่ง รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะอื่น ๆ อันใกล้เคียงกันให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ชุมชนรู้จักตนเอง เกิดการตระหนักถึงการอนุรักษ์และบริหารจัดการทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ด้วยการปลูกฝังให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ยังช่วยพัฒนาศักยภาพชุมชนในการนำจิตวิญญาณท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการศึกษาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ที่มีความสัมพันธ์กับมรดกทางวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการถ่ายทอดอย่างมีอุดมการณ์ของภัณฑารักษ์ชุมชนแก่นักท่องเที่ยว อันก่อให้เกิดพลังของความสำเร็จอย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สามารถนำรูปแบบนวัตกรรมการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวผ่านนิเวศพิพิธภัณฑสถาน ไปพัฒนาหรือปรับใช้ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การพัฒนารูปแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
2. นำผลการวิจัยไปสามารถนำไปประยุกต์ใช้และต่อยอดให้แก่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะอื่น ๆ อันใกล้เคียงกันให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เช่น พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการพัฒนาศักยภาพของภัณฑารักษ์ชุมชนในการสื่อความหมาย ทั้งด้านการสื่อความหมายผ่านบุคคลและผ่านสัญลักษณ์ เพื่อให้ภัณฑารักษ์ชุมชนมีการนำเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อชุมชน
2. จากผลของการวิจัยแสดงให้เห็นถึงลักษณะของนิเวศพิพิธภัณฑสถานที่มีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้การให้ความหมายหรือคำจำกัดความของนิเวศพิพิธภัณฑสถานที่คลุมเครือ ดังนั้น ควรมีการศึกษาเพื่อให้เห็นคุณลักษณะที่โดดเด่นหรือแตกต่างของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพิพิธภัณฑสถานกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: วี.ที.เค.พรินต์ติ้ง.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2563). *แผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565) ของกรมพัฒนาชุมชน*. สืบค้น 28 สิงหาคม 2563, จาก <https://plan.cdd.go.th/cddplan3years>
- แก้วตา มุ่งเกษม, และสมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2558). *การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: วี.ที.เค. พรินต์ติ้ง.
- ชีวิสิทธิ์ บุญเกียรติ. (2551). *พิพิธภัณฑ์บันทึก : ทบทวนบทเรียนจากการวิจัยและพัฒนาพิพิธภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ณิศรา กายราศ. (2557). *นิเวศพิพิธภัณฑ์ โดยชุมชน แนวคิดใหม่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. นครปฐม: รุ่งศิลป์การพิมพ์.
- เดชา โคเวียมไพโรจน์. (2561). *พลิกโมเดลธุรกิจด้วยดิจิทัล: Transforming to a Digital Business*. กรุงเทพฯ: DECHA. K.
- ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์, ณัฐกานต์ แน่พิมาย, เสาวภาคย์ สว่างจันทร์, และพงศ์เทพ แก้วเสถียร. (2562). การพัฒนา *นักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในอำเภอตอนล่าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 15(1), 157-162.
- ราณี อิลิซียกุล, และซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2555). การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 7(1), 41-57.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2545). *นิเวศประวัติศาสตร์ : พรมแดนความรู้*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- Beck, L., & Cable, T. T. (2011). *The Gifts of Interpretation: Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture* (3rd ed.). Urbana, IL: Sagamore Publishing.
- Birkner, Z., & Máhr, T. (2016). Interpreting innovation – in another way. *Vezetéstudomány - Budapest Management Review*, 47(10), 39-50.
- Borrelli, N., & Davis, P. (2012). How Culture Shapes Nature: Reflections on Eco museum Practices. *Nature and Culture*, 7(1), 31-47.
- Choi, S. S. (2016). A Study on Effect of Tourism Storytelling of Tourism Destination Brand Value and Tourist Behavioral Intentions. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(46), 1-6.
- David, P. (2011). *New Museology, Communities, Ecomuseums (Lesson 5-7)*. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre.
- Eun, S. B. (2013). *Eco-museum Project for Sustainable Rural Development*. Seoul: Bookkorea Press.
- Ham, S. H. (1992). *Environmental Interpretation*. Colorado: North American Press.
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23, 465-474.
- Mossberg, L. (2007). A marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74.
- Nation Tourism Development Authority. (2016). *Tourism Development & Innovation. A Strategy for Investment 2016-2022*.

- Rivière, G. H. (1985). The Ecomuseum: An Evolutive Definition. *Museum International*, 37(4), 182-183.
- Saskatchewan, H. (2015). *Ecomuseum Concept: A Saskatchewan Perspective on "museums Without Walls"*. Regina, SK: Heritage Saskatchewan and Museums Association of Saskatchewan.
- Shin, H. (2006). A Study on the Peculiarities by Themes of Ecomuseums in Europe. *Hankuk Nongchon Konchuk Hakhway Nonmunjib*, 8(2), 8-11.
- Silberman, N. A. (2008). *The ICOMOS Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites*. Retrieved September 6, 2020, from http://works.bepress.com/neil_silberman/21/
- Tilden, F. (1977). *Interpreting our Heritage*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Usui, M. (2009). นวัตกรรมบริการ : เบื้องหลังความสำเร็จของเซเว่นอีเลฟเว่น เจแปนและธุรกิจบริการยุคใหม่ [Zukai Seven-Eleven ryu service innovation no joken] (ขโมยพร สุธรรมวงศ์ และบัณฑิต โรจน์อารยานนท์, ผู้แปลและเรียบเรียง). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- Zhiyu, L. (2018). Innovation through interpretation: how judges make policy in China. *Tulane journal of international and comparative law*, 26(2), 327-380.