

การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



นางสาวมารีน รัตนฤทธิกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทศาสตรรัฐกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ 2542

ISBN : 974-281-291-8

An Analytical Study on the Methods of Using Media for
Tourism Development in Ayutthaya Province



Miss Maryn Rattanaarithikul

Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Business Communication Arts
Graduate School, Dhurakijpundit University
1999
ISBN : 974-281-291-8



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา


โดย น.ส.มารีน รัตนฤทธิกุล

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....
(รศ.ดร.สมควร กวียะ)

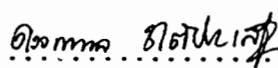
ประธานกรรมการ


.....
(ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด)

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....

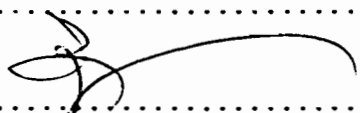
กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม


.....
(ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

.....

กรรมการ


.....
(อาจารย์อรุณ งามดี)

กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


.....
(ดร.พรพันธุ์ พาลุสุข)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ๒๑ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๒

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความร่วมมือและช่วยเหลือจากบุคคลและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยให้ความสนับสนุนด้านข้อมูลความคิดเห็น การวิจารณ์และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

ผู้เขียนขอขอบคุณองค์กรและบุคคลทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านวิชาการ ได้รับความอนุเคราะห์หนังสือ เอกสารข้อมูลและคำแนะนำต่าง ๆ จาก รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ , ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรเชษฐ์ เชษฐมาส มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, อาจารย์สายสุนีย์ สิงห์วัฒน์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ คุณบวรเวท รุ่งรุจี สำนักงานโครงการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ในด้านการสำรวจได้รับความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก คุณพิชัย วงษ์สุวรรณ, คุณปฏิพัฒน์ พุ่มพงษ์แพทย์, คุณพันธ์เลิศ มีวุฒิสงฆ์, พระครูปลัดสุรินทร์ กิตติโก, คุณธีรวัฒน์ กิ่งแก้วโสภณ และ คุณสมพาสน์ มีพรรณ

นอกจากองค์กรและบุคคลที่ได้กล่าวถึงในเบื้องต้นแล้ว ยังมีบุคคลอีกเป็นจำนวนมากที่ได้ให้ความกรุณาและความร่วมมืออันดียิ่งด้านข้อมูลต่าง ๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ เนื่องจากผู้เขียนไม่สามารถจะกล่าวนามได้ทั้งหมด จึงใคร่ขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ท้ายสุดผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ อาจารย์วิชัย ผิวผ่อง ที่ให้ความช่วยเหลือประสานงานต่าง ๆ ในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จด้วยดี ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่ให้การศึกษารับทุนการศึกษาในการทำวิทยานิพนธ์นี้ โดยขอขอบคุณอย่างยิ่งต่อ ศาสตราจารย์สุกัญญา สดบรรทัด อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำตลอดการดำเนินงาน และท้ายที่สุดขอขอบคุณครอบครัว รัตนฤทธิกุล ศูนย์รวมของความรักและกำลังใจที่ดีตลอดมา

ท่านทั้งหมดทั้งที่กล่าวนามและมีได้กล่าวนาม ต่างมีส่วนร่วมต่อการทำให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงด้วยความเรียบร้อย จึงใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้อีกครั้งหนึ่ง

มารีน รัตนฤทธิกุล

มกราคม 2542

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1. ความสำคัญและที่มาของการศึกษา.....	1
2. ปัญหานำวิจัย.....	4
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
4. ขัอสันนิษฐานเบื้องต้น.....	5
5. ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา.....	6
6. นิยามศัพท์.....	6
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
1. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา.....	10
2. ทฤษฎีการสื่อสารและแนวคิดการสื่อสารเพื่อการจูงใจ.....	14
3. แนวคิดและทฤษฎีสัญญาวิทยา.....	21
4. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	23
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	31
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	36
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
5. การตรวจสอบข้อมูล.....	37
6. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
7. การนำเสนอข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. สภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวและการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว.....	40
1. สภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	40
1.1 กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในเกาะเมือง.....	40
1.2 กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบริเวณบางปะอินและบางไทร.....	52
1.3 กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวรอบนอกเกาะเมืองบริเวณอโยธยาใต้.....	55
1.4 กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มย่อยที่กระจายรอบนอกเกาะเมือง.....	57
2. การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวขององค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	62
2.1 สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 กรมศิลปากร.....	62
2.2 สำนักพระราชวัง.....	77
2.3 คณะสงฆ์.....	79
2.4 จังหวัด.....	89
2.5 องค์กรเอกชน.....	93
5. แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	105
1. แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	105
1.1 การใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว.....	105
1.2 การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	119
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อในสถานที่ท่องเที่ยว.....	156
3. การวิเคราะห์การใช้สื่อในปัจจุบันภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8	162
6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	167
1. ข้อจำกัดในการวิจัย.....	173
2. ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	173
3. ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	177
3.1 กรณีศึกษา วัดพระศรีสรรเพชญ์.....	179
4. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต.....	185
บรรณานุกรม.....	186
ภาคผนวก.....	189
ประวัติผู้เขียน.....	199

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงอัตราเจ้าหน้าที่ประจำส่วนบริการวิชาการและการท่องเที่ยว.....	72
2. แสดงงบประมาณในการดำเนินโครงการ.....	73
3. แสดงกิจกรรมและลักษณะทางกายภาพของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร.....	97
4. แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของสำนักงานโบราณคดี และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร.....	109
5. แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของสำนักพระราชวัง.....	113
6. แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของส่วนจังหวัด.....	113
7. แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของคณะสงฆ์.....	115
8. แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบขององค์กรเอกชน.....	118
9. แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของสำนักงานโบราณคดี และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3.....	148
10. แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของวัดต่าง ๆ	149
11. แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของจังหวัด.....	150
12. แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของสำนักพระราชวัง.....	150
13. แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจขององค์กรเอกชน.....	151
14. สรุปภาพรวมการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขององค์กรต่าง ๆ	169
15. สรุปภาพรวมแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจขององค์กรต่าง ๆ.....	171

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. Conceptual Framework.....	9
2. แบบจำลองกระบวนการในการวิเคราะห์เนื้อหา.....	12
3. โครงสร้างการสื่อสาร.....	15
4. แสดงตัวอย่างการออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์.....	67
5. แสดงตัวอย่างการออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์.....	68
6. แสดงตัวอย่างการออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์.....	69
7. แสดงตัวอย่างการออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์.....	70
8. โครงสร้างการบริหารงานของศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา.....	91
9. สัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว.....	152
10. สัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว.....	152
11. สัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว.....	152
12. สัญลักษณ์ห้องสุขา.....	153
13. สัญลักษณ์ห้องสุขา.....	153
14. สัญลักษณ์สากลที่จอดรถ.....	154
15. สัญลักษณ์ที่จอดรถที่ใช้ภาพสิ่งของ.....	154
16. สัญลักษณ์ที่จอดรถที่ใช้ภาพสิ่งของ.....	154
17. สัญลักษณ์ห้ามจอดรถ.....	154
18. สัญลักษณ์แสดงกิจกรรมต้องห้าม.....	155
19. สัญลักษณ์แสดงกิจกรรมต้องห้าม.....	155
20. แผ่นป้ายบอกชื่อสถานที่.....	180
21. แผ่นป้ายข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว.....	180
22. แผ่นป้ายเพื่อใช้ควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	181
23. แผ่นป้ายข้อมูลสิ่งก่อสร้างภายใน.....	182
24. แผ่นป้ายข้อมูลสิ่งก่อสร้างภายใน.....	182
25. แสดงแผนผังและตำแหน่งการติดตั้งแผ่นป้าย.....	183
26-31. ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.....	190
32-37. ตัวอย่างการใช้สื่อในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา.....	191
38-39. ตัวอย่างการใช้สื่อในพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย.....	192
40-41. ตัวอย่างการใช้สื่อในปางช้างอยุธยาแลเพนียด.....	192
42-47. ตัวอย่างการใช้สื่อในศูนย์ศิลปาชีพบางไทร.....	193
48-49. ตัวอย่างการใช้สื่อในพระราชวังบางปะอิน.....	194

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
50-51. ตัวอย่างการใช้สื่อในวิหารพระมงคลบพิตร.....	194
52-53. ตัวอย่างการใช้สื่อในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทระเกษม.....	195
54-55. ตัวอย่างการใช้สื่อในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา.....	195
56-67. ตัวอย่างการใช้สื่อในวัดต่าง ๆ	196

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ชื่อนักศึกษา	นางสาวมารีน รัตนฤทธิกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2541

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศไทย ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ของประเทศ แต่การเติบโตของการท่องเที่ยวกลับส่งผลกระทบต่อความเสียหายสู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมากมายโดยเฉพาะจากนักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพของนักท่องเที่ยว จึงเป็นวิถีทางหนึ่งที่จะช่วยลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวได้ ด้วยการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ ความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาคือการวิจัยเชิงคุณภาพ และแนวคิดสำคัญที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แนวคิดการสื่อสารเพื่อการจูงใจ แนวคิดสัญวิทยา และแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีแนวทางการใช้สื่อใน 3 แนวทางคือ

1. การใช้สื่อเพื่อสร้างการดึงดูดใจ สื่อบุคคลจะใช้ลักษณะทางบุคลิกภาพและทักษะการสื่อสารในการสร้างการดึงดูดใจ ส่วนสื่อเฉพาะกิจใช้ลักษณะทางกายภาพของสื่อและการใช้จุดเร้าใจในสารในการสร้างการดึงดูดใจ
2. การใช้สื่อเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ด้วยการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ความเป็นมา สถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง พิธีกรรมความเชื่อ หัตถกรรมพื้นบ้าน งานเทศกาลประเพณี สิ่งที่น่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และเรื่องราวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดเด่นหรือจุดขายของสถานที่นั้น ๆ
3. การใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ด้วยการสร้างเนื้อหาสาระในลักษณะของการห้าม การเตือน การแนะนำ การบอกทิศทาง และการบอกเงื่อนไขบางอย่างเพื่อควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี แนวทางการใช้สื่อดังกล่าวยังไม่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน ในด้านการพัฒนาจิตใจและการรักษาสภาพแวดล้อม

Thesis Title	An Analytical Study on the Methods of Using Media for Tourism Development in Ayutthaya Province
Name	Miss Maryn Rattanaarithikul
Thesis Advisor	Professor Sukanya Sudbanthad
Department	Business Communication Arts
Academic Year	1998

ABSTRACT

Tourism is an important source of income for Thailand. It involves many other development projects of the country. Yet, its growth has caused damage to many tourist attractions and surroundings. One effective measure to lessen this bad effect is to educate people to be potential tourists who are knowledgeable, responsible, well-aware of conserving natural resources and the environment.

The study aimed at exploring methods of using media to boost tourism adopted by various tourist resorts in Ayutthaya. The role of media on tourism development under The 8th National Economic and Social Development Plans directed towards permanent development was also examined. This research is conducted by using qualitative research method. The research is based on concepts of persuasive communication, semiology and tourism development.

The study revealed that there were 3 methods of using media to boost tourism in Ayutthaya, namely:

1. Attracting people's attention through the use of real persons' attractive personality and effective communication skills. But for specialized media, their physical characteristics and the message appeals were used.
2. Creating knowledge and awareness by informing people of tourist attractions, history of the places, architecture, traditions, beliefs, local handicrafts, places / things of interest, facilities and other selling points of the places.
3. Controlling tourist areas by presenting messages of prohibiting, warning, introducing, directing, and setting up some measures to control the number of tourists.

However, the methods of using media as mentioned above had no connection with the long-lasting development regarding the sense of awareness for environmental conservation.

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของการศึกษา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ขึ้นต่อคุณภาพของมนุษย์ ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งไม่สามารถแยกตัวออกจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจอื่น ๆ กระบวนการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนา จนเกิดเป็นสาขาที่สำคัญสาขาหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ จนขยายตัวเป็น "อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว" (Tourism Industry) ที่ก่อให้เกิดรายได้ที่สำคัญของประเทศ ในช่วงที่เกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจหลายครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักสามารถทดแทนภาวะชะงักงันของเศรษฐกิจได้ดี ดังนั้นในระยะเวลาที่ผ่านมา การท่องเที่ยวจึงได้มุ่งเน้นมิติทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ซึ่งการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องควบคู่กับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้สร้างปัญหาทั้งทางตรงและทางอ้อมเช่นเดียวกับการพัฒนาในอุตสาหกรรมสาขาอื่น ๆ

การเพิ่มพูนของปัญหาต่างๆ ดังกล่าว ได้ถึงจุดวิกฤติในระดับโลก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของกระแสความคิดในการยอมรับความจริงของความสูญเสียและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากร สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม จากการกระทำของมนุษย์ นำไปสู่การเสนอทางเลือกใหม่ในการพัฒนาที่เรียกว่า "การพัฒนาที่ยั่งยืน" (Sustainable Development) ซึ่งหมายถึง การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมปัจจุบัน ด้วยความคิดหรือวิธีการที่ชาญฉลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะเวลาที่ยาวนานที่สุดและก่อปัญหาผลกระทบน้อยที่สุด โดยไม่บั่นทอนศักยภาพในการพัฒนาของคนยุคหน้าในการแสวงหาการตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งแนวคิดนี้แม้เป็นความหมายในเชิงอุดมคติ (Ideal) แต่ความจริงแล้วเป็นสิ่งที่สามารถทำได้หรืออย่างน้อยที่สุดอาจถือได้ว่าเป็นหลักการที่ดีที่จะมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน จากแนวคิดนี้ไปสู่การผลักดันให้ประเทศต่าง ๆ มีการปรับแต่งนโยบาย กลยุทธ์และรูปแบบวิธีปฏิบัติใหม่

แนวคิดดังกล่าวได้ขยายครอบคลุมไปสู่การท่องเที่ยว ประชาชนเริ่มรวมกลุ่มผลักดันให้มีการทบทวนบทบาทและแก้ไขปัญหาของการท่องเที่ยวแบบบริโภคนิยม ซึ่งไม่คำนึงถึงคุณค่าของสังคม

¹ Shirley. E. **Beyond the Green Horizon : A Discussion Paper on Principles for Sustainable Tourism.** Et al. (ed.). UK : WWF, 1992. P. 54.

และสิ่งแวดล้อมที่ต้องสูญเสียไป และได้เริ่มแสดงเจตนาที่ชัดเจนทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการดูแลรักษาธรรมชาติ สังคมและศิลปวัฒนธรรมในประเทศเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแนวใหม่ (Alternative Tourism) มีชื่อเรียกต่างๆ กันไป เช่น Green Tourism, Conservation Tourism, Ecotourism, การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศน์ ฯลฯ ซึ่งไม่ว่าจะใช้ชื่ออะไร แต่ทั้งหมดก็คือวิธีการที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

ในประเทศไทย ได้มีการทบทวนบทเรียนจากการพัฒนาประเทศที่ผ่านมา ซึ่งขาดความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่พบว่า² แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย 2,637 แห่ง มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากที่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม และมีถึง 172 แห่งที่อยู่ในภาวะวิกฤติ และพบว่า ปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่พบกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ กระจุกอยู่ที่ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพ สิ่งแวดล้อม และการจัดการเป็นหลัก ซึ่งให้เห็นว่า ปัญหาหลักของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเกิดจากการไม่ได้รับการเอาใจใส่ ทอดทิ้ง ขาดการดูแล และการจัดการที่ดี รวมถึงการที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปเกินความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity)³ และประการสำคัญคือประชาชนและนักท่องเที่ยวมักคิดว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นของสาธารณะ จึงใช้กันอย่างขาดความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมเร็วกว่าปกติ

จากการทบทวนผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาประเทศ ทำให้มีการปรับเปลี่ยนการพัฒนาในรูปแบบใหม่ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544 ซึ่งเป็นแผนชี้ทางการพัฒนาต่าง ๆ ของประเทศ มีลักษณะเป็นแผนกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นตามกระบวนการและวิธีการวางแผนแนวใหม่ ปรับเปลี่ยนการชี้ทิศทางการพัฒนาแบบแยกส่วนมาเป็นแบบองค์รวม คือการพัฒนาแบบรวมส่วนในลักษณะของการบูรณาการ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ อันจะทำให้การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพและความยั่งยืน

สาระสำคัญของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ได้ถูกเชื่อมโยงไปสู่การกำหนดนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี 2540-2546 ในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้

² “รับมือฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว Amazing Thailand ‘ได้แค่ฝัน” ผู้จัดการ. 7-13 กรกฎาคม 2540, หน้า 13-14.

³ ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) หมายถึง ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ความสามารถในการรองรับของพื้นที่จะมีขีดจำกัดในตัวเอง กล่าวคือ มนุษย์สามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ผืนนั้นๆ ได้จนถึงระดับหนึ่งเท่านั้น ซึ่งหากมีการใช้ประโยชน์เลยขีดจำกัดนี้ไปแล้วจะทำให้สภาพและความสมดุลของพื้นที่สูญเสียไปจนเกิดปัญหาต่อเนื่องอื่นๆ ตามมา

สามารถรองรับ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว⁴ โดยมุ่งเน้นให้ “คน” เป็นศูนย์กลางหรือจุดมุ่งหมายหลักของการพัฒนา โดยให้ประชาชนทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ หน่วยงาน องค์กร ประชาชนท้องถิ่น ผู้ถูกท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ในฐานะเป็นกลุ่ม “คน” ที่ต้องสัมผัสกับทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยตรง ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือในการท่องเที่ยวที่ติดนั้น จะต้องพยายามให้เกิด “ความรู้” และ “ความรับผิดชอบ”⁵ จึงต้องอาศัยสื่อซึ่งเป็นอุปกรณ์สำคัญให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและเกิดประสิทธิภาพต่อการสร้างความรู้ ชักจูงให้เกิดจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ในการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อการท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาส่วนใหญ่ยังคงเป็นการศึกษาเชิงปริมาณในเรื่องของการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว ประสิทธิภาพของสื่อการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว และการศึกษาสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ยังไม่พบการศึกษาวิเคราะห์ถึงการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ⁶

1. เพื่อสร้างการดึงดูดใจ (Attraction) ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ (Interest) ในสถานที่ท่องเที่ยว
2. เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ (Awareness) ความพึงพอใจ (appreciation) และความรู้ความเข้าใจ (Knowledge and Understanding) เกี่ยวกับพื้นที่ที่ไปเยือน เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และความรู้ที่มีคุณค่ากลับไป
3. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่ หรือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการ ซึ่งสามารถทำได้สองแนวทาง คือ แนวทางแรก ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรู้จักใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ด้วยความระมัดระวัง และปลูกฝังพฤติกรรมที่ถูกต้องเมื่อเข้าไปเยือนพื้นที่ แนวทางที่สอง สามารถใช้เป็นเครื่องมือลดอันตรายหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยการสื่อสารเป็นตัวชกน่านักท่องเที่ยวให้หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่บริเวณที่ง่ายต่อการสูญเสียสภาพและความสมดุลย์ตามธรรมชาติ
4. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพื้นที่ กิจกรรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นการช่วยเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับสถานที่ท่องเที่ยวและหน่วยงานนั้น

⁴ แผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2540-2546. กองแผนงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

⁵ ภราเดช พยัฆวิเชียร. “พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน.” จุลสารการท่องเที่ยว. 15, 2. เมษายน-มิถุนายน 2539, หน้า 4-7.

⁶ Sharpe, Grant W. and other. “Interpreting the Environment.” 1 St ed. John Wiley and Sons, New York, 1976. p. 4-5

จากเหตุผลดังกล่าว สื่อในสถานที่ท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในการพัฒนาเศรษฐกิจ การรักษาสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนา “คน” ให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความหวงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญอีกข้อหนึ่งของแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี 2540-2546

การเลือกศึกษา “จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เนื่องจากเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่ใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวมาฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจที่เคยตกต่ำ ประกอบกับเป็นจังหวัดที่มีลักษณะโดดเด่นในฐานะเป็นอดีตเมืองหลวงของประเทศไทยที่มีอายุยืนยาวที่สุดถึง 417 ปี จนได้รับการยกย่องและขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชี “มรดกโลก” ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่จนเรียกได้ว่าเกือบทั้งหมดของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน และวัฒนธรรม ทำให้ง่ายต่อการเสื่อมสลายตามธรรมชาติและถูกทำลายจากมนุษย์ การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงต้องอาศัยกระบวนการในการดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวขององค์กรที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจ และกำหนดแนวทางสำหรับให้ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปใช้ประโยชน์ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และให้เกิดความร่วมมือในการป้องกันรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ไว้ให้ยาวนานที่สุด โดยอาศัย “สื่อ” เป็นเครื่องมือในการพัฒนาดังกล่าว

ในการศึกษานี้ นอกจากจะเป็นการตรวจสอบสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบันแล้ว ยังทำการศึกษาถึงการดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรผู้รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว และแนวทางการใช้สื่อในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสถานที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงศักยภาพแนวทางการใช้สื่อในปัจจุบันและความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 และเพื่อประโยชน์ในการวางแผนแนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ไปในทิศทางเดียวกันในอนาคต

ปัญหานำวิจัย

1. สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสภาพเป็นอย่างไรในปัจจุบัน มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวหรือไม่ โดยพิจารณาจากความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและบริการ และด้านสภาพแวดล้อมและคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยว
2. องค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่ กรมศิลปากร จังหวัด คณะสงฆ์ สำนักพระราชวังและองค์กรเอกชน มีนโยบาย การดำเนินงาน หรือการจัดการด้านต่าง ๆ เพื่อการท่องเที่ยวหรือไม่อย่างไร และมีปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงานอย่างไร
3. สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีการใช้สื่ออะไรบ้างในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน และมีแนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร

4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อและสารในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือไม่อย่างไร
5. แนวทางการใช้สื่อในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดใหม่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบสภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อทราบนโยบายการดำเนินงาน การจัดการ และการวางแผนทางการใช้สื่อ ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ขององค์กรต่างๆ ที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบัน
3. เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อและสารในสถานที่ท่องเที่ยว
4. เพื่อทราบความสัมพันธ์ของการใช้สื่อในปัจจุบันกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น

1. สภาพในปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีบางแห่งที่อยู่ในสภาพที่มีความพร้อมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว และมีบางแห่งที่ยังมีสภาพปัญหาอยู่
2. องค์กรต่างๆ ที่รับผิดชอบสถานที่ได้แก่ กรมศิลปากร จังหวัด คณะสงฆ์ สำนักพระราชวัง และองค์กรเอกชน มีการวางแผนนโยบายในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่จะมีปัญหาในบางองค์กรในเรื่องของระบบการทำงาน บุคลากร และงบประมาณ อันเนื่องมาจากนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กรบางแห่งที่ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายทางด้านการท่องเที่ยวโดยตรง
3. แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ทั้งสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีความแตกต่างกันในด้าน
 - 3.1 การสร้างความดึงดูดใจทั้งการใช้จุดเร้าใจในเรื่องของเหตุผล (Logical Appeal) และการใช้จุดเร้าใจด้านอารมณ์ (Emotional Appeal)
 - 3.2 การให้ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสาร ในเรื่องราวต่างๆ ของพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยว
 - 3.3 การใช้สื่อในการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อและสารในการเสริมสร้างและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ในพื้นที่และทรัพยากรต่างๆ อย่างเหมาะสมด้วยความระมัดระวัง
4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการใช้สื่อและสาร ในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นบางแห่ง
5. แนวทางการใช้สื่อในปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยว ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา

1. การเลือกศึกษาวิเคราะห์สื่อและสารที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว จะศึกษาเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่แล้วเท่านั้น
2. เนื่องจากสื่อเดียวไม่สามารถครอบคลุม แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ทั้งหมด การวิเคราะห์นี้จะอาศัยสื่อทั้งหมดของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ประกอบกัน

นิยามศัพท์

แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

หมายถึง วิธีการที่ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของนักท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว กล่าวคือ

1. การสร้างการดึงดูดใจ หมายถึง การทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวโดยการใช้สื่อเป็นตัวสร้างความสนใจ คือ

- 1.1 การสร้างการดึงดูดใจด้วยสื่อบุคคล หมายถึง การใช้ลักษณะทางกายภาพของบุคคล ความสามารถทางทักษะการสื่อสารและบุคลิกลักษณะของบุคคล เป็นตัวดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการฟังหรือมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เพื่อนำไปสู่ความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

- 1.2 การสร้างการดึงดูดใจด้วยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง การสร้างการดึงดูดใจโดยการใช้ลักษณะทางกายภาพของสื่อและลักษณะทางจิตวิทยานำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว โดยการใช้จุดเร้าใจ (Appeal) ในตัวสื่อหรือสารทั้งทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Emotional Appeal) เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่จะตอบสนองความต้องการทางด้านอารมณ์และความรู้สึกของนักท่องเที่ยว และการใช้จุดเร้าใจด้วยเหตุผล (Logical Appeal) เพื่อให้เห็นว่าสารนั้นมีข้อเท็จจริงและความน่าเชื่อถือ

2. การสร้างความรู้ความเข้าใจ หมายถึง การสร้างความรู้ความหมายหรือสื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ในประเด็นต่อไปนี้

- 2.1 เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา หรือเรื่องราวทางประวัติศาสตร์
- 2.2 เรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะและสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง ในสถานที่ท่องเที่ยว
- 2.3 เรื่องราวเกี่ยวกับการผลิตงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน
- 2.4 เรื่องราวเกี่ยวกับพิธีกรรมและความเชื่อ
- 2.5 เรื่องราวเกี่ยวกับงานเทศกาลประเพณี
- 2.6 สถานที่หรือสิ่งที่น่าสนใจในพื้นที่
- 2.7 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในพื้นที่
- 2.8 เรื่องราวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว หมายถึง การนำสื่อมาช่วยในการควบคุมพฤติกรรมและควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว รวมทั้งการชักจูงแนะนำ เพื่อช่วยในการรักษาสถานที่ท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้ได้รับผลกระทบจากนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด โดยการสร้างความรู้ความหมายในลักษณะต่อไปนี้

3.1 การห้าม หมายถึง การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่อนุญาตให้กระทำในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น

3.2 การเตือน หมายถึง การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึง โทษ อันตรายหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น จากการกระทำบางอย่าง หรือจากลักษณะทางภูมิประเทศของสถานที่ท่องเที่ยว

3.3 การแนะนำ หมายถึง การบอกให้นักท่องเที่ยวควรกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพื่อประโยชน์ของตัวนักท่องเที่ยวเอง หรือเพื่อประโยชน์ของสถานที่ท่องเที่ยว

3.4 การบอกทิศทาง หมายถึง การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงเส้นทางที่จะไปในจุดต่าง ๆ ของสถานที่ เพื่อลดผลกระทบของพื้นที่ที่อาจเกิดขึ้น จากการเดินทางอย่างไม่รู้ทิศทางของนักท่องเที่ยว

3.5 การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว หมายถึง การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงเงื่อนไขหรือข้อจำกัดของสถานที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวใช้สถานที่นั้นเกินกำลังความสามารถที่จะรับได้

สื่อ

หมายถึง สิ่งที่สถานที่ท่องเที่ยวใช้เป็นตัวกลางในการนำ ความรู้ ประสบการณ์ และสิ่งต่าง ๆ ที่สถานที่ท่องเที่ยวต้องการที่จะถ่ายทอดไปสู่นักท่องเที่ยว ในระหว่างการเยือนพื้นที่ แบ่งออกเป็น สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

สื่อเฉพาะกิจ

หมายถึง สื่อที่สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งผลิตขึ้นโดยมีเนื้อหาเฉพาะเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่นักท่องเที่ยวและประชาชนที่เข้ามาเยือนสถานที่ โดยแบ่งออกเป็น

1. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อที่ต้องอาศัยเทคนิคและเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ วีดีโอ, สไลด์ประกอบเสียง, เสียงตามสาย, ระบบอัตโนมัติต่าง ๆ

2. สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง สื่อที่ทำด้วยกระดาษใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ แผ่นพับ หนังสือคู่มือ โปสเตอร์ แผ่นปลิว ฯลฯ

3. แผ่นป้าย หมายถึง แผ่นไม้ แผ่นโลหะ หรือแผ่นที่ทำจากวัสดุของแข็งอื่น ๆ ที่เขียนข้อความหรือสัญลักษณ์ ในการสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยว

4. สื่อประเพณี หมายถึง กิจกรรมที่แสดงออกซึ่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้น เช่น ประเพณีการคล้องช้าง พิธีกรรมทางศาสนา การสาธิตการผลิตศิลปหัตถกรรม งานแสดงแสงสีเสียงวันมรดกโลก งานศิลปะบางทิว ฯลฯ เป็นต้น

5. สื่อทัศนศิลป์ หมายถึง งานทางศิลปะที่สถานที่ท่องเที่ยวผลิตขึ้น หรือมีไว้ในครอบครอง แล้วนำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อความรู้ และสร้างจินตนาการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวได้แก่ แบบจำลอง รูปปั้น ภาพวาดหรือภาพเขียน และภาพถ่าย เป็นต้น

สื่อบุคคล

หมายถึง บุคคลที่ได้รับมอบหมายจากองค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ได้แก่ กรมศิลปากร คณะสงฆ์ จังหวัด สำนักพระราชวัง และองค์กรเอกชน ให้มีหน้าที่โดยตรงในการให้บริการด้านข้อมูลกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดกิจกรรมกลุ่ม การพูดอธิบายหรือแนะนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ

หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และเนื้อหาสาระ ในการเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างความสนใจ ให้ความรู้ความเข้าใจ และทำให้เกิดความร่วมมือในการดูแลรักษาทรัพยากร สภาพแวดล้อม และการปฏิบัติตามระเบียบข้อกำหนดของสถานที่

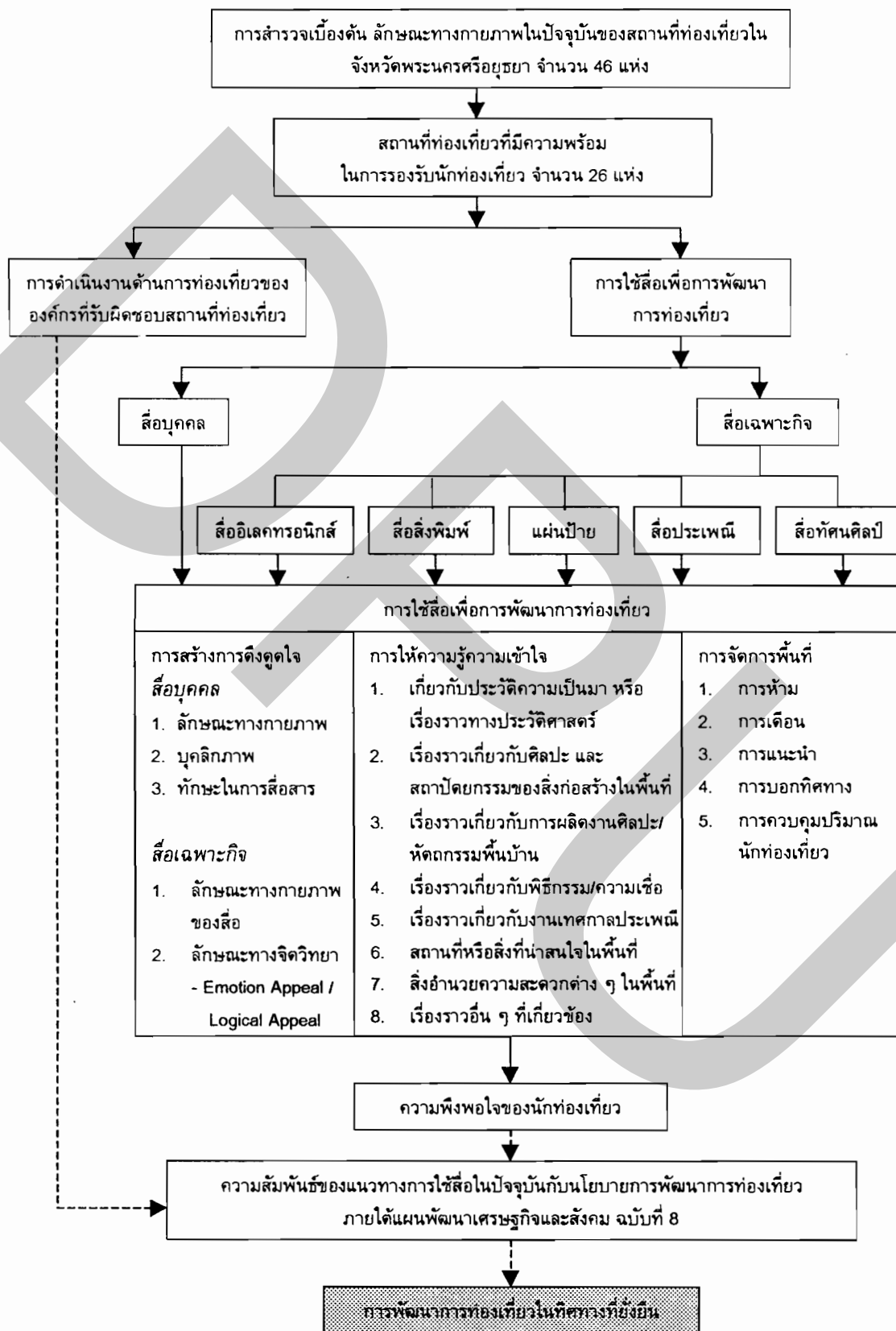
การพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน

หมายถึง การดำเนินงานหรือวิธีการในการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวคิดใหม่ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ด้วยการพัฒนา "คน" ให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี ทั้งทางด้านสติปัญญาและจิตใจเพื่อให้เกิดความรู้ มีความรัก ความหวงแหน และมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ในสภาพเดิมที่ดีต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการศึกษาจะทำให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการกับสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรม รวมถึงการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งให้มีสภาพที่ดีขึ้น
2. ผลการศึกษาจะสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงเนื้อหาของสื่อและการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน
3. ใช้ผลการศึกษาเป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการวางแผนแนวทางการใช้สื่อเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ภาพที่ 1 Conceptual Framework



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. แนวคิดการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
2. ทฤษฎีการสื่อสารและแนวคิดการสื่อสารเพื่อการจูงใจ (Persuasive Communication)
3. แนวคิดและทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiology)
4. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นระเบียบวิธีวิจัยประเภทหนึ่งที่ใช้ในการวิจัยการสื่อสาร เป็น การวิจัยเชิงบรรยาย เป็นการศึกษาที่มุ่งค้นหาลักษณะของการสื่อสารโดยเฉพาะ มีลักษณะผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา

เออร์วิง แอล เจนิส (Irving L. Janis)¹ ให้คำนิยามของการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็น เทคนิค ใด ๆ ก็ตามที่มีลักษณะเป็นไปเพื่อสำหรับการแบ่งกลุ่ม (Classification) ของสัญลักษณ์ (Sign-Vehicles) และขึ้นอยู่กับ การตัดสิน (Judgements) ของนักวิเคราะห์หรือกลุ่มนักวิเคราะห์ ที่จัด แบ่งประเภท (Categories) ของสัญลักษณ์โดยมีฐานจากหลักเกณฑ์ที่สร้างขึ้น เพื่อให้ นักวิเคราะห์ สามารถตัดสินออกมาอย่างเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Observer)²

¹ Irving L. Janis. *The Problem of Validity Content Analysis. The language of Politice : Studies On Quantitative Semantics*, New York : George Steward, 1949), p. 55.

² Irving L. Janis. *Ibid.*, p. 55.

ที่ เอฟ คาร์นี (T.F. Carney) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการอนุมาน โดยอธิบายลักษณะเฉพาะของข่าวสารอย่างเป็นวัตถุวิสัย และเป็นระบบ³

ดับเบิลยู อี คลาสัน (W.E. Clason) ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า นอกจากจะใช้สำหรับการพรรณานี้อาจเป็นวัตถุวิสัย เป็นระบบ เป็นปริมาณแล้ว ยังต้องเป็นที่ปรากฏชัดอีกด้วย⁴

จะเห็นว่าจากความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา มีคำสำคัญ คือ วัตถุวิสัย เป็นระบบ เป็นปริมาณ และที่ปรากฏชัด ดังนี้

1. วัตถุวิสัย (Objective) หมายถึงกลุ่มที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่อาจอธิบายอย่างกระชับ ซึ่งคนต่างกลุ่มกันสามารถวิเคราะห์เนื้อหาประเภทเดียวกันได้โดยใช้คำจำกัดความเหล่านี้ และได้ผลออกมาเหมือนกัน ดังนั้นวิธีการที่เป็นวัตถุวิสัย ผลที่ได้จะขึ้นอยู่กับระเบียบการมิใช่ขึ้นอยู่กับผู้วิเคราะห์

2. เป็นระบบ (Systematic) หมายถึงการคัดเลือกเนื้อหาที่จะทำการวิเคราะห์ จำเป็นต้องไม่มีอคติ ไม่มีการกระเกณฑ์ล่วงหน้า หรืออีกนัยหนึ่งผู้วิเคราะห์ไม่สามารถเลือกที่จะตรวจสอบ เฉพาะบางประการของเนื้อหาที่เหมาะสม หรือสอดคล้องกับสมมุติฐานโดยไม่สนใจประเด็นอื่น ๆ ความหมายของการเป็นระบบนี้ทำให้เห็นชัดว่า การวิเคราะห์เนื้อหาไม่ใช่เรื่องการโต้แย้งในข้อมูลที่มือคด แต่เป็นเรื่องของการพิสูจน์เฉพาะจุดหรือวิธีการที่เป็นระบบ ประการแรกหมายถึง การนำระเบียบการชุดเดียวกันมาใช้กับเนื้อหาทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์ ประการที่สอง หมายถึง การกำหนดกลุ่มที่จะใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อว่าเนื้อหาที่อยู่ในประเด็นทั้งหมดจะได้รับการวิเคราะห์ ประการสุดท้าย หมายถึง การวิเคราะห์ที่ได้รับการออกแบบเพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย

3. เป็นปริมาณ (Quantitative) หมายถึง การแสดงผลของการวิเคราะห์ในรูปของตัวเลข เป็นการกระจายความถี่ และจำนวนร้อยละ ในรูปแบบต่าง ๆ การเสนอด้วยวิธีนี้ช่วยให้เห็นได้ชัดว่า ส่วนใดถูกต้องหรือผิดพลาด โดยอาศัยภาษาทางคณิตศาสตร์เข้าช่วย

4. ที่ปรากฏชัด (Manifest Content) หมายถึงเนื้อหาจะต้องได้รับการลงรหัสในขณะที่ปรากฏ

สรวงศ์วี คุชาชีวะ ได้สรุปความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ดังนี้

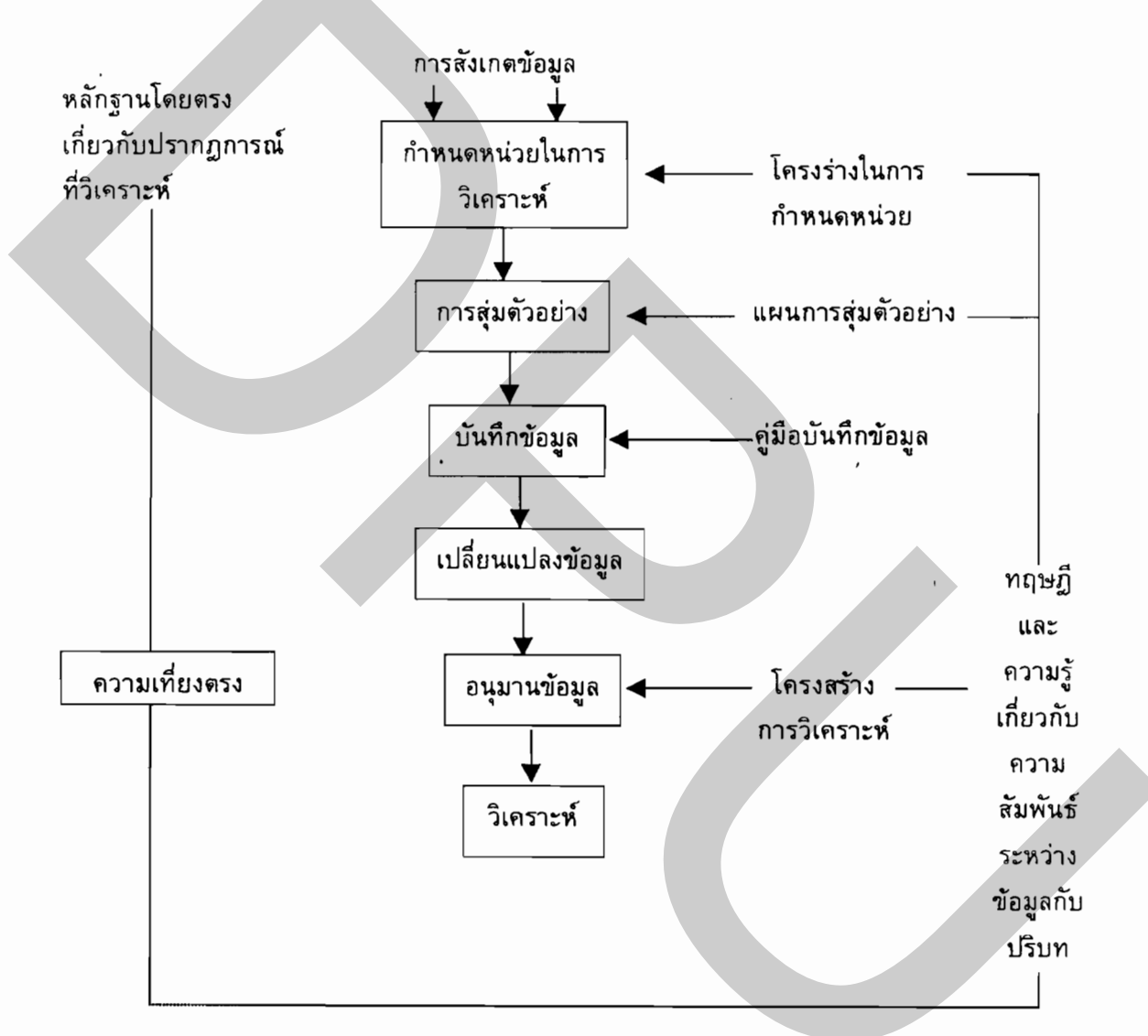
1. การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยที่ศึกษาในเชิงวิทยาศาสตร์
2. การวิเคราะห์เนื้อหาต้องมีการสร้างเครื่องมือที่มีความเป็นปรนัย (Objectivity) และเชื่อถือได้ (Reliability) คือเครื่องมือที่สร้างเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหานั้น เมื่อนำไปใช้ในสถานการณ์ที่ต่างกัน ผู้วิเคราะห์ต่างกัน แต่ใช้ข้อมูลแบบเดียวกันผลที่ได้ย่อมเหมือนกัน และเครื่องมือนั้นไม่ว่าผู้ใดจะนำไปใช้ย่อมได้เช่นเดียวกัน

³ T.F. Carney. **Content Analysis : A Technique for Systematic Inference from Communication.** 1 st ed. London : Batsford, 1972, p.25.

⁴ W.E. Clason. **Elsevier' s Dictionary of Library Science.** 1 st ed. Amsterdam : Elsevier Scienctific Publishing, 1973, p. 114

3. การวิเคราะห์เนื้อหาควรรอธิบายได้ทั้งในเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) อย่างมีความเที่ยงตรงตามธรรมชาติของสาร (Validity) เนื่องจากสารที่ไม่ได้มีความหมายอย่างเดียว คืออาจมีทั้งความหมายนัยประหวัด (Connotations) และความหมายนัยตรง (Denotations) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารและบุคลิกลักษณะของผู้ส่งสาร⁵

ภาพที่ 2 แบบจำลองกระบวนการในการวิเคราะห์เนื้อหา



หน่วยของการวิเคราะห์เนื้อหา (The Unit of Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้หน่วยการวิเคราะห์หลาย ๆ ประเภทรวมกันตามความเหมาะสม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษานั้น ๆ หน่วยของการวิเคราะห์เนื้อหา แบ่งออกเป็น

⁵ สรรค์รวี คชาชีวะ. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525, หน้า 17

1. หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เคอริงเจอร์ (Kerlinger) ได้อธิบายถึงหน่วยสำคัญ 5 หน่วย ได้แก่⁶

1.1 การใช้คำ (Words) เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดที่ใช้ในการวิเคราะห์ คำ อาจหมายถึงกลุ่มคำ (Word-Compound) บางครั้งเรียกว่า หน่วยสัญลักษณ์ (Unit Symbol) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือใช้คำว่าถ้อยคำ (Term)

1.2 แนวคิดหลัก (Theme) เป็นหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาที่ใหญ่กว่าคำ แนวคิดหลักนี้อาจจะปรากฏอยู่ในประโยคหรือข้อความ อาจอยู่ในประโยคเดียว (Simple Sentence) หรือสังกรประโยค (Sentence Compound) ที่แสดงแนวคิดหลัก 1 แนวคิดหน่วยในการวิเคราะห์ การใช้แนวคิดหลักนั้นนับว่าเป็นหน่วยที่มีประโยชน์สูงสุดในการวิเคราะห์เนื้อหา

1.3 คุณลักษณะ (Character) เป็นการกำหนดหน่วย โดยพิจารณาจากคุณลักษณะที่ปรากฏอยู่ในสาร เช่น ในบทละคร เรื่องราว การตัดสินใจพิจารณาผลลัพธ์ของหน่วยนี้จำเป็นต้องพิจารณาทั้งเรื่องจึงสามารถแยกแยะคุณสมบัติออกมาได้ เช่น การแยกแยะคุณสมบัติด้านการศึกษา สถานภาพทางการเงิน ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น

1.4 รายการเรื่อง (Item) เป็นหน่วยที่ใช้บ่อยที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา รายการของสื่อที่ต่างกันจะต่างกัน เช่น หนังสือพิมพ์ จดหมาย รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ สุนทรพจน์ เป็นต้น รายการเรื่องคือการจัดเรื่องอย่างกว้าง ๆ โดยการวิเคราะห์เรื่องทั้งหมด และภายในรายการเรื่องแต่ละเรื่องนั้นยังสามารถจัดแบ่งแยกย่อยออกไปได้อีก เช่น ข่าว สามารถจัดกลุ่มเนื้อหาข่าวเรื่องได้อีก เช่น ข่าวภายในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวบันเทิง ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

1.5 การวัดเนื้อที่และเวลา (Space and Time) เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้วัดลักษณะทางกายภาพของงานสื่อสาร ความกว้างของคอลัมน์ จำนวนหน้า ความยาวบรรทัด อาจวัดเป็นนาฬิกาสำหรับรายการวิทยุ วัดเป็นคอลัมน์นิ้วสำหรับหนังสือพิมพ์

2. หน่วยในการระบุจำนวน (Unit of Enumeration)

2.1 เนื้อที่ (Space) คือการวัดเนื้อหาด้วยจำนวน คือคอลัมน์นิ้ว B.S.U. (Basic Space Unit) หน้า บรรทัด ย่อหน้า

2.2 การปรากฏ (Appearance) เป็นการนับคุณสมบัติของเนื้อหาสารที่ต้องการ การนับจะนับการปรากฏของเนื้อหาว่าปรากฏหรือไม่ปรากฏ

2.3 ความถี่ (Frequency) เป็นวิธีการที่ใช้มากที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา เช่น การนับความถี่ในการใช้คำหนึ่ง ๆ เป็นต้น

2.4 ความเข้ม (Intensity) เป็นหน่วยในการระบุจำนวนที่ใช้ในการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมและทัศนคติที่ปรากฏในเนื้อหาสาร แล้วจัดทำเป็นสเกล (Scale) เรียงลำดับข้อความที่แสดงความเข้มในเรื่องค่านิยมและทัศนคติในเรื่องที่มีแนวคิดหลักเดียวกัน แต่มีการใช้คำ และส่วนประกอบของประโยคแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวชี้ถึงความเข้มที่แตกต่างกัน⁷

⁶ Fred N.Kerlinger. **Foundation of Behavioral Research**. 1 st ed. New York : Holt, Rinchaet and Winston Inc., 1972, p. 528-529.

แนวคิดนี้ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นการกรอบในการกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ ทั้งในลักษณะที่เป็น ปริมาณ และคุณภาพอย่างเป็นระบบ โดยในเชิงปริมาณเป็นการศึกษาการปรากฏของสื่อต่าง ๆ ใน สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และในเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาถึงสภาพของแหล่งท่องเที่ยว และแนวคิดหลักในการสร้างสารของสื่อแต่ละประเภทที่ปรากฏในแหล่งท่องเที่ยว

2. ทฤษฎีการสื่อสาร และแนวคิดการสื่อสารเพื่อการจูงใจ (Persuasive Communication)

การสื่อสารเพื่อการจูงใจ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่มีบทบาทต่อการกระตุ้นให้คนเปิดตัวเองสู่ข่าวสารข้อมูลจากภายนอก สนใจ เข้าใจ และนำมาช่วยในการตัดสินใจหรือช่วยเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ มีแนวโน้มที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงและการกระทำที่ทันสมัยกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การจูงใจเกิดขึ้นจากกระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อ เป็นกระบวนการ ซึ่งถือเป็นสภาพการเคลื่อนไหว (Dynamic) ดำเนินต่อไป (On going) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันและมีผลกระทบซึ่งกันและกัน

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) ได้อธิบายกระบวนการสื่อสารซึ่งสามารถใช้อธิบายได้ ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม และการสื่อสารมวลชน กล่าวคือ การสื่อสารจะประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร (source) ผู้เข้ารหัส (encoder) สัญญาณ (signal) ผู้ถอดรหัส (decoder) และผู้รับสาร (destination) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารและผู้เข้ารหัสสามารถรวมอยู่ในตัวคน ๆ เดียวได้ ในขณะที่เดียวกันผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารก็สามารถรวมอยู่ในตัวคนอีกคนหนึ่งได้เช่นกัน ส่วนสัญญาณก็คือภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ชรามม์ ยังอธิบายอีกว่า ในการสื่อสารหากบุคคลทั้งสองฝ่ายมีขอบเขตของ ประสบการณ์ร่วมกัน (common field of experience) การสื่อสารก็จะสะดวกขึ้น ในทางตรงข้าม หากทั้งสองฝ่ายไม่มีขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารก็จะเกิดขึ้นได้ยาก เพื่อให้เข้าใจในกระบวนการสื่อสารของชรามม์ จึงขอแสดงในรูปแบบจำลองภาพที่ 2

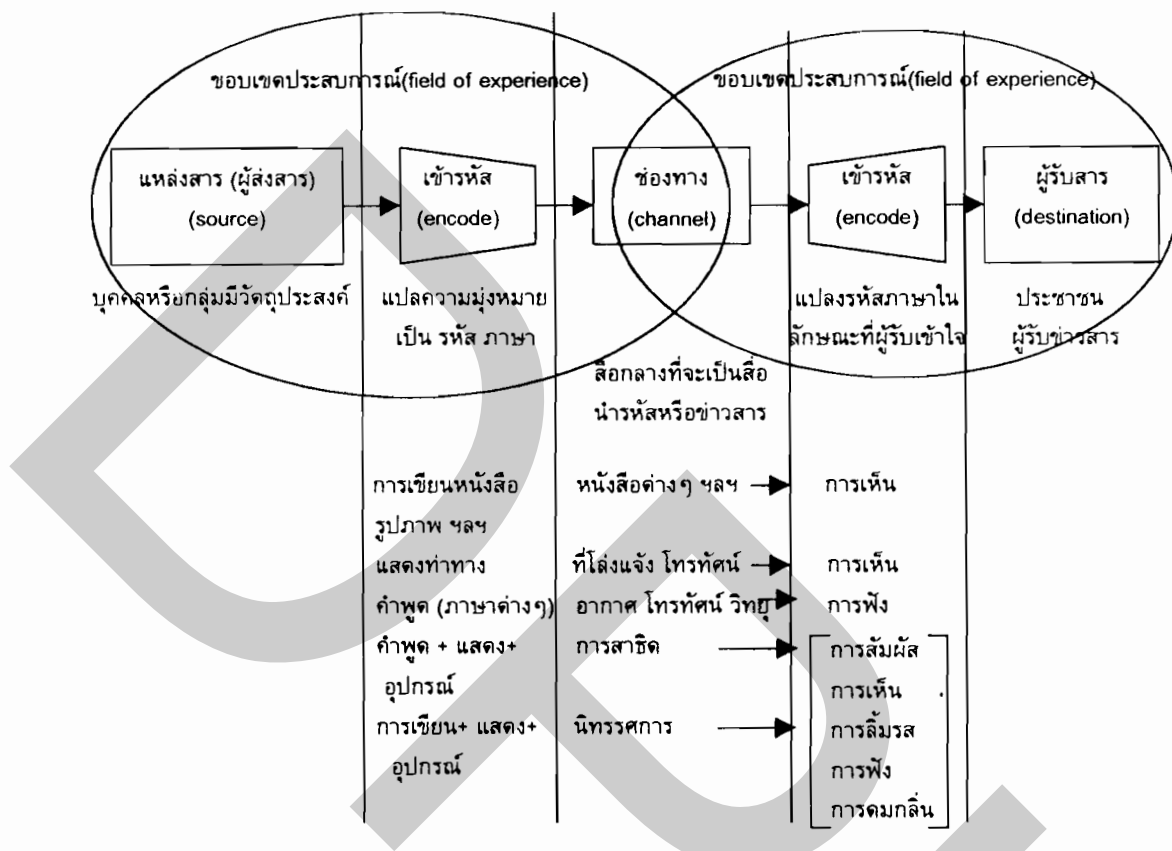
ดังนั้นการที่จะเกิดกระบวนการจูงใจขึ้นได้ จึงต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ผู้เข้าร่วมกระบวนการจูงใจ ได้แก่
 - 1.1 แหล่งข่าวสารการจูงใจ (ผู้จูงใจ) ในการศึกษานี้ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีบุคคลเป็นผู้ส่งสาร
 - 1.2 ผู้รับข่าวสารการจูงใจ (ผู้ถูกจูงใจ) ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้พื้นที่และนักท่องเที่ยว
2. เครื่องมือที่ใช้ในการจูงใจ ได้แก่
 - 2.1 ตัวข่าวสารที่ใช้ในการจูงใจ
 - 2.2 ช่องทางหรือวิธีการจูงใจ
 - 2.3 เครื่องมือหรืออุปกรณ์ช่วยในการจูงใจ

ในการศึกษานี้จะมุ่งประเด็นไปที่เครื่องมือหรือสื่อ และตัวข่าวสารเท่านั้น

⁷ Fred N.Kerlinger. *Ibid.*, p. 529.

ภาพที่ 3 โครงสร้างการสื่อสาร⁸



แนวความคิดเรื่องสื่อ

สื่อ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของการสื่อสาร เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร คำว่า สื่อ มาจากภาษาอังกฤษว่า "Medium" (เอกพจน์) "Media" (พหูพจน์) ซึ่งหมายถึง ช่องทางหรือพาหนะที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ

ในการแบ่งประเภทของสื่อ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้แบ่งประเภทของสื่อไว้หลายรูปแบบ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อดั้งเดิม สื่อสมัยใหม่ สื่ออนาคต สื่อวัจนะ สื่ออวัจนะ สื่อร้อน สื่อเย็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งในการแบ่งประเภทของสื่อในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำแนวคิดในเรื่องสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมาใช้ ดังรายละเอียดของสื่อต่อไปนี้

ก. สื่อบุคคล (Human Media) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อ นำสารไปสู่ผู้รับสาร การสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคล เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าและมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way

⁸ มณีนุช พิพรพงษ์. "การสื่อสารประชาสัมพันธ์." เอกสารประกอบการฝึกอบรมการสื่อความหมายเบื้องต้น. สำนักงานยูเสดประจำประเทศไทย 2533, หน้า 9.

ก. สื่อบุคคล (Human Media) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อ นำสารไปสู่ผู้รับสาร การสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคล เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าและมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) โครงสร้างของการสื่อสารของสื่อบุคคลจะไม่มีโครงสร้างที่แน่นอน เนื่องจากรูปแบบความถี่ และเนื้อหาสารของสื่อบุคคลเป็นสิ่งที่ควบคุมแทบไม่ได้ เพราะเป็นลักษณะแบบ "บทสนทนาพาไป"

ปัจจัยสำคัญทางจิตวิทยาที่จะช่วยให้สื่อบุคคลปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

1. บุคลิกภาพ คือลักษณะเฉพาะของแต่ละคนที่ทำให้คนเราเกิดความแตกต่างกัน คือ
 - 1.1 บุคลิกภาพทางกาย ได้แก่ การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยตามกาลเทศะอันควร แสดงท่าทีที่เป็นมิตร แสดงการให้เกียรติและยอมรับต่อผู้รับสาร
 - 1.2 บุคลิกภาพทางอารมณ์ ได้แก่ ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ ไม่แสดงอารมณ์ฉุนเฉียว หรือแสดงอารมณ์ที่ไม่พึงพอใจต่อผู้รับสาร
 - 1.3 บุคลิกภาพทางสังคม ได้แก่ ความสามารถในการปรับตัวได้ดี สามารถสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้รับสารได้อย่างเหมาะสม
 - 1.4 บุคลิกภาพทางสติปัญญา ได้แก่ ความสามารถในการคิด เข้าใจ และสามารถถ่ายทอดความรู้ความคิดให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้รับสาร
2. ทักษะคิด เป็นสภาพทางจิตที่มีอิทธิพลต่อการคิด และการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ทักษะคิดเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนได้รับจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่อยู่แวดล้อม ซึ่งทักษะคิดของสื่อบุคคลนี้จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ กล่าวคือถ้าสื่อบุคคลมีทักษะคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบ ก็มักจะทำการส่งสารเกี่ยวกับสิ่งนั้นในลักษณะบวกหรือลบตามทักษะคิดของตน
3. ทักษะในการสื่อสาร การส่งสารจะมีประสิทธิภาพ สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารควรมีทักษะในการส่งสารทั้งในเชิงวจนะ (verbal skills) และทักษะเชิงอวจนะ (non-verbal skills) คือ
 - 3.1 ทักษะเชิงวจนะ ได้แก่ ความสามารถในการพูด การเขียน การฟัง การอ่าน และการคิดอย่างมีเหตุผล
 - 3.2 ทักษะเชิงอวจนะ หมายถึง ความสามารถในการส่งสาร โดยใช้ภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำหรือภาษาทางกาย เช่น การสบตา การสัมผัส การแสดงกริยาอาการ การใช้น้ำเสียง การแสดงกริยาที่เป็นมิตร ยิ้มแย้ม จริงใจ จะทำให้ผู้รับสารเกิดทัศนคติที่ดีต่อสื่อบุคคลนั้นได้

โดยทั่วไปในการสื่อสารด้วยบุคคลจะต้องอาศัยความดึงดูดใจและความสามารถในการทำให้คู่สื่อสารต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ความดึงดูดใจ (Attraction) จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการตัดสินใจที่จะมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ใด ซึ่งสกอตต์และพาวเวอร์ ได้แบ่งความดึงดูดใจระหว่างบุคคลออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ความดึงดูดใจทางกายภาพ (Physical Attraction) คือความดึงดูดใจที่เกิดจากการรับรู้รูปร่างหน้าตาหรือลักษณะภายนอกของบุคคล คนเรามักชอบที่จะพูดคุยกับคนที่หน้าตาถูกชะตา ความดึงดูดใจทางกายภาพนับเป็นความดึงดูดใจที่มีอิทธิพลมากในช่วงต้นหรือระยะแรกเริ่มของความสัมพันธ์ของบุคคล

2. ความดึงดูดใจทางสังคม (Social Attraction) คือความดึงดูดใจที่เกิดจากการอยู่ร่วมหรืออยู่ใกล้กับบุคคลหนึ่ง ๆ ในสังคม เช่น เราอาจคุยหรือยิ้มให้กับคนที่มาร่วมงานสังสรรค์เดียวกัน รวมทั้งการยอมรับบทบาททางสังคมของบุคคล ๆ หนึ่ง เป็นต้น จากการอยู่ร่วมกันทางสังคม เราอาจมีความต้องการรู้จักกับบุคคลนั้น ๆ มากขึ้นจากการพูดจาและการสังเกตนิสัยหรือบุคลิกท่าทางอื่น ๆ

3. ความดึงดูดใจทางหน้าที่การงาน (Task Attraction) คือความดึงดูดใจที่เกิดจากการร่วมทำงานกับบุคคลอื่น ทำให้เกิดความรู้สึกบางอย่างร่วมกัน

ข. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ซึ่งก็คือสื่อที่ผู้รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งผลิตขึ้นเพื่อส่งข่าวสารสู่นักท่องเที่ยว สื่อเฉพาะกิจจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่ออวัจนะ และสื่ออวัจนะ ดังรายละเอียดดังนี้

1. สื่ออวัจนะ (Verbal Communication) หมายถึง สื่อประเภทที่ใช้คำพูดหรือภาษาในการสื่อความหมายรวมถึงการเขียนด้วย สื่ออวัจนะแบ่งออกเป็น สื่อคำพูด (Spoken Words) สื่อการเขียน (Written Material)

1.1 สื่อคำพูด คือเสียงที่เปล่งออกมาจากปากมนุษย์ที่แทรกความหมายลงไปในถ้อยคำ บางครั้งเรียกว่า “สื่อวาจา” (Oral Media) นอกจากความหมายของเสียงที่เปล่งออกมาจากปากมนุษย์แล้ว ยังมีสื่ออื่น ๆ ที่มีธรรมชาติในการสื่อสารเป็นคำพูด เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วีดิโอเทป โทรทัศน์ เป็นต้น

1.2 สื่อการเขียน คือการเขียนเป็นตัวหนังสือหรือที่เรียกว่า “ภาษาเขียน” การเขียนหรือภาษาเขียนถือเป็นการสื่อสารเชิงอวัจนะ เพราะถือเป็นผู้ส่งสารแทนเสียงที่เปล่งออกมาเป็นคำพูด สื่อการเขียนที่ใช้กันโดยทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร ไปสเตอร์ ป้ายข้อความ ใบบลิว แผ่นพับ คู่มือ เอกสารเผยแพร่ ฯลฯ

2. สื่ออวัจนะ (Non-Verbal Communication) หมายถึง สื่อใด ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารซึ่งไม่ต้องอาศัยถ้อยคำหรือคำพูดเป็นสื่อ แต่สามารถทำความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ สื่ออวัจนะแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

2.1 สื่อบุคคล คือการสื่อสารด้วยกริยาอาการเคลื่อนไหวของร่างกาย เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมเป็นอวัจนะ ซึ่งผู้รับสารสามารถตีความสารได้ เช่น สายตา ยิ้ม การสัมผัส เป็นต้น

2.2 สื่อสัญลักษณ์ ได้แก่ สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ผู้รับสารสามารถแปลความหมายโดยตรงได้จากสื่อ ซึ่งได้มีการตกลงกันล่วงหน้า และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามีความหมายใดความหมายหนึ่งตรงกัน เช่น สัญลักษณ์จราจร ป้ายจราจร การส่งสัญญาณด้วยเสียง

2.3 สื่อวัฒนธรรมหรือสื่อพื้นบ้าน คือวัฒนธรรมทั้งมวลที่คนไทยและสังคมไทยได้สร้างสรรค์และสั่งสมกันมาตั้งแต่อดีต กลายเป็นเครื่องมือที่ส่งรับ และเก็บข่าวสารที่เป็นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ของระบบสังคมไทย ปรากฏให้เห็นในรูปของ สื่อพื้นบ้านต่าง ๆ การละเล่น ศิลปหัตถกรรม สถาปัตยกรรม แม้กระทั่งวิถีชีวิต เช่น การบวช งานลอยกระทง การฟ้อนรำ เป็นต้น สื่อวัฒนธรรมนี้จะไม่รวมไปถึงการพูดหรือภาษา เช่น วรรณคดี โคลงกลอน ซึ่งหมายรวมอยู่ในสื่อเชิงอวัจนะในข้างต้นแล้ว

2.4 สื่อทัศนศิลป์ หมายถึง งานศิลปะประเภทภาพวาด รูปปั้น ต่าง ๆ อันเป็นผลงานทางด้านศิลปะที่ผู้รับสามารถสัมผัสได้ด้วยการมองเห็น สื่อทัศนศิลป์จะเป็นสื่อที่ให้ผู้รับสามารถรับทราบถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความต้องการถ่ายทอดประสบการณ์ และการสร้างสรรค์ของศิลปินเหล่านั้น นอกจากนั้นยังสามารถโยงใยไปถึงความเป็นไปในยุคสมัยที่เหล่าศิลปินได้สร้างงานนั้น ๆ อีกด้วย สื่อทัศนศิลป์นี้ในบางครั้งผู้รับสารอาจตีความสารไม่ตรงกับที่ศิลปินต้องการสื่อสาร เพราะงานศิลปะบางอย่าง ศิลปินได้ซ่อนความคิดไว้ในงานศิลปะให้ผู้รับเกิดจินตนาการเอง

แนวคิดเกี่ยวกับสาร

สาร (Message) หมายถึง คำข่าวสาร ข้อมูล หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งส่งไปยังผู้รับ เป็นเรื่องราวข้อมูลที่มีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ ซึ่งอาจเป็นการส่งสารด้วย กิริยาอาการ การพูด การวาด หรือการเขียนก็ได้ สารที่ส่งมาจากผู้ส่งสารจะเป็นตัวกระตุ้น หรือเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง โดยทั่วไปองค์ประกอบของสารจะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่ รหัสของสาร (Message Codes) เนื้อหาของสาร (Message Content) และการจัดสาร (Message Treatment)

1. รหัสของสาร (Message Codes)

หมายถึง ภาษาหรือสัญลักษณ์หรือสัญญาณที่มนุษย์ได้คิดขึ้น เพื่อใช้ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบุคคลและสรรพสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1.1 รหัสของสารที่เป็นถ้อยคำ (Verbal Message Codes) ได้แก่ภาษา ถ้อยคำที่ใช้สื่อสารกับภาษาทุกภาษาของมนุษย์มีการสร้างขึ้นและพัฒนาสืบทอดมาตามลำดับ

1.2 รหัสของสารที่ไม่ใช่ถ้อยคำ (Nonverbal Message Codes) ได้แก่ระบบสัญลักษณ์ สัญญาณ หรือเครื่องหมายใด ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ถ้อยคำ ซึ่งมนุษย์ได้สร้างขึ้นและทำความเข้าใจลงร่วมกันในความหมาย

2. เนื้อหาของสาร (Message Content)

คือความรู้และประสบการณ์ของมนุษย์ที่ต้องการที่จะถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกัน เนื้อหาของสารแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

2.1 เนื้อหาสาระที่เป็นข้อเท็จจริง ได้แก่ สารหรือข้อมูลที่รายงานให้ทราบถึงความจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป็นสิ่งที่มีหลักฐานสามารถพิสูจน์ได้ เชื่อถือได้

2.2 เนื้อหาสาระที่เป็นข้อคิดเห็น ได้แก่ สารหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดจากการประเมินของผู้ส่งสาร อาจเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น ความเชื่อ สารประเภทนี้เป็นสารที่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะถูกตรวจสอบได้ว่าเป็นจริงหรือไม่ ผู้ส่งสารอาจแสดงความคิดเห็นของตนในลักษณะต่อไปนี้

2.2.1 ข้อคิดเห็นในเชิงประเมินค่า ได้แก่สารที่ชี้บ่งลงไปว่าจะไรดีหรือไม่ดี ควรหรือไม่ควร ถูกหรือผิด มีประโยชน์หรือโทษ ฯลฯ

2.2.2 ข้อคิดเห็นเชิงแนะนำ ได้แก่ สารที่บอกกล่าวให้ผู้รับสารทราบว่าจะทำอะไร ด้วยขั้นตอนอย่างไรจึงจะได้ผลสมความมุ่งหมาย

2.2.3 ข้อคิดเห็นเชิงตั้งข้อสังเกต ได้แก่ สารที่ชี้ให้เห็นลักษณะที่แฝงอยู่ของบุคคล วัตถุ เหตุการณ์ และพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับเกิดการพิจารณาอย่างถ่องแท้ ระมัดระวัง

2.2.4 ข้อคิดเห็นเชิงตัดสินใจ หมายถึง สารที่ให้ข้อเสนอหลักการหรือทางเลือก เพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ

2.2.5 ข้อคิดเห็นเชิงแสดงอารมณ์ ได้แก่ สารซึ่งแสดงสภาพอารมณ์ ความรู้สึก นิสัย ใจคอ ทศนคติ ความกระตือรือร้นของผู้ส่งสาร สารประเภทนี้เห็นได้ชัดเจนจากภาพเขียน กวีนิพนธ์ที่เขียนหรือแสดงบรรยายความรู้สึกและอารมณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. การจัดการ (Message Treatment)

เป็นองค์ประกอบย่อยที่สำคัญอย่างหนึ่งของสาร เพราะถ้าสารได้จัดเตรียม เรียบเรียง ลำดับความยากง่าย หรือการกำหนดรูปแบบ การจัดระบบของสาร จะทำให้สารมีคุณสมบัติในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี เช่นการจัดการในการโฆษณา ซึ่งผู้ส่งสารได้ให้ความประณีตในการจัดการเพื่อให้สารนั้นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร สามารถที่จะให้ความเข้าใจ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ได้ตามที่คุณส่งสารต้องการ

จะเห็นได้ว่า แนวความคิดเรื่องสื่อและสารมีความใกล้เคียงกันมาก บางครั้งก็ไม่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างสื่อได้อย่างชัดเจน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และการนำมาใช้ เนื่องจากคำว่า “สื่อ” และ “สาร” มีความใกล้เคียงกันมาก ดังคำกล่าวของ มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ว่า “สื่อก็คือสาร” (the medium is the message) ดังนั้นในบางครั้ง สื่ออาจหมายถึงตัวสารด้วยก็ได้ เช่น ภาพวาด รูปปั้น จะมีความหมายอยู่ในตัวของมันเอง

แนวคิดเรื่องการจูงใจ

ในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจบุคคลในเรื่องใด จำเป็นต้องให้ความสนใจว่าจะใช้รหัสและช่องทางใดสำหรับส่งผ่านรหัสนั้น และยังคงศึกษาหาว่า “อะไรจะเป็นตัวจูงใจ” ที่เราสามารถนำมาใช้เป็นสาระสำคัญในเนื้อหาสาร (Message) หรือเข้ารหัสสารให้มีความหมายตามจุดมุ่งหมายได้อย่างสมบูรณ์ การสร้างสารในการจูงใจ ผู้ส่งสารจึงต้องใช้จุดเร้าใจในสาร (Message Appeals) ที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการจูงใจ เพราะพฤติกรรมของมนุษย์ส่วนใหญ่แล้วเป็นไปเพื่อ ตอบสนองความต้องการทางร่างกาย อันเป็นความต้องการตามธรรมชาติ มนุษย์ต้องการอาหาร น้ำ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อความอยู่รอด และในระดับที่สูงขึ้น มนุษย์ต้องการที่จะมีความสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการในเชิงจิตวิทยาของคน การใช้จุดเร้าใจในการดึงดูดใจผู้รับสาร มี 2 ลักษณะ คือ

1. จุดเร้าใจที่ใช้อารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์มาจูงใจผู้รับสาร (Emotional Appeal) จุดเร้าใจที่ใช้กันโดยทั่วไป ได้แก่

1.1 จุดเร้าใจในเรื่องอาหาร (Food Appeal) เป็นจุดเร้าใจที่มีรากฐานมาจากความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

1.2 จุดเร้าใจเรื่องความสะดวกสบาย (Comfort Appeal) มนุษย์มักจะหาความสะดวกสบายให้กับตนเอง ทั้งทางร่างกายและจิตใจ การใช้จุดเร้าใจจุดนี้เพื่อแสดงถึงความสามารถในการสนองความต้องการให้กับผู้บริโภค

1.3 จุดเร้าใจเรื่องความปลอดภัย (Safety Appeal) เป็นความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยที่จะได้รับ

1.4 จุดเร้าใจเรื่องการอยู่เหนือผู้อื่น (Vanity Appeal) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการแสดงออกที่จะเป็นผู้ชนะ ประสบความสำเร็จ เป็นความต้องการที่จะอยู่เหนือผู้อื่น

1.5 จุดเร้าใจเรื่องเพศ (Sex Appeal) จุดเร้าใจในเรื่องนี้มาจากความจริงที่ว่ามนุษย์ ย่อมมีเรื่องของเพศเข้ามาเป็นส่วนประกอบที่ปฏิเสธไม่ได้โดยเฉพาะเรื่องของเพศตรงข้าม จึงเป็นแนวคิดในการนำมาเป็นจุดเร้าอย่างหนึ่งในการส่งเสริม

1.6 จุดเร้าใจเรื่องความกลัว (Fear Appeal) จัดเป็นจุดเร้าในเชิงลบ ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเองเกี่ยวข้องกับหัวข้อนั้นก็ให้ความสนใจ

1.7 จุดเร้าใจในเรื่องการยอมรับจากสังคม (Social-Approval Appeal) เหตุผลของการใช้จุดเร้าในเรื่องนี้คือ พื้นฐานทางจิตวิทยาที่ว่า มนุษย์มีความปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มปรารถนาที่จะมีเพื่อน เพื่อให้ได้รับการยกย่องชมเชย มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ไม่ชอบอยู่โดดเดี่ยว และเมื่อเข้ากลุ่มมนุษย์ก็ปรารถนาที่จะเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกอยู่

1.8 จุดเร้าใจเรื่องการมีชีวิตที่ยืนยาวและสุขภาพแข็งแรง (want to Live longer or Health Appeal) มนุษย์มีความต้องการที่จะแสวงหาความสนุกสนานให้กับชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การเล่นเกม การร้องเพลง การเที่ยว หรือเล่นกีฬา จุดมุ่งหมายก็คือต้องการมีชีวิตที่ยืนยาวและมีสุขภาพแข็งแรงนั่นเอง สถานที่พักผ่อนต่าง ๆ จะนิยมใช้จุดเร้าจุดนี้ในการโฆษณา

1.9 จุดเร้าใจด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture Appeal) จุดเร้าใจประเภทนี้นิยมใช้มากในวงการท่องเที่ยว โดยใช้ลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ (life style) หรือเอกลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ มาเป็นจุดเร้าดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเข้ามาสัมผัส

1.10 จุดเร้าใจเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม (Environment Awareness Appeal) การใช้จุดเร้าใจจุดนี้ มาจากความตระหนักในสำคัญของสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการถูกทำลายจากมนุษย์ ส่งผลให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา เป็นลักษณะการให้ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้แล้ว ในความเป็นจริงของสถานการณ์หนึ่ง ๆ มนุษย์ไม่ได้ถูกกระตุ้นด้วยความต้องการหรือแรงจูงใจเพียงประการใดประการหนึ่งเท่านั้น แรงจูงใจในหลาย ๆ ประการอาจมีบทบาทต่อพฤติกรรมของมนุษย์ได้ เช่น การท่องเที่ยวไปในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง นักท่องเที่ยวอาจได้ทั้งในเรื่อง ความสะดวกสบาย อาหาร ได้พบเห็นวัฒนธรรมท้องถิ่นต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ดังนั้น เนื้อหาสารที่ส่งไปสู่ผู้รับสารอาจใช้จุดเร้าใจมากกว่าหนึ่งก็ได้

อย่างไรก็ดี พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดจากแรงจูงใจ อาจไม่ใช่เพื่อการตอบสนองความพึงพอใจเสมอไป บางครั้งมนุษย์อาจมีพฤติกรรมที่หลีกเลี่ยงความไม่พึงพอใจบางอย่าง ดังนั้น ในบางครั้ง

อาจมีการใช้จุดเร้าใจเชิงลบ (Negative Appeal) เพื่อกระตุ้นความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงบางสถานการณ์ เช่นการใช้จุดเร้าใจในเชิงบวกและเชิงลบมาแสดงให้เห็น เช่นการให้ผู้รับสารเห็นทั้งประโยชน์และโทษจากการใช้และไม่ใช้สินค้านั้น ๆ

2. จุดเร้าใจที่เป็นเหตุผล (Logical Appeal) จุดเร้าใจที่นำมาใช้ในเนื้อหาสาร ได้แก่

2.1 หลักฐาน (Evidence) ซึ่งเป็นสารที่นำมาเสนอจะมีน้ำหนักและสามารถพิสูจน์ข้อเท็จจริงได้

2.2 การให้พยาน (Testimony) มักจะเป็นการอ้างถึงผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้มีชื่อเสียง อาจเป็นลักษณะของคำพูด หรือความคิดเห็น

2.3 การแสดงเหตุผล (Reasoning) เป็นการตั้งข้อสรุปออกจากหลักฐานนั้นเพื่อจะสามารถชี้ประเด็นที่ต้องการจะดึงดูดใจผู้รับสาร

ผู้ศึกษาได้แนวคิดองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการจูงใจ มาวางกรอบในส่วนของสื่อและสาร โดยการจัดประเภทของสื่อที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อความชัดเจนของการศึกษา รวมถึงแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหาของสารในลักษณะของการดึงดูดใจ การสร้างการจูงใจ การเข้ารหัสสาร เพื่อนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว

3. แนวคิดและทฤษฎีสัญญวิทยา (Semiology)

สัญญวิทยา (Semiology or Semiotics) เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของสัญญาณ (Sign) มีศัพท์มาจากกรีก คือ Semesion เป็นรากศัพท์ของคำว่า Sign Semiology สัญญวิทยาเป็นทฤษฎีที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง เครื่องหมาย (Sign) ความหมาย (Meaning) ที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นในปริบทหรือเนื้อความ (Texts) เกิดจากระบบของสัญญาณในลักษณะของวากยะสัมพันธ์ (Syntax) ด้วยการควบคุมการสร้างความหมายในตัวปริบทหรือเนื้อความ ที่มีความสลับซับซ้อนแฝงเร้นด้วยความหมายตามแต่ละวัฒนธรรม ซึ่งมีการตีความโดยตรงและการตีความโดยนัย สัญญวิทยาจึงเป็นศาสตร์ที่มุ่งทำการศึกษาดังสัญญาณต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นแล้วนำมาประกอบกัน เพื่อทำหน้าที่ถ่ายทอดสารที่เป็นเนื้อหาในการสร้างความเข้าใจกับตัวสาร ซึ่งความเข้าใจต้องครอบคลุมถึงลักษณะโครงสร้างภายในของตัวสารและวิธีการที่ทำให้เกิดความหมายด้วยความสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับวัฒนธรรมในลักษณะที่เป็นองค์รวมเพื่อค้นหาความหมายของเนื้อหาสาร

กาญจนา แก้วเทพ กล่าวว่า ปัจจุบันนี้ได้มีสาขาโครงสร้างนิยม (Structuralism) นิยมแตกลูกแตกหลานออกมาเป็นสาขาใหม่คือ สัญญวิทยา (Semiology) ความหมายของสาขานี้คือ ศาสตร์แห่งสัญญาณ (Science of Sign) ซึ่งหมายถึงการให้ความสนใจกับ "สัญญาณ" และค้นหาว่าระดับความหมายต่าง ๆ ในสัญญาณก่อตัวมาได้อย่างไร ตัวอย่างเช่น เวลาเราอ่านนิทานพื้นบ้านเรื่อง โสนน้อยเรือนงาม เราอาจจะต้องค้นหาความหมายในระดับ Connotative Meaning ว่า "เรือนงาม" นั้นมีความหมายอะไรในปริบทของสังคมไทย และวิธีการที่โสนน้อยจะต้องพิสูจน์ตัวเองว่าเป็น "ตัวจริง" จึงจะเข้าไปอยู่ใน

เรื่อนงามได้ต้องเป็น “การทอผ้า” เท่านั้น ความหมายของสัญญาณ “การทอผ้า” นั้นสัมพันธ์กับ “ผู้ทอ” อย่างไรบ้าง⁹

ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ ให้ความหมายว่า สัญญาณเป็นการนำทฤษฎี โดยเน้นที่ตัวสารหรือเนื้อหาของสื่อมวลชนมาศึกษา การทำความเข้าใจตัวสารเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งความเข้าใจนี้จะต้องครอบคลุมไปถึงลักษณะโครงสร้างภายในของตัวสาร วิธีการทำให้เกิดความหมายและความสัมพันธ์ของตัวสารกับวัฒนธรรมที่เป็นองค์รวม ฐานของทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์มีเนื้อหาอยู่ว่า “เนื่องจากกฎต่าง ๆ ของภาษาหรือลักษณะอื่นใดก็ตามที่ถูกทำขึ้นมาแทนหรือการเข้ารหัสถูกกำหนดมีข้อจำกัดโดยโครงสร้างภายในของวัฒนธรรมเดิม ดังนั้นเนื้อหาหรือตัวบทที่เลือกมาศึกษาจึงเปิดโอกาสให้นำมาอ่านและตีความได้ ดังนั้นเราจึงสามารถเข้าใจความหมาย หากเรารู้กฎเกณฑ์ของเนื้อหา และมีความคุ้นเคยของวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าแนวทางในการศึกษาเรื่องนี้จะมากมาย แต่เราสามารถระบุถึงลักษณะที่สำคัญของทฤษฎีเหล่านี้ คือ

1. ความหมายที่ตีออกมาจากสื่อสารมวลชน ไม่จำเป็นต้องเหมือนกับผู้ส่งสารหรือความหมายเดียวกับผู้รับสารที่มีอยู่ แต่ความหมายที่ตีความนั้นเป็นความหมายปราศจากเจตคติ เกิดจากตรรกของสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเข้ารหัส
2. แนวการศึกษาไม่ได้เน้นเฉพาะความหมายที่ปรากฏในระดับพื้นผิว หรือความหมายตามเนื้อหาสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจต่อความหมายที่แอบแฝงหรือความหมายเชิงนัย ซึ่งผู้ส่งสารอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก่อให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ตาม
3. ไม่ได้ศึกษาเฉพาะภาษาเขียนเท่านั้น แต่ศึกษาไปถึงสิ่งต่าง ๆ ที่นำมาใช้สื่อความหมายทั้งรูปภาพ เสียง ท่าทาง ฯลฯ”

เบอร์เกอร์ (Arthur Asa Berger) ได้ให้ความหมายของสัญญาณไว้ว่า สัญญวิทยาหรือศาสตร์แห่งสัญญาณ (Sign) เป็นความหมายที่ถูกก่อให้เกิดขึ้นในตัวบท (Text) เช่น ภาพยนตร์ สัญญาณกับความสัมพันธ์เป็นสิ่งที่นำไปสู่การวิเคราะห์ทางสัญญวิทยา ตัวบท หรือสาร สามารถมองได้ว่าเป็นระบบของสัญญาณ ความหมายที่เกิดในตัวบทเกิดจากสัญญาณกับระบบซึ่งผูกเข้าด้วยกันตามระบบของสัญญาณ ทำให้สื่อสารได้ถึงสารที่เป็นทั้งภาษา รูปภาพ ความคิด ด้วยระบบและกฎเกณฑ์ที่มนุษย์เรียนรู้ เข้าใจในสาร รู้ถึงความหมายของสารนั้น ๆ ด้วยวัฒนธรรม ธรรมเนียมที่ผู้รับยอมรับและไม่ยอมรับ ซึ่งหมายถึงผู้รู้รหัส (Code)

กระบวนการสร้างความหมาย (Signification) บาร์ท (Roland Barthes) ได้ให้แนวคิดในการวิเคราะห์ความหมายที่ใช้ในการสื่อสาร 2 ระดับ คือ¹⁰

⁹ กาญจนา แก้วเทพ. สื่อส่องวัฒนธรรม.กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา, 2539, หน้า 20.

¹⁰ John Fiske. *Introduction to Communication Studies*, 2 nd ed. New York . Chapman & Hall, Inc. 1990, p.85-98.

1. การตีความหมายตรง (Denotation) เป็นระดับที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงตามธรรมชาติอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความหมาย (Signifier) กับสิ่งที่หมาย (Signified) ของความสัมพันธ์ที่เป็นความหมายได้ชัดเจนโดยไม่ต้องตีความ

2. การตีความหมายแฝง (Connotation) เป็นการตีความในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง อธิบายถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรูสึก อารมณ์ และค่านิยมในวัฒนธรรมของผู้รับสาร ความหมายนี้อาศัยการตีความเป็นส่วนใหญ่ที่ต้องใช้องค์ประกอบต่างๆ ของผู้รับสารที่ได้รับอิทธิพลของผู้ส่งสารและสัญลักษณ์ที่ใช้ในเนื้อหา การตีความหมายแฝงอาจทำได้โดย

2.1 ความเชื่อดั้งเดิม (Myth) เป็นการแสดงความหมายในความหมายแฝงที่สัญลักษณ์แสดงออกมาในขั้นของการตีความหมายแฝง เป็นความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์กับผู้ใช้และวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เป็นแบบแผนที่เป็นความเข้าใจในสิ่งเดียวกันและความเชื่อดั้งเดิม และอาจรวมถึงพลวัต (Dynamism) คือความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเพื่อต้องการสนองความต้องการและค่านิยม เป็นการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

2.2 สัญลักษณ์ (Symbols) คือวัตถุจะกลายเป็นสัญลักษณ์เมื่อวัตถุแสดงถึงประเพณีนิยมและให้ความหมายแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้

2.3 การอุปมา (Metaphor) เป็นความสัมพันธ์ของสิ่ง 2 สิ่ง นำมาเปรียบเทียบความหมายกัน แต่สามารถแสดงถึงความแตกต่างอย่างพอควรในเชิงเปรียบเทียบ

2.4 การอุปมัย (Metonymy) เป็นการเปลี่ยนคุณลักษณะความจริงจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง เป็นการเชื่อมโยงความหมายในระดับเดียวกัน

แนวคิดนี้ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์เนื้อหาสารในด้านของการสร้างความหมาย เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเรื่องราวของอดีตสู่ปัจจุบัน การสื่อสารจึงจำเป็นต้องสร้างความรู้ และให้เกิดจินตนาการในอดีต จึงต้องมีการสร้างสารที่มีเหตุผลและหลักฐานที่นักท่องเที่ยวจะรับรู้ร่วมกัน รวมถึงการให้ความหมายแฝงเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสร้างภาพจินตนาการในส่วนที่เหลือเอง เช่น สิ่งให้เห็นเป็นซากฐานโบราณสถาน จะสื่อความหมายอย่างไรให้เห็นภาพเหตุการณ์ในอดีตที่เกิดขึ้น และในขณะเดียวกันสื่อบางอย่างก็เป็นสารในตัวเอง อยู่ที่เจตนาของผู้สร้างว่าต้องการบอกอะไรกับผู้รับสาร เช่น แบบจำลองของเมืองอยุธยาในอดีต สื่อนี้ก็จะเป็นสารในตัวเองคือสร้างภาพให้เห็นสภาพเมืองในอดีต เป็นต้น

4. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) จุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว มีการจัดแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภทหลัก คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรม

2. บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ที่มีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งก็คือ นักท่องเที่ยว และรวมถึงการส่งเสริมการขายด้วย

องค์ประกอบทั้ง 3 ต่างก็มียอดประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ต่างๆ เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากบริการที่เกี่ยวข้องกัน การพัฒนาจึงต้องอาศัยกระบวนการทั้งหมดควบคู่กันไป

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยทั่วไปในประเทศไทย ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ช่วยแก้ไขการขาดดุลการชำระเงิน
2. ให้การท่องเที่ยวเป็นฐานทางเศรษฐกิจในส่วนภูมิภาค ที่จะกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมที่ต่อเนื่อง เป็นแหล่งสร้างงาน กระจายรายได้ และความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาค
3. เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านสังคม

แต่การดำเนินงานการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา มักจะถูกสร้างด้วยลักษณะเฉพาะด้วยการพัฒนาอย่างฉับพลันในช่วงสั้นๆ เป็นไปในลักษณะ “โตไวและฟูบไว” (Boom and Bust Syndrome) ซึ่งมักโยกย้ายไปยังบริเวณอื่น หลังจากก่อความเสียหายแก่ทรัพยากรที่ถูกใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวแล้ว ดังนั้น การดำเนินงานการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการชั่งจูงแนะนำ และควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้ประสานกลมกลืนกัน หากในแหล่งท่องเที่ยวใด การพัฒนาขาดความสมดุลระหว่างองค์ประกอบทั้ง 2 ส่วนแล้ว ย่อมก่อให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ดังที่ปรากฏต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

การท่องเที่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่มีการกล่าวถึง และหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้พยายามหาทางหรือวิธีการมุ่งสู่ความหมายดังกล่าว ซึ่งอาจเป็นคำที่คุ้นเคยมากในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ด้วยคำว่า “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” (Sustainable Tourism) ในประเทศไทยเองก็มีการกล่าวถึงมากภายหลังที่ประเทศประสบผลสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำรายได้ให้กับ

ประเทศจำนวนมหาศาล จนกลายเป็นกิจกรรมที่ทำรายได้สูงสุดให้กับประเทศ แต่ความสำเร็จดังกล่าว ไม่ใช่เป้าหมายอันเป็นคุณประโยชน์ของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เพราะไม่มีการเฟื่องฟูอย่างพินิจพิเคราะห์ถึงผลได้ผลเสียจากปัญหาผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น มลภาวะ ความเสื่อมโทรม ความไม่เป็นระเบียบต่างๆ ฯลฯ หรือผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม เช่น ค่าครองชีพ อาชญากรรม เพศพาณิชย์ ฯลฯ การพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน จึงเป็นเรื่องที่ผู้ที่เกี่ยวข้องควรได้พิจารณาทบทวนแนวทางที่เป็นจริงที่จะมีคุณประโยชน์กว่าที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม การกล่าวหรือมุ่งพิจารณาถึงการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น ถือเป็นเรื่องที่ดีและสามารถจะปรับทิศทางและบทบาทของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งกระแสโลกในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ก็เป็นตัวผลักดันสำคัญที่จะให้เกิดความเป็นจริงในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

แนวคิด Sustainable Tourism

Globe 90' Conference ซึ่งจัดขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2533 ที่เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ว่าเป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาไว้ให้อนุชนรุ่นต่อไป Sustainable Tourism Development จึงมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากร เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และขบวนการทางระบบนิเวศวิทยาได้

สำหรับ Mr. C.R. Roque สมาชิกอาวุโสของ World Wildlife Fund กล่าวว่า Sustainable Development เป็นทฤษฎีว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนากับความจำเป็นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการใช้งานในอนาคต เหตุที่มองว่าเป็นทฤษฎีก็เนื่องมาจากในความเป็นจริงแล้วไม่มีสิ่งใดที่ยั่งยืนได้ ที่ทำได้คือการรักษาสภาพนั้น ๆ ให้คงอยู่นานที่สุดเท่าที่จะทำได้¹¹

เสรี วงษ์ไพจิตร กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการชี้ให้เห็นว่าจำเป็นต้องมีการบูรณาการในระบบการท่องเที่ยวทั้งระบบ ต้องเร่งรัดให้มีการจัดการ

¹¹ ศรีพร สมบุญธรรม. "การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน." จุลสารการท่องเที่ยว. 12,2. เมษายน-มิถุนายน 2536. หน้า 25.

ที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงมาตรฐานการบริการ เพิ่มคุณภาพนักท่องเที่ยว และสร้างชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็ง¹²

Edward Inskeep ได้กล่าวถึงเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า¹³

1. เพื่อพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจ ในแนวคิดที่ว่านักท่องเที่ยวสามารถเกื้อกูลต่อสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจได้
2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดความยุติธรรมในการพัฒนา
3. เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของสังคมท้องถิ่น
4. เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
5. เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้คงคุณภาพตามที่กล่าวมา

Shirley Eber ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องประกอบด้วยหลักการต่อไปนี้¹⁴

1. Using Resource Sustainably การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม เป็นสิ่งสำคัญ และเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว
2. Reducing Over-consumption and Waste การลดการบริโภคที่มากเกินไป ความจำเป็น และการลดของเสีย จะช่วยลดความเสี่ยงค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว
3. Maintaining Diversity การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของ ธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. Integrating Tourism into Planning การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว
5. Supporting Local Economics การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
6. Involving Local Communities การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชากรและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวอีกด้วย

¹² ณรงค์เดช นวลมีชื่อ. "Ecotourism ทางออกฤาเพียงแค่กระแส." จุลสารการท่องเที่ยว. 16.4. ตุลาคม-ธันวาคม 2540. หน้า 61.

¹³ Edward Inskeep. **Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach.** 1st ed. New York : Van Nostrand Reinhold. 1991, p. 461.

¹⁴ Shirley Eber. **Beyond the Green Horizon : A Discussion Paper on Principles for Sustainable Tourism.** Ed al. (ed.). UK : WWF. 1992, p. 54.

7. Consulting Stakeholders and the Public การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8. Training Staff การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการท่องเที่ยว

9. Marketing Tourism Responsibly การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. Undertaking Research การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

จะเห็นว่า แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยมสู่ยุคสมัยสังคมนิยมเป็นใหญ่ กล่าวโดยสรุป กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลาย กิจกรรมการบริการมีกำไร แม้ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มี หรือมีน้อยที่สุด มีแต่การจัดการที่ยั่งยืนเท่านั้นจึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

แนวคิดการสื่อสารในสถานที่ท่องเที่ยว

การสื่อสารโดยการใช้วิธีการสื่อความหมาย (Interpretation) เป็นรูปแบบของการให้การศึกษารียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ที่จัดให้มีขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งบริการท่องเที่ยว เป็นการบริการผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะมาด้วยจุดประสงค์ใดก็ตาม ก็ย่อมอยากจะทำทราบเรื่องราวต่างๆ ของสถานที่นั้น การสื่อความหมายจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างผู้มาเยือนกับทรัพยากรเหล่านั้น

สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ ให้แนวคิดการสื่อสารในสถานที่ท่องเที่ยวว่า เป็นการนำเทคนิคหรือวิธีการอันเหมาะสมมาใช้ในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และผลผลิตทางวัฒนธรรมในลักษณะที่ง่ายต่อความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินและเป็นการกระตุ้นคนเหล่านั้นให้เกิดความรู้สึก รัก ห่วงแหน และมีจิตใจทางอนุรักษ์¹⁵

¹⁵ สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. "การอธิบายความหมายธรรมชาติ." เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ประจำอุทยานแห่งชาติ. กรมป่าไม้ 2533. หน้า 2.

ยวดี นิรัตน์ตระกูล กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จำเป็นต้องพิจารณาถึง การจัดการให้มีการสื่อความหมาย (Interpretation) ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดทำมีเอกสารสิ่งพิมพ์ ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ แผ่นป้ายบรรยายตามบริเวณหรือจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดให้มีเส้นทางเดินเท้าที่ให้บริการในการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และ เจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น¹⁶

Sharp G.W. ได้ให้แนวคิดการสื่อสารในสถานที่ท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด ต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และนักท่องเที่ยว ในวัตถุประสงค์ต่อไปนี้¹⁷

1. เพื่อสร้างการดึงดูดใจ (Attraction) ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ (Interest) ในสถานที่ท่องเที่ยว
2. เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ (Awareness) ความพึงพอใจ (appreciation) และความรู้ความเข้าใจ (Knowledge and Understanding) เกี่ยวกับพื้นที่ที่ไปเยือน เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และความรู้ที่มีคุณค่ากลับไป
3. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการพื้นที่ หรือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการ ซึ่งสามารถทำได้ 2 แนวทาง คือ แนวทางแรก ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรู้จักใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ด้วยความระมัดระวัง และปลูกฝังพฤติกรรมที่ถูกต้องเมื่อเข้าไปเยือนพื้นที่ แนวทางที่สอง สามารถใช้เป็นเครื่องมือลดอันตรายหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยการสื่อสารเป็นตัวชักนำนักท่องเที่ยวให้หลีกเลี่ยงการใช้พื้นที่บริเวณที่ง่ายต่อการสูญเสียสภาพและความสมดุลตามธรรมชาติ
4. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพื้นที่ กิจกรรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นการช่วยเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับสถานที่ท่องเที่ยวและหน่วยงานนั้น

นอกจากนี้เขายังกล่าวอีกว่า ตัวกลางหรือสื่อที่ใช้ในการสื่อสารในสถานที่ท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ¹⁸

1. สื่อบุคคล (The Personal Service) คือการใช้เจ้าหน้าที่ในการบริการ
 - 1.1 บริการด้านเอกสาร (Information Duty) สถานที่บริการคือ ทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
 - 1.2 การจัดกิจกรรมกลุ่ม (Conducted Activities) กิจกรรมเหล่านี้เช่น การพากลุ่มนักท่องเที่ยวเดินชมและศึกษาสิ่งที่น่าสนใจและทรัพยากรที่มีอยู่

¹⁶ ยวดี นิรัตน์ตระกูล. "Eco Tourism : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์." จุลสารการท่องเที่ยว. 15.2. เมษายน-มิถุนายน 2539. หน้า 4.

¹⁷ Sharpe, Grant W. and other. "Interpreting the Environment." John Wiley and Son, New York, 1976, p. 4-5

¹⁸ Ibid., p. 92- 98

1.3 การพูดอธิบาย (Talks to group)

1.4 การสาธิตทางวัฒนธรรม (Cultural Demonstration) เช่น การสาธิตการทำเพชร การร่อนทอง การทำเครื่องถม การแกะสลัก การทำอาหาร

2. สื่อไม่ใช่บุคคล (The Nonpersonal Service) เป็นสื่อที่ไม่มีเจ้าหน้าที่บริการอยู่ด้วย ปกตินักท่องเที่ยวจะสัมผัสกับสื่อโดยตรง เช่น

2.1 ไลด์ทัศนูปกรณ์ (Audio device) เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ภาพยนตร์ วีดีโอ วิทยุคาสเซ็ท คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ที่เป็นระบบอัตโนมัติ และการแสดงแสงสีเสียง

2.2 สื่อโดยการเขียน (Written material) ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นป้าย รวมถึงเครื่องหมาย และสัญลักษณ์

2.3 สื่อกิจกรรม (Activities) เป็นกิจกรรมที่จัดในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น งานประเพณีต่าง ๆ

2.4 กิจกรรมที่จัดให้นักท่องเที่ยวดำเนินการด้วยตนเอง (Self-guided activities) ได้แก่ ทางที่สร้างขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสสัมผัสกับทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เส้นทางนี้จะไม่เจ้าหน้าที่นำทางและอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวต้องช่วยตัวเองในการชมโดยมีเอกสารคู่มือแจกประกอบ หรือมีป้ายสื่อความหมายติดไปตามเส้นทางเพื่ออธิบายสิ่งต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

2.5 นิทรรศการ (Exhibits) เป็นการแสดงการให้การศึกษาอย่างหนึ่งด้วยการแสดงงานให้ชม ซึ่งอาจประกอบด้วยของจริง สิ่งจำลอง ภาพถ่ายหรือแผนภูมิของสิ่งต่าง ๆ ที่จะนำออกแสดง ทั้งที่เป็นนิทรรศการกลางแจ้ง (Outdoor Exhibits) และนิทรรศการภายใน (Indoor Exhibits)

Paul A. McIntosh กล่าวถึงสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายว่า ส่วนใหญ่จะเป็น เครื่องหมาย และแผ่นป้าย (Signs and Labels) ซึ่งแบ่งออกเป็น¹⁹

1. Administration Signs เป็นเครื่องหมายที่ใช้ในการจัดพื้นที่ จะมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะนำนักท่องเที่ยวไปในทิศทางที่มีการสื่อความหมาย เช่น เครื่องหมายบอกทางเท้า เครื่องหมายแนะนำ เครื่องหมายบอกทิศทาง เพื่อนำนักท่องเที่ยวไปสัมผัสกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น

2. Interpretives Signs เป็นเครื่องหมายที่ใช้ในการสื่อความหมายเกี่ยวกับธรรมชาติ เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ หรือลักษณะเด่นอย่างใดอย่างหนึ่งของพื้นที่

นอกจากนี้เขายังกล่าวถึงสิ่งที่จะใช้เป็นเนื้อหาในการสื่อสารว่า คือจุดเด่น (Benefits) ของสถานที่ และทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพภูมิประเทศ ธรณีวิทยา ชุมชนพืชและสัตว์ ระบบนิเวศน์ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

¹⁹ Paul A. McIntosh "Interpreting the Environment." John Wiley and Son, New York, 1976, p. 216.

การเข้าใจแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวและการสื่อสารที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว จะเป็นตัวกำหนดประเภทของสื่อ ลักษณะของเนื้อหาสื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างการดึงดูดใจ การให้ความรู้ความเข้าใจ และการจัดการพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อสู่เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวคิดใหม่ในอนาคต

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่ผู้ศึกษานำมาใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาเรื่องนี้คือ

1. การศึกษาเรื่อง “การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในแผ่นพับ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว” โดย พิชญ์สินี แสงขำ ทำการศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเภทแผ่นพับ ในช่วงปี พ.ศ. 2536-2537 พบว่า เทคนิควิธีการสื่อความหมายเพื่อการจูงใจมีการนำจุดจับใจทุกด้านมาจูงใจนักท่องเที่ยว ทั้งจุดจับใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก และจุดจับใจที่เป็นเหตุผล สำหรับเนื้อหาสารในแผ่นพับมีการใช้จุดจับใจสื่อความหมายให้กับจุดขายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมักจะเป็นจุดจับใจในเชิงบวกทั้งหมด คือศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจ นอกจากนี้ภาษาก็มีส่วนในการสร้างอารมณ์ ความรู้สึก และเห็นภาพพจน์ จิตนาการตามได้ ซึ่งจะสามารถทำให้เกิดการรับรู้ ความรู้สึก และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

2. การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พ.ศ. 2537” โดย เนาวรัตน์ พลายน้อย พบว่า การเลือกไปท่องเที่ยวในที่ใดนั้น สภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง ปัญหาที่พบจากการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีปัญหา ส่วนที่ระบุว่ามีปัญหาคือ คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ในด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า ร้อยละ 21.0 ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ด้านแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางและระยะทาง มีถึงร้อยละ 27.9 ระบุว่าตนไม่มีข้อมูลการท่องเที่ยวและคิดว่าไม่จำเป็นต้องมี

3. การศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติในการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และนันทนาการแก่นักท่องเที่ยวบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย” พบว่า ตัวกลางสื่อความหมายที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุด 4 อันดับแรก คือ เครื่องหมายและแผ่นป้าย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ทางเดินเท้าศึกษาธรรมชาติ และสื่อบุคคล(เจ้าหน้าที่) และพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้รับแผ่นพับหรือไม่เคยเห็นมาก่อน ส่วนเนื้อหาสาระของแผ่นพับอยู่ในระดับพอใช้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก่อนมาเยือนจะทราบกิจกรรมนันทนาการคือการถ่ายรูปและเดินชมธรรมชาติ และเมื่อหลังเยือนแล้วพบว่ามิกิจกรรมนันทนาการอื่นมากขึ้น ส่วนสื่อที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีเพิ่ม 5 ลำดับแรกคือ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เครื่องหมายและแผ่นป้าย แผ่นพับ สื่อบุคคล และโทรทัศน์ตามลำดับ

4. การศึกษาเรื่อง “สถานภาพและแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” โดย คัดนางค์ แจ้งใจ ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเห็นพ้องต้องกันว่าควรมีการปรับปรุงและพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ประชาชนเข้าใจอย่างแท้จริง โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น พร้อมทั้งควรมีการพัฒนากระบวนการสื่อสาร ระบบข้อมูลให้มากขึ้น เพื่อนำไปใช้พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง "การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา" ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน และการอธิบายเนื้อหาสาระของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในส่วนของ การสร้างความดึงดูดใจ การให้ความรู้ และการจัดการพื้นที่ รวมถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อและสารในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวคิดใหม่ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ได้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources) คือข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลและการสำรวจเบื้องต้นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่

ก. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคล ได้แก่

- 1) ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านนโยบายและการจัดการด้านการท่องเที่ยว ขององค์กรต่างๆ
- 2) ผู้ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลหรือตัวสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
- 3) นักท่องเที่ยว

ข. ข้อมูลจากการสำรวจเบื้องต้นสถานที่ท่องเที่ยวรวม 46 แห่ง คือ

- 1) พระราชวังหลวง
- 2) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทรเกษม
- 3) ปราสาทนครหลวง/วัดนครหลวง
- 4) พระราชวังบางปะอิน
- 5) วัดพระศรีสรรเพชญ์
- 6) วิหารพระมงคลบพิตร
- 7) วัดพระราม
- 8) วัดมหาธาตุ
- 9) วัดเสนาสนาราม
- 10) วัดสุวรรณดาราราม
- 11) พระเจดีย์ศรีสุริโยทัย

- 12) วัดโลกยสุธาราม
- 13) วัดภูเขาทอง
- 14) วัดใหญ่ชัยมงคล
- 15) วัดพนัญเชิง
- 16) วัดไชยวัฒนาราม
- 17) วัดพุทไธสวรรย์
- 18) วัดหน้าพระเมรุ
- 19) วัดกุฎีดาว
- 20) วัดสมณโกศ
- 21) วัดกษัตราธิราช
- 22) วัดนิเวศธรรมประวัติ
- 23) วัดชุมพลนิกายราม
- 24) ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร
- 25) ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา
- 26) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา
- 27) สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์
- 28) พระที่นั่งเพนียด
- 29) หมู่บ้านโปตุเกส
- 30) หมู่บ้านญี่ปุ่น
- 31) พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย (ทุ่งมะขามหย่อง)
- 32) คุ่มขุนแผน
- 33) บึงพระราม
- 34) วัดธรรมิกราช
- 35) วัดมเหยงค์
- 36) สวนนกวัดตาลเอน
- 37) วัดไก่อ
- 38) วัดอโยธยา
- 39) วัดเขินต์โยเซฟ
- 40) วัดวรเชษฐาราม
- 41) วัดโบสถ์ราชเดชะ
- 42) วัดจักรวรรดิ
- 43) ป้อมเพชร
- 44) อนุสรณ์สถานปรีดี พนมยงค์
- 45) พิพิธภัณฑ์เรือไทย
- 46) ปางช้างอยุธยาแลเพนียด

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) คือข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การพัฒนาการท่องเที่ยว การสื่อสารและการใช้สื่อ เป็นข้อมูลที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ปรากฏอยู่ในหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร และเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในการเก็บบันทึกข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

- 1) ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่
- 2) กองประสานแผนการลงทุน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 3) ห้องสมุด สำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ
- 4) ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- 5) ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 6) ห้องสมุดกรมป่าไม้
- 7) คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 8) สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 6
- 9) สำนักงานโครงการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร
- 10) เอกสารที่ถือครองไว้ส่วนตัว ทั้งที่เป็นหนังสือ เอกสาร รายงานการประชุม คู่มือการฝึกอบรม จุลสาร หนังสือพิมพ์ และอื่น ๆ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ ได้กำหนดประชากรของการศึกษาคั้งนี้คือ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมด 46 แห่งตามที่ระบุข้างต้น และจากการสำรวจเบื้องต้นสถานที่ทั้ง 46 แห่ง ได้ทำการพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) โดยเลือกเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ในเกณฑ์ต่อไปนี้

1. ความสะดวกในการเข้าถึง
2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ
3. สิ่งแวดล้อมและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวรวม 26 แห่ง และแต่ละแห่งมีลักษณะการใช้สื่อค่อนข้างแตกต่างกัน ซึ่งแบ่งตามผู้รับผิดชอบได้ดังนี้

- | | |
|------------|--|
| กรมศิลปากร | <ol style="list-style-type: none"> 1. พระราชวังหลวง 2. วัดพระศรีสรรเพชญ์ 3. วัดพระราม 4. วัดมหาธาตุ 5. วัดราชบูรณะ 6. วัดโลกยสุธาราม 7. วัดวรเชษฐาราม 8. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทรเกษม |
|------------|--|

- | | |
|----------------|---|
| | 9. วัดไชยวัฒนาราม |
| | 10. คุ่มขุนแผน |
| | 11. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา |
| | 12. สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ |
| | 13. บึงพระราม |
| | 14. หมู่บ้านโปรตุเกส |
| คณะสงฆ์ | 15. วัดพนัญเชิง |
| | 16. วัดใหญ่ชัยมงคล |
| | 17. วัดหน้าพระเมรุ |
| | 18. วัดนิเวศธรรมประวัติ |
| | 19. วัดไก่ |
| | 20. ปราสาทนครหลวง/วัดนครหลวง |
| สำนักพระราชวัง | 21. พระราชวังบางปะอิน |
| จังหวัด | 22. ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา |
| | 23. พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย (ทุ่งมะขามหย่อง) |
| เอกชน | 24. ศูนย์ศิลปะบางไทร |
| | 25. ปางช้างอยุธยาแลเพนียด |
| | 26. วิหารพระมงคลบพิตร |

สำหรับกลุ่มตัวอย่างประเภทบุคคล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) รวม 84 คน เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องด้านนโยบาย 14 คน บุคคลที่เป็นสื่อและสาร 18 คน และนักท่องเที่ยว 52 คน ดังนี้

1. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและการจัดการ ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่

กรมศิลปากร	1) คุณบวรเวท รุ่งรุจี ผู้อำนวยการสำนักงานโครงการนครประวัติศาสตร์ ฯ
	2) คุณพิชัย วงษ์สุวรรณ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา
	3) คุณปฏิพัฒน์ พุ่มพงษ์แพทย์ หัวหน้าฝ่ายพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทระเกษม
จังหวัด	4) คุณพันธุ์เลิศ มีวุฒิสงฆ์ ผู้ตรวจราชการส่วนท้องถิ่น
	5) คุณอนุช บางหลวง เลขานุการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
สำนักพระราชวัง	6) ม.ล. กัญญาภัค ลักษณะียนาวิน ผู้ช่วยหัวหน้าฝ่ายพิพิธภัณฑ์ สำนักพระราชวัง

- คณะสงฆ์
- 7) พระครูปลัดสุรินทร์ กิตฺตโก (สื่อบุคคล)
เจ้าอาวาสวัดนครหลวง
 - 8) พระครูสาธุกิจโกศล
รองเจ้าอาวาสวัดพัญญูเชิง
 - 9) พระครูวิมล
เจ้าอาวาสวัดหน้าพระเมรุ
 - 10) พระเทพยานไตรโลปจารย์
เจ้าอาวาสวัดนิเวศธรรมประวัติ
 - 11) อาจารย์เลื่อน
เจ้าอาวาสวัดไก่อ
 - 12) แม่ชีบุญศรี แหว้วณะ
กรรมการผู้จัดการผลประโยชน์วัดใหญ่ชัยมงคล
 - 13) คุณธีรวัฒน์ กิ่งแก้วโสภณ (สื่อบุคคล)
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร
 - 14) คุณสมพาสน์ มีพรรณ
ผู้ดำเนินกิจการปางช้างอยุธยา
- เอกชน
2. เจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลหรือตัวสาร ได้แก่
- กรมศิลปากร
- วิทยาการ ศูนย์บริการวิชาการและการท่องเที่ยว
อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
- 1) คุณเพชรลดา สวัสดิ์สรรวงค์
 - 2) คุณธรรภรณ์ เกษมสวัสดิ์
 - 3) คุณพัชรภรณ์ แก้วเขตการ
 - 4) คุณเศรษฐเนตร มั่นใจจริง
- เจ้าหน้าที่ประจำห้องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา
- 5) คุณพนิดา แสงมะหะมัด
 - 6) คุณวัลลีย์ กระจ่างวี
 - 7) คุณมาเรียม ชันธมาส
 - 8) คุณนัทศน์ ภาสุโพธ
 - 9) คุณศุภชัย กาญจนะจู่ทะ
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการนำชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทรมุข
- 10) คุณวิทยา ศรีนวน
- สำนักพระราชวัง
- วิทยาการ
- 11) คุณวิชัย ธาระพุม
 - 12) คุณวนิดา บุญปลุก

- 13) คุณมินดามัน ชูบรรจง
 - 14) คุณนัฐการณ์ บุญดาษ
 - 15) คุณประดิษฐ์ บุญประคอง
 - 16) คุณจิราณี ชมชื่น
 - 17) คุณสุรพร ธาระพุด
- เอกชน เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร
- 18) คุณปรียาวุฒิ อัครัตน

3. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสถานที่ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) โดยผู้วิจัยจะทำการสังเกตเลือกผู้สนใจในสื่อต่าง ๆ และมีเวลาในการท่องเที่ยวพอสมควร ในการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อต่าง ๆ สถานที่ละ 2 คน รวม 52 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ ได้แก่

1. แบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheets) มี 4 ชุด คือ
 - 1.1 แบบบันทึกข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ใช้ในการสำรวจเบื้องต้นเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและสภาพทั่วไปของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง
 - 1.2 แบบบันทึกการปรากฏของสื่อต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
 - 1.3 แบบบันทึกเนื้อหาการวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อบุคคลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
 - 1.4 แบบบันทึกเนื้อหาการวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
2. เครื่องมือช่วยในการเก็บข้อมูลอื่น ๆ ได้แก่ สมุดบันทึกแนวทางการตั้งคำถามในการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) โดยการที่ผู้วิจัยและผู้ช่วยไปทำการสัมภาษณ์กับบุคคลกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย การจัดการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว และบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อโดยตรง และนักท่องเที่ยว แล้วทำการจดบันทึกและบันทึกเสียงเพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป
2. การบันทึกจากแหล่งข้อมูล เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลจำนวนและประเภทของสื่อที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อการวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อ เนื้อหาสาร โดยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่

- 2.1 การสำรวจสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งในปัจจุบัน รวบรวมโดยวิธีการบันทึกภาพ และการจัดบันทึกการสำรวจข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว
- 2.2 การเก็บรวบรวมสื่อสิ่งพิมพ์ รวบรวมโดยการขอหรือซื้อจากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ
- 2.3 การเก็บรวบรวมแผ่นป้ายด้วยการบันทึกภาพและการจัดบันทึก
- 2.4 การเก็บรวบรวมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยวิธีการบันทึกภาพและเสียง
- 2.5 การเก็บรวบรวมสื่อประเพณี สื่อทัศนศิลป์ โดยวิธีการบันทึกภาพและการจัดบันทึก

การตรวจสอบข้อมูล

1. การสัมภาษณ์

1.1 การตรวจสอบความตรง (Validity) ใช้การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นหลักในการกำหนดเนื้อหาคำถาม และนำให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการพิจารณาตรวจสอบข้อมูลอีกครั้งแล้วนำมาปรับปรุงแนวคำถาม

1.2 การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ใช้การตรวจสอบความสอดคล้องของการตอบ โดยการถามคำถามจากการสัมภาษณ์บุคคลหลายคนแล้วนำคำตอบมาเปรียบเทียบกัน

2. การบันทึกข้อมูลในแบบบันทึก

2.1 การตรวจสอบความตรง จากการสำรวจเบื้องต้นผู้วิจัยคัดเลือกศึกษาเฉพาะสื่อในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ คือ กรมศิลปากร สำนักพระราชวัง สำนักสงฆ์ จังหวัด และองค์กรเอกชน จากนั้นใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นหลักในการกำหนดเนื้อหาที่จะทำการวิเคราะห์และให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการพิจารณาตรวจสอบข้อมูลอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขปรับปรุง

2.2 การตรวจสอบความเที่ยง ใช้ผู้บันทึกข้อมูล 2 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกันและหาความสัมพันธ์สอดคล้องกันด้วยสูตรของ Holsti

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลแล้ว ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือแนวคิดหลัก (Theme) ดังนี้

1.1 การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านนโยบาย และการจัดการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ขององค์กรต่าง ๆ ที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อสรุปข้อมูลด้านนโยบายการดำเนินงาน การจัดการทรัพยากรบุคคล แนวคิดการใช้สื่อและงบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมถึงปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันระหว่างองค์กรต่าง ๆ และนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์อีกครั้งเพื่อหาข้อสรุปของความสามารถของการพัฒนาในปัจจุบันในการตอบสนองการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวคิดใหม่ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8

1.2 การสัมภาษณ์ผู้ทำหน้าที่เป็นสื่อและสาร เพื่อสรุปข้อมูลด้านวิธีการสื่อสารในการสร้างความสนใจ การให้ความรู้และการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์ในพื้นที่และทรัพยากรด้วยความระมัดระวัง

1.3 การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว เพื่อสรุปความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อและสาร ในด้านความสนใจ การได้รับความรู้ และความเข้าใจในบทบาทของตนในการปฏิบัติตามระเบียบข้อกำหนดของสถานที่ รวมถึงความต้องการอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรากฏในเนื้อหาสาร

2. การวิเคราะห์เนื้อหา แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น

2.1 การระบุจำนวน (Unit of Enumeration) โดยการพิจารณาจากสภาพทางกายภาพ (Physical Unit) โดยใช้ Coding Sheet บันทึกจำนวนและการปรากฏของสื่อต่าง ๆ แต่ละประเภทที่มีในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง แล้วนำผลมาคิดเป็นอัตราร้อยละ (Percentage) เพื่อนำมาเปรียบเทียบแนวโน้มการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวและองค์กรที่รับผิดชอบ

2.2 การจับประเด็นที่ปรากฏอยู่ในสื่อหรือสารที่จะวิเคราะห์ กำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ การใช้ถ้อยคำ (Term) หรือ แนวคิดหลัก (Theme) หรือคุณลักษณะ (Character) ตามประเภทของสื่อและสารในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้ Coding Sheet สำหรับบันทึกการวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อบุคคล และแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเด็นต่อไปนี้

ก. การสร้างการดึงดูดใจ

1) การสร้างความดึงดูดใจด้วยสื่อบุคคล ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของบุคคล และบุคลิกลักษณะของบุคคล และทักษะทางการสื่อสาร

2) การสร้างการดึงดูดใจด้วยสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพของสื่อและจุดเร้าใจทางด้านอารมณ์ความรู้สึก และการใช้จุดเร้าใจด้วยเหตุผล

ข. การสร้างความรู้ความเข้าใจ ในเนื้อหาต่อไปนี้

1) ประวัติความเป็นมา หรือเรื่องราวทางประวัติศาสตร์

2) ศิลปะและสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้างในสถานที่ท่องเที่ยว

3) การผลิตงานศิลปะ / หัตถกรรมพื้นบ้าน

4) พิธีกรรม / ความเชื่อ

5) งานเทศกาลประเพณี

6) สถานที่หรือสิ่งที่น่าสนใจในพื้นที่

7) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในพื้นที่

8) เรื่องราวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ค. การจัดการพื้นที่ ในเนื้อหาต่อไปนี้

1) การห้าม คือ การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่อนุญาตให้กระทำในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น

2) การเตือน คือ การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงอันตรายหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำบางอย่าง หรือจากลักษณะทางภูมิประเทศของสถานที่ท่องเที่ยว

3) การแนะนำ คือ การบอกให้นักท่องเที่ยวควรกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อประโยชน์ของตัวนักท่องเที่ยวเองหรือเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ท่องเที่ยว

4) การบอกทิศทาง คือ การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงเส้นทางไปในจุดต่าง ๆ ของสถานที่ เพื่อลดผลกระทบของพื้นที่ที่อาจเกิดขึ้นจากการเดินทางอย่างไม่รู้ทิศทางของนักท่องเที่ยว

5) การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว คือ การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงขีดจำกัดของสถานที่ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวใช้สถานที่นั้นเกินกำลังความสามารถที่จะรับได้

การนำเสนอข้อมูล

มีการนำเสนอใน 3 ลักษณะ คือ

1. การนำเสนอข้อมูลในรูปการพรรณนาวิเคราะห์ พรรณาถึงข้อมูลพื้นฐานและสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในปัจจุบัน การบรรยายลักษณะเนื้อหาสาระ ข้อมูลด้านการใช้สื่อในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ความเป็นไปได้ของการพัฒนาการท่องเที่ยว แนวคิดใหม่ และการบรรยายสรุป

2. การนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง ให้อยู่ในรูปของสดมภ์ (column) และแถว (row) เพื่อให้ได้ข้อมูลทางด้านสถิติของสื่อต่าง ๆ ที่ปรากฏในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

3. การนำเสนอข้อมูลโดยใช้ภาพถ่าย เพื่อเป็นหลักฐานแสดงให้เห็นลักษณะของสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยว

บทที่ 4

สภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยว และการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อตรวจสอบสภาพความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว และการศึกษานโยบายการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรต่าง ๆ ที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว ในบทนี้ จึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 2 การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวขององค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนที่ 1. สภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 46 แห่ง พบว่าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กระจายตัวเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ 4 กลุ่ม ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในเกาะเมือง
2. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบริเวณบางปะอินและบางไทร
3. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวรอบนอกเกาะเมืองบริเวณอโยธยาใต้
4. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มย่อยที่กระจายรอบนอกเกาะเมือง

1. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในเกาะเมือง

กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ที่อยู่ในบริเวณภายในของเกาะเมือง แบ่งออกเป็น กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองตรงจุดศูนย์กลางของพื้นที่เกาะเมือง ค่อนไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ สถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ได้แก่ พระราชวังหลวง วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดมหาธาตุ วัดพระราม วิหารพระมงคลบพิตร วัดธรรมิกราช วัดราชบูรณะ คุ่มขุนแผน บึงพระราม ปางช้างแลเพนียดอยุธยา สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ วัดโลกยสุธา วัดวรเชษฐาราม และกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ภายในเกาะเมืองรอบนอกเขตอุทยานประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ เจดีย์ศรีสุริโยทัย อนุสรณ์สถานปรีดีพนมยงค์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติวังจันทร์เกษม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา พิพิธภัณฑสถานเรือไทย ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ วัดสุวรรณดาราราม วัดเสนาสนาราม ป้อมเพชร

การเข้าถึงกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะเมือง สามารถเข้าถึงได้โดยง่ายโดยถนนสายหลักของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือใช้เส้นทางสายเอเชียจากกรุงเทพฯ แยกเข้าไปยังตัวจังหวัด ข้ามสะพานปรีดีธำรงเข้าไปในเขตเกาะเมือง โดยเส้นทางถนนโรจนะเป็นถนนสายหลักมีสภาพเส้นทางที่ดี มีถนนสายรองแยกออกจากถนนโรจนะ เช่น ถนนกุนชี ถนนนครสวรรค์ ถนนศรีสรรเพชญ์ ฯลฯ แยกออกไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป

จากการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะเมือง พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่ อยู่ในสภาพที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ คือ สภาพเส้นทางถนนสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกทั้งรถเล็กและรถใหญ่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว และเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญ มีจุดเด่นความน่าสนใจ และลักษณะทางกายภาพรวมถึงสภาพแวดล้อมที่มีการดูแลไม่ปล่อยรกร้างหรือเสื่อมโทรม ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์ส่วนใหญ่จะได้รับการบูรณะตามแผนแม่บทโครงการบูรณะปฏิสังขรณ์นครประวัติศาสตร์แล้ว ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่อยู่ในสภาพที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เกิดจาก อยู่ในระหว่างการบูรณะซ่อมแซม รอการบูรณะ เส้นทางเข้าถึงมีสภาพไม่ดีคับแคบ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน บางสถานที่ขาดการดูแลรักษาปล่อยให้มีสภาพเสื่อมโทรม และบางสถานที่โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดจะยึดภารกิจหลัก คือการเป็นศาสนสถานที่มีกิจกรรมเฉพาะทางด้านศาสนา จึงไม่มีการจัดการเพื่ออำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการทำลายความสงบของวัดไป และนักท่องเที่ยวที่มาโดยไม่ได้แจ้งให้ทางวัดทราบล่วงหน้าจะไม่สามารถเข้าชมภายในโบราณสถานได้เลย ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว แม้จะมีสภาพปัญหาอื่น ๆ อยู่บ้าง แต่ก็สามารถที่จะพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพต่อการรองรับนักท่องเที่ยวได้ดังรายละเอียดดังนี้

พระราชวังหลวง (พระราชวังโบราณ)

1) ความสำคัญและความเป็นมา

พระราชวังหลวงหรือวังโบราณ สันนิษฐานว่าพระเจ้าอู่ทองสร้างพระราชวังตั้งแต่เมื่อครั้งประทับอยู่ที่เวียงเล็ก เมื่อ พ.ศ. 1890 และเมื่อสร้างกรุงเสร็จในปี พ.ศ. 1893 จึงย้ายมาประทับที่พระราชวังใหม่ริมหนองโสน พระที่นั่งต่าง ๆ ในครั้งแรกนี้สร้างด้วยไม้อยู่ในบริเวณซึ่งปัจจุบันเป็นวัดพระศรีสรรเพชญ์ ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 1991 สมเด็จพระเจ้าบรมไตรโลกนาถ ทรงถวายที่บริเวณพระราชวังเดิมสร้างเป็นวัดในเขตพระราชวัง เรียกว่า "วัดพระศรีสรรเพชญ์" แล้วทรงสร้างพระราชวังหลวงใหม่เลื่อนไปทางทิศเหนือ ซิดริมแม่น้ำลพบุรี พระที่นั่งต่าง ๆ ในเขตพระราชวังหลวง เป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์อยุธยาทุกรัชกาล พระที่นั่งต่าง ๆ ที่ปรากฏในปัจจุบันเป็นของที่สร้างแต่ครั้งแผ่นดินสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

พระราชวังหลวง ตั้งอยู่ริมกำแพงพระนครศรีอยุธยาทางด้านเหนือ ด้านหน้าของพระราชวังอยู่ทางทิศตะวันออก ซึ่งจรดแนวถนนศรีสรรเพชญ์ตรงข้ามกับวัดธรรมิกราช ส่วนทิศเหนือจดแนวถนนอุทง เลียบฝั่งคลองเมือง (แม่น้ำลพบุรีเดิม) ซึ่งตื้นเขินแล้ว ทิศตะวันตกจดแนวถนนคลองท่อ และทิศใต้จดเขตวัดพระศรีสรรเพชญ์และบางส่วนของวิหารพระมงคลบพิตร

การเข้าถึงปัจจุบันใช้ถนนศรีสรรเพชญ์เป็นทางเข้าด้านหน้า อนุญาตเฉพาะคนเดินเข้า ห้ามรถยนต์ทุกชนิดเข้าภายใน นอกจากนี้ยังสามารถเข้าทางด้านข้างจากวัดพระศรีสรรเพชญ์ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. ค่าเข้าชมสำหรับชาวไทยคนละ 5 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 20 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

บริเวณพระราชวังหลวงโบราณนี้มีพระที่นั่งสำคัญ ได้แก่ พระที่นั่งสุริยาศน์อมรินทร์ พระที่นั่งสรรเพชญปราสาท พระที่นั่งวิหารสมเด็จ พระที่นั่งจักรวรรดิไชยยนต์ พระที่นั่งตรีมุข พระที่นั่งบรรยงศรีรัตนพาสน์ และพระที่นั่งทรงปืน ส่วนใหญ่จะเป็นรากฐานของโบราณสถานต่าง ๆ มีสนามหญ้าโล่งกว้าง มีต้นไม้ใหญ่กระจายอยู่ทั่วไป รวมทั้งสระน้ำดั้งเดิมดูคล้ายที่พักผ่อนหย่อนใจอยู่แวดล้อมร่องรอยของโบราณสถาน

เนื่องจากเป็นโบราณสถานที่สำคัญที่สุดในอุทยานประวัติศาสตร์ควบคุมกับวัดพระศรีสรรเพชญ์ ดังนั้นกรมศิลปากรจึงได้เข้าทำการบูรณะชุดแต่งไว้แล้วเป็นส่วนใหญ่ และบางส่วนอยู่ในระหว่างการบูรณะชุดแต่ง รวมถึงการปรับปรุงสภาพแวดล้อม และการดูแลรักษาไว้ค่อนข้างดี มีพื้นที่กว้างขวาง มีถนนต่าง ๆ โดยรอบ แต่ขาดทางเดินที่ชัดเจนในการเดินชมภายในโบราณสถาน รวมทั้งขาดความชัดเจนของทางเข้าออก ไม่ว่าจะเป็นทางเข้าออกหลัก หรือทางเข้าออกรอง ขาดความน่าสนใจ สิ่งบริการนักท่องเที่ยวได้แก่ห้องน้ำห้องส้วม ที่ทิ้งขยะ ส่วนร้านขายเครื่องดื่มอยู่ด้านนอกประตูทางเข้า ส่วนการสื่อความหมายภายในโบราณสถานยังต้องปรับปรุง เพราะการสื่อความหมายส่วนใหญ่เป็นเพียงการบอกชื่อของพระที่นั่งหรือพื้นที่สำคัญเท่านั้น ขาดเนื้อหารายละเอียดที่สำคัญไป

วิหารพระมงคลบพิตร

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วิหารพระมงคลบพิตรเป็นที่ประดิษฐาน พระมงคลบพิตร พระพุทธรูปหล่อทองสำริดลงรักปิดทององค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย สันนิษฐานว่าสร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น ราวแผ่นดินสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ แต่เดิมองค์พระรูปนี้ประดิษฐานอยู่กลางแจ้งทางทิศตะวันออกนอกพระราชวังหลวง สมเด็จพระเจ้าทรงธรรมโปรดให้ชะลอมมาไว้ทางด้านตะวันตกและให้ก่อมณฑปครอบ ต่อมาในสมัยสมเด็จพระเจ้าเสือ ยอดมณฑปถูกอสุนีบาตไฟไหม้ จึงโปรดเกล้าให้ก่อสร้างใหม่แปลงเป็นพระวิหารแทน

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วิหารพระมงคลบพิตรตั้งอยู่กึ่งกลางของอุทยานประวัติศาสตร์ มีถนนล้อมรอบทั้งสี่ด้าน ด้านหน้าทิศตะวันออกจดถนนศรีสรรเพชญ์ ด้านข้างทิศเหนือติดกับวัดพระศรีสรรเพชญ์ ทิศใต้ติดกับคุ้มขุนแผน ทางเข้าเข้าด้านหน้าถนนศรีสรรเพชญ์

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

องค์วิหารพระมงคลบพิตรได้รับการบูรณะอยู่ในสภาพที่ดี เป็นวิหารขนาดใหญ่และเห็นได้ชัดเจน มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก สิ่งก่อสร้างอื่นคือวิหารกลบเหลือแต่รากฐานปัจจุบันเป็นกองขยะ ส่วนสระปูลพหกลเหลี่ยมขนาดใหญ่ ไม่มีคุณค่าทางด้านสุนทรียภาพที่จะคู่ควรกับโบราณสถาน

แวดล้อมอื่นๆ ด้านหน้าของพระวิหารเป็นลานจอดรถขนาดใหญ่ ซึ่งทางเดินรถปะปนกันไม่เป็นระเบียบ รถยังสามารถวิ่งวนไปทางที่จอดรถด้านหลังด้านข้างวิหาร ซึ่งอาจกระทบกระเทือนองค์พระวิหารได้ ห้องน้ำอยู่กระจัดกระจายบริเวณด้านหลังวิหารและบริเวณร้านค้า ดูแลโดยเอกชนที่คิดค่าบริการจากนักท่องเที่ยวแต่ให้บริการไม่ดีนัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกอยู่ติดกันสภาพไม่เป็นระเบียบ มีการจัดระเบียบร้านค้าเพียงบางส่วนแต่ก็ไม่ดีนัก มีการต่อเติมทำให้ขาดระเบียบ ร้านค้าต่าง ๆ ทอดยาวไปยังส่วนที่ติดกับคัมภีร์แผน สภาพแวดล้อมมีการใช้ที่ดินที่ค่อนข้างสับสนไม่มีระเบียบ

ภายในพระวิหารดูแลโดยมูลนิธิพระมงคลบพิตร การจัดบริเวณด้านในไม่เป็นระเบียบ ไม่ส่งเสริมทัศนียภาพภายใน เป็นไปในเชิงพาณิชย์ มีการจัดบริเวณเป็นสำนักงานของมูลนิธิด้านหน้าและข้าง มีโต๊ะทำงาน ตู้ชั้นต่าง ๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ของเจ้าหน้าที่มูลนิธิ มีการจัดตู้เช่าองค์พระ การจัดบริเวณขายดอกไม้รูปเทียน กาละมังใส่ดอกบัว การวางกล่องบรรจุพระ ตู้เก็บของ รวมถึงมีการแขวนเสื้อผ้าของเจ้าหน้าที่ที่เสาชะวิหาร มีถังขยะเรียงรายจำนวนมาก ลักษณะการสื่อความหมายทำอย่างง่าย ๆ มีการจัดวางสื่อรอบฐานองค์พระ ทำให้ดูขาดระเบียบ แม้ภายในวัดจะไม่สกปรก แต่การจัดบริเวณที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ความน่าสนใจและคุณค่าของสถานที่ลดลงไป

วัดพระศรีสรรเพชญ์

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วัดพระศรีสรรเพชญ์ เป็นวัดที่สร้างในพระราชวังหลวงเช่นเดียวกับวัดพระศรีรัตนศาสดารามที่กรุงเทพฯ ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษา เดิมในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 เป็นบริเวณพระราชฐานที่ประทับ ต่อมาสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถทรงสร้างพระราชมณเฑียรขึ้นใหม่ทางทิศเหนือริมแม่น้ำลพบุรี แล้วโปรดให้ยกบริเวณพระราชฐานเดิมเป็นเขตพุทธาวาสเพื่อประกอบพิธีสำคัญของบ้านเมือง ต่อมาในสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงสร้างสถูปเจดีย์ขึ้น องค์ตะวันออกบรรจุพระบรมอัฐิของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถพระราชบิดา องค์กลางบรรจุพระบรมอัฐิของสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 3 พระเชษฐาธิราช และองค์ตะวันตกบรรจุพระบรมอัฐิของสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ซึ่งสมเด็จพระบรมราชาที่ 4 พระราชโอรสได้โปรดให้สร้างขึ้น

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดพระศรีสรรเพชญ์ตั้งอยู่ในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ ทิศเหนือจดพระราชวังหลวง ทิศตะวันออกจดอนุสาวรีย์พระเจ้าอู่ทอง ทิศใต้จดวัดมงคลบพิตร และทิศตะวันตกจดคลองท่อและถนนคลองท่อ ทางเข้า-ออก นักท่องเที่ยวจะเข้าด้านข้างที่มีซุ้มเก็บเงินด้านวิหารพระมงคลบพิตร หรือด้านเดียวกับทางเข้าพระราชวังโบราณก็ได้ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. ค่าเข้าชมสำหรับชาวไทยคนละ 5 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 20 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

วัดพระศรีสรรเพชญ์มีสถาปัตยกรรมที่สำคัญ ได้แก่ พระเจดีย์ 3 องค์ ลักษณะเป็นเจดีย์กลมทรงลังกา ปัจจุบันพระเจดีย์ทั้ง 3 องค์นี้ได้รับการบูรณะแล้ว มีอาคารสำคัญอีกอาคารตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของระเบียบเป็นพระวิหารใหญ่ที่ประดิษฐาน "พระศรีสรรเพชญ์ฉายาน" นอกจากนี้

ยังมีอาคารส่วนอื่นได้แก่ พระระเบียงมณฑปจตุรमुख เจดีย์ราย และพระวิหารข้างพระศรีสรรเพชญ์ 4 หลัง ซึ่งปัจจุบันเหลือแต่ส่วนฐานและผนังบางส่วนเท่านั้น

สภาพทั่วไปอยู่ในสภาพที่ดี เพราะได้รับการดูแลรักษาจากกรมศิลปากร ซากโบราณสถานได้รับการขุดแต่งอย่างชัดเจน แต่การบูรณะซ่อมแซมส่วนใหญ่ยังจำกัดอยู่แต่ตัวอาคารโบราณสถานเป็นส่วนใหญ่ และเนื่องจากมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากแต่ไม่ได้มีการกำหนดแนวเส้นทางเดินชมในบริเวณเป็นสัดส่วน ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินตามขอบกำแพงและปีนตามโบราณสถาน อันอาจก่อให้เกิดผลเสียหายและสร้างความชำรุดแก่โบราณสถานได้ในอนาคต ปัญหาที่สำคัญคือการขาดการสื่อความหมายภายในวัดที่จะบอกสาระรายละเอียดต่าง ๆ ของสิ่งก่อสร้าง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถทราบได้ว่าสิ่งก่อสร้างแต่ละอย่างคืออะไร มีความสำคัญอย่างไร ไม่มีการจัดบริเวณสำหรับการนั่งพักผ่อนสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอื่น ๆ ภายในวัดไม่มี แต่ไม่ใช่ประเด็นปัญหาเนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านนอกวัดซึ่งมีจำนวนมากได้

วัดพระราม

1) ความสำคัญและความเป็นมา

ตามหนังสือพระราชพงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐว่า สมเด็จพระเอกาทศทรงสร้างตรงที่ถวายพระเพลิงพระบรมศพสมเด็จพระเจ้าอยู่ทองพระบิดาเมื่อ พ.ศ. 1912 และเข้าใจว่าสมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 1 ทรงสร้างต่อจนสำเร็จภายหลัง และในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าบรมโกศ ราว พ.ศ. 2284 ได้มีการปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ ดังนั้นลวดลายสถาปัตยกรรมที่เห็นอยู่ในปัจจุบันจึงเป็นฝีมือของช่างในสมัยสมเด็จพระเจ้าบรมโกศทั้งสิ้น ในปัจจุบันยังมีสิ่งที่น่าสนใจอีกมาก เช่น พระปรางค์ใหญ่และพระเจดีย์อีกหลายองค์

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่ด้านนอกของพระราชวังด้านตะวันออก มีอาณาเขตคือ ทิศตะวันตกอยู่ใกล้ถนนศรีสรรเพชญ์ ทิศใต้ติดบึงน้ำที่ต่อเนื่องกับบึงพระราม ทิศตะวันออกติดกับบึงพระรามและถนนซอยเล็ก ซึ่งลัดจากถนนป่าโทนไปยังถนนศรีสรรเพชญ์ ส่วนทิศเหนือติดกับส่วนหนึ่งของบริเวณบึงพระรามและเป็นที่ตั้งของอนุสาวรีย์พระเจ้าอยู่ทอง การเข้าชม ทางเท้าสามารถเข้าที่ประตูด้านติดกับถนนศรีสรรเพชญ์ ถ้าต้องการเข้าถึงทางรถยนต์ ต้องเข้าซอยแยกออกจากถนนศรีสรรเพชญ์ซึ่งอ้อมไปหลังวัดและไปออกถนนป่าโทน เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. ค่าเข้าชมสำหรับชาวไทยคนละ 5 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 20 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

วัดพระรามได้รับการบูรณะแล้ว ไม่มีสิ่งก่อสร้างรบกวนภายในบริเวณเดิม ทศนิยมภาพโดยรอบได้รับการตกแต่งดูแลสวยงาม โบราณสถานแห่งนี้ยังมีสิ่งที่น่าสนใจหลายอย่าง เช่น พระปรางค์ใหญ่ พระสถูปเจดีย์ทรงปรางค์ ซึ่งมีลักษณะทรวดทรงสูงกว่าปรางค์ของขอม ทำಯೂมมากขึ้น ส่วนฐานมีความสูงเกือบเท่าส่วนบนองค์ปรางค์บังกลีบขนุนสำหรับประดับปรางค์ ในยุคนี้ไม่นิยมทำลวดลายทำเพียงกลีบขนุนเท่านั้น จะทำลวดลายเพียวซุ้มประตูที่จะเข้าภายในองค์ปรางค์เท่านั้น นอกจากนี้ยังมีวิหาร 9 องค์ที่พอจะเห็นรากฐานกำแพงต่าง ๆ ได้ชัดเจน มีเจดีย์ 75 องค์เหลืออยู่เพียงบางส่วนของ

อยู่รอบพระปรางค์และวิหารคตรอบปรางค์ซึ่งมีพระพุทธรูปศิลาตั้งรายรอบและยังมีซากโบสถ์วิหารกับกำแพงวัดเหลืออยู่บ้าง สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานไม่มี แต่ไม่ใช่ประเด็นปัญหาเนื่องจากอยู่ใกล้กับวิหารพระมงคลบพิตร นักท่องเที่ยวสามารถข้ามถนนไปใช้บริการที่นั่นได้ ในด้านการสื่อความหมายภายในวัดไม่มี มีป้ายด้านนอกแต่ชำรุดไม่ชัดเจน

บึงพระราม

1) ความสำคัญและความเป็นมา

เป็นบึงอยู่หน้าวัดพระราม แต่เดิมเรียกว่า “หนองโสน” หนองเดิมสันนิษฐานว่าเล็กกว่านี้ ต่อมาเมื่อสร้างกรุงศรีอยุธยาจะขุดเอาดินในหนองนี้ขึ้นมาถมพื้นวัง พื้นวัดมหาธาตุ วัดราชบูรณะ และวัดพระราม พื้นที่ที่ขุดเอาดินขึ้นมาถมต่อมาจึงได้กลายเป็นบึงใหญ่ ปรากฏชื่อในกฎมณเฑียรบาลว่า “บึงชัชวัน” แต่ต่อมาเปลี่ยนชื่อใหม่เรียกว่า “บึงพระราม” ปัจจุบันทางราชการได้จัดบึงนี้เป็นสวนสาธารณะเรียกว่า “สวนสาธารณะบึงพระราม”

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

บึงพระรามแวดล้อมด้วยถนนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ทิศเหนือจดถนนนครสวรรค์และวัดมหาธาตุ ทิศใต้จดถนนป่าไทน์ ทิศตะวันออกจดถนนสีกันและวัดมหาธาตุ ส่วนทิศตะวันตกจดวัดพระรามและบริเวณอนุสาวรีย์พระเจ้าอู่ทองติดถนนศรีสรรเพชญ์ การเข้าถึงสามารถเข้าได้ทั้งสี่ด้าน

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ เป็นสวนและบึงขนาดใหญ่คดเคี้ยวติดต่อกันเป็นบริเวณกว้าง สภาพไม่ร่มรื่นนัก แม้จะมีต้นไม้ใหญ่ และมีโบราณสถานอยู่ภายในจำนวนมาก เช่น พระที่นั่งเย็น (ตึกดิน) วัดนก วัดไตรรงค์ วัดสองคน วัดโพ่ง วัดหลังคาตำ วัดสังฆปัตย์ วัดหลังคาขาว วัดจันทร์ ซึ่งเดิมจะเหลือรากฐานเพียงเล็กน้อย แต่ในปัจจุบันอยู่ในระหว่างการบูรณะปฏิสังขรณ์ บางวัดได้รับการบูรณะเรียบร้อยแล้ว สภาพพื้นที่ค่อนข้างขาดการบำรุงรักษา ทางเดินเท้าและสะพานที่เชื่อมต่อพื้นที่ทรุดโทรม และไม่ชัดเจน

จะเห็นได้ว่าบึงพระรามนี้เป็นลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่ผสมผสานกันระหว่างโบราณสถานและสวนสาธารณะ นอกจากนี้ยังมีสิ่งบริการอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร ห้องน้ำ เรือเช่า ฯลฯ แต่ส่วนใหญ่ของการใช้ที่ดินยังคงเป็นสวนและบึงที่เป็นสวนสาธารณะเป็นที่พักผ่อน การเข้าถึงและทัศนียภาพของบึงพระรามยังดูไม่โดดเด่น จึงกลายเป็นเพียงแหล่งพักผ่อนหย่อนใจของชาวเมืองพระนครศรีอยุธยาเสียเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ไปชม และการเข้าชมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่ได้เดินเข้าไปชมโบราณสถานที่อยู่กระจัดกระจาย

คุ่มขุนแผน

1) ความสำคัญและความเป็นมา

คุ่มขุนแผนเดิมเป็นจวนสมุหเทศาภิบาลมณฑลกรุงเก่า พลตรีพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมขุนมรุพงษ์ศิริพัฒน์ สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2437 ที่เกาะลอยบริเวณสะพานเกลือซึ่งอยู่ตรงกันข้ามกับที่ว่าการมณฑล ต่อมา ดร.ปรีดี พนมยงค์ ได้ย้ายจวนหลังนี้มาสร้างขึ้นในบริเวณคุกนครบาลเก่าของ

พระนครศรีอยุธยา พร้อมทั้งสร้างบ้านเรือนไทยขึ้นอีกและให้ชื่อเรือนนี้ว่า "คุ้มขุนแผน" เพราะเชื่อว่า ขุนแผนเคยติดคุกในบริเวณนี้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2500 จอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้ให้บูรณะเรือนไทย หลังนี้และมอบให้อยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร และในปี พ.ศ. 2534 ได้รับการบูรณะซ่อมแซมใหม่ โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เปลี่ยนหลังคามุงจากเป็นกระเบื้อง และเปลี่ยนเสาไม้และคานเป็นคอนกรีตเพื่อความแข็งแรงคงทน

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

คุ้มขุนแผนอยู่ติดกับบริเวณของวิหารพระมงคลบพิตร ด้านหน้าติดกับถนนศรีสรรเพชญ์ ซึ่งเป็นทางเข้าหลัก แต่มีทางเข้ารอง เข้าทางด้านวิหารพระมงคลบพิตรโดยสะพานข้ามคูน้ำแต่จะมีนักท่องเที่ยวใช้ทางด้านนี้น้อยเนื่องจากจะเห็นไม่ชัดเจนจากการถูกร้านค้าบริเวณวิหารพระมงคลบพิตรบัง

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ในบริเวณคุ้มขุนแผน มีอาคารหลักหลังเดียวซึ่งเป็นอาคารเรือนไทยใต้ถุนสูงตั้งอยู่กลางพื้นที่ซึ่งมีลักษณะเหมือนเกาะล้อมรอบด้วยคูน้ำ ด้านหลังเรือนไทยเป็นอาคารห้องนำทรงไทยชั้นเดียว และห่างออกไปด้านหลังเป็นอาคารทรงไทยชั้นเดียวขนาด 2 หลังเป็นที่เก็บพัสดุ ด้านทิศใต้ของคุ้มขุนแผนในบริเวณเดียวกันมีซากวัดร้างชื่อ "วัดเกษ" ซึ่งได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์ไว้แล้ว และบริเวณใกล้เคียง ๑ กัน มีศาลาทอดตัวไปในคูน้ำเป็นที่พักผ่อนของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม สภาพโดยทั่วไปอยู่ในสภาพดี สภาพภูมิทัศน์ในบริเวณร่มรื่น มีปัญหาบ้างในช่วงฤดูฝน บางพื้นที่จะมีน้ำท่วมขัง มีปัญหาด้านภูมิทัศน์สำคัญอีกอย่างคือ ปัญหาสภาพแวดล้อมบริเวณต่อเนื่องกับวิหารพระมงคลบพิตร มีร้านจำหน่ายสินค้าจำนวนมากปิดบังมุมมองจากวัดมายังบริเวณคุ้มขุนแผน และร้านค้าที่ขาดระเบียบทำให้ทัศนียภาพของคุ้มขุนแผนดูด้อยคุณค่าลงไป ในด้านการใช้สื่อมีการใช้สื่อที่ค่อนข้างชัดเจนเข้าใจง่าย วางในตำแหน่งที่สำคัญของเรือนไทย แต่ขาดข้อมูลสถานที่คุ้มขุนแผนด้านหน้าทางเข้า

ปางช้างแลเหนียด อยุธยา

1) ประวัติความเป็นมา

ปางช้างอยุธยาแลเหนียด ก่อตั้งเมื่อปี 2538 โดยคุณสมพาสน์ มีพรรณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างงานให้ช้างเลี้ยง และส่งเสริมบรรยากาศการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้มีความหลากหลาย และรวมช้างให้เป็นหลักแหล่งง่ายต่อการควบคุม พร้อมกับทำประวัติช้างโดยวิธีการฝังไมโครชิพ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาช้างเร่ร่อน โดยได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจาก กรมศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มูลนิธิคนรักช้างประเทศไทย และชมรมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ปางช้างแลเหนียด อยุธยา มีสถานที่ 2 แห่ง สถานที่แรกตั้งอยู่บนถนนป่าโทน บนที่ดินของราชพัสดุ ด้านหลังของคุ้มขุนแผน เป็นพื้นที่บริการนักท่องเที่ยว อีกแห่งหนึ่งตั้งอยู่ที่ตำบลสวนพริก ห่างจากตัวเมืองประมาณ 4 กิโลเมตร เป็นสถานที่เลี้ยงช้าง ไม่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมในปัจจุบัน

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ปางช้างอยุธยาที่มีพื้นที่เล็กๆ เปิดให้บริการ Taxi ช้างกับนักท่องเที่ยว โดยมีอัตราค่าบริการ ตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป ขึ้นอยู่กับระยะทางไกลใกล้ที่ปางช้างกำหนดไว้ ไม่มีการแสดงอื่น ๆ ของช้าง มีช้างให้บริการ 17 เชือก โดยความขี้จะแต่งกายด้วยชุดพื้นบ้านโบราณ การให้บริการจะเน้นชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย เนื่องจากอัตราค่าบริการซึ่งคนไทยจะเห็นว่ามียอดที่สูงเกินไป นอกจากนี้บริการ Taxi ช้างแล้ว ยังมีบริการถ่ายรูป มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ ห้องน้ำ ร้านขายสินค้าที่ระลึก และร้านอาหารช้าง การจัดพื้นที่ภายในโดยทั่วไปยังขาดระเบียบ ไม่แยกสัดส่วนที่ชัดเจน เนื่องจากพื้นที่ที่จำกัด ส่วนพื้นที่สำหรับเลี้ยงช้างตั้งอยู่ด้านหลังของเพนียดคล้องช้าง ซึ่งไม่ได้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม

วัดโลกยสุธาราม

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วัดนี้ไม่ปรากฏในพงศาวดารว่าสร้างขึ้นเมื่อใด และเพื่อจุดประสงค์ใด แต่สันนิษฐานจากการพิเคราะห์จากพระพุทธรูปไสยาสน์ เห็นว่าลักษณะของพระพักตร์ยาวและทรงเทิดด้วย ประกอบทั้งพระกรที่หนุนเศียรซึ่งตั้งตรงลงมา ทำให้เข้าใจว่าน่าจะสร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนกลางลงมา (คือสร้างหลังพุทธศตวรรษที่ 22)

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

อยู่ถัดจากวัดสวนหลวงสบสวรรค์ เข้าทางด้านหลังประมาณกิโลเมตรเศษ บริเวณวัดอยู่ติดกับวัดวรเชษฐาราม การเดินทางอาจเข้าผ่านถนนในบริเวณโรงงานสุรา หรือเข้าไปตามถนนเลียบบคลองท่อหลังพระราชวังโบราณ ผ่านวัดวรเชษฐาราม เข้าถึงวัดนี้ได้

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

บริเวณวัด เหลือเพียงซากเสาศระวิหาร และองค์พระพุทธรูปไสยาสน์องค์ใหญ่ ก่อด้วยอิฐถือปูนยาวประมาณ 29 เมตร สภาพโดยทั่วไปอยู่ในสภาพดี ได้รับการบูรณะแล้ว แต่ยังขาดที่จอดรถถาวร ต้องจอดริมทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของ ประชาชนและนักท่องเที่ยวนิยมเข้ามากราบไหว้พระพุทธรูปไสยาสน์องค์นี้

วัดวรเชษฐาราม

1) ประวัติความเป็นมา

ตามพงศาวดารกล่าวถึงการสถาปนาไว้ว่า สมเด็จพระเอกาทศรถโปรดให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2148 เพื่อใช้เป็นที่บรรจุพระบรมอัฐิของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระเชษฐาที่เสด็จสวรรคตที่เมืองหาง ระหว่างยกทัพไปตีเมืองตองอู

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

อยู่ถัดจากวัดสวนหลวงสบสวรรค์ เข้าทางด้านหลังประมาณกิโลเมตรเศษ บริเวณวัดอยู่ติดกับวัดโลกยสุธา แต่เข้าถึงก่อน

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

สภาพทั่วไปได้รับการบูรณะซุุดแต่งแล้ว เช่นเดียวกับวัดโลกยสุธา ภายในมีพระเจดีย์ พระอุโบสถ และพระวิหาร และซากโบราณอื่น ๆ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกใช้พื้นที่เดียวกับวัดโลกยสุธา เนื่องจากอยู่ในบริเวณเดียวกัน

วัดราชบูรณะ

1) ความสำคัญและความเป็นมา

สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (เจ้าสามพระยา) โปรดให้สร้างขึ้นหลังจากได้ส่วยราชสมบัติเมื่อ พ.ศ. 1967 ทรงบริเวณที่ถวายพระเพลิงเจ้าอ้ายพระยากับเจ้ายี่พระยา ซึ่งพระเชษฐาทั้งสองพระองค์ทรงกระทำยุทธหัตถีเพื่อแย่งชิงราชสมบัติจันสิ้นพระชนม์ทั้งสองพระองค์ สถานที่ทำยุทธหัตถีคือเชิงสะพานป่าถ่าน อันเป็นจุดกึ่งกลางระหว่างวัดมหาธาตุและวัดราชบูรณะ และพระองค์โปรดให้สร้างเจดีย์ขึ้น 2 องค์ในบริเวณที่ชนช้าง ซึ่งในปัจจุบันเหลือเพียงฐานอยู่กลางวงเวียนหน้าวัด จนในปี พ.ศ. 2499 ขณะที่กรมศิลปากรดำเนินการขุดแต่งวัดมหาธาตุ คนร้ายลอบขุดกรุในพระปรางค์องค์ใหญ่ได้ขุมมีค่าไปส่วนหนึ่ง จนกระทั่งกรมศิลปากรได้ขุดกรุเอาโบราณวัตถุมีค่าไปรักษาเก็บไว้ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา และอีกส่วนหนึ่งได้ให้ประชาชนเช่าไปบูชาเพื่อนำเงินไปสร้างพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

อยู่เชิงสะพานป่าถ่านปากข้างใต้ ตรงข้ามวัดมหาธาตุ ด้านหน้าวัดหรือด้านตะวันออก ติดถนนกุนนีย์ ด้านทิศใต้ติดถนนนเรศวร ด้านหลังวัดหรือทิศตะวันตกจดถนนกลาโหม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเข้าทางประตูหน้าถนนชี่กุน ซึ่งมีซุ้มจำหน่ายตั๋วอยู่ โดยจอดรถบริเวณด้านหน้าวัด วัดราชบูรณะเปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. ค่าเข้าชมสำหรับชาวไทยคนละ 5 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 20 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

วัดนี้ได้รับการบูรณะเรียบร้อยแล้ว มีรูปแบบที่สวยงามน่าชม มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ พระปรางค์ ซึ่งมีลักษณะเป็นพระปรางค์ยุคต้นของกรุงศรีอยุธยาที่ยังบริบูรณ์อยู่ทั้งองค์รวม ทั้งลายปูนปั้นรูปครุฑขนาดที่ระดับพระปรางค์ ภายในกรุช่วงบน จัดเป็นนิทรรศการเล็ก ๆ แสดงภาพของวัตถุโบราณสิ่งของมีค่าที่เคยบรรจุอยู่ภายในกรุของพระปรางค์ ภายในกรุด้านล่างยังมีจิตรกรรมฝาผนังของเดิมเหลืออยู่ ซึ่งทางกรมศิลปากรได้ทำการขุดแต่งเป็นบันไดทางลงไปในกรุ ภูมิทัศน์โดยรอบได้รับการดูแลรักษาอย่างดี มีซากสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ อยู่โดยรอบซึ่งได้รับการขุดแต่งแล้ว ปัญหาโดยทั่วไปคือ ขาดบริเวณจอดรถ ต้องจอดรถไว้ริมทางเดินถนน จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวน้อย สิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณไม่มี แต่สามารถใช้บริการของเอกชนได้จากฝั่งตรงข้าม หรือด้านวัดมหาธาตุ

วัดมหาธาตุ

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วัดมหาธาตุสร้างขึ้นในสมัยพระราเมศวรหรือพระบรมราชาที่ 1 ไม่แน่ชัดนัก แต่กล่าวได้ว่าสร้างขึ้นตรงที่พระบรมธาตุเสด็จปาฏิหาริย์จึงได้สถาปนาเป็นวัดมหาธาตุ พระปรารักษ์ของวัดนี้แต่เดิมสร้างด้วยศิลาแลงความสูงถึง 23 วา ต่อมาได้พังทลายลงมาในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม ต่อมาในสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททองจึงโปรดให้ปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่โดยใช้อิฐก่อแทรกขึ้นไปด้วยรวมความสูงเป็น 25 วา ต่อมายอดพระปรารักษ์ได้พังทลายลงมาในสมัยรัตนโกสินทร์ ปัจจุบันคงเหลือแต่ฐานเท่านั้น ในปี พ.ศ. 2499 กรมศิลปากรได้ขุดพระปรารักษ์องค์นี้และพบผอบศิลาภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ พร้อมด้วยเครื่องประดับอื่น ๆ อีกมากมาย ปัจจุบันพระบรมสารีริกธาตุประดิษฐานอยู่ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดมหาธาตุตั้งอยู่บนถนนสีกันต่อเนื่องกับวัดราชบูรณะ โดยมีถนนอุโมงค์กั้นกลาง วัดมหาธาตุเป็นแหล่งท่องเที่ยวคู่กับวัดราชบูรณะ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเข้าชมทั้งสองแห่งต่อเนื่องกันเสมอ วัดมหาธาตุเปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. ค่าเข้าชมสำหรับชาวไทยคนละ 5 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 20 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

วัดมหาธาตุได้รับการบูรณะซ่อมแซมอาคารและสิ่งปรักหักพังแล้ว สิ่งที่น่าสนใจภายในได้แก่ พระปรารักษ์ เจดีย์ วิหาร พระอุโบสถ รวมทั้งสิ้น 15 หลัง ภูมิทัศน์ภายในวัดได้รับการดูแลรักษาอยู่ในสภาพสวยงาม ส่วนด้านนอก มีซุ้มจำหน่ายตั๋ว ร้านขายสินค้าของที่ระลึก ร้านขายน้ำและอื่น ๆ ห้องน้ำ ที่จอดรถ ซึ่งช่วงการทำวิจัยอยู่ในระหว่างการปรับปรุงพื้นที่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และลานจอดรถ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร

สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ พระนครศรีอยุธยา

1) ความสำคัญและความเป็นมา

เป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ ที่สร้างขึ้นตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีคุณค่า

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่ในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ บนเกาะเมืองเก่าซีกตะวันออกของคลองท่อ

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

เป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ มีสภาพบริเวณร่มรื่นประกอบด้วยต้นไม้ใหญ่มากมาย มีการปลูกต้นไม้ในวรรณคดี นอกจากนี้ภายในยังประกอบไปด้วยโบราณสถานซึ่งอยู่ระหว่างการบูรณะปฏิสังขรณ์ อาคาร และศาลาไทย มีเส้นทางเดินรถ สภาพยังไม่ดีนักอยู่ระหว่างการก่อสร้างเป็นบางส่วน มีสะพานเชื่อมเพื่อเสริมบรรยากาศแบบไทยสมัยอยุธยา ปัจจุบันได้มีการพัฒนาพื้นที่บางส่วนด้านทิศใต้ของเขตอุทยานไปแล้วในระยะโครงการพัฒนาระยะที่ 1

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

1) ความสำคัญและความเป็นมา

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา สร้างขึ้นจากเงินส่วนหนึ่งที่ได้จากการจำหน่ายพระพิมพ์ ซึ่งค้นพบในกรุพระปรางค์วัดราชบูรณะสมทบกับเงินงบประมาณ ระหว่างการบูรณะโบราณสถานเมืองเก่าอยุธยา ได้ค้นพบศิลปโบราณวัตถุมีค่าจำนวนมาก เมื่อกรมศิลปากรสร้างพิพิธภัณฑสถานขึ้นจึงให้ชื่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินี้ว่า เจ้าสามพระยา เพื่อเป็นอนุสรณ์แด่สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (เจ้าสามพระยา) ผู้ทรงสถาปนาวัดราชบูรณะเมื่อ พ.ศ. 1967

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่บนถนนโรจนะเยื้องกับสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ใกล้กับที่ทำการสวนอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เปิดทำการตั้งแต่วันพุธถึงวันอาทิตย์ เวลา 9.00-16.00 น. ค่าธรรมเนียมเข้าชม ชาวไทย คนละ 5 บาท เด็กคนละ 3 บาท ชาวต่างชาติคนละ 10 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ภายในพิพิธภัณฑสถาน จัดแบ่งอาคารจัดแสดง เป็น 4 อาคาร คือ อาคาร 1 จัดแสดงศิลปะวัตถุ และโบราณวัตถุ ที่พบอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อาคาร 2 จัดแสดงศิลปะที่พบในประเทศไทยทุกสมัย อาคาร 3 เป็นเรือนไทย จัดแสดงศิลปะและวัสดุ เครื่องใช้พื้นบ้าน และอาคาร 4 เป็นอาคารที่ใช้จัดแสดงนิทรรศการชั่วคราว เฉพาะโอกาสหรือวันสำคัญเท่านั้น โดยปกติไม่เปิดให้เข้าชม

สภาพภูมิทัศน์โดยรอบสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี บรรยากาศร่มรื่น มีการจัดแบ่งบริเวณที่ชัดเจน นอกจากตัวอาคารจัดแสดง และสำนักงาน มีการจัดบริการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่บริเวณด้านหน้าของอาคาร 1 คือ บริการเรือให้พายในบริเวณสระน้ำโดยไม่คิดค่าบริการ นอกจากนี้ยังมีการจัดที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อน มีบริเวณที่จอดรถ ห้องน้ำ ส่วนร้านอาหารมีร้านเดียวมีลักษณะเรียบง่าย ราคาถูก

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทระเกษม

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วังจันทระเกษมสร้างในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ครั้นยังทรงเป็นมหาอุปราชครองเมืองพิษณุโลก เมื่อ พ.ศ. 2120 เคยเป็นที่ประทับของสมเด็จพระยุพราชและพระมหากษัตริย์หลายองค์ เมื่อคราวเสียกรุงในปี พ.ศ. 2310 วังนี้ได้ถูกข้าศึกเผาทำลายเสียหายและถูกทิ้งร้าง จนถึงสมัยรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้โปรดให้ซ่อมส่วนหนึ่งของพระราชวังเดิมขึ้นใหม่ ได้แก่ พลับพลาจตุรมุขและพระที่นั่งพิมานรัตยา ไว้เป็นที่ประทับเมื่อเสด็จประพาสพระนครศรีอยุธยา ต่อมาในรัชกาลที่ 5 ได้พระราชทานให้ใช้เป็นที่ว่าการมณฑลอยุธยา และสมัยรัชกาลที่ 7 โปรดให้เปลี่ยนเป็นศาลากลางจังหวัด จนกระทั่งได้สร้างศาลากลางใหม่แล้วกรมศิลปากรจึงได้ใช้เป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจนถึงปัจจุบัน

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่ริมแม่น้ำป่าสักมุมทิศตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะเมืองใกล้ตลาดหัวรอ ตั้งอยู่ริมถนนอุทอง มีถนนล้อมรอบ ด้านใต้ติดกับโรงเรียนอยุธยาอนุสรณ์ ด้านตะวันออกติดชุมสายโทรศัพท์ ด้านตะวันตกจรดเรือหน้าจังหวัด ทั้งหมดมีถนนคั่นกลาง การเข้าถึงในปัจจุบันใช้บริเวณริมถนนด้านหน้า

พิพิธภัณฑ์เป็นทางเข้า-ออก แต่ไม่มีบริเวณจอดรถไว้เป็นสัดส่วน เปิดให้เข้าชมทุกวันเว้นวันจันทร์ วันอังคาร และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 09.00-16.00 น. ค่าเข้าชมสำหรับคนไทยคนละ 10 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 30 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

อาคารภายในบริเวณส่วนใหญ่อยู่ในสภาพดีพอสมควร มีการใช้อาคารบางอาคารเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บริเวณพิพิธภัณฑ์มีกำแพงสูงล้อมรอบทั้งสี่ด้าน ภายในบริเวณประกอบด้วยอาคารสำคัญ ๆ ได้แก่ กลุ่มพระที่นั่งพิมานรัตยา อาคารเรือนไทยพลับพลาจตุรมุข พระที่นั่งศัลยลักษณ์ พระที่นั่งพิชัยัญญลักษณ์ ตึกโรงม้าพระที่นั่ง อาคารสโมสรเสือป่า ตึกที่ทำการภาค และระเบียบจัดตั้งศิลาจำหลัก อาคารภายในบริเวณวังส่วนใหญ่อยู่ในสภาพดีพอสมควร เพราะได้รับการบูรณะซ่อมแซมแล้ว โดยเฉพาะกลุ่มอาคารที่ใช้เป็นพิพิธภัณฑ์ การจัดแสดงภายในไม่มีการจัดกลุ่มที่ชัดเจน แต่มีการจัดแบ่งพื้นที่จัดนิทรรศการถาวรเป็น 3 ส่วน คือ การจัดแสดงในพลับพลาจตุรมุข พระที่นั่งพิมานรัตยา และการจัดแสดงภายนอกอาคารกลางแจ้ง ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จอดรถยังไม่เป็นสัดส่วน ต้องจอดบริเวณสนามหญ้าหน้าพิพิธภัณฑ์ สภาพภายนอกของวังถูกล้อมรอบด้วยบริเวณชุมชนหนาแน่นของเมือง เช่น เรือนจำจังหวัด โรงเรียน บ้านเรือน ตลาด ประกอบกับกำแพงสูงเป็นแนวเดียวกับเรือนจำ ทำให้ความเด่นชัดและความสำคัญของวังจันทร์เกษมและพิพิธภัณฑ์ในทางการท่องเที่ยวดูลดน้อยลง

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา

1) ความสำคัญและความเป็นมา

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์จัดตั้งขึ้นตามโครงการที่นักวิชาการไทยและนักวิชาการญี่ปุ่น ได้ปรับขยายมาจากข้อเสนอเดิมของสมาคมไทย-ญี่ปุ่น และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเคยเสนอให้ปรับปรุงบริเวณที่เคยเป็นหมู่บ้านญี่ปุ่นและสร้างพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านญี่ปุ่น มาเป็นการเสนอให้จัดตั้งเป็นศูนย์ประวัติศาสตร์อยุธยา ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นสถาบันวิจัยและพิพิธภัณฑ์สถานเกี่ยวกับราชอาณาจักรอยุธยา โดยส่วนรวม โดยใช้งบประมาณช่วยเหลือแบบให้เปล่าจากรัฐบาลญี่ปุ่นเป็นเงิน 999 ล้านบาท เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติในพระบรมราชวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 60 พรรษา และเพื่อเป็นที่ระลึกในโอกาสที่มีมิตรภาพระหว่างประเทศญี่ปุ่นกับราชอาณาจักรไทยได้สถาปนาขึ้นนานมาครบ 100 ปี

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่ที่ถนนโรจนะ ใกล้กับวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา เป็นอาคาร 2 ชั้น มีห้องจัดแสดงนิทรรศการอยู่ชั้นบน อาคารนี้เป็นอาคารหลัก (อาคารผนวกอยู่ที่หมู่บ้านญี่ปุ่นตามที่กล่าวมาแล้ว) เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 09.00-16.30 น. อัตราค่าเข้าชม นักเรียนนักศึกษา 5 บาท ชาวไทย 20 บาท (เป็นหมู่คณะ 20 คน ลด 20 %) นักเรียนและนักศึกษาชาวต่างประเทศ 50 บาท ชาวต่างประเทศ 100 บาท (เป็นหมู่คณะ 5 คน ลด 20 %)

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา แห่งนี้จะมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากพิพิธภัณฑ์แห่งอื่นในประเทศไทย คือไม่ได้มุ่งเน้นการรวบรวมและจัดแสดงสิ่งของโบราณมีค่าแล้วให้ผู้ชมจินตนาการเองจากสิ่งของมีค่าที่วางเรียงรายอยู่นั้น แต่เป็นการสร้างภาพชีวิตสังคม วัฒนธรรมของอยุธยาในอดีตกลับขึ้นมาใหม่ ด้วยการจำลองอาคาร สถานที่ ชุมชน กิจกรรมและสิ่งของที่สูญไปแล้ว ให้ปรากฏในแบบที่กลายเป็นจริงตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ตามข้อมูลจากการวิจัย (Researched based Reconstruction) โดยมาตรฐานที่เหมาะสม และนำวิชาการเทคโนโลยีในการจัดพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่มาใช้จัดแสดงนิทรรศการ ทำให้สามารถเข้าใจได้ง่าย ซึ่งการจัดแสดงมี 4 หัวข้อ คือ อยุธยาในฐานะราชธานี อยุธยาในฐานะเมืองเก่า อยุธยาในฐานะศูนย์กลางอำนาจทางการเมืองการปกครอง และชีวิตชุมชนชาวบ้านไทยสมัยก่อน การจัดบริเวณและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ มีการจัดส่วนแบ่งบริเวณชัดเจน มีความสะอาดเรียบร้อย ได้รับการดูแลรักษาอย่างดี ทำให้สามารถเพิ่มคุณค่าของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวหาความรู้ได้เป็นอย่างดี

2. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบริเวณบางปะอินและบางไทร

กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จัดเป็นกลุ่มท่องเที่ยวหลักที่มีศักยภาพสูงเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะเมือง ตั้งอยู่นอกตัวเมืองพระนครศรีอยุธยา ในเขตอำเภอบางปะอินและอำเภอบางไทร ซึ่งตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของอำเภอพระนครศรีอยุธยา มีแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งผ่านจากทางใต้ของเกาะเมืองมาผ่านในพื้นที่กลุ่มนี้ สถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ได้แก่ พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ วัดชุมพลนิกายาราม ซึ่งอยู่ในตำแหน่งใกล้เคียงกันเป็นกลุ่มเดียวกัน ส่วนศูนย์ศิลปาชีพบางไทรจะอยู่แยกห่างออกไปทางด้านใต้ ในเขตอำเภอบางไทรซึ่งใกล้กับเขตจังหวัดปทุมธานี แต่มีทางสัญจรติดต่อถึงกันทั้งทางบกและทางน้ำ

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกลุ่มนี้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงได้โดยสะดวกทั้งทางน้ำและทางบก ทางบกมีทั้งทางรถไฟและรถยนต์ ทางรถไฟมีรถไฟสายตะวันออกและสายเหนือผ่าน และจอดที่สถานีบางปะอินทั้งขาขึ้นและขาล่องเกือบทุกขบวน มีถนนเชื่อมโยงจากสถานีรถไฟบางปะอินมายังแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง โดยมีรถยนต์ รถสองแถวและรถสามล้อไปถึงยังบริเวณพระราชวังบางปะอิน ถ้าจะต่อไปยังศูนย์ศิลปาชีพบางไทร สามารถเช่ารถสองแถวจากท่ารถ บ.ข.ส. ไปยังศูนย์ศิลปาชีพบางไทรได้ ส่วนทางรถยนต์ มีถนนแยกจากทางหลวงหมายเลข 32 ไปอำเภอบางปะอินประมาณ 6 กิโลเมตร และไปอำเภอบางไทรระยะทางประมาณ 17 กิโลเมตร

สภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ โดยเฉพาะ พระราชวังบางปะอิน และศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จัดว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงทางด้านการท่องเที่ยวทั้งทางด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับวัดนิเวศน์ธรรมประวัติ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กับพระราชวังบางปะอิน จึงมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ส่วนวัดชุมพลนิกายารามแม้ว่าจะเป็นวัดที่มีความสำคัญวัดหนึ่งทางประวัติศาสตร์ แต่ยังไม่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะนักท่องเที่ยวใช้เวลาหยุดแวะที่พระราชวังบางปะอินและวัดนิเวศน์ธรรมประวัติค่อนข้างมาก จึงไม่นิยมแวะที่วัดชุมพลนิกายารามอีกมักจะเลยต่อเข้าไปท่องเที่ยวยังเกาะเมือง รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีดังนี้

พระราชวังบางปะอิน

1) ความสำคัญและความเป็นมา

เดิมเป็นวังที่ประทับของสมเด็จพระเจ้าปราสาททองในครั้งเสด็จประพาสเกาะบางปะอิน สมัยต่อมาวังนี้จึงเป็นที่เสด็จประพาสของพระมหากษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา จนกระทั่งเสียกรุงครั้งที่ 2 บางปะอินจึงถูกปล่อยให้ทิ้งร้าง ต่อมาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ได้เสด็จประพาสเกาะบางปะอิน ทรงพอพระราชหฤทัยมาก จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเป็นพระตำหนักขึ้นนามว่า "พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพยอาสน์" เป็นที่ประทับ ต่อมาในรัชกาลที่ 5 จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างเป็นพระราชวังขึ้นเพื่อเป็นที่เสด็จประพาสและประทับแรม ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาตราบจนรัชกาลปัจจุบัน ก็ยังคงเสด็จฯ ไปประทับและประกอบพระราชพิธีที่พระราชวังนี้เนื่องในโอกาสต่าง ๆ

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

พระราชวังบางปะอิน ตั้งอยู่บนเกาะบางปะอิน มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน มีทางเข้าถึงได้ 3 ทาง ได้แก่ ทางรถไฟ มีรถไฟสายเหนือและสายตะวันออกเฉียงเหนือผ่าน จุดตั้งขึ้นและล่องเกือบทุกขบวน และมีถนนจากสถานีรถไฟมายังพระราชวังโดยสะดวก ทางรถยนต์ มีถนนอุดมสมบูรณ์ ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร แยกจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 (ถนนสายเอเชีย) เข้าตัวอำเภอพระราชวังบางปะอิน ส่วนทางน้ำมีท่าเทียบเรือ 3 แห่ง แห่งหนึ่งเป็นท่าสำหรับเสด็จพระราชดำเนิน ท่าที่สองเป็นท่าเทียบเรือข้ามไปวัดนิเวศน์ธรรมประวัติ ท่าที่สามเป็นท่าสำหรับกระเช้าข้ามฟากไปยังวัดนิเวศน์ พระราชวังบางปะอิน เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.30-15.30 น. อัตราค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 30 บาท เด็ก-นิสิตนักศึกษา (ในเครื่องแบบ) 15 บาท ทัศนศึกษา 20 บาท ชาวต่างประเทศ 50 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

พระราชวังบางปะอิน เป็นเขตพระราชฐานในความดูแลของสำนักพระราชวัง เป็นพื้นที่ที่มีการกันขอบเขตไว้แน่นอน ภายในมีการขุดสระที่แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้ามาในบริเวณ เป็นลักษณะคล้ายคูคลองคดเคี้ยวไปมา แบ่งพื้นที่ภายในเป็นเกาะที่มีขนาดและรูปร่างต่าง ๆ กัน มีสะพานไม้และสะพานคอนกรีตหลายสะพานเชื่อมโยงระหว่างเนื้อที่ภายใน ประกอบด้วยพระที่นั่งหลายองค์ ตัวอาคารส่วนใหญ่เป็นสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเฉพาะที่ยังอยู่ในสภาพดี รูปแบบสถาปัตยกรรมมีหลายประเภท เช่นแบบจีน แบบไทย แบบตะวันตก มีการซ่อมแซมบูรณะอยู่เสมอ สถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างในบริเวณได้แก่ พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพยอาสน์ พระที่นั่งวโรภาษพิมาน พระที่นั่งอุทยานภูมิเสถียร พระที่นั่งเวหาศน์จำรูญ พระที่นั่งวิฑูรทัศนา หอเหมมณเฑียรเทวราช เก๋งบุปผาประพาส อนุสาวรีย์สมเด็จพระนางเจ้าสุนันทากุมารีรัตน์ และอนุสาวรีย์พระองค์เจ้าเสวภาคนารีรัตน์และเจ้าฟ้าสามพระองค์ นอกจากความงดงามของตัวอาคารต่าง ๆ แล้ว มีการจัดสวนให้ร่มรื่นด้วยต้นไม้ไทยขนาดใหญ่ที่เก่าแก่ เช่น ต้นไทร ต้นลำทมม ต้นมะม่วงป่า ฯลฯ ตลอดจนไม้ตัดแบบไทยตัดเป็นรูปร่างต่าง ๆ เช่น ช้าง หมี่ เสือ ก็เป็นเอกลักษณ์ในบริเวณพระราชวังบางปะอินที่ให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว

ส่วนสภาพปัญหา คือ การขาดมัคคุเทศก์ประจำ มีเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการข้อมูลเป็นจำนวนน้อย สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะและได้มีการติดต่อล่วงหน้ามาก่อน จะได้รับบริการในด้านเหล่านี้พร้อมพอสมควร ปัญหาด้านห้องน้ำในบริเวณพระราชวังมีจำนวนน้อย และปัญหาด้านที่จอดรถ โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดจะมีปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถโดยเฉพาะรถทัศนศึกษาจำนวนมาก

วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรวิหาร พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯให้สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2419 เมื่อเสด็จมาประทับที่พระราชวังบางปะอิน ทรงมีพระราชศรัทธาสั่งสร้างวัดนี้ขึ้นเพื่อเป็นที่ทรงบำเพ็ญพระราชกุศลใกล้พระราชวัง ทรงบริจาคพระราชทรัพย์ให้ช่างตะวันตกออกแบบพระอุโบสถและหมู่กุฏิสงฆ์ ให้มีรูปแบบอย่างตะวันตกทั้งสิ้น เพื่อให้แปลกไปจากที่มีอยู่ เป็นการบูชาพระพุทธศาสนาและเพื่อให้ประชาชนในสมัยนั้นได้มีโอกาสได้เห็นโบสถ์ในรูปแบบซึ่งจะไม่เคยเห็นในวัดอื่น ๆ พระอุโบสถนี้สร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2421

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดนิเวศน์ธรรมประวัติตั้งอยู่บนเกาะลอย อำเภอบางปะอิน ด้านทิศตะวันตกของพระราชวังบางปะอิน โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาคั่นกลาง การเข้าถึงส่วนใหญ่จะใช้กระเช้าของวัดข้ามแม่น้ำมา ค่าโดยสารแล้วแต่จะบริจาคใส่ตู้ ถ้านักท่องเที่ยวมากจะมีเรือของวัดรับ-ส่งเป็นครั้งคราว

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

สิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจภายในคือ พระอุโบสถ เป็นสถาปัตยกรรมแบบศิลปะโกธิค การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกเป็นแบบตะวันตกทั้งสิ้น ที่ฝาผนังโบสถ์ด้านหน้าพระประธานจะเห็นภาพประติมากรรมพระพุทธรูปเป็นพระบรมสาทิสลักษณ์ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ด้านขวามือของพระอุโบสถมีหอประดิษฐานพระคันธารราษฎร์ พระพุทธรูปยืนปางขอฝน ตรงข้ามหอเป็นหอที่ประดิษฐานพระพุทธรูปศิลาเก่าแก่ปางนาคปรก พระพุทธรูปสมัยลพบุรี นอกจากนี้ยังมีหมู่ศิลาชนิดต่าง ๆ ขนาดใหญ่เล็กต่าง ๆ กัน ท่ามกลางต้นไม้ร่มรื่น จัดเป็นอนุสรณ์สถานที่ร่มรื่น เงียบสงบ และมีความหมายเตือนใจได้ดี

ปัญหาทางกายภาพส่วนใหญ่ เกิดจากปัญหาด้านการขนส่ง เนื่องจากการเข้าถึงวัดค่อนข้างลำบาก กระเช้าข้ามฝากจุนักท่องเที่ยวได้ประมาณเที่ยวละ 6-8 คน ถ้านักท่องเที่ยวมากต้องรอเป็นเวลานาน และถ้าผู้ควบคุมบังคับกระเช้าไม่มีประสิทธิภาพ จะทำให้กระเช้าค้างกลางแม่น้ำ ซึ่งทำให้เสียเวลาของนักท่องเที่ยว ปัญหาเรื่องห้องน้ำที่ขาดป้ายบอกทาง และปัญหาร้านอาหารของที่ไม่เป็นระเบียบ

ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

1) ความสำคัญและความเป็นมา

ศูนย์ศิลปาชีพพิเศษบางไทรจัดตั้งขึ้น เพื่อสนองพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทย และเพื่อเป็นการหารายได้พิเศษแก่เกษตรกรอีกทางหนึ่ง จึงได้มีการพิจารณาคัดเลือกพื้นที่ที่จะตั้งเป็นศูนย์ศิลปาชีพพิเศษขึ้น และได้เลือกเอาเขตปฏิรูปที่ดินอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นพื้นที่ดำเนินการแห่งแรก ในปี พ.ศ. 2523 ในพระบรมราชินูปถัมภ์ของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ศูนย์ศิลปาชีพพิเศษบางไทรตั้งอยู่ฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยา กินเนื้อที่ในเขต 3 ตำบลที่อยู่ติดต่อกันคือ ตำบลราชคราม ตำบลช้างใหญ่และตำบลโพธิ์แดง ในอำเภอบางไทร การเดินทางไปศูนย์ศิลปาชีพบางไทร สามารถไปทางเรือตามแม่น้ำเจ้าพระยาถึงท่าของศูนย์ฯ หรือไปทางรถยนต์เมื่อถึงบางปะอินมีทางแยกเข้าสู่สายบางไทร-สามโคก ระยะทาง 24 กิโลเมตร เปิดให้เข้าชมทุกวัน (ยกเว้นวันจันทร์ไม่มีการสาธิต) เวลา 08.00-16.00 น. ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท นักเรียนนักศึกษาในเครื่องแบบ 5 บาท (นักเรียนระดับประถมเข้าฟรี) ค่าเข้าชมสวนนก ผู้ใหญ่ 5 บาท เด็ก 3 บาท

3) สภาพทั่วไปและปัญหา

ภายในของศูนย์ศิลปาชีพพิเศษบางไทร บนเนื้อที่ประมาณ 1,000 ไร่ ประกอบด้วยอาคารและสิ่งก่อสร้างต่างๆ หลายประเภท ทั้งประเภทที่มีรูปแบบเรือนไทยใช้วัสดุท้องถิ่นตามธรรมชาติและอาคารถาวรใช้งานอื่น ๆ ในกิจกรรมของศูนย์ฯ ได้แก่ อาคารอำนวยการ เป็นอาคารทรงไทย จตุรมุขสูง 4 ชั้น เป็นศูนย์กลางการบริการต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนเงินตรา และยังจัดเป็นศูนย์จำหน่ายและแสดงผลภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีห้องประชุมสัมมนา และสำนักงานของเจ้าหน้าที่กลุ่มอาคารที่เกี่ยวกับงานศิลปาชีพ จะเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมวิธีการทำศิลปหัตถกรรม นอกจากนี้ยังมี พระตำหนักที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ประทับพักผ่อนของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และสมเด็จพระเจ้าลูกเธอทุกพระองค์ มีศาลาโรงช้าง ศาลาโล่ง และยังมีจุดเด่นอีกบริเวณหนึ่ง คือสวนนก ซึ่งจัดเป็นกรงนกขนาดใหญ่ จำลองสภาพธรรมชาติไว้ มีทางน้ำเล็ก ๆ และต้นไม้ใหญ่น้อย ภายในจัดเป็นทางเดินแบบเดินทางเดียว เพื่อไม่ให้เดินสวนทางกัน มีสะพานแขวนภายในให้มองนกในระดับสูงอีกด้วย ระบบป้ายคำบรรยายจะติดตั้งในระดับต่ำพร้อมทั้งเขียนภาพนกพร้อมชื่อและรายละเอียดเล็กน้อย มีนกนานาพันธุ์กว่า 150 ชนิด ทั้งที่เป็นนกท้องถิ่นและนกหายากชนิดต่าง ๆ รวบรวมมาเลี้ยงไว้อย่างถูกหลักวิชาการ นอกจากสิ่งที่น่าสนใจเหล่านี้ ทางศูนย์ยังสร้าง หมู่บ้าน 4 ภาค เพื่อเป็นแหล่งรวมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน และวังปลาสถานที่รวบรวมปลาน้ำจืด ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการดำเนินการตกแต่งภายใน คาดว่าจะสามารถเปิดบริการได้ปลายปี 2541

สภาพโดยทั่วไปมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่สมบูรณ์กว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ แต่ยังมีปัญหาอยู่บ้างคือ พื้นที่ของศูนย์มีขนาดใหญ่ มีการแบ่งการใช้สอยเป็นหลายส่วนทั้งของส่วนนักท่องเที่ยว งานศิลปาชีพ หมู่บ้านเกษตร การจัดบริเวณจึงค่อนข้างกระจาย มีการแทรกส่วนปะปนกัน นักท่องเที่ยวต้องเดินจากจุดหนึ่งไปจุดหนึ่งซึ่งมีระยะทางไกล ส่วนบริการพื้นฐาน เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีเพียงจุดเดียว คือบริเวณใกล้ทางเข้า ซึ่งเป็นศูนย์กลางของส่วนบริการ ปริมาณของห้องส้วมไม่พอเพียงกับปริมาณของนักท่องเที่ยวและน้ำมักจะไม่ไหลบ่อย ๆ

3. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวบริเวณอยุธยาใต้

กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้อยู่ภายนอกเกาะเมือง ในพื้นที่ซีกตะวันออกของแม่น้ำป่าสัก และแม่น้ำเจ้าพระยา มีอาณาเขตตั้งแต่แนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 309 ที่จะตรงไปขึ้นสะพานปรีดีธำรง จากเจดีย์วัดสามปลื้มลงมาทางด้านใต้ พื้นที่บริเวณนี้จะประกอบด้วยกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ วัดใหญ่ชัยมงคล วัดพนัญเชิง ซึ่งเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนหนึ่งมาจากเป็นเส้นทาง

ผ่านจากบางปะอินบางไทรที่จะเข้าสู่เกาะเมืองนอกจากกลุ่มนี้ยังมีหมู่บ้านชาวต่างชาติ ได้แก่ หมู่บ้านญี่ปุ่น และหมู่บ้านฮอลันดา ซึ่งในปัจจุบันไม่มีความน่าสนใจที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการระลึกถึงเหตุการณ์ในอดีต หมู่บ้านญี่ปุ่นในปัจจุบันแม้จะอยู่ในสภาพที่ได้รับการดูแลเป็นอย่างดี แต่สิ่งก่อสร้างภายในก็ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร ส่วนหมู่บ้านฮอลันดา เหลือเพียงป้ายอนุสรณ์ป้ายเดียว รายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมีดังนี้

วัดพนัญเชิงวรวิหาร

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วัดพนัญเชิงเป็นวัดที่มีมาก่อนกรุงศรีอยุธยา จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ประมาณว่าเป็นระยะเวลาก่อนพระเจ้าอู่ทองทรงสร้างกรุงศรีอยุธยาถึง 26 ปี ตามหนังสือพงศาวดารเหนือกล่าวว่าพระเจ้าสายน้ำผึ้งเป็นผู้ทรงสร้าง เพื่อเป็นที่ระลึกแด่พระนางสร้อยดอกหมากและพระราชทานนามว่า “วัดเจ้าพระนางเชิง” ในวัดนี้มีพระพุทธรูปปูนปั้นปางสมาธิขนาดใหญ่ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดฯให้บูรณะใหม่ทั้งองค์เมื่อปลายปี พ.ศ. 2397 แล้วถวายพระนามพระพุทธรูปว่า “พระพุทธรูปไตรรัตนนายก” คนจีนนับถือมาเรียกว่า “ซาปอคง” ส่วนคนทั่วไปเรียกว่า “หลวงพ่อดำ” หรือ “หลวงพ่อดำพนัญเชิง” และยังนับว่าเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัยที่มีอายุมากที่สุดและองค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดพนัญเชิงตั้งอยู่นอกเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาทางด้านตะวันออกเฉียงใต้ ด้านทิศเหนือของวัดติดกับแม่น้ำป่าสัก ด้านทิศตะวันตกสุดเขตสังฆวาสติดแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านทิศใต้เป็นโรงเรียนและสุสานสาธารณะ ส่วนด้านทิศตะวันออกเป็นบริเวณบ้านพักและห้องแถว มีถนนหมายเลข 3059 ผ่านด้านทิศใต้ของวัด การเข้าถึงสามารถมาทางบกและทางน้ำ มีท่าทำให้เรือจอดเทียบได้ 2 แห่งทางด้านแม่น้ำป่าสักที่จะมาบรรจบแม่น้ำเจ้าพระยา

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

สถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างในวัดพนัญเชิง ไม่ค่อยมีลักษณะโดดเด่นมากนักนอกจากพระพุทธรูปไตรรัตนนายก ซึ่งได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์เรื่อยมา เป็นที่เคารพบูชาของพุทธศาสนิกชนทั่วไป นอกจากนั้นมีโบสถ์ ที่ได้รับการบูรณะแล้วรอบ ๆ โบสถ์และวิหารจะมีศาลเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก พระปรารักษ์ เจดีย์น้อยใหญ่อีก 15 องค์ หอระฆังและศาลา

ปัญหาโดยทั่วไปอยู่ที่สภาพแวดล้อมบริเวณหน้าวัดยังไม่สู้ดีนักกล่าวคือ บริเวณลานวัดเป็นคอนกรีตขนาดใหญ่ไม่มีต้นไม้ใหญ่จึงดูร้อนและแห้งแล้ง ที่จอดรถนักท่องเที่ยวประชิดติดกำแพงแก้วจึงดูจอบ้างทำให้ขาดความสำรวมก่อนเข้าถึง และบริเวณริมรั้วด้านใต้ลานคอนกรีตที่ใช้จอดรถ มีอาคารเรือนแถวไม้หลังคาทรงไทย เป็นร้านขายของเก่าและของที่ระลึก อยู่ไกลจากจุดที่จอดรถ จึงไม่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวมากนัก และด้านหลังร้านหันออกสู่รั้วภายนอกของวัดและผู้เข้าร้านมักมีการต่อเติมเนื้อที่ด้านหลังออกไป มองจากภายนอกมีสภาพไม่น่าดูไม่เป็นระเบียบ และยังคงบังมุมมองจากภายนอกที่เข้าสู่วัด นอกจากนี้ห้องสุขาสาธารณะที่เก็บค่าบริการ ตั้งอยู่ใกล้กับศาลาทรงจีน ตำแหน่งและทางเข้า-ออกประเจิดประเจ้อ รวมถึงความไม่เป็นระเบียบภายในพระวิหารที่ยังมีลักษณะในเชิงพาณิชย์ คล้ายกับวิหารพระมงคลบพิตร

วัดใหญ่ชัยมงคล

1) ความสำคัญและความเป็นมา

วัดนี้ตามข้อมูลทางประวัติศาสตร์กล่าวว่าเมื่อ พ.ศ 1900 สมเด็จพระเจ้าอู่ทองทรงสร้าง "วัดป่าแก้ว" ขึ้นตรงที่พระราชทานเพลิงพระศพ "เจ้าแก้วไท" ในการสร้างวัดป่าแก้วครั้งนี้ได้ทรงสร้างพระเจดีย์ขึ้นคู่กับพระวิหารด้วย ต่อมาปี พ.ศ 2135 สมเด็จพระนเรศวรทรงเสริมพระเจดีย์ให้ใหญ่และสูงขึ้นพร้อม ๆ กับการสร้างเจดีย์ยุทธหัตถี ที่ตำบลหนองสาหร่าย จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเฉลิมพระเกียรติเมื่อคราวทรงชนะศึกยุทธหัตถี พระราชทานชื่อวัดเสียใหม่ว่า "วัดชัยมงคล" ราษฎรเรียกกันเป็นสามัญว่า "เจดีย์ใหญ่" ดังนั้นต่อมาจึงเรียกชื่อเป็น "วัดใหญ่ชัยมงคล" วัดนี้ร้างไปเมื่อคราวเสียกรุงครั้งสุดท้าย แล้วฟื้นตั้งเป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษาเมื่อไม่นาน

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดนี้ตั้งอยู่นอกเกาะเมือง ทางทิศตะวันออกของแม่น้ำป่าสัก บริเวณอโยธยาใต้ เมื่อข้ามสะพานปรีดีธำรงแล้วจะเห็นเจดีย์วัดสามปลื้มอยู่กลางสี่แยก เลี้ยวขวาไม่ไกลจะเห็นป้ายมีทางแยกซ้ายมือ หรือหากมาทางถนนสายเอเชียเลี้ยวเข้าแยกอโยธยา พบเจดีย์ใหญ่กึ่งกลางถนนก็เลี้ยวซ้าย

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

สภาพส่วนใหญ่ได้รับการบูรณะแล้ว โบราณสถานสำคัญ ได้แก่ วิหารพระพุทธไสยาสน์อยู่บริเวณริมกำแพงชั้นใน เหลือซากผนังบางส่วนและพระพุทธรูปปางไสยาสน์ขนาดใหญ่ มีเจดีย์ชัยมงคลขนาดใหญ่ ด้านหน้าเจดีย์ชัยมงคล มีพระพุทธรูปนั่ง 2 องค์ นอกจากนั้นบริเวณโดยรอบยังมีเจดีย์ทรงลังกาขนาดย่อมอีกสิบกว่าองค์รายล้อมเจดีย์ใหญ่ไว้ด้วยกันทั้ง 8 ทิศ วิหารคดหรือระเบียงคดรอบพระเจดีย์ใหญ่เหลือแต่ผนังด้านนอกโดยรอบไม่มีหลังคา มีพระพุทธรูปปั้นอยู่โดยรอบ

การจัดภูมิทัศน์โดยรอบสวยงาม มีการปลูกสวนไม้ดอกไม้ประดับ และต้นไม้ไว้โดยรอบมีการจัดเส้นทางเดินภายในวัด แต่เนื่องจากไม่มีป้ายบอกทาง จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยได้ใช้เส้นทางเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามการจัดการจัดไม้ดอกไม้ประดับทับบริเวณซากพระอุโบสถ ทำให้มองไม่เห็นรากฐานของพระอุโบสถ นอกจากนี้มีการขยายบริเวณออกไปทางด้านทิศตะวันออก ประมาณ 100 ไร่ จัดเป็นสวนป่ามีการจัดไม้ดอกไม้ประดับ ชุตสระ ละสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ดูสวยงามนักท่องเที่ยวจึงนิยมเข้ามาถ่ายรูป

สภาพโดยทั่วไปค่อนข้างสวยงามเป็นระเบียบ แต่ยังมีปัญหาทางกายภาพคือสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอยู่ในตำแหน่งไม่เหมาะสม เช่น ห้องน้ำสงฆ์ ตั้งอยู่ใกล้ประตูทางเข้าวัดของนักท่องเที่ยว ส่วนร้านค้าของและที่จอดรถของนักท่องเที่ยวกลุ่มย่อยอยู่ติดกับกุฏิวัดที่อยู่ด้านหน้าทางเข้าเขตพุทธาวาส ทำให้เขตสังฆวาสนักท่องเที่ยวไม่แยกกันเป็นสัดส่วน และการจัดบริเวณด้านหน้าของพระวิหารยังไม่มีความเป็นระเบียบมากนัก

4. กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มย่อยที่กระจายรอบนอกเกาะเมือง

กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้อยู่รอบนอกของบริเวณเกาะเมือง กระจายตัวไปทางทิศเหนือทิศใต้ ทิศตะวันตก รวมถึงกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนครหลวงและบางปะหัน มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมกระจายตัวอยู่โดยรอบ ไม่มีความต่อเนื่องเกาะกลุ่มกันกระจายอยู่ห่างกันเป็นบริเวณกว้าง บางแห่งแยกตัวออกไปโดดเดี่ยว บางแห่งอยู่ห่างไกล บางแห่งแม้

ได้รับการบูรณะแล้วแต่ไม่มีนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการทิ้งให้กร้างหรือขาดการดูแล ทำให้เกิดสภาพเสื่อมโทรม บางแห่งกลายเป็นที่มั่วสุมของกลุ่มวัยรุ่น ไม่ปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว และบางแห่งอยู่ในระหว่างการบูรณะปฏิสังขรณ์ทำให้ไม่สามารถที่จะใช้เป็นสถานที่ศึกษาในการวิจัยนี้ได้ กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวต่ำและไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่ก็จัดว่ามีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มพื้นที่ที่น่าสนใจพอสมควร ซึ่งจะกล่าวเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและได้รับการพัฒนาจนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป ดังต่อไปนี้

ปราสาทนครหลวง

1) ความสำคัญและความเป็นมา

ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า ในสมัยพระเจ้าทรงธรรมได้โปรดให้สร้างพระตำหนักเพื่อประทับร้อนระหว่างทางที่เสด็จไปนมัสการพระพุทธบาทสระบุรี และประทับแรมในระหว่างเสด็จลพบุรี สันนิษฐานว่าสร้างในรัชกาลสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม แต่มาสร้างเป็นที่ประทับก่ออิฐถือปูนในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง โดยโปรดให้ช่างไปถ่ายแบบปราสาท “พระนครหลวง” ในกัมพูชา เมื่อ พ.ศ. 2174 เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติที่ได้กัมพูชากลับมาเป็นประเทศราชอีกครั้ง แต่สร้างไม่แล้วเสร็จสมบูรณ์ ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ ในปี พ.ศ. 2447 ได้มีการสร้างมณฑปขึ้นบนส่วนกลางทางลานชั้นบนตัวปราสาทเพื่อครอบรอยพระพุทธบาทสี่รอย

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่ริมแม่น้ำป่าสักฝั่งทิศตะวันออก อำเภอนครหลวง ห่างจากตัวอำเภอนครหลวง ประมาณ 500 เมตร การเดินทางจากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 หรือถนนพหลโยธิน แล้วแยกเข้าทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 หรือถนนสายเอเชีย จนถึงปากทางแยกเข้าอำเภอนครหลวงเป็นหมายเลข 3063 ประมาณ 9 กิโลเมตร ถึงปราสาทนครหลวง

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ปัจจุบันได้รับการบูรณะชุดแต่งจากกรมศิลปากรเรียบร้อยแล้ว การดูแลรักษาโดยทั่วไปอยู่ในความดูแลของวัดนครหลวง สภาพภูมิทัศน์โดยรอบเรียบร้อยสวยงาม ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ต้องไปใช้บริการด้านวัดนครหลวง สถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจภายใน คือ ปราสาทนครหลวงเป็นอาคารรูปสี่เหลี่ยมซ้อนกัน 3 ชั้น ส่วนบนของปราสาทมีมณฑปประดิษฐานพระพุทธบาทสี่รอย และพระพุทธรูปนั่งหลายองค์ประดิษฐานอยู่ทั้งสี่ทิศ ลักษณะของปราสาทและมณฑปดูขัดกันเนื่องจากสร้างกันคนละสมัย มณฑปจึงแลดูเหมือนสร้างขึ้นมาใหม่แตกต่างกับตัวปราสาท และหน้าฝนจะมีน้ำนองซึ่งเป็นบางส่วนบนปราสาท ด้านหน้า นอกตัวปราสาท มีศาลาพระจันทร์ลอยไม่มีลักษณะพิเศษทางด้านสถาปัตยกรรมแต่อย่างใด แต่ภายในมีพระจันทร์ลอยซึ่งเป็นโบราณวัตถุเป็นแผ่นหินทรายกลม มีลายจำหลักรูปสถูปและพระพุทธรูปเรียงกันสามองค์ แต่ประชาชนนิยมมาปิดทองตามความเชื่อทำให้ไม่สามารถมองเห็นลายจำหลักได้ ซึ่งถือว่าเป็นการทำลายโบราณวัตถุไปอย่างน่าเสียดาย

วัดไชยวัฒนาราม

1) ความสำคัญและความเป็นมา

สมเด็จพระเจ้าปราสาททอง กษัตริย์องค์ที่ 24 แห่งกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ 2172-2199) โปรดให้สร้างขึ้นในบริเวณที่เป็นนิเวศสถานของพระราชชนนีเมื่อ พ.ศ 2173 ถือได้ว่าเป็นวัดประจำรัชกาล นอกจากนี้วัดนี้ยังคงเคยเป็นที่พระราชทานเพลิงศพพระเจ้าลูกเธอฝ่ายในและเป็นที่พักพระศพเจ้าฟ้าธรรมาธิเบศร์ (เจ้าฟ้ากุ้ง) กวีเอกสมัยอยุธยาตอนปลายกับเจ้าฟ้าสังวาลย์ในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ วัดนี้ทำฝีมืองดงามมาก แผนผังที่สร้างขึ้น ตั้งใจจะเลียนแบบแผนผังนครวัดของประเทศกัมพูชา

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดไชยวัฒนารามตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตกนอกเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา อยู่ตรงข้ามกับวังสรีรายดา การเข้าถึงสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางน้ำ ทางบก คือถนนสายวัดกษัตริย์ราช-สี่แยกปากกระแจะ ส่วนทางน้ำ อาจเช่าเหมาเรือหางยาวจากบริเวณท่าหน้าลานจอดรถฝั่งตรงข้ามพระราชวังจันทร์เกษม ด้านตะวันออกของเกาะเมืองในอัตราค่าละ 300-400 บาท เรือจะล่องไปตามลำน้ำป่าสักลงไปทางใต้ผ่านวัดพนัญเชิง ป้อมเพชร วัดพุทไธสวรรย์ หมู่บ้านโปรตุเกส วัดไชยวัฒนาราม วัดกษัตริย์ราชและพระเจดีย์ศรีสุริโยทัย เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 08.30-16.30 น. ค่าเข้าชม คนไทยคนละ 5 บาท ชาวต่างประเทศคนละ 20 บาท

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ในปัจจุบันวัดไชยวัฒนารามได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ สิ่งที่น่าสนใจ ได้แก่ พระปรางค์ศรีรัตนมหาธาตุ ซึ่งมีบันไดขึ้นลงทั้งสี่ด้านที่มุมของฐาน มีปรางค์ทิศประจำทั้ง 4 ทิศ พระระเบียงหรือระเบียงคต โอบล้อมปรางค์ประธานภายในตั้งพระพุทธรูปปูนปั้นซึ่งส่วนใหญ่เศียรพระพุทธรูปขาดหายไป และพระอุโบสถที่สร้างขึ้นเข้าไปในกำแพงแก้ว ภายในพระอุโบสถมีแท่นชุกชีประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัย ทำด้วยหินทรายสภาพภูมิทัศน์โดยรอบได้รับการดูแลรักษาเป็นอย่างดี

หมู่บ้านโปรตุเกส

1) ความสำคัญและความเป็นมา

ชาวโปรตุเกสเข้ามาติดต่อกับกรุงศรีอยุธยาครั้งแรกใน พ.ศ 2054 โดยอัลฟอง โซเดอ อัลบูเคอร์ ผู้สำเร็จราชการของโปรตุเกสประจำเอเชีย ได้ส่งนายคัวร์เต้ เฟอร์นันเดส เป็นทูตเข้ามาเจริญสัมพันธไมตรีกับสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 แห่งกรุงศรีอยุธยา ต่อมาในปี พ.ศ 2059 ไทยได้ทำสนธิสัญญาขึ้นครั้งแรกกับโปรตุเกส โดยโปรตุเกสได้รับสิทธิพิเศษในด้านการค้าขายสินค้า และได้รับพระราชทานที่ดินริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตก ในการตั้งหลักแหล่งเพื่อเผยแพร่ศาสนาคริสต์ในกรุงศรีอยุธยา ชาวโปรตุเกสได้สร้างโบสถ์ขึ้น 3 แห่ง คือ โบสถ์ซานเปาโล ซานโดมิงโก และซานเปโตร ในนิคมโดมินิกัน นับว่าชาวโปรตุเกสเป็นชาวยุโรปชาติแรก ที่นำคริสต์ศาสนาเข้ามาเผยแพร่ในกรุงศรีอยุธยา

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

หมู่บ้านโปรตุเกส ตั้งอยู่ที่ตำบลลำเภาล้อม อำเภอพระนครศรีอยุธยา บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาทางทิศตะวันตก อยู่ทางใต้ของตัวเมืองพระนครศรีอยุธยา การเข้าถึงสามารถเข้ามาได้ทั้งทางน้ำทางบก มีท่าน้ำเล็กๆ สำหรับเทียบเรือทางด้านหน้า ด้านหลังติดกับถนนซึ่งต่อจากถนนสายวัดกษัตรา-สี่แยกปากกรามมาจากด้านตะวันตกฝั่งตรงกันข้ามกับเกาะเมือง แยกจากทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3263 ที่จะไปจังหวัดสุพรรณบุรี ผ่านวัดไชยวัฒนาราม วัดเชนดโยเซฟ วัดพุทไธสวรรย์ และมายังพื้นที่ด้านหลังของหมู่บ้านโปรตุเกส

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

กรมศิลปากรและมูลนิธิกุลเบงเกียน ประเทศโปรตุเกส ได้เข้ามาดำเนินการขุดแต่งบูรณะปรับปรุงโบราณสถานในบริเวณหมู่บ้านโปรตุเกส โดยเริ่มขุดแต่งโบราณสถานซานเปโตรขึ้น พบแนวสิ่งก่อสร้างของตัวโบสถ์ซานเปโตร ภายในพื้นที่ประกอบไปด้วย หลุมขุดแต่งของตัวโบสถ์ มีการจัดแสดงนิทรรศการในบริเวณหลุมขุดแต่งที่พบโครงกระดูกในพื้นที่ด้านหน้าของซากตัวโบสถ์ สภาพภูมิทัศน์โดยรอบได้รับการดูแลรักษาอย่างดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน แม้จะอยู่ห่างไกลออกไปแต่ก็เป็นสถานที่ที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจอีกแห่งหนึ่ง

พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย (ทุ่งมะขามหย่อง)

1) ประวัติความเป็นมา

ทุ่งมะขามหย่องแห่งนี้ เคยเป็นสมรภูมิการสู้รบระหว่างไทยกับพม่าหลายครั้ง จนเกิดเป็นมหาวีรกรรม คือเมื่อครั้งที่สมเด็จพระสุริโยทัยพระอัครมเหสีของสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ ทรงทำยุทธหัตถีกับพระเจ้าแปรจนต้องพระแสงของ้าวสิ้นพระชนม์บนคอช้าง ด้วยเหตุนี้ทุ่งมะขามหย่อง ซึ่งเคยเป็นสมรภูมิจึงมีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ ทางรัฐบาลจึงได้จัดทำโครงการสร้างพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย เป็นโครงการจัดสร้างขึ้นตามพระราชดำริ รัฐบาลและพสกนิกรชาวไทยได้ร่วมกันสร้างน้อมเกล้าฯถวายเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในวาระมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ เมื่อปี 2535

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่ที่ ตำบลบ้านใหม่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา ทุ่งมะขามหย่องตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ห่างจากเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาออกไปประมาณ 3-4 กิโลเมตร

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

ภายในมีพระรูปของสมเด็จพระสุริโยทัยหล่อด้วยสำริด มีขนาดหนึ่งเท่าครึ่งขององค์จริง ประทับบนหลังพระคชาธาร พร้อมด้วยกลุ่มอนุสาวรีย์ ประติมากรรมประกอบกันทั้งสิ้น 49 ชิ้น อ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ ประติมากรรมจำลองประวัติศาสตร์ ศูนย์แสดงสินค้า และสวนสาธารณะ สภาพทั่วไปอยู่ในสภาพที่ดี สวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ส่วนการบริการอาหารจะเป็นลักษณะของรถเข็นที่จะมีในช่วงเย็นและวันเสาร์อาทิตย์

วัดหน้าพระเมรุ

1) ความสำคัญและความเป็นมา

เดิมชื่อวัดพระเมรุราชิการาม ไม่ปรากฏหลักฐานว่าใครเป็นผู้สร้างและสร้างในสมัยใด แต่มีตำนานกล่าวว่า พระองค์อินทร์ในรัชกาลสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงสร้างขึ้นเมื่อจุลศักราช 865 (ราว พ.ศ. 2047) อย่างไรก็ตามก็มีการสันนิษฐานว่าน่าจะเป็นวัดที่สร้างขึ้นตรงที่ถวายพระเพลิงกษัตริย์องค์ใดองค์หนึ่งในต้นสมัยอยุธยา เป็นวัดเดียวในกรุงศรีอยุธยาที่ไม่ถูกพม่าทำลาย และยังคงสภาพดีมาก เพราะพม่าได้ใช้เป็นที่ตั้งกองบัญชาการ และได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

ตั้งอยู่นอกเกาะเมืองริมคลองสระบัวด้านเหนือของคูเมือง (แม่น้ำลพบุรีเก่า) ทางเข้าสู่วัดใช้สะพานข้ามแม่น้ำจากถนนอุโมงค์มิดถนนลาดยางกว้างประมาณ 3.5 เมตร เข้าสู่บริเวณ สภาพถนนค่อนข้างดีรถเล็กและรถใหญ่สามารถเข้าถึงได้

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

วัดหน้าพระเมรุ ได้รับการบูรณะซ่อมแซมและมีการดูแลรักษาสภาพอาคารและสถานที่ ได้ดีรวมทั้งคุณค่าทางสถาปัตยกรรมของพระอุโบสถ จัดว่าเป็นอาคารสมัยอยุธยาที่ยังคงเหลืออยู่ในสภาพสมบูรณ์ ลักษณะเด่นของพระอุโบสถ คือมุขด้านหน้าพระอุโบสถทำเป็นมุขเด็จหน้าบันจำหลักไม้ลงรักปิดทอง ส่วนวิหารน้อย ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปหินสมัยทวารวดี นอกจากอาคารหลักทั้งสองหลัง ยังมีศาลาจีน 2 หลัง หอระฆัง 1 หลัง เรียงรายอยู่บริเวณลานหน้าพระอุโบสถ ด้านข้างและด้านหลังเป็นบริเวณวัดซึ่งมีสิ่งก่อสร้างใหม่ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมประมาณ 2 ปี ทำให้การพัฒนาทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ดีเท่าที่ควร แต่ทางวัดพยายามปรับปรุงให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังไม่มีบริเวณที่จอดรถเป็นสัดส่วน ส่วนภูมิทัศน์โดยรอบมีการจัดแต่งสวนดูสวยงาม แม้จะยังไม่สามารถครอบคลุมไปทั่วบริเวณ แต่ก็แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาให้ดีขึ้น

วัดไก่อ

1) ประวัติความเป็นมา

วัดไก่อเป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ต่อมากลายเป็นวัดร้างภายหลังการเสียกรุงแก่พม่า ในช่วงระยะเวลาต่อมาราวปี 2535 มีพระสงฆ์มาบูรณะและตั้งเป็นสำนักสงฆ์ขึ้นมา และในปี 2530 ก็ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาเป็นวัด และให้ชื่อว่า วัดไก่อ เนื่องจากไก่อโดนโรคระบาดตายไปมาก ส่วนฝูงลิงป่าที่อาศัยอยู่ที่วัดนี้เป็นจำนวนมาก นิสัยเชื่องไม่ดุร้าย ไม่มีใครบอกได้ว่าอยู่มากแต่เมื่อใด

2) ที่ตั้งและการเข้าถึง

วัดไก่อตั้งอยู่ที่ ตำบลหันสัง อำเภอบางปะหัน การเดินทางไปยังวัดไก่อสามารถทำได้โดยใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 ทางเข้าวัดจะอยู่ทางขวามือ ระยะทางประมาณ 25 กิโลเมตร

3) สภาพปัจจุบันและปัญหา

วัดไก่อแม้จะเป็นวัดเก่า แต่เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวประมาณ 1 ปี สภาพปัจจุบันไม่เห็นร่องรอยเดิม นอกจากตัวประตูและหน้าต่าง เจดีย์มีการสร้างของใหม่คร่อมทับรากฐานเดิม

นอกจากนี้ยังมีศาลา แสดงของใช้โบราณ รวมถึงเป็นสถานที่ทำบุญ สภาพโดยทั่วไปไม่มีลักษณะที่โดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง นักท่องเที่ยวมักนิยมไปชมฝูงลิงป่า ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากในช่วงวันเสาร์อาทิตย์ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมี แต่ไม่ดีนัก ส่วนร้านค้าจะมีช่วงวันเสาร์อาทิตย์ สภาพทั่วไปไม่ดีนัก ลานจอดรถอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง

นอกจากฝูงลิงแล้ว วัดนี้ไม่มีสิ่งดึงดูดใจมากนัก แต่สิ่งที่น่าสนใจของวัดนี้ คือการสร้างสื่อในลักษณะของสื่อผสม มีการนำเทคโนโลยี และศิลปะสมัยใหม่มาใช้ในการถ่ายทอดความเชื่อทางศาสนาได้เป็นอย่างดี ซึ่งแตกต่างจากวัดอื่นโดยทั่วไป เช่น การวาดภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในเจดีย์ มีการใช้สีสะท้อนแสง และ back light ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชม

ส่วนที่ 2. การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวขององค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาถึงการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งการจัดการพื้นที่ บุคลากร การเงิน แผนงานพัฒนาการท่องเที่ยว การใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว และปัญหาการดำเนินงานขององค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 กรมศิลปากร
2. สำนักพระราชวัง
3. คณะสงฆ์
4. จังหวัด
5. องค์กรเอกชน

1. สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 กรมศิลปากร

สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา เป็นหน่วยงานส่วนราชการในภูมิภาคหนึ่งของ สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ มีขอบเขตอำนาจหน้าที่และวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ดังนี้

1. ดำเนินการเกี่ยวกับการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ วิจัย หลักฐานทางโบราณคดีเพื่อพัฒนางานด้านโบราณคดี การพิพิธภัณฑฯ และงานด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ
2. ดำเนินการอนุรักษ์และบูรณะปฏิสังขรณ์โบราณสถาน รวมทั้งอาคารและสถานที่ที่มีคุณค่าทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและศิลปกรรมที่ยังมีประโยชน์ใช้สอย และซากโบราณ เพื่อรักษาไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ รวมทั้งการควบคุมงานบูรณะปฏิสังขรณ์
3. ศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ วิจัย โบราณวัตถุ ชิ้นส่วนของโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และโบราณสถาน เพื่อการอนุรักษ์ การซ่อม การสงวนรักษาด้วยกรรมวิธีทางวิทยาศาสตร์ และเป็นศูนย์ปฏิบัติการอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุทางวิทยาศาสตร์
4. สำรวจ ชุดค้น ขึ้นทะเบียน ควบคุมดูแลรักษา และอนุรักษ์โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ การอนุญาตให้ส่งหรือนำโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ออกนอกราชอาณาจักร รวมทั้งปฏิบัติการให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

5. รวบรวม เก็บรักษา จัดทำทะเบียนหลักฐาน วิเคราะห์ ตรวจสอบพิสูจน์ ให้การศึกษาเผยแพร่และจัดแสดงโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ

6. บริหารจัดการและจัดผลประโยชน์โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณคดี อนุสรณ์สถาน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มรดกทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และกองทุนโบราณคดี รวมทั้งให้คำปรึกษา แนะนำ ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานของหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชน

7. ปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือได้รับมอบหมาย

สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา ได้มีการแบ่งหน่วยงานภายในออกเป็นหน่วยงานย่อยอีก 13 หน่วยงาน ซึ่งในการศึกษานี้จะกล่าวเฉพาะหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 หน่วยงาน คือ สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม

1.1 สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

กรมศิลปากร ได้ประกาศเขตพื้นที่ภายในเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1,810 ไร่ เป็นเขตโบราณสถาน เมื่อปี พ.ศ. 2519 และปรับปรุงเป็นโครงการอุทยานประวัติศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ. 2525 ในความดูแลของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา ในส่วนสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งในปัจจุบัน ได้ถูกรวมไว้กับสำนักงานโครงการนครประวัติศาสตร์ ซึ่งมีฐานะเป็นองค์การเฉพาะกิจเป็นการชั่วคราว เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว มีการจัดการด้านต่าง ๆ ดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

เนื่องจากพื้นที่รับผิดชอบเป็นพื้นที่โบราณสถานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับการขึ้นทะเบียน จึงมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. พื้นที่เคาน์ (Nucleus Zone) เป็นพื้นที่ที่ยังมีซากโบราณสถานและสถาปัตยกรรมเคาน์ เป็นพื้นที่ซึ่งจดทะเบียนไว้ในบัญชีมรดกโลกเช่น พระบรมมหาราชวัง วัดราชบูรณะ วัดพระราม วัดพระศรีสรรเพชญ์ ฯลฯ ตลอดจนบริเวณโบราณสถานด้านหลัง เช่น วัดโลกยสุธาราม วัดวรเชษฐาราม ฯลฯ ซึ่งเป็นบริเวณที่ต้องสงวนรักษา และปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้คงเป็นเขตประวัติศาสตร์ที่บริสุทธิ์

2. พื้นที่เขตกันชน (Buffer Zone) เป็นพื้นที่เขตอุทยานชั้นนอก รวมย่านประวัติศาสตร์อื่น ๆ และบริเวณนอกเกาะเมืองทั้ง 4 ด้าน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นบริเวณที่จะสร้างบรรยากาศของเมืองประวัติศาสตร์ เป็นเขตที่ผสมผสานระหว่างระหว่างกายภาพของเมืองในอดีตกับเมืองในปัจจุบัน

ข) บุคลากร

ปัจจุบันการดำเนินการของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ ได้ถูกรวมเข้าไว้กับสำนักงานโครงการนครประวัติศาสตร์เป็นการชั่วคราว การดำเนินงานใช้กำลังคนเป็นเจ้าหน้าที่ราชการจากส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 97 อัตรา คือ

- สำนักงานการบริหาร	34 คน
- เจ้าหน้าที่ศูนย์ปฏิบัติการอนุรักษ์	35 คน
- เจ้าหน้าที่การบริการวิชาการ	20 คน
- เจ้าหน้าที่ทางการท่องเที่ยว	8 คน

และมีลูกจ้างประเภทต่าง ๆ อีก 195 อัตรา คือ

- ลูกจ้างประจำ	19 คน
- ลูกจ้างชั่วคราวรายเดือน	24 คน
- ลูกจ้างชั่วคราวรายวัน	152 คน

ค) การเงิน

รายได้ของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ มาจาก

- งบประมาณจากรัฐบาล ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- เงินกองทุน (ได้จากค่าเข้าชม)
- เงินบริจาคและอื่น ๆ

ง) แผนพัฒนา

กรมศิลปากรได้เริ่มทำแผนแม่บทนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เฉพาะพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2536 แต่เนื่องจากมีข้อเสนอแนะบางประการจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงบประมาณ กระทรวงการคลัง ประกอบกับระยะเวลาการดำเนินงานตามแผนต้องล่าช้าไปจากเดิมถึง 7 ปี ทำให้กรมศิลปากรจำเป็นต้องปรับปรุงแผนแม่บทให้สอดคล้องกับสภาวะความเปลี่ยนแปลงและเติบโตของบ้านเมือง โดยมีจุดมุ่งหมายให้มีการพัฒนาในท้องถิ่นและฟื้นฟูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ประกอบกับได้มีแนวคิดใหม่ ๆ เกิดขึ้น คือการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมซึ่งส่วนใหญ่หมายถึงโบราณวัตถุและโบราณสถาน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านการศึกษาควบรวมคู่ไปกับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ ในรูปแบบของการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) โครงการนี้จึงถือว่าเป็นโครงการแรกที่น่าเอาประวัติศาสตร์มาใช้เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม¹ แผนแม่บทฉบับปรับปรุงได้แล้วเสร็จในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2537 และให้ดำเนินการแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2544 ในการปฏิบัติงานนั้นแบ่งออกเป็น 8 แผนงานหลักคือ

¹ แผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา, กรมศิลปากร
หน้า 93

1. แผนงานโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน เพื่อดำเนินการอนุรักษ์ค้นคว้าโบราณคดีประวัติศาสตร์ และบูรณะตกแต่งซ่อมแซมโบราณสถาน เพื่อฟื้นฟูภูมิทัศน์ในพื้นที่โบราณสถาน
2. แผนพัฒนาและปรับปรุงสาธารณูปโภคและสาธารณูปการหลัก เพื่อจัดระบบการสัญจรทางบก ทางน้ำ การพัฒนาแม่น้ำลำคลอง ทางระบายน้ำ การป้องกันน้ำท่วม การกำจัดน้ำเสีย และสิ่งปฏิกูล รวมทั้งการจัดระบบบริการไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์
3. แผนบูรณะและปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ เพื่อปรับปรุงภูมิทัศน์ในบริเวณโบราณสถาน สวนสาธารณะ พื้นที่ส่วนบริการวิชาการและการท่องเที่ยว หมู่บ้านหัตถกรรมและพื้นที่อื่นๆ
4. แผนพัฒนาและการปรับปรุงชุมชนในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ เพื่อดำเนินการโยกย้ายบ้านเรือนและสิ่งก่อสร้างออกจากพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ ได้แก่บ้านเรือนราษฎร 401 หลัง หน่วยราชการ 9 หน่วย บ้านพักข้าราชการ 24 หลัง โรงเรียน 1 แห่ง และโรงงานอุตสาหกรรม 1 แห่ง
5. แผนงานโยกย้ายโรงงานอุตสาหกรรมและปรับการใช้พื้นที่ เพื่อขยายพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ด้านทิศตะวันตก ซึ่งเป็นที่ตั้งโบราณสถานที่สำคัญ โดยโยกย้ายโรงงานสุราออกจากพื้นที่เขตอุทยานและดำเนินการก่อสร้างพิพิธภัณฑ์พาณิชย์นาวีศรีอยุธยา
6. แผนงานบริการวิชาการและการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารวิชาการของนครประวัติศาสตร์แก่ผู้สนใจและนักท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์แก่การศึกษาสังคมและวัฒนธรรม
7. แผนงานเศรษฐกิจและสังคม เพื่อสนับสนุนและฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างอาชีพส่งเสริมรายได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ประชาชนในท้องถิ่น
8. แผนพัฒนาสำนักงานและกำลังคนอุทยานประวัติศาสตร์ เพื่อขยายอัตรากำลังและพัฒนาคุณภาพบุคลากร รวมทั้งก่อสร้างสำนักงานบริหารนครประวัติศาสตร์และศูนย์ปฏิบัติการอนุรักษ์โบราณสถานแห่งชาติ²

การดำเนินงานเพื่อให้บรรลุแผนงานดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาวิจัยดังกล่าวเฉพาะแผนงานที่กรมศิลปากรรับผิดชอบ ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว และการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. แผนงานโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน

เนื่องจากโบราณสถานจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ เป็นหลักฐานทางกายภาพที่สัมผัสได้ อันแสดงให้เห็นถึงความรุ่งโรจน์เมื่อครั้งอดีตของกรุงศรีอยุธยา มีโบราณสถานที่มี

² นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา, สำนักงานโครงการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร พิมพ์ครั้งที่ 1 เดือนธันวาคม 2539 สำนักพิมพ์สมพันธ์ จำกัด กรุงเทพฯ หน้า37-39

ความสำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย หลายแห่งได้รับการดำเนินการสำรวจทำแผนผังชุดแต่งและบูรณะไปบ้างแล้ว แต่ยังมีโบราณสถานอีกหลายแห่งที่จำเป็นต้องรีบดำเนินการ เนื่องจากโบราณสถานเหล่านั้นอยู่ในสภาพที่เสี่ยงต่อการเสื่อมสลายในปัจจุบัน

สำนักงานโครงการนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จะเป็นผู้ดำเนินการตามแผนงานด้วยการค้นคว้าข้อมูลประวัติศาสตร์ ชุดแต่งโบราณสถาน และบูรณะซ่อมแซมเสริมความมั่นคงงานประวัติศาสตร์โบราณคดีและโบราณสถาน เพื่อการบริหารอนุรักษ์และพัฒนาบรรดาก้าววัฒนธรรมของชาติ ให้เป็นไปเพื่อประโยชน์ทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการศึกษา

แผนงานนี้จะดำเนินการกับโบราณสถานจำนวน 75 แห่ง ในเขตพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ฯ อันประกอบไปด้วย พระราชวัง วัด คลอง สะพาน ถนน ซากกำแพงเมือง ป้อมประตู รวมทั้งอนุสาวรีย์พระเจ้าอู่ทองและศาลพระกาฬ ศาลหลักเมือง (ใหม่) บางแห่งได้รับการดำเนินการไปบ้างแล้ว ส่วนการดำเนินงานสำหรับโบราณสถานในพื้นที่นอกเขตอุทยานประวัติศาสตร์ฯ จะเป็นการดำเนินการฉุกเฉินในกรณีที่โบราณสถานได้รับความเสียหายเนื่องจากอยู่ในสภาพทรุดโทรม ซึ่งต้องมีการเสริมความมั่นคงก่อนจะพังทลายลงมา เช่น วัดกุฎีดาว เป็นวัดที่อยู่ในเขตเมืองอโยธยา

2. แผนบูรณะและปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์

แผนงานบูรณะและปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ เป็นแผนงานทางภูมิสถาปัตยกรรม เพื่อส่งเสริมคุณค่าของโบราณสถานให้ร่มรื่นสวยงาม ให้มีภูมิทัศน์ที่กลมกลืนสอดคล้องเป็นเอกภาพกับบรรยากาศโบราณสถานโดยการใช้การจัดบริเวณ การใช้พันธุ์ไม้ท้องถิ่นที่เคยปลูกในอดีต และองค์ประกอบภูมิทัศน์ (Site Furniture) แผนงานบูรณะและปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ประกอบด้วย งานภูมิทัศน์ในบริเวณโบราณสถานแต่ละจุด งานภูมิทัศน์ในสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ งานภูมิทัศน์ในหมู่บ้านศิลปทัศนกรรม งานภูมิทัศน์ในส่วนบริการวิชาการและการท่องเที่ยว และงานภูมิทัศน์ประกอบในพื้นที่อื่น ๆ

ในการจัดภูมิทัศน์จำเป็นต้องมีสิ่งก่อสร้างที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวก และให้ข้อมูลในการเยี่ยมชม เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลโบราณสถาน แผนที่ ม้านั่ง ตู้โทรศัพท์ เสาไฟ และเครื่องหมายสัญลักษณ์ต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้สิ่งเหล่านี้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมโดยรวมของอุทยานฯ และส่งเสริมให้พื้นที่ดูสวยงาม จึงควรกำหนดให้มีรูปแบบและวัสดุที่มีความต่อเนื่องกับโบราณสถาน มีขนาดและการจัดวางที่เหมาะสมไม่คับบังหรือแข่งขันกับโบราณสถานเอง และต้องไม่สร้างความสับสนกับโบราณวัตถุสถาน มีความชัดเจนในแบบที่เป็นของใหม่โดยมีหลักเกณฑ์กว้าง ๆ ดังนี้

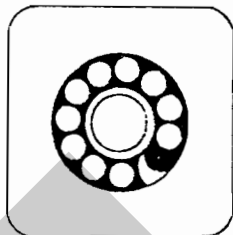
1. รูปแบบ จะต้องเป็นรูปแบบที่เป็นไทย โดยประยุกต์ให้มีความชัดเจน ไม่สับสนกับโบราณวัตถุสถาน มีความเป็นเอกภาพกับบรรยากาศโดยรวม

2. วัสดุ จะต้องเป็นวัสดุที่แข็งแรง ทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศ และการทำให้เสียหายโดยมนุษย์ และจำเป็นที่สุดต้องเป็นวัสดุที่มีผิว สี สัน ต่อเนื่องกับสิ่งแวดล้อม เป็นเอกภาพกันและไม่มีความรู้สึกแปลกแยกและต้องบำรุงรักษาง่าย

ภาพที่ 4 แสดงตัวอย่างการออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์



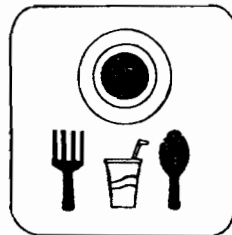
ปฐมพยาบาล
(FIRST AID)



โทรศัพท์สาธารณะ
(PUBLIC PHONE)



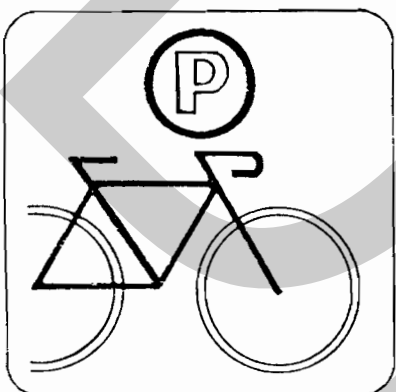
ห้องน้ำสาธารณะ
(PUBLIC REST ROOM)



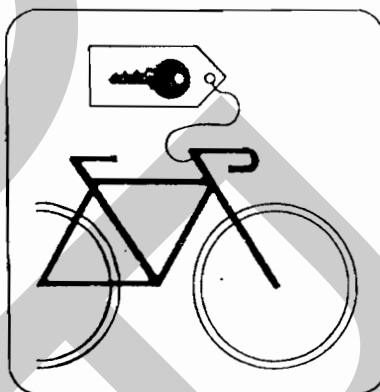
บริการอาหารเครื่องดื่ม
(FOOD & BEVERAGE)



ที่จอดรถ
(PARKING)



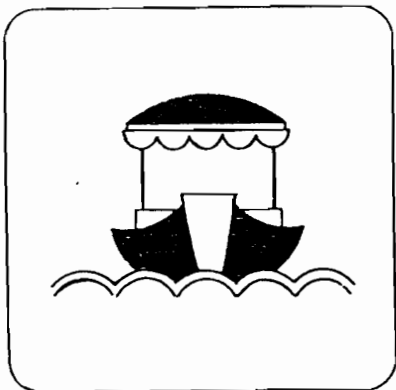
จอดจักรยาน
(BIKE PARKING)



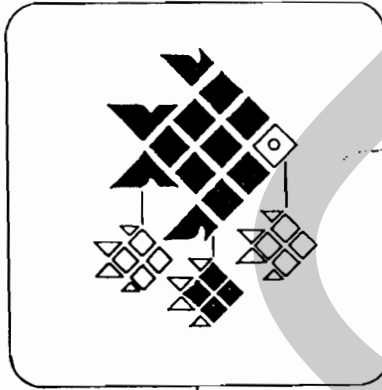
บริการเช่าจักรยาน
(RENT-A-BIKE SERVICE)



ทางจักรยาน
(BIKE LANE)



บริการเรือท่องเที่ยว
(BOAT TRIP SERVICE)



จำหน่ายของที่ระลึกงานศิลป
หัตถกรรม (ART & CRAFT
SUVENLER)



บริการรถพ่วง
(TROLLEY SERVICE)



บริการแลกเปลี่ยน
เงินตรา
(CURRENCY
EXCHANGE)



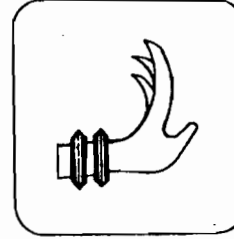
รักษาความปลอดภัย
(SECURITY
OFFICE)



ที่พัก
(LODGING)

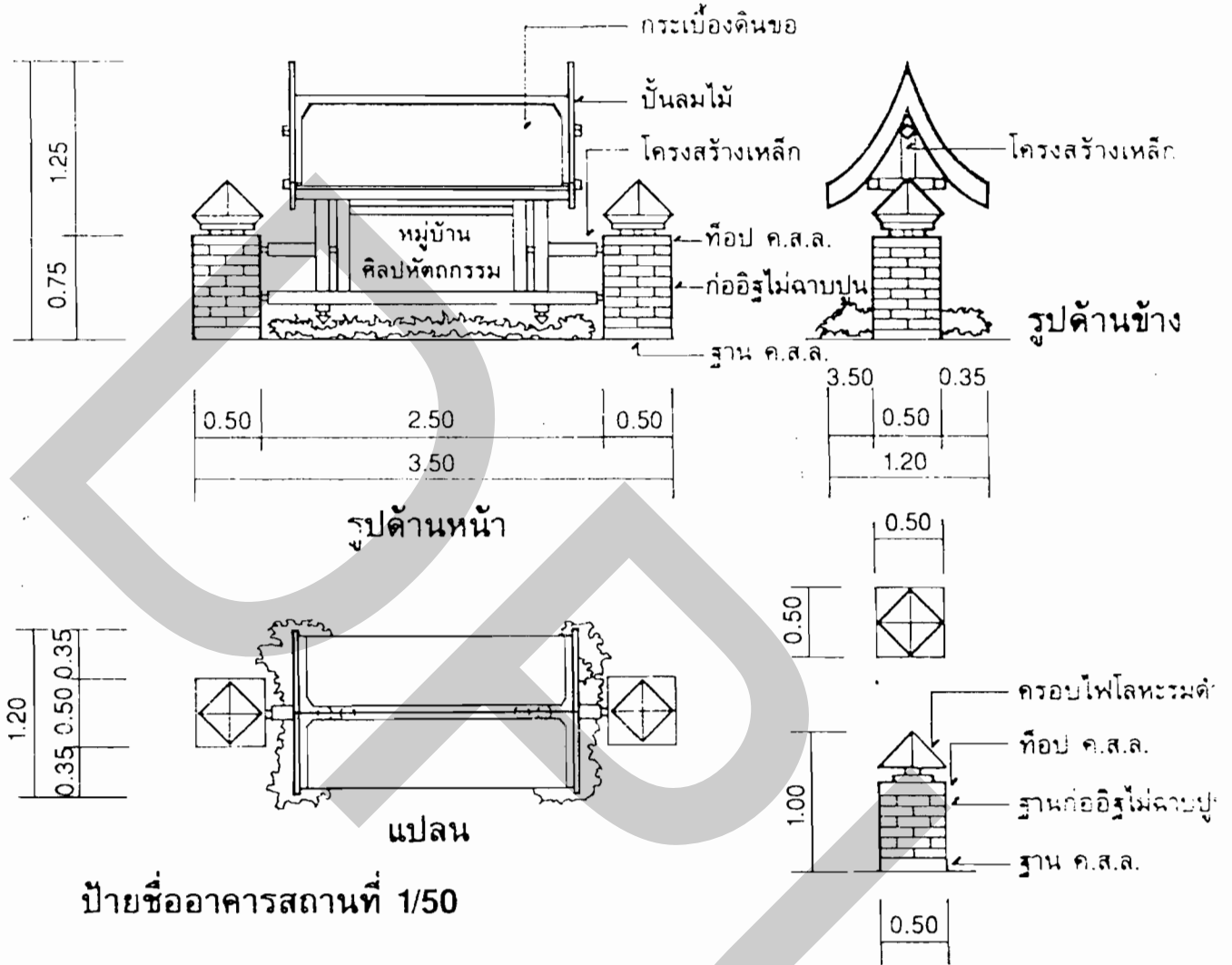


ร้านเครื่องดื่ม
(REFRESHMENT
BOOTH)

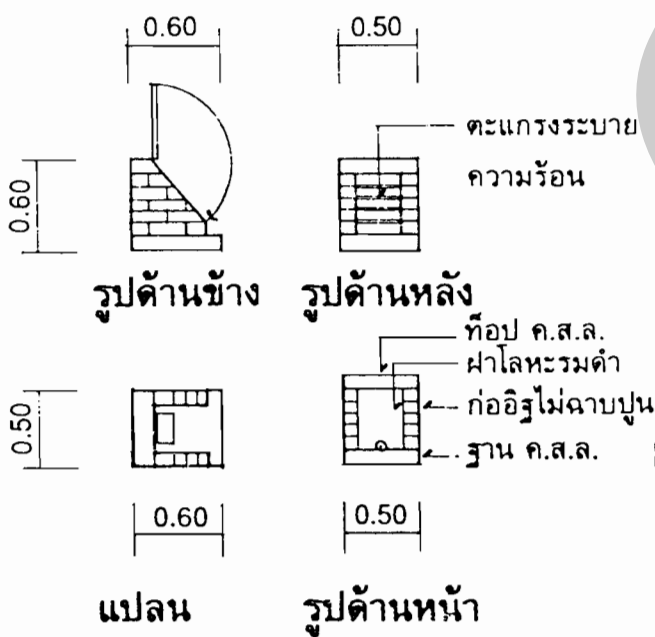


แสดงศิลปวัฒนธรรม
(ARTS & CULTURES
PERFORMANCE)

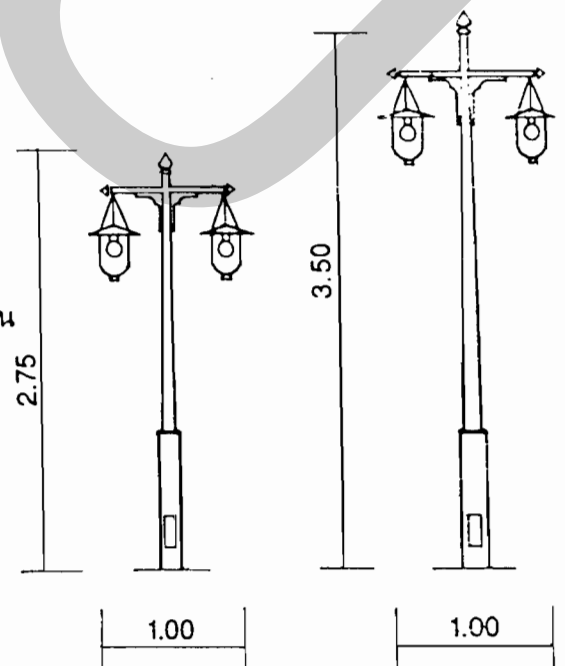
ภาพที่ 5 แสดงตัวอย่างการออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์



ป้ายชื่ออาคารสถานที่ 1/50

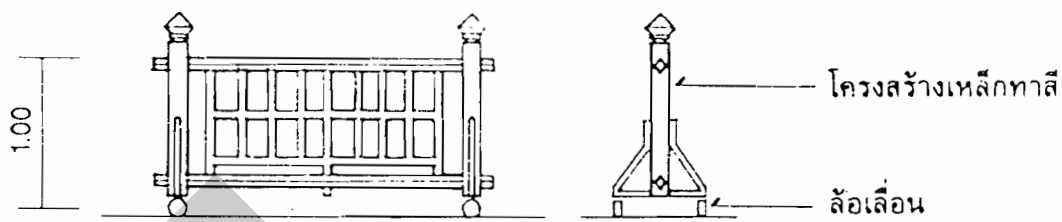


ไฟส่องทางเดินและบริเวณ 1/50



ไฟส่องโบราณสถาน 1/50

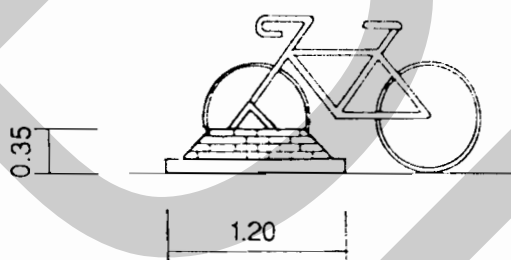
ภาพที่ 6 แสดงตัวอย่างการออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์



รูปด้านหน้า

รูปด้านข้าง

แพงกันจราจร 1/50

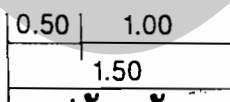
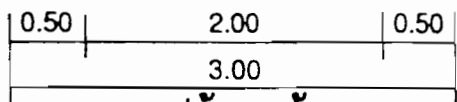
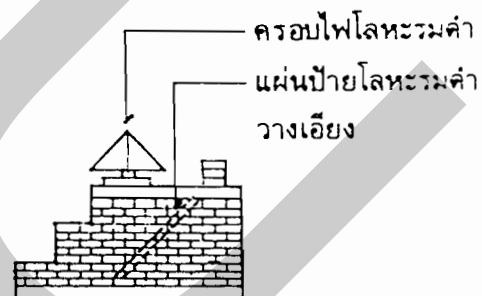
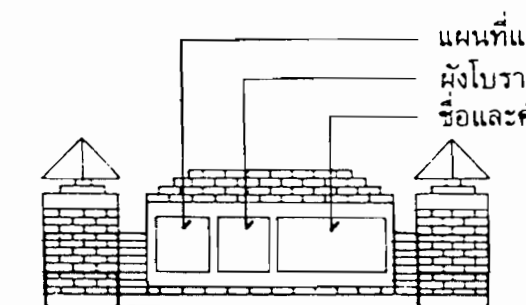


รูปด้านข้าง



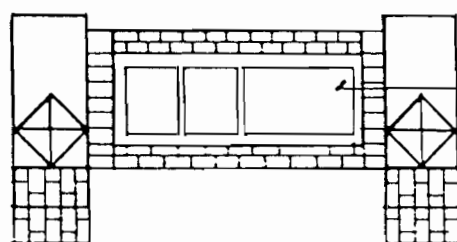
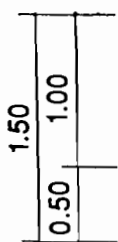
รูปด้านหน้า

ที่จอดรถจักรยาน 1/50



รูปด้านหน้า

รูปด้านข้าง

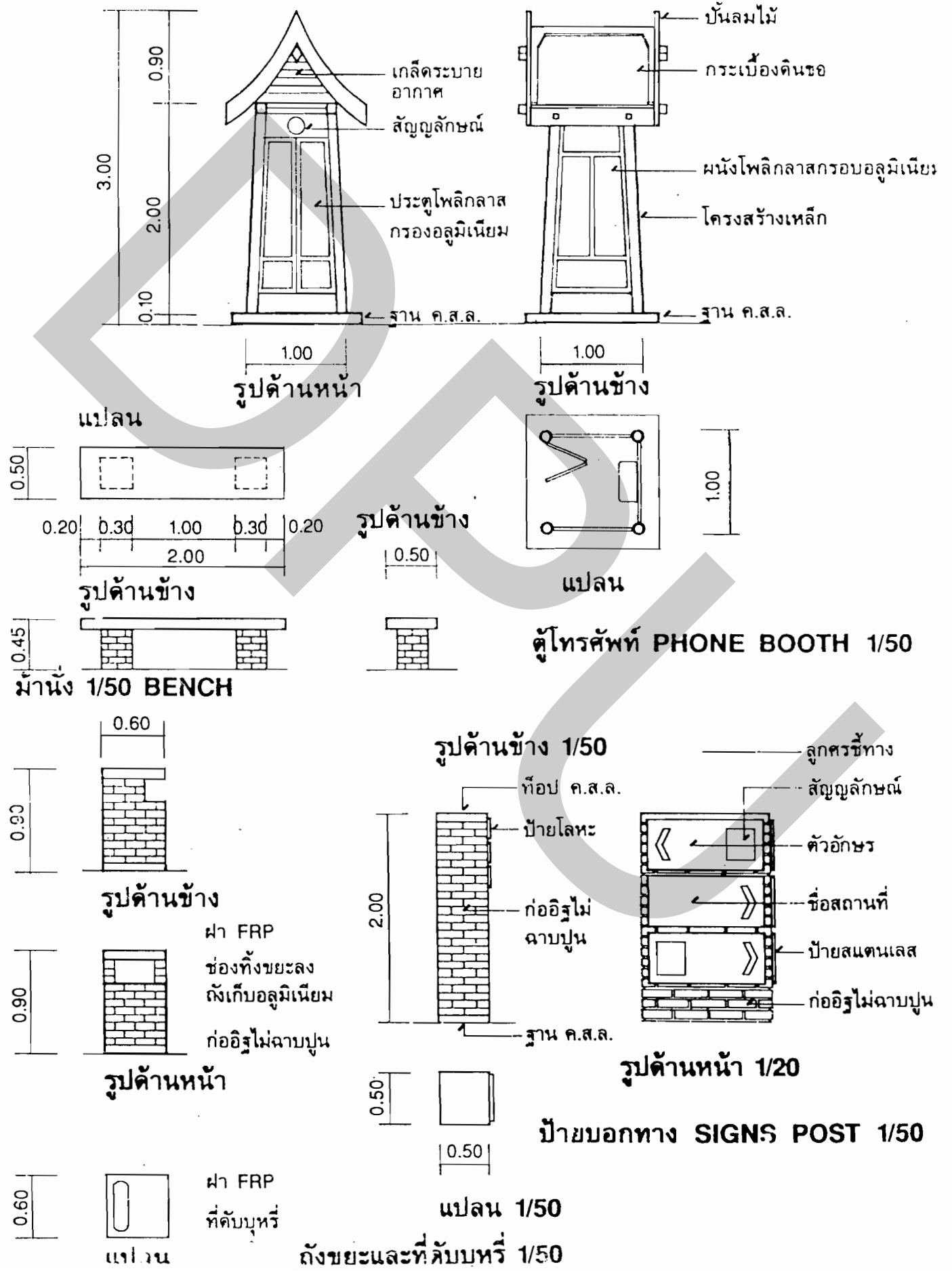


แผ่นป้ายโลหะรมดำวางเอียง

แปลน

ป้ายข้อมูลโบราณสถาน 1/50

ภาพที่ 7 แสดงตัวอย่างการออกแบบองค์ประกอบภูมิทัศน์



3. แผนพัฒนาสำนักงานและกำลังคนอุทยานประวัติศาสตร์

แผนพัฒนาสำนักงานและกำลังคน เป็นการเตรียมเพื่อให้สามารถรองรับงานที่จะขยายเป็นนครประวัติศาสตร์ ที่ได้รับมอบหมายงานจำนวนมากด้านการขุดค้นทางโบราณคดี บูรณะและดูแลรักษาโบราณสถาน งานบริการวิชาการและการท่องเที่ยว ประสานงานสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชนและหน่วยงานอื่น ๆ ตลอดจนการจัดทำแผนงาน ซึ่งจำเป็นต้องขยายอัตราบุคลากรและยกมาตรฐานการปฏิบัติงานเพื่อให้รับกับปริมาณงานและให้การปฏิบัติงานนั้นได้คุณภาพตามเป้าหมาย

จำนวนบุคลากรในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นสถาปนิก วิศวกร นักโบราณคดี และพนักงานอื่น ๆ มิใช่เพียงพอกับปริมาณงาน จึงสมควรเพิ่มอัตราบุคลากรของอุทยานฯ ให้สามารถปฏิบัติงานได้เองและประสานงานได้คล่องตัวขึ้น ในขณะเดียวกันมีความเป็นไปได้ที่จะกระจายงานที่เหมาะสมให้ที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษา หรือเอกชน เพื่อช่วยแบ่งเบาบางส่วนกลางและของอุทยานฯ ซึ่งจะเป็นการช่วยเร่งงานบูรณะโบราณสถาน รวมทั้งงานพัฒนาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไปด้วย ส่วนการพัฒนาคุณภาพบุคลากร สมควรให้มีการจัดให้มีการศึกษาและฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพในการปฏิบัติงานและมีเป้าหมายในการปฏิบัติงานเดียวกัน

4. แผนงานบริการวิชาการและการท่องเที่ยว

การเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์ มีเป้าหมายให้ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้ความเข้าใจและซาบซึ้งในประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมของชาติ การนำเสนอต้องมีลำดับต่อเนื่องมีความน่าสนใจและให้ความเพลิดเพลินไปด้วย

ส่วนงานบริการวิชาการและการท่องเที่ยว จะมีหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นลำดับแรกของการเยี่ยมชมอุทยานประวัติศาสตร์ โดยให้ข้อมูลเป็นภาพรวมของพระนครศรีอยุธยา และสามารถหาความรู้เพิ่มเติมในทางลึกต่อไป จากการนำเสนอด้วยสื่อต่าง ๆ ในส่วนงานตามแต่ความต้องการ เป็นการเตรียมตัวก่อนการเยี่ยมชมโบราณสถาน โดยสามารถเลือกวิธีการเข้าสู่พื้นที่อุทยานฯ ได้ตามบริการการท่องเที่ยวที่จัดให้ และการเยี่ยมชมจะกลับมาสิ้นสุดที่บริการวิชาการและการท่องเที่ยวนี้ในที่สุด ในแผนการใช้ที่ดินได้กำหนดให้ใช้พื้นที่ศาลากลางเดิมไปจนจรดแนวคลองท่อเพื่อก่อสร้างศูนย์บริการวิชาการและการท่องเที่ยว

พื้นที่บริการข้อมูลจะมีพื้นที่จัดแสดงหัวข้อความสำคัญของพระนครศรีอยุธยา 8 หัวข้อ ได้แก่ การสร้างและการวางผังเมือง การเมือง การปกครอง การสงคราม เศรษฐกิจและการค้า การต่างประเทศ การศาสนาและศิลปกรรมทางศาสนา ศิลปกรรมแขนงอื่น ๆ และความเป็นอยู่และประเพณี ต้องมีพื้นที่สำหรับการติดตั้งหุ่นจำลองเมืองอยุธยาขนาดใหญ่ การนำเสนอข้อมูลประกอบการจัดแสดงข้อมูลต่าง ๆ ต้องใช้เทคนิคที่ทันสมัยทางแสงเสียงและประยุกต์ศิลป์ เพื่อให้น่าสนใจและเพลิดเพลิน มีบริการทางด้านเอกสารวิชาการและการท่องเที่ยว เช่น แผนที่ แผ่นพับ หนังสือ โดยมุ่งให้การให้ภาพโดยรวมของพระนครศรีอยุธยาเป็นสำคัญ และในส่วนข้อมูลวิชาการและกิจกรรมเสริมเพิ่มเติม สมควรจัดให้มีห้องสมุด ห้องประชุม ห้องแสดงทางศิลปวัฒนธรรม ห้องฉายภาพยนตร์ ภาพนิ่ง และห้องบรรยายทางวิชาการ ส่วนพื้นที่บริการการท่องเที่ยว จะประกอบด้วย ที่ทำการสาขาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทท่องเที่ยว ธนาคาร ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าและสิ่งของที่จำเป็นกับการท่องเที่ยว

การจัดการและบริหารงานในส่วนบริการวิชาการและการท่องเที่ยว มีลักษณะการจัดการเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 งานบริการวิชาการ ดำเนินการและรับผิดชอบโดยกรมศิลปากร ประมาณอัตรากำลังคนอย่างน้อย 20 อัตรา

ส่วนที่ 2 งานบริการการท่องเที่ยว ดำเนินการและรับผิดชอบโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประมาณอัตรากำลังคนอย่างน้อย 8 อัตรา

ส่วนที่ 3 ส่วนประสานงานและจัดเก็บผลประโยชน์ ในส่วนที่จะพึงมีในพื้นที่บริการวิชาการและการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้า ที่จอดรถ ให้ดำเนินการและรับผิดชอบ โดยเทศบาลจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 1 แสดงอัตราเจ้าหน้าที่ประจำส่วนบริการวิชาการและการท่องเที่ยว

เจ้าหน้าที่ส่วนงานบริการวิชาการ	
ตำแหน่ง	จำนวน (คน)
1.หัวหน้างานบริการวิชาการอุทยานประวัติศาสตร์ฯ	1
2.นักวิชาการประวัติศาสตร์	1
3.นักวิชาการวัฒนธรรม	2
4.นักวิชาการพิพิธภัณฑ์/มณฑนากร/ศิลป	2
5.เจ้าหน้าที่การศึกษา/วัฒนธรรม	8
6.เจ้าหน้าที่โสตทัศนูปการ	1
7.ธุรการ/การเงิน/พิมพ์ดีด	2
8.รักษาความปลอดภัย/ทำความสะอาด	3
รวม	20 อัตรา

เจ้าหน้าที่ส่วนบริการท่องเที่ยว	
ตำแหน่ง	จำนวน (คน)
1.หัวหน้างานบริการการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ฯ	1
2.เจ้าหน้าที่เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์	5
3.ธุรการ/การเงิน/พิมพ์ดีด	2
รวม	8 อัตรา

ตารางที่ 2 แสดงงบประมาณในการดำเนินงาน
อนุรักษ์และพัฒนาครุภัณฑ์ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและระยะเวลาดำเนินงาน

รายการ	หน่วยงานรับผิดชอบ	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน ที่ 1 (3ปี)	ระยะเวลาดำเนินงาน ที่ 2 (3ปี)	ระยะเวลาดำเนินงาน ที่ 3 (3ปี)	ระยะเวลาดำเนินงาน ที่ 4 (2ปี)
1.แผนงานโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และการบูรณะโบราณสถาน	กรมศิลปากร	530.61	198.29	148.68	87.91	95.83
2.แผนงานบูรณะและปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์	กรมศิลปากร	45.91	11.91	22.00	12.00	-
3.แผนงานพัฒนาสำนักงานและกำลังคนในการบริหารและดำเนินโครงการ(รวมค่าก่อสร้างศูนย์ปฏิบัติการอนุรักษ์โบราณสถานแห่งชาติ	กรมศิลปากร	64.96	55.36	3.60	3.60	2.40
4.แผนการรื้อย้ายโรงงานอุตสาหกรรมและปรับการใช้พื้นที่ (รวมทั้งรื้อถอนที่พักพิงประชาชนวีรชัยยุทธ)	กรมศิลปากร	405.34	-	8.48	202.36	194.50
5.แผนงานพัฒนาและปรับปรุงชุมชนในเขตอุทยานฯ (รวมค่าใช้จ่ายบ้านเรือนสถานที่ราชการและสร้างใหม่ชั้นทดแทน)	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	381.72	266.72	115.00	-	-
6.แผนงานเศรษฐกิจและสังคม(แผนงานเพิ่มรายได้และอาชีพหมู่บ้านคือป้าตถกรรม)	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	200.97	96.97	101.50	1.50	1.00
7.แผนงานพัฒนาและปรับปรุงสาธารณูปโภคและสาธารณูปการหลัก (รวมชุดออกแม่ข่ายสปรี)	เทศบาลพระนครศรีอยุธยา	1,097.96	278.18	411.30	408.48	-
8.แผนงานบริการวิชาการและการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรมศิลปากร	219.31	71.29	136.52	6.90	4.60
รวมค่าใช้จ่ายการลงทุนในโครงการระยะเวลา 10 ปี (เฉลี่ยปีละ 267.2 ล้านบาท)		2,946.78	978.72	947.08	710.39	310.59

ที่มา : สำนักงานโครงการอนุรักษ์และพัฒนาครุภัณฑ์ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร

1.2 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม ตั้งอยู่ในพระราชวังจันทรเกษมซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนโบราณสถานแห่งชาติ ตัวโบราณสถานจึงอยู่ในความดูแลของอุทยานประวัติศาสตร์ ส่วนความรับผิดชอบด้านพิพิธภัณฑสถาน อยู่ในความดูแลของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม การดำเนินงานต่าง ๆ ของพิพิธภัณฑสถานมีดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

ภายในพระราชวังจันทรเกษม เป็นที่ตั้งของกลุ่มโบราณสถานและมีการใช้พื้นที่ภายในจัดเป็นพิพิธภัณฑสถาน ซึ่งมีการจัดนิทรรศการถาวร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. การจัดแสดงในพลับพลาจตุรมุข จัดแสดงโบราณวัตถุชิ้นสำคัญ ๆ ที่ได้มาจากการรวบรวมของพระยาโบราณราชธานินทร์ อาทิ พระพุทธรูปปางต่าง ๆ อารุทธศรตามในสมัยโบราณ งานเครื่องมุกและเครื่องใช้ส่วนพระองค์ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เช่น พระแท่นบรรทม พระราชอาสน์พร้อมเศวตฉัตร พระฉาย เป็นต้น
2. การจัดแสดงในพระที่นั่งพิมานรัตยา เป็นการจัดแสดงโบราณวัตถุชิ้นสำคัญในลักษณะเดียวกับพลับพลาจตุรมุข นอกจากนี้ยังมีบรรดางานเครื่องไม้แกะสลักฝีมือช่างครั้งสมัยอยุธยาตอนปลาย จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นอีกหลายชิ้น
3. การจัดแสดงภายนอกอาคาร จัดเป็นนิทรรศการกลางแจ้ง บริเวณระหว่างอาคารพลับพลาจตุรมุข และพระที่นั่งพิมานรัตยา โดยจัดแสดงโบราณวัตถุประเภทศิลา เช่น เทวรูปศิลา พระพุทธรูปศิลา ฯลฯ รวมทั้งปืนใหญ่ในสมัยอยุธยา

ข) บุคลากร

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม มีเจ้าหน้าที่ดูแลทั้งหมด 25 คน เป็นข้าราชการ 7 คน ที่เหลือเป็นลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราว ในส่วนของห้องพิพิธภัณฑสถานมีเจ้าหน้าที่ดูแลอาคารละ 2 คน มีวิทยากรนำชม 2 คน แต่ต้องทำเรื่องขอวิทยากรมาล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษร

ค) การเงิน

พิพิธภัณฑสถานฯ มีงบจากส่วนกลาง รายได้จากการจำหน่ายบัตรเข้าชมและการจำหน่ายหนังสือและของที่ระลึก มาใช้ในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ

ง) แผนพัฒนา

แผนงานในการพัฒนาปรับปรุงพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษมมี 2 ส่วน คือ

1. งานปรับปรุงด้านภูมิทัศน์ เป็นการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของโบราณสถาน ใช้งบประมาณของอุทยานประวัติศาสตร์ ตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

2. งานปรับปรุงการจัดแสดง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษมเป็นผู้จัดการซึ่งอยู่ในระหว่างการเสนอเรื่องขออนุมัติ โดยมีแผนงานปรับปรุงดังนี้

- 2.1 การจัดแสดงภายในพลับพลาจตุรมุข สถานที่ซึ่งพระบาทสมเด็จพระ

จอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงใช้พลับพลานี้เป็นท้องพระโรงสำหรับออกงานว่าราชการและที่ประทับในเวลาเดียวกันในอดีต จัดทำเป็นอนุสรณ์สถาน ประกอบด้วยพระรูปปั้นจำลองพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการจำลองเหตุการณ์ในอดีต โดยการใช้หุ่นจำลองแสดงพิธีการเข้าเฝ้าในสมัยนั้น และการจัดแสดงเครื่องใช้ส่วนพระองค์ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

2.2 การจัดแสดงในพระที่นั่งพิมานรัตยา จัดทำเป็นอนุสรณ์สถานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ซึ่งเป็นกษัตริย์พระองค์หนึ่งที่เคยประทับที่พระราชวังจันทร์เกษม เพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ยุทธหัตถี ภายในจัดแสดงเรื่องราวต่าง ๆ ของพระองค์

2.3 การจัดแสดงในมณฑลกรุงเก่า ใช้เป็นที่จัดแสดงศิลปโบราณวัตถุต่าง ๆ บางส่วนที่จะย้ายมาจากพลับพลาจตุรमुखและพระที่นั่งพิมานรัตยา

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

การจัดการด้านสื่อ ส่วนกลางเป็นผู้ดำเนินการให้ มีแนวคิดหลักคือให้ความรู้และถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของวัตถุโบราณแต่ละชิ้น มีการปรับปรุงครั้งสุดท้ายในปี พ.ศ. 2536 โดยการนำสื่อสมัยใหม่ที่มีรูปแบบน่าสนใจมาใช้ คือ ภาพคูราแทน มีการใช้แสงทำให้ภาพมีความน่าดูมากขึ้น และการเปลี่ยนลักษณะของแผ่นป้ายให้มีความคงทนและดูสวยงามมีมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งการปรับปรุงนี้มีเฉพาะในส่วนของพระที่นั่งพิมานรัตยาเท่านั้น

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาสำคัญของการดำเนินงาน คือ

1. การขาดงบประมาณ โครงการต่าง ๆ ที่นำเสนอ มักจะติดขัดเรื่องของงบประมาณ และรายได้ของพิพิธภัณฑ์ก็มีจำนวนที่ไม่เพียงพอ ส่วนหนึ่งมาจากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนน้อยทั้งที่เป็นสถานที่ที่มีความน่าสนใจ

2. การอยู่ในพื้นที่โบราณสถาน การดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถานจึงต้องขออนุญาตจากอุทยานประวัติศาสตร์ ทำให้ต้องทำงานหลายขั้นตอน

1.3 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา คือการให้บริการทางการศึกษาด้านศิลป ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมแห่งชาติ และเนื่องจากไม่ได้อยู่ในเขตโบราณสถาน การดำเนินงานต่าง ๆ จึงอยู่ในความรับผิดชอบของผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์ การจัดการต่าง ๆ ภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา มีการจัดการด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ก) การจัดแบ่งพื้นที่

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ได้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดแบ่งพื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ผู้เข้าชม ดังนี้

1. พื้นที่จัดแสดง มีการจัดแบ่งพื้นที่จัดแสดง คือ

1.1 อาคารจัดแสดง 1 เป็นอาคารที่จัดแสดงศิลปโบราณวัตถุ ที่ค้นพบใน

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจากการขุดแต่งโบราณสถานได้แก่ ประติมากรรมต่าง ๆ เหรียญเงินตรา เครื่องไม้ และมีห้องสำคัญ 2 ห้อง คือ ห้องราชบูรณะ เป็นห้องที่จัดแสดงเครื่องทอง ซึ่งพบในกรุพระปรางค์วัดราชบูรณะ และห้องมหาธาตุ เป็นห้องที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ พร้อมస్తుปทองคำ ที่พบในกรุพระปรางค์วัดมหาธาตุ

1.2 อาคารจัดแสดง 2 เป็นอาคารที่จัดแสดงศิลปโบราณวัตถุที่พบในประเทศไทย ตั้งแต่สมัย ทวารวดี ศรีวิชัย ลพบุรี เชียงแสน สุโขทัย อู่ทอง อยุธยา และรัตนโกสินทร์

1.3 อาคารจัดแสดง 3 เป็นเรือนไทย จัดแสดงศิลปพื้นบ้าน วิถีชีวิตของคนไทย

1.4 อาคารจัดแสดง 4 เป็นอาคารที่ใช้จัดนิทรรศการในโอกาสพิเศษ ปกติไม่ได้เปิดให้เข้าชม จะเปิดให้เข้าชมเฉพาะวันเด็ก วันมรดกไทย และวันพิพิธภัณฑ์ไทย จัดแสดงศิลปโบราณวัตถุที่พิพิธภัณฑ์มีอยู่ แต่ไม่ได้้นำออกแสดงตามปกติ และจัดแสดงศิลปโบราณวัตถุที่มีค่า ที่ยืมมาจากที่ต่าง ๆ เพื่อจัดแสดงให้ชมในโอกาสพิเศษ

1.5 พิพิธภัณฑ์กลางแจ้งตั้งอยู่โดยรอบของอาคารจัดแสดง 1 จัดแสดงศิลปโบราณวัตถุที่มีขนาดใหญ่ เช่น เรือโบราณ ระฆัง ปืนใหญ่ เป็นต้น

2. พื้นที่ส่วนบริการ อยู่บริเวณด้านหน้าของกลุ่มอาคารจัดแสดง ประกอบด้วย

2.1 ด้านหน้าทางเข้าเป็นสถานที่จำหน่ายบัตรเข้าชม จำหน่ายหนังสือเกี่ยวกับโบราณวัตถุ และภาพโปสการ์ดโบราณวัตถุต่าง ๆ ที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

2.2 ด้านหน้าอาคารจัดแสดง 1 เป็นที่จอดรถจักรยาน และรถจักรยานยนต์ ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม และศาลาพักผ่อน

2.3 ด้านข้างของอาคารจัดแสดง 1 เป็นที่จอดรถยนต์ รถบัส และห้องน้ำ

ข) บุคลากร

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา มีเจ้าหน้าที่ทั้งหมด 30 คน เป็นเจ้าหน้าที่ประจำห้องพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 อาคาร จำนวน 10 คน เป็นเจ้าหน้าที่บริการข้อมูลตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวจำนวน 5 คน ยามรักษาการ 2 คน ที่เหลือเป็นเจ้าหน้าที่ธุรการ ซ่อมบำรุง รักษาความสะอาดและอื่น ๆ

ในด้านการฝึกอบรมบุคลากร ไม่มีงบประมาณด้านนี้โดยตรง อาศัยการฝึกอบรมกันเองภายใน มีการประชุมเพื่อรายงานการทำงาน เดือนละ 1 ครั้ง รวมถึงมีการพาไปดูงานบ้างเป็นครั้งคราว

ค) การเงิน

พิพิธภัณฑ์ฯ มีงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายภายใน แต่มีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จึงต้องอาศัยรายได้จากการจำหน่ายบัตรเข้าชม การจำหน่ายภาพโปสการ์ดและหนังสือ

ง) แผนพัฒนา

เนื่องจากมีปัญหาด้านงบประมาณ การพัฒนาต่าง ๆ จึงมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ไม่มีแผนงานที่ชัดเจน ส่วนการพัฒนาในปัจจุบันได้แก่

1. การจัดหาศิลปวัตถุโบราณเพิ่ม เพื่อให้มีสิ่งที่น่าสนใจมากขึ้น
2. จัดสภาพแวดล้อมให้มีความร่มรื่น น่าเข้าชม
3. จัดทำหนังสือนำชมพิพิธภัณฑ์ฯ เป็นหนังสือที่บอกรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุโบราณสำคัญแต่ละชิ้น มีภาพสีภายใน โครงการนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงาน
4. การจัดทำแผ่นพับใหม่ เนื่องจากของเดิมเป็นแผ่นพับที่ทำมานานไม่ตรงกับสภาพปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง ประกอบกับแผ่นพับเดิมไม่มีภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเข้าใจได้ โครงการนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงาน

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

แนวคิดของการจัดทำสื่อ คือ การให้ความรู้ให้มากที่สุด โดยมีหลักการคือ ความชัดเจน แจ่มแจ้ง และกระชับรัด นอกจากการใช้สื่อในการบอกข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุโบราณ พิพิธภัณฑ์ฯ จะเน้นการใช้สื่อกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ในด้านการสร้างจิตสำนึกและรู้คุณค่าของพิพิธภัณฑ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะไม่ให้ความสนใจกับพิพิธภัณฑ์ และมักไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่พิพิธภัณฑ์กำหนดไว้

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

1. ขาดงบประมาณ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ให้ดีขึ้น บกกลางมีจำนวนไม่เพียงพอกับการดำเนินงาน โดยเฉพาะการจัดหาโบราณวัตถุเข้ามาเพิ่มเติม และการพัฒนาบุคลากร
2. บุคลากรที่ให้ข้อมูลความรู้กับนักท่องเที่ยว ขาดประสบการณ์และความรู้ เฉพาะด้านอย่างลึกซึ้ง รวมถึงขาดทักษะทางด้านภาษาที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2. สำนักพระราชวัง

พระราชวังบางปะอิน อยู่ในความดูแลของสำนักพระราชวัง ซึ่งไม่ได้มีนโยบายการดำเนินงานเพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง จัดเป็นสถานที่ส่วนพระมหากษัตริย์ แต่เนื่องจากเป็นโบราณสถานที่มีสถาปัตยกรรมที่สวยงามน่าสนใจ สมควรเป็นสถานที่ศึกษาทางประวัติศาสตร์ และสถาปัตยกรรม พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลปัจจุบัน จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าพระราชทานอนุญาตให้ประชาชนเข้าชม เพื่อเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ในช่วงที่ไม่ได้เสด็จประทับ

การดำเนินการโดยทั่วไป ผู้อำนวยการกองงานพระราชวังบางปะอินเป็นผู้ดูแลโดยรับนโยบายจากเลขาธิการพระราชวัง ส่วนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว แม้จะไม่ได้มีนโยบายหรือจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็มีปรับปรุงก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวตามสมควร ดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

พระราชวังบางปะอินมีการจัดการพื้นที่แบบอุทยานในเนื้อที่ขนาดใหญ่ เป็นพื้นที่ที่มีการกันขอบเขตไว้แน่นอน แบ่งเป็นเกาะที่มีขนาดและรูปร่างต่าง ๆ กัน โดยมีสะพานไม้และสะพานคอนกรีตเชื่อมโยงพื้นที่ต่าง ๆ ภายใน การจัดแบ่งพื้นที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. เขตพระราชฐานชั้นนอก ประกอบด้วยพระที่นั่งซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงใช้สำหรับการออกมหาสมาคมและพระราชพิธีต่าง ๆ ได้แก่ บริเวณที่ตั้งของหอเหมมณเฑียรเทวราช สภาคารราชประยูร พระที่นั่งไอศวรรย์ทิพย์อาสน์ และพระที่นั่งวโรภาสพิมมาน

2. เขตพระราชฐานชั้นใน จะเชื่อมต่อกับเขตพระราชฐานชั้นนอกด้วยสะพาน เขตนี้จะประกอบไปด้วยที่ประทับ พลับพลา และศาลาต่าง ๆ ซึ่งสร้างอยู่ในพระราชอุทยานขนาดใหญ่ ได้แก่ บริเวณที่ตั้งของพระที่นั่งอุทยานภูมิเสถียร หอวิฑูรทัศนา พระที่นั่งเวหาศน์จำรูญ พระตำหนัก ฝ่ายใน และอนุสาวรีย์ 2 แห่ง

3. พื้นที่บริการ เป็นเขตที่จัดไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยว ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้า ประกอบด้วย อาคารจำหน่ายบัตรเข้าชม ร้านขายสินค้าที่ระลึก ร้านขายเครื่องดื่มและของขบเคี้ยว ห้องน้ำ บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตรา ตู้ ATM ท่าเรือบางปะอิน โบ้ตทริป และอาคารรับรอง

ข) บุคลากร

พระราชวังบางปะอิน มีทั้งเจ้าหน้าที่ประจำและชั่วคราว คอยดูแลและรักษาความสะอาดเพื่อจัดสถานที่ให้พร้อมตลอดเวลาสำหรับการเสด็จของพระราชวงศ์ ในส่วนของการบริการนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกทั่วไปประมาณ 20 คน เป็นวิทยากรบริการข้อมูล 7 คน การขอวิทยากรบรรยายต้องทำเรื่องแจ้งมาล่วงหน้า

ค) แผนพัฒนา

การดำเนินการปรับปรุงโบราณสถานในพระราชวังบางปะอินในปัจจุบัน เพื่อถวายพระเกียรติการครองราชย์ครบ 50 ปี ไม่ได้ดำเนินการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสถานที่ส่วนพระมหากษัตริย์จึงมีการจัดการดูแลรักษาตลอดเวลา การจัดการต่าง ๆ จึงต้องพร้อมที่จะรับเสด็จได้ตลอดเวลา การปรับปรุงในปัจจุบันส่วนใหญ่เสร็จเรียบร้อยแล้ว คงเหลือเพียงการจัดการด้านภูมิทัศน์ การตกแต่งสวนเท่านั้น

นอกจากนี้ยังมีโครงการพัฒนาด้านสื่อ คือการจัดการ home page เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลก ซึ่งอยู่ในระหว่างการพิจารณาดำเนินการ

ง) แนวคิดการใช้สื่อ

การจัดทำสื่อโดยทั่วไปไม่สามารถทำได้มาก เนื่องจากเป็นสถานที่ส่วนพระมหากษัตริย์ วัตถุประสงค์ของการจัดทำสื่อ คือเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อต่าง ๆ หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักพระราชวัง รับนโยบายในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แนวคิดหลักของการใช้สื่อ คือ ทันสมัย สวยงาม และมีความหลากหลายให้เกิดความน่าสนใจเพื่อนำไปสู่ความรู้โดย

1. การนำบุคคล มาเป็นสื่อในการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทย โดยใช้การแต่งกาย และการไหว้ เพื่อแสดงความงดงามของมารยาทไทย และการสร้างบรรยากาศเพื่อสร้างความประทับใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

2. การใช้สื่อแผ่นพับ เพื่อแสดงตำแหน่งสถานที่ต่างๆ ในพระราชวังบางปะอิน และการให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ

3. การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ นำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจเหมือนจริง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนที่ไม่สามารถเข้าชมภายในพระที่นั่ง และเพื่อเป็นการอนุรักษ์โบราณสถานไม่ให้เกิดความเสียหายจากผู้เข้าชม ดังที่ผ่านมาที่เคยอนุญาตให้เข้าชมภายในพระที่นั่ง ทำให้พระที่นั่งได้รับความเสียหาย

จ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาการดำเนินงานไม่มีปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากนักท่องเที่ยว จากการปฏิบัติตัวไม่เหมาะสม ไม่เข้าใจวัฒนธรรมของประเทศที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข การทำผิดกฎระเบียบของสถานที่ การหยิบจับสิ่งของ ดังความเสียหายที่เคยเกิดขึ้นกับพระที่นั่งเวหาศน์จำรูญ

3. คณะสงฆ์

การบริหารกิจการพระศาสนา เป็นหน้าที่ของคณะสงฆ์ที่จะดำเนินการให้เป็นไปตามพุทธบัญญัติ ภายใต้การควบคุมของกรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ การบริหารกิจการศาสนา นอกจากการส่งเสริมและเผยแพร่ศาสนาแล้ว ยังรวมถึงการหาผลประโยชน์จากศาสนสมบัติของวัดอีกด้วย ซึ่งหมายถึงทรัพย์สินของวัดทุกชนิด รวมถึงปูชนียสถานที่ตั้งอยู่ภายในวัดนั้น ๆ

ในส่วนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีปูชนียสถานหลายแห่งเป็นโบราณสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ตั้งอยู่ที่ดินของวัด จึงได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติ ทำให้วัดไม่สามารถบูรณะซ่อมแซม ดัดแปลงหรือต่อเติมตัวโบราณสถานที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติได้เอง นอกจากขออนุญาตจากกรมศิลปากรก่อน และทั้งนี้การก่อสร้างหรือซ่อมแซมดังกล่าวต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของกรมศิลปากร แต่ทางวัดสามารถพัฒนาส่วนอื่น ๆ ภายในวัดได้เอง รวมถึงการหาผลประโยชน์จากการดำเนินกิจการอื่น ๆ ภายในวัดรวมถึงการท่องเที่ยวด้วย แต่ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามวิธีการที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

ในการศึกษานี้จะกล่าวถึงการพัฒนาของวัดที่เป็นศาสนสถานกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 วัด คือ

- 3.1 วัดใหญ่ชัยมงคล
- 3.2 วัดพนัญเชิง
- 3.3 วัดนิเวศธรรมประวัติ
- 3.4 วัดหน้าพระเมรุ
- 3.5 วัดนครหลวง (ปราสาทนครหลวง)
- 3.6 วัดไก่อ

3.1 วัดใหญ่ชัยมงคล

วัดใหญ่ชัยมงคล ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติ วันที่ 25 มกราคม 2506 ดังนั้นโบราณสถานจึงอยู่ในความรับผิดชอบของกรมศิลปากร ทางวัดไม่สามารถดำเนินการใด ๆ กับโบราณสถานได้ แต่สามารถปรับปรุงในส่วนของภูมิทัศน์และหาผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวที่เข้าชมได้

วัดใหญ่ชัยมงคลมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานคือ

1. เพื่อเป็นแหล่งศึกษารธรรมะ แสงบุญของพุทธศาสนิกชนทั่วโลก
 2. เป็นแหล่งศึกษาทางโบราณคดี
 3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถานของนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- การดำเนินงานภายในวัดมีการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

การจัดการพื้นที่ของวัดใหญ่ชัยมงคล แม้จะมีสภาพบางอย่างที่ไม่เหมาะสมตามรายงานสภาพปัจจุบันในตอนแรก 1 แต่ก็ก็มีลักษณะการแบ่งพื้นที่ที่ค่อนข้างชัดเจนคือ

1. บริเวณพื้นที่บริการ อยู่บริเวณด้านนอกกำแพงวัด จัดเป็นบริเวณที่จอดรถบัสที่จอดรถรับจ้าง รถยนต์ทั่วไป และที่ขายสินค้าที่ระลึก
2. บริเวณสังฆาวาส อยู่ด้านหน้าติดกับกำแพงวัด บริเวณนี้เป็นที่ตั้งของกุฏิสงฆ์ และยังมีสถานที่จำหน่ายบัตรเข้าชม ที่จอดรถเล็ก ร้านขายของ ห้องน้ำ บริเวณนี้จัดเป็นบริเวณที่อยู่ในสภาพที่ไม่เหมาะสมไม่เป็นสัดส่วน คือมีการใช้เขตสังฆาวาสเป็นส่วนของการบริการด้วย ทำให้ขาดความสงบเนื่องจากเป็นทางผ่านเข้าออกของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าชมโบราณสถาน
3. บริเวณพุทธาวาส อยู่ภายในบริเวณกำแพงแก้ว เป็นที่ตั้งของโบราณสถานให้นักท่องเที่ยวจะมาเยี่ยมชม
4. บริเวณสำนักชี ตั้งอยู่ภายในกำแพงวัดด้านทิศใต้เป็นบริเวณที่ปฏิบัติธรรมของแม่ชี และที่ตั้งของกุฏิชี
5. บริเวณสวนป่า อยู่ด้านนอกกำแพงวัดทางทิศตะวันออกพื้นที่ประมาณ 100 ไร่ เป็นบริเวณสงบ และพื้นที่สีเขียว สำหรับการฝึกฝนและการพักผ่อน ด้านติดกับกำแพงวัดมีห้องน้ำไว้บริการนักท่องเที่ยว

ข) บุคลากร

การดำเนินงานเพื่อจัดการผลประโยชน์และพัฒนาวัด แม่ชีบุญศรี แซ่วัฒนา ได้รับมอบหมายจากเจ้าอาวาสให้เป็นผู้จัดการผลประโยชน์และดำเนินการด้านอื่น ๆ มีการจัดสรรบุคลากร ทั้งลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราว ในการดูแลสถานที่ ทำความสะอาด ทำสวน ฝ่ายธุรการ และอื่น ๆ รวมทั้งหมด 55 คน บุคลากรทั้งหมดเป็นคนในพื้นที่ ส่วนการจัดบุคลากรเพื่อบริการด้านการท่องเที่ยว มีแม่ชีประจำเพื่อจำหน่ายดอกไม้ธูปเทียน และมีการขอความร่วมมือจากตำรวจท่องเที่ยวในการจัดเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว ในการดูแลและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวจำนวน 1 คน ส่วนบุคลากรที่มีหน้าที่ในด้านการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวไม่มี โดยทางวัดเห็นว่าเป็นหน้าที่ของมัคคุเทศก์ที่พานักท่องเที่ยวมาเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้

ค) การเงิน

รายได้ของวัดใหญ่ชัยมงคล มาจากเงินบริจาคและการเก็บค่าบัตรเข้าชมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ การจำหน่ายหนังสือ การจำหน่ายอาหารปลา และการให้เช่าพื้นที่ขายสินค้า รายได้นำมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคสาธารณูปการ เงินเดือนเจ้าหน้าที่และการพัฒนาวัดในด้านต่าง ๆ

ง) แผนพัฒนา

โครงการพัฒนาของวัดใหญ่ชัยมงคลส่วนใหญ่ดำเนินการเสร็จแล้ว ได้แก่การปรับปรุงเขตสังฆาวาส ภูมิสงฆ์ เขตที่อยู่ของสงฆ์ใหม่ การสร้างถนนขนาดมาตรฐานเข้าวัด การจัดสร้างเส้นทางเดินภายในวัด การปลูกต้นไม้ ทำสวนไม้ดอกไม้ประดับ ส่วนโครงการที่อยู่ในระหว่างการดำเนินการคือ

1. การขยายพื้นที่ประมาณ 100 ไร่ ทางทิศตะวันออกปรับปรุงเป็นสวนป่าภายในสวนป่าจะประกอบไปด้วย
 - 1.1 สวนสาธารณะ จัดทำเป็นสวนไม้ดอกไม้ประดับ สระน้ำเลี้ยงปลา เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้เข้าไปพักผ่อน
 - 1.2 ตำหนักพระนเรศวร เป็นสถานที่ประดิษฐานพระรูปของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งชัยชนะครั้งพระองค์ทรงประกาศอิสรภาพที่เมืองแครง พุทธศักราช 2127
 - 1.3 ศาลาเก้าเหลี่ยม เพื่อถวายเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระปิยะมหาราชและพระนางเจ้าสุวัทนาฯ
2. การจัดสร้างสถานทีวิวาท ทางด้านทิศตะวันออกสำหรับเป็นที่ฝึกปฏิบัติธรรมของนักปฏิบัติธรรม เพื่อให้สมกับเป็นวัดที่อดีตพระมหากษัตริราชเจ้ามีพระราชประสงค์ให้เป็นที่พักผ่อนของพระสงฆ์ฝ่ายอรัญญวาสี
3. ขยายสำนักชีไปทางด้านทิศใต้
4. การจัดการด้านภูมิทัศน์สร้างบรรยากาศ ด้วยการจัดปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพิ่มเติมรอบบริเวณโบราณสถาน และบริเวณโดยรอบสวนป่า สำนักชี เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดูแห่งแล่งให้สดชื่นแก่ผู้เข้าชม

โครงการเหล่านี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ทางวัดหามาได้ ทั้งจากการบริจาคและจากการเก็บบัตรค่าเข้าชม

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

ในด้านสื่อทางวัดไม่มีโครงการทำสื่อใด ๆ เพิ่มเติม แผ่นป้ายต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในเขตโบราณสถาน กรมศิลปากรเป็นผู้จัดทำ ส่วนหนังสือที่มีจำหน่าย มีคนขายคนเก่าเป็นผู้จัดทำไว้ เนื่องจากแนวคิดที่ว่า ปากต่อปากจะทำให้นักท่องเที่ยวและประชาชนเข้ามา ส่วนการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นหน้าที่ของมัคคุเทศก์

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาของการดำเนินงาน คือความยุ่งยากในการขออนุญาตก่อสร้างสิ่งต่าง ๆ ในเขตโบราณสถานที่มีกจะติดขัดทำให้ไม่สามารถก่อสร้างได้ตามกำหนด และมีผลทำให้การทำงานอื่น ๆ ล่าช้าไปด้วย

3.2 วัดพัญญูเชิง

วัดพัญญูเชิง จัดเป็นวัดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีนจำนวนมากนิยมเข้าไปกราบไหว้หลวงพ่อดิ่ง จึงมีการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การจัดการด้านต่าง ๆ มีดังนี้

ก) การจัดแบ่งพื้นที่

วัดพัญญูเชิงมีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น

1. เขตบริการอยู่ทางด้านทิศตะวันออกและทิศใต้ของเขตพุทธาวาส เป็นลานคอนกรีตขนาดใหญ่ ประกอบไปด้วย ห้องน้ำ ที่จอดรถ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และร้านขายของที่ระลึก
2. เขตพุทธาวาส อยู่ติดกับแม่น้ำป่าสัก เป็นที่ตั้งของอุโบสถ วิหาร พระปรารักษ์เจดีย์ ทอระฆัง และศาลเจ้าแม่สร้อยดอกหมาก เป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม และบริเวณนี้ยังเป็นที่ตั้งของกองอำนวยการวัดพัญญูเชิงและสำนักงานผลประโยชน์ของวัด
3. เขตสังฆาวาส อยู่บริเวณด้านหลังเขตพุทธาวาสทางด้านทิศตะวันตกติดแม่น้ำเจ้าพระยา

ข) บุคลากร

การดำเนินงานของวัดพัญญูเชิง นอกจากศาสนิกกิจซึ่งเป็นหน้าที่ของพระสงฆ์โดยตรงแล้วยังมีการแต่งตั้งคณะกรรมการจัดการผลประโยชน์ เพื่อดูแลผลประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากพุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลอำนวยความสะดวก และรักษาความสะอาดทั้งหมด 33 คน ไม่มีบุคลากรที่จะทำหน้าที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว

ค) การเงิน

รายได้ของวัดพัญญูเชิงมาจากเงินบริจาคจากผู้มีจิตศรัทธา การทำพิธีกรรมทางศาสนา การจำหน่ายดอกไม้รูปเทียน และการให้เช่าพระ รายได้ทั้งหมดนำมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค เงินเดือนเจ้าหน้าที่ การเผยแพร่ธรรมะ การบูรณะและพัฒนาวัดในด้านต่าง ๆ

ง) แผนพัฒนา

โครงการเหล่านี้อยู่ในระหว่างการดำเนินการยังไม่แล้วเสร็จดังนี้คือ

1. การพัฒนาทางการศึกษานักธรรมและบาลี
2. การบูรณะปฏิสังขรณ์ อุโบสถ วิหารเขียน ห้องสมุด และกุฏิสงฆ์ โดยเฉพาะอุโบสถและวิหารเขียน ทำการบูรณะซ่อมแซมและประดับตกแต่งเพิ่มเติม และจะทำการรื้อหลังคาที่คลุมที่ว่างระหว่างอุโบสถและวิหาร เพื่อให้สว่างและดูสวยงามขึ้น

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

สื่อที่มีอยู่ผู้มีจิตศรัทธาทำให้ สื่อต่าง ๆ ภายในทำเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวโดยผู้จัดการผลประโยชน์ ส่วนแนวคิดของการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของมัคคุเทศก์

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ไม่มีปัญหาการดำเนินงาน

3.3 วัดนิเวศธรรมประวัติ

วัดนิเวศธรรมประวัติ ปกติเป็นวัดที่มุ่งเน้นการศึกษาด้านธรรมะ แต่เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีโบราณสถานที่มีลักษณะแตกต่างจากที่อื่น ๆ ประกอบกับบอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญคือ พระราชวังบางปะอิน จึงทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางผ่านที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปเยี่ยมชม ทำให้ทางวัดเกิดแนวคิดในการพัฒนาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

ก) การจัดการพื้นที่

เนื่องจากพื้นที่ของวัดมีน้อย การจัดแบ่งพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนและขยายขอบเขตของวัดจึงเป็นไปได้ยาก สภาพของพื้นที่ในปัจจุบันจึงประกอบไปด้วย

1. เขตพุทธาวาส เป็นบริเวณที่ตั้งของโบราณสถานและพิพิธภัณฑ์ อยู่บริเวณส่วนกลางของที่ดิน เป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม
2. เขตสังฆาวาส อยู่ทางด้านหัวแหลมของเกาะ
3. เขตประกอบกิจกรรมทางศาสนา อยู่ในพื้นที่ด้านหลังเขตพุทธาวาส เป็นเขตที่ใช้ประกอบกิจกรรมทางศาสนา ได้แก่ โรงเรียนพระปริยัติธรรม เมรุเผาศพ และศาลาประกอบพิธี

ข) บุคลากร

ในส่วนของ การอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มีแม่ชี 1 รูป ทำหน้าที่ดูแลรักษาและคอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในพระอุโบสถ และมีพระภิกษุ สามเณร ช่วยกันดูแลและจัดการด้านผลประโยชน์ และการดำเนินงานพัฒนาต่าง ๆ รวมถึงการควบคุมกระเช้าข้ามฝากบริการขนส่งนักท่องเที่ยวจากฝั่งบางปะอินมาที่วัดแห่งนี้

ค) การเงิน

รายได้ของวัดนิเวศธรรมประวัติ มาจากเงินบริจาคจากผู้มีจิตศรัทธา การบริการกระเช้าข้ามฝาก รายได้ทั้งหมดนำมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค เงินเดือนแม่ชี การบูรณะพัฒนาวัดในด้านต่าง ๆ

ง) แผนพัฒนา

ในการขยายขอบเขตพื้นที่การท่องเที่ยวของวัดเป็นไปได้ยาก เพราะมีพื้นที่น้อยติดแม่น้ำ และพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมอยู่ระหว่างเขตสังฆาวาสและเขตประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา การพัฒนาจึงมุ่งไปที่การปรับปรุงซ่อมแซมพื้นที่ภายในวัดเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีโครงการบูรณะดังนี้

1. โครงการซ่อมสร้างเขื่อนริมฝั่งตะวันออก
2. โครงการสร้างกำแพงรอบพระอารามพร้อมซุ้มประตู
3. ปรับปรุงถนนรอบพระอุโบสถ
4. ถมที่ดินบริเวณริมเขื่อนด้านตะวันตกของพระอาราม

โครงการเหล่านี้บางส่วนเสร็จสิ้นลงไปแล้ว ส่วนโครงการที่ทางวัดมีแผนจะดำเนินงานต่อทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงินทุน คือ

1. โครงการบูรณะหอไตรซึ่งเป็นหอโบราณ เพื่อเพิ่มสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชม
2. โครงการก่อสร้างศาลาการเปรียญแทนหลังเก่าซึ่งทรุดโทรมมากแล้ว
3. โครงการจัดทำหนังสือนำชมวัดนิเวศธรรมประวัติเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

ด้านการใช้สื่อโดยทั่วไป เป็นการบอกให้ทราบถึงจุดสำคัญของสถานที่ และการบอกพันธุ์ไม้ท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้มาเยี่ยมชม ส่วนแนวคิดในการสร้างสื่อใหม่ ๆ ไม่มี

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของวัดคือ

1. ขาดบุคลากร ในปัจจุบันผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว มีเพียงแม่ชีที่มีอายุมากแล้ว ประจำอยู่ที่พระอุโบสถซึ่งเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมทุกวัน ส่วนพิพิธภัณฑ์เปิดได้เฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ เนื่องจากเป็นวันที่เผลอว่างเว้นจากการศึกษาพระธรรมที่โรงเรียน จึงสามารถมาช่วยงานของวัดได้เฉพาะวันดังกล่าว
2. ขาดปัจจัยคือเงินทุน เนื่องจากทางวัดไม่ได้รับเงินสนับสนุนจากองค์กรใดๆ จึงมีรายได้จากการบริการกระเช้าข้ามฝาก และผู้ศรัทธาบริจาคเงินช่วยเหลือวัดเท่านั้น ทำให้โครงการต่าง ๆ เป็นไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป
3. ในการจัดทำสื่อ ทางวัดไม่สามารถจัดทำสื่อเป็นภาษาอังกฤษได้ เนื่องจากไม่มีผู้ช่วยเหลือในการแปลให้

3.4 วัดหน้าพระเมรุ

วัดหน้าพระเมรุ เป็นวัดที่มีวัดอุประสงค์หลักทางด้านการศึกษา แต่เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีโบราณสถานสำคัญและคงสภาพเดิมที่สมบูรณ์ที่สุดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยอุทยานประวัติศาสตร์ด้านพระราชวังหลวง จึงทำให้เป็นอีกวัดหนึ่งที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว วัดหน้าพระเมรุเริ่มมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวได้ประมาณ 1 ปีเศษ การดำเนินงานภายในวัดมีการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

มีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. เขตพุทธาวาส เป็นสถานที่ตั้งของโบราณสถานสำคัญ 2 หลังคือ อุโบสถและวิหาร และยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอยู่ในส่วนนี้ประกอบไปด้วย สถานที่จำหน่ายบัตรเข้าชมสำหรับชาวต่างประเทศ ร้านขายเครื่องดื่มและของว่าง ร้านขายรูปเทียนดอกไม้ บริเวณที่จอดรถ ซึ่งภายในเขตพุทธาวาสยังไม่มีมีการจัดแบ่งส่วนพื้นที่ท่องเที่ยวกับพื้นที่บริการที่ชัดเจน ปัจจุบันเขตนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและใช้ประกอบพิธีทางศาสนาเฉพาะพิธีบวชเท่านั้น

2. เขตสังฆवास อยู่ทางด้านหลัง เป็นพื้นที่อยู่อาศัยและปฏิบัติธรรมของพระสงฆ์ ส่วนใหญ่เป็นอาคารสร้างใหม่ที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมที่ไม่งดงามแล้วยังมีการใช้สีที่รุนแรง

ข) บุคลากร

การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวทำกันเองภายในวัด ไม่มีการตั้งคณะกรรมการจัดการผลประโยชน์ มีแม่ชีและพระภิกษุช่วยกันดูแล โดยแม่ชีจะเป็นผู้จัดการทั้งเรื่องการจัดเก็บรายได้ และการบำรุงรักษาวัด

ค) การเงิน

รายได้ของวัดมาจาก เงินบริจาคจากผู้มีจิตศรัทธา การเก็บบัตรเข้าชม การจำหน่ายหนังสือและการให้เช่าพระและเครื่องราง รายได้ทั้งหมดนำมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค เงินเดือนแม่ชี การบูรณะพัฒนาวัดในด้านต่าง ๆ

ง) แผนพัฒนา

วัดหน้าพระเมรุเริ่มมีการจัดการเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการปรับปรุงด้านภูมิทัศน์ มีการสร้างสวนหย่อมเพื่อความสวยงาม ส่วนโครงการพัฒนาของวัดมี

1. การถมดินและเทพื้นบริเวณด้านหน้าอุโบสถ เพื่อป้องกันฝุ่น และจัดบริเวณที่จอดรถและการสร้างสวนหย่อมเพิ่มเติม

2. การจัดทำหนังสือนำชมเป็นภาษาอังกฤษ

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

สื่อที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นสื่อที่กรมศิลปากรติดตั้งให้มานานแล้ว จึงมีสภาพทรุดโทรม ส่วนสื่อที่ทางวัดจัดทำมีแนวคิดเพื่อบอกเรื่องราวความสำคัญของวัดให้เป็นที่ประจักษ์แก่คนทั่วไป

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาในการพัฒนาของวัดคือ

1. ขาดความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการให้ความรู้หรือแนวทางเพื่อจัดการด้านการท่องเที่ยว

2. ขาดเงินทุน ซึ่งวัดมีรายได้จากการเก็บค่าเข้าชม และการบริจาคเท่านั้น ทำให้การจัดการต่าง ๆ เป็นไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปตามเงินทุนที่มีอยู่

3. การซ่อมแซมโบราณสถาน วัดไม่สามารถดำเนินการได้เอง ปัญหาตอนนี้คือวิหารรั้ว แจ้งไปยังกรมศิลปากรแต่ยังไม่ได้มาทำการซ่อมแซม

3.5 วัดนครหลวง (ปราสาทนครหลวง)

ปราสาทนครหลวง เป็นโบราณสถานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติ ซึ่งอยู่ในที่ดินของวัดนครหลวง จึงมีปัญหาในเรื่องการดูแลโบราณสถานอยู่บ้าง ประกอบกับนโยบายของวัดนครหลวงไม่ได้มุ่งเน้นที่การท่องเที่ยว เนื่องจากแนวคิดของเจ้าอาวาสที่มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวว่าเป็นเรื่องของความสนุกสนาน นโยบายของวัดนครหลวงคือ

1. เป็นศูนย์สำนักปฏิบัติธรรมทั้งพระภิกษุและสามเณร รวมถึงสถานปฏิบัติศาสนกิจ
ของสาธุชน

2. เป็นสถานที่ศึกษาทางด้านโบราณคดีและสถาปัตยกรรม
3. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้านในพื้นที่
4. เป็นวัดศูนย์กลางในการพัฒนาชุมชนทั้งทางด้านการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่น
5. ไม่ส่งเสริมกิจกรรมในเชิงพาณิชย์ทุกรูปแบบ

ก) การจัดการพื้นที่

วัดนครหลวงมีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. พื้นที่เขตโบราณสถาน เป็นบริเวณที่ตั้งของปราสาทนครหลวง ศาลาพระ
จันทร์ลอย เป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวจะมาเยี่ยมชม
2. พื้นที่เขตพุทธาวาส เป็นบริเวณที่ตั้งของโบสถ์ ซึ่งอยู่ทางด้านหน้าเยื้อง
กับเขตโบราณสถาน
3. พื้นที่เขตสังฆาวาส ตั้งอยู่อีกฝากถนนของเขตโบราณสถานและเขตพุทธาวาส
ประกอบด้วย วิหาร หอระฆัง กุฏิสงฆ์ ห้องสมุด สถานปฏิบัติธรรม และสถานที่จอดรถจะรวมอยู่ใน
บริเวณนี้

ข) บุคลากร

ในส่วนของโบราณสถาน กรมศิลปากรจัดหาบุคคลมาดูแล แต่มีปัญหาในเรื่องความ
รับผิดชอบ ทำให้ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ควรกระทำ กรมศิลปากรจึงมีแนวคิดที่จะให้บุคคลของวัดมา
ทำหน้าที่ดูแลแทน ซึ่งอยู่ในระหว่างการพิจารณาดำเนินการ และในส่วนของศาสนสถาน ไม่มีบุคลากร
เฉพาะที่จะทำการดูแลหรือรักษาผลประโยชน์ของวัด การดูแลอาศัยชาวบ้าน ผู้มีจิตศรัทธา ภิกษุ
สามเณรช่วยกันดูแล โดยมีเจ้าอาวาสเป็นผู้กำหนดและแจกจ่ายงาน

ค) การเงิน

เนื่องจากการไม่มีเป้าหมายในเชิงพาณิชย์ จึงไม่มีการแต่งตั้งคณะกรรมการจัด
การผลประโยชน์ ไม่มีการเก็บค่าเข้าชม ไม่อนุญาตให้บุคคลต่าง ๆ เข้ามาทำธุรกิจ นอกจากช่วงงาน
ประเพณี แต่ไม่มีการเก็บค่าเช่าพื้นที่แต่อย่างใด ดังนั้นรายได้จึงมาจาก 2 ส่วน ซึ่งนำมาใช้สำหรับการ
พัฒนาปรับปรุงสถานที่ ค่าค่าน้ำ ค่าไฟ ประปา ทำบุญ และการพัฒนาชุมชนคือ

1. กรมการศาสนา ซึ่งมีงบประมาณให้น้อยมาก และการทำเรื่องของงบประมาณ
ต่าง ๆ ต้องใช้เวลานาน

2. การบริจาคจากประชาชน ซึ่งถือว่าเป็นรายได้หลัก

ง) แผนพัฒนา

เป้าหมายของการพัฒนาของวัดนครหลวง คือการเป็นสถานที่บำเพ็ญกุศล สถานที่
ที่ศึกษา และสถานที่ปฏิบัติศาสนกิจ ในส่วนของโบราณสถาน ปราสาทนครหลวง ได้รับการบูรณะแล้ว
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ทางวัดไม่สามารถกระทำการใด ๆ เพิ่มเติมได้ เนื่องจากโบราณสถานอยู่ในความดูแล
ของกรมศิลปากร แต่สามารถทำได้ในส่วนของสังฆาวาสและพุทธาวาสซึ่งได้มีการพัฒนามาตั้งแต่ปี

พ.ศ 2536 ได้แก่ โบสถ์ วิหาร กุฏิสงฆ์ ห้องสมุด บางส่วนเสร็จแล้วบางส่วนอยู่ในระหว่างการดำเนินการ ส่วนโครงการที่จะพัฒนาในลำดับต่อไปคือ

1. สร้างพลับพลาเอกประสงค์ เพื่อให้เป็นที่ประทับของราชวงศ์เมื่อเสด็จมาเยือน
2. สร้างธรณีสงฆ์ เพื่อให้เป็นที่ปฏิบัติธรรมแยกส่วนออกมาจากบริเวณสังฆวาสนเดิม อยู่ฝั่งตรงข้ามแม่น้ำตรงหัวแหลม
3. การสร้างเขื่อนบริเวณด้านแม่น้ำลพบุรีและแม่น้ำป่าสัก
4. จัดตั้งคณะกรรมการ ทำหน้าที่ในการเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาการศึกษาและเทคโนโลยี
5. การเพิ่มสื่อคอมพิวเตอร์เพื่อสะดวกในการบริการข้อมูลการศึกษาและธรรมะ

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

ในด้านการผลิตสื่อ เจ้าอาวาสเป็นผู้วางแนวคิดและกำหนดเนื้อหา รูปแบบของสื่อ โดยมีหลักการคือ ความเป็นเหตุเป็นผล ดังนั้นการผลิตสื่อทุกชนิด จึงใช้หลักการดังกล่าวประกอบกับแนวคิดต่อไปนี้

1. ก้าวไกล คือการไม่ย่ำอยู่กับที่ รู้จักการติดตามข่าวสาร หาความรู้ใหม่ ๆ ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อสร้างสารให้เหมาะสมกับภาวะการณ์ปัจจุบัน เช่น อเมซิ่งไทยแลนด์ยุคไอเอ็มเอฟ
2. การใช้ปรัชญา คือหลักแห่งความเป็นจริง เพื่อให้ความรู้และแนวคิดเป็นอุทาหรณ์ โดยอาศัยหลักของความเป็นจริงทั้งหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ธรรมะ และคำบอกเล่าสืบต่อกันมา
3. ใช้ภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่าย

ฉ) ปัญหาสำคัญของการดำเนินงานคือ

1. ขาดบุคลากร ปัจจุบันการดำเนินงานของวัดเป็นไปในลักษณะของความศรัทธาจากประชาชนและเหล่าพระภิกษุ ทำให้ทำงานได้ไม่เต็มที่ และบุคคลที่มีอยู่ไม่มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้วัดไม่สามารถพัฒนาในเรื่องของสื่อคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถขยายและถ่ายทอดทางการศึกษาได้เป็นอย่างดี
2. ขาดงบประมาณ รายได้ที่ได้จากกรมการศาสนา และการบริจาคไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่มากกว่าหนึ่งแสนบาทต่อเดือน
3. ความไม่มีสิทธิเต็มที่ในการดูแลโบราณสถาน ทำให้เกิดปัญหาแก่ผู้เข้าชมในด้านการอำนวยความสะดวก

3.6 วัดไก่อ

วัดไก่อเป็นวัดที่กำลังพัฒนา เนื่องจากเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวภายหลังการเสนอข่าวของสื่อมวลชนเมื่อประมาณ 1 ปีที่ผ่านมา ทำให้เริ่มมีประชาชนและนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม แม้สภาพในปัจจุบันจะไม่ดีเท่าที่ควร รวมถึงไม่มีความโดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง แต่วัดไก่อมีความโดดเด่นในด้านของธรรมชาติที่มีฝูงลิงป่านิสัยไม่ดุร้ายอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก รวมถึงการ

สร้างความสนใจให้เกิดกับประชาชนและนักท่องเที่ยว ด้วยการใช้อสื่อผสมระหว่างงานประติมากรรม จิตรกรรมกับเทคโนโลยี การดำเนินงานในปัจจุบันยังคงยึดภารกิจหลักคือการเป็นศาสนสถานที่น่าพิศมัยธรรม แต่ก็ยังมีการดำเนินงานเพื่อหาผลประโยชน์มาใช้ในการพัฒนาวัด

ก) การจัดการพื้นที่

การจัดแบ่งพื้นที่ภายในวัดยังไม่ชัดเจน มีการใช้พื้นที่ปะปนกัน คือ

1. บริเวณธรรมชาติ เป็นที่อยู่อาศัยของลิงป่า อยู่ฝั่งตรงข้ามกับเขตพุทธาวาส และสังฆาวาส แต่ยังไม่มีการกำหนดบริเวณที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในการสร้างสถานที่หรือบริเวณที่นักท่องเที่ยวจะสามารถชมฝูงลิงป่าและให้อาหารที่ชัดเจน ทำให้ฝูงลิงเดินผ่านกระจัดกระจายเดินตามผู้คนที่ให้อาหารริมถนน

2. บริเวณเขตพุทธาวาสและเขตสังฆาวาส อยู่ในบริเวณเดียวกันไม่มีการแยกบริเวณที่ชัดเจน บริเวณนี้จะเป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวเข้าชมงานประติมากรรม ทำกิจกรรมบุญ และเป็นที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ร้านขายของและที่จอดรถ

ข) บุคลากร

ในปัจจุบันทางวัดไม่มีบุคลากรเฉพาะ ที่จะดูแลคอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนที่เข้ามาเยี่ยมชม อาศัยศรัทธาความช่วยเหลือจากชาวบ้านใกล้เคียงซึ่งส่วนมากจะเป็นผู้สูงอายุ เข้ามาดูแลร่วมกับพระภิกษุสามเณร

ค) การเงิน

รายได้ของวัดมาจากการบริจาคจากนักท่องเที่ยวและประชาชน ซึ่งทางวัดนำเงินเหล่านี้มาใช้จ่ายค่าสาธารณูปโภคสาธารณูปการ รวมถึงการนำมาใช้ในการพัฒนาวัดในด้านต่าง ๆ

ง) แผนพัฒนา

เนื่องจากเป็นวัดที่พึ่งเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไป ทำให้ทางวัดมีแผนที่จะพัฒนาปรับปรุงวัดเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว แต่เป็นในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปคือ

1. ปรับปรุงพื้นที่จอดรถ เทพื้นคอนกรีตด้านหน้าศาลาการเปรียญ เนื่องจากเดิมไม่มีพื้นที่จอดรถเป็นสัดส่วน ประชาชนนักท่องเที่ยวจะจอดรถตามร่มไม้ต่าง ๆ ทำให้ขาดระเบียบ

2. สร้างศาลาอเนกประสงค์ จัดแสดงวัตถุโบราณ นาฬิกาโบราณ รวมถึงสถานที่ประกอบกิจกรรมการทำบุญด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันการดำเนินการส่วนนี้เสร็จแล้วเหลือเพียงการตกแต่งภายใน

3. ปรับปรุงภูมิสงฆ์ให้ดีขึ้น เนื่องจากสภาพปัจจุบันเป็นไม้เก่ามีสภาพผุพัง

จ) แนวคิดการใช้อสื่อ

การจัดทำสื่อต่าง ๆ เป็นแนวคิดของเจ้าอาวาส ที่ต้องการจะเผยแพร่พระพุทธธรรมคำสอน โดยการพยายามทำให้พุทธศาสนิกชนเกิดความเพลิดเพลินและเข้าใจในพุทธธรรมคำสอนได้ง่าย ในขณะที่เดียวกันก็สามารถสร้างรายได้ให้กับวัดที่พอเลี้ยงตนเองได้ จึงใช้สื่อที่จะสามารถแสดงออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ ดังนี้

1. การสร้างงานประติมากรรม แนวคิดคือการแสดงผลของบาปบุญคุณโทษ ให้เห็นภาพเป็นรูปธรรมของนรก และสร้างความน่าสนใจด้วยการนำเทคโนโลยีทางด้านเสียงมาใช้ ประกอบงานประติมากรรม ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นและเร้าอารมณ์ความรู้สึกให้เกิดมโนภาพ

2. การสร้างงานจิตรกรรมฝาผนังในรูปแบบใหม่ โดยการนำเทคนิคของการใช้สีสะท้อนแสงประกอบไฟ back light ให้เกิดความแปลกใหม่ โดดเด่นน่าสนใจ สร้างให้เกิดจินตนาการในสรวงสวรรค์ สื่อความหมายของความคิด

3. การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จากแนวคิดของสภาพสังคมในปัจจุบันที่ต้องแข่งกับเวลา ประกอบกับความเป็นพุทธศาสนิกชนของคนไทยที่ชอบทำบุญ เชื่อเรื่องโชครชะตา และชอบความสนุกสนาน จึงนำเครื่องอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ประกอบการทำบุญ เพื่อประหยัดเวลา เฟลิดเฟลินและเกิดความสบายใจ

น) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาสำคัญคือ ขาดเงินทุนในการพัฒนา และขาดบุคลากรที่จะดูแลอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

4. จังหวัด

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อยู่ในความดูแลของจังหวัดมี 2 แห่ง คือ ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยาอยู่ในความดูแลของที่ทำการปกครองจังหวัด และพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย อยู่ในความดูแลขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ที่ทำการปกครองจังหวัด

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา จัดตั้งขึ้นโดยมีนโยบายหลัก 3 ประการ คือ

1. ให้การศึกษานอกระบบแก่ประชาชนทั่วไป เรื่องประวัติศาสตร์อยุธยา โดยการจัดแสดงนิทรรศการ

2. เป็นศูนย์ข้อมูลว่าด้วยประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หมายความว่า เป็นที่ค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติอยุธยาทั้งที่เป็นหนังสือ บทความ บันทึกร จดหมายเหตุ ภาพเขียน รูปภาพ วัตถุ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับ ฯลฯ ให้ทราบทั่วถึงอยู่ ณ ที่ใด มีลักษณะเบื้องต้นหรือสรุปย่อใจความได้ว่าอย่างไร และมีห้องสมุดเฉพาะเป็นส่วนหนึ่งของศูนย์ข้อมูลนี้ด้วย

3. ทำการวิจัยเรื่องประวัติศาสตร์อยุธยา สนับสนุนและประสานงานวิจัยเรื่องนี้กับสถาบันราชภัฏ มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยอื่น

เดิมศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ อยู่ในความดูแลขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งต่อมาได้โอนการบริหารให้กับจังหวัดโดยที่ทำการปกครองจังหวัด เมื่อปี พ.ศ. 2539 ทำหน้าที่ดูแลศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ มีการดำเนินงานต่าง ๆ ดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ มีอาคาร 2 หลัง หลังหลักอยู่บนถนนโรจนะในตัวเกาะเมือง ส่วนอาคารผนวก อยู่ที่ตำบลเกาะเรียน นอกเกาะเมือง หรือที่เรียกว่าหมู่บ้านญี่ปุ่น ซึ่งในการศึกษานี้จะกล่าวเฉพาะอาคารหลัก เป็นอาคารที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมผสมผสานระหว่างไทยและญี่ปุ่น มีลักษณะเป็นอาคาร 2 ชั้น ซึ่งมีการจัดแบ่งพื้นที่ดังนี้

1. พื้นที่ชั้นบน เป็นห้องพิพิธภัณฑ์ แบ่งพื้นที่การจัดแสดงเป็น 4 ส่วน มีพื้นที่ทั้งสิ้น 990 ตารางเมตร นอกจากนี้ยังแบ่งพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นห้องอเนกประสงค์ สำหรับการจัดบรรยายหรือประชุมสัมมนาทางวิชาการ

2. พื้นที่ชั้นล่าง เป็นลักษณะของพื้นที่กึ่งเปิดโล่ง ประกอบไปด้วยพื้นที่ทำงาน และพื้นที่บริการ ได้แก่ ห้องจำหน่ายบัตร ห้องทำงาน ห้องสมุด ห้องเตรียมการจัดแสดง ห้องเก็บของ ร้านขายเครื่องดื่มและของขบเคี้ยว ร้านขายของที่ระลึก ห้องน้ำ และพื้นที่ว่างสำหรับการจัดงานนิทรรศการพิเศษต่าง ๆ ซึ่งตามปกติไม่ได้ใช้ประโยชน์อะไร นอกจากนี้บริเวณภายนอกอาคารยังจัดเป็นสถานที่จอดรถ

ข) บุคลากร

ภายหลังการโอนอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่ กรมการปกครองจังหวัด ได้มีการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลากรและโครงสร้างการบริหารงานตามแผนผังภาพที่ 8 โครงสร้างดังกล่าวเป็นโครงสร้างใหม่ที่กำหนดขึ้น หลังการโอนหน้าที่การบริหารจากองค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นที่ทำการปกครองจังหวัด โครงสร้างดังกล่าวอยู่ระหว่างการดำเนินงาน ซึ่งมีลักษณะของการบริหารงานศูนย์ออกเป็น 3 ฝ่าย คือ

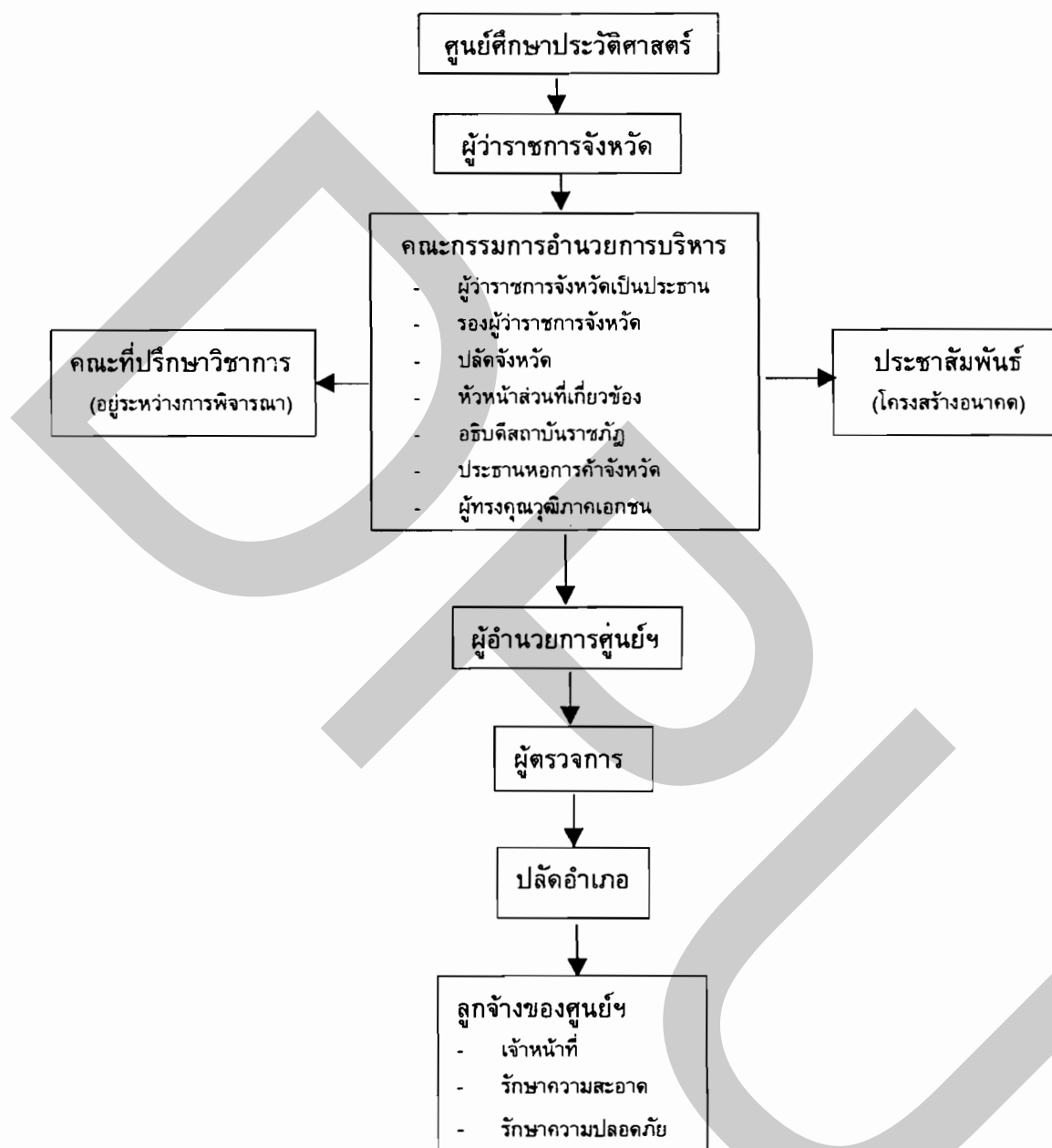
1. ฝ่ายบริหารทั่วไป ยังเป็นระบบกลไกของรัฐทั่วไป ปัจจุบันมีการออกคำสั่งแต่งตั้งแล้ว แต่ยังไม่มีการประชุมเนื่องจากอยู่ในระหว่างการวางรูปแบบนโยบาย วางแผนการดำเนินงาน วางระเบียบของศูนย์ และการกำหนดงบประมาณรายรับรายจ่าย

2. ฝ่ายวิชาการ มีคณะทำงาน 2 ระดับคือ ระดับบนเป็นคณะที่ปรึกษาวิชาการ ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านวิชาการทั่วไป และระดับปฏิบัติ อยู่ในความรับผิดชอบของสถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจะดูแลทางด้านห้องสมุด งานศึกษาวิจัย และการจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ

3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เป็นโครงสร้างในอนาคตที่มีการกำหนดไว้แล้ว โดยใช้บุคลากรของศูนย์ฯ โดยขอความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชมรมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด โดยจะมีการประสานงานกับสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร่วมกันจัดทำ package tour โดยการขายบัตรรวมที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ ในราคาที่ต่ำกว่าการเข้าชมปกติ

ส่วนบุคลากรที่เป็นลูกจ้างของศูนย์ฯ เป็นบุคลากรระดับปฏิบัติ ปฏิบัติงานที่ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่จำหน่ายบัตรเข้าชม เจ้าหน้าที่ประจำห้อง เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด คนสวนฯลฯ โดยมีบุคลากรจากจังหวัดเป็นข้าราชการดูแลประจำอีกที่

ภาพที่ 8 โครงสร้างการบริหารงานศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา



ค) การเงิน

การบริหารงานของศูนย์ฯ ในปัจจุบันยังไม่ได้รับงบสนับสนุนจากจังหวัดเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงระบบบริหาร จากองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่โอนความรับผิดชอบให้กับจังหวัด พร้อมกับถอนตัวจากการสนับสนุนเงินทุนของศูนย์ฯ ทำให้การบริหารงานของศูนย์ฯ ในปัจจุบัน ต้องใช้งบจากเงินทุนหมุนเวียนของศูนย์ฯ ที่ได้รับการบริจาค การจำหน่ายบัตรเข้าชม และค่าสิทธิประโยชน์จาก เครื่องดื่ม coke ซึ่งรายได้ดังกล่าวนำมาใช้จ่ายสำหรับ ค่าไฟฟ้า น้ำประปา ทำความสะอาด ค่า

จ้างลูกจ้างชั่วคราว ค่าบำรุงรักษาทรัพย์สิน ค่าข้าราชการที่ไปช่วยงาน 2 คน ค่าใช้จ่ายในการจัดหา และจัดทำเอกสารด้านวิชาการ และค่าใช้จ่ายในการทำวิจัย

ง) แผนพัฒนา

แผนงานพัฒนาในปัจจุบันไม่มี เนื่องจากอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างบริหารจึงยังไม่มีคณะกรรมการที่จะอนุมัติงานต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ดี การพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนของพิพิธภัณฑ์เป็นไปได้ยาก เนื่องจากเป็นข้อมูลทางวิชาการ การเปลี่ยนแปลงต้องอาศัยกระบวนการ และงบประมาณสูง รวมถึงเรื่องการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่มีบุคลากรเนื่องจากการจัดสร้างทางด้านเทคนิคประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้จัดการ

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ จัดเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ในประเทศไทย คือเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ไม่ได้มุ่งเน้นการรวบรวมการจัดแสดงสิ่งของโบราณ มีค่าแต่มุ่งเน้นการสร้างภาพชีวิต สังคม วัฒนธรรม ของอยุธยาในอดีตกลับขึ้นมาใหม่ (reconstruction) จึงจำเป็นต้องอาศัยตัวกลางหรือสื่อที่จะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ในอดีต เพื่อช่วยให้เกิดความน่าสนใจและเข้าใจเรื่องราวง่ายขึ้น ด้วยการจำลองอาคารสถานที่ ชุมชน กิจกรรม และสิ่งของที่สุดไปแล้ว ให้ปรากฏในแบบที่เป็นจริงตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะจากรากฐานทางโบราณคดี เอกสาร พงศาวดาร วรรณกรรม จิตรกรรมฝาผนัง หรือการบอกเล่าจากผู้เฒ่าผู้แก่ โดยวางแนวความคิดสร้างเนื้อหาให้มีความสอดคล้องและต่อเนื่องกัน 4 เรื่อง คือ

1. พระนครศรีอยุธยาในฐานะที่เป็นราชธานี แสดงความรุ่งโรจน์ของอยุธยาในฐานะเมืองหลวง ในส่วนนี้จะมีการแสดงหุ่นจำลอง (model) ของพระราชวังที่ปรากฏจริงในสมัยอยุธยา ทั้งพระที่นั่งวิหารสมเด็จสรรเพชรปราสาท และสุริยาศอมรินทร์ รวมทั้งวัดพระศรีสรรเพชญ์ นอกจากนี้ยังมีหุ่นจำลองของวัดไชยวัฒนารามที่สวยงาม

2. กรุงศรีอยุธยาในฐานะเมืองท่า แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอยุธยากับนานาชาติ โดยมีเรือสำเภาจำลองของอยุธยา ย่อส่วนเหลือ 1/10 โดยมีรายละเอียดครบถ้วน และยังมีภาพ 3 มิติ (diorama) ของบริเวณป้อมเพชร แสดงท่าเรือ กิจกรรมขนถ่ายสินค้า ตลาดและชุมชนชาวเมืองในเขตนั้น

3. อยุธยาในฐานะศูนย์กลางอำนาจทางการเมืองการปกครอง แสดงอยุธยาในฐานะศูนย์กลางของเมืองสำคัญต่าง ๆ แสดงพระราชอำนาจของพระมหากษัตริย์ ความสัมพันธ์ระหว่างพระมหากษัตริย์กับประชาชน แสดงออกโดยใช้หุ่นจำลองของเครื่องราชกกุธภัณฑ์และเศวตฉัตร ภาพวาดพิธีอินทราภิเษก ภาพวาดประกอบด้วยหุ่นจำลองและเสียงโองการแข่งน้ำในพระราชพิธีถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยา ซึ่งมีการใช้เทคนิคระบบเลเซอร์ เสียงและแสงให้ดูสมจริง

4. ชีวิตชุมชนหมู่บ้านในสมัยอยุธยา แสดงความเป็นอยู่ ความเชื่อพิธีกรรม มีการแสดงหุ่นจำลองหมู่บ้านและกิจกรรมการทำมาหากินของชาวชนบทโบราณ ย่อส่วนเหลือ 1/50 ภาพ 3 มิติของพิธีและการละเล่นสมัยก่อน

จ) ปัญหาการดำเนินงาน

1. ปัญหางบประมาณ เนื่องจากปัจจุบันศูนย์อยู่ในสภาพขาดทุน อาศัยเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการต่าง ๆ ทำให้รายรับไม่พอกับรายจ่าย ประกอบกับมีการขอเข้าชมโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายบ่อยครั้งทำให้ขาดรายได้ที่ควรได้ในส่วนนี้ การดำเนินงานหลายอย่างจึงไม่อาจดำเนินการได้ เช่น การจัดซื้อหนังสือ การจ้างบรรณารักษ์ เป็นต้น

2. ไม่สามารถหาผลประโยชน์อื่น ๆ ภายในศูนย์ที่มีเนื้อที่พอจะทำได้ เนื่องจากอาจถูกดำเนินคดีและต่อต้านจากประชาชนและกลุ่มอนุรักษ์

3. ขาดบุคลากรด้านงานวิชาการ

4. ปัญหาการเก็บค่าเข้าชมจากชาวต่างชาติ เรื่องราคาแพงเกินไปกับประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เนื่องจากชาวสีบูกอล และสื่อที่มีเนื้อหาภาษาอังกฤษมีน้อย ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่เข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ที่จัดแสดงได้

4.2 องค์การบริหารส่วนจังหวัด

ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนจังหวัดแยกตัวออกมาเป็นเอกเทศ และมีผู้บริหารของตนเอง สถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในความรับผิดชอบคือ พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย โดยมีวัตถุประสงค์คือ

1. เป็นอนุสรณ์สถานระลึกถึงองค์พระมหากษัตริย์
2. เป็นสวนสาธารณะเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ
3. เป็นอ่างเก็บน้ำสำหรับเกษตรกร
4. เป็นสถานที่จำลองประวัติศาสตร์

การดำเนินงานในปัจจุบันอยู่ในระหว่างการจัดระบบงาน ในส่วนของการดูแลพระราชานุสาวรีย์ฯ ในปัจจุบัน จึงยังไม่มีโครงสร้างการทำงานและผู้บริหารเฉพาะ ยังไม่มีการจัดระบบงานด้านการท่องเที่ยวรวมถึงการใช้สื่อ การดำเนินงานโดยทั่วไป องค์การบริหารส่วนจังหวัดจะทำหน้าที่ดูแลสภาพทั่วไปในด้านการดูแลรักษาและการส่งกำลังเจ้าหน้าที่ไปดูแลเป็นครั้งคราวเท่านั้น โดยได้รับความร่วมมือจาก

1. การไฟฟ้า ในเรื่องการติดตั้งระบบไฟต่าง ๆ
2. กรมชลประทาน ในเรื่องระบบสูบน้ำและการสร้างอาคารรับน้ำ
3. กรมโยธา ในด้านการปรับปรุงพื้นที่เพื่อกักเก็บน้ำได้มากขึ้น
4. สำนักงานป่าไม้จังหวัด ในด้านการปลูกต้นไม้ในพื้นที่
5. พัฒนาชุมชนจังหวัด

5. องค์กรเอกชน

องค์กรเอกชนที่ทำหน้าที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มี 3 องค์กร คือ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ปางช้างอยุธยาและเพนียด และมูลนิธิพระมงกุฎเกล้า

5.1 ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

การดำเนินงานของศูนย์ฯ แยกการดำเนินงานออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. งานปฏิรูปที่ดิน เป็นการกระจายสิทธิการถือครองที่ดิน โดยจัดให้แก่เกษตรกรผู้เช่าเดิมเช่าทำกิน รวม 138 ครอบครัวๆ ละ 10 ไร่
2. งานศิลปาชีพพิเศษ เป็นการจัดตั้งศูนย์รวมและศูนย์ฝึกอบรมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านจากทุกภาคของประเทศไทย และจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว
3. งานศูนย์ขยายพันธุ์ไม้ผล ในเขตปฏิรูปที่ดินภาคกลางตามพระราชดำริ มีเนื้อที่ดำเนินการประมาณ 30 ไร่
4. งานหมู่บ้านสวนผลไม้ตามพระราชดำริ ในพื้นที่ 400 ไร่

ในการศึกษานี้ จะศึกษาเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ส่วนของงานศิลปาชีพพิเศษ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การดำเนินงานในช่วงแรกของงานศิลปาชีพพิเศษนั้น บทบาทหลักคือ องค์กรที่ไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรตอบแทน ทำหน้าที่ให้การฝึกฝนวิชาชีพทางด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้กับราษฎรที่ประกอบอาชีพเกษตรกรที่มีฐานะยากจน เพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมเหล่านี้ และเพื่อเป็นอาชีพเสริมให้กับเกษตรกรด้วย แต่เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ประกอบกับเป็นแหล่งผลิตและขายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ดังนั้นในปัจจุบันศูนย์ศิลปาชีพบางไทรจึงเพิ่มบทบาทรองรับในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม มีการดำเนินงานด้านต่างๆ ดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

ศูนย์ศิลปาชีพบางไทรมีการจัดแบ่งพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเป็น 4 ส่วน คือ

1. ส่วนโรงฝึกอบรม อยู่บริเวณศูนย์กลางค่อนไปทางทิศเหนือ เป็นสถานที่ที่ดีเป็นหัวใจของจุดท่องเที่ยว นอกจากจะเป็นสถานที่ฝึกงานแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้ชมกระบวนการผลิตงานศิลปหัตถกรรมด้วย พื้นที่ส่วนนี้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
2. ส่วนสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างพื้นบ้าน ประกอบด้วย 2 บริเวณคือ บริเวณทิศตะวันตกเฉียงเหนือ จัดเป็นหมู่บ้าน 4 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นแหล่งรวมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่นักท่องเที่ยวสามารถชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรมของชาวบ้านในแต่ละภาคของประเทศ และอีกบริเวณหนึ่งอยู่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ เป็นบริเวณพระตำหนัก ศาลาโรงช้าง ศาลาโล่ง เป็นลักษณะของเรือนไทยโบราณ พื้นที่ส่วนนี้มักเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. ส่วนธรรมชาติ อยู่บริเวณทิศตะวันตก ได้แก่ พื้นที่สวนนก ซึ่งมีการจัดสภาพสิ่งแวดล้อมเหมือนธรรมชาติประกอบด้วยนกที่หายาก และวังปลาเป็นแหล่งรวบรวมปลาน้ำจืดต่าง ๆ พื้นที่ส่วนนี้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4. ส่วนพักผ่อน ได้แก่พื้นที่โล่งว่างต่าง ๆ บริเวณสระน้ำด้านพระตำหนัก และบริเวณพื้นที่ว่างด้านติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา กลุ่มเป้าหมายหลัก คือกลุ่มครอบครัวและประชาชนในพื้นที่ สำหรับการมานันทนาการพักผ่อน ชื่นชมธรรมชาติและความสะดวกสบายของพื้นที่ในบริเวณนี้

5. ส่วนบริการ ได้แก่ บริเวณศูนย์กลางของพื้นที่ศูนย์ศิลปะ ประกอบด้วย ดิกร้านอาหาร ประชาสัมพันธ์ ส่วนบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า อาคารพิพิธภัณฑ์และจัดแสดงสินค้า ห้องน้ำ ที่จอดรถ ฯลฯ

ข) บุคลากร

บุคลากรส่วนใหญ่ของศูนย์ ในส่วนของการท่องเที่ยวจะเป็นบรรดาผู้เข้าฝึกอบรมที่แม้จะเป็นผู้เข้าฝึกอบรม แต่ก็จัดเป็นผู้ที่ทำสื่อกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะเข้าชมการผลิต และทำหน้าที่แสดงสาริตการผลิดงานศิลปหัตถกรรม ในด้านการบริการท่องเที่ยว ทำงานธุรการ 2 คน มีหน้าที่ในด้านการบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว การนำเที่ยวจำนวน 3 คน ซึ่งทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้วย การฝึกอบรมบุคลากรไม่มี

ค) การเงิน

งบประมาณที่ใช้ในการดำเนินกิจการได้จาก

1. การสนับสนุนและอนุเคราะห์จากภาครัฐและเอกชน
2. เงินบริจาคจากประชาชน ผู้มีจิตศรัทธา
3. ค่าธรรมเนียมบัตรผ่านประตูเข้าชมศูนย์
4. จากการจัดงานประจำปี

งบประมาณดังกล่าว จะนำมาใช้ในกิจการต่อไปนี้

1. การก่อสร้างอาคารฝึกอบรม ตกแต่งสถานที่
2. การจัดซื้อเครื่องมือเครื่องกล ในการฝึกอบรม
3. การจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ในการฝึกอบรม
4. ค่าอาหารของผู้เข้ารับการฝึกอบรม
5. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสาธารณูปโภคภายใน

ง) แผนพัฒนา

ศูนย์ศิลปะบางไพร ได้ขอความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยศิลปากร จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวศูนย์ศิลปะบางไพร (Tourist Attraction Development Plan) เพื่อวางแผนพัฒนาทางด้านกายภาพของศูนย์ศิลปะบางไพรในอนาคต ให้สอดคล้องกับบทบาทในฐานะองค์กรที่ไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรตอบแทนในการฝึกอาชีพศิลปหัตถกรรม และให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่มีความร่มรื่น มีภูมิทัศน์ริมน้ำที่สวยงาม โดยเน้นการท่องเที่ยวในระดับประเทศ และสิ่งสำคัญในการวางแผน คือจะต้องให้ศูนย์ศิลปะบางไพร สามารถนำรายได้บางส่วนกลับมาเลี้ยงบำรุงตนเองได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นแผนพัฒนาของศูนย์ศิลปะบางไพรจึงเป็นลักษณะของแผนพัฒนาแบบผสมผสาน (Integrated Planning) ซึ่งจะประสานประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และอนุรักษ์สภาพ

แวดล้อมของท้องถิ่น (Environmental Conservation) ควบคู่ไปกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourist Attraction Development Plan) โครงสร้างหลักของการพัฒนาศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จึงมี 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก เป็นโครงสร้างในส่วนที่มีศักยภาพในการนำรายได้เข้าสู่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร (Generate Income) เป็นโครงการที่จะทำให้ศูนย์ฯ สามารถเลี้ยงตัวเองได้ โครงการนี้ทั้งภาครัฐและเอกชนจะเป็นองค์กรที่สำคัญในการลงทุน โดยศูนย์ฯจะเป็นผู้เก็บเกี่ยวผลประโยชน์ในลักษณะเจ้าของกิจการหรือผู้ให้เช่า ซึ่งภาครัฐบาลจะถูกดึงเข้ามามีส่วนในการพัฒนา เช่น พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ สวนนก ตลาดน้ำ และร้านค้าจิตลดา เป็นต้น และภาคเอกชนจะเข้ามาในรูปแบบของการลงทุน ที่ให้ผลตอบแทนต่อเนื้อระยะยาว (Profitable Investment) เช่น สถานีขนส่ง อาคารพาณิชย์ ภัตตาคาร ทำเทียบเรือ ซึ่งเอกชนจะเป็นผู้บริหาร โดยศูนย์ฯจะเป็นผู้ควบคุมกำหนดนโยบาย รูปแบบ คุณภาพ และมาตรฐานการบริการ

กลุ่มที่สอง เป็นโครงสร้างในส่วนที่เป็นจินตภาพ ของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร (Institutional Image) โครงสร้างส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นโครงสร้างในส่วนที่จะดำรงและส่งเสริมแนวคิด และนโยบายหลักควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกายภาพ เป็นโครงสร้างที่ดำรงไว้ซึ่งจินตภาพของศูนย์ แต่จุดด้อยคือ โครงสร้างส่วนนี้จะไม่สามารถก่อให้เกิดรายได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องเข้ามา มีบทบาททั้งการจัดการและเงินลงทุน กิจกรรมในส่วนโครงการนี้ได้แก่ โรงฝึกงาน กิจกรรมฝึกฝนอาชีพ ศูนย์การออกแบบ อาคารพิพิธภัณฑ์ หมู่บ้านเกษตร และร้านค้าจิตลดา เป็นต้น

แต่ทั้งนี้การจัดทำแผนโครงสร้างทั้งสองจะต้องไม่ขัดกัน ดังนั้นแผนพัฒนาดังกล่าวจึงมุ่งเน้นในส่วนของโครงสร้างในส่วนที่มีศักยภาพในการนำรายได้เข้าสู่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร โดยเน้นที่แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การพัฒนาการเข้า

1.1 การเข้าถึงทางน้ำ (Waterentree Port) โดยการสร้างจุดประทับใจหรือภูมิสัญลักษณ์ (Land Mark) ทางกายภาพ เป็นการสร้างเสริมความหลากหลายของกิจกรรมให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

1.2 การเข้าถึงทางบก จากผลการเดินทางที่สะดวกสบายมากขึ้นในปัจจุบัน การพัฒนาด้านกายภาพ ระบุตำแหน่งที่เหมาะสมของสถานีขนส่งรวมถึงอาคารพาณิชย์ ให้สามารถเชื่อมต่อกับพระราชวังบางปะอิน และกลุ่มโบราณสถานอื่น ๆ ได้ จะเพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2. การสร้างความหลากหลาย (Variety)

การสร้างความหลากหลายของกิจกรรม และให้สามารถดำเนินไปได้ตลอดเวลาทั้งปีไม่ใช่เฉพาะช่วงเทศกาล เช่น พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ (วังปลา) การขยายสวนนก สนามเด็กเล่น กลุ่มภัตตาคาร ร้านขายของที่ระลึก ลานเอนกประสงค์ บริเวณพักผ่อนหย่อนใจริมน้ำ เป็นต้น รวมถึงการปรับปรุงตกแต่งออกแบบสวนให้ร่มรื่นสวยงาม ที่จะช่วยส่งเสริมให้ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร กลายเป็นแหล่งพักหรือจุดพักในลักษณะสถานที่พักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์อีกแห่งหนึ่ง

3. กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม (Traditional and cultural Attraction)

การพัฒนาในด้านนี้จะส่งเสริมโครงสร้างในส่วนที่เป็นรูปลักษณ์ และเอกลักษณ์ของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร โดยกำหนดให้อาคารพิพิธภัณฑ์ศิลปาชีพ เป็นศูนย์กลางอาคารพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ นอกจากจะเป็นศูนย์รวมของความหลากหลายในด้านศิลปหัตถกรรมและงานฝีมือจากทั่วทุกภาคแล้ว ยังเป็นแหล่งให้ความรู้ในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและทัศนศึกษา (Educational Trip) และส่วนหนึ่งของอาคารยังจัดเป็นห้องประชุมสัมมนา แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขประกอบอื่น ๆ ว่ามีความพร้อมหรือไม่ เช่น บริการเรื่องที่พัก อาหาร การขนส่ง เป็นต้น การพัฒนาด้านนี้จึงต้องเป็นลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

4. การกำหนดกิจกรรม เป็นการวางแผนกิจกรรมล่วงหน้า ทั้งกิจกรรมเดิมและกิจกรรมใหม่ ในระยะเวลา 20 ปีข้างหน้า ดังตารางแผนงานต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงกิจกรรมและลักษณะทางกายภาพของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร

กิจกรรม	ลักษณะทางกายภาพ
กิจกรรมศูนย์ศิลปาชีพบางไทร - การฝึกอาชีพ - ศูนย์ออกแบบ - ทดลองปลูกพืชสวน - ทำนาข้าว - การประชุม - การเพาะพันธุ์พืช - การศึกษาสมุนไพร - การบริการ - การเก็บยานพาหนะพัสดุภัณฑ์ - คลังสินค้า - การอยู่อาศัย	- สร้างโรงฝึกงานใหม่ในที่ที่เป็นบ้านพักเดิม - จัดภูมิสถาปัตยกรรมปิดล้อมบริเวณโรงฝึกงาน - ให้อยู่ในอาคารพิพิธภัณฑ์ - เตรียมพื้นที่สำหรับแปลงทดลอง - เตรียมพื้นที่สำหรับทำนาข้าว - จัดสร้างห้องประชุมและภูมิทัศน์ (กำลังก่อสร้าง) - เตรียมพื้นที่ - เตรียมพื้นที่ - รื้ออาคารที่ทำการเดิม - จัดสร้างที่ทำการของศูนย์ใหม่และจัดภูมิสถาปัตยกรรม - จัดสร้างโรงเก็บพัสดุภัณฑ์ โรงเก็บยานพาหนะ และคลังสินค้า - จัดภูมิสถาปัตยกรรม - คงพื้นที่หมู่บ้านเกษตรกรเดิม - คงพื้นที่หมู่บ้านสวนผลไม้
กิจกรรมบริการศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร - การศึกษา - การอยู่อาศัย	- จัดเตรียมพื้นที่รองรับการขยายตัวสำหรับโรงเรียนอนุบาล และโรงเรียนประถมศึกษา - จัดสร้างที่พักอาศัยสำหรับบุคลากรของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร - จัดภูมิสถาปัตยกรรม

ตารางที่ 3 (ต่อ)

<p>แหล่งท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - สวนนก - ร้านขายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม พื้นบ้าน - สวนกล้วย - หมู่บ้าน 4 ภาค - พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ (วังปลา) - กิจกรรมงานเทศกาล - พิพิธภัณฑ์ - พระตำหนัก 	<ul style="list-style-type: none"> - รื้ออาคารสวนนกหลังเล็กและสร้างใหม่เพื่อให้มีพื้นที่มากขึ้น - จัดภูมิสถาปัตยกรรม - ขยายแพร้านค้า - จัดสร้างร้านขายของที่ระลึก - คงเดิมแต่ปรับปรุงให้ดีขึ้น - จัดสร้างอาคารทรงไทยพื้นบ้านของภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ - จัดเวทีแสดงกลางแจ้ง - จัดภูมิสถาปัตยกรรม - จัดภูมิสถาปัตยกรรมให้เชื่อมโยงกับอาคารอื่น ๆ - จัดลานแสดงกลางแจ้ง ลานอเนกประสงค์ - จัดพื้นที่พักผ่อนริมน้ำ - ทำเทียบเรือ - เตรียมพื้นที่เพื่อการขายของในวันเทศกาลต่าง ๆ เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ เป็นต้น - ตามแบบ - ทางศูนย์ศิลปาชีพบางไทรมีโครงการที่จะสร้างใหม่ในพื้นที่เดิม
<p>กิจกรรมบริการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขายอาหาร - การเดินทางและการขนส่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดสร้างภัตตาคารชั้น 1 ริมน้ำ + การจัดภูมิสถาปัตยกรรม - จัดเรือภัตตาคารเคลื่อนที่วิ่งระหว่างศูนย์ศิลปาชีพบางไทร – พระราชวังบางปะอิน – อาจจะไปเกาะเมืองพระนครศรีอยุธยา - จัดศูนย์อาหารทั้งกลางแจ้งและอาคารปรับอากาศ - จัดโรงอาหารสำหรับเจ้าหน้าที่ นักเรียนฝึกอาชีพ นักท่องเที่ยว - รื้อร้านค้าเดิมริมน้ำและเตรียมพื้นที่สำหรับขายอาหารและสินค้า - จัดเตรียมสถานที่ขายน้ำ (ซุ้ม) และของว่างบริการ นักท่องเที่ยว - จัดเตรียมพื้นที่รองรับการจอดรถในงานเทศกาล - เสนอแนะพื้นที่สำหรับสถานีรถโดยสาร - ปรับปรุงทำเทียบเรือให้รองรับปริมาณเรือได้มากขึ้นและสะดวกขึ้น - เสนอแนะให้มีการปรับปรุงสถานีรถไฟบางปะอิน - เสนอแนะให้มีรถโดยสารขนาดเล็กจากสถานีรถไฟบางปะอิน – ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร - เสนอแนะให้ขยายเส้นทางรถประจำทางที่วิ่งรับส่งผู้โดยสาร

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กิจกรรม	ลักษณะทางกายภาพ
<ul style="list-style-type: none"> - ตลาด - ตลาดและอาคารพาณิชย์ 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดสร้างตลาดริมน้ำในบริเวณร้านค้าริมน้ำเดิมในลักษณะของตลาดน้ำ - จัดเตรียมพื้นที่ไว้รองรับ
<p>การอำนวยความสะดวกสบายแก่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทรและการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - การบริการข้อมูลข่าวสาร - การจอดรถ - การนั่งรถชมศูนย์ศิลปาชีพบางไทร - สุขา - การปฐมพยาบาล - การพักผ่อน - การสื่อสาร - ประปา - ไฟฟ้า - การบำบัดของเสีย - ความร่มรื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างศูนย์บริการการท่องเที่ยว - เพิ่มพื้นที่จอดรถถาวร - เสนอแนะเส้นทางและพื้นที่จอดรถลาก - เสนอแนะการปรับปรุงรถลาก - เสนอแนะพาหนะเที่ยวชมบริเวณ เช่น รถม้า รถสามล้อถีบ - ปรับปรุงสุขาเดิม - จัดสร้างสุขาใหม่ - คงสถานีนอนามัยของเดิม - สร้างสถานที่เล่นกีฬาสำหรับบุคลากร - จัดสวนบริเวณพื้นที่ริมน้ำ และที่อื่น ๆ ที่เห็นสมควร - เพิ่มร่มเงา ที่นั่งพักผ่อน - กิจกรรมพายเรือในสระ ชุดสระน้ำเพิ่ม - สร้างสนามเด็กเล่น รวมทั้งจัดพื้นที่ให้เด็กเล่นในบริเวณภัตตาคาร - สร้างสนามกอล์ฟขนาดเล็ก - จัดพื้นที่สำหรับที่ทำการไปรษณีย์ - เสนอแนะพื้นที่สร้างถังเก็บน้ำ - เสนอพื้นที่เก็บน้ำดิบ - เตรียมพื้นที่สำหรับเครื่องกำเนิดไฟฟ้าฉุกเฉิน - สร้างโรงทำปุ๋ยหมัก - เสนอแนะบริเวณพื้นที่กำจัดขยะ - เสนอแนะพื้นที่สร้างโรงกำจัดน้ำเสีย - พิจารณาจัดภูมิสถาปัตยกรรมเน้นที่ความร่มรื่นและความต่อเนื่อง

นอกจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยศิลปากรดังกล่าวแล้ว ยังมีแผนพัฒนาในส่วนของคุณยศิลป์บางไทเเองซึ่งบางส่วนได้ถูกนำไปผสมผสานกับแผนหลักดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนี้

1. โครงการก่อสร้างสวนวรรณคดี ในบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือใกล้ ๆ กับที่ดินของเอกชนเพื่อใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ
 2. โครงการก่อสร้างพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ (วังปลา) ซึ่งปัจจุบันกำลังดำเนินการก่อสร้างตกแต่งภายใน ซึ่งจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของศูนย์ในอนาคต
 3. โครงการย้ายบ้านพักเจ้าหน้าที่จากบริเวณรอบ ๆ อาคารโรงฝึกงาน ไปยังพื้นที่ทางด้านตะวันตกเฉียงใต้ของศูนย์ และก่อสร้างโรงฝึกงาน ห้องประชุมเพิ่มเติม ซึ่งโครงการนี้จะส่งผลให้การใช้ที่ดินเป็นระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น
 4. โครงการปรับปรุงถนนสายหลักและรอง ในพื้นที่ด้านใต้ของศูนย์ศิลปบางไทเเอง ปรับปรุงเป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก ซึ่งจะเป็นผลให้การเดินทางสัญจรภายในศูนย์สะดวกสบายขึ้น
 5. โครงการสร้างอาคารที่ทำการศูนย์ศิลปบางไทเเอง ทดแทนอาคารเดิมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและปฏิบัติงาน
 6. โครงการปรับปรุงถนนบริเวณทางเข้าด้านหน้า จากถนนสาย เชียงราก – บางไทเเอง ให้มีขนาดกว้างขึ้น รวมถึงการขยายถนนโดยรอบโรงฝึกงาน
- โครงการต่าง ๆ เหล่านี้ บางโครงการดำเนินงานเสร็จแล้วในปัจจุบัน บางโครงการอยู่ในระหว่างการดำเนินงาน และบางโครงการมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ เช่นโครงการสร้างสถานีขนส่งซึ่งไม่สามารถกระทำได้เป็นต้น

ส่วนโครงการด้านการจัดทำสื่อ ไม่มีโครงการโดยเฉพาะ การทำเรื่องสื่อต่าง ๆ ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่เสนอโครงการและใช้วิธีการขออนุมัติเป็นครั้ง ๆ ไป ซึ่งโครงการด้านสื่อที่อยู่ในระหว่างการเสนอเรื่องในปัจจุบัน คือ การจัดทำระบบคอมพิวเตอร์ touch skin ในตำแหน่งที่สำคัญภายในศูนย์ศิลปบางไทเเอง และการจัดทำ home page ซึ่งจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับ พระราชกรณียกิจของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สถานที่ที่น่าสนใจภายในศูนย์ศิลปบางไทเเอง และงานศิลปหัตถกรรม

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

การผลิตสื่อต่าง ๆ ยังเป็นลักษณะของสื่อเชิงรับ โดยมีแนวคิดหลักคือ การเน้นจุดเด่นของการเป็นแหล่งรวมศิลปวัฒนธรรมไทย 3 ประการ คือ

1. งานหัตถกรรม
2. หมู่บ้านไทย 4 ภาค
3. การสาธิตงานศิลปบางไทเเอง

การผลิตสื่อต่าง ๆ จะอาศัยจุดเด่น 3 ประการนี้ เป็นหลักในการวางแผนคิดและสร้างสรรค์งานสื่อ โดยทางศูนย์ฯ จะเป็นผู้วางแผนคิดและรูปแบบของสื่อ โดยมี บริษัท ชัสเชส มีเดีย เป็นผู้จัดทำและช่วยหาผู้สนับสนุนด้านเงินทุน

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานภายในศูนย์ศิลปาชีพ ได้แก่

1. งบประมาณไม่เพียงพอ ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานตามแผนงานได้ไม่ว่าจะเป็นการก่อสร้าง การผลิตสื่อ หรือการจ้างบุคลากรเพิ่มเติม
2. ขาดบุคลากร ที่จะให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวโดยเฉพาะบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ และบุคลากรที่จะทำหน้าที่ดูแลด้านกฎระเบียบของสถานที่
3. ปัญหาการเปลี่ยนแปลงเรื่องการก่อสร้างอยู่เสมอ ทำให้ไม่สามารถกำหนดตำแหน่งที่จะทำสื่อประเภทแผ่นป้าย หรือการจัดนิทรรศการริมทางได้

5.2 ปางช้างอยุธยาแลเพนียด

ปางช้างแลเพนียดอยุธยา จัดเป็นปางช้างโครงการแรกในประเทศไทยที่มีการใช้กฎระเบียบในการใช้แรงงานช้าง มาใช้ในการดำเนินงาน โดยมีจุดมุ่งหมายการดำเนินงานคือ

1. การสร้างงานให้กับช้างและความรู้ช้างไทย
2. อนุรักษ์และฟื้นฟู ตลอดจนการดำรงไว้ซึ่งวิชาคชศาสตร์
3. อนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีคชสองช้าง
4. กระตุ้นจิตสำนึกของคนไทยให้มีความรักหวงแหนช้างและหันมาอนุรักษ์
5. สร้างบุคลากรในด้านการดูแลรักษาช้างให้มีคุณภาพและวิชาการ
6. ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ปางช้างมีการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

ในปัจจุบันปางช้างใช้ที่ดินของราชพัสดุในการเปิดดำเนินการ มีพื้นที่ 2 ส่วน คือ

1. ส่วนที่เปิดบริการให้กับนักท่องเที่ยว อยู่บริเวณถนนป่าไทรด้านหลังคุ่มขุนแผน เป็นลักษณะของการจัดพื้นที่ผสมอยู่บริเวณติดกันเป็นกลุ่มเดียว คือ ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านขายสินค้าและบริการถ่ายรูป ร้านขายอาหารช้าง และบริเวณบริการ taxi ช้าง
2. ส่วนเลี้ยงช้างที่เพนียดคชสองช้าง ตำบลสวนพริกซึ่งห่างจากตัวเมืองประมาณ 4 กิโลเมตร ส่วนนี้ไม่ได้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม เป็นบริเวณที่เลี้ยงช้าง และที่อยู่อาศัยของควาญช้าง

ข) บุคลากร

การดำเนินงานปัจจุบัน มีเจ้าหน้าที่ทั้งหมด 30 คน เป็นควาญช้าง 17 คน และเจ้าหน้าที่ทั่วไป 13 คน โดยควาญช้างจะทำหน้าที่ควบคุมช้างในการ taxi และการดูแลช้างตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ ส่วนเจ้าหน้าที่จะทำหน้าที่ในด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ขายบัตร ถ่ายรูปและนำขึ้น taxi ช้าง

บุคลากรในปัจจุบันแม้จะสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ แต่ยังไม่มีความรู้ในด้านภาษาและการบริการข้อมูลที่เพียงพอ ปางช้างจึงได้ขอความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการจัดอบรมควาญช้างเพื่อให้สามารถเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ค) การเงิน

รายได้ในปัจจุบันมาจากการบริการ taxi ช้าง และสิทธิประโยชน์จากบริษัท โกดัก ซึ่งนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ คือ เงินเดือนความรู้อ้างและเจ้าหน้าที่ ค่าโรงพยาบาลช้าง ค่าอาหารช้าง และค่าการจัดการและดำเนินโครงการต่าง ๆ

ง) แผนพัฒนา

เพื่อเป็นการสนองพระราชดำริสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในปี พ.ศ. 2530 ในการรื้อฟื้นโบราณราชพิธีคล้องช้างให้ประจักษ์แก่สายตาคนทั่วโลก จึงทำให้เกิดแนวคิดในการฟื้นฟูโบราณสถานเพนียดคล้องช้างให้เป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างชาติโดยได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากกรมศิลปากร ซึ่งรับผิดชอบเพนียดคล้องช้างในปัจจุบัน โดยมีโครงการดังต่อไปนี้

1. ย้ายปางช้างแลเพนียด จากถนนป่าไทน์ ไปที่ เพนียดคล้องช้าง ตำบลสวนพริกภายในปี 2544 และเน้นการ taxi ช้างชมเพนียด เพื่อให้ระลึกถึงเหตุการณ์พระราชพิธีคล้องช้าง ซึ่งสามัญชนจะไม่มีโอกาสได้เห็น

2. ฟื้นฟูวิชาคชศาสตร์ ซึ่งเป็นวิชาที่ว่าด้วยเรื่องช้างและการเลี้ยงช้าง โดยจัดออกเป็น

2.1 การอบรมวิชาคชศาสตร์ให้กับความรู้อ้างทั่วประเทศ

2.2 จัดหลักสูตรอบรมพิเศษให้กับนักเรียนที่ตำหนักเพนียด

3. จัดสถานพยาบาลช้าง ซึ่งได้รับความร่วมมือจากกรมปศุสัตว์ โดยดำเนินการในลักษณะของโรงพยาบาลเคลื่อนที่ เพื่อความสะดวกในการออกรักษาช้างตามสถานที่ต่าง ๆ

4. การจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ช้างที่เพนียดคล้องช้าง ตำบลสวนพริก โดยสร้างเป็นอาคารเรือนไทยอยุธยาโบราณ จัดแสดงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้าง ดังนี้

4.1 แสดงอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเลี้ยงช้าง

4.2 แสดงโครงกระดูกช้าง

4.3 แสดงเรื่องราวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ช้างในประเทศไทย

4.4 แสดงเรื่องราวเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ที่ทรงมีต่อช้าง ของพระมหากษัตริย์ไทย

กษัตริย์ไทย

4.5 จัดแสดง multi media แสดงภาพเคลื่อนไหว ที่มาถิ่นกำเนิดของช้างไทย การอนุรักษ์ช้างทั่วโลก พิธีคล้องช้าง

4.6 จัดให้มีบริการข้อมูลทาง internet โดยขอความร่วมมือจาก KSC ในการลงชั่วโมงโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นข้อมูลความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับช้าง ไม่ว่าจะเป็นการประชุม สัมมนา เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และการอนุรักษ์ช้างทั่วโลก ซึ่งจะมีการจัดข้อมูลให้ทันเหตุการณ์ตลอดเวลา รวมถึงมีบริการ print สำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูล

5. การจัดการสาธิตพิธีคล้องช้างบางส่วน ให้นักท่องเที่ยวสามารถได้รับชมได้ทุกวัน ซึ่งโครงการนี้จำเป็นต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้และงบประมาณ เนื่องจากเป็นพิธีที่ต้องใช้งบประมาณสูง

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

การใช้สื่อในปัจจุบัน มีเพียงแผ่นพับ และแผ่นป้าย เป็นเพียงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับช้างและการบริการของปางช้างแลเพนียด อยูธยา เท่านั้น เป็นลักษณะของการใช้สื่อแบบง่าย ๆ เนื่องจากไม่มีงบประมาณเพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ การตลาดจะอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อเชิงรุก ส่วนสื่อเชิงรับ ทางปางช้างไม่ได้ให้ความสำคัญกับจุดนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติที่มากับบริษัททัวร์ ซึ่งจะมีมัคคุเทศก์คอยทำหน้าที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับปางช้าง ประกอบกับการใช้ช้างเป็นตัวแทนในการถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมในตัวของมันเองอยู่แล้ว

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานคือ

1. ปัญหาการต่อต้านจากกลุ่มอนุรักษ์ จากแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ และความไม่เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการควบคุมช้างซึ่งเป็นศาสตร์หนึ่งของวิชาสัตวศาสตร์ จึงถูกมองว่าเป็นการทรมานสัตว์
2. ขาดบุคลากรที่จะทำหน้าที่ดูแลพิพิธภัณฑสถาน ซึ่งส่วนหนึ่งทำให้การจัดนิทรรศการบริเวณเพนียดคล้องช้างไม่อาจดำเนินต่อไปได้
3. ปัญหาการจัดราชพิธีคล้องช้าง ที่ต้องใช้งบประมาณและเวลาในการจัดเตรียมมากแต่สามารถจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมได้ในจำนวนที่จำกัด เนื่องจากในอดีตเป็นสถานที่สำหรับพระมหากษัตริย์ จึงมีเนื้อที่ค่อนข้างเล็ก ทำให้เกิดปัญหาค่าการจัดการกับบัตรเข้าชมไม่พอดีกัน
4. ขาดงบประมาณ รายได้ส่วนใหญ่ของปางช้างมาจากการ taxi ช้าง ซึ่งมีปริมาณไม่มีเพียงพอในการดำเนินโครงการต่าง ๆ
5. การดำเนินงานบางอย่างล่าช้า เนื่องจากการดำเนินการของปางช้างต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในระบบราชการ จึงทำให้การดำเนินงานบางอย่างต้องหยุดชะงัก

5.3 มุสณิธิวิหารพระมงคลบพิตร

วิหารพระมงคลบพิตร เป็นโบราณสถานที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมศิลปากร แต่เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีผู้มานมัสการกราบไหว้พระหลวงพ่อมงคลบพิตรเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ต้องมีการจัดการเพื่อดูแลรักษาสถานที่ และจัดการด้านผลประโยชน์ต่าง ๆ กรมศิลปากรจึงมอบหมายให้มุสณิธิวิหารพระมงคลบพิตร ซึ่งเป็นองค์การกุศลเป็นผู้จัดการดูแลด้านต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2502 และดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีกรมศิลปากรเป็นกรรมการ การดำเนินการต่าง ๆ ของมุสณิธิ มีดังนี้

ก) การจัดการพื้นที่

การจัดแบ่งพื้นที่ในสวนความดูแลของมุสณิธิ ยังมีความสับสนและขาดระเบียบ โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น

1. ส่วนโบราณสถาน คือบริเวณที่ตั้งของวิหารพระมงคลบพิตร
2. ส่วนบริการ อยู่โดยรอบของวิหาร ไม่มีการแบ่งส่วนที่ชัดเจนทั้งห้องน้ำที่จอดรถ และร้านค้า

ข) บุคลากร

บุคลากรของมูลนิธิฯ มีทั้งหมด 30 คน ทำหน้าที่ในด้านการจัดการผลประโยชน์ การพิจารณาการช่วยเหลือผู้เดือดร้อน การทำความสะอาด การบริการดอกไม้รูปเทียน การทำพิธีกรรม ฯลฯ มูลนิธิฯ ไม่มีบุคลากรที่จะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว

ค) การเงิน

มูลนิธิฯ มีรายได้จากการบริจาค การบริการด้านพิธีกรรม การจำหน่ายดอกไม้รูปเทียน การให้เช่าพระ และการให้เช่าสถานที่ค้าขาย ซึ่งรายได้ทั้งหมดนำมาใช้ในกิจกรรมการกุศลทั่วไป ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการดำเนินการ และนำมาเป็นค่าใช้จ่ายด้าน สาธารณูปโภค สาธารณูปการ เงินเดือนเจ้าหน้าที่ ค่าอุปกรณ์ ค่ารักษาความปลอดภัย ฯลฯ

ง) แผนพัฒนา

มูลนิธิวิหารพระมงคลบพิตร ดำเนินงานเพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ที่พึงได้รับ เพื่อนำรายได้มาใช้ในกิจกรรมการกุศลต่าง ๆ ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และมูลนิธิฯ ไม่สามารถจัดการใด ๆ กับตัวโบราณสถานได้ เนื่องจากอยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร การบูรณะปฏิสังขรณ์ที่กำลังดำเนินการในปัจจุบัน กรมศิลปากรเป็นผู้ดำเนินการ โดยได้รับเงินส่วนหนึ่งจากมูลนิธิ ในการบูรณะปฏิสังขรณ์ แผนพัฒนาต่าง ๆ ในปัจจุบันจึงไม่มี

จ) แนวคิดการใช้สื่อ

การใช้สื่อในปัจจุบัน นอกจากสื่อที่กรมศิลปากรจัดทำให้ เป็นลักษณะการใช้สื่ออย่างง่าย ๆ ไม่มีรูปแบบ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าเยี่ยมชม และใช้สื่อตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ฉ) ปัญหาการดำเนินงาน

ปัญหาในการดำเนินงานในปัจจุบันไม่มี

บทที่ 5

แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในบทนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการบันทึกข้อมูลการสำรวจ เกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง และจากการสัมภาษณ์สื่อบุคคลและนักท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ในการตอบสนองและส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน รวมถึงการตรวจสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อในสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อในสถานที่ท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การใช้สื่อในปัจจุบันภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 8

ส่วนที่ 1 แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในการศึกษาแนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว จะแบ่งการศึกษาเพื่อตอบปัญหานำวิจัย ออกเป็น 2 ประเด็น คือ

1. การใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว
2. การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว

การศึกษาการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อทราบว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการใช้สื่ออะไรบ้างในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีการใช้สื่อในสถานที่ โดยจะแบ่งตามองค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวได้ดังนี้

1.1 สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 กรมศิลปากร

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง 14 แห่ง ที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 มีการใช้สื่อทั้งหมด 1,310 สื่อ ตามตารางที่ 4 ดังนี้

1. การใช้สื่อบุคคล มีจำนวนทั้งหมด 11 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 0.84
2. มีการใช้สื่อเฉพาะกิจ จำนวนทั้งหมด 1,299 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 99.16 ได้แก่
 - 2.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - เสียงตามสาย จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.08
 - ระบบอัตโนมัติ จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.08
 - 2.2 สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย
 - แผ่นพับ จำนวน 5 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 0.38
 - แผ่นป้าย จำนวน 1,183 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 90.31
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ จำนวน 4 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 0.30
 - 2.3 สื่อทัศนศิลป์
 - แบบจำลอง จำนวน 1 แบบ คิดเป็นร้อยละ 0.08
 - ภาพวาด/เขียน จำนวน 16 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 01.22
 - ภาพถ่าย จำนวน 64 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.88
 - 2.4 สื่อประเพณี จำนวน 11 งาน คิดเป็นร้อยละ 0.84
 - 2.5 สื่ออื่น ๆ จำนวน 13 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.99

จะเห็นว่าการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 มีการใช้สื่อแผ่นป้ายมากที่สุดถึง 1,183 แผ่นป้าย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 90.31 อันดับที่สอง ภาพถ่ายจำนวน 64 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.88 และอันดับที่สามคือภาพเขียนวาดจำนวน 16 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 01.22 ส่วนสื่อที่มีการใช้น้อยที่สุดคือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการใช้เสียงตามสายและระบบอัตโนมัติอย่างละ 1 สื่อ คิดเป็นอัตราส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 0.08 ซึ่งสามารถแยกการใช้สื่อตามสถานที่ได้ดังนี้

1. พระราชวังโบราณ มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 33 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 32 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 96.97
 - สื่อประเพณี จำนวน 1 งาน ได้แก่ งานจัดแสดงแสงสีเสียงวันมรดกโลก ร้อยละ 03.03
2. วัดพระศรีสรรเพชญ์ มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 13 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 10 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 76.92
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ ได้แก่ สำเนาเอกสารสำหรับจำหน่าย 2 ชุด คิดเป็นร้อยละ 15.38
 - สื่อกิจกรรม จำนวน 1 งาน ได้แก่ งานจัดแสดงแสงสีเสียงวันมรดกโลกร้อยละ 07.69
3. วัดพระราม มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 7 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 6 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 85.71
 - สื่อประเพณี จำนวน 1 งาน คิดเป็นร้อยละ 14.29
4. วัดมหาธาตุ มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 8 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 7 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 87.50
 - สื่อประเพณี จำนวน 1 งาน คิดเป็นร้อยละ 12.50

5. วัดราชบูรณะ มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 11 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 7 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 63.64
 - ภาพถ่าย จำนวน 3 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 27.27
 - สื่อประเพณี จำนวน 1 งาน คิดเป็นร้อยละ 09.09
6. วัดโลกยสุธา มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 3 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 3 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 100
7. วัดวรเชษฐาราม มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 2 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 2 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 100
8. วัดไชยวัฒนา มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 53 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 47 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 88.68
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ ได้แก่ สำเนาเอกสารสำหรับจำหน่าย 2 ชุด คิดเป็นร้อยละ 03.77
 - สื่อประเพณี จำนวน 1 งาน คิดเป็นร้อยละ 01.89
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การพันตัวอักษรบนถังขยะ จำนวน 3 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 05.66
9. คຸ້ມຂຸນແຜນ มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 14 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 13 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 92.86
 - สื่อประเพณี จำนวน 1 งาน คิดเป็นร้อยละ 07.14
10. หมู่บ้านโปรตุเกส มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 45 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 31 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 68.89
 - ภาพเขียนวาด จำนวน 2 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.44
 - ภาพถ่าย จำนวน 12 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 26.67
11. สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 4 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 4 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 100
12. บึงพระราม มีการใช้สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด 15 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 13 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 86.67
 - สื่อประเพณี จำนวน 1 งาน ได้แก่ การจัดตลาดนัดวันมรดกโลก ร้อยละ 06.67
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การสลักข้อความลงบนแผ่นปูน จำนวน 1 แผ่น ร้อยละ 06.67

สถานที่ทั้ง 12 แห่งข้างต้น ในความดูแลของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ มีการใช้สื่อบุคคล และแผ่นพับ ชุดเดียวกัน คือมีสื่อบุคคล 4 คน ร้อยละ 01.86 และแผ่นพับ 3 แผ่น ร้อยละ 01.40
13. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทรเกษม มีการใช้สื่อทั้งหมด 175 สื่อ คือ
 - สื่อบุคคล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 01.14
 - แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 0.57
 - แผ่นป้าย จำนวน 130 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 74.29
 - ภาพเขียน/วาด จำนวน 4 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 02.29
 - ภาพถ่าย จำนวน 38 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 21.71

14. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา มีการใช้สื่อทั้งหมด 920 สื่อ คือ

- สื่อบุคคล จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54
- เสียงตามสาย จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.11
- ระบบอัตโนมัติ จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.11
- แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 0.11
- แผ่นป้าย จำนวน 878 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 95.43
- แบบจำลอง จำนวน 1 แบบ คิดเป็นร้อยละ 0.11
- ภาพเขียน/วาด จำนวน 10 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 01.09
- ภาพถ่าย จำนวน 11 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 01.19
- สื่อประเพณี จำนวน 3 งาน ได้แก่ การจัดงานวันเด็ก วันมรดกไทย และวันพิพิธภัณฑ์ไทย คิดเป็นร้อยละ 0.33
- สื่ออื่น ๆ จำนวน 9 ชิ้น ได้แก่ การพันตัวอักษรบนถังขยะ คิดเป็นร้อยละ 0.98

จากผลการศึกษาดังกล่าว ยังพบความแตกต่างของการใช้สื่อในส่วนสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ และส่วนพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กล่าวคือ

1. การใช้สื่อบุคคล ในส่วนของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ จะไม่มีเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่บริการข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ประจำในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ต้องใช้เจ้าหน้าที่คือวิทยากรจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ ที่ตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัดเดิม ถนนศรีสรรเพชญ์ ส่วนพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติทั้ง 2 แห่ง จะมีเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่บริการข้อมูลความรู้ประจำอยู่แต่ละพิพิธภัณฑ์

2. การใช้สื่อเฉพาะกิจ

2.1 แผ่นพับ มีลักษณะการใช้เหมือนสื่อบุคคล คือในสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ จะไม่มีแผ่นพับบริการนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ต้องขอใช้บริการที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ ส่วนพิพิธภัณฑ์จะมีแผ่นพับบริการในแต่ละสถานที่ทั้ง 2 แห่ง

2.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ใด ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ ส่วนในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติมีการนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ แม้จะมีอัตราส่วนที่ไม่มากนัก

2.3 สื่อทัศนศิลป์ ไม่มีการใช้สื่อทัศนศิลป์ประเภทแบบจำลอง ในสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์

ตารางที่ 4 แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร

สถานที่ท่องเที่ยว	สื่อบุคคล				สื่อเฉพาะกิจ								รวม			
	เจ้าหน้าที่	วิทยากร	ชมรม	อื่นๆ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์				สื่อทัศนศิลป์					สื่อประพจน์	สื่ออื่นๆ	
					Slide	V.D.O	สื่อพิมพ์และแผ่นป้าย	สื่อทัศนศิลป์	สื่อทัศนศิลป์	สื่อทัศนศิลป์	สื่อทัศนศิลป์					
1. พระราชวังหลวง	จำนวน	*	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	-	1	-	33
	%	*	-	-	-	-	-	96.97	-	-	-	-	-	03.03	-	100
2. วัดพระศรีสรรเพชญ์	จำนวน	*	-	-	-	-	-	10	2	-	-	-	-	1	-	13
	%	*	-	-	-	-	-	76.92	15.38	-	-	-	-	07.69	-	100
3. วัดพระราม	จำนวน	*	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	1	-	7
	%	*	-	-	-	-	-	85.71	-	-	-	-	-	14.29	-	100
4. วัดมหาธาตุ	จำนวน	*	-	-	-	-	-	7	-	-	-	-	-	1	-	8
	%	*	-	-	-	-	-	87.50	-	-	-	-	-	12.50	-	100
5. วัดราชบูรณะ	จำนวน	*	-	-	-	-	-	7	-	-	-	-	-	1	-	11
	%	*	-	-	-	-	-	63.64	-	-	-	-	-	09.09	-	100
6. วัดโลกยสุธา	จำนวน	*	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	3
	%	*	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	100
7. วัดวรเชษฐาราม	จำนวน	*	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	2
	%	*	-	-	-	-	-	100	-	-	-	-	-	-	-	100
8. วัดไชยวัฒนาราม	จำนวน	*	-	-	-	-	-	47	2	-	-	-	-	1	3	53
	%	*	-	-	-	-	-	88.68	03.77	-	-	-	-	01.89	05.66	100

ตารางที่ 4 (ต่อ)

สถานที่ท่องเที่ยว	สื่อบุคคล				สื่อเฉพาะกิจ										รวม					
	จำนวน	สื่อประเภท	จำนวน	สื่อประเภท	สื่ออิเล็กทรอนิกส์				สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย							สื่อทัศนศิลป์	สื่อประเพณี	สื่ออื่นๆ		
					Slide	V.D.O	เสียงตามสาย	ระบบโทรทัศน์	แผ่นป้าย	หนังสือ	แผ่นป้าย	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย	สื่อทัศนศิลป์						
9. ค่ายชุมชน	จำนวน	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	14
	%	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	07.14	-	100
10. หมู่บ้านโปรตุเกส	จำนวน	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45
	%	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
11. สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์	จำนวน	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
	%	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
12. บึงพระราม	จำนวน	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
	%	*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
รวม	จำนวน	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	215
	%	01.86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
13. พ. จันทระเกษม	จำนวน	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	175
	%	01.14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
14. พ. เจ้าสามพระยา	จำนวน	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	920
	%	00.54	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
รวม	จำนวน	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1095
	%	00.64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
รวมทั้งหมด	จำนวน	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1310
	%	00.84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100

หมายเหตุ : ในส่วนของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีการใช้สื่อบุคคลและแผ่นพับชุดเดียวกัน ก็ต้องติดต่อขอใช้บริการที่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ฯ โดยมีสื่อบุคคล จำนวน 4 คน และแผ่นพับ จำนวน 3 แผ่น และสื่อประเพณี งานแสดงแสงสีเสียงในแต่ละสถานที่อาจไม่มีการจัดทุกปี ขึ้นอยู่กับพิจารณาของคณะกรรมการในแต่ละปี

สำนักพระราชวัง

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อยู่ในความดูแลของสำนักพระราชวัง มี 1 แห่ง คือพระราชวังบางปะอิน มีการใช้สื่อทั้งหมด 52 สื่อ ตามตารางที่ 5 คือ

1. มีการใช้สื่อบุคคล จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.46
2. มีการใช้สื่อเฉพาะกิจ
 - 2.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - เสียงตามสาย จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 01.92
 - ระบบอัตโนมัติคือคอมพิวเตอร์ Multi – media จำนวน 2 เครื่อง ร้อยละ 03.85
 - 2.2 สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย
 - แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 01.92
 - แผ่นป้าย จำนวน 39 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 75.00
 - 2.3 สื่อประเพณี ได้แก่ พระราชพิธีสังเวยพระป้าย และกิจกรรมล่องเรือรอบเกาะบางปะอิน คิดเป็นร้อยละ 03.23

จะเห็นว่า ในพระราชวังบางปะอิน มีการใช้สื่อแผ่นป้ายมากที่สุดถึง 39 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ สื่อบุคคล ร้อยละ 13.46

จังหวัด

สถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง 2 แห่ง ที่อยู่ในความรับผิดชอบของจังหวัด มีการใช้สื่อทั้งหมด 139 สื่อ ตามตารางที่ 6 ดังนี้

1. สื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - slide จำนวน 25 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 17.99
 - เสียงตามสาย จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.72
 - ระบบอัตโนมัติ จำนวน 9 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 06.47
2. สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย
 - แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 0.72
 - แผ่นป้าย จำนวน 64 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 46.04
3. สื่อทัศนศิลป์
 - แบบจำลอง จำนวน 20 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 14.39
 - ภาพเขียน/วาด จำนวน 11 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 07.91
 - ภาพถ่าย จำนวน 3 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 02.16
 - สื่อทัศนศิลป์อื่นๆ คือภาพกระจกแกะสลัก จำนวน 5 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.32

จะเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของจังหวัด มีการใช้สื่อแผ่นป้ายมากที่สุด ถึง 64 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 46.04 รองลงมาคือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภท slide จำนวน 25 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 17.99 และอันดับสามคือสื่อทัศนศิลป์ประเภทแบบจำลอง จำนวน 20 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ 14.39 ซึ่งจะแยกให้เห็นรายละเอียดของการใช้สื่อในแต่ละสถานที่ดังนี้

1. ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา มีการใช้สื่อในสถานที่ ทั้งหมด 113 สื่อ คือ

- slide จำนวน 25 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 22.12
- เสียงตามสาย จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.89
- ระบบอัตโนมัติ จำนวน 9 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 07.96
- แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 0.89
- แผ่นป้าย จำนวน 41 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 36.28
- แบบจำลอง จำนวน 17 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.04
- ภาพเขียน/วาด จำนวน 11 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 07.91
- ภาพถ่าย จำนวน 3 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 02.16
- สื่อทัศนศิลป์อื่น ๆ จำนวน 5 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 03.60

2. พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย

- แผ่นป้าย จำนวน 23 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 88.46
- แบบจำลอง จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.54

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าสถานที่ทั้ง 2 แห่ง มีลักษณะการใช้สื่อที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากลักษณะภารกิจหลักของสถานที่แต่ละแห่ง คือ ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ มุ่งเน้นทางด้าน การศึกษา และพระราชานุสาวรีย์ฯ มุ่งเน้นทางด้าน การเกษตรและการเป็นสถานที่พักผ่อน

ตารางที่ 5 แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของสำนักพระราชวัง

สถานที่ท่องเที่ยว	สื่อบุคคล				สื่อเฉพาะกิจ						รวม					
	เจ้าหน้าที่	พระภิกษุ	แม่ชี	อื่นๆ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์			สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย				สื่อทัศนศิลป์				
					Slide	แผ่นคอมพิวเตอร์	อื่นๆ	หนังสือ	แผ่นป้าย	อื่นๆ			แบบจำลอง	ภาพถ่าย	อื่นๆ	
1. พระราชวังบางปะอิน	จำนวน 7	-	-	-	Slide	1	2	-	หนังสือ	39	-	-	-	2	-	52
	% 13.46	-	-	-	-	01.92	03.85	-	-	75.00	-	-	-	03.85	-	100
รวม	จำนวน 7	-	-	-	-	1	2	-	-	39	-	-	-	2	-	52
	% 13.46	-	-	-	-	01.92	03.85	-	-	75.00	-	-	-	03.85	-	100

ตารางที่ 6 แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของส่วนจังหวัด

สถานที่ท่องเที่ยว	สื่อบุคคล				สื่อเฉพาะกิจ						รวม					
	เจ้าหน้าที่	พระภิกษุ	แม่ชี	อื่นๆ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์			สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย				สื่อทัศนศิลป์				
					Slide	แผ่นคอมพิวเตอร์	อื่นๆ	หนังสือ	แผ่นป้าย	อื่นๆ			แบบจำลอง	ภาพถ่าย	อื่นๆ	
1. ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์	-	-	-	-	Slide	25	1	9	หนังสือ	41	-	-	-	-	-	113
	-	-	-	-	-	22.12	00.89	07.96	-	36.28	-	-	-	-	-	100
2. พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23	-	-	-	-	-	26
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88.46	-	-	-	-	-	100
รวม	-	-	-	-	Slide	25	1	9	-	64	-	-	-	-	-	139
	-	-	-	-	-	17.99	00.72	06.47	-	46.04	-	-	-	-	-	100

คณะสงฆ์

สถานที่ท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานกลุ่มตัวอย่าง 6 แห่ง ซึ่งอยู่ในความดูแลของคณะสงฆ์ของแต่ละวัด มีการใช้สื่อทั้งหมด 368 สื่อ ตามตารางที่ 7 ดังนี้

1. การใช้สื่อบุคคล
 - พระภิกษุ จำนวน 2 รูป คิดเป็นร้อยละ 0.54
 - แม่ชี จำนวน 2 รูป คิดเป็นร้อยละ 0.54
2. การใช้สื่อเฉพาะกิจ
 - 2.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - ระบบอัตโนมัติ จำนวน 9 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 02.45
 - 2.2 สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย
 - แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 0.27
 - หนังสือ จำนวน 4 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 01.09
 - แผ่นป้าย จำนวน 166 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 45.11
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ จำนวน 6 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 01.63
 - 2.3 สื่อทัศนศิลป์
 - แบบจำลอง จำนวน 61 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.58
 - ภาพเขียน/วาด จำนวน 3 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 0.81
 - ภาพถ่าย จำนวน 17 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.62
 - 2.4 สื่อประเพณี จำนวน 10 งาน คิดเป็นร้อยละ 02.72
 - 2.5 สื่ออื่น ๆ จำนวน 87 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 23.64

สถานที่ท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน มีการใช้สื่อแผ่นป้ายมากที่สุด 166 แผ่นป้าย ร้อยละ 45.11 รองลงมาสื่ออื่น ๆ คือการเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 87 ตู้ ร้อยละ 23.64 อันดับที่สามคือการใช้แบบจำลอง จำนวน 61 ชิ้น ร้อยละ 16.58 ซึ่งสามารถแยกการใช้สื่อแต่ละแห่งได้ดังนี้

1. วัดพนัญเชิง มีการใช้สื่อทั้งหมด 88 สื่อ ดังนี้
 - แผ่นป้าย จำนวน 33 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 36.36
 - ภาพถ่าย จำนวน 2 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 02.27
 - สื่อประเพณี ได้แก่ ประเพณีหึ่งกระเจาดและประเพณีห่มผ้าหลวงพ่อ ร้อยละ 02.27
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 51 ตู้ ร้อยละ 57.95
2. วัดนิเวศธรรมประวัติ มีการใช้สื่อทั้งหมด 47 สื่อ คือ
 - สื่อบุคคล แม่ชี จำนวน 1 รูป คิดเป็นร้อยละ 02.13
 - หนังสือ จำนวน 1 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 02.13
 - แผ่นป้าย จำนวน 42 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 89.36
 - สื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ได้แก่ แผ่นปลิวจำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 02.13
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 2 ตู้ ร้อยละ 04.25

ตารางที่ 7 แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบของคณะสงฆ์

สถานที่ท่องเที่ยว	สื่อบุคคล				สื่อเฉพาะกิจ						รวม		
	จำนวน	ค่า	อื่น ๆ	รวม	สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย		สื่อทัศนศิลป์						
					สื่อสิ่งพิมพ์	แผ่นป้าย	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อสิ่งพิมพ์		สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อสิ่งพิมพ์
1. วัดพนัญเชิง	จำนวน	-	-	-	33	-	-	2	-	-	2	5	88
	%	-	-	-	36.36	-	-	02.27	-	-	02.27	57.96	100
2. วัดใหญ่ชัยมงคล	จำนวน	-	-	-	42	3	-	6	-	-	1	3	66
	%	-	-	-	63.65	04.54	-	09.09	-	-	01.51	19.70	100
3. วัดหน้าพระเมรุ	จำนวน	1	1	-	9	-	-	2	-	-	-	14	28
	%	03.57	03.57	-	32.14	-	-	07.14	-	-	-	50.00	100
4. วัดนิเวศธรรมประวัติ	จำนวน	-	1	-	42	1	-	-	-	-	-	2	47
	%	-	02.13	-	89.36	02.13	-	-	-	-	-	04.25	100
5. วัดโก	จำนวน	-	-	-	1	-	61	1	-	-	-	2	73
	%	-	-	-	01.37	-	83.56	01.37	-	-	-	02.74	100
6. วัดนครหลวง	จำนวน	1	-	-	39	2	-	7	-	-	7	5	66
	%	01.51	-	-	59.10	03.03	-	10.61	-	-	10.6	07.58	100
รวม	จำนวน	2	2	-	166	6	61	3	17	-	10	87	368
	%	00.54	00.54	-	45.11	01.63	16.58	00.81	04.62	-	02.72	23.64	100

3. วัดใหญ่ชัยมงคล มีการใช้สื่อทั้งหมด 66 สื่อ คือ
 - หนังสือ จำนวน 1 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 01.51
 - แผ่นป้าย จำนวน 42 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 63.64
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ ได้แก่ แผ่นปลิว จำนวน 3 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 04.54
 - ภาพถ่าย จำนวน 6 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 09.09
 - สื่อประเพณี ได้แก่ ประเพณีห่มผ้าพระเจดีย์ชัยมงคล คิดเป็นร้อยละ 1.51
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 13 ตู้ ร้อยละ 19.70
4. วัดหน้าพระเมรุ มีการใช้สื่อทั้งหมด 28 สื่อ คือ
 - สื่อบุคคลคือ พระภิกษุ จำนวน 1 รูป คิดเป็นร้อยละ 03.57
 - สื่อบุคคลคือ แม่ชี จำนวน 1 รูป คิดเป็นร้อยละ 03.57
 - หนังสือ จำนวน 1 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 03.57
 - แผ่นป้าย จำนวน 9 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 32.14
 - ภาพถ่าย จำนวน 2 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 07.14
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 14 ตู้ ร้อยละ 50.00
5. วัดไก่ มีการใช้สื่อทั้งหมด 73 สื่อ คือ
 - ระบบอัตโนมัติ เป็นระบบหยุดเหรียญ จำนวน 8 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 10.96
 - แผ่นป้าย จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 01.37
 - แบบจำลอง จำนวน 61 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 83.56
 - ภาพเขียนวาด จำนวน 1 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 01.37
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 2 ตู้ ร้อยละ 02.74
6. วัดนครหลวง มีการใช้สื่อทั้งหมด 66 สื่อ คือ
 - สื่อบุคคลคือ พระภิกษุ จำนวน 1 รูป คิดเป็นร้อยละ 01.51
 - ระบบอัตโนมัติ audio reverse จำนวน 1 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 01.51
 - แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 01.51
 - หนังสือ จำนวน 1 เล่ม คิดเป็นร้อยละ 01.51
 - แผ่นป้าย จำนวน 39 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 59.10
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ จำนวน 2 ชุด คิดเป็นร้อยละ 03.03
 - ภาพเขียนวาด จำนวน 2 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 03.03
 - ภาพถ่าย จำนวน 7 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 10.61
 - สื่อประเพณี 7 งาน ได้แก่ งานนมัสการพระพุทธบาทสี่รอย ประเพณีสงกรานต์ งานรวมใจวัดนครหลวง ประเพณีไหว้วัด งานกวนข้าวทิพย์ ประเพณีแห่เทียน และงานตักบาตเทโวปราสาทนครหลวง คิดเป็นร้อยละ 10.61
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 5 ตู้ ร้อยละ 07.58

เอกชน

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 แห่งที่อยู่ในความรับผิดชอบของภาคเอกชน มีการใช้สื่อทั้งหมด 365 สื่อ ตามตารางที่ 8 ดังนี้

1. การใช้สื่อบุคคล จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.82
2. การใช้สื่อเฉพาะกิจ แบ่งออกเป็น
 - 2.1 สื่อสิ่งพิมพ์และแผ่นป้าย
 - แผ่นพับ จำนวน 4 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 01.10
 - แผ่นป้าย จำนวน 289 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 79.18
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ จำนวน 17 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 04.66
 - 2.2 สื่อทัศนศิลป์
 - ภาพถ่าย จำนวน 15 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.11
 - 2.3 สื่อประเพณี จำนวน 6 งาน คิดเป็นร้อยละ 01.64
 - 2.4 สื่ออื่น ๆ จำนวน 31 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 08.40

การใช้สื่อของภาคเอกชน มีการใช้สื่อแผ่นป้ายมากที่สุด 289 แผ่นคิดเป็นร้อยละ 79.18 รองลงมาคือการใช้สื่ออื่น ๆ 31 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 08.40 และอันดับสาม มีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ 17 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 04.66 เพื่อความชัดเจนสามารถแยกรายละเอียดการใช้สื่อในแต่ละสถานที่ได้ดังนี้

1. วิหารพระมงคลบพิตร มีการใช้สื่อทั้งหมด 110 สื่อ คือ
 - แผ่นป้าย จำนวน 56 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 50.91
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ ได้แก่ แผ่นกระดาษที่ติดตามตู้ต่าง ๆ จำนวน 17 แผ่น ร้อยละ 15.45
 - ภาพถ่าย จำนวน 15 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 13.64
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนตู้รับบริจาค จำนวน 22 ตู้ ร้อยละ 20.00
2. ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร มีการใช้สื่อทั้งหมด 238 สื่อ คือ
 - สื่อบุคคลคือเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 01.25
 - แผ่นพับ จำนวน 3 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 01.25
 - แผ่นป้าย จำนวน 219 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 91.63
 - สิ่งพิมพ์อื่น ๆ ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจพิเศษ ที่ทำขึ้นเฉพาะงานเทศกาลได้แก่ แผ่นปลิวโปสเตอร์ และแผ่นพับ ซึ่งมีจำนวนที่เปลี่ยนไปทุกครั้ง ไม่สามารถระบุเป็นค่าร้อยละได้
 - สื่อประเพณี 4 งาน ได้แก่ งานศิลปาชีพ งานลอยกระทง งานเดินวิ่งเฉลิมพระเกียรติ และการสาธิตการผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 01.67
 - สื่ออื่น ๆ ได้แก่ การเขียนข้อความลงบนกระแจก จำนวน 9 แผ่น ร้อยละ 19.03
3. ปางช้างอยุธยาแลเพนียด มีการใช้สื่อทั้งหมด 17 สื่อ คือ
 - แผ่นพับ จำนวน 1 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 05.88
 - แผ่นป้าย จำนวน 14 แผ่น คิดเป็นร้อยละ 82.35
 - สื่อประเพณี ได้แก่ พิธีคล้องช้าง และ กิจกรรมขี่ช้าง คิดเป็นร้อยละ 11.76

ตารางที่ 8 แสดงการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ในความรับผิดชอบขององค์กรเอกชน

สถานที่ท่องเที่ยว	สื่อบุคคล					สื่อเฉพาะกิจ							รวม						
	จำนวน	พระภิกษุ	แม่ชี	อื่นๆ	V.D.O	สื่ออิเล็กทรอนิกส์					สื่อทัศนศิลป์			สื่อประเพณี	สื่ออื่นๆ				
						Slide	เสียงตามสาย	ระบบอัตโนมัติ	จอภาพ	จอทีวี	จอคอมพิวเตอร์	ป้าย				รูปถ่าย			
1. วิหารพระมงคลบพิตร	จำนวน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	จอทีวี	17	56	15	-	-	22	110
	%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	จอทีวี	15.45	50.91	13.64	-	-	-	20.00	100
2. ศูนย์ศิลปศึกษาบางไทร	จำนวน	3	-	-	-	-	-	-	-	-	จอทีวี	*	219	-	-	-	4	9	238
	%	01.25	-	-	-	-	-	-	-	-	จอทีวี	*	91.63	-	-	-	01.67	19.03	100
3. ปางช้างแลเพลินียตอยุธยา	จำนวน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	จอทีวี	-	14	1	-	-	2	17	100
	%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	จอทีวี	-	82.35	05.88	-	-	11.76	-	100
รวม	จำนวน	3	-	-	-	-	-	-	-	-	จอทีวี	17	289	15	-	-	6	31	365
	%	00.82	-	-	-	-	-	-	-	-	จอทีวี	04.66	79.18	04.11	-	-	01.64	08.49	100

หมายเหตุ * เป็นสื่อเฉพาะกิจพิเศษที่จัดทำขึ้นเมื่อมีงานพิเศษต่าง ๆ ไม่สามารถระบุจำนวนได้

2. การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Grant W. Sharp เป็นกรอบในการวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใน 3 แนวทางคือ การสร้างการดึงดูดใจ การสร้างความรู้ความเข้าใจ และการใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ในส่วนนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อบุคคลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.2 การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.1 การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อบุคคลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการใช้สื่อบุคคล คือ สถานที่ท่องเที่ยวในความดูแลของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทรเกษม พระราชวังบางปะอิน ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร วัดนครหลวง วัดนิเวศธรรมประวัติ และวัดหน้าพระเมรุ รวมทั้งหมด 21 คน ซึ่งสื่อบุคคลกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ มีหน้าที่โดยตรงในการบริการข้อมูลกับนักท่องเที่ยว เป็นบุคคลที่จะต้องพบปะมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอโดยตรง ถือได้ว่าเป็นภาพพจน์ของสถานที่ท่องเที่ยวและประเทศชาติ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากการสอบถามสื่อบุคคลกลุ่มตัวอย่าง ได้คำตอบที่คล้ายกันว่าบุคคลที่จะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวได้ดีและมีประสิทธิภาพ ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. บุคลิกท่าทางดี
2. กริยาสุภาพ
3. มีความรู้ดีเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบและองค์กรของตน
4. มีความรู้ทั่วไปดี
5. มีความสามารถด้านการติดต่อ
6. มีความอดทนอดกลั้น
7. มีความรับผิดชอบสูง
8. มีความซื่อสัตย์
9. มีความเชื่อมั่นในตนเองและมีความตั้งมั่นเพื่อความสำเร็จในการทำงาน
10. มีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
11. ไม่หยุดนิ่งรู้จักหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
12. มีพัฒนาการทางการใช้ภาษา
13. ฯลฯ

อย่างไรก็ดี ในการศึกษานี้ได้แยกวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเป็น 3 แนวทาง ในรายละเอียดของสื่อบุคคลดังนี้

(1) การสร้างการดึงดูดใจ

จากการสัมภาษณ์สื่อบุคคลกลุ่มตัวอย่าง พบว่าสื่อบุคคลมีวิธีการสร้างการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ

1.1 การสร้างการดึงดูดใจด้วยบุคลิกภาพทั้งทางกายและทางอารมณ์ ซึ่งถือว่าเป็นจุดที่สร้างความประทับใจครั้งแรก (first impression) ให้เกิดกับนักท่องเที่ยว ที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการต่อไป ซึ่งสื่อบุคคลเหล่านี้มีความคิดเห็นว่า สื่อบุคคลจำเป็นต้องสร้างการดึงดูดใจให้เกิดกับนักท่องเที่ยวที่จะมีผลต่อการปฏิบัติงาน และเห็นว่าบุคลิกลักษณะของตนมีความจำเป็นและมีส่วนในการสร้างการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะท่าทาง กริยามารยาท การแต่งกาย หรืออารมณ์

“ความประทับใจครั้งแรกจะทำให้เขาสนใจที่จะฟังเราพูด มันไม่ใช่ที่รูปร่างหน้าตา แต่เป็นการแสดงออกของความเป็นมิตร ถ้าคุณเป็นนักท่องเที่ยวและต้องมาพบกับไกด์ที่หน้าตาบึ้งตึง บอกบุญไม่รับ แน่แน่นอนความสนุกความสนใจคุณลดลง คุณคงไม่อยากเดินทางไปกับไกด์นั้น ทุกอย่างคุณแล้วต้องรู้สึกสบายตาไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ลักษณะท่าทาง” (ธีรวัฒน์ กิ่งแก้วโสภณ, สัมภาษณ์)

“การแต่งกายก็มีส่วนในการสร้างความสนใจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทุกวันพุธ เราจะให้เจ้าหน้าที่ทุกคนแต่งกายด้วยชุดไทย มันจะสร้างความน่าสนใจ ความประทับใจ และยังถ่ายทอดถึงวัฒนธรรมไทยอีกด้วย” (พิชัย วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์)

“ผู้พูดจะดูน่าสมเพชแค่ไหน ถ้ามีท่าทางอึดโรยและจิตซีด เงอะ ุงะ ุงะ ุงะ ุงะ ุงะ ุงะ ุงะ ุงะ ุงะ ุงะ เหมือนตัวตลก....อารมณ์ขันจะช่วยลดความตึงเครียดหรือความกดดันทั้งจากสภาพความแออัด หรืออากาศที่ร้อนอบอ้าว การสอดแทรกอารมณ์ขันจะเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและตั้งใจที่จะฟังเราพูดมากขึ้น” (เศรษฐเนตร มั่นใจจริง, สัมภาษณ์)

“บางครั้งการพูดอย่างเดียว ก็ไม่สามารถถ่ายทอดถึงอารมณ์และมโนภาพในสิ่งที่พูดได้ กริยาท่าทางจะเป็นตัวประกอบสร้างความตื่นเต้น ความรู้สึก ความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้” (วิทยา ศรีนวน, สัมภาษณ์)

1.2 การสร้างการดึงดูดใจด้วยทักษะทางการสื่อสาร บุคลิกลักษณะไม่ใช่สิ่งเดียวที่จะสร้างการดึงดูดใจได้ อาจเพียงชั่วขณะเท่านั้น และเป็นเพียงขั้นแรกของการสร้างการดึงดูดใจ หน้าที่สำคัญของสื่อบุคคลคือการให้ข้อมูลความรู้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นทักษะการสื่อสารจึงถือเป็นเรื่องสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและติดตาม คือ

1.2.1 เนื้อหาสาระที่จะทำการสื่อสาร เนื้อหาสาระ คือเป้าหมายหลักที่สื่อบุคคลต้องการที่จะกระทำให้นักท่องเที่ยวให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ดังนั้นสื่อบุคคลต้องรู้ว่าจะสื่อสารอะไร อย่างไร

“ไม่มีใครอย่างฟังคุณพูดเรื่องไร้สาระ และไม่มีเหตุผล” (วิชัย ธาระพูน, สัมภาษณ์)

1.2.2 รู้จักนักท่องเที่ยว แม้ว่าเนื้อหาสาระจะเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ แต่การพูดไม่ใช่เพียงการพูดแต่ข้อมูลทางวิชาการหรืออัดแน่นด้วยความรู้อย่างเดียว แต่การพูดต้องคำนึงถึงนักท่องเที่ยวด้วยว่าเขาเป็นใคร เพราะนักท่องเที่ยวดแต่ละกลุ่มย่อมมีสถานภาพที่แตกต่างกัน ดังนั้นเนื้อหาที่จะสื่อสารออกไปก็ย่อมมีความแตกต่างกันด้วยเช่นกัน

“ วยมีส่วนต่อการพูด คนหนุ่มสาวจะชอบความสนุกสนานและเรื่องตลก ตื่นเร้าอารมณ์ ไม่เหมือนกลุ่มผู้สูงอายุจะเอาจริงเอาจังต้องการเหตุผล เนื้อหาจึงต้องแน่นขึ้น ส่วนเด็กจะมีความสนใจช่วงระยะสั้นมีความเพื่อง่ายมากกว่าสนใจในข้อเท็จจริง” (พัชรภรณ์ แก้วเขตการ, สัมภาษณ์)

“ เราต้องรู้จักสังเกตว่าผู้ฟังเป็นอย่างไร เขาต้องการอะไร อยากรู้อะไร อยู่ในอารมณ์ไหน การพูดแต่ละครั้งของหลวงพ่อก็ไม่เหมือนกันหรอก่อนจะขึ้นอยู่กับผู้ฟัง” (พระครูปลัดสุรินทร์ กิตติโก, สัมภาษณ์)

1.2.3 ภาษาและวิธีการพูด การพูดต้องมีน้ำเสียงที่ชัดเจน ใช้ภาษาพูดที่สุภาพ และต้องเข้าใจง่าย

“ ถ้าเราพูดค่อย ยังกนักท่องเที่ยวยังมีจำนวนมาก เขาจะไม่ได้ยินเราพูด ยิ่งไม่ได้ยิน เขาก็ยิ่งจะไม่สนใจเลย การพูดเสียงดัง ชัดเจน จะทำให้นักท่องเที่ยวยังสนใจที่จะฟัง ไม่ใช่เสียงดังอย่างเดียว แต่ต้องมีลีลาการพูดด้วย ” (พิชัย วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์)

“ ภาษานี้สำคัญ ถ้าเราใช้ภาษาวิชาการตามที่เรารเรียนมา เขาไม่ค่อยรู้จักหรือไม่เคยได้ยิน เขาก็จะไม่เข้าใจ นักท่องเที่ยวก่อนมาเป็นกลุ่มโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยมักไม่ชอบถาม เมื่อฟังไม่เข้าใจก็จะไม่สนใจฟังเลย อย่างเช่น กลุ่มเด็ก เราต้องใช้ภาษาที่ง่าย ๆ และเขารู้จัก เช่น เราใช้คำราชาศัพท์ เด็ก ๆ ไม่เข้าใจเลยว่าคืออะไร ผู้ใหญ่บางคนยังไม่รู้เลยว่าคืออะไร เราต้องบอกอีกทีว่าคำราชาศัพท์นั้นแปลว่าอะไร” (เพชรลดา สวัสดิ์สุวรรณค์, สัมภาษณ์)

(2) การให้ความรู้ความเข้าใจ

การให้ความรู้ความเข้าใจถือเป็นหน้าที่หลักของสื่อบุคคล ในการเป็นตัวกลางถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวก เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่ากลับไป จากการสัมภาษณ์สื่อบุคคลของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง พบว่ามีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวกให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือข้อมูลที่จะอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แต่จะมีความแตกต่างกันในด้านของเนื้อหาการให้ข้อมูล ซึ่งขึ้นอยู่กับจุดขายและองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น

2.1 สื่อบุคคลของพระราชวังบางปะอิน จะมีการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างและสถานที่ที่น่าสนใจในพระราชวังบางปะอินมากที่สุด ในขณะที่การให้ความรู้เกี่ยวกับงานศิลปะหัตถกรรมและพิธีกรรมน้อยมาก

“ความโดดเด่นของพระราชวังบางปะอินที่แตกต่างจากสถานที่อื่นคือความหลากหลายของสถาปัตยกรรมทั้งไทยจีนและยุโรป เราจะเน้นข้อมูลจุดนี้มาก” (สุรีพร ธาระพูน, สัมภาษณ์)

2.2 สื่อบุคคลของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ จะมีความหลากหลายของการให้ความรู้ความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างพิธีกรรม ความเชื่อ ประเพณี สิ่งที่น่าสนใจ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

“สถานที่ท่องเที่ยวในอุทยานมีมากมายหลายแห่ง แต่เวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีน้อย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มซึ่งมักจะมาวันเดียว การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมชมในโอกาสต่อไป” (คุณเพชรลดา สวัสดิ์สรวงค์, สัมภาษณ์)

“หน้าที่ของเราไม่ใช่การนำชมโบราณสถานอย่างเดียว แต่มีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลอื่น ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์ เช่น การถามเส้นทาง การเดินทาง ที่พัก สถานที่ที่น่าสนใจ ซึ่งเราต้องสามารถให้ข้อมูลกับเขาได้” (คุณพัชรภรณ์ แก้วเขตการ, สัมภาษณ์)

2.3 ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จะมีการให้ความรู้ในเรื่องงานศิลปหัตถกรรมมาก เพราะจุดเด่นของศูนย์ฯ อยู่ที่การเป็นแหล่งผลิตศิลปหัตถกรรม รองลงมาคือสถานที่ที่น่าสนใจในศูนย์ และเรื่องราวพระราชกรณียกิจของสถาบันพระมหากษัตริย์

“เราจะเน้นในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานผลิตศิลปหัตถกรรม ซึ่งจะมีผลต่อการสร้างรายได้ของศูนย์ฯ ส่วนนกเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่เรามักจะแนะนำให้นักท่องเที่ยวเข้าชม” (ธีรวัฒน์ กิ่งแก้วโสภณ, สัมภาษณ์)

2.4 วัดนครหลวง จะเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพุทธศาสนา

“มันไม่ใช่การท่องเที่ยว มันเป็นการศึกษาหาความรู้ ปราสาทนครหลวงมีลักษณะพิเศษอย่างไร ไม่ใช่มาเที่ยว ไม่ใช่แค่มาดู มาแล้วต้องได้อะไรกลับไปที่จะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตได้” (พระครูปลัดสุรินทร์ กิตติโก, สัมภาษณ์)

(3) การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว

สื่อบุคคลจะมีส่วนช่วยในการดูแลควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวได้ง่าย เพราะมีโอกาสอยู่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการช่วยหลีกเลี่ยงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสถานที่ท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยว ในการสัมภาษณ์สื่อบุคคลกลุ่มตัวอย่างพบว่า ในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สื่อบุคคลจะดูแลและควบคุมพฤติกรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยวไปด้วย เพราะถือว่าเป็นหน้าที่ที่จะต้องดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการให้ความรู้

“เราต้องบอกนักท่องเที่ยวให้ช่วยกันระวัง และช่วยกันรักษาโบราณสถานเหล่านี้ให้คงอยู่ ไม่ขีดเขียนหรือเก็บเศษก้อนอิฐไปเป็นที่ระลึก ไม่ทิ้งขยะ บอกเหตุผลให้เขาเข้าใจ ถ้าเราไม่ทำตรงนี้วันหนึ่งเราก็ไม่เหลืออะไร รวมถึงงานด้วย” (เศรษฐเนตร มั่นใจจริง, สัมภาษณ์)

สื่อบุคคลจึงมีส่วนร่วมในการดูแลและควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการห้ามไม่ให้นักท่องเที่ยวกระทำการบางอย่างในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว การเตือนถึงอันตรายหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว การแนะนำให้กระทำการบางอย่าง การบอกทิศทาง และ

การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวได้รับผลกระทบต่าง ๆ น้อยที่สุด แต่จะมีความแตกต่างกันบ้างในรายละเอียดและลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น

3.1 สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบมาก และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ซึ่งมีความบอบบาง และได้รับผลกระทบได้ง่าย การดูแลนักท่องเที่ยวมักจะเป็นเรื่องของอันตรายจากลักษณะทางกายภาพของโบราณสถาน การแนะนำการกระทำที่เหมาะสมในโบราณสถานเป็นส่วนมาก

“ก็มีการเตือนให้นักท่องเที่ยวระวังอุบัติเหตุ เพราะนักท่องเที่ยวจะชอบยืนหรือป็นขึ้นบนพระเจดีย์ หรือพระปราสาทต่าง ๆ บางทีก็ปีนแอ็คชั่นถ่ายรูป ถ่ายไปถ่ายมาตกลงมาก็มีเหมือนกัน” (พัชรภรณ์ แก้วเขตการ, สัมภาษณ์)

“นักท่องเที่ยวต่างชาติมักจะไม่เข้าใจในพุทธศาสนา ไม่รู้ที่ต่ำที่สูง ก็มักจะขึ้นไปนั่งหรือท้าวที่พระพุทธรูปตามระเบียบคด ก็ต้องห้ามต้องเตือนเขาว่ากระทำของคุณไม่ถูกต้องในสังคมไทย” (เพชรลดา สวัสดิ์สรรวงศ์, สัมภาษณ์)

“ก็จะมีการบอกเส้นทางเดินชมให้เขา เพราะนักท่องเที่ยวจะไม่ว่าบ้านใดอยู่ตรงไหน ก็ปีนกันไปทั่วทั้งที่มีทางขึ้น แต่เขาไม่รู้ ตรงนี้เราต้องบอก เพราะไม่ใช่ว่าอาจเกิดอุบัติเหตุกับเขาอย่างเดียว แต่ของเราจะพังด้วย” (เศรษฐเนตร มั่นใจจริง, สัมภาษณ์)

“ถ้านักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก เราจะใช้วิธีการกระจายแบ่งนักท่องเที่ยวไปตามจุดต่าง ๆ อย่างบริเวณนี้มีทั้งพระราชวัง วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร คุ่มขุนแผน วัดพระราม เราก็กระจายนักท่องเที่ยวได้ สลับกันเดินชม” (พัชรภรณ์ แก้วเขตการ, สัมภาษณ์)

3.2 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา มักจะเป็นการเตือนเรื่องการปฏิบัติตนในการเข้าชมเนื่องจากสถานที่เป็นอาคารจัดแสดงและมีเจ้าหน้าที่ดูแลประจำอยู่ทุกอาคาร ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวจึงไม่ค่อยมี

“ปัญหาส่วนมากก็คือ ก่อนเข้าชมนักท่องเที่ยวมักไม่อ่านกฎเกณฑ์ข้อห้ามต่าง ๆ ที่ติดไว้ตรงประตูทางเข้า และมักทำผิดบ่อย ๆ คือการถ่ายรูปภายใน ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวก้าวเข้ามา เราจะรีบบอกเขาเลยว่า ห้ามถ่ายรูป” (พิชัย วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์)

3.3 พระราชวังบางปะอิน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพระราชฐาน จึงมีกฎเกณฑ์การปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวค่อนข้างมาก และสื่อบุคคลก็ต้องทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งมักจะเป็นกฎข้อห้ามต่าง ๆ

“โดยทั่วไป จะไม่ค่อยมีปัญหาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวมากนัก เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับบริษัททัวร์ ซึ่งไกด์เขาจะบอกนักท่องเที่ยวก่อนแล้วว่า มีกฎเกณฑ์การเข้าชมอย่างไร แต่ก็มีเหมือนกันที่ไม่ปฏิบัติตามกฎ โดยเฉพาะการใส่กางเกงขาสั้น เสื้อแขนกุด เราก็ไม่อนุญาตให้เข้า เพราะเป็นเขตพระราชฐาน ต้องเคารพสถานที่” (วิชัย ธาระพุ่ม, สัมภาษณ์)

“นักท่องเที่ยวบางคนไม่เข้าใจ เราก็ต้องอธิบายให้เขาเข้าใจว่าทำไมเราต้องห้ามคุณดูที่กระเบื้องนี้เป็นของโบราณวาดด้วยมือ เห็นไหมว่ามันลบเลือนไปแค่ไหน เพราะอะไรผลออกมาเป็นอย่างนี้ เราจำเป็นต้องอนุรักษ์ไว้” (มินดามัน ชูบรรจง, สัมภาษณ์)

“ ปัญหาจากนักท่องเที่ยว เห็นจะเป็นเรื่องการฝ่าฝืนข้อห้ามของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการถ่ายรูป และการเข้าไปในบริเวณที่ห้ามเข้า โดยมากเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเราจะรีบเตือนเขาก่อนว่าที่นี่ห้ามถ่ายรูป ใครถ่ายเราจำเป็นต้องยึดฟิล์ม ก็มีที่เตือนแล้วเขาก็ยังถ่าย เราก็ต้องยึดฟิล์มจริง ๆ ” (ประดิษฐ์ บุญประคอง, สัมภาษณ์)

3.4 ศูนย์ศิลปาชีพ ไม่มีกฎเกณฑ์ข้อห้ามมากนัก เนื่องจากมีเนื้อที่ขนาดใหญ่ การดูแลทั่วไปค่อนข้างทำได้ยาก การดูแลนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของการแนะนำเส้นทางเป็นส่วนใหญ่

“ การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว เราใช้ target group เป็นตัวกระจายนักท่องเที่ยวไปยังจุดต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านสีภาค กลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนนก กลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย การห้ามการเดินส่วนใหญ่ไม่มี การบอกเส้นทางนี้ค่อนข้างมาก เพราะศูนย์มีขนาดใหญ่พื้นที่มากและสถานที่ต่าง ๆ ค่อนข้างอยู่กระจัดกระจาย และตอนนี้เราอยู่ระหว่างการก่อสร้างหลายอย่าง ป้ายบอกทางก็ไม่มี นักท่องเที่ยวมักจะสับสนไปไม่ถูก ” (ธีรวัฒน์ กิ่งแก้วโสภณ, สัมภาษณ์)

ดังนั้น ในการวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อบุคคลในการพัฒนาการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ว่า สื่อบุคคลมีการสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางบุคลิกภาพและวิธีการสื่อสาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจต่อตัวสื่อบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว และมีการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวให้ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด

2.2 การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์สื่อเฉพาะกิจ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาใน 3 แนวทาง ซึ่งจะวิเคราะห์เป็นองค์การดังต่อไปนี้

สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 กรมศิลปากร

จากการศึกษาสื่อเฉพาะกิจ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา มีแนวทางการใช้สื่อดังนี้

(1) การสร้างการดึงดูดใจ

การวิเคราะห์การสร้างการดึงดูดใจแยกพิจารณาเป็น 2 ประเด็น คือ การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางกายภาพ และการสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยา ดังนี้

1.1 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางกายภาพ

เนื่องจากการศึกษาลักษณะทางกายภาพ จึงขอเสนอผลการศึกษาแยกเป็นรายชื่อไปดังนี้

1.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ มีการออกแบบที่ดูสวยงามน่าอ่าน ทั้งการเรียงลำดับเนื้อหา การใช้โทนสีเย็นของพื้นกระดาษทำให้ดูสบายตา มีการใช้ภาพสีประกอบทำให้สามารถถ่ายทอดสิ่งที่จะนำเสนอได้ดี แม้ว่าแผ่นพับจะมีลักษณะที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี แต่ตำแหน่งที่ตั้งของสื่อไม่สามารถสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจาก

แผ่นพับดังกล่าวไม่มีการวางในตำแหน่งที่นักท่องเที่ยวยสามารถเห็นและหยิบอ่านได้ คือไม่ได้วางตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวต้องไปขอจากเจ้าหน้าที่ที่สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ฯ

นอกจากนี้ ยังมีเอกสารสิ่งพิมพ์ถ่ายสำเนา ซึ่งไม่สามารถสร้างความน่าสนใจได้เลย เป็นสิ่งพิมพ์ที่ทำจากกระดาษถ่ายเอกสาร A 4 ไม่น่าสนใจทั้งการวางรูปแบบ การลำดับเนื้อหา สีสรรและความสวยงาม แม้จะวางอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวมักไม่ให้ความสนใจ นอกจากนี้ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่ต้องการข้อมูลสำหรับทำรายงาน เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับเอกสาร

สำหรับสื่อแผ่นพับของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม มีการวางรูปแบบที่สวยงาม ทั้งการใช้ภาพประกอบ การเรียงลำดับเนื้อหาที่อ่านง่ายชัดเจน ส่วนแผ่นพับของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา เป็นแผ่นพับที่ยังไม่เคยมีการปรับปรุงมากกว่า 10 ปี จึงมีลักษณะที่ไม่น่าสนใจ เนื้อหาไม่ถูกต้องตามการเปลี่ยนแปลงของพิพิธภัณฑสถาน และการใช้ระบบพิมพ์ 2 สี คือ ขาว น้ำเงิน ทั้งข้อความและภาพประกอบ ทำให้เป็นแผ่นพับที่ไม่มีความน่าสนใจ

1.1.2 แผ่นป้าย เป็นสื่อที่ใช้มากที่สุด ตำแหน่งที่ตั้งของสื่อส่วนใหญ่อยู่ในจุดที่เหมาะสม มองเห็นได้ง่าย ได้แก่ บริเวณทางเข้า ตามทางสัญจร ทางแยกต่าง ๆ ภายใน บริเวณตำแหน่งของสิ่งที่ต้องการนำเสนอ ในด้านความสวยงาม แผ่นป้ายส่วนใหญ่ได้รับการออกแบบให้มีความกลมกลืนกับสถานที่ มีการใช้วัสดุที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เช่น การใช้อิฐ หรือมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น เช่น การใช้รูปทรงของหลังคาบ้านทรงไทยในการออกแบบสร้างแผ่นป้าย

อย่างไรก็ดี แม้ว่าจะมีรูปลักษณะการออกแบบที่สวยงามกลมกลืน และตำแหน่งการวางสื่อที่เหมาะสม แต่พบว่า แผ่นป้ายหลายแห่ง โดยเฉพาะแผ่นป้ายที่ตั้งอยู่กลางแจ้ง ไม่สามารถสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวอ่านได้ เนื่องจากข้อความที่ปรากฏบนสื่อไม่มีความชัดเจน หลุดลอกเลือนหาย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถอ่านข้อความเหล่านั้นได้

1.1.3 สื่อประเพณี สำหรับงานเทศกาลประเพณีที่จัดขึ้น ได้แก่ งานวันมรดกโลก ที่จัดเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีกิจกรรมมากมายหลายรูปแบบในความร่วมมือของหลายองค์กร แต่ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวจะมีการจัดแสดงที่ใช้ระบบเทคนิคแสงเสียง ในเขตโบราณสถานสำคัญเพื่อสร้างความน่าสนใจ โดยการสร้างการดึงดูดใจด้วยการจัดแสดง 2 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 การแสดงแสงเสียงประกอบจินตภาพ (Imaginary Light and Sound Presentation) โดยใช้วิทยาการด้านการให้แสง (lighting terminology) มาประยุกต์โดยคำนึงถึงธรรมชาติของแสงและสีในสถานที่โล่งแจ้ง (nature of light and colour in the open air) ซึ่งจะช่วยในการดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพสถาปัตยกรรมของโบราณสถานให้ปรากฏออกมาในลักษณะต่าง ๆ ได้หลากหลาย ผสมผสานกับระบบเสียงดนตรีหรือเสียงประกอบ (sound effect) และเพิ่มการดึงดูดใจด้วยการแสดงสดเพียงบางส่วนมาประกอบ เพื่อสื่อความหมายของเนื้อหาให้ชัดเจน เช่น การแสดงฟ้อนรำ จินตลีลา ขบวนแห่ เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 การแสดงละครประกอบแสงเสียง (Dramatic Light and Sound Presentation) นอกจากการใช้เทคนิคด้านเสียงและแสงแล้ว จะมีการแสดงละครและเพิ่ม

เทคนิคพิเศษด้านฉากและอื่น ๆ สร้างเสริมอารมณ์และบรรยากาศการแสดงนี้จะสามารถสื่อความเข้าใจในเนื้อหาได้ดี

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมที่จัดขึ้นในส่วนของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เจ้าสามพระยา ใช้การดึงดูดใจด้วยการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ และการจัดนิทรรศการ การจัดแสดงศิลปวัตถุ ที่ไม่ได้จัดให้ชมตามปกติ เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

1.1.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อที่มีอยู่ไม่สามารถสร้างการดึงดูดใจได้เลยเนื่องจากไม่สามารถใช้งานได้ในปัจจุบัน ขาดการดูแลซ่อมแซม มีสภาพที่เก่า ไม่น่าสนใจ

1.1.5 สื่อทัศนศิลป์ จะเป็นการใช้รูปถ่ายสีและเพิ่มความสวยงามในการสร้างการดึงดูดใจ ด้วยการใส่แสงประกอบในลักษณะที่เรียกว่า ดูราแทน ทำให้เกิดภาพที่ชัดเจนมีสีสันสวยงามสามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้ดี

1.2 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยา

จากการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในความดูแลของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ มีการใช้ลักษณะทางจิตวิทยาในการสร้างเนื้อหาสาร (massage content) เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจติดตามเนื้อหาสารนั้นโดยการใช้จุดเร้าใจที่เป็นเหตุผล (logical appeal) และจุดเร้าใจทางอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ (emotional appeal) ดังนี้

1.2.1 การใช้ จุดเร้าใจที่เป็นเหตุผล (logical appeal)

พบว่าเนื้อหาสารของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีการใช้ logical appeal เนื่องจากการมีจุดขายในด้านประวัติศาสตร์ สารจึงเป็นเรื่องที่ถ่ายทอดความจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงต้องใช้ความจริงความมีเหตุผลมาใช้กับเนื้อหาสารเพื่อยืนยันและให้น้ำหนักความน่าเชื่อถือกับสาร เพื่อเร้าใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและเชื่อมั่นในความเป็นจริงถูกต้องของสารนั้น ซึ่งสารที่สถานที่ท่องเที่ยวในความดูแลของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ มีการใช้ logical appeal ในลักษณะต่อไปนี้

1.2.1.1 การแสดงหลักฐาน (evidence) เป็นการแสดงข้อเท็จจริงที่สามารถพิสูจน์หรือเห็นได้มาไว้ในเนื้อหาสาร เป็นการให้รายละเอียด (detail) ของหลักฐานจริง (real evidence) เพื่อสร้างความเข้าใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ดังตัวอย่างแผ่นป้ายในวัดไชยวัฒนาราม

“ บริเวณนี้เป็นแหล่งผลิตปูน เพื่อใช้ในการก่อสร้างวัดไชยวัฒนาราม ยังปรากฏเตาเผาหินปูนและบ่อหมักปูน จากการขุดแต่งบริเวณนี้พบก้อนหินปูนและเศษถาดปูนทับถมอยู่ในชั้นดินจำนวนมาก ”

นอกจากนี้ยังสามารถใช้สถิติ (statistics) แสดงปริมาณหรือจำนวนของจุดขาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ว่ามีหลากหลายในจุดขาย การให้ข้อมูลจำนวนจะเป็นสิ่งที่รับรองได้ว่านักท่องเที่ยวสามารถพบจุดขายเหล่านั้นได้ ดังตัวอย่างเนื้อหาในแผ่นพับของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ ดอนหนึ่งว่า

“ สิ่งก่อสร้างทั้งภายในและรอบเกาะเมืองในสมัยอยุธยา ที่หลงเหลือหลักฐานให้เห็นมากที่สุดคือ วัดที่มีไม่น้อยกว่า 400 วัด ”

และเนื่องจากความที่เป็นโบราณสถาน และสถานที่เก็บรักษา โบราณวัตถุ ซึ่งบางส่วนได้ถูกทำลายลงเหลือเพียงรากฐาน เศษวัสดุ หรือบางส่วนไม่เหลือหลักฐานอยู่เลย ทำให้ไม่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ในความเป็นจริงได้ จึงจำเป็นต้องแสดงหลักฐานที่มาของสารนั้น หรือแสดงความถูกต้องของเนื้อหาสาร จึงมักใช้การอ้างถึงหนังสือ หรือเอกสารเก่าที่มีการบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ไว้แต่อดีต หรือได้รับการยอมรับหรือยกย่อง ดังตัวอย่างแผ่นป้ายในพระราชวังจันทน์เกษม

“ มีหลักฐานจากเอกสารกองจดหมายเหตุว่า พระยาโบราณราชธานินทร์ขุดพบพระพิฆเนศวร 2 องค์ จากบริเวณศาลพระกาฬใกล้กับสี่แยกตะแลงแกง (บริเวณศาลหลักเมืองปัจจุบัน) ซึ่งอาจเป็นพระพิฆเนศวร 2 องค์ที่อยู่ในพระราชวังจันทน์เกษมนี่ก็ได้ ”

1.2.1.2 การให้พยาน (testimony) การอ้างถึงคำพูดหรือความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในเนื้อหาสารให้กับผู้รับสาร ให้เกิดความมั่นใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่นั้น ๆ ซึ่งพบว่าในส่วนของกรมศิลปากรมีเพียงที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ที่กล่าวอ้างถึงพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของพิพิธภัณฑสถาน ดังตัวอย่าง

“ โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และโบราณสถานทั้งหลายนั้น ล้วนเป็นของมีคุณค่าและจำเป็นแก่การศึกษา ค้นคว้าในทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและโบราณคดี เป็นเครื่องแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองของชาติไทยที่มีมาแต่อดีตกาล สมควรจะสงวนรักษาให้คงทนถาวร เป็นสมบัติส่วนรวมของชาติไว้ตลอดกาล โดยเฉพาะโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ ควรจะได้มีพิพิธภัณฑสถานเก็บรักษาและตั้งแสดงให้นักศึกษาและประชาชนได้ชม และศึกษาหาความรู้ให้มากและทั่วถึงยิ่งกว่าที่เป็นอยู่ขณะนี้ (จากพระราชดำรัสตอนหนึ่ง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช เนื่องในวโรกาสเสด็จพระราชดำเนินเปิดพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา เมื่อวันที่ 26 ธ.ค 2504 ”

1.2.1.3 การแสดงเหตุผล (reasoning) เป็นการใช้จุดเร้าใจโดยการตั้งข้อสรุปออกจากหลักฐานต่าง ๆ ที่มีอยู่มาสรุปความคิดรวบยอด แสดงถึงความมีเหตุผลของเนื้อหาสารที่ไม่ได้นำเสนอขึ้นเองอย่างลอย ๆ ดังตัวอย่างแผ่นป้ายในพระราชวังหลวง

“ อย่างไรก็ตาม การตั้งชื่อวัดนี้ว่า วัดใหม่ไชยวิจิตร ย่อมบ่งบอกว่าเป็นวัดที่สร้างใหม่และเกี่ยวข้องกับพระยาไชยวิจิตรแน่นอน สันนิฐานว่าในตอนปลายรัชกาลที่ 3 พระยาไชยวิจิตรอาจจะย้ายจวนไปสร้างที่อื่นแล้วยกจวนเดิมสร้างเป็นวัด ”

1.2.2 การใช้จุดเร้าใจทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (emotional appeal)

จากการศึกษาเนื้อหาสารของสื่อต่าง ๆ พบว่ามีเฉพาะแผ่นพับที่มีการใช้ emotional appeal ในการจูงใจนักท่องเที่ยว ในลักษณะต่อไปนี้

1.2.2.1 การใช้จุดเร้าใจเรื่องความสะดวกสบาย (comfort appeal) แสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีพร้อมบริการ ดังตัวอย่างแผ่นพับของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ฯ ที่แสดงถึงความสะดวกในการเดินทางที่ไม่ต้องใช้ระยะเวลายาวนาน

“ จากกรุงเทพฯ ไปทางเหนือเพียง 75 กิโลเมตร ก็ถึงจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือกรุงศรีอยุธยาราชธานีเก่าของไทยที่เจริญรุ่งเรืองอยู่ถึง 417 ปี ”

1.2.2.2 การใช้จุดเร้าใจเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น (local culture appeal)

จากการศึกษาพบว่าเนื้อหาสาระจะมีการใช้จุดเร้าใจเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่นมาก เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดขายทางด้านประวัติศาสตร์ เป็นการนำเสนอให้เห็นภาพการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ ตามปกติมนุษย์มักจะมีนิสัยอยากรู้ อยากเห็นสิ่งที่แปลกผิดแผกไปจากตนหรือท้องถิ่นของตน การนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นจะทำให้เกิดความน่าสนใจต่อการเยี่ยมชม ดังตัวอย่างสารในแผ่นพับของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ฯ

“ แม้จะล่วงเลยมากกว่า 600 ปีแล้ว ก็ยังคงเห็นร่องรอยของอดีตอันรุ่งเรือง เมืองใหม่ที่ทับซ้อนทำเลเดิมของเมืองเก่าในเกาะเมืองที่มีลำน้ำสามสายล้อมรอบเป็นคูขอบเมืองธรรมชาติ...อาคารโบราณสถานแต่ละแห่งในนครประวัติศาสตร์มีการออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นในภาคพื้นเอเชีย ลักษณะของสิ่งก่อสร้างหลายอย่าง เช่น เจดีย์ ปราสาท และปราสาท มีความเป็นพิเศษไม่สามารถพบเห็นในที่อื่น ๆ ”

(2) การให้ความรู้ความเข้าใจ

การให้ความรู้ความเข้าใจถือเป็นประเด็นสำคัญของการนำเสนอเนื้อหาสาระ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ในการท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่า การให้ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสาระของสื่อเฉพาะกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา มีการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่อไปนี้คือ

2.1 การให้ความรู้ในเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีการให้ความรู้ในเรื่องประวัติความเป็นมา ยกเว้นที่วัดพระรามและสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ ดังตัวอย่างแผ่นป้ายที่วัดราชบูรณะ

“วัดราชบูรณะ สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 2 (พ.ศ 1967-1991) โปรดให้สร้างขึ้นตรงที่พระราชทานเพลิงศพเจ้าอ้ายและเจ้ายี่พระยา พระเชษฐา”

2.2 การให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง จากความแตกต่างทางด้านศิลปะและสถาปัตยกรรมของวัตถุสิ่งก่อสร้าง จึงมีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะสถาปัตยกรรม ยกเว้นที่วัดพระรามและสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ ดังตัวอย่างแผ่นป้ายวัดโลกยสุธา

“ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและลวดลายปูนปั้น ที่ประดับองค์ปราสาททรงเครื่องจำนวน 2 องค์ ที่ด้านหน้าของวัดและหอรบขึง 1 องค์ ที่ด้านข้างของวัดเป็นลักษณะของงานราวรัชกาลสมเด็จพระนารายณ์มหาราช”

2.3 การให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวเกี่ยวกับพิธีกรรมความเชื่อ จากเรื่องราวการก่อสร้างโบราณสถาน มักมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความเชื่อต่าง ๆ จึงมีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนา ดังข้อความบนแผ่นป้ายวัดราชบูรณะ

“ โบราณวัตถุในกรุพระปรางค์วัดราชบูรณะทำด้วยทองคำ เงิน สำริด หิน ดินเผา และอัญมณี คงเป็นสิ่งของที่สร้างขึ้นเพื่อฝังไว้ตามคติความเชื่อในการสืบอายุศาสนาและการทำบุญอุทิศส่วนกุศลแก่พระมหากษัตริย์ผู้ล่วงลับไปแล้ว”

2.4 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ที่น่าสนใจต่าง ๆ ในพื้นที่ เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ที่นักท่องเที่ยวควรเยี่ยมชม ซึ่งมักปรากฏในรูปของแผนผังสถานที่หรือการแนะนำสถานที่หรือสิ่งที่น่าสนใจ ดังตัวอย่างแผนป้ายพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

“ เชิญชม ศิลปโบราณวัตถุที่น่าสนใจยิ่งในพิพิธภัณฑฯ เจ้าสามพระยา

๑. พระบรมสารีริกธาตุ จากวัดมหาธาตุ พระนครศรีอยุธยา
๒. เครื่องทองของกษัตริย์ กรุงศรีอยุธยาเมื่อราว ๖๐๐ ปี ประมาณ ๘๐๐ ชิ้น
๓. ศิลปไทยทุกสมัย (๘ สมัย) ประมาณ ๒๕๐ ชิ้น
๔. ตุ๊กตาไทย สมัยอยุธยา ๕๐ ตัว ”

หรือการบอกว่าสิ่งนั้นหรือสิ่งก่อสร้างนั้นคืออะไรอยู่ที่ไหน และมีอะไรที่น่าสนใจบ้างดังตัวอย่างแผนป้ายวัดโลกยสุธา

“ สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของวัดโลกยสุธา คือพระพุทธรูปไสยาสน์ พระพุทธรูปก่ออิฐฉาบปูน ประดิษฐานอยู่ในวิหาร ”

2.5 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อแสดงสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการที่มี ดังตัวอย่างในแผนพับของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

“ การบริการทางการศึกษา

- การนำชมพิพิธภัณฑสถานและโบราณสถาน
- ห้องสมุด
- ให้ยืมอุปกรณ์ทางการศึกษา เช่น สไลด์ วีดีโอ ภาพถ่ายโบราณสถาน และโบราณวัตถุ ฯลฯ ”

2.6 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องราวอื่น ๆ พบว่ามักจะเป็นการบอกให้เข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ที่มีขึ้นหรือกำลังดำเนินการ ตามตัวอย่างแผนป้ายวัดพระศรีสรรเพชญ์

“ กรมศิลปากรร่วมกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดำเนินการปรับปรุงโบราณสถานและภูมิทัศน์ในเขตอุทยานประวัติศาสตร์ ตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ระยะที่ 1 ”

(3) การจัดการพื้นที่

เป็นการใช้เนื้อหาสารเพื่อควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในการรักษาสถานที่ท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม จากการศึกษาพบว่ามี การสร้างความหมายสารเพื่อการจัดการพื้นที่ในลักษณะต่อไปนี้

3.1 การห้าม เป็นการสร้างเนื้อหาสารเพื่อสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกิจกรรมหรือการกระทำที่ไม่อนุญาตให้ประกอบภายในสถานที่ พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้สื่อในการจัดการพื้นที่ค่อนข้างน้อย ด้วยการห้ามพฤติกรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยวดังตัวอย่าง

“ ห้ามป็นปายบนกำแพงโบราณสถาน ”

“ ห้ามถ่ายรูป ”

3.2 การเตือน เป็นการสร้างเนื้อหาสารเพื่อเตือนให้นักท่องเที่ยวระวังการกระทำบางอย่างที่อาจก่อให้เกิดผลเสียหายกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือตัวนักท่องเที่ยวเอง ดังตัวอย่าง

“ โบราณสถานแห่งนี้ กรมศิลปากรเป็นผู้ดูแลรักษา ผู้ใดบุกรุกโบราณสถานหรือทำให้เสียหาย ทำลายทำให้เสื่อมค่า หรือทำให้ไร้ประโยชน์ซึ่งโบราณสถาน มีความผิดตามพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ 2504 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ 2531 ”

“ ประกาศพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ผู้ใช้บริการเรือ โปรดระมัดระวังอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้จากการเล่นเรือ ได้แก่ “ เรือล่ม ” ซึ่งพิพิธภัณฑฯ ไม่อาจรับผิดชอบต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการได้ ”

นอกจากนี้ยังมีการห้ามและการเตือนในขณะเดียวกัน ดังตัวอย่าง

“ ห้ามจับสัตว์น้ำโดยเด็ดขาด ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือทั้งปรับทั้งจำ ”

3.3 การแนะนำ เพื่อสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวทราบว่า ควรประพฤติหรือปฏิบัติอย่างไร ที่จะก่อให้เกิดผลทางบวกกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือตัวนักท่องเที่ยวเอง ดังตัวอย่าง

“ โปรดทราบ

๑. โปรดเสียค่าธรรมเนียม

๒. บัตรที่ถูกต้องจะไม่มีรอยฉีก

๓. เมื่อรับบัตรแล้วโปรดให้เจ้าหน้าที่ควบคุมทางเข้าฉีกมุมหรือทำเครื่องหมาย

๔. โปรดเก็บบัตรไว้เพื่อการตรวจสอบ ”

3.4 การบอกทิศทาง เป็นการช่วยจัดการพื้นที่ไม่ให้เกิดความเสียหายจากการเดินทางอย่างไม่รู้ทิศทางของนักท่องเที่ยว และยังช่วยลดเวลาการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย การบอกทิศทางมักจะมีการใช้สัญลักษณ์ควบคู่กันไปซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป ตัวอย่างการบอกทิศทางที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา

“ ทางไปชมพิพิธภัณฑฯ

⇒ อาคาร 2 ศิลปะในประเทศไทย

⇒ อาคาร 3 ศิลปะพื้นบ้าน ”

3.5 การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว แม้จะไม่สามารถกำหนดหรือระบุจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะอนุญาตให้เข้าชมในแต่ละวันได้ แต่จะเป็นการพยายามควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวไม่ให้เกิด

กวนสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากเกินไป จึงมักมีการใช้เงื่อนไขข้อจำกัดของเวลา หรือการเสียค่าเข้าชม เป็นตัวแปรในการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว ดังตัวอย่าง

“ เวลาเปิด-ปิด โบราณสถาน

07.00 น. – 18.30 น. ”

“ ค่าธรรมเนียมเข้าชมโบราณสถาน

ชาวไทยคนละ 10 บาท

Entrance fee

Foreigner 30 ฿ ”

คณะสงฆ์

จากการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของคณะสงฆ์ จำนวน 6 วัด มีแนวทางการใช้สื่อดังนี้

(1) การสร้างการดึงดูดใจ

1.1 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางกายภาพ

พบว่าลักษณะการใช้สื่อเฉพาะกิจในวัด เป็นลักษณะการผลิตสื่อของภูมิปัญญาชาวบ้าน และบางส่วนของศรัทธาของพุทธศาสนิกชน ทำให้ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน บางแห่งสร้างการดึงดูดใจได้ และบางแห่งไม่สามารถสร้างการดึงดูดใจได้ด้วยลักษณะทางกายภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่าเป็นสื่อที่สร้างความดึงดูดใจได้ดี ซึ่งมีเพียง 2 วัด คือวัดนครหลวงและวัดไก่อ่ ที่มีการนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ โดยวัดนครหลวงใช้ auto reverse ซึ่งมีการเรียงลำดับเนื้อหาได้ดี ส่วนที่วัดไก่อ่เป็นระบบอัตโนมัติหยุดเหรียญ ใช้รูปลักษณะของบาตรพระจำลองขนาดใหญ่ สร้างความกลมกลืนกับการเป็นพุทธศาสนสถาน สร้างความสนใจได้ดี มีการวางตำแหน่งที่ตั้งตามรูปปั้น สามารถแสดงเรื่องราวต่าง ๆ เห็นได้ชัดเจน

1.1.2 แผ่นพับ มีการใช้สื่อแผ่นพับที่วัดนครหลวง มีลักษณะเป็นกระดาษอาร์ตอย่างดี ดูสวยงามทั้งการเรียงลำดับเนื้อหา การใช้โทนสี และการใช้ภาพสีประกอบ แต่ไม่สามารถสร้างการดึงดูดใจจากนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกับแผ่นพับของอุทยานประวัติศาสตร์ เนื่องจากไม่อยู่ในตำแหน่งที่นักท่องเที่ยวจะสามารถหยิบอ่านได้เอง ต้องขอจากพระภิกษุหรือเจ้าหน้าที่

1.1.3 หนังสือ มีการใช้หนังสือให้ข้อมูลที่วัดใหญ่ชัยมงคล วัดหน้าพระเมรุ วัดนครหลวงและวัดนิเวศธรรมประวัติ พบว่าหนังสือทั้งหมดยกเว้นที่วัดใหญ่ชัยมงคล มีการออกแบบที่สวยงาม การเรียงลำดับเนื้อหาที่อ่านเข้าใจง่าย การใช้ภาพประกอบสีของสถานที่ที่น่าสนใจของวัด ดึงดูดความสนใจได้ดี ส่วนหนังสือของวัดใหญ่ชัยมงคลมีตัวแปรด้านราคาที่มีราคาถึง 60 บาท ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ให้ความสนใจเท่าที่ควร ประกอบกับเป็นหนังสือที่มีการจัดทำมานานกว่า 10 ปี จึงมีลักษณะเก่า สีที่ปรากฏจาง รวมถึงภาพประกอบ แม้จะมีเนื้อหาภายในที่น่าสนใจก็ตาม

1.1.4 แผ่นป้าย ในวัดที่ขึ้นทะเบียนโบราณสถานแห่งชาติ จะมีป้ายของกรมศิลปากรอยู่ด้วย จากการศึกษาพบว่าแผ่นป้ายที่ปรากฏอยู่ในวัดทั้ง 6 แห่ง มีทั้งแผ่นป้ายของกรมศิลปากรจัดทำให้ แผ่นป้ายของภาคเอกชน และแผ่นป้ายที่ทางวัดทำขึ้นเอง จึงมีการดึงดูดใจที่ต่างกัน กล่าวคือ แผ่นป้ายที่กรมศิลปากรและหน่วยงานเอกชนจัดทำให้ จะมีการดึงดูดใจที่ดีทั้งรูปลักษณะการออกแบบ การใช้วัสดุ ความสวยงามและความกลมกลืน แต่มีบางแห่งที่ขาดความน่าสนใจ เช่นที่วัดหน้าพระเมรุและวัดใหญ่ชัยมงคล เนื่องจากมีอายุการใช้งานที่นาน ทำให้ไม่สามารถอ่านตัวอักษรที่ปรากฏได้อย่างชัดเจน ส่วนแผ่นป้ายที่ทางวัดจัดทำขึ้นเอง จะเป็นลักษณะแผ่นป้ายที่ทำอย่างง่าย ๆ ใช้วัสดุแผ่นไม้หรือกระดาษแข็ง เขียนด้วยลายมือ ไม่มีระบบและหลักเกณฑ์การทำ บางแห่งมีการใช้สีที่รุนแรงและการวางตำแหน่งของป้ายส่วนใหญ่ แม้จะเห็นชัดแต่เป็นตำแหน่งที่ไม่เหมาะสมทำให้สภาพภูมิทัศน์ถูกบดบัง และขาดระเบียบ เช่น การติดบนต้นไม้ วางไว้หน้าประตูโสต์ ฐานพระ เป็นต้น

1.1.5 สื่อทัศนศิลป์ สื่อที่เป็นภาพถ่ายส่วนใหญ่จะมีความเก่าแก่ แม้จะดูไม่สวยงาม แต่ลักษณะความเก่าแก่ของภาพถ่ายกลับสร้างความสนใจได้ดี ส่วนภาพวาดสามารถสร้างการดึงดูดใจได้ดี ด้วยสีสัน ขนาด โดยเฉพาะที่วัดไก่อ มีการใช้สีสะท้อนแสงในการวาดภาพสร้างความแปลกใหม่ ส่วนแบบจำลองมีการออกแบบที่ถ่ายทอดถึงความเป็นพุทธศาสนาเป็นรูปธรรมชัดเจน จึงดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

1.1.6 แผ่นปลิว แม้จะวางในตำแหน่งที่สะดวกต่อการหยิบอ่านของนักท่องเที่ยว แต่มีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ เป็นลักษณะของการถ่ายเอกสาร ข้อความที่ปรากฏจึงไม่ชัดเจนไม่น่าสนใจ

1.1.7 สื่อประเพณี งานเทศกาลประเพณีที่จัดขึ้น สามารถสร้างการดึงดูดใจได้ในตัวเองอยู่แล้ว ซึ่งถือเป็นงานพิธีท้องถิ่นที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยแต่ละงานมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นสร้างความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น งานทิ้งกระจาดที่วัดพนัญเชิง เป็นต้น

1.1.8 สื่ออื่น ๆ ที่พบคือการพันอักษรหรือการเขียนตัวอักษร บนตู้รับบริจาคส่วนใหญ่เขียนกันเองอย่างง่าย ๆ ไม่มีความสวยงาม การติดตั้งขาดระเบียบและมีจำนวนมากทำให้สถานที่ทางศาสนาดูสกปรกค่าไปด้วย

1.2 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยา

1.2.1 การใช้ logical appeal

เนื่องจากวัดกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้เป็นวัดเก่าที่มีโบราณสถานอยู่ในสถานที่ จึงจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาจึงต้องใช้ความเป็นจริงในการสื่อสารเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ จึงมีการใช้ logical appeal ในเนื้อหาสาร ยกเว้นที่วัดไก่อ ในลักษณะต่อไปนี้

1.2.1.1 การแสดงหลักฐาน (evidence) พบว่าการแสดงหลักฐานในเนื้อหาสารจะเป็นการอ้างถึงหนังสือพงศาวดารต่าง ๆ และการแสดงหลักฐานด้วยการใช้ภาพถ่าย ประกอบข้อความ แสดงให้เห็นถึงความเป็นจริงในสิ่งที่สื่อสาร เช่น ภาพถ่ายแสดงโบราณสถานในอดีต จนถึงปัจจุบัน ของวัดนครหลวง ประกอบข้อความว่า

“ ภาพถ่ายวัดนครหลวงในอดีต ยุคหนึ่งเคยรุ่งโรจน์เป็นศูนย์รวมแห่งศรัทธาบุญของพุทธศาสนิกชน ยุคหนึ่งหลังสร้างชำรุดทรุดโทรม มาจนถึงวันนี้ ปราสาทและวัดได้รับการพัฒนาฟื้นฟูขึ้นใหม่อีกครั้งแล้ว ”

1.2.1.2 การให้พยาน (testimony) พบว่าเนื้อหาสารของวัดใหญ่ชัยมงคลและวัดนครหลวง มีการอ้างถึงคำพูดหรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม เพื่อแสดงถึงที่มาของข้อความ ดังตัวอย่างข้อความที่ปรากฏในหนังสือวัดใหญ่ชัยมงคล

“ เป็นที่น่าสังเกตว่า สมเด็จพระนเรศวรมหาราชนั้น ทรงเป็นพระมหากษัตริย์พระองค์แรกที่ทรงมีพระราชวงศ์สุโขทัยและกรุงศรีอยุธยาเข้ามารวมอยู่ในพระองค์ และได้ทรงรับนำพระราชหฤทัยอันเด็ดเดี่ยวแห่งพระมหาวีรราชกษัตริย์ลงมาจากหลายสาย (ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช) ”

หรือที่วัดนครหลวง ใช้ชื่อของเจ้าอาวาสเป็นพยานในความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาสาร โดยแสดงให้เห็นว่าข้อความในสื่อนั้นเป็นคำพูดของเจ้าอาวาสในลักษณะของคำลงท้ายในแผ่นพับ ดังตัวอย่าง “ เมตตาธรรมจากหลวงพ่อสุนทร กิตติโก เจ้าอาวาสวัดนครหลวง ”

1.2.1.3 การแสดงเหตุผล (reasoning) เป็นการสรุปเหตุผลจากหลักฐานที่ปรากฏ หรือมีการแสดงเหตุผลของเนื้อหาสาร ดังตัวอย่างแผ่นป้ายวัดหน้าพระเมรุว่า

“ พระอุโบสถวัดนี้ทำแปลกกว่าวัดอื่น ๆ งดงามน่าดูมาก แต่บานหน้าต่างไม่มีต่าง แต่ทำเป็นช่อง ๆ ระบายลมเข้าออก ฉะนั้นภายในพระอุโบสถจึงค่อนข้างมืดและอับด้วยเหตุนี้จึงเชื่อว่าพระอุโบสถหลังนี้สร้างในสมัยรัชกาลสมเด็จพระบรมชนกนาถ ซึ่งมีหน้าต่างโบสถ์เป็นแบบเดียวกัน ”

1.2.2 การใช้ emotional appeal

พบว่าวัดกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการใช้ emotional appeal ดังนี้

1.2.2.1 การใช้จุดเร้าใจเรื่องการยอมรับจากสังคม (social – approval appeal) มนุษย์มักต้องการความสำเร็จ การมีฐานะทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้ได้รับการยกย่องและให้บุคคลต่าง ๆ ในสังคมยอมรับในความสำเร็จของตน จึงมักจะแสวงหาวิธีการต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จนั้น เรื่องของเทพเจ้า ความศักดิ์สิทธิ์และโชคละชะตา ก็เป็นอีกความเชื่อหนึ่งของคนไทยที่จะนำพาสู่ความสำเร็จได้ จึงมักพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาหรือวัด มีการใช้จุดเร้าใจเรื่องการยอมรับจากสังคม มาใช้ในการจูงใจนักท่องเที่ยว ดังตัวอย่างแผ่นป้ายวัดนครหลวง

“ เชิญนมัสการบูชาอธิฐานขอพรบารมี

- หลวงพ่อสมเด็จพระพุฒาจารย์ โต พรหมรังษี ขอให้โตได้ โตดี โดมโต รวย โตรู้ โตปัญญา โดยศกดิ์ โตสำเร็จ โตสุข โตสบาย โตชนะ
- ครูบาศรีวิชัย เทพเจ้าแห่งความสำเร็จแห่งล้านนา
- เชิญสนทนารธรรมะกับหลวงพ่อสุนทรแล้วสบายใจ

กลับไปแล้วโชคดีมากกว่าเดิม ”

หรือการสื่อความหมายให้เห็นว่าสังคมที่นี้เป็นอย่างไร เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคมนั้น ๆ ดังตัวอย่างแผ่นป้ายวัดนครหลวง “ วัดนี้ชอบสะอาด ระเบียบ สงบ รู้จักหน้าที่ ”

1.2.2.2 การใช้จุดเร้าใจเรื่องความปลอดภัย (safety appeal) มนุษย์มีความปรารถนาที่จะได้รับความคุ้มครองจากภัยอันตรายต่าง ๆ ที่จะมีต่อตนเองหรือทรัพย์สินของตนเอง การใช้จุดเร้าใจเรื่องความปลอดภัย จะเป็นการสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของทรัพย์สินและตัวนักท่องเที่ยว ดังตัวอย่างแผ่นป้ายวัดนครหลวง “ ที่จอดรถทุกชนิด ปลอดภัย ”

1.2.2.3 การใช้จุดเร้าใจเรื่องความกลัว (fear appeal) มนุษย์จะมีความกลัวในสิ่งหนึ่งสิ่งใด และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะทำให้เกิดความกลัวนั้น จากการศึกษาพบว่ามีเพียงวัดไถ่ที่ใช้จุดเร้าใจเรื่องความกลัวในการเสนอสารทั้งการใช้เสียงที่แสดงถึงความเจ็บปวด และการใช้รูปปั้นแสดงความทรมานทุกขเวทนาที่ได้รับจากการทำชั่วเมื่อครั้งยังมีชีวิตอยู่ เมื่อตายลงจึงต้องถูกลงโทษอย่างทรมานแสนสาหัสในนรกอเวจี เป็นการให้ความกลัวความเจ็บปวดของมนุษย์เป็นจุดเร้าใจในการสร้างความหมาย

1.2.2.4 การใช้จุดเร้าใจเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น (local culture appeal) การใช้จุดเร้าใจประเภทนี้มักจะเป็นเรื่องของการใช้กิจกรรมงานประเพณีท้องถิ่นที่จัดขึ้น มาเป็นตัวดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เช่น งานทิ้งกระจาดวัดพนัญเชิง เป็นงานที่แสดงถึงความเชื่อทางศาสนาในกายมหายานในการอุทิศส่วนกุศลให้กับผีไม่มีญาติ

(2) การให้ความรู้ความเข้าใจ

พบว่าวัดกลุ่มตัวอย่างมีการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่อไปนี้

2.1 เรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา เนื่องจากเป็นสถานที่ที่นอกจากเป็นสถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนาแล้ว ยังมีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ จึงมีการนำเสนอในด้านประวัติความเป็นมาของสถานที่ ยกเว้นวัดไถ่ไม่มีการนำเสนอในเรื่องนี้ ดังตัวอย่างแผ่นป้ายวัดพนัญเชิง

“ วัดพนัญเชิงวรวิหาร เป็นวัดเก่าประดิษฐานพระพุทธรูปรัตนนายก เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นปิดทองในศิลปะแบบอู่ทองปางมารวิชัย สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1867 ก่อนการสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี (พ.ศ. 1893) ถึง 20 ปี ”

2.2 เรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง พบว่ามีการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง ยกเว้น วัดไถ่ ดังตัวอย่างตอนหนึ่งในแผ่นพับวัดนิเวศธรรมประวัติ

“หน้าบันของพระอุโบสถเป็นไม้สักแกะสลักเป็นรูปพระนารายณ์ทรงครุฑเหยียบเศียรนาค และมีรูปราหูสองข้างติดกับเศียรนาคล้อมรอบด้วยหมู่เทพพนม (เทพชุมนุม) จำนวน 26 องค์ มีฐานบัวกระจังลงรักปิดทอง ติดกระจังสี ”

2.3 เรื่องราวเกี่ยวกับพิธีกรรมความเชื่อ จากการเป็นศาสนสถานจึงมีการนำเสนอสารเกี่ยวกับพิธีกรรมความเชื่อทางศาสนาตั้งตัวอย่างข้อความตอนหนึ่งในหนังสือวัดใหญ่ชัยมงคล

“ ในงานมงคล นิยมการโยงด้ายสายสิญจน์ ซึ่งเป็นประเพณีสืบเนื่องมาจากพราหมณ์ เป็นเครื่องหมายว่า มนต์ที่สวดนั้นได้เดินไปตามด้ายสายสิญจน์ด้วย ภายในวงด้ายเป็นแดนพุทธรักษา ธรรมรักษา และสังฆรักษา ”

2.4 เรื่องราวเกี่ยวกับงานเทศกาลประเพณี มีเพียงวัดใหญ่ชัยมงคลและวัดนครหลวงที่มีการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานเทศกาลประเพณีในเนื้อหาสาร ดังตัวอย่างในหนังสือวัดนครหลวง

“ งานนมัสการพระพุทธบาทสี่รอยประจำปี กำหนดวันขึ้น 13 – 14 – 15 ค่ำ เดือน 3 ใหัวพระ ปิดทองรอยพระพุทธบาทสี่รอย ในบริเวณพระปราสาทวัดนครหลวง ”

2.5 เรื่องราวเกี่ยวกับสถานที่ที่น่าสนใจในพื้นที่ มักจะปรากฏในลักษณะของแผนผังภายในสถานที่ หรือการแนะนำสถานที่ที่ควรเข้าชม ดังตัวอย่างใน auto reverse ของวัดนครหลวง

“เมื่อท่านได้ศึกษาสถาปัตยกรรม ชมความสวยงามของปราสาทนครหลวงและศาลาพระจันทร์ลอยเรียบร้อยแล้ว สิ่งที่คุณควรศึกษาอีกสิ่งหนึ่งคือโบสถ์ ซึ่งเป็นพุทธสถานมีพระประธานศักดิ์สิทธิ์มีนามว่า พระชัยมงคล.....เมื่อท่านทั้งหลายได้ชมส่วนที่เป็นโบราณสถานแล้วขอเชิญท่านเข้าสู่อารามวัดนครหลวงที่เห็นในเขตสังฆวาสน”

2.6 การให้ความเข้าใจในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พบว่ามักจะเป็นการบอกตำแหน่งของบริการต่าง ๆ เช่น สถานที่จำหน่ายอาหารปลา ห้องน้ำ ที่จอดรถ เป็นต้น

(3) การจัดการพื้นที่

วัดกลุ่มตัวอย่าง มีการใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ในเนื้อหาต่อไปนี้

3.1 การห้าม มีเนื้อหาสารที่ห้ามนักท่องเที่ยวกระทำการบางอย่างในเขตวัด ยกเว้นวัดหน้าพระเมรุ วัดไก่ และวัดนครหลวง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ ห้ามขึ้น เขตสังฆมณฑล Don't step on ”

“ ห้ามขายของในบริเวณวัด ”

3.2 การเตือน มีข้อความการเตือนนักท่องเที่ยวให้ระวังการกระทำบางสิ่งบางอย่างพบในวัดพนัญเชิงและวัดใหญ่ชัยมงคล ดังตัวอย่าง

“ ระวังรองเท้าหาย ”

“ ทิ้งขยะไม่เป็นที่ ปรับ ”

3.3 การแนะนำ การนำเสนอสารในลักษณะของการแนะนำพบว่ามักจะเป็นการแนะนำเชิงเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรมบางอย่าง ตัวอย่างแผ่นป้ายวัดหน้าพระเมรุ

“ ขอเชิญร่วมบริจาคทรัพย์ในการบูรณะปฏิสังขรณ์ ลงรัก-ปิดทองเสาประธานภายในพระอุโบสถ วัดหน้าพระเมรุ ”

3.4 การบอกทิศทาง พบว่ามีการบอกทิศทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายในวัด แต่ไม่พบมากนัก และมักปรากฏควบคู่ไปกับสัญลักษณ์ ดังตัวอย่าง

“  ทางเข้าศาลา สมเด็จพระนเรศวรมหาราช วัดใหญ่ชัยมงคล ”

3.5 การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว มีการใช้สื่อในการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว โดยใช้ข้อจำกัดด้านเวลา และการเสียค่าเข้าชมในการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว ดังตัวอย่างที่วัดหน้าพระเมรุ “ เปิด : 8.00 ปิด : 18.00 ” “ Entrance fee Foreigner 30 ฿ ”

สำนักพระราชวัง

พระราชวังบางปะอิน อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักพระราชวัง มีแนวทางการใช้สื่อดังนี้

(1) การสร้างการดึงดูดใจ

1.1 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการใช้เสียงตามสาย ด้วยการเปิดเพลงดนตรีไทยสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ดี ส่วนระบบอัตโนมัติมีการใช้ Multi media computer และเป็นเพียงสถานที่เดียวที่มีการนำ Multi media computer มาใช้ โดยการสร้างจุดสนใจด้วยภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และการใช้เสียงประกอบการอธิบาย และแสดงภาพภายในพระที่นั่งเวหาศน์จำรูญ ซึ่งในปัจจุบันไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเข้าชมภายใน ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับสื่อชนิดนี้มาก

1.1.2 แผ่นพับ มีการสร้างจุดเด่นของแผ่นพับด้วยภาพปก ด้วยการใช้ภาพถ่ายขนาดเต็มหน้า เป็นภาพของพระที่นั่งไอศวรรย์ทิพยอาสน์ในเวลาค่ำคืน ทำให้ภาพที่ปรากฏมีสีสันสวยงามแปลกตา และการใช้ภาพประกอบภายในที่มีลักษณะโดดเด่นจากแผ่นพับของสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ คือการใช้ภาพถ่ายสถานที่ต่าง ๆ ภายในพระราชวังในมุมมองต่าง ๆ ทั้งภาพระดับสายตา ภาพมุมเฉียง ภาพมุมต่ำ และภาพมุมสูง ทำให้มองดูไม่น่าเบื่อ นอกจากนี้ ยังใช้พื้นกระดาษสีเหลืองสดตัดกับตัวอักษรสีน้ำเงิน ทำให้ภาพประกอบและตัวอักษรดูเด่นชัดขึ้น

1.1.3 แผ่นป้าย เนื่องจากเป็นเขตพระราชฐาน แผ่นป้ายที่ปรากฏจึงไม่โดดเด่นมากนัก เป็นแผ่นป้ายที่ทำด้วยไม้และพลาสติกทำแบบเรียบ ๆ ไม่ใหญ่มากจึงไม่บดบังสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ

1.2 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยา

1.2.1 การใช้ logical appeal

1.2.1.1 การแสดงหลักฐาน (evidence) พบว่านอกจากการอ้างหลักฐานที่มาของสารเช่น พระราชพงศาวดารแล้ว ยังพบว่ามี การแสดงหลักฐานโดยการให้รายละเอียด (detail) เกี่ยวกับสถานที่ที่กล่าวถึงเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนข้อความที่กล่าวมา เช่น การกล่าวถึงความพิเศษของสถานที่แล้วให้รายละเอียดเพิ่มเติมเพื่อบอกว่าพิเศษอย่างไร ดังตัวอย่างในแผ่นพับ

“ เขตพระราชฐานชั้นในเชื่อมต่อกับเขตพระราชฐานชั้นนอกด้วย สะพานที่มีลักษณะพิเศษ คือมีแนวฉากคล้ายบานเกล็ดกั้นกลางตลอดแนวสะพาน เพื่อแบ่งเป็นทางเดินของฝ่ายหน้าด้านหนึ่งและฝ่ายในอีกหนึ่ง ซึ่งฝ่ายในสามารถมองลอดออกมาโดยตัวเองไม่ถูกแลเห็น ”

1.2.1.2 การให้พยาน พบว่าในแผ่นพับมีการกล่าวอ้างถึงบุคคลที่กล่าวถึงข้อความที่เขียนไว้ โดยแสดงออกมาในรูปของเชิงอรรถ

1.2.2 การใช้ emotional appeal

1.2.2.1 การใช้จุดเร้าใจเรื่องการอยู่เหนือผู้อื่น (vanity appeal) เป็นความต้องการอีกอย่างหนึ่งของมนุษย์ ที่ต้องการมีเกียรติ มีหน้ามีตาเหนือกว่าผู้อื่น จากการศึกษาพบว่ามีการใช้จุดเร้าใจเรื่องการอยู่เหนือผู้อื่นมาใช้ในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ โดยสื่อความหมายให้เห็นถึงความหรูหราของบริการ ดังตัวอย่าง

“ ขอเชิญล่องเรือชมทัศนียภาพรอบเกาะวัดนิเวศน์ธรรมประวัติ กับเรือเจ็ท จากในแม่น้ำเทมส์ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ราคาลำละ 17 ล้านบาท ณ ท่าเทียบเรือภายในพระราชวังบางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา ”

1.2.2.2 การใช้จุดเร้าใจเรื่องการยอมรับจากสังคม (social-approval appeal) มนุษย์ปรารถนาที่จะมีเพื่อน และได้รับความรักความห่วงใยจากสังคม จากการศึกษาพบว่าการสื่อความหมายแสดงความมีมิตรไมตรีของเจ้าบ้านที่มีต่อผู้มาเยือน แสดงให้เห็นถึงความห่วงใยและความปรารถนาดีที่มีต่อแขกผู้มาเยือน ซึ่งมีผลต่อการสร้างความรู้สึกที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว ดังตัวอย่าง

“ ยินดีต้อนรับทุกท่าน ”

“ ขอให้ท่านจงเดินทางโดยสวัสดิภาพ Bon voyage ”

1.2.2.3 การใช้จุดเร้าใจเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น (local culture appeal) เป็นการนำเสนอให้รู้สึกถึงความหลากหลายของสถานที่และวิถีชีวิตของสังคมนั้น เพื่อเชื่อเชิญให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัส ดังตัวอย่าง

“ ขอเชิญชมพระราชวังบางปะอิน พระราชนิเวศน์แห่งวันวาน ชมความงามศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่หลากหลาย วัฒนธรรมและสายน้ำอันทรงคุณค่าแห่งแผ่นดิน ”

(2) การให้ความรู้ความเข้าใจ

2.1 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ดังตัวอย่างในแผ่นพับ

“ พระราชวังบางปะอิน มีประวัติความเป็นมาตามพระราชพงศาวดารครั้งกรุงศรีอยุธยาว่า พระเจ้าปราสาททองหรือพระศรีสรรเพชญ์ที่ 5 (พ.ศ. 2172-2199) ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้สร้างพระราชวังแห่งนี้ขึ้นบนเกาะบางเลนในลำแม่น้ำเจ้าพระยา ”

2.2 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง เนื่องจากมีความหลากหลายของสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างในพระราชวังบางปะอิน

“ พระที่นั่งอุทยานภูมิเสถียร เป็นพระที่นั่งเรือนไม้สองชั้นแบบชาเลย์ของสวิส คือ มีเฉลียงทั้งชั้นบนและชั้นล่าง ทาสีเขียวอ่อนและเขียวแก่สลับกันทั้งองค์พระที่นั่ง ภายในตกแต่งแบบยุโรปด้วยเครื่องเรือนแบบฝรั่งเศส ”

2.3 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่น่าสนใจในพื้นที่ ดังตัวอย่างแผ่นป้าย

“ ขอเชิญชมพระราชวังบางปะอิน พระราชนิเวศน์แห่งวันวาน ชมความงามศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่หลากหลาย วัฒนธรรมและสายน้ำอันทรงคุณค่าแห่งแผ่นดิน

- ชมภายในพระที่นั่งเวหาศน์จำรูญ (พระที่นั่งแก่งจัน)
- ชมทัศนียภาพพระราชวังบางปะอินจากหอคิวทัศน์
- เข้าชมเรือนแพพระที่นั่งในอดีตรัชกาลที่ 5 ทรงใช้เป็นที่พักชั่วคราวเสด็จประพาสต้น ”

2.4 การให้ความเข้าใจในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พบว่ามักจะเป็นการบอกตำแหน่งบริการต่าง ๆ เช่น สถานที่จอดรถท่องเที่ยว ร้านค้า ที่จำหน่ายอาหารปลา ห้องน้ำ ที่รับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น

2.6 การให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องอื่น ๆ พบว่าเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับชื่อต้นไม้แต่ละชนิดในพระราชวังบางปะอิน เช่น ต้นโพธิ์ Peepal tree , ต้นชัยพฤกษ์ La bernum เป็นต้น

(3) การจัดการพื้นที่

พระราชวังบางปะอินมีการใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ดังนี้

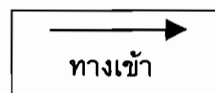
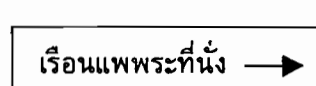
3.1 การห้าม จากการศึกษาพบว่าในพระราชวังบางปะอินมีข้อความห้ามค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นเขตพระราชฐาน บางสถานที่จึงเป็นเขตต้องห้าม กฎระเบียบต่าง ๆ จึงค่อนข้างมาก ดังตัวอย่าง “ ห้ามเข้า ” “ ห้ามเดินผ่านเด็ดขาด ” “ ห้ามถ่ายรูป ” เป็นต้น

3.2 การแนะนำ มีการแนะนำสิ่งให้นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและทรัพย์สิน รวมถึงความเป็นระเบียบของสถานที่ ดังตัวอย่าง

“ กรุณาถอดรองเท้าแล้วถือขึ้นไป

Please take your shoes off and carry them ”

3.3 การบอกทิศทาง ในพระราชวังบางปะอินมีสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ มากมาย จึงมีการบอกเส้นทางเดินไปยังตำแหน่งต่าง ๆ ซึ่งจะปรากฏในรูปของแผ่นผังของสถานที่ในแผ่นพับ และการใช้แผ่นป้ายบอกทิศทางต่าง ๆ ซึ่งมักจะมีสัญลักษณ์ลูกศรชี้ทางด้วย เช่น



3.4 การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว มีการใช้เนื้อหาสารเหมือนสถานที่อื่น ๆ คือ การบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงเวลาที่ให้เข้าชม และการเสียค่าเข้าชมหรือค่าบริการ

จังหวัด

สถานที่ท่องเที่ยวในความดูแลของจังหวัดคือ ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย พบว่าในส่วนของศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ มีแนวทางการใช้สื่อที่ชัดเจนกว่าที่พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย ซึ่งมีเพียงการใช้สื่อในการจัดการพื้นที่เท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) การสร้างการดึงดูดใจ

1.1 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ มีการใช้แผ่นพับภายในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ มีการออกแบบที่มีความสวยงาม ทั้งการใช้สีโทนเหลือง-ทอง การแสดงภาพภายในสถานที่และสิ่งที่น่าสนใจภายใน รวมถึงการจัดลำดับเนื้อหาที่เข้าใจง่ายชัดเจน นักท่องเที่ยวจะได้รับแผ่นพับเมื่อเข้าชมภายในศูนย์ฯ

1.1.2 แผ่นป้าย ภายในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ มีการใช้แผ่นป้ายในการดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย กล่าวคือ การใช้แผ่นป้ายภายในพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัยเป็นเพียงแผ่นป้ายของการบอกทิศทางและส่วนบริการที่มีลักษณะเป็นสากลทั่วไป ไม่มีความโดดเด่น ส่วนการใช้แผ่นป้ายภายในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ มีการสร้างแผ่นป้ายไม่ให้เกิดความจำเจด้วยการใช้วัสดุต่าง ๆ เช่น แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะ และแผ่นไม้ โดยการออกแบบแผ่นป้ายที่มีเอกลักษณ์มองเห็นเด่นชัด

1.1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการใช้สื่อนี้เฉพาะภายในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ เนื่องจากความเป็นพิพิธภัณฑ์ข้อมูล ไม่มีการจัดแสดงโบราณวัตถุต่าง ๆ จึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานเพื่อให้เกิดความน่าสนใจแปลกใหม่ อยากรู้อยากเห็นและเกิดความเพลิดเพลิน ได้แก่ เสียงตามสาย slide และระบบอัตโนมัติประเภทกดปุ่มและระบบเลเซอร์ ตัวอย่างการนำระบบเลเซอร์มาใช้เมื่อผู้ชมเดินผ่านจะเกิดเสียงเหตุการณ์ที่จำลองขึ้นจากเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เช่น เสียงพระราชพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา เพลงเท่เรือราชพิธี เสียงการร้องเพลงโบราณ

1.1.4 สื่อทัศนศิลป์ จุดเด่นของสถานที่ทั้งสองแห่งอยู่ที่การใช้สื่อทัศนศิลป์มาถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ทางประวัติศาสตร์ กล่าวคือ ภายในพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย มีรูปปั้นจำลองสมเด็จพระสุริโยทัยประทับบนหลังพระคชสารขนาดหนึ่งเท่าครึ่งขององค์จริง บนฐานสูงสามารถมองเห็นเด่นชัดได้จากระยะไกล และมีหุ่นจำลองราษฎรแสดงความรักความภักดีต่อองค์กษัตริย์ และแบบจำลองค่ายพม่า ส่วนการใช้สื่อทัศนศิลป์ภายในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวในอดีตซึ่งเหตุการณ์บางอย่างสูญหายไปแล้วในปัจจุบันให้กลับขึ้นมาใหม่ ในรูปของแบบจำลอง ภาพวาด ภาพถ่าย และภาพแกะสลัก เช่นภาพ 3 มิติ ของป้อมเพชร เป็นลักษณะกึ่งภาพวาดกึ่งแบบจำลอง หรือหุ่นจำลองของเครื่องราชกกุธภัณฑ์และเศวตฉัตร แบบจำลองพระบรมมหาราชวัง หรือแม้แต่เหตุการณ์จำลองของวิถีชีวิตชาวบ้านในสมัยก่อน การสร้างจุดเด่นของสื่อทัศนศิลป์อยู่ที่รายละเอียดของสื่อที่มีการสร้างสรรค์อย่างวิจิตรบรรจง ที่อาจเรียกได้ว่าเสมือนจริงทุกประการ

1.2 การสร้างการดึงดูใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยา

ไม่พบการสร้างการดึงดูใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยาในเนื้อหาของสื่อในพระราชานุญาตวีรย์สมเด็จพระสุริโยทัย แต่ในส่วนของศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ มีการสร้างการดึงดูใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยา ดังนี้

1.2.1 การใช้ logical appeal

ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของอยุธยา จึงต้องใช้ข้อเท็จจริงความมีเหตุผลในการนำเสนอเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตัวสาร ดังนี้

1.2.1.1 การแสดงหลักฐาน (evidence) ตามที่กล่าวมาแล้วว่าศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ ไม่มีการจัดแสดงโบราณวัตถุ แต่เป็นการจำลองวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรมของอยุธยาในอดีต ซึ่งบางสิ่งไม่หลงเหลือให้เห็นในปัจจุบันมาจัดแสดงให้ชม ดังนั้นการที่จะให้ผู้ชมเห็นว่สิ่งจำลองต่าง ๆ ไม่ใช่สิ่งที่ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ จัดสร้างขึ้นเอง แต่เป็นการจำลองสิ่งที่เป็นจริงหรือเคยมีอยู่จริงในอดีต จึงต้องมีการให้ข้อมูลแสดงหลักฐานที่มาของสิ่งจำลองต่างๆ ที่จัดแสดง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากการแสดงหลักฐานที่อ้างถึงหนังสือ พงศาวดาร จดหมายเหตุ หรือเอกสารทางประวัติศาสตร์แล้ว ยังมีการแสดงหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร (writing evidence) เช่น จดหมายที่เป็นลายมือของชาวต่างประเทศในสมัยนั้น หรือการให้รายละเอียด (detail) ของหลักฐานที่มีปรากฏอยู่ดังตัวอย่าง

“ คำรานวดที่ปรากฏอยู่จะมีภาพประกอบทางสรีระ แสดงให้เห็นกล้ามเนื้อ เส้นเลือด และจุดประสาทต่าง ๆ อันเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรักษา ”

นอกจากนี้ยังจะมีการอ้างถึงสิ่งที่ยังมีอยู่ในปัจจุบัน สามารถพิสูจน์ได้ ดังตัวอย่าง

“ บริเวณภายนอกรอบนอกเกาะเมืองพระนครหรืออยุธยา มีชาวต่างชาติ เช่น จีน ญี่ปุ่น แขกมัวร์ มาลาญและชาวยุโรปคือ โปรตุเกส ฮอลันดา อังกฤษ ฝรั่งเศส เข้ามาตั้งถิ่นฐานเป็นหมู่บ้าน จึงมีผู้คนเข้าออกพร้อมสินค้านานาชาติ ในปัจจุบันยังมีร่องรอยของหมู่บ้านชาวต่างประเทศและสถาปัตยกรรมแบบต่าง ๆ เหลืออยู่ ”

1.2.1.2 การแสดงเหตุผล เป็นการนำหลักฐานต่าง ๆ ที่มีมาสรุปรวมเป็นเหตุเป็นผลดังตัวอย่างแผ่นป้าย

“ การสำรวจทางด้านโบราณคดีและเอกสารทางประวัติศาสตร์ ได้ทำให้เราทราบถึงชนิดและจำนวนของสินค้า ที่มาจากนานาชาติ รวมทั้งบทบาทของอยุธยาในฐานะที่เป็นเมืองท่าซึ่งรวบรวมสินค้านานาชาติ ”

1.2.2 การใช้ emotional appeal

1.2.2.1 การใช้จุดเร้าเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น ในความเป็นจริงแล้วจุดขายของศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์คือ วัฒนธรรมท้องถิ่น การแสดงถึงชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนอยุธยาในอดีต เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเข้าไปสัมผัสกับวัฒนธรรมนั้น จุดเร้าที่ใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นการถ่ายทอดถึงวิถีชีวิตของคนไทยสมัยอยุธยาทั้งสิ้น

1.2.2.2 การใช้จุดเร้าใจเรื่องความกลัว ศาสนาพุทธมักจะมีการสั่งสอนเรื่องบาปบุญคุณโทษซึ่งเป็นความเชื่อของคนไทย การถ่ายทอดความเชื่อเรื่องนี้จึงมักแสดงให้เห็นถึงความน่าสะพรึงกลัวของนรก ดังตัวอย่างคำพูดตอนหนึ่งในไตรภูมิ-ทศชาติ ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์

“ ภาพทิวทัศน์ที่น่าสะพรึงกลัวยิ่งนี้ คือแดนนรกที่ทุกคนรับรู้และรู้จักอยู่แล้ว สิ่งที่มีรูปร่างยาว ๆ ครึ่งหนึ่งของร่างกายเป็นงูไม่มีเขี้ยวแต่ก็คล้ายกับงู เป็นร่างที่น่าเกลียดน่ากลัวมาก คือคนทั้งหลายจำนวนมากมายที่ถูกขังอยู่ในกรงที่มีเปลวไฟลุกโชติช่วงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีคนรูปร่างหน้าตาเหมือนกับยักษ์ที่น่ากลัวรวมอยู่ด้วย คนเหล่านี้ตอนที่มีชีวิตอยู่ในโลกเป็นคนที่ไม่สร้างบุญกุศล ประกอบแต่กรรมชั่วเมื่อตายไปก็ต้องไปรับโทษในแดนนรก ”

หรือการถ่ายทอดให้เห็นถึงเหตุการณ์ที่น่ากลัว ในวิถีชีวิตของชาวบ้านสมัยก่อนดังตัวอย่างข้อความตอนหนึ่งในแผ่นป้าย

“ ความทุกข์ยากที่ปรากฏเป็นครั้งคราวคือการเกิดโรคระบาด ซึ่งมีทั้งไข้หวัด อหิวาตกโรค และโรคฝีดาษ ในบางปีเกิดโรคระบาดใหญ่จนผู้คนล้มตายเป็นจำนวนมาก ตามวัดจะมีศพก่ายกองเหมือนกองฟืน และบางที่ก็มีศพลอยในแม่น้ำลำคลอง ผู้คนต้องอพยพทั้งบ้านเรือนหนีโรคระบาดนั้น ”

(2) การให้ความรู้ความเข้าใจ

ไม่พบการใช้สื่อในการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ภายในพระราชานุญาต สมเด็จพระสุริโยทัย ส่วนศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ฯ เป็นศูนย์ข้อมูลประวัติศาสตร์ จึงมีการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ โดยเฉพาะข้อมูลทางวิชาการดังนี้

2.1 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานที่ ดังตัวอย่างข้อความตอนหนึ่งในแผ่นพับ

“ การจัดตั้งศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา เป็นโครงการซึ่งคณะนักวิชาการญี่ปุ่นและคณะนักวิชาการไทย ได้ปรับขยายมาจากข้อเสนอเดิมของสมาคมไทย-ญี่ปุ่น และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เคยเสนอจะปรับปรุงบริเวณที่เคยเป็นหมู่บ้านญี่ปุ่น และสร้างพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านญี่ปุ่น มาเป็นการเสนอให้จัดตั้งศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นสถาบันวิจัยและพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับราชอาณาจักรอยุธยาโดยส่วนรวม.....สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าเสด็จพระราชดำเนินทรงเปิดศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา ในวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ 2533 ”

2.2 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะหัตถกรรมของสิ่งก่อสร้าง มีการให้ความรู้เกี่ยวกับสถาปัตยกรรมของอาคารจัดแสดงดังตัวอย่างในแผ่นพับ

“อาคารทั้งสองหลังนี้ออกแบบตามสถาปัตยกรรมไทยสมัยใหม่ เน้นประโยชน์ใช้สอยของอาคารที่มีสภาพแวดล้อมบรรยากาศของอยุธยาซึ่งเป็นบริเวณร้อนชื้น”

อีกทั้งยังมีการกล่าวถึงลักษณะของสถาปัตยกรรมของแบบจำลอง ดังตัวอย่าง

“ห้องในเรือนไทย เรือนไทยเป็นเรือนไม้โปร่ง ใต้ถุนสูงพื้นศิระะ หลังคาจั่วมีชายคายื่นยาวกันแดดและฝน ส่วนที่เป็นครัว ระเบียง ซึ่งเป็นที่พักผ่อนและรับแขก และชานที่เป็นที่ตากของนั้น ต่อจากตัวบ้านออกไป พื้นห้องนอนสูงกว่าพื้นระเบียง เพื่อให้ลมพัดจากใต้ถุนขึ้นสู่ระเบียงได้ ที่รั้วชานมีบันไดลง และซุ้มประตุมุงจากหรือกระเบื้อง”

2.3 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพิธีกรรมความเชื่อ แสดงให้เห็นความเชื่อของคนไทยโบราณดังตัวอย่างแผ่นป้าย

“ การเกิดสมัยโบราณ การคลอดและการดูแลบุตรที่เกิดมาเป็นเรื่องยากลำบาก เด็กหลายรายตายเมื่อแรกเกิด เชื่อกันว่าต้นเหตุมาจากผีสงเทวดา จำต้องมีพิธีเปิดเป่าตั้งแต่ต้นจนอายุ 1 เดือน เมื่อเด็กเกิดมาหมอตำแยจะทำพิธีร่อนกระดังในวันที่เกิดหรือวันที่ 3 โดยวางเด็กบนหลังกระดังและยกขึ้นร่อน และวางกระแทกลงเบา ๆ ทำ 3 ครั้ง ให้เด็กคุ้นจะได้ไม่ตกใจ จากนั้นจึงส่งกระดังเด็กให้แม่ซื่อรับไปวางภายในวงสายสิญญ์ใกล้กับแม่ของเด็ก ”

2.4 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเพณี มีการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเพณีต่าง ๆ เช่น การบวช การแต่งงาน กฐิน และพระราชพิธีประเพณี ดังตัวอย่างแผ่นป้าย

“ พระราชพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา เป็นพระราชพิธีใหญ่สำหรับแผ่นดินมาแต่ครั้งสมัยอยุธยา เป็นพระราชพิธีที่ผสมผสานประเพณีความเชื่อทั้งพุทธและพราหมณ์เข้าด้วยกัน ในสมัยโบราณจะประกอบพระราชพิธีปีละ 2 ครั้ง คือวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 5 และวันแรม 13 ค่ำ เดือน 10 โดยประกอบพระราชพิธีที่วัดพระศรีสรรเพชญ์ ”

2.5 การให้ความเข้าใจในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พบว่ามีจะเป็นการบอกตำแหน่งของบริการต่าง ๆ เช่น สถานที่จำหน่ายบัตรเข้าชม ห้องน้ำ เป็นต้น

(3) การจัดการพื้นที่

สถานที่ท่องเที่ยวในความดูแลของจังหวัดมีการใช้สื่อในการจัดการพื้นที่คือ

3.1 การห้าม ในส่วนของพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย มีเพียงการห้ามจอดรถซึ่งใช้ป้ายสัญลักษณ์เท่านั้น ส่วนในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ มีการจัดแสดงมากมาย จึงมีข้อห้ามเพื่อไม่ให้สิ่งจัดแสดงเกิดความเสียหาย เช่น “ห้ามถ่ายรูปและวิดีโอในห้องนิทรรศการ” “ห้ามจับ”

3.2 การแนะนำ ที่พบเป็นการแนะนำเชิงขอร้องให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามเพื่อความเรียบร้อยบางอย่าง เช่น “กรุณาถอดรองเท้า”

3.3 การบอกทิศทาง มีการบอกทิศทางด้วยสัญลักษณ์ลูกศรไปยังสถานที่ที่น่าสนใจในพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย ส่วนภายในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์มีเพียงการบอกทิศทางเข้าและออกเท่านั้น

3.4 การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว ภายในพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัยไม่มีการใช้สื่อในการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว ส่วนศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์มีการใช้สื่อในการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวด้วยการแจ้งวัน-เวลาที่เปิดให้เข้าชม และอัตราค่าเข้าชม

องค์กรเอกชน

สถานที่ท่องเที่ยว 3 แห่งกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานเอกชน ได้แก่ ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ปางช้างแลแพนียดอยุธยา และวิหารพระมงคลบพิตร มีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในแนวทางต่อไปนี้

(1) การสร้างการดึงดูดใจ

1.1 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางกายภาพ

1.1.1 แผ่นพับ มีการใช้แผ่นพับที่ปางช้างและศูนย์ศิลปาชีพบางไทร สำหรับแผ่นพับของปางช้าง เนื่องจากการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดขายด้านนันทนาการ แผ่นพับที่ใช้จึงใช้ในเชิงรุกคือดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามา ไม่ได้มีไว้เพื่อประโยชน์ในสถานที่ ข้อความส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายคือชาวต่างประเทศ ลักษณะของแผ่นพับใช้การวางพื้นด้วยภาพวาดฝั่งเมืองอยุธยา และภาพถ่ายกิจกรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับช้าง และมีข้อความซ้อนทับไปบนภาพดังกล่าว ทำให้ข้อความบางส่วนไม่ชัดเจนอ่านยาก และภาพถ่ายที่ปรากฏไม่ชัดเจนนักเป็นลักษณะภาพถ่ายที่ไม่ใช้เทคนิคการถ่ายภาพเข้าช่วย จากการสัมภาษณ์พบว่าแผ่นพับที่ออกแบบกันเองโดยมีผู้สนับสนุนจัดการค่าใช้จ่ายให้

สำหรับแผ่นพับของศูนย์ศิลปาชีพ จะมีลักษณะที่แปลกกว่าแผ่นพับของสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ คือขนาดเล็กพกพาสะดวก มีการใช้ภาพประกอบคือสถานที่ที่น่าสนใจและงานศิลปหัตถกรรมที่ผลิตภายในศูนย์ฯ จัดเป็นแผ่นพับที่มีการให้ข้อมูลค่อนข้างละเอียดและครอบคลุม ตั้งแต่ความเป็นมา สถานที่ที่น่าสนใจภายในศูนย์ กิจกรรมของศูนย์ บริการต่าง ๆ รวมถึงแผนผังสถานที่อย่างละเอียด ใช้สีโทนอ่อน แต่การใช้ภาพมีขนาดค่อนข้างเล็กเนื่องจากมีข้อความมาก

1.1.2 แผ่นป้าย เป็นสื่อที่มีการใช้มากที่สุด ลักษณะของแผ่นป้ายที่ปางช้างและมูลนิธิวิหารพระมงคลบพิตร มีลักษณะที่ไม่น่าสนใจทั้งตำแหน่งที่ตั้งและรูปแบบ แผ่นป้ายส่วนใหญ่ทำอย่างง่าย ๆ ตามภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นแผ่นป้ายที่ทำอย่างง่าย ๆ และส่วนใหญ่เก่า ตัวอักษรเลือนลาง และชำรุด แต่ในส่วนของวิหารพระมงคลบพิตรจะมีแผ่นป้ายส่วนหนึ่งที่กรมศิลปากรเป็นผู้จัดทำซึ่งจะสามารถดึงดูดความสนใจได้ดีด้วยรูปสัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของหลังคาเรือนไทย

ส่วนแผ่นป้ายของศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ส่วนใหญ่แม้จะมีสภาพเก่าตามกาลเวลา แต่ตัวอักษรที่ปรากฏยังชัดเจนอยู่ แผ่นป้ายส่วนใหญ่ใช้การออกแบบอย่างง่าย ๆ จะมีแผ่นป้ายภายในสวนนกที่มีการออกแบบดูสวยงาม แม้บางส่วนจะดูเก่าแต่ก็ยังสามารถใช้งานได้ดีแผ่นป้ายส่วนใหญ่ปรากฏในสวนนก ส่วนแผ่นป้ายบริเวณรอบนอกไม่มากนักเนื่องจากอยู่ในระหว่างการปรับปรุงสถานที่ ส่วนใหญ่เป็นแผ่นป้ายที่ใช้ในการจัดการพื้นที่

1.1.3 สื่อทัศนศิลป์ มีการใช้ภาพถ่ายภายในวิหารพระมงคลบพิตร ภาพถ่ายส่วนใหญ่เป็นภาพเก่า จึงสามารถสร้างการดึงดูดใจจากนักท่องเที่ยวได้ในตัวมันเอง

1.2 การสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางจิตวิทยา

1.2.1 การใช้ logical appeal

องค์กรเอกชนมีการใช้ logical appeal ในเนื้อหาสาร ดังนี้

1.2.1.1 การแสดงหลักฐาน พบว่าที่ปางช้างและศูนย์ศิลปาชีพ มีการแสดงหลักฐานด้วยการให้รายละเอียด (detail) ของจุดขาย เช่น ที่ปางช้างมีการให้รายละเอียดของช้าง และควาญช้างที่ให้บริการทั้งหมด หรือที่ศูนย์ศิลปาชีพ มีการให้รายละเอียดของนกชนิดต่าง ๆ ที่มีในสวนนกทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมองหาชนิดต่าง ๆ เป็นต้น ที่วิหารพระมงคลบพิตร นอกจากการอ้างถึงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ทั้งพงศาวดารและเอกสารทางประวัติศาสตร์แล้วยังมีการแสดงหลักฐานด้วยภาพถ่ายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตแล้วให้รายละเอียดอธิบายภาพนั้นอีกด้วยดังตัวอย่าง

“ พระมงคลบพิตรนี้ได้ถูกไฟไหม้พระวิหาร เครื่องบนหักลงมาต้องพระเมารีและพระกรขวาหัก”

นอกจากนี้ยังมีการแสดงหลักฐานสำหรับจุดขายมาจูงใจ ด้วยการใช้สถิติ (statistics) บอกจำนวนของสิ่งที่เป็นจุดขาย แสดงหลักฐานให้เห็นว่ามีจุดขายนั้นอยู่จริง ดังตัวอย่างแผ่นป้ายในกรงนกศูนย์ศิลปาชีพ

“ ในสวนนกนี้มีเนื้อที่ 1,600 ตารางเมตร มีนกและสัตว์กว่า 300 ตัว นก สัตว์ และพืชทุกชนิดเป็นของพื้นเมืองทั้งสิ้น ”

1.2.1.2 การให้พยาน แม้ว่าจะไม่มีการอ้างถึงคำพูดหรือแนวคิดของบุคคลที่มีชื่อเสียงมาอ้างอิงข้อความที่ปรากฏในสารนั้น แต่ที่ศูนย์ศิลปาชีพ มีการอ้างถึงบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการศูนย์ศิลปาชีพ เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงคุณค่าและคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ เป็นการสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวในการมาเที่ยว ด้วยการบอกว่าศูนย์ศิลปาชีพแห่งนี้อยู่ในความดูแลของใคร ดังตัวอย่างชื่อสถานที่

“ Bangsai Art and Crafts Training Centre
of H.M. Queen Sirikit of Thailand ”

1.2.1.3 การให้เหตุผล นอกจากการให้เหตุผลโดยการสรุปอย่างมีเหตุมีผลจากหลักฐานต่าง ๆ แล้ว ยังมีการให้เหตุผลในเนื้อหาสารเพื่อแสดงเหตุผลที่เป็นความจริงของการไม่ให้เกิดการบางอย่างเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายกับสถานที่ ดังตัวอย่างแผ่นป้ายที่วิหารพระมงคลบพิตร

“ ควันธูป ควันเทียนเป็นอันตรายกับทองที่ปิดหลวงพ่อ จึงขอให้จุดธูปเทียนและปักไว้นอกพระวิหาร ”

1.2.2 การใช้ emotional appeal

1.2.2.1 การใช้จุดเร้าใจเรื่องความสะดวกสบาย (comfort appeal) พบว่ามีการใช้เรื่องความสะดวกสบายในศูนย์ศิลปาชีพเพียงแห่งเดียว เป็นการสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวทราบถึงบริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก ดังตัวอย่างข้อความตอนหนึ่งในแผ่นพับ

“ เพื่ออำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ได้จัดอาหารอร่อย สะอาด และราคาย่อมเยาวิ มากมายหลายสิบชนิดไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวทุกวัน ที่ ศาลาอาหาร ”

จะเห็นว่าการใช้จุดเร้าใจในเนื้อหาสารอาจใช้จุดเร้าใจหลายอย่างรวมกันได้ดังตัวอย่างดังกล่าว เป็นการใช้จุดเร้าใจในเรื่องความสะดวกสบายของบริการที่จะได้รับคือมีบริการทุกวันในราคาถูก ในขณะที่เดียวกันก็ใช้ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ในเรื่องอาหารการกินมาจูงใจ (food appeal) ด้วย แสดงให้เห็นถึงการมีอาหารหลากหลายชนิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกชิม

1.2.2.2 การใช้จุดเร้าใจเรื่องความปลอดภัย มีการใช้จุดเร้าใจในศูนย์ศิลปาชีพและปางช้าง เป็นการสื่อความหมายให้เห็นถึงความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อเข้ามาใช้บริการภายในสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจที่จะใช้บริการนั้น ดังตัวอย่างแผ่นพับปางช้าง

“ An exciting elephant rides supervised by skilled attendants who will tour you to a hundred meters sites laid out on the map ”

1.2.2.3 การใช้จุดเร้าใจเรื่องการยอมรับจากสังคม จากการใช้จุดเร้าใจที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการความเป็นมิตร การอยู่ในสังคมได้ การใช้จุดเร้าใจเรื่องนี้พบในวิหารพระมงคลบพิตร เป็นการบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงการปฏิบัติตนที่จะเป็นที่ยอมรับของสังคมนั้น ดังตัวอย่าง

“ Only polite visitors are welcome ”

1.2.2.4 การใช้จุดเร้าใจเรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่น มีการใช้จุดเร้าใจในเรื่องนี้ที่ศูนย์ศิลปาชีพ และปางช้าง เป็นการสื่อความหมายให้เห็นถึงความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอวิถีชีวิตของคนสมัยโบราณ ที่ใช้ช้างเป็นพาหนะของปางช้าง หรือการนำเสนอให้เห็นถึงการเป็นสถานที่รวบรวมศิลปวัฒนธรรมของชาวบ้านทุกภาคของประเทศไทย ดังตัวอย่างแผ่นพับ

“ หมู่บ้านสี่ภาคเป็นแหล่งรวบรวมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวจะได้ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรมของชาวบ้านในแต่ละภาคทั่วประเทศไทย ที่นำมารวบรวมจัดแสดงไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ชมอย่างครบครัน....นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวศูนย์ศิลปาชีพบางไทรจะได้พบและสัมผัสกับความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมต่าง ๆ มากมายภายในศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ”

(2) การให้ความรู้ความเข้าใจ

2.1 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา พบว่าที่ปางช้างไม่มีการให้ความรู้ในเรื่องนี้ ศูนย์ศิลปาชีพและวิหารพระมงคลบพิตรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานที่ ดังตัวอย่างแผ่นพับศูนย์ศิลปาชีพ

“ ความเป็นมา ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สร้างขึ้นตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ด้วยทรงมีพระราชประสงค์เพื่อช่วยให้เกษตรกรมีรายได้ดีขึ้นนอกจากรายได้ทางการเกษตร และเป็นศูนย์รวมอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมจากทุกภาคไว้เป็นมรดกสืบต่อไป ”

2.2 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง มีเพียงศูนย์ศิลปาชีพ ที่มีการให้ความรู้ในเรื่องนี้เนื่องจากมีสิ่งก่อสร้างหลายแห่งภายในศูนย์ฯ ดังตัวอย่างในแผ่นพับ

“ ศาลาโล่ง เป็นศาลาเรือนไทยที่สร้างด้วยวัสดุพื้นบ้านมีลักษณะพิเศษไม่เหมือนอาคารอื่นคือ ไม้ที่นำมาใช้ทำเสาและลูกกรงเป็นไม้ที่มีปมปมมากมายซึ่งหาชมได้ยากในปัจจุบัน ”

2.3 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้าน พบว่าที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร เพียงสถานที่เดียวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีการให้ความรู้ในเรื่องนี้เนื่องจากเป็นแหล่งผลิตงานหัตถกรรมต่าง ๆ ดังตัวอย่างแผ่นพับ

“ ขั้นตอนการทำตุ๊กตาชาววัง นำดินเหนียวที่กรองแล้วมาผสมกับกระดาษหนังสือพิมพ์ตำป่น แล้วนำมาวดเข้าด้วยกันประมาณ 20 นาที ใช้ดินที่ผสมแล้วปั้นเป็นตุ๊กตา ปั้นเสร็จผึ่งตุ๊กตาไว้ในร่มให้แห้ง นำตุ๊กตาที่แห้งแล้วมาเรียงใส่หม้อดินที่เตรียมไว้ให้เต็มหม้อ ก่อไฟอ่อน ๆ ในเตาถ่าน นำหม้อดินที่ใส่ตุ๊กตาที่เตรียมไว้วางลงเตาไฟอ่อน ๆ ค่อย ๆ เรังไฟทีละน้อยให้ไฟค่อย ๆ แแรงขึ้นจนครบ 3 ชั่วโมง พอไฟโทรมนำตุ๊กตาออกจากหม้อปิดฝู้นให้หมดจากตัวตุ๊กตา แล้วจึงนำสีพลาสติกสีขาวทารองพื้นไว้ชั้นหนึ่งก่อน จากนั้นนำสีน้ำมันมาทาผ้านุ่ง เสื้อ ทำไรผม เขียนหน้า ทาปาก ดูความเรียบร้อยจัดเป็นชุด ๆ ตามความต้องการ เป็นอันเสร็จและนำออกจำหน่ายได้ ”

2.4 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานประเพณี มีเพียงศูนย์ศิลปาชีพเพียงแห่งเดียวที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานประเพณีที่จัดขึ้น ดังตัวอย่าง

“ เพื่อเป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติ และในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีทางศูนย์ฯ จะจัดงานศิลปาชีพบางไทรประจำปี มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจมากมาย นอกจากนั้นในช่วงลอยกระทง ทางศูนย์ฯ จะจัดให้มีงานลอยกระทงตามประเพณีและการแข่งขันเรือยาวประเพณีที่สนุกสนานเป็นประจำทุกปีอีกเช่นกัน ”

นอกจากนี้ยังพบว่าศูนย์ศิลปาชีพฯ จะมีการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานเทศกาลต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นโดยจัดทำเป็นสื่อเฉพาะกิจแผ่นพับที่ใช้ในช่วงงานเทศกาลดังกล่าว โดยบอกถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในรูปของตารางวันเวลาที่มีการแสดงหรือการทำกิจกรรมในช่วงเวลาใดบ้าง

2.5 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ที่น่าสนใจในพื้นที่ มีเพียงศูนย์ศิลปาชีพเพียงแห่งเดียวที่มีการแนะนำสถานที่ที่น่าสนใจในพื้นที่ พร้อมแผ่นผังสถานที่ด้วยแผ่นพับ

2.6 การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในส่วนของปางช้างและวิหารพระมงคลบพิตร จะเป็นการบอกตำแหน่งของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ ที่จอดรถ ห้องน้ำ เป็นต้น ส่วนศูนย์ศิลปาชีพนอกจากการบอกตำแหน่งของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานแล้ว ยังมีการบอกถึงบริการอื่น ๆ ที่ทางศูนย์ฯ มีไว้เพื่อบริการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ดังตัวอย่างในแผ่นพับ

“ อาคารอำนวยการ ชั้นล่างเป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของศูนย์ศิลปาชีพบางไทรและศูนย์ศิลปาชีพทั่วประเทศ และเป็นศูนย์กลางการบริการต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ แลกเปลูยเงินตราต่างประเทศ ตู้ฝากถอนเงินอัตโนมัติ(ATM) ฯลฯ ”

2.7 การให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องอื่น ๆ ปางช้างมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับช้างที่ป่วย ทั้งอาการป่วย สาเหตุที่ป่วยและวิธีการบำบัดรักษา ส่วนศูนย์ศิลปาชีพมีการให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของสถาบันพระมหากษัตริย์ และความรู้เกี่ยวกับนกในสวนนก ดังตัวอย่างแผ่นป้ายในสวนนก

“ นกกระเต็นแดง RUDDY KINGFISHER : Hallyon cornmanda บางส่วนเป็นนกประจำถิ่น บางส่วนอพยพ ส่วนใหญ่จะพบเห็นทางภาคใต้ ภาคตะวันออกบริเวณฝั่งทะเล กินปลาอาศัยอยู่ตามป่าโกงกาง ห้วย ป่าโปร่ง ไม่พบบ่อยนัก ”

(3) การจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว

จากการศึกษาไม่พบการใช้สื่อในการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในปางช้าง พบมีการใช้สื่อในการจัดการพื้นที่ในวิหารพระมงคลบพิตรและศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ในลักษณะดังต่อไปนี้

3.1 การห้าม พบข้อความห้ามนักท่องเที่ยวกระทำการบางอย่าง ในวิหารพระมงคลบพิตรและศูนย์ศิลปาชีพ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสถานที่ เช่น “ห้ามนั่งบนหน้าต่าง” “ห้ามติดเหรียญทุกชนิดที่ฐานองค์พระ” “ห้ามรบกวนสัตว์ ทำลายต้นไม้หรือโยกย้ายสิ่งของในสวนนก” เป็นต้น

3.2 การแนะนำ มีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตนบางอย่างเพื่อความสะอาดของตัวนักท่องเที่ยวเอง และเพื่อรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ เช่น “ กรุณาเดินตามศร ” “ กรุณาทิ้งเศษกระดาษลงตะกร้า ” เป็นต้น

3.3 การบอกทิศทาง มีการบอกทิศทางด้วยข้อความและสัญลักษณ์ ไปยังตำแหน่งของสถานที่ต่าง ๆ เช่น “ ที่จอดรถเชิญตรงไปหลังวิหาร” “ทางไปสวนนก” เป็นต้น

3.4 การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว ที่ศูนย์ศิลปาชีพฯ แห่งเดียวที่มีการใช้สื่อในการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว ด้วยการแจ้งให้ทราบถึงเวลาที่อนุญาตให้เข้าชมและอัตราค่าบัตรผ่านประตู

ตารางที่ 9 แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา กรมศิลปากร

สถานที่ท่องเที่ยว	แนวทางการใช้สื่อ																		
	การสร้างการดึงดูดใจ										การให้ความรู้ความเข้าใจ						การจัดการพื้นที่		
	Logical			Emotional							6 หัวข้อ						6 หัวข้อ		
	หนังสือ	พจนานุกรม	ซีดี/วีซีดี	แผ่นพับ	โปสเตอร์	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	วีดิทัศน์	เอกสารประกอบ	แบบจำลอง	ป้ายข้อมูล	6 หัวข้อ	แบบจำลอง	แบบจำลอง	แบบจำลอง	แบบจำลอง	แบบจำลอง	แบบจำลอง	แบบจำลอง	แบบจำลอง
1. พระราชวังหลวง	X										X	X						X	X
2. วัดพระศรีสรรเพชญ์											X	X						X	X
3. วัดพระราม												X						X	X
4. วัดมหาธาตุ	X										X	X						X	X
5. วัดราชบูรณะ	X										X	X						X	X
6. วัดโลกยสุธา	X										X	X						X	X
7. วัดราชเชษฐาราม	X										X	X						X	X
8. วัดไชยวัฒนาราม	X										X	X						X	X
9. คู่มุขนิแสน											X	X						X	X
10. หมู่บ้านโปรตุเกส	X										X	X						X	X
11. สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์																		X	X
12. บึงพระราม	X																	X	X
13. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรมุขนิแสน	X																	X	X
13. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามยา	X																	X	X
* แผ่นพับสำนักงานอุทยานฯ	X																	X	X
สรุป	X																	X	X

ตารางที่ 10 แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของวัดต่าง ๆ

สถานที่ท่องเที่ยว	แนวทางการใช้สื่อ														
	การสร้างการดึงดูดใจ					การให้ความรู้ความเข้าใจ						การจัดการพื้นที่			
	Logical			Emotional						6. หอ		6. หอ			
	หนังสือ	พจนานุกรม	นิตยสาร	ภาพยนตร์	วิทยุกระจายเสียง	วิทยุโทรทัศน์	แผ่นเสียง	วีซีดี	ดีวีดี	คอมพิวเตอร์	อินเทอร์เน็ต	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่ออิเล็กทรอนิกส์
1. วัดพนัญเชิง	X										X	X	X		
2. วัดใหญ่ชัยมงคล	X	X									X	X	X		
3. วัดหน้าพระเมรุ	X										X				
4. วัดนิเวศธรรมประวัติ	X										X		X		
5. วัดไก่อ	X							X			X				
6. วัดนครหลวง	X	X									X	X	X	X	X
สรุป	X	X									X	X	X	X	X

ตารางที่ 11 แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของจังหวัด

สถานที่ท่องเที่ยว	แนวทางการใช้สื่อ												
	การสร้างการดึงดูดใจ			การให้ความรู้ความเข้าใจ							การจัดการพื้นที่		
	Emotional			6 ข้อ									
	Logical	Emotional	6 ข้อ	พื้นที่	เนื้อหา	สื่อ	ช่องทาง	ระยะเวลา	วัตถุประสงค์	วัดผล	สรุป		
1. ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา	X												
2. พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย													
สรุป	X										X	X	X

ตารางที่ 12 แสดงแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจของสำนักพระราชวัง

สถานที่ท่องเที่ยว	แนวทางการใช้สื่อ												
	การสร้างการดึงดูดใจ			การให้ความรู้ความเข้าใจ							การจัดการพื้นที่		
	Emotional			6 ข้อ									
	Logical	Emotional	6 ข้อ	พื้นที่	เนื้อหา	สื่อ	ช่องทาง	ระยะเวลา	วัตถุประสงค์	วัดผล	สรุป		
1. พระราชวังบางปะอิน	X												
สรุป	X										X	X	X

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์เนื้อหาแนวทางการใช้สื่อยังพบว่า ส่วนใหญ่การสร้าง ความหมายในเรื่องราวต่าง ๆ จะเป็นการสร้างความหมายนัยตรง (denotation) คือการใช้ความหมายตามความเป็นจริงอย่างชัดเจน ไม่ต้องอาศัยการตีความอีก ดังตัวอย่าง

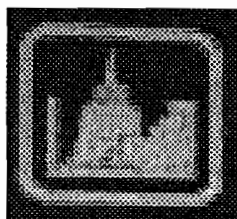
“กรมศิลปากร ได้ทำบันไดเพื่อลงไปยังชมภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในกรุที่พบสมบัติ และ ระหว่างการดำเนินการได้พบกรุพระพุทธรูปและพระพิมพ์อีกเป็นจำนวนมาก ”

แต่ก็ยังพบอีกว่า ยังมีการสร้างความหมายแฝง (connotation) มีความหมายซ่อนเร้น ซึ่งต้องอาศัยการตีความจากนักท่องเที่ยวยุโรปอีกครั้ง ซึ่งความหมายอาจเปลี่ยนแปลงไปตามการรับรู้และประสบการณ์ของแต่ละคน ในลักษณะการนำเสนอเนื้อหาต่อไปนี้

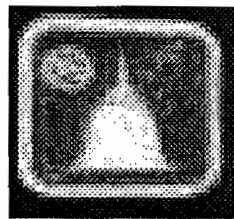
1. การใช้ภาพสัญลักษณ์ เป็นการสร้างสารเพื่อสื่อความหมายที่แสดงนัยหรือเงื่อนไขความ คิดที่แฝงไว้ในรูปแบบของภาพ Pictogram ใช้แสดงแทนภาษาพูดหรือภาษาเขียนให้เป็นสื่อกลางที่จะ ถ่ายทอดเนื้อหาสารหรือข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวยุโรป ซึ่งอาจเข้าใจหรือไม่เข้าใจภาษา แต่จะ สามารถเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์นั้นได้ถ้าพบเห็นบ่อย ๆ ภาพ pictogram ที่ใช้ในการท่องเที่ยว จะสื่อความหมายของสถานที่และกิจกรรมต่าง ๆ ณ แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งยึดแนวความคิดมาจากลักษณะ ทางภูมิประเทศ ลักษณะทางสถาปัตยกรรม และกิจกรรมเด่นที่ประกอบกันภายในแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวพบว่ามีการใช้ภาพสัญลักษณ์ 3 อย่าง คือสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว สัญลักษณ์ส่วนบริการ และสัญลักษณ์แสดงกิจกรรมต้องห้าม

1.1 สัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ใช้ประกอบกับข้อความแสดงสถานที่ท่องเที่ยว พบเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มี 3 สัญลักษณ์ที่ใช้ คือ

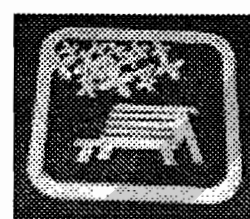
สัญลักษณ์ที่ 1



สัญลักษณ์ที่ 2



สัญลักษณ์ที่ 3



ภาพที่ 9-11 สัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

สัญลักษณ์ทั้ง 3 มีการสร้างความหมายดังนี้

1.1.1 กรอบภาพ (Symbol field) มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยม แสดงถึงพื้นที่ที่อยู่ในอาณาเขตจำกัด

1.1.2 รูปภาพ (Figure) เป็นภาพรูปร่างทึบ (Solid form) แบบใช้บริเวณว่างบนพื้นที่ภาพในการเน้นภาพ (Negative form)

1.1.2.1 สัญลักษณ์ที่ 1 ภาพเจดีย์และสิ่งก่อสร้าง แสดงความหมายของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน

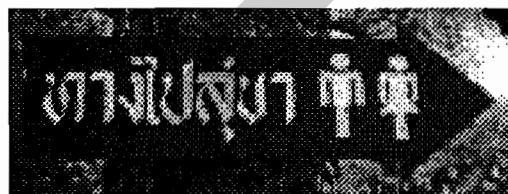
1.1.2.2 สัญลักษณ์ที่ 2 แสดงภาพเจดีย์แทนความหมายของสถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ ภาพรูปวงกลมมีเส้นผ่าศูนย์กลางตัดกัน 4 เส้น แบ่งวงกลมเป็น 8 ส่วน คือภาพของธรรมจักร ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำศาสนาพุทธ จึงสื่อความหมายว่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ พุทธศาสนสถาน

1.1.2.3 สัญลักษณ์ที่ 3 แสดงภาพของใบไม้และม้านั่ง ใบไม้แสดงความหมายของใบไม้ความร่มรื่น ม้านั่งแสดงถึงการพักผ่อน สื่อความหมายของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทสวนสาธารณะ

1.1.3 สี สัญลักษณ์ที่ 1 และ 2 ใช้สีน้ำตาล แทนสีของพื้นดิน อัญมณี ไม้ ให้ความสงบ ความขลัง และความสง่างามในรูปแบบที่เก่าแก่อันเป็นความงามในอดีต ส่วนสัญลักษณ์ที่ 3 ใช้สีฟ้า แสดงถึงความรู้สึกสดชื่นของธรรมชาติ

1.2 สัญลักษณ์ส่วนบริการใช้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการใช้บริการต่าง ๆ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สัญลักษณ์เหล่านี้จะแสดงความหมายของที่ตั้งของส่วนบริการในแหล่งท่องเที่ยว บางสัญลักษณ์ใช้ร่วมกับลูกศรหรือข้อความซึ่งเป็นชื่อส่วนบริการ จากการศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สัญลักษณ์ส่วนบริการ 2 สัญลักษณ์ คือสัญลักษณ์ห้องสุขา สัญลักษณ์ที่จอดรถ

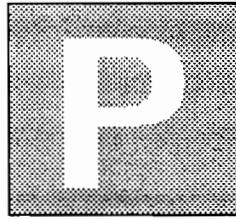
1.2.1 สัญลักษณ์ห้องสุขา เป็นภาพสัญลักษณ์ที่ใช้ภาพคนแสดงความหมายของบริการ ซึ่งแต่ละแห่งจะมีรูปร่างหรือลักษณะของคนที่แตกต่างกันไป หรืออาจมีข้อความประกอบ แต่ให้ความหมายรับรู้ร่วมกันว่า ห้องสุขา การใช้สีพบว่ามีการใช้สีขาวและสีเทา ที่ให้ความหมายของความรู้สึกสะอาด



ภาพที่ 12-13 สัญลักษณ์ห้องสุขา

1.2.2 สัญลักษณ์ที่จอดรถ พบว่ามีการใช้สัญลักษณ์แสดงสถานที่จอดรถ 2 แบบ คือ

1.2.2.1 แบบที่ 1 สัญลักษณ์ที่จอดรถที่ใช้เครื่องหมายสากล คือ ตัวอักษร P แทนความหมายของการเป็นสถานที่จอดรถทุกชนิด



ภาพที่ 14 สัญลักษณ์สากลที่จอดรถ

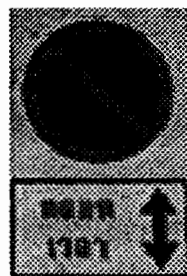
1.2.2.2 แบบที่ 2 สัญลักษณ์ที่จอดรถที่ใช้ภาพสิ่งของ คือใช้ภาพของรถประเภทต่าง ๆ แสดงความหมายของสถานที่จอดรถประเภทต่าง ๆ ซึ่งบางแห่งอาจมีการใช้เครื่องหมายสากลควบคู่กันไปด้วย สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการใช้สัญลักษณ์แบบนี้พบที่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา และวัดใหญ่ชัยมงคล ดังตัวอย่าง



ภาพที่ 15-16 สัญลักษณ์ที่จอดรถที่ใช้ภาพสิ่งของ

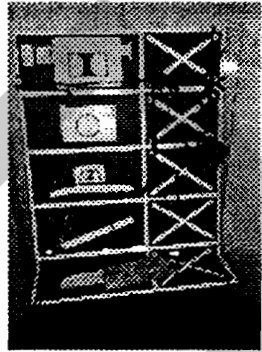
1.3 สัญลักษณ์แสดงกิจกรรมต้องห้าม เป็นภาพสัญลักษณ์ที่มีขึ้นเพื่อสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวทราบว่า การกระทำใดหรือกิจกรรมใดที่ไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวกระทำหรือปฏิบัติในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น จากการศึกษาพบสัญลักษณ์ที่แสดงกิจกรรมต้องห้ามมี 2 แบบคือ

1.3.1 สัญลักษณ์ที่ใช้เครื่องหมายสากล พบสัญลักษณ์เดียวคือสัญลักษณ์ห้ามจอดรถดังตัวอย่าง



ภาพที่ 17 สัญลักษณ์ห้ามจอดรถ

1.3.2 สัญลักษณ์ที่ใช้ภาพสิ่งของร่วมกับเครื่องหมายกากบาท บางภาพอาจมีข้อความประกอบอยู่ด้วย แทนความหมายของสิ่งที่ห้ามกระทำ เช่น ใช้ภาพของกล้องถ่ายรูปร่วมกับเครื่องหมายกากบาท หมายความว่าห้ามถ่ายรูป ซึ่งแต่ละสถานที่อาจใช้ภาพที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละสถานที่ที่กำหนด ดังภาพตัวอย่างที่พระราชวังบางปะอิน



ภาพที่ 18-19 สัญลักษณ์แสดงกิจกรรมต้องห้าม

2. การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ เป็นลักษณะของการสื่อความหมายในรูปสื่อประเพณี การแสดง เช่น การแสดงฟ้อนรำ จินตลีลา ขบวนแห่ การแสดงแสงสีเสียง งานเทศกาลต่าง ๆ ที่จัดขึ้น โดยแต่ละงานหรือการแสดงจะมีความหมายที่ต้องการจะสื่อให้นักท่องเที่ยวทราบ แต่นักท่องเที่ยวอาจตีความหมายไปอีกอย่างก็ได้ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น แบบจำลอง ภาพเขียน ผู้รับสารอาจตีความไม่ตรงกับที่ศิลปินต้องการสื่อสารก็ได้ บางชิ้นงานผู้สร้างสารอาจซ่อนความคิดไว้ให้ผู้รับสารเกิดจินตนาการความคิดเอง หรือสื่อประเพณีงานแสดงแสงสีเสียง ในงานวันมรดกโลก เพื่อถ่ายทอดและให้ผู้ชมเกิดความคิดจินตนาการไปถึงเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ซึ่งแม้จะมีการสร้างเรื่องราวต่าง ๆ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แต่การตีความย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

อีกตัวอย่าง งานหิ้งกระจาดวัดพนัญเชิง เป็นงานที่จัดขึ้นตามความเชื่อของชาวจีน จัดขึ้นทุกปีช่วงกลางเดือน 7 ของจีน ตรงกับเดือน 9 ของไทย ไปจนถึงสิ้นเดือน ซึ่งเชื่อว่าเป็นช่วงที่ประตูนรกโลกเปิด และมีการจำลองเหตุการณ์ตามความเชื่อว่าเป็นการทำบุญทำทานให้กับบรรดาภูตผีไม่มีญาติทั้งหลาย ซึ่งจะถูกล่อยจากยมโลกมารับส่วนบุญบนโลกมนุษย์ปีละครั้ง ก่อนกลับไปรับผลกรรมที่เคยสร้างไว้เมื่อคราวเป็นมนุษย์ โดยการสร้างความหมายของการทำทานคือ การหิ้งของกินของใช้ลงมาจากหอสุงหิ้งกระจาด ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของงาน ผู้คนจะเข้านำยี่อแย้งสิ่งของต่าง ๆ ที่หิ้งลงมา นอกจากนี้ยังมีสัญลักษณ์ที่สำคัญของงานคือหุ่นยมบาลขนาดใหญ่ หรือที่ชาวจีนเรียกว่า "ไตสี่อี่ย" แต่งกายแบบนักบวชจีนโบราณ แทนความหมายตามความเชื่อว่าเป็นบรรดาภูตผีมากมายที่ได้รับอิสรภาพขึ้นมารับส่วนบุญบนโลกมนุษย์ บางตนอาจประพฤติตนกริตนกรอয় เทียวหลอกหลอนผู้คนให้เดือดร้อน หรือบางตนอาจดักค้ำไม้ยอมกลับนรกภูมิเมื่อหมดเวลา จึงต้องให้ยมบาลขึ้นมาควบคุมดูแลบรรดาผีเหล่านี้ แต่นักท่องเที่ยวอาจตีความหมายของงานว่าเป็นการแจกสิ่งของให้กับผู้ยากจนไม่เกี่ยวข้องกับความเชื่อใด ๆ ก็ได้

3. การใช้ข้อความที่แสดงความหมายแฝง เป็นการใช้ภาษาเชิงอารมณ์พบว่า มีสถานที่ที่มีการใช้ข้อความแสดงความหมายแฝง มีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์ วัดนครหลวง วิหารพระมงคลบพิตร และศูนย์ศิลปะบางไทร มีลักษณะการแสดงความหมายแฝงดังนี้

3.1 การใช้ความหมายแฝงในลักษณะของการอุปมาอุปมัย เช่น การนำสิ่งสองสิ่งที่มีความแตกต่างกันมาเปรียบเทียบความหมายกันเช่น “ คนไม่เคารพกฎหมายเหมือนวัวควายไม่มีคอก ” หรือข้อความที่วัดนครหลวง “ คติในยามนี้ คนหัวโบราณอาจไร้ประโยชน์ ต้องสก็อตไบรท์ใช้ประโยชน์ได้ดี ไทยใช้ของไทย สมใจไทยประหยัด ”

ซึ่งเจ้าอาวาสได้อธิบายคำสอนนี้ว่า “ ให้เรารังคองอยู่ได้ในยุคไอเอ็มเอฟ คนจะหัวดีไปร้ออย่างไรถ้าไม่รู้จักรังคองก็ไม่มีคอกดำรงชีวิตอยู่ได้ในยุคไอเอ็มเอฟ ต้องรู้จักประหยัดและใช้ของไทย ที่เอามาใช้สก็อตไบรท์ สก็อตไบรท์มันคืออะไร มันเป็นที่ล้างจานใช้ใหม่ และมันใช้ประโยชน์อะไรได้อีกใช้ล้างโน่นซักนี่ได้ใจปาดะ ซักกันได้จนเปียกมันก็ยังใช้ประโยชน์ เป็นคนในยุคนี้ก็ต้องรู้จักใช้ รู้จักประหยัด ”

3.2 การแสดงความหมายเป็นสองนัยยะ คือข้อความอาจมีความหมายหนึ่งแต่ก็มีอีกความหมายหนึ่งซ่อนอยู่ หรือผู้รับสารสามารถตีความได้ 2 ลักษณะ ตัวอย่างการใช้ความหมายในลักษณะเช่นนี้

“ ภาพนี้ งดงาม ประทับใจ ไร่ชีวิต สละเงินน้อยนิด เลี้ยงชีวิตปลา ”

ข้อความนี้คือการขอบริจาคเงินสำหรับค่าอาหารปลาที่ศูนย์ศิลปะบางไทร แต่อีกความหมายหนึ่งหมายถึงถึงว่าถ้าทุกคนไม่ช่วยกันดูแลรักษาปลา วันหนึ่งปลาเหล่านี้ก็จะเหลือเพียงรูปภาพ

หรืออีกตัวอย่าง “ วัดนี้ชอบสะอาด ระเบียบ สงบ รู้จักหน้าที่ ”

เป็นการให้ความหมายแฝงโดยเจ้าอาวาสวัดนครหลวงได้อธิบายความหมายของข้อความนี้ว่า “ คำว่าสะอาด ไม่ได้หมายถึงการไม่ทิ้งขยะ การรักษาความสะอาดอย่างเดียว แต่ความหมายของคำว่าสะอาด คือสะอาดกายสะอาดใจ คำว่าระเบียบ หมายถึง การรู้จักหน้าที่ วัดจะไม่ตั้งกฎระเบียบ แต่ให้ทุกคนรู้ว่าอะไรควรไม่ควร คำว่าสงบ ไม่ใช่หมายความว่าเงียบ แต่หมายถึงว่า ทุกคนอยู่ร่วมกัน ณ ที่นี้ได้ อย่างไม่มีเรื่องมีปัญหาคือ ๑ และคำว่ารู้จักหน้าที่ หมายถึง เรามีหน้าที่อะไรก็ทำตามหน้าที่นั้นให้ดีที่สุด ”

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อในสถานที่ท่องเที่ยว

ในส่วนนี้เป็นการรายงานผลการศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว 26 แห่ง ๑ ละ 2 คน รวม 52 คน ในด้านการเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างความสนใจ ให้ความรู้ความเข้าใจ และทำให้เกิดความร่วมมือในการดูแลรักษาทรัพยากรและสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยว โดยจะแบ่งตามองค์กรที่รับผิดชอบได้ดังนี้

1. สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 กรมศิลปากร

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 พระนครศรีอยุธยา จำนวน 14 แห่ง ๑ ละ 2 คน รวม 28 คน พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 17 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 60.71 มีความพึงพอใจต่อสื่อในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว

และนักท่องเที่ยวอีก 11 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 39.29 ไม่มีความพึงพอใจต่อสื่อต่าง ๆ ซึ่งจะรายงานผลการศึกษาเป็น 3 หน่วยงาน ดังนี้

1.1 สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 24 คน ในสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของสำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์จำนวน 12 แห่ง พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 13 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 54.17 มีความพึงพอใจกับสื่อในสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวอีก 11 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 45.83 ไม่มีความพึงพอใจต่อสื่อต่าง ๆ โดยที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสื่อต่าง ๆ ดังนี้คือ

1.1.1 สื่อบุคคลและสื่อแผ่นพับ จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งหมด นักท่องเที่ยวไม่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อบุคคลและแผ่นพับ เนื่องจากไม่ได้รับบริการในส่วนนี้ โดยนักท่องเที่ยวจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 ไม่ทราบว่าสื่อบุคคลและแผ่นพับ ด้วยเหตุผลคือ นักท่องเที่ยวไม่ได้เข้าไปขอข้อมูลที่สำนักงานอุทยานประวัติศาสตร์ ส่วนใหญ่กล่าวว่า เขาได้รับข้อมูลจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขต 6 และ guide book แต่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 08.33 ทราบว่าถ้ามาเป็นหมู่คณะสามารถขอวิทยากรได้

1.1.2 แผ่นป้าย เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจมากกว่าสื่ออื่น ๆ นักท่องเที่ยวเห็นว่าการออกแบบที่สวยงามและดูกลมกลืนกับโบราณสถาน แต่แผ่นป้ายส่วนใหญ่ก็ยังมีสภาพเก่าและชำรุด โดยเฉพาะข้อความบนแผ่นป้ายเลือนลางจนไม่สามารถอ่านได้ เช่นที่วัดไชยวัฒนารามและหมู่บ้านโปรตุเกส มีนักท่องเที่ยวบางคนเห็นว่าแผ่นป้ายบางแห่งมีความกลมกลืนกับสถานที่มากเกินไป ทำให้เห็นไม่ชัด และมองเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งก่อสร้างไป ในด้านของจำนวนของแผ่นป้ายที่ปรากฏ นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีปริมาณที่เพียงพอแล้ว และติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสมแล้ว ยกเว้นที่วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดพระราม วัดวรเชษฐาราม วัดมหาธาตุ และสวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ ที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีปริมาณที่น้อยเกินไปควรจัดทำเพิ่ม

สำหรับความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาสาร ในด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจ นักท่องเที่ยวกล่าวว่าแผ่นป้ายสามารถให้ข้อมูลความรู้ความเข้าใจได้ดีที่สุด นักท่องเที่ยวกล่าวว่าเรื่องราวที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้มากที่สุดคือเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมและสิ่งที่น่าสนใจในพื้นที่ แต่นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นว่าเนื้อหาของสื่อควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติม โดยเฉพาะแผ่นป้ายบอกชื่อสิ่งก่อสร้างแต่ละแห่ง นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรเพิ่มเติมรายละเอียดของสิ่งก่อสร้างว่าสร้างขึ้นเมื่อไหร่ ใช้ทำอะไร เป็นต้น แทนที่จะบอกชื่อเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความคิดเห็นว่า ควรมีการแนะนำเส้นทางเดินภายใน โดยเฉพาะการบอกทิศทาง ว่าควรเดินทางไปทิศไหนก่อนหลังโดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า การไม่แนะนำเส้นทางเดิน ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินวกวน นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการทำแผ่นปลิวหรือแผ่นพับ เป็นแผ่นผังแสดงเส้นทางเดินชมพร้อมข้อมูลอย่างย่อๆ ส่วนเนื้อหาของสื่อที่มีเนื้อหาในการขอความร่วมมือในเรื่องต่างๆ จากนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกล่าวว่าเขาให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามระเบียบและคำขอของสถานที่ แต่นักท่องเที่ยวกล่าวว่านักท่องเที่ยวไม่ค่อยพบข้อความดังกล่าวมากนัก

1.2 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา นักท่องเที่ยวเห็นว่าสื่อบุคคลมีความสนใจต่อนักท่องเที่ยว และเต็มใจที่จะตอบคำถามของนักท่องเที่ยว และสามารถตอบคำถามต่าง ๆ ได้ดี ส่วนแผ่นพับนักท่องเที่ยวกล่าวว่าไม่น่าสนใจควรมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงให้ดีขึ้น และแผ่นป้ายเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าสามารถให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ได้ดีที่สุด แต่ควรปรับปรุงให้มีรูปแบบที่ทันสมัยน่าสนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของสื่อว่าสามารถให้ความรู้ในเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และศิลปะได้ดี เนื้อหาต่าง ๆ นักท่องเที่ยวเห็นว่ามียาวละเอียดดีอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติมเนื้อหาใด ๆ

1.3 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจันทรเกษม ในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ให้ความพึงพอใจกับสื่อในสถานที่นี้ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสื่อมีความทันสมัย รูปแบบสีสรรสวยงาม แต่นักท่องเที่ยวก็เห็นว่าควรมีการปรับปรุงแผ่นป้ายให้มีรูปแบบเดียวกันหมดทุกอาคาร ในด้านเนื้อหา นักท่องเที่ยวเห็นว่ามียาวละเอียดต่าง ๆ ชัดเจนดีอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติมเนื้อหาใด ๆ และสำหรับสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกล่าวว่า เขาได้ปฏิบัติตามระเบียบต่าง ๆ ของสถานที่อยู่แล้ว

2. คณะสงฆ์

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ทั้ง 6 วัด ๆ ละ 2 คน รวม 12 คน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อและไม่พึงพอใจกับสื่อของวัดต่าง ๆ มีอัตราส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 50.00 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 วัดใหญ่ชัยมงคล นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจในสื่อ นักท่องเที่ยวเห็นว่าแผ่นป้ายเก่าและข้อความที่ปรากฏลบเลือนไม่สามารถอ่านได้ อีกทั้งแผ่นกระดาษที่ติดภายในวิหารไม่มีความสวยงาม ส่วนหนังสือนักท่องเที่ยวว่าไม่น่าสนใจ รูปเล่มดูเก่าและมีราคาแพง นักท่องเที่ยวจึงไม่นิยมซื้อ ในด้านเนื้อหา นักท่องเที่ยวกล่าวว่าได้รับความรู้ต่าง ๆ น้อยมาก นักท่องเที่ยวเห็นว่าต้องปรับปรุงใหม่ทั้งหมด

2.2 วัดพนัญเชิง นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจกับแผ่นป้ายที่กรมศิลปากรและธนาคารกรุงไทยจัดทำมากกว่าแผ่นป้ายที่ทางวัดจัดทำ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าแผ่นป้ายของกรมศิลปากรและธนาคารมีความสวยงามน่าอ่านและติดตั้งในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน ส่วนแผ่นป้ายของวัด นักท่องเที่ยวเห็นว่าเก่าชำรุดและยังไม่มีข้อความสวยงามอีกด้วย อีกทั้งมีการติดตั้งในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสมขาดระเบียบโดยเฉพาะแผ่นกระดาษมีจำนวนที่มากเกินไป ติดอย่างขาดระเบียบทำให้สถานที่ดูรุงรัง ในด้านเนื้อหาของสื่อ นักท่องเที่ยวกล่าวว่าได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์พอสมควร ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติมเนื้อหาใด ๆ อีก แต่ควรปรับปรุงการจัดระเบียบของสื่อ

2.3 วัดหน้าพระเมรุ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อพระภิกษุและแม่ชี โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าเต็มใจที่จะพูดคุยกับนักท่องเที่ยว ส่วนหนังสือถ้านักท่องเที่ยวไม่ได้เข้าชมวิหารจะไม่ทราบว่ามีจำหน่าย ส่วนแผ่นป้ายนักท่องเที่ยวเห็นว่าไม่มีความสวยงาม บางส่วนดูเก่าอ่านข้อความได้ไม่ชัดเจน ส่วนแผ่นป้ายภายในอุโบสถนักท่องเที่ยวเห็นว่ามียาวละเอียดเกินไปและติดตั้งไม่สวยงาม ในด้าน

เนื้อหา นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ซื้อหนังสือ จะเห็นว่าสื่อที่มีอยู่ให้ความรู้กับเขาได้น้อยมาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีหนังสือจะเห็นว่าหนังสือสามารถให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวได้ดีทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และสิ่งที่น่าสนใจต่าง ๆ ภายใน นักท่องเที่ยวกล่าวว่าการปรับปรุงสื่อโดยเฉพาะ แผ่นป้ายให้มีความน่าสนใจมากกว่านี้

2.4 วัดนิเวศน์ธรรมประวัติ นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจต่อสื่อ สื่อบุคคลคือแม่ชี นักท่องเที่ยวเห็นว่าแม่ชีน่าเชื่อถือ แต่เงื่อนไขเรื่องความซื่อสัตย์ของแม่ชีเป็นอุปสรรคต่อการพูดคุย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีการเพิ่มเติมในเรื่องของแผ่นป้ายตั้งแต่การแสดงทิศทาง และการอธิบาย สถานที่ต่าง ๆ ภายใน นักท่องเที่ยวเห็นว่าความรู้ที่นักท่องเที่ยวได้รับมาจากหนังสือมากที่สุด

2.5 วัดไก่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแบบจำลอง และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ระบบ อัตโนมัติมาก โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสร้างอารมณ์ความรู้สึกและความสนุกสนานให้นักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวเห็นว่าสื่อเหล่านี้แม้จะสามารถถ่ายทอดความเชื่อทางศาสนาได้ แต่นักท่องเที่ยวเห็นว่าเขายังได้รับความรู้ได้น้อยมาก นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะว่า แบบจำลองเหล่านี้ควรมีแผ่น ป้ายประกอบเพื่ออธิบายสิ่งต่าง ๆ ในภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ใช่ภาษาบาลีอย่างที่ปรากฏอยู่ และควรจัดให้มีการทำแผ่นป้ายเพิ่มเติมและเพิ่มเนื้อหาความเป็นมาของสถานที่และการอธิบายภาพวาดต่าง ๆ ด้วย

2.6 วัดนครหลวง นักท่องเที่ยวมีความพอใจต่อสื่อบุคคลคือเจ้าอาวาสมาก นักท่องเที่ยว เห็นว่ามีอรรถาธิบายดี มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น พูดคุยสนุกแต่แฝงไว้ด้วยข้อคิดที่เป็นประโยชน์ และมีความคิดที่ทันสมัย ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย สำหรับ auto reverse นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยเห็นว่ามีเนื้อหาสาระพอประมาณ และทำให้นักท่องเที่ยวทราบว่ามีอะไรที่น่าสนใจใน วัดนี้ ส่วนแผ่นพับ นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่ามี และแผ่นป้ายนักท่องเที่ยวเห็นว่ามีปริมาณที่พอดีไม่มาก ไม่น้อยเกินไป แผ่นป้ายของกรมศิลปากร มีรูปลักษณะที่สวยงามกลมกลืน และมีเนื้อหาความรู้ แต่ถ้านัก ท่องเที่ยวไม่สังเกตจะไม่ทราบว่าเป็นแผ่นป้ายข้อความเนื่องจากมีระดับต่ำกว่าสายตา ส่วนแผ่นป้าย ของวัดแม้จะดูไม่สวยงามนัก แต่ก็สามารถให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวได้พอสมควร ในด้านเนื้อหา นัก ท่องเที่ยวเห็นว่าดีอยู่แล้ว แต่ควรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุโบราณสำคัญภายในวัด

เมื่อมองในภาพรวมแล้ว จะเห็นว่า สื่อที่ให้ความรู้ได้ดีที่สุดคือ แผ่นพับและหนังสือ แต่นัก ท่องเที่ยวส่วนมากจะไม่ทราบว่ามีจำหน่ายหรือแจกให้ สำหรับแผ่นป้ายนักท่องเที่ยวยังให้ความพึงพอใจต่อ แผ่นป้ายที่ทางวัดจัดทำเองน้อยมาก นักท่องเที่ยวมีความเห็นตรงกันว่าควรปรับปรุงแผ่นป้ายทั้งรูปแบบและ เนื้อหา นักท่องเที่ยวเห็นว่าเนื้อหาสื่อแผ่นป้ายที่ทางวัดจัดทำ มีข้อความในเชิงพาณิชย์มากกว่าการให้ความรู้ ส่วนในด้านกฎระเบียบหรือการขอความร่วมมือต่าง ๆ จากนักท่องเที่ยวกล่าวว่าการปฏิบัติตามใน บางส่วน เช่นการถอดรองเท้า การจุกุญแจกุญแจ แต่มีนักท่องเที่ยวบางส่วนเห็นว่าข้อความเชิญชวนบาง แห่งมีมากเกินไปทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดความศรัทธาจึงไม่ให้ความร่วมมือ เช่น การร่วมบริจาคต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม ความคิดเห็นดังกล่าวเป็นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด เนื่องจากสื่อที่ปรากฏส่วนใหญ่เรียกได้ว่าเกือบทั้งหมดเป็นภาษาไทย เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวต่าง ชาติเพิ่มเติม นักท่องเที่ยวเหล่านั้นไม่มีความพึงพอใจในสื่อเนื่องจากไม่เข้าใจภาษาไทย

3 สำนักพระราชวัง

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวนับจำนวน 2 คน ที่เข้าไปท่องเที่ยวในพระราชวังบางปะอิน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ภายในดังรายละเอียดคือ

3.1 สื่อบุคคล นักท่องเที่ยวไม่ออกความคิดเห็น เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวที่มากับบริษัทท่องเที่ยว และมากันเองภายในครอบครัว นักท่องเที่ยวจึงไม่ได้ใช้บริการด้านสื่อบุคคล แต่นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อคิดเห็นว่า สื่อบุคคลของพระราชวังบางปะอินน่าจะมีการให้ข้อมูลได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ เนื่องจากเป็นบุคคลที่ทำงานอยู่ภายในจึงสามารถตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวยังแสดงความคิดเห็นอีกว่า การขอสื่อบุคคลหรือวิทยากรไม่น่าต้องมีการทำเรื่องขอล่วงหน้า ควรจะมีสื่อบุคคลอยู่ประจำพระที่นั่งต่าง ๆ เพื่อคอยตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยวมากกว่า

3.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับ Multi-media computer มากด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่มีโอกาสได้เข้าไปชมภายใน สื่อนี้ทำให้นักท่องเที่ยวทราบภาพภายในพระที่นั่งเป็นอย่างไร แต่นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นว่าสื่อ computer มีน้อยเกินไป ควรจะมีอยู่ทุกพระที่นั่งไม่เฉพาะพระที่นั่งเวหาสน์จำรูญ เพราะพระที่นั่งอื่นนักท่องเที่ยวก็ไม่ได้รับอนุญาตให้เข้าชมภายในได้เช่นกัน

3.3 สื่อแผ่นพับ นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีความสวยงามและมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ดีแล้ว แต่นักท่องเที่ยวเห็นว่าตัวอักษรมีขนาดที่ค่อนข้างเล็กเกินไป

ในด้านเนื้อหาของสื่อ นักท่องเที่ยวเห็นว่าสามารถให้ความรู้ความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้ดี โดยเฉพาะแผ่นพับ นักท่องเที่ยวกล่าวว่านักท่องเที่ยวได้รับความรู้ต่าง ๆ จากสื่อมากมายโดยเฉพาะเรื่องราวทางด้านประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจกับเนื้อหาของสื่อว่าดีอยู่แล้วไม่จำเป็นต้องเพิ่มเติมเนื้อหาอื่น ๆ อีก ส่วนสื่อที่มีเนื้อหาสาระเพื่อขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นว่าเหมาะสมที่จะมีและตัวนักท่องเที่ยวเองก็ได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบดังกล่าว

4. องค์กรเอกชน

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวนับจำนวนในความดูแลของหน่วยงานเอกชน 3 แห่ง ๆ ละ 2 คน รวม 6 คน พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 2 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 33.33 มีความพึงพอใจต่อสื่อ ในขณะที่นักท่องเที่ยวอีก 4 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 66.67 ไม่มีความพึงพอใจต่อสื่อดังนี้

4.1 ศูนย์ศิลปะบางไทร นักท่องเที่ยวเห็นว่าสื่อต่าง ๆ มีปริมาณที่เพียงพอแล้ว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับสื่อต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า สื่อบุคคลมีอัตราที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้ความสนใจและพร้อมที่จะตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยว สื่อแผ่นพับนักท่องเที่ยวกว่าว่ามีขนาดเล็กพกสะดวกมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ดี แผ่นป้ายนักท่องเที่ยวน่าจะเห็นได้ชัดเจน บอกเรื่องราวต่าง ๆ ได้ดี แม้จะดูไม่สวยงามนัก ส่วนสื่อประเพณี นักท่องเที่ยวกว่าว่าสามารถสร้างความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวได้มาก โดยเฉพาะการสาธิตการผลิตที่นักท่องเที่ยวสามารถเห็นและสามารถสัมผัสได้ ส่วนงานเทศกาลนักท่องเที่ยวกล่าวว่าเคยมาร่วมงานวันลอยกระทง และมีความประทับใจกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นและคิดว่าจะมาท่องเที่ยวอีก ส่วนในด้านเนื้อหา นักท่องเที่ยวกว่าว่าได้รับความรู้ในเรื่องต่าง ๆ มากโดยเฉพาะเรื่องงานหัตถกรรม

พื้นบ้านและชีวิตของสัตว์ แต่นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรจะมีการทำแผ่นพับหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิธีการผลิตที่จะแจกหรือจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจเพื่อประโยชน์ของนักท่องเที่ยว และอีกส่วนที่ควรจะมีคือป้ายบอกทิศทางซึ่งนักท่องเที่ยวกล่าวหาว่า ควรจะมีเพิ่มเติมในทุกจุดที่เป็นทางแยก สำหรับเนื้อหาของสื่อในการขอความร่วมมือกับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกล่าวว่าข้อห้ามบางอย่างนักท่องเที่ยวเข้าใจและยินดีปฏิบัติตาม แต่บางอย่างนักท่องเที่ยวไม่สามารถให้ความร่วมมือได้ โดยเฉพาะในเรื่องการจอดรถในที่ห้ามจอด นักท่องเที่ยวกล่าวว่าควรปรับปรุงด้านที่จอดรถก่อน เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ จึงควรจัดที่จอดรถไว้หลาย ๆ จุด จะสามารถแก้ไขปัญหาจุดนี้ได้

4.2 ปางช้างอยุธยาแลเพนียด ช่วงเวลาการเก็บข้อมูลภาคสนาม พบเพียงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวกล่าวว่า เขาไม่ให้ความสนใจกับสื่อต่าง ๆ เนื่องจากสื่อที่มีอยู่เป็นภาษาไทยและเขาไม่เข้าใจภาษาไทย ส่วนแผ่นพับนักท่องเที่ยวไม่ทราบว่ามี แต่นักท่องเที่ยวกล่าวว่าเรื่องสื่อไม่ได้เป็นปัญหาสำหรับเขา เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีผู้นำทางหรือมัคคุเทศก์มาด้วย ซึ่งพวกนี้จะอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับช้างและเพนียดให้ฟัง และเขายังได้ศึกษาข้อมูลบางส่วนจาก guide book มาแล้ว แต่อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวไม่ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการตั้งปางช้างนี้ว่ามีความเป็นมาอย่างไร ทราบเพียงว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ควรเข้ามาสัมผัสเท่านั้น

4.3 วิหารพระมงคลบพิตร นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจในสื่อที่มีภายในวิหารพระมงคลบพิตร นักท่องเที่ยวเห็นว่ามียามากเกินไปโดยเฉพาะแผ่นป้าย มีการติดตั้งที่ไม่เหมาะสมและไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้จำนวนมากเพราะข้อความที่ปรากฏเป็นข้อความซ้ำ ๆ กัน ซึ่งนอกจากจะไม่มี ความสวยงามแล้วยังทำให้สถานที่ดูสกปรก แต่นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจกับภาพถ่ายที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าน่าสนใจหาดูได้ยาก แต่นักท่องเที่ยวเห็นว่าภาพถ่ายมีการติดตั้งที่ไม่เหมาะสม ถ้านักท่องเที่ยวอยู่บริเวณด้านหน้าองค์พระ นักท่องเที่ยวจะไม่เห็นภาพถ่ายเหล่านี้ ในด้านเนื้อหาของสื่อ นักท่องเที่ยวกล่าวว่าเขาได้รับความรู้เกี่ยวกับวิหารพระมงคลบพิตรน้อยมาก เมื่อถามถึงแผ่นป้ายข้อมูลที่กรมศิลปากรจัดทำ นักท่องเที่ยวกล่าวว่าไม่ทราบว่ามี แสดงให้เห็นถึงตำแหน่งการติดตั้งที่ไม่เหมาะสมทำให้นักท่องเที่ยวมองไม่เห็น

5. จังหวัด

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในความดูแลของจังหวัดจำนวน 2 แห่ง ๆ ละ 2 คน รวม 4 คน พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อสื่อและไม่พึงพอใจต่อสื่อในอัตราส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 50.00 ดังรายละเอียด

5.1 พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย นักท่องเที่ยวไม่มีความพอใจ และไม่แสดงความคิดเห็นใด ๆ เกี่ยวกับสื่อ นักท่องเที่ยวกล่าวว่าสถานที่แห่งนี้เป็นส่วนสาธารณะ นักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อการพักผ่อนภายในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน จึงไม่ได้ให้ความสนใจกับสื่อต่าง ๆ มากนักและไม่เห็นว่ามีสื่ออะไรภายใน อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวก็ให้ความสนใจต่อแบบจำลองและประติมากรรมต่าง ๆ ภายในว่ามี ความสวยงาม แต่นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะสร้างเพื่ออะไร และยังไม่ทราบอีกด้วยว่าสถานที่แห่งนี้มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์อย่างไร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมีผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้กฎระเบียบเพียงอย่างเดียวที่ปรากฏในสถานที่แห่งนี้ คือการห้ามจอดรถในจุดต่าง ๆ พบว่ามีนักท่องเที่ยวจอด

รถที่ห้ามจอดดังกล่าว โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่ามีรถน้อย และที่จอดรถมีแคทร้อ้น นักท่องเที่ยวจึงเลือกที่จะจอดได้ร่มไม้ต่าง ๆ และยังคงกล่าวอีกว่าไม่เห็นมีใครว่าและคนอื่น ๆ ก็จอดแบบนี้เช่นกัน

5.2 ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับ แผ่นป้าย ระบบอัตโนมัติต่างๆ โดยเฉพาะแบบจำลอง นักท่องเที่ยวเห็นว่าน่าสนใจ เป็นสิ่งที่เขาไม่เคยเห็นและไม่เคยทราบมาก่อน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการถ่ายทอดได้ ส่วนระบบอัตโนมัติเป็นอีกสื่อที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากเช่นกัน นักท่องเที่ยวเห็นว่านี่เป็นสื่อที่สร้างความรู้สึกตื่นเต้นให้กับนักท่องเที่ยวว่าจะเห็นอะไร แต่นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อคิดเห็นว่าเนื้อหายาวเกินไปจึงไม่ได้ฟังจนจบ นักท่องเที่ยวได้ให้คำแนะนำว่า ควรจะมีการแบ่งเนื้อหาเป็นหัวข้อ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบโดยคร่าว ๆ ว่าสื่อนี้จะนำเสนอเนื้อหาอะไรบ้างในหัวข้อใดบ้าง นักท่องเที่ยวจะได้เลือกฟังเฉพาะหัวข้อที่นักท่องเที่ยวสนใจ ส่วนในด้านเนื้อหาของสื่อ นักท่องเที่ยวเห็นว่าสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวได้ที่อยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องเพิ่มเนื้อหาใด ๆ อีก ส่วนกฎระเบียบต่าง ๆ ของสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและให้ความร่วมมือต่อสถานที่ในการปฏิบัติตามระเบียบของสถานที่

อย่างไรก็ตาม เมื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ถึงความรู้สึกทางด้านการอนุรักษ์ ความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้คำตอบที่คล้ายคลึงกันว่า เขามีความรักและหวงแหนในทรัพยากรต่าง ๆ ของประเทศอยู่แล้ว สื่อที่เขาพบเห็นไม่ได้สร้างความรู้สึกส่วนนี้ให้ หากแต่เป็นความสง่างามที่ยิ่งใหญ่ของสถานที่ที่ทำให้เขาเกิดความรู้สึกนี้ และนักท่องเที่ยวได้ให้ข้อคิดว่าจากประสบการณ์ท่องเที่ยวของเขา เขาพบเห็นการทำลายสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางคน และให้ความเห็นว่าควรเพิ่มเนื้อหาของสื่อเรื่องการอนุรักษ์และบทลงโทษให้มากขึ้น

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแนวทางการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ปรัชญาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในแนวคิดของการพัฒนาในทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

สืบเนื่องจากปรัชญาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ 8 ได้กำหนดให้คนเป็นศูนย์กลางหรือจุดมุ่งหมายหลักของการพัฒนา ดังนั้นการดำเนินงานภายใต้แผนพัฒนาดังกล่าวจึงเป็นการดำเนินงานแบบรวมส่วนในลักษณะของการบูรณาการทั้งทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม และพัฒนาศักยภาพของคนไปในขณะเดียวกัน การกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน การพัฒนาในทิศทางที่ยั่งยืนจึงเป็นการมุ่งพัฒนาในสิ่งที่ก่อประโยชน์ต่อคน ส่งเสริมให้คนมีความรู้ มีค่านิยมที่ดี และมีจิตสำนึกและจริยธรรมในการท่องเที่ยว การดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนฯ 8 จึงเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบควบคู่ไปกับการให้ความรู้ ชักจูง และควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้ประสานกลมกลืน หากในแหล่งท่องเที่ยวใดการพัฒนาขาดความสมดุลระหว่างองค์ประกอบทั้ง 2 ส่วนแล้ว ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ ดังนั้นการใช้สื่อเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน ก็ต้องเป็นการใช้สื่อที่ให้เกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว คือสื่อจะต้องสามารถให้ความรู้ ควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

และชักจูงนักท่องเที่ยวให้มีจิตสำนึก มีจริยธรรมในการท่องเที่ยว และเกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันสื่อก็ต้องไม่เป็นตัวทำลายการท่องเที่ยวด้วย

เมื่อนำผลการศึกษาแนวทางการใช้สื่อในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามแนวคิดของ Grant W Sharp มาวิเคราะห์จะพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวเกือบทุกแห่งมีการใช้สื่อตามแนวทางของ Grant W Sharp แต่เมื่อนำแนวทางดังกล่าวมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับแผนการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว 2540-2546 ภายใต้แผนฯ 8 ในรูปแบบของการพัฒนาในทิศทางที่ยั่งยืน พบว่าแนวทางการใช้สื่อดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกัน กล่าวคือ แม้ตัวสื่อจะสามารถพัฒนาคนหรือนักท่องเที่ยว ให้เกิดความรู้และชักจูงให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกต้องเพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่ผลการศึกษากลับพบว่า สื่อไม่สามารถสื่อสารถึงนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด นอกจากนี้สื่อที่มีอยู่ยังไม่สามารถพัฒนาคนในด้านจิตใจซึ่งจะเป็นผลโดยตรงต่อการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในระยะยาว และตัวสื่อกลับกลายเป็นตัวทำลายสถานที่ท่องเที่ยวเอง ดังรายละเอียด

1. ข้อจำกัดของสื่อในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เนื้อหาของสื่อต่าง ๆ ส่วนใหญ่ยังคงจำกัดอยู่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย กล่าวคือ สื่อส่วนใหญ่มีเนื้อหาเป็นภาษาไทย จึงยากต่อความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ความสามารถในการพัฒนาศักยภาพของนักท่องเที่ยวจำกัดอยู่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทย

2. เนื้อหาของสื่อไม่สามารถพัฒนาศักยภาพของคนทางด้านจิตใจได้

การพัฒนาไม่ได้มุ่งเน้นที่การพัฒนาทางด้านสติปัญญาเพียงอย่างเดียว แต่ยังคงมุ่งหวังให้เกิดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทางด้านจิตใจ ซึ่งตามแผนพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวภายใต้แผนฯ 8 ได้กล่าวถึงการพัฒนานักท่องเที่ยวให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรักและหวงแหนต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว การให้ความรู้เพียงอย่างเดียวจึงอาจไม่ได้ผลในทางจิตใจ จากการศึกษาจะเห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวต่างมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว และสถานที่ส่วนใหญ่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ เนื้อหาสารจึงมีการนำ logical appeal มาใช้ในเนื้อหาสารมากเพื่อสร้างน้ำหนักความน่าเชื่อถือแสดงความเป็นจริงของสารนั้น ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาด้านความรู้สติปัญญา

ตามที่ G. Hartmann นักวิจัยชาวตะวันตกได้ทำการทดลองและพบว่า สารที่ใช้อารมณ์จะโน้มน้าวใจได้มากกว่าสารที่ไม่ได้ใช้อารมณ์¹ ดังนั้นในเนื้อหาสารจึงควรมีการใช้จุดเร้าใจที่จะโน้มน้าวใจหรือผลักดันให้ผู้รับสารคล้อยตามหรือมีทัศนคติโน้มน้าวไปยังไปทางใดทางหนึ่งหรือปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารเสนอมา แต่จากผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาสารที่ใช้อารมณ์มาเร้าใจในเนื้อหาสาร (emotional appeal) ยังคงจำกัดอยู่ที่การใช้ความรู้สึกหรือความต้องการพื้นฐานของมนุษย์มาใช้ในการจูงใจในสาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสะดวกสบาย ความปลอดภัย การยอมรับจากสังคม หรือการอยู่เหนือผู้อื่น แต่จุดเร้าใจดังกล่าวกลับเป็นการใช้เพื่อผลทางเศรษฐกิจ คือการบอกความสามารถของสถานที่ท่องเที่ยวในการตอบสนองความพึงพอใจหรือความ

¹ อ้างถึง อรรถรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ ; สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537, หน้า134-135.

ต้องการของนักท่องเที่ยว เนื้อหาสารจึงยังไม่สามารถพัฒนาทางด้านจิตใจซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายอีกอย่างของการพัฒนาศักยภาพของคนได้ เนื้อหาสารยังขาดจุดเร้าใจที่จะจูงใจหรือเร้าใจให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึก ความภาคภูมิใจ ความรู้สึกรักหรือหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อการร่วมกันอนุรักษ์ ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงในระยะยาว

อรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท ได้กล่าวถึงการใช้จุดเร้าใจในสารว่า มีแรงจูงใจบางอย่างที่มนุษย์เรียนรู้เมื่อมีประสบการณ์ผ่านเข้ามาในชีวิต แรงจูงใจเหล่านี้ได้แก่ ความรักชาติ ความรักในเพื่อนมนุษย์ ศาสนา และค่านิยมต่าง ๆ (Motivational appeal) การที่เร้าใจโดยสารโดยจุดเร้าใจโดยใช้แรงจูงใจนี้จึงขึ้นอยู่กับผู้รับสารด้วย เพราะแรงจูงใจแบบนี้อาจมีความหมายมากต่อผู้รับสารคนหนึ่ง ในขณะที่ผู้รับสารอีกคนอาจไม่รู้สึกอะไรเลย² การศึกษานี้ยังพบว่า เนื้อหาสารยังขาดการใช้จุดเร้าใจโดยใช้แรงจูงใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกรักหรือเกิดความรู้สึกหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้น พบว่ามีเพียงสถานที่เดียวและพบเพียงข้อความเดียว คือพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา ที่มีการใช้จุดเร้าใจแบบนี้ ดังตัวอย่าง

“ จากคำให้การของคนร้าย ผู้รู้เห็นเหตุการณ์และจากนักค้าของเก่า ประมาณว่าเครื่องทองคำราชูปโภคที่ได้จากกษัตริราชบุรณะมีน้ำหนักราว 100 กิโลกรัม ซึ่งเพียงคิดมูลค่าหายากจากจำนวนน้ำหนักอย่างเดียวในปี พ.ศ. 1967 อันเป็นปีเริ่มสร้างวัดราชบุรณะจะมากมายเพียงใด และในปีปัจจุบันจะมีค่ามหาศาลสักปานใด หากทรัพย์สมบัตินั้นเป็นเพียงทรัพย์สินศฤงคารของปุ่ยาตายายของเรา จึงเป็นมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของมวลมนุษยชาติอันล้ำค่าและเป็นบทเรียนในประวัติศาสตร์สอนให้ตระหนักถึงความรุ่งโรจน์กับความพินาศเป็นนิรันดร์”

3. ตัวสื่อเป็นตัวทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมโดยตรง

จากการศึกษาพบว่า แม้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะมีแนวทางการใช้สื่อเพื่อให้ความรู้และควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว แต่กลับพบว่าในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งโดยเฉพาะสถานที่ในความดูแลของคณะสงฆ์และเอกชน สื่อกลับกลายเป็นตัวทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวเอง คือ

3.1 จำนวนของสื่อที่ไม่เหมาะสม คือมีจำนวนที่มากเกินไป โดยเฉพาะแผ่นป้ายและแผ่นกระดาษที่ติดอยู่ทั่วไป ทำให้ตัวสื่อกลับกลายเป็นจุดเด่นของสถานที่ และเป็นตัวสร้างความอูจาดทางสายตาจำนวนมากเกินไปทำให้สถานที่ขาดระเบียบและดูรุงรังส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวขาดความสุนทรีย์หายไป

3.2 ตำแหน่งที่ตั้งของสื่อ การจัดวางตำแหน่งโดยไม่พิจารณาความเหมาะสม การติดตั้งบริเวณประตูหรือทางเข้า ที่นอกจากจะเป็นตัวกีดขวางทางสัญจรของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้จุดประทับใจทางเข้า (Entre - port Landmark) เสียไป นักท่องเที่ยวจะไม่เกิดความประทับใจหรือรู้สึกตื่นตัวในการเยี่ยมชม อีกทั้งยังทำให้ความสวยงามและคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวลดลงอีกด้วย นอกจากนี้ การติดตั้งของสื่อในสถานที่บางแห่งยังเป็นตัวทำลายสภาพกายภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดความเสียหายโดยตรงอีกด้วย เช่นการตอกแผ่นป้ายติดไปกับต้นไม้หรือบนตัวโบราณสถาน

² เรื่องเดียวกัน, หน้า 137.

3.3 รูปแบบและขนาดของสื่อ การออกแบบที่ขาดกฎเกณฑ์ออกแบบตามความคิด เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ขาดความกลมกลืนกับสถานที่ การใช้สีที่รุนแรง และปัญหาที่พบมากคือขนาดของสื่อที่มักทำขนาดใหญ่เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นชัด โดยเฉพาะขนาดความสูงใหญ่ของแผ่นป้ายจะปิดบังทิวทัศน์ของสถานที่ เช่น อาคารสำคัญต่างๆ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวขาดความน่าสนใจไปมาก

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า สื่อโดยเฉพาะแผ่นป้ายในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง มักอยู่ในการวางแผนและรับผิดชอบดูแลเรื่องการจัดตั้งอยู่หลายหน่วยงานหรือมีภาคเอกชนอื่น ๆ คุปต์มภ์ เช่นสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาที่มีโบราณสถานตั้งอยู่ จะมีแผ่นป้ายของ กรมศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด และของทางสถานที่เอง ทำให้การจัดตั้งเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ รูปแบบแนวคิดมีความแตกต่างกัน ทำให้แผ่นป้ายต่าง ๆ มีความหลากหลายและกระจัดกระจายโดยทั่วไปอย่างขาดระเบียบ ซึ่งเป็นอีกสาเหตุสำคัญที่ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเสียคุณค่าไปอย่างน่าเสียดาย

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว จะเห็นว่าแนวทางการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในปัจจุบัน ยังไม่มีความสัมพันธ์หรือสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ซึ่งอาจสรุปเหตุผลที่ทำให้การดำเนินการด้านสื่อ ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนภายใต้แผนฯ 8 ได้ นั้น น่าจะมาจาก

1. ขาดแผน นโยบาย และการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง แม้ว่าทั้งทางรัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีความพยายามที่จะเร่งรัดพัฒนาการท่องเที่ยว แต่บทบาทจำกัดอยู่เพียงเชิงนโยบาย แต่ในการดำเนินงานต่าง ๆ จะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ขึ้นอยู่กับองค์กรที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวว่าจะขานรับนโยบายดังกล่าวหรือไม่ จะดำเนินการต่อเนื่องไปหรือไม่ นั้นหมายถึงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารด้วย ผู้บริหารจำนวนไม่น้อยที่ขาดความตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน มีความพอใจกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชม การกำหนดแผนงานหลายแห่งขาดการพิจารณาในภาพรวม มุ่งแต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน จากการศึกษาพบว่ามีเพียง 2 องค์กรที่ขานรับนโยบายการท่องเที่ยวดังกล่าว โดยการจัดทำแผนหลัก (master plan) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางภายใต้แผนฯ 8 คือ กรมศิลปากร และศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทิศทางที่ยั่งยืนโดยเฉพาะแผนแม่บทของกรมศิลปากร ที่จัดว่าเป็นโครงการแรกที่น่าเอาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาควบคู่ไปกับประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ ในรูปของการพัฒนาแบบยั่งยืน (sustainable development)

2. ขาดความร่วมมือประสานงานอย่างใกล้ชิดระหว่างองค์กรต่าง ๆ การพัฒนาไปสู่ทิศทางที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายทุกองค์กร เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ในระยะยาว ในส่วนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีหน่วยงานมากมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว และการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นกรมศิลปากร จังหวัด สำนักพระราชวัง คณะสงฆ์ ภาคเอกชน หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งแต่ละแห่งแต่ละองค์กรต่างมีนโยบายและแนวทางการปฏิบัติไม่เหมือนกัน ทำให้มีปัญหาในการประสานงานเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ตัวอย่างปัญหาการจัดตั้งสื่อในลักษณะต่างคนต่างทำที่กล่าวถึงข้างต้น

3. ขาดบุคลากรและงบประมาณ แม้จะมีการวางแผนงานหรือจัดทำแผนงานพัฒนาการ
ท่องเที่ยวก็ตาม แต่ถ้าหากไม่สามารถปฏิบัติตามแผนได้ ทิศทางของความยั่งยืนก็ไม่อาจบรรลุวัตถุประสงค์
ได้ ในระดับปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือการจัดทำสื่อ
ต่าง ๆ ไม่ใช่งานที่ผู้ใดจะกระทำได้ ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะ ความรู้และประสบการณ์ ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงาน
ต่าง ๆ ยังขาดบุคลากรที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมถึงการผลิตสื่อ ที่ไม่ใช่เพียงการอาศัยช่าง
ศิลป์ในการออกแบบงาน แต่การกำหนดเนื้อหาควรเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสื่อสาร ซึ่งจากการ
สัมภาษณ์ พบว่าการขาดบุคลากรมีผลต่อเนื่องมาจากการขาดงบประมาณที่จะจัดจ้าง และปัญหาของงบ
ประมาณทำให้ไม่สามารถที่จะพัฒนาคุณภาพของสื่อได้อีกด้วย

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาเชิงวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยกรอบทฤษฎีและแนวคิดในการศึกษาที่สำคัญคือ ทฤษฎีและแนวคิดการสื่อสารเพื่อการจูงใจ (Persuasive Communication) แนวคิดสัญวิทยา (Semiology) และแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism Development) โดยมีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยคือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว สื่อบุคคลและนักท่องเที่ยว ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และข้อมูลประเภทเอกสารจากหนังสือ แผ่นพับและเอกสารต่าง ๆ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 26 แห่ง กลุ่มตัวอย่างประเภทบุคคลจำนวน 86 คน และสื่อเฉพาะกิจจำนวน 2,211 สื่อ ซึ่งมาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และการบันทึกจากแหล่งข้อมูล ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

การศึกษาสภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมด 46 แห่ง มีเพียง 26 แห่งที่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้ง 26 แห่ง แม้จะมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ก็ยังมีสภาพปัญหาอยู่บ้างพอสรุปสภาพทั่วไปได้ดังนี้

1. สภาพของสิ่งก่อสร้างและสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ได้รับการบูรณะ ซ่อมแซม และการดูแลรักษาอยู่ในสภาพที่ดีอยู่แล้ว แต่มีบางแห่งที่มีการต่อเติมเพิ่มทำให้มองดูมีความขัดแย้งอยู่บ้าง บางแห่งมีการก่อสร้างอาคารสิ่งก่อสร้างซึ่งมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่ไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมเดิม
2. ปัญหาการใช้ที่ดิน พบปัญหานี้มากในสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัด มักจะมีการใช้พื้นที่อย่างไม่เป็นระเบียบ โดยเฉพาะการไม่แยกพื้นที่ให้ชัดเจนระหว่างเขตพุทธาวาสและเขตสังฆาวาส รวมถึงพื้นที่บริการ ลานจอดรถ ที่จำหน่ายเครื่องดื่มและสินค้า มีการใช้พื้นที่ปะปนกันทำให้ดูสับสนวุ่นวายขาดความสงบ และยังเป็นกรรบกวนการปฏิบัติศาสนกิจของพระสงฆ์และฆราวาสอีกด้วย

3. องค์ประกอบทางภูมิทัศน์ ได้แก่ เส้นทางเดินศึกษาด้วยตนเอง (Self – guided trail) เป็นเส้นทางเดินในการชมสถานที่ต่าง ๆ ภายในสถานที่ท่องเที่ยว บางแห่งมีการสร้างเส้นทางเดินที่ชัดเจน เช่น วัดใหญ่ชัยมงคล วัดไชยวัฒนาราม แต่มีอีกเป็นจำนวนมากที่ขาดเส้นทางเดิน ซึ่งมีผลต่อสภาพทางกายภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในอนาคต คือความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว ในการเหยียบย่ำหรือป้อนปายในสถานที่เปราะบาง ส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ม้านั่ง ถังขยะ แผ่นป้าย สิ่งก่อสร้างอื่น ๆ ส่วนใหญ่รูปแบบยังขาดความกลมกลืน และความเป็นเอกลักษณ์ และมีจำนวนไม่เพียงพอ กับความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. ปัญหาเรื่องการสื่อความหมาย ภายในบริเวณโบราณสถานที่สำคัญหลายแห่ง ยังขาดสิ่งจูงใจ คำอธิบาย และการสื่อความหมายที่ดีที่จะชักจูงให้นักท่องเที่ยวได้มีความรู้ความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่จินตนาการว่าได้เข้าไปในเมืองโบราณ และมองเห็นสภาพของสถานที่ในอดีตที่มีความสวยงามสง่างามเพียงใด มีความสำคัญและสัมพันธ์กับอารยธรรมในอดีต ของเมืองโบราณแห่งนี้ อย่างไรก็ตาม เท่าที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจได้ดี

5. การบริการในพื้นที่ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การบริการอื่น ๆ มีไม่เพียงพอและยังไม่ได้มาตรฐาน และผู้ประกอบการต่างก็ไม่เห็นความจำเป็นที่จะพัฒนาปรับปรุงการบริการของตนให้ดีขึ้น

ส่วนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวขององค์กรต่าง ๆ ที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ว่าจะเป็นกรมศิลปากร คณะสงฆ์ จังหวัด สำนักพระราชวัง และองค์กรเอกชน ต่างมีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว ทั้งการจัดการพื้นที่ การจัดการด้านบุคลากร การเงิน และบางองค์กรมีการจัดทำแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายองค์กร โดยองค์กรที่มีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวและมีการวางแผนงานเพื่อวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวมีเพียง 2 องค์กรคือ กรมศิลปากรและศูนย์ศิลปาชีพบางไทร มีการจัดทำแผนหลัก (master plan) ในการพัฒนาทั้งการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ส่วนองค์กรอื่นยังไม่มีแผนงานและการดำเนินงานที่ชัดเจนนัก ได้แก่ จังหวัด ยังอยู่ในระหว่างการเปลี่ยนแปลง การวางแผนงาน การดำเนินงานในปัจจุบันจึงเป็นลักษณะการดำเนินงานแบบพอเลี้ยงตัวเองได้ ส่วนองค์กรทางศาสนา การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวไม่ใช่เป้าหมายหลัก เป็นเพียงการดำเนินงานเพื่อหาผลประโยชน์มาใช้ในกิจการทางศาสนา แผนงานต่าง ๆ จึงเป็นลักษณะของแนวคิด ไม่มีกำหนดระยะเวลาหรือขั้นตอนการทำงานที่แน่นอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ที่ทำได้เป็นลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

สำหรับการจัดการด้านสื่อขององค์กรต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างแต่ละแห่ง มีการใช้สื่อทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปเป็นภาพรวมการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ตามตารางที่ 14 คือ

ตารางที่ 14 ภาพรวมการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาขององค์กรต่าง ๆ

สถานที่ท่องเที่ยว	สื่อบุคคล				สื่อเฉพาะกิจ										สื่อ แผ่น พิมพ์	สื่อ อื่นๆ	รวม
	จำนวน รูปถ่าย	จำนวน วีซีดี	จำนวน แผ่น	จำนวน สื่อ	สื่ออิเล็กทรอนิกส์					สื่อทัศนศิลป์							
					วีซีดี	แผ่น	สื่อ	เว็บไซต์	สื่อ อื่นๆ	สื่อ อื่นๆ	สื่อ อื่นๆ	สื่อ อื่นๆ	สื่อ อื่นๆ	สื่อ อื่นๆ			
1. สำนักงานโบราณคดี	จำนวน %	-	-	-	1	1	5	-	1183	4	1	16	61	-	11	13	1310
2. สำนักพระราชวัง	จำนวน %	00.83	-	-	00.08	00.08	00.38	-	90.31	00.30	-	01.22	04.88	-	00.84	00.99	100
3. จังหวัด	จำนวน %	7	-	-	1	2	1	-	39	-	-	-	-	-	2	-	52
	จำนวน %	13.46	-	-	01.92	03.85	01.92	-	75.00	-	-	-	-	-	03.85	-	100
4. คณะสงฆ์	จำนวน %	-	-	-	1	9	1	-	64	-	20	11	3	5	-	-	139
	จำนวน %	-	-	-	00.72	06.47	00.72	-	46.04	-	14.39	07.91	02.16	03.60	-	-	100
5. เอกชน	จำนวน %	-	2	2	-	9	1	4	166	6	61	3	17	-	10	87	368
	จำนวน %	-	00.54	00.54	-	02.45	00.27	01.09	45.11	01.63	16.58	00.11	04.62	-	02.72	23.64	100
	จำนวน %	3	-	-	-	-	4	-	289	17	-	-	15	-	6	31	365
	จำนวน %	00.82	-	-	-	-	01.10	-	79.18	04.66	-	-	04.11	-	01.64	08.49	100
	จำนวน %	21	2	2	-	25	3	4	1741	27	82	30	99	5	29	131	2234
รวม	จำนวน %	00.94	00.09	00.09	-	01.12	00.13	00.94	77.93	01.21	03.67	01.34	04.43	00.22	01.3	05.86	100

1. สื่อที่ใช้มากที่สุดคือสื่อแผ่นป้าย มีการใช้ถึง 1,741 แผ่นป้าย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 77.93 โดยสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 ใช้มากที่สุดถึง 1,183 แผ่นป้าย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 90.31 รองลงมาคือองค์กรเอกชน จำนวน 289 แผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 79.18
2. สื่อที่ใช้มากเป็นอันดับสอง คือสื่ออื่น ๆ ถึง 131 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 05.86 โดยศาสนสถานในความดูแลของคณะสงฆ์ใช้มากที่สุดถึง 87 สื่อ คิดเป็นร้อยละ 23.64
3. สื่อที่ใช้มากเป็นอันดับสาม คือสื่อทัศนศิลป์ประเภทภาพถ่าย จำนวน 99 ภาพ ในอัตรา ร้อยละ 04.43 โดยสำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 3 ใช้มากที่สุดถึง 66 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.88 รองลงมาคือศาสนสถานในความดูแลของคณะสงฆ์ใช้ 17 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 04.62
4. สื่อที่ใช้มากเป็นอันดับที่สี่ คือ สื่อทัศนศิลป์ ประเภทแบบจำลอง จำนวน 82 ชิ้น ในอัตรา ร้อยละ 03.67 โดยศาสนสถานในความดูแลของคณะสงฆ์ใช้มากที่สุดถึง 61 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 16.58 รองลงมาคือสถานที่ท่องเที่ยวในความรับผิดชอบของส่วนจังหวัดมี 20 ชิ้นงานคิดเป็นร้อยละ 14.39
5. สื่อที่มีการใช้น้อยที่สุด คือ สื่อบุคคลที่เป็นพระภิกษุและแม่ชี ซึ่งมีเฉพาะศาสนสถานในความดูแลของคณะสงฆ์เท่านั้น จำนวนสื่อละ 2 รูป ในอัตราส่วนร้อยละ 0.09 เท่ากัน

เมื่อนำสื่อต่าง ๆ มาวิเคราะห์เนื้อหาพบว่ามีแนวทางการใช้สื่อดังนี้

1. การใช้สื่อบุคคล จากการสัมภาษณ์สื่อบุคคลของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่ามีแนวทางในการสื่อสารที่เหมือนกัน ในด้านแนวคิดและวิธีการในการสร้างการดึงดูดใจด้วยลักษณะทางบุคลิกภาพและอารมณ์ รวมถึงการใช้ทักษะการสื่อสารในการสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว แต่จะมีความแตกต่างกันในด้านเนื้อหาสาระในการให้ข้อมูลทั้งความรู้ การชกแจงและการควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดเด่นหรือจุดขายของสถานที่ และวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจการ

2. การใช้สื่อเฉพาะกิจ เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการใช้สื่อตามแนวคิดของ Grant W. Sharp สามารถสรุปได้ตามตารางที่ 15 ใน 3 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 การใช้สื่อในการสร้างการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ เพื่อนำไปสู่การรับรู้ด้วยการใช้ลักษณะทางกายภาพของสื่อ คือรูปแบบลักษณะ ความชัดเจน และการติดตั้งของสื่อ และการใช้ลักษณะทางจิตวิทยามาใช้ในเนื้อหาสาระเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว ทั้งการใช้จุดเร้าใจที่เป็นเหตุผล (logical appeals) และจุดเร้าใจด้านอารมณ์ความรู้สึก (emotional appeals) ทั้งนี้การใช้จุดเร้าใจดังกล่าวมักขึ้นอยู่กับจุดเด่นหรือจุดขาย และนโยบายหรือวัตถุประสงค์ของสถานที่ กล่าวคือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดขายทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน จะใช้ logical appeal มาจูงใจในเนื้อหาสาระเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดขายทางด้านวัฒนธรรมและกิจกรรมนั้น ทานการ จะใช้ emotional appeal เป็นจุดเร้าใจในสาร เพื่อให้เกิดผลทางพฤติกรรมบางอย่างจากนักท่องเที่ยว เช่นการใช้จุดเร้าใจเรื่องความสะดวกสบาย (comfort appeal) จุดเร้าใจเรื่องการอยู่เหนือผู้อื่น (vanity appeal) เพื่อสื่อความหมายถึงการบริการและความสะดวกต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ หรือการใช้จุดเร้าใจเรื่องความกลัว (fear appeal) ที่พบมากในสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา ก็เพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงความประพฤติดังกล่าว เป็นต้น

ตารางที่ 15 สรุปภาพรวมแนวทางการใช้สื่อเฉพาะกิจขององค์กรต่าง ๆ

สถานที่ท่องเที่ยว	แนวทางการใช้สื่อ														
	การสร้างการดึงดูดใจ				การให้ความรู้ความเข้าใจ						การจัดการพื้นที่				
	Logical		Emotional		ความหลากหลาย	เนื้อหา	ความน่าสนใจ	ความน่าเชื่อถือ	ความทันสมัย	ความน่าเชื่อถือ	ความน่าสนใจ	ความน่าเชื่อถือ	ความทันสมัย	ความน่าเชื่อถือ	ความน่าสนใจ
1. กรมศิลปากร	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2. คณะสงฆ์	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3. องค์การเอกชน	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4. จังหวัด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5. สำนักพระราชวัง	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
สรุป	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

แนวทางที่ 2 การใช้สื่อในการสร้างความรู้ความเข้าใจ เป็นการใช้สื่อในการถ่ายทอดเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้อย่างเข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จะมีการให้ความรู้ความเข้าใจทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภารกิจหลักของสถานที่ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน จะเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานที่ และลักษณะทางด้านศิลปะสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง สถานที่ท่องเที่ยวประเภทศาสนา จะมีการถ่ายทอดเรื่องราวทางพุทธศาสนาทั้งพิธีกรรมและความเชื่อทางศาสนา หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นก็จะเน้นการถ่ายทอดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่นงานหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

แนวทางที่ 3 การใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นการใช้สื่อในการช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีการใช้สื่อเพื่อการจัดการพื้นที่ที่คล้ายคลึงกัน ด้วยการสร้างเนื้อหาสาระในลักษณะของการห้าม การเตือน การแนะนำ การบอกทิศทาง หรือการบอกเงื่อนไขบางอย่างเพื่อควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวกระทำหรือไม่ให้กระทำการบางอย่าง ทั้งนี้ก็เพื่อผลในการรักษาสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมนั่นเอง

นอกจากการใช้สื่อในแนวทางดังกล่าวแล้ว การสร้างความหมายสารก็มีความสำคัญต่อการสร้างความรู้ ความรู้สึกและพฤติกรรม จากการศึกษาพบว่า สารต่าง ๆ มีการสร้างความหมายในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวใน 2 ระดับ คือ การสร้างความหมายโดยตรง (denotation) ด้วยการสร้างความหมายตามความเป็นจริงตามความหมายของคำอย่างชัดเจนโดยไม่ต้องอาศัยการตีความอีก และการสร้างความหมายนัยแฝง (connotation) เป็นความหมายที่ต้องอาศัยการตีความจากนักท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งความหมายอาจเปลี่ยนแปลงไปตามการรับรู้และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ด้วยการใชภาพสัญลักษณ์ pictogram การใช้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรูปของกิจกรรมหรือการแสดงต่าง ๆ และการใช้ข้อความที่แสดงความหมายแฝงในรูปของการอุปมาอุปไมย หรือการสร้างความหมายสองนัยยะ

และเมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 52 คน ในประเด็นของแนวทางการใช้สื่อดังกล่าว นักท่องเที่ยวมีทั้งความพึงพอใจและไม่พึงพอใจต่อสื่อและสารของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งในความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของการใช้สื่อของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

อย่างไรก็ดี เมื่อนำผลการศึกษาแนวทางการใช้สื่อในปัจจุบันมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในรูปแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) พบว่า แนวทางการใช้สื่อดังกล่าวยังไม่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แผนฯ 8 ที่การพัฒนาต้องมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน กล่าวคือสื่อจะต้องสามารถพัฒนานักท่องเที่ยวได้ทั้งทางด้านสติปัญญา จิตใจและพฤติกรรม และขณะเดียวกันสื่อก็ต้องไม่เป็นตัวทำลายการท่องเที่ยวด้วย จากการศึกษาพบว่า

สื่อที่ใช้ในปัจจุบัน แม้จะสามารถพัฒนาด้านสติปัญญาและความคุมพฤติกรรมบางอย่างได้ในชั่วระยะเวลาหนึ่ง แต่เนื้อหาสารของสื่อยังไม่ครอบคลุมหรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสื่อยังไม่สามารถพัฒนาจิตใจและให้เกิดจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมที่จะทำให้เกิดความรักความหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อผลต่อเนื่องไปสู่การรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในระยะยาว และยังพบอีกว่าสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งมีการออกแบบและการติดตั้งสื่อในลักษณะที่เป็นการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมอีกด้วย

สิ่งที่สามารถสังเกตได้ถึงความไม่สัมพันธ์ดังที่กล่าวมาแล้วว่า แม้รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะพยายามเร่งรัดส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน แต่ก็มีความบกพร่องจำกัดเพียงนโยบาย ในขณะที่การดำเนินงานและแผนงานขององค์กรต่าง ๆ เป็นไปตามนโยบายของตน โดยองค์กรส่วนใหญ่ไม่มีการประสานแผนพัฒนาของตนให้เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ (Integrating Tourism into Planing) ซึ่งจะช่วยขยายการท่องเที่ยวในระยะยาว อีกทั้งยังขาดการประสานงานทั้งการปรึกษาหารือ การร่วมมือกันระหว่างองค์กรต่าง ๆ ที่จะดำเนินการท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกัน (Consulting Stakeholders) ซึ่งเป็นหลักการส่วนหนึ่งของวิถีทางสู่ความยั่งยืนตามแนวคิดของ Shirley Eder

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือน เมษายน – เดือนมิถุนายน 2541 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ไม่มีกิจกรรมหรือมีงานเทศกาลประเพณี การวิจัยนี้จึงไม่สามารถให้รายละเอียดของสื่อประเพณีได้อย่างชัดเจนทั้งหมด โดยเฉพาะความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประเพณี นอกจากนี้ช่วงนี้อาจทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านสื่อและสภาพปัจจุบันของสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งได้ซึ่งบางส่วนอาจผิดไปจากรายงานการวิจัยนี้

2. สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งไม่มีการใช้สื่อเป็นภาษาอังกฤษ ทำให้การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวออกมาเป็นภาพรวมไม่สามารถเปรียบเทียบแนวคิดของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อีกทั้งยังได้รับการยกย่องและขึ้นทะเบียนไว้ในบัญชีมรดกโลก จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งส่งผลทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัดและของประเทศ แต่ในขณะเดียวกันก็อาจส่งผลทางลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวได้เช่นกันหากขาดการจัดการที่ดี จากการศึกษาพบว่ามีปัญหาด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยวบางอย่าง จึงขอเสนอแนะแนวทางเพื่อการพัฒนา ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะระดับนโยบายและแผนงาน

ปัญหาสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย จากองค์กรต่าง ๆ ที่รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวชาวดัตช์ประสกร่วมกัน และที่สำคัญยังขาดความตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาแล้ว หลายองค์กร มีความพอใจกับผลทางเศรษฐกิจที่ได้รับ

และตามที่กล่าวมาแล้วว่า บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นองค์กรที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ยังคงมีบทบาทเชิงนโยบายที่ยังขาดการประสานต่อ ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงต้องเพิ่มบทบาทขององค์กร ในการเป็นผู้ประสานนโยบายอย่างจริงจัง โดยใช้ความพยายามในการเผยแพร่และประสานแนวความคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้กับองค์กรต่าง ๆ ให้ไปในทิศทางเดียวกัน โดยการจัดประชุม สัมมนา องค์กรที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีการแจ้งข่าวคราวเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่เสมอ พร้อมการติดตามและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์กรต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติ แนวคิด ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมร่วมปรึกษาหารือ และร่วมพิจารณาปัญหาต่าง ๆ เพื่อร่วมกำหนดความเป็นไปได้ในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

อนึ่ง แผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา ของกรมศิลปากร ผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นแผนงานที่ดี จึงนำมีการนำแผนนี้มาประยุกต์ใช้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกเหนือจากสถานที่ในความดูแลของกรมศิลปากรด้วย ให้ครอบคลุมกับคำว่า นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และทั้งนี้แผนงานดังกล่าวเป็นแผนที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อีกทั้งยังเป็นแผนงานที่ดำเนินงานตามแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการจัดพื้นที่

ปัญหาส่วนใหญ่ของสถานที่ท่องเที่ยว คือปัญหาการใช้ที่ดิน ซึ่งมีการใช้บริเวณต่าง ๆ ปะปนกันไป ทำให้สถานที่ขาดระเบียบ บางแห่งสกปรก ทำให้คุณค่าของสถานที่ลดลง ผู้ศึกษาจึงขอแนะนำแนวทางการใช้พื้นที่ท่องเที่ยว โดยใช้แนวทางการใช้พื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติซึ่งคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้จัดทำเสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในคู่มือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกและประเภทถ้ำ ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสถานที่ท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมได้ ดังนี้

2.1 การจัดพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน

สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะเป็นโบราณสถานเก่าแก่ จึงควรมีการกำหนดเขตหรือโซนในพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสงวนรักษาไว้ซึ่งสภาพเดิมของโบราณสถาน หรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์เอาไว้ให้มากที่สุด โดยในขณะที่เดียวกันก็เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปใช้พื้นที่เพื่อการศึกษาและการพักผ่อน จึงควรมีการจัดแบ่งโซนพื้นที่แยกเขตต่าง ๆ

โดยมีหลักการในการจัดแบ่งพื้นที่ ที่ควรเริ่มจากเขตที่มีความสับสนวุ่นวาย มีเสียงดัง ไปสู่เขตที่ค่อย ๆ สงบเงียบ จนกระทั่งถึงตัวโบราณสถาน ซึ่งขอแนะนำการแบ่งพื้นที่เป็น 3 โซน ดังนี้

2.1.1 พื้นที่สงวนหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เป็นพื้นที่ที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่าควรแก่การสงวนรักษา และกระจายความหมายให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจคุณค่าทางวัฒนธรรมและวิวัฒนาการของอารยธรรมที่ผ่านมา เป็นพื้นที่ต้องสงวนรักษาอย่างจริงจังเพราะความสำคัญของหลักฐานหรือเรื่องราวในอดีตที่ผ่านมา ประกอบกับความเก่าแก่ที่ต้องการการบูรณะและรักษามิให้หลักฐานสำคัญสูญหายไป ได้แก่ตำแหน่งที่มีโบราณสถานสำคัญอยู่ พื้นที่นี้จึงควรรักษาสภาพแวดล้อมเดิมให้มากที่สุด ไม่ควรต่อเติมหรือก่อสร้างอื่น ๆ เพิ่มเติมและไม่ควรจัดทำเส้นทางเดินรถภายใน ควรจัดให้เป็นพื้นที่สงบและคงสภาพธรรมชาติให้มากที่สุด บริเวณนี้ไม่ควรจัดให้มีกิจกรรมอื่นใดปะปน และในบริเวณนี้ควรจัดทำเส้นทางสัญจร(ทางเดินเท้า) เชื่อมโยงสิ่งก่อสร้างภายในแต่ละแห่งเป็นลักษณะโครงข่าย (net work) ทำให้สามารถติดต่อถึงกันได้ทุกสถานที่ภายในโดยไม่ต้องย้อนกลับเพื่อประหยัดเวลาในการท่องเที่ยว และเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากการเดินอย่างไม่รู้ทิศทางของนักท่องเที่ยวที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายกับโบราณสถานและสภาพแวดล้อมได้

2.1.2 พื้นที่ส่วนบริการ เป็นบริเวณที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตามสมควรได้แก่ ชุมจำหน่ายเครื่องดื่ม น้ำและของว่างเบา ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว และที่นั่งพักผ่อน แต่ต้องไม่มีจำนวนที่มากเกินไป และตำแหน่งที่ตั้งของบริเวณต้องไม่บดบังสถานที่ หรือทำให้คุณค่าของสถานที่ลดลง นอกจากนี้บริเวณนี้อาจใช้เป็นที่ตั้งของหน่วยประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยว และบริเวณนี้ควรจัดทำแบบจำลองหรือแผนผังของสถานที่พร้อมข้อมูลสถานที่เพื่อให้ นักท่องเที่ยวทำความเข้าใจก่อนการเข้าชม และนอกจากนี้ในบริเวณนี้จะเป็นที่ตั้งของจุดขายบัตรเข้าชม ซึ่งการเลือกที่ตั้งขายบัตรขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของลักษณะพื้นที่

2.1.3 พื้นที่เข้าถึง บริเวณนี้เป็นบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยพาหนะต่าง ๆ จึงเป็นพื้นที่ที่จะมีความสับสนวุ่นวายและควบคุมได้ยาก ดังนั้นจึงควรแยกบริเวณนี้ออกเป็นบริเวณพิเศษต่างหาก กล่าวคือต้องเป็นบริเวณที่กว้างขวางเพียงพอและไม่ควรอยู่ใกล้กับโบราณสถาน เนื่องจากแรงสั่นสะเทือนของรถจะมีผลต่อรากฐานของโบราณสถาน และที่สำคัญบริเวณนี้ควรจะต้องหลบมุมไม่ให้ปิดบังหรือทำลายภูมิทัศน์ของสถานที่ทางประวัติศาสตร์ การใช้พื้นที่ต่าง ๆ ในบริเวณนี้ ได้แก่

2.1.3.1 ลานจอดรถ ควรจัดให้เพียงพอและมีที่กลับรถอย่างสะดวก ควรจัดทางสัญจรเป็นทิศทางอย่างถูกต้องตามกฎหมายจราจรและมีความปลอดภัย การจัดที่จอดรถควรแบ่งที่จอดรถโดยขนาดใหญ่ออกจากขนาดเล็ก ได้แก่ รถเก๋ง รถปิคอัพและรถตู้ ที่จอดรถจักรยานและรถจักรยานยนต์ก็ควรต้องแยกออกไป และสิ่งที่ควรคำนึงอีกประการของที่จอดรถคือ ร่มเงา ซึ่งจะต้องจัดปลูกต้นไม้ให้ความร่มรื่นให้มากที่สุด

2.1.3.2 บริเวณขายอาหารและร้านค้า ควรมีความต่อเนื่องกับลานจอดรถ ซึ่งการออกแบบทางสถาปัตยกรรมควรคำนึงถึงการบำรุงรักษาและความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม

2.1.3.3 ห้องสุขา มีความต่อเนื่องกับลานจอดรถและร้านค้าแต่ต้องไม่อยู่ในตำแหน่งที่ประเจิดประเจ้อเกินไป การออกแบบควรคำนึงถึงการถ่ายเทของอากาศและการดูแลรักษา

2.2 ข้อเสนอแนะในการจัดพื้นที่ของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัด

เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีโบราณสถานบางแห่ง เป็นศาสนสถานที่มีการประกอบกิจกรรมทางศาสนาและมีพระสงฆ์จำพรรษา การจัดพื้นที่สามารถนำแนวทางในข้อเสนอแนะข้อ 2.1 มาใช้ได้ แต่ต้องมีการจัดการเพิ่มเติมดังนี้

2.2.1 ควรจัดแบ่งแยกเขตพุทธาวาสและเขตสังฆาวาส ออกจากบริการการท่องเที่ยว ซึ่งจะให้ผลดีต่อการปฏิบัติธรรมของสงฆ์ และสามารถให้พื้นที่ให้บริการด้านศิลปวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าชมวัดได้สะดวกกว่าการไม่กำหนดพื้นที่ที่แน่ชัด

2.2.2 การแยกส่วนสังฆาวาส ควรให้อยู่กับสภาพธรรมชาติให้มากที่สุด เพื่อผลต่อการกิจหลักในการปฏิบัติธรรม หากสภาพของสถานที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงในส่วนนี้ได้ ก็ไม่ควรให้มีการใช้บริเวณนี้ในการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ควรรักษาบริเวณนี้ให้มีความสงบมากที่สุด หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงการสัญจรของนักท่องเที่ยวได้ ควรจัดทำเส้นทางเดินเท้าเฉพาะให้กับนักท่องเที่ยวโดยให้เกิดการรบกวนต่อการปฏิบัติธรรมของสงฆ์ให้น้อยที่สุด

3. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในวัด

จากการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่มีปัญหามากที่สุดได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษา คือมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวไปในเชิงพาณิชย์มากกว่าภารกิจหลักคือการเผยแผ่ธรรมะ ซึ่งมีผลต่อภาพพจน์ของพุทธศาสนาในประเทศไทย

แนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน คือทุกสิ่งต้องเกื้อกูลกันมีประโยชน์ซึ่งกันและกัน ดังนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวและการศาสนาเกื้อกูลกัน จึงต้องใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวสร้างรายได้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้และเข้าใจทั้งในด้านรูปธรรมและนามธรรม กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้จากสิ่งที่มองเห็นภายนอก เช่น สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง โบสถ์ วิหาร พระพุทธรูป ประเพณีต่าง ๆ และซาบซึ้งภายในอันเป็นนามธรรมหรือธรรมะ ซึ่งจะมีผลให้เกิดความศรัทธาและพร้อมที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลพระศาสนาให้คงสืบต่อไป หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวแนวพุทธ (Buddhist Tourism)¹

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดที่มีพระสงฆ์จำพรรษา ควรมีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแนวพุทธ ทั้งนี้เพื่อให้การท่องเที่ยวเกื้อกูลกับภารกิจหลักหรือบทบาทหลักได้ กล่าวคือเป็นวิธีการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมพร้อมๆกัน แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว

¹ พระมหาสุทิตย์ อบอุ่น. "Buddhist Tourism การท่องเที่ยวแนวพุทธ." "จุลสารการท่องเที่ยว. 18, 1. มกราคม-มีนาคม 2542, หน้า 4-8.

ประเภทวัดไม่ควรพัฒนาเต็มรูปแบบเหมือนสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เนื่องจากวัดมีภารกิจหลักของตนเอง หากการท่องเที่ยวเข้ามามากเกินไปจะทำให้วัดขาดความสงบไป ซึ่งขอเสนอแนะแนวทางดังนี้

3.1 การต้อนรับเชิญชวนนักท่องเที่ยวในด้านรูปธรรม คือการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัสและชมความงดงามของสถานที่ และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่มองเห็นอันเป็นรูปธรรมภายนอก เช่น การอธิบายภาพจิตรกรรมฝาผนัง รูปแบบสถาปัตยกรรม พระพุทธรูป เจดีย์ ซึ่งสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ล้วนมีความหมายในทางพุทธศาสนา ความรู้นี้อาจเป็นในรูปแบบของแผ่นป้ายหรือแผ่นพับ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเพลิดเพลิน ในขณะที่เดียวกันก็จะทำให้นักท่องเที่ยวทราบถึงความสำคัญและความยิ่งใหญ่ของพระพุทธศาสนา ในอดีตจนถึงปัจจุบัน

3.2 การให้ความรู้เกี่ยวกับพระพุทธศาสนาในด้านนามธรรม บทบาทที่ถือเป็นบทบาทหลักของวัดในการที่จะทำหน้าที่เผยแพร่ธรรมะและเป็นศูนย์วัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างสมบูรณ์ ด้วยการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม ด้วยการจัดสถานที่สอนการฝึกปฏิบัติสมาธิ วิปัสสนาในระดับเบื้องต้น เป็นการเรียนรู้ถึงจิตใจภายในตามหลักของพระพุทธศาสนา อันเป็นนามธรรม โดยพระภิกษุหรือผู้ที่มีความรู้และสามารถใช้ภาษาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

แนวทางดังกล่าวจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และการมีส่วนร่วม ทำให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจกับการเดินทางท่องเที่ยว ที่ไม่ได้มุ่งกิจกรรมในเชิงพาณิชย์อย่างออกหน้าออกตาอย่างที่ปรากฏในวัดหลาย ๆ แห่งในปัจจุบัน ซึ่งจะมีผลต่อภาพพจน์ และการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ข้อเสนอแนะในการใช้สื่อ

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว แม้นักท่องเที่ยวจะให้ความพึงพอใจในความหลากหลายของสื่อในการสร้างความสนใจได้ดี แต่ในความเป็นจริงการผลิตสื่อต่าง ๆ ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง ในขณะที่งบประมาณมีจำกัด การผลิตสื่อหลาย ๆ ประเภทจึงมีความเป็นไปได้ยาก ประกอบกับข้อจำกัดของสถานที่ในการติดตั้งสื่อ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจมาก แต่เป็นสื่อที่ไม่สามารถติดตั้งไว้ได้กลางแจ้ง จึงขอแนะนำความเป็นไปได้ในการผลิตสื่อที่จะใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ กล่าวคือ ควรเน้นการใช้สื่อแผ่นป้ายควบคู่ไปกับสื่อแผ่นพับ เนื่องจากสื่อทั้ง 2 ประเภทนี้สามารถให้รายละเอียดข้อมูลได้มาก และในขณะที่เดียวกันต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ จึงควรมีการพัฒนาและปรับปรุงดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 แผ่นป้าย จัดเป็นวิธีการสื่อสารที่จะสามารถบอกกับนักท่องเที่ยวที่เข้าสู่บริเวณนั้นได้ทราบอย่างง่ายที่สุด โดยสามารถจะบอกเล่า ตักเตือน ชี้แนะ ให้ความกระจ่างแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ป้ายจึงมีบทบาทความสำคัญอยู่โดยทั่วไป ดังนั้น การนำป้ายไปใช้ อาจช่วยเสริมสร้างคุณภาพของบริเวณ ในทางกลับกันอาจทำลายบรรยากาศความสวยงาม ถ้าป้ายนั้นมีลักษณะที่ขัดต่อสายตาหรือไม่อาจสื่อความหมายให้เข้าใจได้ถ้าขาดความเข้าใจในการใช้ที่ตีพอ จึงขอทำความเข้าใจเกี่ยวกับแผ่นป้ายต่าง ๆ คือ แผ่นป้ายที่ใช้ติดตั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว จะประกอบไปด้วย ป้ายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว (Identification Sign) ป้ายรายละเอียดแหล่งท่องเที่ยว (Demonstration Sign) ป้ายชี้ทางใน

แหล่งท่องเที่ยว (Directional Sign) และป้ายบอกกฎข้อบังคับ (Regulation Sign) ซึ่งอาจเป็นป้ายห้าม ป้ายเตือน นอกจากนี้อาจมีป้ายส่วนบริการ และป้ายขอความร่วมมือบางอย่าง ซึ่งขอแนะนำแนวทางการใช้แผ่นป้าย ดังนี้

1.1.1 ตำแหน่งของป้าย การติดตั้งป้ายควรคำนึงว่าข่าวสารนั้นๆ ต้องการสื่อสารให้ผู้ใด ในขณะที่ผู้นั้นอยู่ในตำแหน่งใด และตำแหน่งของป้ายควรจัดระยะและระเบียบไม่ให้กีดขวางทางสัญจรเป็นอุปสรรคต่อผู้ที่ผ่านไปมา นอกจากนี้การติดตั้งป้ายควรตั้งอยู่บนตัวของมันเอง ไม่ควรติดติดกับต้นไม้ หรือกำแพงโบราณสถานต่าง ๆ เช่น

1.1.1.1 ป้ายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ควรติดตั้งด้านหน้าด้านข้างของทางเข้าสถานที่

1.1.1.2 ป้ายชี้ทาง ควรติดตั้งบริเวณทางแยกทุกจุดภายในแหล่งท่องเที่ยว ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั้งผู้เดินเท้าและนั่งรถยนต์

1.1.1.3 ป้ายรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว ควรอยู่หน้าจุดสำคัญหรือสถานที่ที่ต้องการแสดงรายละเอียด

1.1.1.4 ป้ายส่วนบริการ ควรติดตั้ง ณ จุดที่เป็นทางสัญจร ทางแยก และจุดที่ต้องการแสดง โกลัส่วนบริการนั้น ๆ

1.1.1.5 ป้ายห้าม ควรติดตั้ง ณ จุดที่ไม่ต้องการให้ทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ห้ามถ่ายรูป ห้ามนำสิ่งของมาขาย เป็นต้น

1.1.1.6 ป้ายเตือน ควรติดตั้ง ณ จุดที่อันตราย เช่น ระวังรองเท้าหาย

1.1.2 โครงสร้างของป้าย ควรเลือกใช้วัสดุต่างๆ ที่หาได้ง่ายในจังหวัด เพราะจะทำให้ป้ายดูสวยงามกลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อม เช่น ศิลาแลง อิฐ หิน ไม้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามแผ่นป้ายไม่ควรเป็นวัสดุที่มีผิวมัน สะท้อนแสง จะทำให้อ่านข้อความได้ยาก และการเลือกวัสดุก็ควรคำนึงถึง ความทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศ การผุกร่อน ขโมยและผู้บุกรุกที่อาจมาทำลายจุดติดตั้งป้ายหรือขโมยไป การดูแลรักษา และความสวยงามกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เช่น ป้ายโลหะ อาจมีความทนทานต่อสภาพอากาศ ปลอดภัยและแมลง แต่ไม่ทนทานต่อการขีดข่วนของนักท่องเที่ยวดังปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านโปรตุเกส เป็นต้น นอกจากนี้ควรคำนึงถึงความสวยงามด้วย จะสามารถสร้างความสนใจได้ดี โครงสร้างของป้ายจึงควรมีรูปลักษณะที่เด่นชัด อาจทำรายละเอียดแสดงถึงลักษณะวัฒนธรรมของสถานที่ได้

1.1.3 ความชัดเจน แผ่นป้ายควรมีลักษณะที่เห็นง่าย อ่านออกได้ง่าย ง่ายในการเข้าใจและควรกระชับ และขนาดของตัวหนังสือควรมีสัมพันธ์กับขนาดของป้าย เช่น ป้ายในสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องใช้ทางสัญจรทางเท้า ป้ายอาจมีตัวหนังสือไม่ต้องใหญ่มากนัก เพราะคนเดินด้วยอัตราความเร็วต่ำ ส่วนสีก็ไม่ควรใช้สีที่ตัดกันมากเกินไป เช่น พื้นแดง ตัวอักษรเหลือง จะทำให้ป้ายดูขัดกับสถานที่ ปกตินิยมใช้สีที่เข้ากับสภาพแวดล้อม เช่น สีน้ำตาล สีเขียว สีฟ้า ซึ่งเป็นสีที่จะกลมกลืนไปกับบริเวณโดยรอบ เช่น สีน้ำตาลจะกลมกลืนกับสีของอิฐ เป็นต้น โดยทั่ว ๆ ไปแล้วตัวอักษรสีเข้มบนพื้นอ่อนจะอ่านง่ายกว่าตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นสีเข้ม

1.2 แผ่นพับ เนื่องจากการใช้แผ่นป้ายติดตั้งสื่อความหมายไม่อาจจะทำเป็นจำนวนมากได้ เพราะถึงแม้ว่าจะมีการออกแบบที่ดีเพียงใด แต่ถ้ามีมากเกินไปก็จะทำลายความงามของโบราณสถานหรือสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นเพื่อที่จะทำให้ผู้ชมได้มีความสะดวกในการเข้าชมและได้รับความรู้ไปพร้อม ๆ กัน จึงขอเสนอให้มีการใช้แผ่นพับควบคู่ไปกับการใช้แผ่นป้ายในทุกสถานที่ท่องเที่ยว

แผ่นพับนี้จะเป็นแผ่นพับเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ที่จะบรรยายถึงประวัติความสำคัญของสถานที่พร้อมด้วยแผนผัง และมีการบรรยายสิ่งที่น่าสนใจแต่ละจุดหรือแต่ละส่วนของสิ่งก่อสร้างอย่างละเอียด พร้อมด้วยแผนผังและรูปด้านตัดซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจได้ชัดเจน เมื่อใช้แผ่นพับควบคู่ไปกับการชมสถานที่ แผ่นพับจึงจัดเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญและมีประโยชน์มาก

2. ข้อเสนอแนะในการนำเสนอเนื้อหาสาระ การนำเสนอเนื้อหาควรพิจารณาถึงจุดเด่นหรือจุดขายของสถานที่ ก่อนตัดสินใจเลือกเรื่อง (theme) หรือสิ่งที่ต้องการสื่อ (subject matter) เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของอยุธยา มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ดังนั้นเนื้อหาที่น่าสนใจจึงต้องมีการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ อย่างรอบครอบเป็นอย่างดี และต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องจากนักวิชาการและนักโบราณคดีอย่างเป็นระบบก่อนที่จะนำเสนอออกไป นอกจากนี้ภาษาก็มีส่วนสำคัญต่อความเข้าใจและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว จึงควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย จากการศึกษาพบว่าปัญหาส่วนใหญ่ของสื่อคือการขาดข้อมูลที่ น่าสนใจ อีกทั้งยังขาดเนื้อหาในด้านการจัดการพื้นที่ซึ่งมีผลต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ ดังนั้นผู้ศึกษาขอยกกรณีศึกษา วัดพระศรีสรรเพชญ์ ในการวางแผนทางปรับปรุงการใช้สื่อดังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

กรณีศึกษา วัดพระศรีสรรเพชญ์

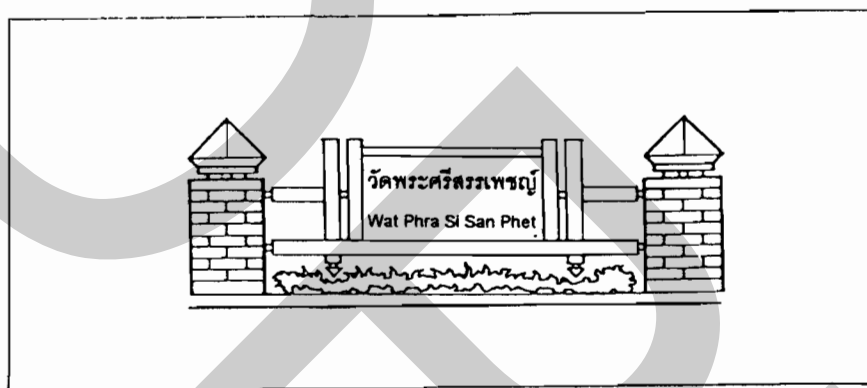
วัดพระศรีสรรเพชญ์ ในอดีตถือว่าเป็นวัดที่มีความสำคัญและยังเป็นวัดต้นแบบของการก่อสร้างวัดพระศรีรัตนศาสดารามในกรุงเทพฯ ส่วนในปัจจุบันวัดพระศรีสรรเพชญ์ยังคงมีความสำคัญในฐานะเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่จัดว่าเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเลยทีเดียว โดยเฉพาะพระเจดีย์ 3 องค์ ภาพของพระเจดีย์วัดพระศรีสรรเพชญ์ มักปรากฏบนปกหนังสือ นิตยสาร Guide book และภาพยนตร์สารคดีต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าวัดพระศรีสรรเพชญ์เป็นวัดที่มีปัญหาในเรื่องการสื่อความหมาย กล่าวคือ ภายในบริเวณโบราณสถานขาดสิ่งจูงใจ คำอธิบาย และการสื่อความหมายที่ดีที่จะชักจูงให้นักท่องเที่ยวได้มีความรู้ความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่จินตนาการว่าเข้าไปอยู่ในเมืองโบราณ และมองเห็นภาพของวัดพระศรีสรรเพชญ์ในอดีตที่มีความสวยงามสง่าเพียงใด ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนวทางการปรับปรุงเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวดังนี้

1. การเลือกใช้สื่อ ตามที่กล่าวมาแล้วว่า แม้ความหลากหลายของสื่อจะสามารถสร้างความสนใจได้ดีกับนักท่องเที่ยว แต่ข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมและงบประมาณ ผู้ศึกษาจึงขอเสนอให้ใช้สื่อ 2 ประเภท คือ สื่อแผ่นป้าย และแผ่นพับ

1.1 แผ่นป้าย เสนอแนะให้จัดทำแผ่นป้ายแบบถาวร ทั้งนี้ให้ยึดหลักความกลมกลืนกับโบราณสถานและสามารถถ่ายทอตัวฉนวนธรรมท้องถิ่นได้ ดังนี้

1.1.1 แผ่นป้ายที่ตั้งอยู่รอบนอกกำแพงวัดพระศรีสรรเพชญ์ ประกอบด้วยแผ่นป้ายต่อไปนี้

1.1.1.1 แผ่นป้ายบอกชื่อสถานที่ เป็นแผ่นป้ายที่เป็นการต้อนรับเข้าสู่พื้นที่ แผ่นป้ายนี้บอกชื่อวัดพระศรีสรรเพชญ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรมีรูปแบบที่โดดเด่น แต่กลมกลืนกับโบราณสถาน และไม่มีขนาดใหญ่หรือสูงเกินไปจนปิดบังสถานที่ ขอเสนอรูปแบบป้ายชื่อสถานที่ ตามแผนแม่บทโครงการอนุรักษ์และพัฒนานครประวัติศาสตร์การออกแบบของค้ประกอบภูมิทัศน์ ในหน้าที่ 68 แต่ตัดโครงสร้างเหล็กส่วนหลังคาออก เพื่อไม่ให้บังสถานที่ ดังภาพตัวอย่าง



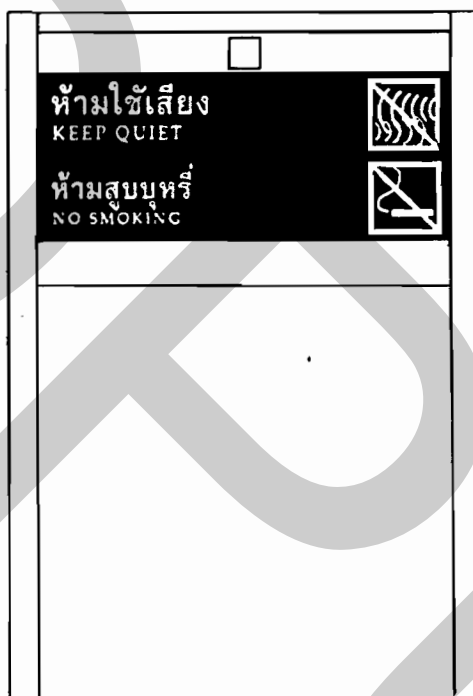
ภาพที่ 20 แผ่นป้ายบอกชื่อสถานที่

1.1.1.2 แผ่นป้ายข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระศรีสรรเพชญ์ เป็นแผ่นป้ายที่ตั้งอยู่บริเวณด้านนอกของวัด เสนอให้คงรูปแบบเดิมของแผ่นป้ายเดิมไว้ แต่ให้เปลี่ยนตำแหน่งที่ตั้ง มาไว้ตรงเส้นทางเดินเท้าเข้าสู่วัด



ภาพที่ 21 แผ่นป้ายข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว

1.1.1.3 แผ่นป้ายที่ใช้ควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นแผ่นป้ายที่ตั้งอยู่บริเวณด้านนอก เสนอให้ติดตั้งติดกับตำแหน่งของสถานที่จำหน่ายบัตรเข้าชม เพื่อแจ้งให้ทราบถึงสิ่งที่ไม่ควรกระทำในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้ามสูบบุหรี่ ห้ามทิ้งขยะ ห้ามปีนป่ายโบราณสถาน ฯลฯ หรือเพื่อเตือนบางสิ่งบางอย่างกับนักท่องเที่ยว เสนอให้ใช้เป็นโครงเสาเหล็ก และใช้แผ่นโลหะเป็นอลูมิเนียมอัลลอยหรือแผ่น Acrylic ที่เป็นแผ่นวัสดุสังเคราะห์ แผ่นป้ายนี้ไม่ต้องการให้กลมกลืนกับโบราณสถานมากเกินไป แต่ต้องไม่โดดเด่นมากนัก เพื่อให้เป็นที่สังเกตของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเสนอให้ใช้ภาพสัญลักษณ์สากลประกอบในแผ่นป้ายนี้ เพื่อความเข้าใจของนักท่องเที่ยวทุกชาติภาษา และความสูงของป้ายควรอยู่ระดับสายตา

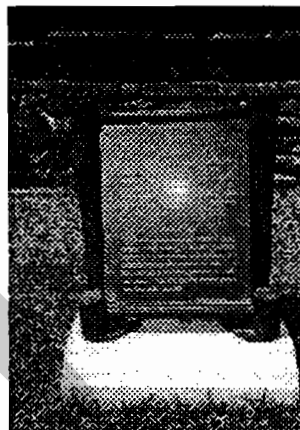
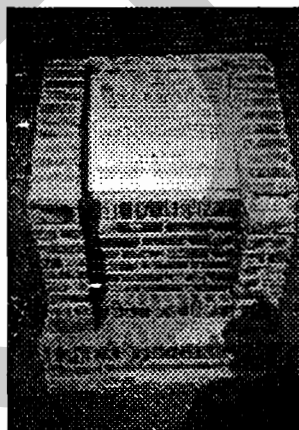


ภาพที่ 22 แผ่นป้ายเพื่อใช้ควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1.1.2 แผ่นป้ายที่ตั้งอยู่ภายในกำแพงวัดพระศรีสรรเพชญ์ เป็นแผ่นป้ายที่อยู่ในเขตโบราณสถาน การติดตั้งแผ่นป้ายจึงต้องคำนึงถึงความผสมผสานกลมกลืนกับโบราณสถานและต้องไม่มีจำนวนมากเกินไป เพื่อไม่ให้เป็นการทำลายความงดงามของโบราณสถาน ประกอบด้วยแผ่นป้ายต่อไปนี้

1.1.2.1 แผ่นป้ายความสำคัญของสถานที่ก่อนการเดินชม เพื่อย้ำเตือนให้เห็นคุณค่าของสถานที่รวมถึงการขอให้ความช่วยเหลือและรักษา ติดตั้งตรงทางเข้าด้านในกำแพงวัดตรงจุดทางเข้า ขอเสนอให้ใช้เป็นเสาไม้ แผ่นป้ายไม้ ความสูงอยู่ในระดับสายตา

1.1.2.2 แผ่นป้ายข้อมูลสิ่งก่อสร้างสำคัญต่าง ๆ ขอเสนอให้ติดตั้งด้านหน้าของสิ่งก่อสร้างสำคัญ ใช้ฐานแท่นหินทรายหรืออิฐ ตัวป้ายทำด้วยแผ่นโลหะ เหมือนแผ่นป้ายในวัดโลกยสุทธาหรือใช้ฐานเป็นเสาเหล็กและแผ่นป้ายเป็นทองแดงกัตกรดเหมือนแผ่นป้ายในวัดไชยวัฒนาราม แต่ทั้งนี้แผ่นป้ายควรมีความลาดเอียงเล็กน้อยเพื่อความสะดวกในการอ่าน ขนาดไม่ใหญ่มาก ให้แผ่นป้ายมีระดับต่ำกว่าสายตา หรือระดับมุมมองของสายตาประมาณ 45 องศา ความสูงประมาณ 0.60-1.00 เมตร ตามตัวอย่าง



ภาพที่ 23-24 ตัวอย่างป้ายข้อมูลสิ่งก่อสร้างภายใน

1.2 แผ่นพับ เสนอแนะให้มีการใช้แผ่นพับควบคู่กับแผ่นป้าย ควรมีการจัดทำแผ่นพับเฉพาะของวัดพระศรีสรรเพชญ์ แสดงภาพแผนผังของสถานที่แสดงเส้นทางเดินชมสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ภายใน พร้อมภาพถ่ายและคำอธิบาย แต่จากปัญหาเรื่องงบประมาณจึงขอเสนอแนะให้มีการเพิ่มค่าธรรมเนียมค่าเข้าชมขึ้นตามจำนวนต้นทุนที่ใช้ในการผลิตแผ่นพับ นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อชำระค่าธรรมเนียมแล้ว หรือหาผู้อุปถัมภ์ในการจัดทำแผ่นพับสำหรับแจกหรือการจัดจำหน่าย

2. การติดตั้งแผ่นป้ายและคำอธิบาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและชื่นชมในความงามและความสำคัญของวัดพระศรีสรรเพชญ์ในอดีต และเพื่อความชัดเจนต่อความเข้าใจ กรุณาอ่านคำอธิบายประกอบภาพที่ 25 แสดงแผนผังและตำแหน่งการติดตั้งสื่อในวัดพระศรีสรรเพชญ์ ดังนี้

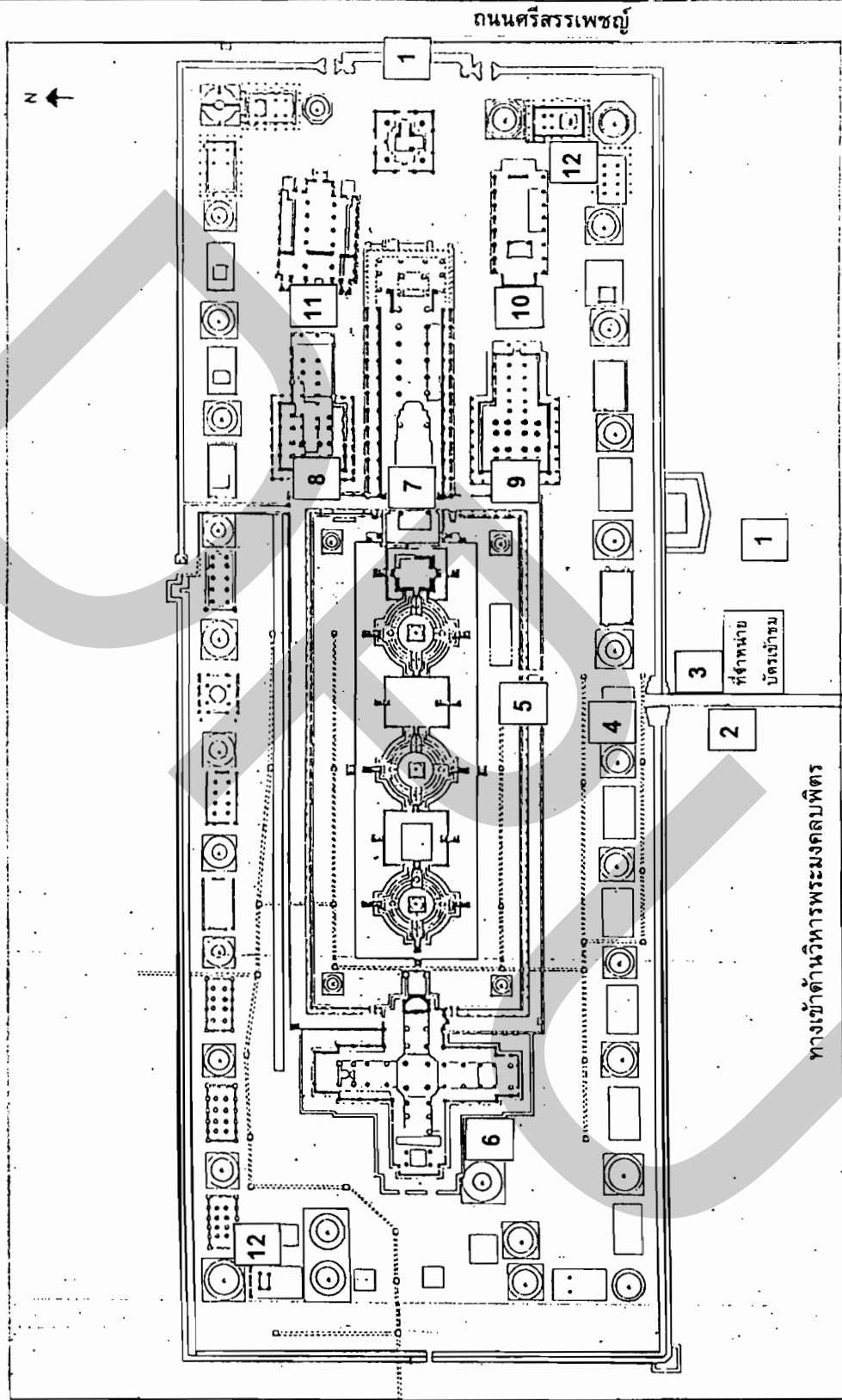
1) แผ่นป้ายชื่อสถานที่

“ วัดพระศรีสรรเพชญ์ Wat Phra Si San Phet ”

2) แผ่นป้ายแสดงข้อมูลประวัติสถานที่พร้อมแผนผังภายในวัดพระศรีสรรเพชญ์ แผ่นป้ายนี้ให้ใช้ข้อมูลเดิม

3) แผ่นป้ายห้าม เตือน แนะนำ ประกอบเป็นแผ่นเดียวกัน 1 แผ่นป้าย มีข้อความพร้อมพร้อมสัญลักษณ์ได้แก่ “ห้ามสูบบุหรี่” “ห้ามป็นป้ายโบราณสถาน” และ “ห้ามทิ้งขยะ”

ภาพที่ 25 แสดงแผนผังและตำแหน่งการติดตั้งสื่อโนวัดพระศรีสรรเพชญ์



- 4) แผ่นป้ายแสดงข้อความ เพื่อให้เกิดความสำนึกในการท่องเที่ยว
 “ ความสวยงามและควมมีคุณค่าของสถานที่ ที่ปรากฏอยู่เบื้องหน้าของท่านนี้
 สมควรได้รับการพิทักษ์รักษาไว้ให้ยั่งยืนตลอดไป ”
- 5) แผ่นป้ายแสดงภาพลายเส้นหรือภาพตัดของพระเจดีย์ใหญ่ 3 องค์ โดยมีคำอธิบาย
 ดังนี้
 “ บริเวณที่ท่านยืนอยู่นี้คือพระเจดีย์ใหญ่สามองค์ ซึ่งถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของ
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามพงศาวดารกล่าวว่าเจดีย์แห่งนี้ เริ่มแรกในแผ่นดินสมเด็จพระรามาธิบดีที่
 2 ทรงโปรดฯ ให้สร้างเจดีย์ใหญ่ 2 องค์ ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2035 คือองค์ใหญ่อยู่ทางทิศตะวันออกหรือทาง
 ด้านซ้ายมือของท่าน เพื่อบรรจุอัฐิของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ พระบิดา และองค์กลางเพื่อบรรจุอัฐิ
 ของสมเด็จพระบรมราชาธิบดีที่ 3 พระเชษฐา ส่วนองค์ที่สามอยู่ทางทิศตะวันตกหรือทางขวามือของท่าน
 สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 4 (พ.ศ. 2072-2076) โปรดให้สร้างขึ้นเป็นที่บรรจุอัฐิสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ”
- 6) แผ่นป้ายแสดงภาพตัดของมณฑป โดยมีคำอธิบายดังนี้
 “ มณฑป หรือวิหารสี่หน้าแห่งนี้ สมเด็จพระนารายณ์มหาราชทรงสร้างขึ้น
 ลักษณะพิเศษของสถาปัตยกรรมอยู่ที่ช่องหน้าต่างที่ก่อด้วยอิฐตะแคงเป็นรูปโค้ง ใช้เป็นที่ประดิษฐาน
 พระพุทธรูปสี่อริยาบท ตามคตินิยมในสมัยอยุธยา ตอนกลางของมณฑปสร้างเป็นพระเจดีย์สำหรับ
 บรรจุพระอัฐิ มณฑปองค์ทางทิศตะวันออกของเจดีย์ประดิษฐานพระพุทธรูปนั่ง องค์ทิศตะวันตกของ
 เจดีย์ประดิษฐานพระพุทธรูปปางไสยาสน์ องค์ทิศเหนือประดิษฐานพระพุทธรูปปางลีลา และองค์ทิศใต้
 ประดิษฐานพระพุทธรูปประทับยืน ”
- 7) แผ่นป้ายแสดงภาพตัดของวิหารหลวง โดยมีคำอธิบายดังนี้
 “ วิหารหลวง สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2 ทรงสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2043 เป็นที่ประดิษฐาน
 พระพุทธรูปหล่อยืนหุ้มทองคำทั้งองค์นามว่า “พระศรีสรรเพชญดาญาณ” พระพุทธรูปองค์นี้สูงตั้งแต่
 พระบาทถึงยอดรัศมี 8 วา พระพักตร์ยาว 4 ศอก กว้าง 3 ศอก พระอุระกว้าง 11 ศอก ใช้ทองหล่อหนัก
 ถึง 58 ชั่ง และหุ้มด้วยทองคำหนัก 286 ชั่ง
 ในพงศาวดารกล่าวว่าเมื่อคราวเสียกรุงครั้งที่ 2 พม่าได้เผาทำลายวัดจนหมด
 และใช้ไฟสุ่มลอกทองคำที่หุ้มองค์พระศรีสรรเพชญดาญาณไป เหลือแต่แกนสัมฤทธิ์ ต่อมาพระบาท
 สมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก รัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โปรดให้อัญเชิญพระศรีสรรเพชญ์ซึ่ง
 ชำรุดทรุดโทรมมากเหลือกำลังที่จะซ่อมให้ดีได้ มาบรรจุในพระเจดีย์สรรเพชญดาญาณ คือเจดีย์องค์ใน
 หมู่เจดีย์ 3 องค์ ในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ที่กรุงเทพฯ ”
- 8) แผ่นป้ายแสดงภาพตัดของวิหาร โดยมีคำอธิบายดังนี้
 “ วิหารหลังนี้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปพระนามว่า พระโลกนาถ ”
- 9) แผ่นป้าย แสดงภาพตัดของวิหาร โดยมีคำอธิบายดังนี้
 “ วิหารหลังนี้เป็นที่ประดิษฐานพระป่าเลไลยก์ ”

10) แผ่นป้าย แสดงภาพตัดของพระอุโบสถ โดยมีคำอธิบายดังนี้
 “ พระอุโบสถหลังนี้ เป็นสถานที่บำเพ็ญพระราชพิธีต่าง ๆ เช่นเดียวกับวัด
 วัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือวัดพระแก้ว ”

11) แผ่นป้าย แสดงภาพตัดของพระที่นั่งจอมทอง โดยมีคำอธิบายดังนี้
 “ พระที่นั่งจอมทอง หรือเรียกว่า วิหาร 3 หลังแฝด ”

12) แผ่นป้าย แสดงภาพตัดของเจดีย์ราย โดยมีคำอธิบายดังนี้
 “ เจดีย์ที่เห็นอยู่รายรอบเจดีย์ วิหาร มณฑปเหล่านี้เรียกว่า เจดีย์ราย เป็นสิ่งที่
 สร้างขึ้นเพื่อบรรจุอัฐิพระบรมวงศานุวงศ์ พระยาโบราณราชธานินทร์ เคยขุดพบโกฏิอัฐิในเจดีย์ราย
 หลายองค์ ”

หมายเหตุ คำอธิบายที่ปรากฏในกรณีศึกษานี้ ควรเป็นข้อความทั้งภาษาอังกฤษและภาษา
 ไทย และเป็นข้อมูล que ผู้ศึกษาได้จากการค้นคว้าเอกสารตำราต่าง ๆ ตามที่จะสามารถหาได้ โดยไม่ได้
 รับการตรวจสอบข้อมูลจากนักวิชาการอย่างเป็นทางการ เป็นเพียงตัวอย่างที่ยกขึ้นเพื่อแสดงแนวทางการ
 สื่อความหมายเท่านั้น ดังนั้นเนื้อหาสาระที่ปรากฏนี้ อาจมีความผิดพลาดคลาดเคลื่อนหรือไม่สมบูรณ์พอ
 ที่จะนำไปใช้ได้จริง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวทางการใช้สื่อ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของ
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม
 จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น จึงควรมีการศึกษาแนวทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว
 ของสถานที่ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการใช้สื่อ ว่ามีความ
 เหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2. ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีการใช้สื่อแผ่นป้ายมากในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงควรมี
 การศึกษาเชิงลึกในเรื่องปัจจัยของแผ่นป้ายที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรมศิลปากร. นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. กรุงเทพฯ : บริษัท สำนักพิมพ์สมพันธ์ จำกัด, 2539.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อส่องวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มุลนิธิภูมิปัญญา, 2539.
- คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประเภทน้ำตก. มปส. 2527.
- คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประเภทถ้ำ. มปส. 2527.
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางด้านกายภาพประเภทวัด. มปส. 2527.
- คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คู่มือป้ายชี้ทางและป้ายแหล่งท่องเที่ยว. มปส. 2527.
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. การศึกษาจัดทำแผนพัฒนาศูนย์ศิลปาชีพ บางไทรฯ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. มปส. มปป.
- มณีนุช พิพรพงษ์. การสื่อสารประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการฝึกอบรมการสื่อความหมายเบื้องต้น. สำนักงานยูเนสโคประจำประเทศไทย, 2533.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : มปส. 2540
- สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. แผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและบริเวณใกล้เคียง เล่ม 1. กรุงเทพฯ : มปส. 2531.
- สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. แผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและบริเวณใกล้เคียง เล่ม 2. กรุงเทพฯ : มปส. 2531.
- สมร ทองดี และ อวยพร พานิช. เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารหน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2534.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. คู่มือการเขียนรายงาน การทำวิจัยและวิทยานิพนธ์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ, 2540.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ, 2540.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ, 2537.

อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อุทุมพร จามรมาน. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณลักษณะ. กรุงเทพฯ : หจก. ฟันนี่พับลิชชิ่ง, 2531.

วารสาร

ภราเดช พยัฆวิเชียร. "พัฒนาการท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน." จุลสารการท่องเที่ยว. 15, 2. เมษายน-มิถุนายน 2539.

ณรงค์เดช นวลมีชื่อ. "Ecotourism ทางออกฤาเพียงแค่กระแส." จุลสารการท่องเที่ยว. 16,4. ตุลาคม-ธันวาคม 2540.

พระมหาสุทิตย์ ออบอุ้น. "Buddhist Tourism การท่องเที่ยวแนวพุทธ" จุลสารการท่องเที่ยว. 18,1. มกราคม-มีนาคม 2542.

ยุวดี นีรัตน์ตระกูล. "Eco Tourism : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์." จุลสารการท่องเที่ยว. 15,2. เมษายน-มิถุนายน 2539.

" ไร่บฟืนฟูแหล่งท่องเที่ยว Amazing Thailand ได้แค่ฝัน" ผู้จัดการ. 7-13 กรกฎาคม 2540.

เอกสาร

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. "การอธิบายความหมายธรรมชาติ." เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ประจำอุทยานแห่งชาติ. กรมป่าไม้, 2533.

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. เอกสารประกอบการสอนวิชาเทคนิคการสื่อความหมายสิ่งแวดล้อม, ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. มปป.

ภาษาอังกฤษ

Books

Bentley Robert . **Third Annual International Seminar Tourism Development.**

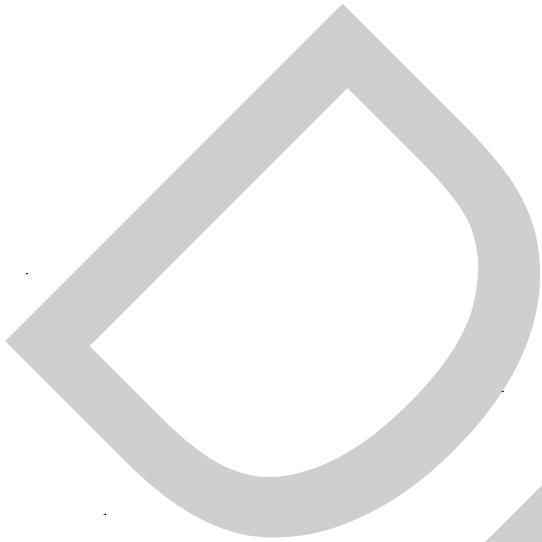
Arizona, 29 May – 4 June ,1994.

Bhirley Eber. **Beyond the Green Horizon : A Discussion Paper on Principles for Sustainable Tourism.** Ed al. (ed.). UK : WWF. 1992...

Carney T.F. **Content Analysis : A Technique for Systematic Inference from Communication.** 1 st ed. London : Batsford, 1972.

Clason W.E. **Elsevier' s Dictionary of Library Science.** 1 st ed. Amsterdam : Elsevier Scienctific Publishing, 1973.Fiske John . **Introduction to Communication Studies,** 2 nd ed. New York . Chapman & Hall, Inc. 1990.

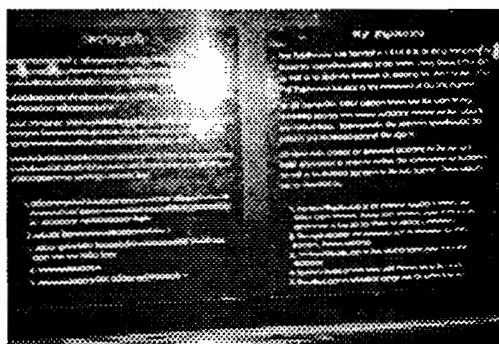
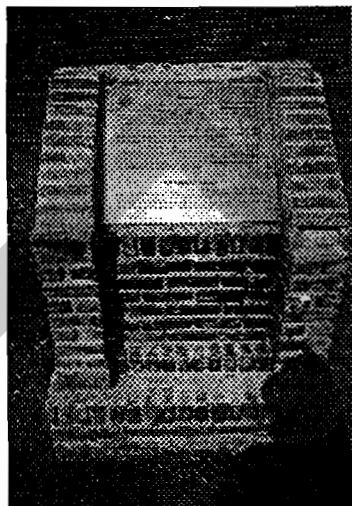
- Grant Sharpe. W. and other. **"Interpreting the Environment."** 1 st ed. John Wiley and Sons, New York, 1976
- Inskip Edward. **Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach.** 1st ed. New York : Van Nostrand Reinhold, 1991.
- Janis Irving L. **The Problem of Validity Content Analysis. The language of Politice : Studies On Quantitative Semantics,** New York : George Steward, 1949..
- Kerlinger Fred N. **Foundation of Behavioral Research.** 1 st ed. New York : Holt, Rinehart and Winston Inc., 1972.
- Owen, R. "Strategies for Sustainable Tourism : The Theory and The Practice." A paper presented at the International Conference on Tourism : Development, Trends and Prospects in the 90's. Kuala Lumpur. September 11-17, 1991.
- Sam H. Ham. **Environmental Interpretation.** North American Press Golden. Colorado. 1992.



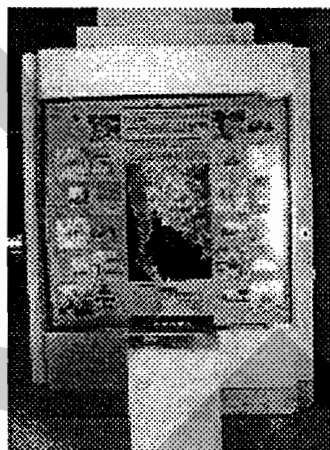
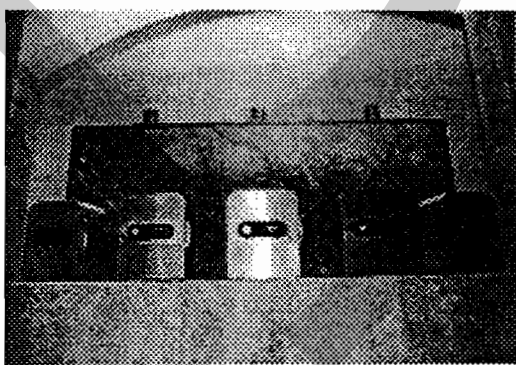
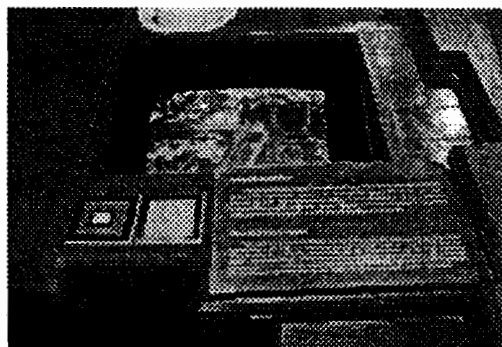
ภาคผนวก



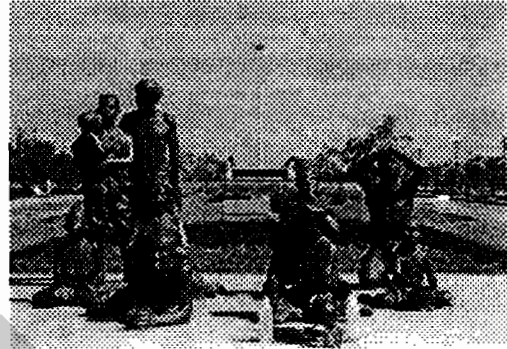
ภาพที่ 26-31 ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา



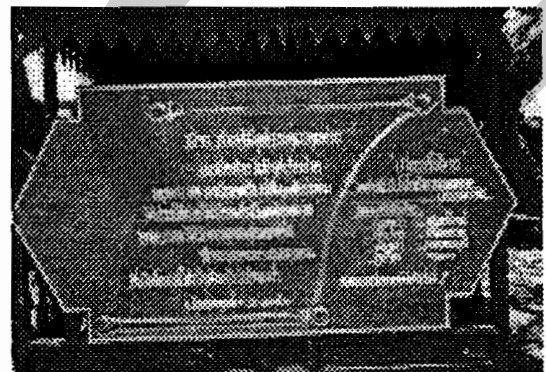
ภาพที่ 32-37 ตัวอย่างการใช้สื่อในศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา



ภาพที่ 38-39 ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในพระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย



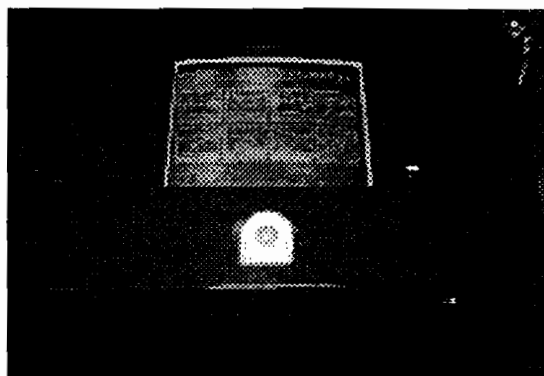
ภาพที่ 40-41 ตัวอย่างการใช้สื่อในปางช้างอยุธยาแลเพนียด



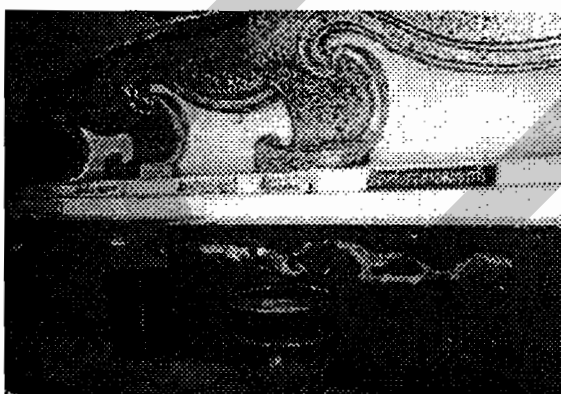
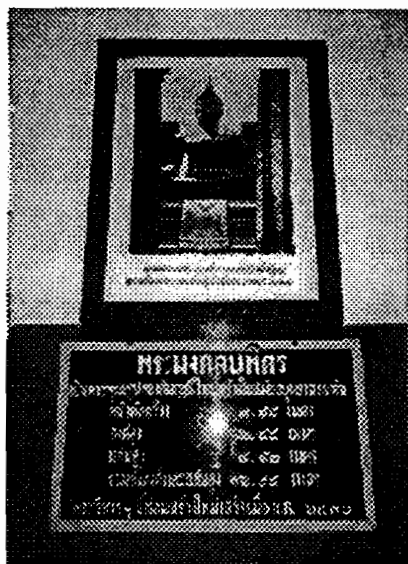
ภาพที่ 42-47 ตัวอย่างการใช้สื่อในศูนย์ศิลปาชีพบางไทร



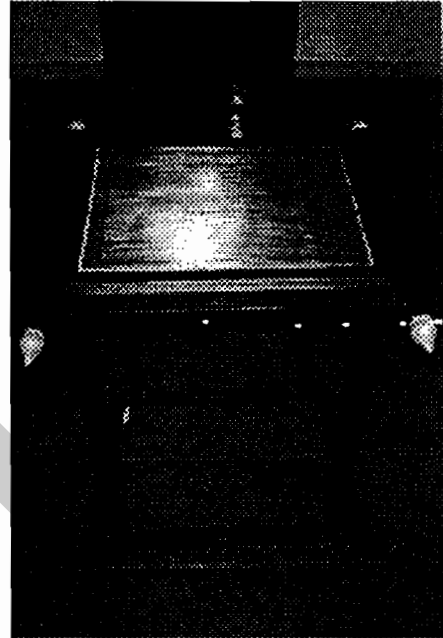
ภาพที่ 48-49 ตัวอย่างการใช้สื่อในพระราชวังบางปะอิน



ภาพที่ 50-51 ตัวอย่างการใช้สื่อในวิหารพระมงคลบพิตร



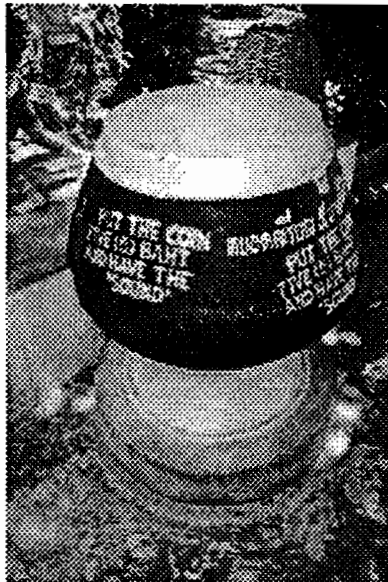
ภาพที่ 52-53 ตัวอย่างการใช้สื่อในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติจันทระเกษม



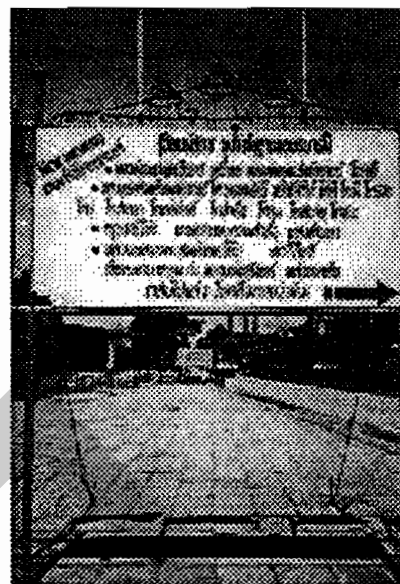
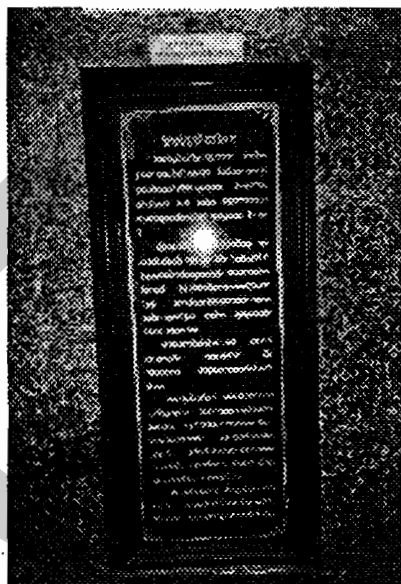
ภาพที่ 54-55 ตัวอย่างการใช้สื่อในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา



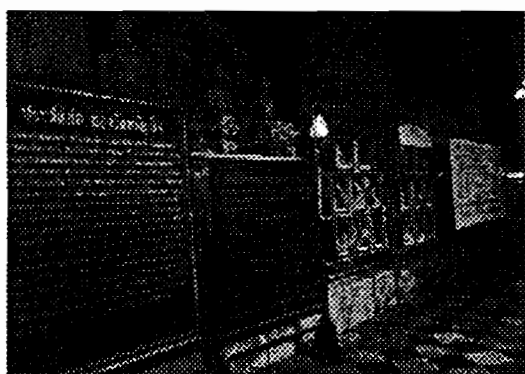
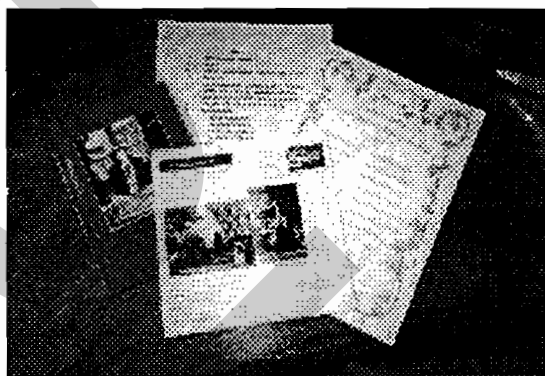
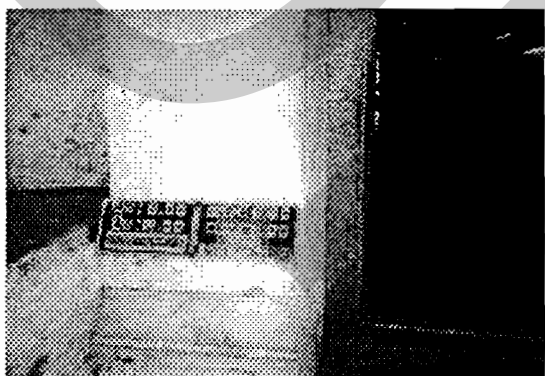
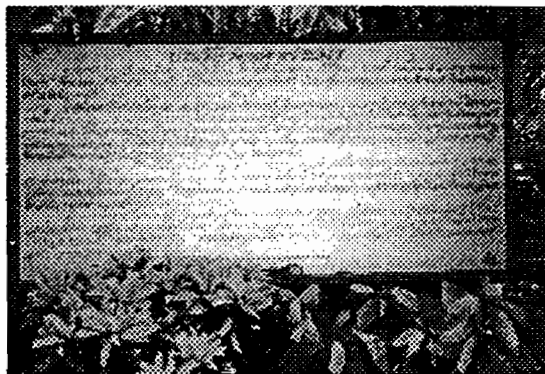
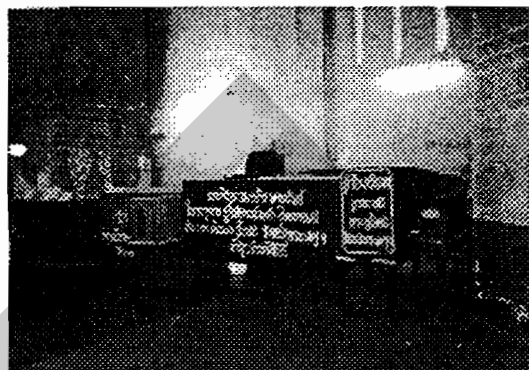
ภาพที่ 56-67 ตัวอย่างการใช้สื่อในวัดต่าง ๆ



ตัวอย่างการใช้สื่อในวัดต่าง ๆ (ต่อ)



ตัวอย่างการใช้สื่อในวัดต่าง ๆ (ต่อ)



ประวัติผู้เขียน

นางสาวมารีน รัตนฤทธิกุล เกิดเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2507 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (การท่องเที่ยวและการโรงแรม) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อปีการศึกษา 2533 ได้รับประกาศนียบัตรวิชาภาษาอังกฤษเฉพาะอาชีพ (การท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ปี พ.ศ. 2537 และประกาศนียบัตรวิชาภาษาอังกฤษเฉพาะอาชีพ (การโรงแรม) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ปี พ.ศ. 2538 และเข้าศึกษาระดับปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อปี พ.ศ. 2538

ประวัติการทำงาน ระหว่างปี พ.ศ. 2527-พ.ศ. 2533 ทำงานด้านงานบันเทิง จนถึงปี พ.ศ. 2534 เข้าทำงานที่โรงแรมแอร์พอร์ต (ดอนเมือง) ในตำแหน่ง Front Cashier และระหว่างปี พ.ศ. 2534-พ.ศ. 2540 ทำงานในตำแหน่งอาจารย์ประจำ ภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปัจจุบันประกอบธุรกิจส่วนตัวที่จังหวัดเชียงใหม่