

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	การบริโภคสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวของสังคมไทยร่วมสมัย	
ผู้เขียน	นางสาววชิ เรืองพรวิสุทธิ	
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)	
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รศ. สมเกียรติ ตั้งนโม	ประธานกรรมการ
	รศ. ดร. สรณี วงศ์เบ็ญสัจจ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาการบริโภคสัญลักษณ์กับการท่องเที่ยวในสังคมไทยร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์ คือ

- 1.) เพื่อศึกษาบทบาทของสัญลักษณ์ในการสร้างความหมายและคุณค่าที่มีผลต่อการท่องเที่ยว และ
- 2.) เพื่อศึกษาตรรกวิทยาการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดสัญวิทยา และตรรกวิทยาแห่งการบริโภคเป็นกรอบในการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าสัญลักษณ์มีบทบาทในการสร้างความหมายและคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวผ่านกรณีศึกษาทั้ง 4 แห่ง อันได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์, วัดพระธาตุดอยสุเทพ, หมู่บ้านหัตถกรรมบ่อสร้าง-สันกำแพง และขันโตกศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ โดยสัญลักษณ์ปรากฏตัวอยู่ทั่วไปในการท่องเที่ยวและถูกนำไปใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบสร้างความหมายเพื่อสร้างจุดเด่นและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวดังปรากฏในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่วิจัย

เมื่อพิจารณาร่วมกับผลการวิเคราะห์ตรรกวิทยาการบริโภคจะพบว่าการบริโภคทางการท่องเที่ยวขึ้นอ้างอิงกับตรรกวิทยาค่าสัญลักษณ์ ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้ และตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์การแลกเปลี่ยน ตามลำดับ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์โดยเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ ของการเลือกบริโภคทางการท่องเที่ยว ซึ่งเห็นได้ชัดที่สุดในกรณีของการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การถ่ายภาพ และการซื้อสินค้าที่ระลึก

การให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์แสดงให้เห็นว่าการบริโภคของนักท่องเที่ยวนั้น
เป็นไปโดยสอดคล้องกับความหมายและมายาคติที่ได้ถูกสถาปนาเอาไว้ กิจกรรมการท่องเที่ยวใน
สังคมร่วมสมัยจึงสะท้อนภาพของการบริโภคที่ให้ความสำคัญกับภาพตัวตน, ความหมาย และ
ความแตกต่างที่เกิดจากการเปรียบเทียบกันระหว่างสัญลักษณ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

Thesis Title	Sign Consumption in Tourism of Contemporary Thai Society	
Author	Miss Wajee Ruangphornwisut	
Degree	Master of Arts (Media Arts and Design)	
Thesis Advisory Committee	Assoc. Prof. Somkiat Tangnamo	Chairperson
	Assoc. Prof. Dr. Sorani Wongbiasaj	Member

ABSTRACT

The objective of this study are : 1.) to explore the role of signs in constructing meanings and values in the context of tourism and 2.) to analyze the logics of consumption of Thai tourists. The theoretical framework of Baudrillard and semiotics are used in this study.

The study shows that signs play a significant role in tourist activities. They are an important element of signification to promote the tourist characteristics and values, as found in the 4 selected areas of study: Doi Inthanon National Park, Doi Suthep temple, Bo-Sang handicraft village and the Chiang Mai Old Cultural center's Khantoke dinner.

Regarding to the analysis of logics of consumption, the tourist consumption depend upon a logic of sign-value, functional logic of use value and economic logic of exchange value respectively. The sign-value is considered as an important factor of making decision in many cases, such as reasons for choosing tourist destination, taking photos and buying souvenirs.

The priority of sign-value reveals that the consumption of tourist corresponds with the constructed meaning and myth. Thus, tourism in contemporary society reflects the consumption phenomena that give accent on the representatives, the meaning and the differences between the signs.