

## การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยว สูงอายุชาวยุโรป

### SLOW TOURISM: LEARNING THROUGH INTERPRETATION FOR EUROPEAN SENIOR TOURISTS

ราณี อิศัยกุล ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ (2) ค้นหาพฤติกรรม การท่องเที่ยวและรูปแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป (3) ตรวจสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปต่อการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ และผลลัพธ์จากการท่องเที่ยว และ (4) เสนอแนะแนวทางการจัดการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรประกอบด้วย 2 กลุ่มหลักคือ (1) ผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นักวิชาการ และผู้บริหารสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวในภูมิภาคและบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกตัวอย่างผู้มีส่วนได้เสียแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวมจำนวน 25 คน และ (2) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป และเก็บรวบรวมข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป และทำการเลือกตัวอย่างตามวัตถุประสงค์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้มีประสบการณ์เฉพาะเรื่องด้วยแบบสอบถาม ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปที่มาท่องเที่ยวอย่างน้อย 2 วันในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 4 ประเภท ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ วิวาอาราม ตลาดน้ำ และงานเทศกาลประเพณี แหล่งละ 100 คน โดยสุ่มทอดแบบสอบถามตามความสะดวก จำนวนรวม 400 คน ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม 2554 และได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 308 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 77.0 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า (1) การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นิยม นักท่องเที่ยวควรใช้เวลาทำกิจกรรมที่ทำให้เกิดการซึมซับประสบการณ์ในขณะที่ท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการใช้พลังงานมาก เลือกใช้ยานพาหนะที่ไม่เร่งรีบ ช่วยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เน้นการสื่อความหมายจากการศึกษาเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวหลายมิติที่เกิดจากสัมผัสทั้ง 5

(2) ผลการค้นหาวฤทธิกรรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศมักมีเวลามากและไม่เร่งรีบ จะเป็นมิตร นิยมท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกและศึกษาข้อมูลล่วงหน้าก่อนเดินทางด้วยการอ่านหนังสือนำเที่ยว เว็บไซต์ และมีแผนการท่องเที่ยวว่าต้องการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใด ส่วนผลการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาพรวมที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 14.6) ป้ายแนะนำ (ร้อยละ 14.6) เจ้าหน้าที่ตอบคำถาม (ร้อยละ 10.7) นิทรรศการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 10.7) เจ้าหน้าที่นำชมหรือบรรยาย ศูนย์บริการข้อมูล กิจกรรม และเว็บไซต์ มีการกล่าวถึงใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 7.8

(3) ผลการสำรวจความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่า การสื่อความหมายประเภทบุคคลที่มีประสิทธิภาพมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่นำชม ( $\bar{x} = 3.36$ ) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม ( $\bar{x} = 3.60$ ) ตามลำดับ สำหรับการสื่อความหมายที่ไม่ใช่บุคคล พบว่าสื่อที่มีประสิทธิภาพมาก ได้แก่ เว็บไซต์ ( $\bar{x} = 3.54$ ) หนังสือนำเที่ยว ( $\bar{x} = 3.45$ ) แผนที่ ( $\bar{x} = 3.41$ ) โบรชัวร์/แผ่นพับ ( $\bar{x} = 3.37$ ) ตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นร่วมกันในเชิงเห็นด้วยโดยรวม ว่าการได้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ ( $\bar{x} = 3.22$ ) โดยกลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นด้วยอย่างมาก ว่าได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นไทย ( $\bar{x} = 3.47$ ) บางสิ่งบางอย่างจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.43$ ) ทักษะดีและคุณค่าของท้องถิ่น ( $\bar{x} = 3.40$ ) วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และคนไทยและสังคมไทย ( $\bar{x} = 3.39$ ) ตามลำดับ สำหรับผลการวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นร่วมกันอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ( $\bar{x} = 3.53$ ) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อการแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว ( $\bar{x} = 3.70$ ) รองลงมาคือ จะกลับมาเที่ยวซ้ำ ( $\bar{x} = 3.53$ ) ได้รับความพึงพอใจอย่างมากระหว่างการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.51$ ) ได้เรียนรู้มากขึ้น ( $\bar{x} = 3.47$ ) และเกิดความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น ( $\bar{x} = 3.43$ ) และรูปแบบการสื่อความหมาย การเรียนรู้ และผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ และปรับปรุงรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งรูปแบบการสื่อความหมายที่ใช้บุคคล และที่ไม่ใช่บุคคล เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์เรียนรู้จากการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าเพิ่มและความประทับใจจนเกิดความต้องการมาเที่ยวซ้ำ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ การเรียนรู้ การสื่อความหมาย นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป

**Abstract**

The purposes of this research were (1) to study contexts of slow tourism; (2) to examine travel behavior and interpretation for learning of European senior tourists in cultural attractions in Thailand; (3) to investigate opinions of European senior tourists on interpretation media, learning experiences, and travel outcomes in cultural attractions in Thailand; and (4) to provide recommendations for managing interpretation for learning of European senior tourists.

This research was survey research. Population consisted of two groups, including (1) policy makers, directors, and executives from both public and private sectors, and (2) European senior tourists. The sampling method for policy makers, directors, and executives was purposive sampling, including 24 key informants. They were interviewed in order to answer research questions 1 and 2. The sampling method for European senior tourists was purposive sampling, including 400 senior tourists aged over 55 years traveling in Thailand and spending time at least two days in 4 categories of cultural attractions—historical parks, temples, local markets and community, and festive towns—between May-July 2011. A total of 308 questionnaires were returned with a response rate of 77 percent. Content analysis was used to analyze qualitative data. For quantitative data analysis, statistical tools employed were frequency, percentage, mean, S.D., and Pearson correlation.

Research findings showed that slow tourism is an activity that tourists give time and opportunities to absorb unique experiences while traveling in order to learn local culture, wisdom, and ways of life with host communities. Travel activities can be passive and tourists often use slow vehicles to move around so that they will create low impact. Slow tourists usually use interpretation media, wish to interact with local people, and be able to gain distinctive travel experiences through five senses.

As for travel behavior, key informants stated that most international senior tourists had plenty of time and did not hasten to see the sights. They were friendly and wished to visit cultural heritage and attractions. They usually studied information in advance by reading travel books or browsing some travel websites. They often prepared a travel plan and a list of must see attractions. Key informants also indicated principal interpretation media for European tourists in cultural attractions as printed materials (14.6%), signs and labels (14.6%), staff providing information (10.7%), exhibitions (10.7%), and 7.8% for interpretive staff, information centre, websites, as well as show and contests.

Regarding opinions of European senior tourists on interpretation media, the result showed that respondents rated the most effective personal media that supported their learning experiences as a guided tour ( $\bar{X} = 3.36$ ) and staff provide information ( $\bar{X} = 3.60$ ); and non-personal media as website ( $\bar{X} = 3.54$ ), travel books ( $\bar{X} = 3.45$ ), maps ( $\bar{X} = 3.41$ ), brochures ( $\bar{X} = 3.37$ ) respectively. For learning experiences, respondents opinioned that they had learnt about Thai ways of life ( $\bar{X} = 3.47$ ), something from their visit ( $\bar{X} = 3.43$ ), local

attitude and value ( $\bar{X}= 3.40$ ), culture of places visited ( $\bar{X}= 3.39$ ), and Thai people and their societies ( $\bar{X}=3.39$ ). In relation to visitor travel outcomes, respondents rated recommendation to friends and family the highest as  $\bar{X}= 3.70$ , revisit in the future ( $\bar{X}=3.53$ ), high satisfaction ( $\bar{X}= 3.51$ ), more learning ( $\bar{X}= 3.47$ ) and greater understanding ( $\bar{X}=3.43$ ). Interpretation media, learning experiences, and travel outcomes were related significantly at 0.05 level.

Recommendations are proposed for promoting slow tourism in order to add value for senior tourist travel experiences, and for improving interpretation media for more learning experiences in cultural attractions.

**Key words:** slow tourism, learning, interpretation, European senior tourist

## คำนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลก รายงานว่าในปี พ.ศ. 2550 การท่องเที่ยวโลกมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้นประมาณ 898 ล้านคน และมีอัตราการเจริญเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 6.1 ในปี พ.ศ. 2551 การท่องเที่ยวโลกจะมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 3-4 ในขณะที่การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราการเจริญเติบโตมากที่สุดคือร้อยละ 8-10 (UNWTO 2008: 3-5) ทั้งนี้ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวยังคงให้ความสนใจที่จะเดินทางมาเยี่ยมชมเยือนเพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรายงานว่าในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวนประมาณ 14.46 ล้านคน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศในรูปแบบเงินตราต่างประเทศมูลค่าถึง 547 พันล้านบาท และจากการประมาณการของ World Travel and Tourism Council (WTTC) ในปีพ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 6.73 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ

กระแสการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างสังคมที่เป็นการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของประชากรในโลกที่ทำให้มีผู้สูงอายุจำนวนเพิ่มมากขึ้น จัดเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอันหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอนาคต (UNWTO 2005: 11-13; Hall 2006: 12-17) ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในอดีตประชากรสูงอายุในโลกมีจำนวนเพียงประมาณร้อยละ 2-3 ของประชากรทั่วโลก สัดส่วนของจำนวนผู้สูงอายุได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 13 ในประเทศที่พัฒนาแล้วในปี พ.ศ. 2528 และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั่วโลกในศตวรรษที่ 21 จำนวนผู้สูงอายุในโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประชากรในปัจจุบันและในอนาคตสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีสุขภาพที่แข็งแรงและมีอายุยืนยาวกว่าประชากรโลกในอดีต องค์การการท่องเที่ยวโลกคาดการณ์ว่าภายใน 20 ปีข้างหน้า ประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรในประเทศญี่ปุ่นและประเทศเยอรมันจะมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปและประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรในประเทศฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเกาหลีจะมีอายุมากกว่า 60 ปีเช่นกัน หรือแม้แต่ประชากรในประเทศสหรัฐอเมริกาที่แม้จะไม่สูงวัยมากเท่าประชาชนในทวีปยุโรป แต่ร้อยละ 11 ของประชากรทั้งหมดของสหรัฐอเมริกามีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดภายในปี พ.ศ. 2593

จากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวจากคนทั่วโลกทั้งหมดประมาณ 840 ล้านคนต่อปี ประมาณร้อยละ 25 หรือ 200 กว่าล้านคน เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มอาวุโสที่ยังแข็งแรง มีลีลาชีวิต (lifestyle) ที่รักการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเดินทางและมีความพร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อให้รางวัลกับชีวิต และคาดการณ์ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยววัยนี้จะมีอัตราการการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่าร้อยละ 10 ต่อปี (ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2302 06 มี.ค. - 08 มี.ค. 2551) คุณลักษณะสำคัญของผู้สูงอายุเหล่านี้ส่วนใหญ่ ได้แก่ การมีสุขภาพดี มีการศึกษาและทำงานในระดับบริหาร มีฐานะดี หรือเป็นผู้เกษียณอายุที่มีบำนาญและมีเวลาว่าง รวมทั้งการมีทัศนคติใหม่ที่ต้องการเป็นผู้สูงอายุแก่ทางร่างกายไม่ใช่ทางความคิด (Sellick and Muller 2004: 167) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ชอบการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ ใช้เวลาท่องเที่ยววันหลายวัน และมักชอบท่องเที่ยวไป 2 หรือ 3 เมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางแต่ละครั้ง ชอบการมีส่วนร่วมในการประกอบกิจกรรมกับชุมชนในท้องถิ่น ชอบเดินทางเป็นคู่เพียงสองคน และใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนทั่วไปโดยเฉลี่ย (UNWTO 2005: 13)

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการกำหนดกลยุทธ์การเพิ่มตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีผู้สูงอายุรวมอยู่ด้วย ผลการวิจัยของราณี อิศัยกุล (2552: บทคัดย่อ) แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่ารัฐบาลควรให้การสนับสนุนและการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ในปี พ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 แต่สัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากนัก ผลการวิจัยยังพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป ได้แก่ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกหรือเป็นจำนวนมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป เป็นระยะเวลา 15 วันขึ้นไป โดยมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนหรือเที่ยวชม จัดเตรียมการเดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง เดินทางร่วมกับสามีหรือภรรยา ชอบการมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องมาจากความเป็นมิตรหรือมิตรไมตรีของคนไทย พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด ใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันต่ำกว่า 100 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนมกราคม และอยากจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก โดยวางแผนที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศไทยอีกในปี นี้ และนอกจากประเทศไทยแล้ว กลุ่มตัวอย่างสนใจท่องเที่ยวประเทศเวียดนามมากที่สุด ส่วนแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และเพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ตามลำดับ สำหรับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ปัจจัยที่มีความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ

การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบหรือเนิบช้า (Slow Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวพักผ่อนอยู่ในเมืองท่องเที่ยวเป็นเวลานาน จนเกิดสุนทรียศาสตร์ทางการท่องเที่ยว เน้นความละเอียดละไม เรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นและใช้ชีวิตเหมือนคนในท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่างๆ ในท้องถิ่น เช่น การรับประทานอาหาร การเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยว ([www.slowtrv.com](http://www.slowtrv.com)) การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศพัฒนาแล้วทั่วโลกที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและที่ยังคงมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบจะเป็นการสร้างโอกาสให้แก่การท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น มีความปลอดภัย ที่พักแรมที่สะดวกสบาย และมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลเพื่อการพักผ่อน และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเก่าแก่ควรค่าแก่การเรียนรู้

อย่างไรก็ดี การท่องเที่ยวที่ผ่านมาของประเทศไทยไม่ได้เน้นการสร้างการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และไม่ให้ความสำคัญในการสร้างความเข้าใจระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ก่อให้เกิดความไม่ประทับใจ และความไม่เข้าใจ ซึ่งอาจนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือนในที่สุด การหาแนวทางการจัดการในการสร้างการเรียนรู้และกลไกการสร้างความประทับใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน จึงเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การศึกษาเป็นอย่างยิ่ง งานวิจัยนี้สนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการสร้างการเรียนรู้ผ่านการจัดทำสื่อความหมาย (Interpretation) บนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ แหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งวิถีชีวิตชาวบ้าน เทศกาลประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืน

การจัดทำสื่อความหมาย หมายถึง การทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติ เรื่องราวและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดทำแผนการสื่อความหมาย แบ่งออกเป็น การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลให้ความรู้ และการสื่อความหมายโดยใช้สื่อนิทรรศการ หรือป้ายแนะนำที่แสดงไว้ และใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย การสื่อความหมายเป็นเครื่องมือด้านการศึกษา ธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่จะให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างบรรยากาศหรืออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้อย่างเพลิดเพลิน หลักการของการสื่อความหมายอย่างมีคุณภาพของ Freeman Tilden ได้แก่ นักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวมีหลายประเภท จะต้องใช้สื่อความหมายที่แตกต่างกันที่อาจมีทั้งแบบถาวรหรือปรับเปลี่ยนได้ นักท่องเที่ยวคาดหวังบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เพลิดเพลินและเป็นกันเอง ข้อมูลจะต้องเป็นที่น่าสนใจ ข้อมูลจะต้องเข้าใจง่าย เป็นศัพท์คุ้นเคยของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวควรรับข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวเพื่อแก้ไข (Sharpe 1976; Sharpe 1983; Filed and Wager 1976)

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้สนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการจัดการในการสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายและกลไกการสร้างความประทับใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และให้เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน งานวิจัยนี้จะจำกัดขอบเขตเฉพาะนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายในการ



ท่องเที่ยวมากในประเทศไทยประกอบกับในทวีปยุโรปมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ (2) ค้นหาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป (3) สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปต่อการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ และผลลัพธ์จากการท่องเที่ยว และ (4) เสนอแนะแนวทางการจัดการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรประกอบด้วย 2 กลุ่มหลักคือ (1) ผู้มีส่วนได้เสียทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นักวิชาการ และผู้บริหารสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวในภูมิภาคและบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกตัวอย่างผู้มีส่วนได้เสียแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนรวม 25 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลผู้มีส่วนได้เสียด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 2 และ 4 และ (2) นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป ทำการเลือกตัวอย่างตามวัตถุประสงค์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้มีประสบการณ์เฉพาะเรื่องด้วยแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปที่มาท่องเที่ยวอย่างน้อย 2 วันในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 4 ประเภทในประเทศไทย โดยกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 4 ประเภท ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ วัดวาอาราม ตลาดน้ำ และงานเทศกาลประเพณี แหล่งละ 100 คน โดยสุ่มทอดแบบสอบถามตามความสะดวก จำนวนรวม 400 คน ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม 2554 และได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 308 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 77.0 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

### ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สามารถตอบผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และคำถามวิจัย ดังนี้

#### คำถามการวิจัยข้อที่ 1 การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบมีสภาพเป็นอย่างไร

การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เนิบช้า นักท่องเที่ยวสามารถจัดรายการท่องเที่ยวเองที่มีกิจกรรมตามความต้องการแต่ไม่มากจนเกินไปในแต่ละวัน นักท่องเที่ยวควรใช้เวลาไปกับกิจกรรมที่ทำให้เกิดการซึมซับประสบการณ์ในขณะท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรม ภูมิปัญญา

ท้องถิ่น หรือวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการใช้พลังงานมาก เลือกใช้ยานพาหนะที่ไม่เร่งรีบ ช่วยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เน้นการสื่อความหมายจากการศึกษาเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวหลายมิติที่เกิดจากสัมผัสทั้ง 5 หรือนักท่องเที่ยวอาจให้บริษัทนำเที่ยวจัดให้ หากเป็นการจัดโดยบริษัทนำเที่ยวจะมีรายการนำเที่ยวที่เน้นคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ กลุ่มนักท่องเที่ยวมักมีขนาดเล็กประมาณ 5-10-20 คน มีลักษณะคล้ายการจัดนำเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวแบบ FIT และต้องมีมัคคุเทศก์นำทางร่วมไปกับกลุ่ม และมีบทบาทสำคัญในการสื่อความหมายและนำเสนอสิ่งใหม่แก่นักท่องเที่ยวในช่วงจังหวะเวลาที่เหมาะสม ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยว และไม่ควรจัดให้มีกิจกรรมมากจนเกินไป บริษัทนำเที่ยวอาจจัดรายการนำเที่ยวตลอดรายการ หรือจัดบริการให้บางส่วน เช่น การเดินทาง ที่พัก และกิจกรรมบางประเภทเท่านั้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสค้นหาสิ่งที่น่าสนใจเพิ่มเติมเอง หรือการขยายวันพักเพื่อเรียนรู้ตามความสนใจเฉพาะเรื่อง

ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพหรือบริบทของการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด สังเคราะห์และสรุปเป็นตัวแทนของการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบได้ดังนี้



ภาพที่ 1 ตัวแบบของการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ



## คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปมีรูปแบบอย่างไร

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มากับบริษัทนำเที่ยวที่จัดรายการนำเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tour) จะมีจำนวนหนึ่ง มีอายุระหว่าง 35-70 ปี มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ทวีปยุโรป และประเทศออสเตรเลีย มักเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 4-8 คน เป็นกลุ่มคนทำงาน คนมีครอบครัวและผู้สูงอายุ เนื่องจากค่าบริการนำเที่ยวมีราคาค่อนข้างสูง

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างประเทศที่เป็น FIT มักมีเวลามากและไม่เร่งรีบ จะเป็นมิตร นิยมท่องเที่ยวแหล่งมรดกโลกและศึกษาข้อมูลล่วงหน้าก่อนเดินทางด้วยการอ่านหนังสือนำเที่ยว เว็บไซต์ และมีแผนการท่องเที่ยวว่าต้องการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใด มีคำถามที่อยากรู้ แต่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่ยังขาดผู้บรรยายภาษาต่างประเทศเพราะมีผู้บรรยายจำนวนน้อยที่พูดภาษาอังกฤษได้ และอ่านป้ายสื่อความหมายที่จัดทำไว้

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น การเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์โดยรถราง แวะตามจุดต่างๆ หรือควรถ่ายเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำ การปั่นจักรยานเพื่อชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การเที่ยวชมวัดวาอาราม พิพิธภัณฑ์ การร่วมกิจกรรมปฏิบัติธรรม หรือการเรียนรู้ปีสนา การร่วมกิจกรรม Monk Chat การชมการแสดงแสงสีเสียง ที่มีจัดตามเทศกาลงานประเพณี การเดินหรือเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขาเพื่อศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การปฏิสัมพันธ์กับชาวเขา การเที่ยวตลาดน้ำ มีกิจกรรมการนั่งเรือพายหรือเรือเครื่องชมสวนผลไม้ ชมวิวทิวทัศน์และบ้านเรือนริมน้ำ วิถีชีวิตชาวบ้านริมคลอง ชมหิ่งห้อย การเที่ยวตลาดพื้นบ้านเพื่อวิถีชีวิต การเดินเล่นบริเวณถนนคนเดิน เป็นเสมือนวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนโบราณที่นำสินค้าที่ผลิตขึ้นเองขายโดยนั่งกับพื้น อาจเป็นอาหารพื้นบ้าน สินค้าหัตถกรรม การเที่ยวหมู่บ้านหัตถกรรมเรียนรู้และฝึกลงมือทำการสร้างผลงานหัตถกรรม การเที่ยวชมภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การสาธิตการทำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมงานทำบุญ ตักบาตร เลี้ยงพระ งานบวช งานวัด งานถวายเทียนพรรษา การร่วมงานประเพณีแบบโบราณ แต่งกายพื้นเมือง กินอาหารโบราณ ตักกองทราย ขนทรายเข้าวัด บายศรีสู่ขวัญ และการร่วมงานเทศกาลประจำปีที่จัดขึ้นในหลายจังหวัด

ผลการวิเคราะห์ร้อยละของรูปแบบการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาพรวมที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวถึงมากที่สุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 14.6) ป้ายแนะนำ (ร้อยละ 14.6) เจ้าหน้าที่ตอบคำถาม (ร้อยละ 10.7) นิทรรศการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 10.7) เจ้าหน้าที่นำชมหรือบรรยาย ศูนย์บริการข้อมูล กิจกรรม และเว็บไซต์ มีการกล่าวถึงใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 7.8

## คำถามการวิจัยข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปมีความคิดเห็นต่อการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ และผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวอย่างไร

ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป จำนวนทั้งสิ้น 308 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 59.74) มีอายุระหว่าง 55 – 59 ปี (ร้อยละ 59.74) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 37.34) มีสถานภาพการสมรส (ร้อยละ 72.08) มีสถานภาพการทำงานแบบทำงานเต็มเวลา (ร้อยละ 55.52)

วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง /วางแผนร่วมกับครอบครัว/ เพื่อน (ร้อยละ 75) และส่วนใหญ่มีสัญชาติอังกฤษ (ร้อยละ 23.38) รองลงมาคือ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี (ร้อยละ 18.51, 7.14 และ 5.52 ตามลำดับ) และอื่นๆ (ร้อยละ 38.96) กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในสาระของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 2.55$ ) แต่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.14$ )

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่า การสื่อความหมายโดยใช้บุคคลที่มีประสิทธิภาพมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่นำชม ( $\bar{x} = 3.36$ ) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม ( $\bar{x} = 3.60$ ) ตามลำดับ สำหรับการสื่อความหมายที่ไม่ใช้บุคคล พบว่า สื่อที่มีประสิทธิภาพมาก ได้แก่ เว็บไซต์ ( $\bar{x} = 3.54$ ) หนังสือนำเที่ยว ( $\bar{x} = 3.45$ ) แผนที่ ( $\bar{x} = 3.41$ ) โบรชัวร์/แผ่นพับ ( $\bar{x} = 3.37$ ) ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.35$ ) เส้นทางเดินชมด้วยตนเอง ( $\bar{x} = 3.27$ ) ตามลำดับ

ส่วนผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านประสบการณ์การเรียนรู้จากการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นร่วมกันในเชิงเห็นด้วยโดยรวม ว่าการได้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ ( $\bar{x} = 3.22$ ) โดยกลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นด้วยอย่างมาก ว่าได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นไทย ( $\bar{x} = 3.47$ ) บางสิ่งบางอย่างจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.43$ ) ทัศนคติและคุณค่าของท้องถิ่น ( $\bar{x} = 3.40$ ) วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และคนไทยและสังคมไทย ( $\bar{x} = 3.39$ ) ตามลำดับ

สำหรับผลการวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นร่วมกันอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ( $\bar{x} = 3.53$ ) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อการแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว ( $\bar{x} = 3.70$ ) รองลงมาคือ จะกลับมาเที่ยวซ้ำ ( $\bar{x} = 3.53$ ) ได้รับความพึงพอใจอย่างมากระหว่างการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.51$ ) ได้เรียนรู้มากขึ้น ( $\bar{x} = 3.47$ ) และเกิดความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น ( $\bar{x} = 3.43$ ) และรูปแบบการสื่อความหมาย การเรียนรู้ และผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายต่อการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในภาพรวม สรุปได้ดังนี้

สื่อที่มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่สื่อความหมายและเล่าเรื่องราว เจ้าหน้าที่สาธิต เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม เจ้าหน้าที่นำชม แม้ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายประเภทบุคคลมีประสิทธิภาพมาก แต่มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการเรียนรู้ อาจเป็นเพราะมีเพียงเจ้าหน้าที่ส่วนน้อยที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวได้จึงนักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและเรียนรู้ได้ลึกซึ้งขึ้น ในขณะที่เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศและจำเป็นต้องพัฒนาด้านนี้ให้ดีกว่าเดิม

นอกจากนี้ สื่อไม่ใช้บุคคล เช่น โบรชัวร์/แผ่นพับ เว็บไซต์ แผนที่ และหนังสือนำเที่ยว ยังมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว แม้ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคลมีประสิทธิภาพมาก เพราะสะดวกในการค้นหาและพกพา แต่ยังมี

ไม่ใช่บุคคลที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นเว็บไซต์และหนังสือแนะนำเที่ยวของแต่ละประเทศเป็นส่วนใหญ่ เช่น เว็บไซต์ Google หนังสือ Lonely Planet แต่เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีผู้ใช้น้อยกว่าเว็บไซต์ของแต่ละประเทศ และหนังสือแนะนำเที่ยวภาษาต่างประเทศที่จัดทำขึ้นในประเทศไทยยังมีไม่มาก

ส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ด้านต่างๆ จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับผลลัพธ์ของการมาท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว 5 ด้านคือ การแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว การกลับมาเที่ยวซ้ำ การได้รับความพึงพอใจมากขึ้น การได้เรียนรู้มากขึ้น และการเข้าใจลึกซึ้งขึ้น สรุปได้ดังนี้

- การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยวในการเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น การได้รับความพึงพอใจมากขึ้น การแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว และการได้เรียนรู้มากขึ้น

- การเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยวในการได้เข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น การแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว การได้เรียนรู้มากขึ้น การได้รับความพึงพอใจมากขึ้น และการกลับมาเที่ยวซ้ำ

- การเรียนรู้เกี่ยวกับคนไทยและสังคมไทย มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยวในการเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น การได้รับความพึงพอใจมากขึ้น และการได้เรียนรู้มากขึ้น

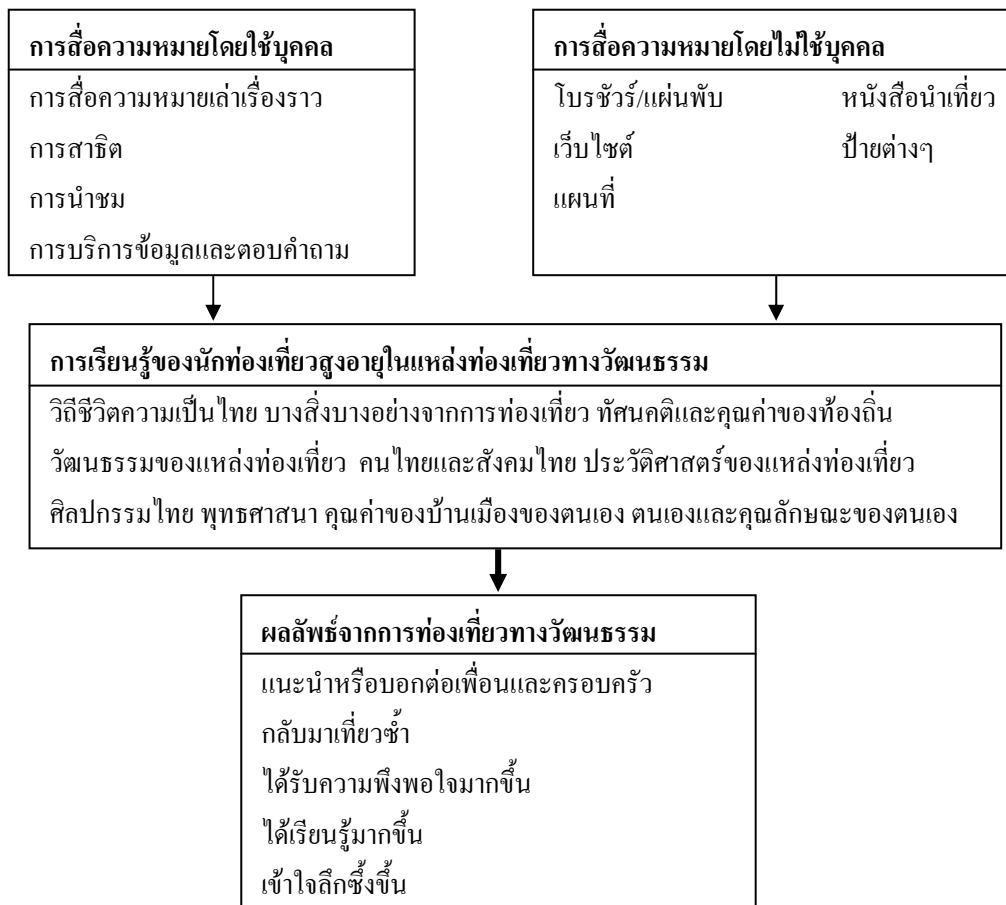
- การเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นไทย มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยวในการเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น และการได้เรียนรู้มากขึ้น

- การเรียนรู้เกี่ยวกับทัศนคติและคุณค่าท้องถิ่น ก็มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้มากขึ้น

- การเรียนรู้บางสิ่งบางอย่างจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับผลลัพธ์ของนักท่องเที่ยวในการเข้าใจลึกซึ้งขึ้น การได้เรียนรู้มากขึ้น การกลับมาเที่ยวซ้ำ และการได้รับความพึงพอใจมากขึ้น

- การเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและคุณลักษณะของตนเองมากขึ้นจากการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับผลลัพธ์ของการได้เรียนรู้มากขึ้นของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาสรุปเป็นตัวแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปแบบองค์รวม ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ตัวแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปแบบองค์รวม  
(Holistic Learning Interpretation Model for European Senior Tourists)

ที่มา: สังเคราะห์จากผลการวิจัย

### การอภิปรายผล

จากการศึกษาการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ รูปแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป สามารถอภิปรายผลตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและแยกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ เป็นกระแสของรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น และมีแนวโน้มว่ากำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสภาพชีวิตประจำวันและจากการทำงานที่เคร่งเครียด ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวทางเลือกที่ไม่เร่งรีบเหมือนชีวิตประจำวัน เพื่อสัมผัสประสบการณ์ ปฏิสัมพันธ์และเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ใช้การสื่อความหมายช่วยเล่าเรื่องราวให้เกิดการเรียนรู้ที่ถูกต้อง และยังช่วยลดผลกระทบต่อนสภาพแวดล้อมจึงเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ เพราะมีเวลาว่างและมีโอกาสมาก สนใจศึกษาวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่ไปเที่ยวชม ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมีคุณภาพและเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Matos (2004) ที่กล่าวว่า การ

ท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่ร่อนเป็นการท่องเที่ยวที่แสวงหาความสงบ ความปลอดภัย ความผ่อนคลายเพื่อเสริมสร้างพลังงานและได้รับความสนุกสนานในวันหยุดพักผ่อน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามแนวคิดของ Woehler (2004) ที่ว่าการดูแลสุขภาพต้องใช้เวลาให้ร่างกายรู้สึกถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และรับรู้และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกิดขึ้น

## 2. ภาพรวมของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2.1 จากการวิเคราะห์ระดับความสนใจในสาระของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปมีความสนใจในสาระของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก แต่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก แต่นักท่องเที่ยวยังขาดความประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ จึงน่าจะส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้สูงขึ้นได้ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ และเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการเรียนรู้

ตามทฤษฎีการเรียนรู้สามารถอธิบายได้ว่า ประสบการณ์ เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว คนปกติจะรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ถ้าไม่มีประสาทสัมผัสเหล่านี้แล้วก็จะไม่มีโอกาสเรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆ ได้เลย

2.2 จากการวิเคราะห์ผลการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความคิดเห็นร่วมกันในเชิงเห็นด้วยว่า การได้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ โดย 3 ลำดับแรกที่นักท่องเที่ยวแสดงความเห็นด้วยอย่างมาก ได้แก่ (1) การได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นไทย (2) การเรียนรู้บางสิ่งบางอย่างจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (3) การเรียนรู้เกี่ยวกับทัศนคติและคุณค่าของท้องถิ่น ตามลำดับ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็ได้แสดงความเห็นด้วยว่า ได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ 3 ลำดับแรก คือ (1) ได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว (2) การเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปกรรมของไทย (3) การเรียนรู้เกี่ยวกับพุทธศาสนา ตามลำดับ

จะเห็นว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างมาก 3 ลำดับแรก และเห็นด้วย 3 ลำดับนั้น สะท้อนความคิดของนักท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นไทย ได้เรียนรู้บางสิ่งบางอย่างในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวยังไม่เคยทราบมาก่อน ได้เรียนรู้เกี่ยวกับทัศนคติและคุณค่าของท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือน นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปกรรมท้องถิ่นของไทย และยังได้การเรียนรู้เกี่ยวกับพุทธศาสนาซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติไทยอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robinson (2003) ที่พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเรียนรู้ความแตกต่างของมนุษย์ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยการสัมผัสกับคนในท้องถิ่นในเรื่องความเป็นอยู่

2.3 จากการวิเคราะห์ถึงสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สื่อประเภทบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่นำชม รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม

จะเห็นว่าเจ้าหน้าที่นำชม และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยถ่ายทอดความรู้ และสร้างความเข้าใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนั้น เจ้าหน้าที่นำชม และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม ซึ่งน่าจะรวมไปถึงมัคคุเทศก์ จึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ Timothy and Boyd (2003) และไม่ใช่ว่าการบรรยายเหมือนครูสอนในชั้นเรียน แต่ต้องถ่ายทอดในลักษณะกระตุ้นความคิด ให้เกิดความสนใจ ให้มีส่วนร่วมในกิจกรรม ตามแนวคิดของ Freeman Tilden (1977)

สำหรับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล พบว่า สื่อที่มีประสิทธิภาพมาก ได้แก่ เว็บไซต์ รองลงมาคือ หนังสือนำเที่ยว จะเห็นว่าเว็บไซต์เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก กล่าวคือ จะใช้ในเวลาใดก็ได้ตามที่ต้องการ และในเว็บไซต์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมของไทยมักมีการแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ ซึ่งง่ายต่อการสืบค้น ส่วนหนังสือนำเที่ยวเป็นสื่อที่พกพาได้สะดวก สามารถหยิบขึ้นมาใช้ได้ตามที่ต้องการ แต่ข้อมูลในเว็บไซต์หรือหนังสือนำเที่ยวที่ดีไม่เพียงให้ข้อเท็จจริงที่ยืดยาว แต่ความสร้างใจความหลักหรือแก่นของเรื่องที่น่าสนใจ และมีคุณค่า กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ตามแนวคิดของ Freeman Tilden (1977) อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์ที่นักท่องเที่ยวนิยมสืบค้นส่วนใหญ่เป็นเว็บไซต์ของต่างประเทศมากกว่าเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นโดยคนไทย ซึ่งหนังสือนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้มักเป็นหนังสือนำเที่ยวของต่างประเทศ เช่น Lonely Planet ที่นักท่องเที่ยวส่วนมากกล่าวถึงมากกว่าหนังสือนำเที่ยวที่แจกฟรีจากองค์การที่ทำงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) รวมทั้งสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำภาค และเขตต่างๆ ทั่วประเทศไทย

2.4 การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในภาพรวม นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความคิดเห็นร่วมกันอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างมากต่อการแนะนำหรือบอกต่อเพื่อนและครอบครัว รองลงมาคือ จะกลับมาเที่ยวซ้ำ เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจเกิดความประทับใจ และมีความพึงพอใจจากการเที่ยวชมสิ่งต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หลังจากกลับไปแล้วจึงคิดจะนำเรื่องราวและประสบการณ์ที่ได้พบเห็นไปบอกต่อแก่คนในครอบครัวญาติพี่น้อง และเพื่อนๆ และคิดจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกเมื่อมีโอกาส

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้เสีย นำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถจัดรายการท่องเที่ยวเองโดยมีกิจกรรมตามความต้องการแต่ไม่มากจนเกินไปในแต่ละวัน หรือบริษัทนำเที่ยวจัดให้สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดเล็กที่สนใจ หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรพิจารณาส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบัน และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แท้จริง เช่น การจัดงานส่งเสริมกิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการ



ท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ การจัดทำแผ่นพับ เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ เป็นต้น

2. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบควรทั้งสื่อที่ใช้บุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล และสื่อที่ไม่ใช้บุคคล เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ หนังสือนำเที่ยว เป็นต้น

3. แม้ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายประเภทบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบคำถาม เจ้าหน้าที่นำชม มีประสิทธิภาพมาก และมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการเรียนรู้ แต่ยังคงพัฒนาความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการฝึกอบรมด้านภาษาต่างประเทศอย่างต่อเนื่องให้เจ้าหน้าที่ หรือพระภิกษุในวัดให้มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาดีกว่าที่เป็นอยู่โดยรวม รวมทั้งการออกเสียงให้เกิดความชัดเจน นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่นำชมและสื่อความหมายที่ดีควรมีความสามารถในการกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวให้รู้สึกเหมือนว่าอยู่ในเหตุการณ์จริง เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีการใช้ภาษาที่น่าฟัง แต่งด้วยอารมณ์ขัน มีหน้าตาอิ้มแย้มแจ่มใส

4. นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการ โอกาสการพบปะคนในท้องถิ่นที่พูดภาษาต่างประเทศได้ การสร้างเครือข่ายวิทยากรอาสาสมัคร หรือการชักชวนผู้เกษียณอายุที่มีภูมิความรู้ในพื้นที่อาสาเป็นวิทยากรนำชมและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ เช่น ข้าราชการ อาจารย์ ผู้เกษียณอายุเหล่านี้อยู่ในพื้นที่มานาน และมีความภาคภูมิใจในทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าในท้องถิ่นของตน สามารถอธิบายถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและอาจแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยวยุโรปสูงอายุที่เป็นคนรุ่นเดียวกันได้ นอกจากนี้วิทยากรอาจเป็นเยาวชนอาสา แต่ต้องฝึกอบรมให้เข้าใจในการนำชมและบรรยายแก่ผู้สูงอายุที่ไม่เร่งรัดจนเกินไป

5. สำหรับสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายประเภทไม่ใช้บุคคลพบว่า สื่อที่มีประสิทธิภาพมากและมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางกับการเรียนรู้ ได้แก่ เว็บไซต์ หนังสือนำเที่ยว แผนที่ โบรชัวร์/แผ่นพับ แต่หากพิจารณาอย่างลึกซึ้งจะพบว่าเว็บไซต์ หนังสือนำเที่ยวและแผนที่ที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นของต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เช่น เว็บไซต์ Google หนังสือ Lonely Planet แต่เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีผู้ใช้น้อยกว่าเว็บไซต์ของต่างประเทศ และหนังสือนำเที่ยวภาษาต่างประเทศที่จัดทำขึ้นในประเทศไทยยังมีไม่มาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพิจารณาปรับปรุงคุณภาพและความทันสมัยของเว็บไซต์และหนังสือนำเที่ยวให้มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ภาพ และแผนที่ให้ชัดเจนกว่านี้ และพิจารณาจัดทำเว็บไซต์เฉพาะเรื่อง เช่น เว็บไซต์ของงานเทศกาลประเพณีหรือแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต เช่น ตลาดน้ำ ตลาดถนนคนเดิน ในภาษาต่างประเทศหลายภาษา ส่วนแผ่นพับ ควรได้มีการจัดทำหลายภาษาต่างประเทศเพราะนักท่องเที่ยวทุกชาติไม่สามารถอ่านภาษาอังกฤษได้ทุกคน

6. สื่อประเภทนิทรรศการ ป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมาย พบว่ามีประสิทธิภาพ แต่ควรต้องมีการปรับปรุงคุณภาพของนิทรรศการและปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายภาษาอังกฤษให้มีจำนวนมากกกว่านี้ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัดวาอาราม และควรมีการจัดสรรงบประมาณให้วัดและบำรุงรักษาป้ายต่างๆ ให้ต่อเนื่อง และป้ายสื่อความหมายควรเน้นสิ่งที่จับต้องไม่ได้เพิ่มเติม เช่น อารยธรรม ศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ป้ายควรมีการใช้ภาพ สี เสียง ตัวอักษรและขนาดที่โดดเด่นสร้างความแปลกตาแปลกใจ

7. ในสื่อประเภทต่าง ๆ ควรมีการปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้สร้างสรรค์ เน้นการสร้างเรื่องราวเพื่ออธิบายและถ่ายทอดความรู้ กระตุ้นความสนใจ ไม่ใช่เพียงให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง และควรเพิ่มข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลาเที่ยวชมของแหล่งท่องเที่ยวในเมืองต่างๆ นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลัก ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ แหล่งศิลปะ หัตถกรรมพื้นบ้าน เทศกาลประเพณี เพื่อให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

8. การจัดทำเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนในท้องถิ่น วัดสำคัญในพื้นที่ท่องเที่ยวอาจเป็นเส้นทางนำเที่ยวด้วยตนเอง หรือมีผู้นำทางพาท่องเที่ยว

9. การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่นด้วยการลงมือทำ จะสร้างความเข้าใจและความสนุกสนาน ได้ดีกว่าการอ่านหรือฟังบรรยายอย่างเดียว เช่น การเรียนรู้การประกอบอาหารไทย การเรียนนวดแผนโบราณ ดนตรีไทย การปลูกข้าว การทำนา เป็นต้น

10. หน่วยงานที่รับผิดชอบควรพิจารณาหางบประมาณในจัดตั้งศูนย์สื่อความหมาย (Interpretation Centre) ในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมประวัติเรื่องราวความเป็นมาของกรุงสุโขทัย ตั้งแต่อดีต หรืออาจจัดนิทรรศการที่มีเสียงบรรยายหรือภาพเคลื่อนไหวประกอบ หรือทำสื่อมัลติมีเดียสื่อความหมายประวัติเรื่องราวในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น

11. การจัดกิจกรรมการแสดงศิลปวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบที่ช่วยสร้างสรรค์ สร้างอารมณ์ร่วมหรือสัมผัสบรรยากาศ ซึ่งถ้ายังคงอยู่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด เช่น การแสดงมินิแสดงสี่เสียง เน้นความเป็นเมืองสุโขทัย เมืองมรดกโลก การแสดงดนตรีไทย หรือนาฏศิลป์ไทยในบริเวณอุทยานประวัติศาสตร์

12. กิจกรรม Monk Chat ในวัดวาอารามหลายแห่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความเข้าใจในพุทธศาสนา และความเป็นอยู่ของพระภิกษุ ควรได้รับการสนับสนุนให้ขยายเพิ่มมากขึ้น

13. ควรมีการจัดทำข้อมูลของการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประเพณี ปฏิทินของเทศกาลต่างๆ ล่วงหน้า เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้วางแผนมาท่องเที่ยวได้ตรงช่วงเวลาเทศกาล งานประเพณี หรือกิจกรรมที่สนใจ และไปในแหล่งท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลัก และควรมีรายละเอียดในภาษาต่างประเทศอื่น ๆ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ

14. ควรมีกิจกรรมการสาธิตที่เกี่ยวข้องในงานเทศกาลประเพณี เช่น การประกอบอาหารในงาน การผลิตหัตถกรรม การสลักเทียนพรรษา เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้จากการเห็น และอาจให้ฝึกหัดด้วยตนเอง เป็นการสัมผัสที่ช่วยให้ประสบการณ์การเรียนรู้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

กล่าวโดยสรุป ภาคิทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือดำเนินการในการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ และปรับปรุงรูปแบบการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทั้งรูปแบบการสื่อความหมายที่จับบุคคล และที่ไม่จับบุคคล เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์เรียนรู้จากการท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าเพิ่มและความประทับใจจนเกิดความต้องการมาเที่ยวซ้ำ อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

**บรรณานุกรม**

- ฐานเศรษฐกิจ (หนังสือพิมพ์). **บันทวนผังกับการบินไทยและเคทีซี** ฉบับที่ 2302 วันที่ 6 มี.ค. - 8 มี.ค. 2551.
- ราณี อิศัยกุล (2552) **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย** ชุดโครงการวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ปี 2551 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กรุงเทพมหานคร
- Filed, Donald R. and J. Alan Wager. (1976) **“People and Interpretation” in Interpreting the Environment**, edited by Grant W. Sharpe, New York: John Wiley and Sons.
- Hall, Michael and McArthur, Simon (1996) **Heritage Management in Australia and New Zealand: The Human Dimension**, 2<sup>nd</sup> ed., Melbourne: Oxford University Press.
- Hall, C. Mitchael. 2006. ‘Demography’, **Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools**, edited by Dimitrios Buhalis and Carlos Costa, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, p. 9-18.
- Matos, Rafael. (2004) “Can Slow Tourism Bring New Life to Alpine Regions?” In Klaus Weiermair and Christine Mathies (ed), **The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future**, New York: Haworth Hospitality Press.
- Roberson, Donald, Jr. (2003) “Learning experience for senior travelers”, **Studies in Continuing Education**, 25 (1).
- Sellick, Megan Cleaver and Thomas E. Muller. 2004. **“Tourism for the Young-old and Old-old”**, **New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices**, edited by TV Singh, CABI Publishing, Cambridge, p.163-180.
- Tilden, Freeman. (1977) **Interpreting Our Heritage**. 3rd. Ed. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press.
- Timothy, Dallen and Boyd, Stephen (2003) **Heritage Tourism**, New York: Prentice Hall.
- Woehler, Karlheinz. (2004) “The Rediscovery of Slowness, or Leisure Time as One’s Own and as Self-Agrandisement”, In Klaus Weiermair and Christine Mathies (ed), **The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future**, New York: Haworth Hospitality Press.
- UNWTO (2005) **Draft White Paper: a Look into Tourism’s Future with the World Tourism Organization**, 21 October 2005.
- UNWTO (2008) **World Tourism Barometer**. January.