



การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี

Cultural Tourism Management in Authenticity and Creative Tourism: A
case study of Mueang Mallika R.E.124, Kanchanaburi Province

สรโรชา อมรพงษ์มงคล^{1*} และรัชนิกร แซ่วัง²

Sarocha Amornpongmongkol^{1*} and Ratchaneekorn Sae-Wang²

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์, วิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹ Graduate student, Master of Arts, Management of Cultural Heritage and Creative Industries, College
of Innovation, Thammasat University.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., การจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, วิทยาลัยนวัตกรรม,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² Assistant Professor Dr., Department of Program in Management of Cultural Heritage and Creative
Industries, College of Innovation, Thammasat University.

* Corresponding author, E-mail: gun_may_@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิง
วัฒนธรรม และเพื่อศึกษามุมมองมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นงานวิจัยเชิง
คุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) และตารางประเมินความจริงแท้ โดยประยุกต์จาก
Hoi An protocol for the best conservation practice in Asia (UNESCO, 2009) และกระบวนการ
สร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่า การจัดการของเมืองมัลลิกา มีข้อเด่นใน
ด้านการจัดการองค์กร และการควบคุม แต่ยังคงขาดการจัดการด้านการวางแผน และการเป็นผู้นำ เนื่อง
ด้วยเมืองมัลลิกาดำเนินกิจการด้วยการจัดการแบบครอบครัวที่อยู่กันด้วยความเข้าใจทำให้สามารถ
ดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย

ในส่วนของการประเมินความจริงแท้ มิติของตำแหน่ง และสถานที่ตั้งอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี
ค่าเฉลี่ย 3.07 ในขณะที่กระบวนการสร้างสรรค์ในเรื่องของการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้มากที่สุด โดยมี
ค่าเฉลี่ย 3.94 สรุปได้ว่าในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการนำกระบวนการสร้างสรรค์มาใช้มาก และคำนึงถึง
ความจริงแท้บ้าง ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการรายอื่นนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนา
สถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบคล้ายกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การจัดการ, ความจริงแท้, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



Abstract

The purpose of this research is to study tourism management, authenticity and creative tourism of Mallika city Rattanakosin era 124. This qualitative has applied an in-depth interview, the authentic and creative process assessment research and evaluation form of creative process as a data collection tool. The results showed that Mallika is good at organization management and controlling while planning and leadership are weak. However, family management can well operate to reach target based on mutual understanding.

According to authenticity assessment, the most is locations at 3.07 with medium level while the creative process is 3.94 at the excellent level. It concluded that Mallika has applied the creative process in term of creative adoption more than authenticity. This research results might enhance other entrepreneurs to adopt creative concept and develop the similar cultural tourist destination to respond their need.

Keywords: Cultural Tourism, Management, Authenticity, Creative Tourism

บทนำ

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้จำลองเมืองที่สะท้อนวิถีชีวิตของผู้คนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยร.ศ.124 หรือพ.ศ.2448 ซึ่งตรงกับในสมัยพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่5 ก่อตั้งโดยนายพลศกดิ์ ประกอบ ที่มีความประสงค์ให้นักท่องเที่ยวได้ย้อนกลับไปสัมผัสกับช่วงเวลาความทรงจำที่สวยงามในอดีต ไม่อยากให้เกิดสถานที่ที่เป็นเพียงร่องรอยในอดีต เมืองมัลลิกาได้ช่วงเวลาที่ถือได้ว่าการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินชีวิตของคนไทยเป็นอย่างมาก เช่น การเลิกทาส การแต่งกายรูปแบบตะวันตก เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่นำความเจริญ และความสุขให้แก่ประชาชน ด้านในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ได้มีสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรม ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมในช่วงเวลานั้น ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิตในโรงครัว โรงสีข้าวให้นักท่องเที่ยวชมกระบวนการต่างๆ อาชีพ การแต่งกาย อาหารคาว อาหารหวาน การแลกเงินในเมืองมัลลิกาจะไม่ใช้เงินปัจจุบันในการซื้อของ ต้องนำเงินในปัจจุบันไปแลกเป็นเงินรูเพื่อใช้จ่ายในเมืองมัลลิกา

กิจกรรมทั้งหมดในเมืองมัลลิกานี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตในยุคสมัยร.ศ.124 ได้มากที่สุด อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมนี้ยังได้อยู่ภายใต้ แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี 4 ปี พ.ศ.2561 – 2564 พบว่าเมืองมัลลิกาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อกระแสด้านความต้องการของประชาชนที่มีความโหยหา หรืออยากรู้สิ่งที่เป็นอดีตโดยในกิจกรรมจะนำเอาจุดเด่นของศิลปวัฒนธรรมต่างๆในสมัยรัชกาลที่ 5 มารื้อฟื้นให้มีชีวิตอีกครั้ง และประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังนิยมในปัจจุบัน โดยจะเห็นได้จากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรม (Sellier, 2015) ในส่วนของแผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ.2560 – 2564 พบว่าเมืองมัลลิกาได้รับการสนับสนุนโดยนำวัฒนธรรม เอกลักษณ์ความเป็นไทยเป็นพื้นฐานในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม เป็นการให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว ทำให้สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับนั้นเป็นสิ่งที่มีความคุ้มค่า ในส่วนของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560 – 2564 เมืองมัลลิกา นำเอาต้นทุนทาง



วัฒนธรรมที่สวຍงามมาประยุกต์กับการท่องเที่ยวทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ทั้งในด้านของการจำลองสถานที่ให้เรารู้สึกย้อนกลับไปในอดีตอย่างแท้จริง

จากแผนต่างๆที่กล่าวมานั้น พบว่า การนำทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย เป็นที่น่าสนใจ และยังทรงคุณค่าไว้พยายามที่จะสะท้อนถึงอดีต ส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวสร้างขึ้นใหม่ อาจเป็นที่น่าสังเกตได้ว่ามีเพียงแต่สนับสนุนการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมเพราะเป็นแค่ทุนที่ตนเองมี แต่ประชาชนก็ต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบไฮโซหรือไฮเทคอย่างหนึ่ง พัฒนา กิตติอาษา (2546) กล่าวว่า การโหยหาอดีต (Nostalgia) เป็นอารมณ์ หรือความรู้สึกที่ผู้คนมีต่ออดีต ไม่สามารถย้อนกลับไปในช่วงนั้นได้ สิ่งที่ทำได้ คือการสร้างหรือจำลองขึ้นมาใหม่ผ่านรูปแบบต่างๆ เช่นการเล่าเรื่องราว สถาปัตยกรรม หรือ วิถีชีวิต ซึ่งในต่างประเทศมีการสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเชิงโหยหาอดีตที่กำลังเป็นกระแสนิยม จึงขอยกตัวอย่างเช่น เวเนเซียน (The Venetian Macao) เขตการปกครองพิเศษมาเก๊า จำลองรูปแบบสถาปัตยกรรมเมืองเวนิส ประเทศอิตาลี ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 ในเดือนกันยายน 2561 (Boland, 2018) หรือพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกู้กง (National Palace Museum) เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน ได้มีการจำลองพระราชวังต้องห้าม (Forbidden city) ในกรุงปักกิ่ง ได้มีผู้เข้าชมเกือบ 5.3 ล้านคนในปี 2558 (Yang, 2016) หากมองกลับมาที่ประเทศไทยเราก็จะพบว่ารัฐบาลได้สนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบคล้ายเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 นี้้อยู่เรื่อยๆ เช่น ตลาดย้อนยุคเพลินวาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงถึง 7,000 คน ในช่วงเทศกาลปี 2555 (ละอองทิพย์ ณ กลาง, 2556) หรืองานอุ่นไอรักคลายความหนาว ที่จัดขึ้นตั้งแต่วันที่ 8 กุมภาพันธ์ – 11 มีนาคม 2561 ภายในงานนี้ได้มีการรณรงค์ให้แต่งชุดไทยมาเที่ยวภายในงาน โดยงานนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากทั้งแก่ประชาชน และสื่อมวลชนทุกภาคส่วน โดยมีประชาชนเข้าร่วมงานมากกว่า 1 ล้านคน (บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน, 2561) จากที่กล่าวมาข้างต้น อาจพิจารณาได้ว่าเมืองมัลลิกากำลังเป็นกระแสนิยมในโลกแห่งโลกาภิวัตน์ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นที่สนใจแก่คนจำนวนมาก เห็นได้จากเมืองมัลลิกา ติดอันดับ 1 ใน 10 สถานที่ท่องเที่ยวประเทศไทย ที่คนไทยนิยมค้นหามากที่สุด ในปี 2559 (ณัฐภณ กิตติทนนท์ชัย, 2560) รวมถึงมีประชาชนที่ได้ไปเที่ยวกลับมาตั้งกระทู้รีวิว มากกว่า 77 กระทู้ มีสื่อมวลชนหรือรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์นำเสนอมากกว่า 31รายการ อีกทั้งในวันที่ 29 มีนาคม 2561 ได้มี Page Facebook ที่ชื่อว่า Sneak out ที่มีคนติดตามถึง 757,758 คน ได้เชิญชวนให้คนมาเที่ยวเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ซึ่งมีคนกดแชร์ต่อถึง 27,952 คน

ดังนั้นจึงอาจสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้รับความนิยมเห็นได้จากแผนพัฒนาทั้ง 3 ฉบับ ที่รัฐบาลสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของโลกจากการนำทุนทางวัฒนธรรม และพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้คนมีความโหยหาอดีต จึงหันกลับไปท่องเที่ยวในรูปแบบที่นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดเด่น ทั้งในระดับนานาชาติ และระดับท้องถิ่น ทำให้เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 นำจุดเด่นในเรื่องของการนำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ และกระบวนการสร้างสรรค์ สามารถพัฒนาเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคนให้สนใจมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะนี้ได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญของการปรับใช้วัฒนธรรม โดยนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ จึงนำมาสู่คำถามผู้วิจัยเพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม และศึกษามุมมองมิตติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ เพื่อให้เป็นเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการทำอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคตต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษามุมมองมิติตามความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Acerbi (2014) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรม โดยปราศจากความตั้งใจเดิมในการท่องเที่ยว อาจเป็นมรดกวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม (Tangible Cultural Heritage) หรือมรดกวัฒนธรรมนามธรรม (Intangible Cultural Heritage) โดยมีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4 ประเด็น ดังนี้ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. การคมนาคม (Accessibility) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 4. กิจกรรม (Activity) (Sgeerazi, 2008) เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ได้นำเอาทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมในรูปแบบที่สร้างสรรค์ นำมาประยุกต์ใช้กับขอบเขตของกิจกรรมบนพื้นที่ หากแต่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 นำเอาวัฒนธรรมในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) มาจำลองไว้ในสถานที่ท่องเที่ยว จึงศึกษาสิ่งดึงดูดใจวัฒนธรรม (Cultural attraction)

แนวคิดความจริงแท้ (Authenticity)

ความจริงแท้ (Authenticity) เมื่อมาใช้กับบริบทในการท่องเที่ยว จะมีความหมายถึง การได้ไปพบเห็น และได้ประสบการณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิต การแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้นๆ รวมไปถึงการที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกิจกรรมในสถานที่จริง โดยความจริงแท้จะถูกพูดถึงบ่อยครั้งเมื่อต้องประเมินคุณค่าและความหมาย รวมถึงการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้นเพื่อมุ่งเน้นในการสงวนรักษา และอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรม (เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2556, น.118-119)

Kjell (อ้างถึงใน นิภาวรรณ หวังวิไล, 2556) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันมีการพัฒนา และนำสิ่งใหม่ๆ วิทยาการใหม่ๆ วัฒนธรรมใหม่ๆ เข้ามาเป็นจำนวนมาก สิ่งต่างๆ เหล่านี้จึงทำให้ความเป็นอดีตถูกเรียกร้องให้ฟื้นคืนเพื่อจะนำกลับมาใช้อีกครั้ง ด้วยเหตุนี้จึงมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งพยายามสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับความจริงแท้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยต้องเห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมนั้น ๆ จากประสบการณ์ที่ได้รับ นอกจากนี้การสร้างความจริงแท้ต้องมีส่วนประกอบของความสร้างสรรค์ และประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ พัฒนาจนเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งแล้วจึงจะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวอาจอยากได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แท้จริงแต่ไม่จำเป็นต้องพบกับความเป็นจริงก็ได้ แต่อย่างไรเสียการจะนำสิ่งต่าง ๆ มาพิจารณาความจริงแท้ ต้องมีเกณฑ์ในการวัด และตรวจสอบ ในปี.ศ.2537 ได้มีการเสนอแนวทางในการพิจารณาคุณค่า และความจริงแท้ผ่าน “เอกสารประกอบการประชุมที่นารา ประเทศญี่ปุ่นว่าด้วยความจริงแท้” ได้ระบุไว้ว่า มรดกทางวัฒนธรรมจะดำรงไว้ซึ่งความเป็นของแท้ จะต้องประกอบด้วยความเป็นจริง และมีความน่าเชื่อถือในมิติต่างๆ ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง และสถานที่ตั้ง (Location & Setting) รูปแบบ และการออกแบบ (Form & Design) การใช้ และหน้าที่ (Use & Function) และคุณสมบัติอื่นที่ไม่ใช่วัตถุ (Immaterial Qualities) (UNESCO, 2009)



แนวคิดการบริหาร และจัดการ

หลักการกระบวนการบริหาร ประกอบไปด้วย (วาทีน ประชานันท์, 2557)

1. การวางแผน (Planning) เป็นสิ่งแรก และสิ่งสำคัญที่สุดของการบริหารองค์การ มีผู้บริหารระดับสูงที่ต้องมีประสบการณ์เป็นผู้กำหนดแผนการ แผนงานที่ดีต้องเป็นที่ยอมรับจากบุคคลในองค์การ และสามารถนำไปใช้ได้จริง
2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ บทบาทการบริหารของแต่ละบุคคล เพื่อต้องใช้ทุนทางปัญญามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมอยู่เสมอ
3. การเป็นผู้นำ (Leading) เป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ต้องมีวิสัยทัศน์ และมีความสามารถในการสื่อสาร มนุษย์สัมพันธ์กับบุคลากรซึ่งจะทำให้เกิดผลผลิตในระยะยาว
4. การควบคุม (Controlling) เป็นขั้นตอนหลักในการจัดการระบบตั้งแต่เริ่มวางแผน และวัดความคืบหน้าในการปฏิบัติงานโดยเทียบกับแผนที่วางไว้ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยการควบคุมประกอบไปด้วย การกำหนดมาตรฐานของผลงาน การสังเกตการณ์ปฏิบัติงาน การประเมินผล

แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries)

เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเชิงศิลป์ และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้ (Tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) โดยผลงานสร้างสรรค์ต่างๆ จะต้องสามารถสร้างรายได้ผ่านการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางวัฒนธรรม มีการผลิตโดยใช้ฐานความรู้ทั้งแบบดั้งเดิม และแบบร่วมสมัยโดยอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะต้องยึดหลักความคิดสร้างสรรค์เป็นสำคัญ ซึ่งคำนี้ได้ถูกพัฒนามาจากคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Industries) เพราะเมื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นก็จะพัฒนาเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์และคณะ, 2558)

Richards (2003) กล่าวว่า ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมผ่านการมีประสบการณ์ (Experiencing) การเข้าไปมีส่วนร่วม (Participating) และการเรียนรู้ (Learning) โดยปรารถนาว่าการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆผ่านประสบการณ์จริงจะมีส่วนในการเสริมสร้างศักยภาพในการเรียนรู้ รวมถึงรูปแบบของการสร้างสรรค์อันเป็นพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 2 ลักษณะ ได้แก่ ใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว และใช้การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 จังหวัดกาญจนบุรี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะผู้บริหารในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และเจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง



กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In- depth interview) แบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) แบ่งสัมภาษณ์เชิงลึกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้บริหารทั่วไปของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในประเด็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 จำนวน 1 ท่าน
2. เจ้าหน้าที่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จำนวน 65 ท่าน แบ่งเป็นหัวหน้าฝ่าย 21 ท่าน และเจ้าหน้าที่ทั่วไป 44 ท่าน
3. ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีตำแหน่งทางวิชาการในฐานะดุขฎฐิบัณฑิต ที่ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ มรดกวัฒนธรรม มากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร และแบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ดูแลจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นคำถามปลายเปิด ที่แต่ละกลุ่มมีประเด็นคำถามแตกต่างกัน ดังนี้

กลุ่มที่1 แนวคำถามของผู้เชี่ยวชาญ

- ประเด็นการใช้วัฒนธรรม
- ประเด็นความจริงแท้ กระบวนการสร้างสรรค์

กลุ่มที่2 แนวคำถามของฝ่ายผู้บริหารเมืองมัลลิกา

- ประเด็นการบริหารจัดการ

กลุ่มที่3 แนวคำถามของเจ้าหน้าที่เมืองมัลลิกา

- ประเด็นการทำงานในแต่ละวัน
- ประเด็นความรู้สึกรักที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และหน้าที่ที่ตนได้รับมอบหมาย

นอกจากนี้ยังมีตารางประเมินความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ โดยได้กำหนดได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้ (ประคอง กรรณสูต, 2523)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยเมื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่มาวิเคราะห์ และเขียนผลการวิจัยในลักษณะเชิงบรรยาย พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลตามกรอบการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูล พบว่าการจัดการเมืองมัลลิกาประกอบไปด้วย

- การวางแผน (Planning) แบ่งออกเป็นเรื่องของการใช้เงินทุนเริ่มแรกกว่า 200 ล้านบาท

แหล่งทุนของปัจจุบัน และอนาคต ยังไม่สามารถประเมินได้ เนื่องจากทางเมืองมัลลิกากำลังจะมีการลงทุนเพื่อสร้างสถาปัตยกรรมเพิ่มเติม และมีแผนการลงทุนในส่วนของโรงแรมบริเวณใกล้เคียงเมืองมัลลิกาเพิ่มเติม แต่เนื่องด้วยเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีการชะลอตัว ทางเมืองมัลลิกาจึงต้องชะลอแผนการที่จะลงทุนเพิ่มเติมไว้ก่อน การหาคน จุดเริ่มต้นก่อนเปิดเมือง มีเจ้าหน้าที่ราว 400 คน ส่วนใหญ่แล้วเป็นคนในพื้นที่ โดยทางผู้บริหารได้มีการอบรมก่อนเปิดเมืองเป็นเวลา 1 เดือน เพื่อให้สร้างอารมณ์ สร้างความเคยชิน แต่ในปัจจุบันมีเจ้าหน้าที่เหลืออยู่เพียง 336 คน เนื่องจากเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทำให้เจ้าหน้าที่บางส่วนลาออกไปทำงานด้านอื่น โดยในอนาคตทางเมืองมัลลิกายกยอพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่มีอยู่ให้มีความสามารถเพิ่มเติม และหากเศรษฐกิจดีขึ้นจะมีการจ้างงานเพิ่ม การออกแบบพื้นที่ จุดเริ่มต้นมีการจำลองตามเรื่องราวที่อาจารย์ชาติตรี ประกิตนันทกานต์ เป็นผู้ออกแบบ ปัจจุบันทางเมืองมัลลิกามีการขยายเพิ่มเติมภายในบริเวณเมือง สร้างเรือนไทยเพิ่มเติม และในอนาคตมีการวางแผนจะทำธุรกิจให้ครบวงจร กล่าวคือจะทำธุรกิจโรงแรมบริเวณนอกตัวเมืองมัลลิกา เนื้อหาของเมือง จุดเริ่มต้นคือการจำลองวิถีชีวิตของชาวบ้านริมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยร.ศ.124 ที่มีการเลิกทาส ในปัจจุบันก็ยังคงใช้เนื้อหาเดิม และในอนาคตทางผู้บริหารกำลังศึกษามรดกวัฒนธรรมที่โดดเด่นมาแสดงเพิ่มเติมให้คนรุ่นหลังได้เห็น และเรียนรู้ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว สร้างอัตลักษณ์ จุดเริ่มต้นก่อนเปิดให้บริการ ทางเมืองมัลลิกาได้มีการอบรมเจ้าหน้าที่ สร้างอารมณ์ อัตลักษณ์ เอกลักษณ์เป็นเวลา 1 เดือนเต็ม เพื่อสร้างความเคยชินให้กับเจ้าหน้าที่ ในปัจจุบันเจ้าหน้าที่ทำงานทุกวันจึงมีความคุ้นชิน แต่ทางผู้บริหารจะมีการจัดอบรม 2-3 เดือน/ครั้ง เรื่องของการบริการ และคำพูด ในอนาคตทางผู้บริหารยังคงต้องการให้เจ้าหน้าที่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของเมืองมัลลิกาต่อไป การโฆษณา จุดเริ่มต้นมีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานราชการ และการประชาสัมพันธ์สิ่งที่ขาดไม่ได้ในปัจจุบันคือ โซเชียลมีเดีย (Social Media) อีกทั้งในอนาคตจะการเปิดสำนักงานขายอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งจะติดต่อกับบริษัททำทัวร์

- การจัดการองค์การ (Organizing) เมืองมัลลิกามีเจ้าหน้าที่รวมทั้งสิ้น 336 คน แต่ละคนมีตำแหน่งงานอย่างชัดเจน โดยแต่ละบุคคลจะรับผิดชอบหน้าที่แตกต่างกันไป มีระดับตำแหน่งที่ลดหลั่นกันไป เจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกาส่วนใหญ่จะเป็นชาวบ้านในพื้นที่ ไม่มีเกณฑ์ในการคัดเลือก แต่ต้องมีความพร้อม และใจรักในการทำงาน โดยให้เจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์อยู่ก่อนแล้วช่วยสอนงาน เจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกา 60 -70% เป็นคนท้องถิ่น มีสวัสดิการให้แก่เจ้าหน้าที่เพื่อช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่เจ้าหน้าที่ ประกอบไปด้วยอาหาร 3 มื้อ, เสื้อผ้าใส่ทำงานในเมืองมัลลิกา, ที่พักอาศัย, ประกันสังคม, เงินโบนัสทุกสิ้นปี และมีวันหยุดทั้งลากิจและลาป่วยรวมกันได้ 30วัน เจ้าหน้าที่ที่เมืองมัลลิกาทำงาน 6วัน/สัปดาห์ เจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิการู้สึกว่าไม่มีสิ่งใดยากในการปฏิบัติงาน เพราะตนเองทำในสิ่งที่รัก และใส่ใจกับงานที่ได้รับมอบหมายจึงทำงานออกมาได้ดี

- การเป็นผู้นำ (Leading) ในส่วนของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 แบ่งผู้นำออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกฝ่ายผู้บริหาร ซึ่งจะประกอบไปด้วยกรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไป กลุ่มที่ 2 ประกอบไปด้วยหัวหน้าฝ่ายต่างๆ มีทั้งหมด 21 คน โดยกลุ่มผู้บริหารจะมีการประชุมร่วมกับกลุ่มหัวหน้าฝ่ายต่างๆทุกวันจันทร์ และหัวหน้าแต่ละฝ่ายจะรับข้อมูล แล้วนำไปคิด พัฒนา และพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ในแผนกที่ตนดูแล ทั้ง 2 กลุ่ม นี้มีความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องของ concept ว่าเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็น



เมืองโบราณที่มีชีวิต มีวิสัยทัศน์ และเป้าหมายเดียวกันคือคงความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความเป็นมัลลิกา แต่จากหัวหน้างานฝ่ายต่างๆสื่อสารถึงเจ้าหน้าที่ที่อยู่ในแผนกของตน พบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ไม่มีความเข้าใจใน concept ของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124ว่าคืออะไร ไม่ได้มีวิสัยทัศน์ และเป้าหมายเดียวกันกับกลุ่มผู้บริหาร แต่เมื่อพบปัญหาผู้บริหารจะมีการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจ และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน

- การควบคุม (Controlling) การอบรมเจ้าหน้าที่มีทั้งหมด 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นการอบรมเชิงธุรกิจ กล่าวคือมีการตรวจสอบความเรียบร้อยของแต่ละแผนกในทุกเช้าโดยหัวหน้าแผนกที่มีความชำนาญในเรื่องนั้นๆ ส่วนที่สองอบรมเชิงลึกเน้นในเรื่องการทำอาหารคาว อาหารหวาน โดยจะมีครูจากวิทยาลัยในวังมาดูความเรียบร้อย ส่วนในเรื่องของการอบรมเจ้าหน้าที่ทั่วไป จะมีการประสานกับทางศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน มีการจัดฝึกอบรมในเรื่องเทคนิคการบริการ การประเมินเจ้าหน้าที่ หัวหน้าจะเป็นผู้ประเมินตามความสามารถเป็นรายบุคคลทุกสิ้นปี เพื่อนำมาพัฒนา และเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น และอาจได้รูปแบบในการบริการใหม่ๆ

ในส่วนของการประเมินความจริงแท้สิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรม พบว่ามีความจริงแท้ด้านตำแหน่งและสถานที่ตั้งเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.07 ความจริงแท้ปานกลาง โดยสถาปัตยกรรมบ้านเรือนมีระดับความจริงแท้มากที่สุด รูปแบบ และการออกแบบเฉลี่ยอยู่ในระดับ 2.81 ความจริงแท้ปานกลาง โดยสถาปัตยกรรมบ้านเรือนมีระดับความจริงแท้มากที่สุดเช่นเดียวกัน และการใช้ และหน้าที่เฉลี่ยอยู่ในระดับ 2.93 ความจริงแท้ปานกลาง โดยกิจกรรมทางเลือกระดับความจริงแท้มากที่สุด ในส่วนของการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรม พบว่ามีกระบวนการสร้างสรรค์ด้านการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้เฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง โดยสถาปัตยกรรมบ้านเรือน และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 มีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด การนำเอาองค์ความรู้มาใช้เฉลี่ยอยู่ในระดับ 2.91 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลางโดยภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 มีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้เฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.94 กระบวนการสร้างสรรค์มาก โดยสถาปัตยกรรมบ้านเรือน องค์ประกอบอื่นๆ และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 มีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด และการสร้างประสบการณ์เฉลี่ยอยู่ในระดับ 2.97 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลางโดยองค์ประกอบอื่นๆมีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผล

การจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 อาจสรุปได้ตั้งนี้การวางแผน (Planning) ในภาพรวมของการวางแผนเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีข้อเด่นในเรื่องของจุดประสงค์ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดหลักทำให้ไม่หลงประเด็นในการจะนำมาพัฒนาในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง และทันสมัยทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และมีการวางแผนติดต่อกับบริษัททำทัวร์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ แต่ยังคงขาดในเรื่องของพันธมิตร ชะลอตัวในเรื่องของการออกแบบ พื้นที่ หรือสร้างสถาปัตยกรรมเพิ่มเติมจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ลดน้อยลงในแต่ละปี รวมถึงการออกแบบพื้นที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดหลักที่ว่าป็นจำลองวิถีชีวิตของชาวบ้านริมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยร.ศ.124 แต่ในอนาคตมีแผนในการสร้างโรงแรมที่จำลองมาจากสถานีรถไฟหัวลำโพง จึงอาจสรุปได้ว่าการวางแผนยังไม่ดีเท่าที่ควรมีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ลดน้อยลงในแต่ละปี รวมถึงการออกแบบพื้นที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดหลักที่ว่าป็นจำลองวิถีชีวิตของชาวบ้านริมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ใน



สมัยร.ศ.124 แต่ในอนาคตมีแผนในการสร้างโรงแรมที่จำลองมาจากสถานีรถไฟหัวลำโพง จึงอาจสรุปได้ว่าการวางแผนยังไม่ดีเท่าที่ควร

การจัดการองค์การ (Organizing) เมืองมัลลิกามีโครงสร้างองค์การ และการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน ทำให้เจ้าหน้าที่รู้ว่าหน้าที่ของตนเอง แต่ทุกคนจะมีความสามารถ เชี่ยวชาญในแผนก หรือตำแหน่งที่ตนเองอยู่ โดยเฉพาะหัวหน้า โดยตำแหน่งที่ต้องมีประสบการณ์ร่วมด้วยคือแผนกโรงครัว และช่างซ่อม ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าจะมีประชุมกันทุกวันจันทร์เพื่อพูดคุย แสดงความคิดเห็นในส่วนที่ต้องพัฒนา หรือแก้ไข ทั้งนี้แผนกต่างๆในองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ภายใต้กับบรรยากาศในสมัยรัชกาลที่ 5 ผ่านสถาปัตยกรรม และกิจกรรมต่างๆ

การเป็นผู้นำ (Leading) ฝ่ายผู้บริหารมีความสามารถในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าให้เข้าใจถึงวิสัยทัศน์ และ concept ของเมืองมัลลิกา มีจุดมุ่งหมายไปในทางเดียวกัน และมีการให้กำลังใจเจ้าหน้าที่ในทุกๆระดับ ใช้หลักการอยู่อย่างเป็นครอบครัวเดียวกัน แต่เจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าไม่สามารถถ่ายทอดสิ่งที่ฝ่ายบริหารต้องการสื่อสารไปถึงเจ้าหน้าที่ต่างๆในการดูแลของตน เนื่องจากเจ้าหน้าที่ไม่มีความเข้าใจใน concept หรือวิสัยทัศน์ใดๆ แคร์สิ่งที่ทำหน้าที่ของตนให้ดี และไม่ได้ทราบถึงเป้าหมาย การวางแผนพัฒนา หรือการประเมินที่ทางฝ่ายผู้บริหารกำหนด และไม่สนใจที่จะรับรู้ในเรื่องนั้นๆ

การควบคุม (Controlling) มีการควบคุมที่ค่อนข้างดี เนื่องจากเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีรู้หน้าที่ในการทำงานของตนเอง ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎของเมืองเป็นอย่างดีมีการจัดอบรม และประชุมอยู่บ่อยครั้งทำให้เน้นย้ำในสิ่งที่พึงปฏิบัติอยู่เสมอ อีกทั้งเจ้าหน้าที่แต่ละแผนกจะมีการจัดประชุมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับหัวหน้าแต่ละแผนก และงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้มาตรฐานยังคงเหมือนเดิมทั้งนี้เพื่อพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ และได้รับการประเมินที่ดี

การศึกษามุมมองมิติตามความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การประเมินมิติตามความจริงแท้ และมีติกระบวนการสร้างสรรค์สามารถเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมิติตามความจริงแท้ และมีติกระบวนการสร้างสรรค์

มิติตามความจริงแท้	ค่าเฉลี่ย	กระบวนการสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	3.07	การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	3.30
รูปแบบ และ การออกแบบ	2.81	การนำองค์ความรู้มาใช้	2.91
การใช้ และ หน้าที่	2.93	การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	3.94
		การสร้างประสบการณ์	2.97



จากตารางที่ 1 พบว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง รูปแบบ และการออกแบบ การใช้ และหน้าที่ มีความจริงแท้ปานกลาง ในส่วนของการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ พบว่า การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ การนำเอาองค์ความรู้มาใช้ การสร้างประสบการณ์ มีกระบวนการสร้างสรรค์ในระดับปานกลาง แต่การนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ในระดับมาก ซึ่งถือว่าโดดเด่นที่สุด

อภิปรายผล

ประเด็นการจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า เมืองมัลลิกาพยายามรักษาอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของตนให้คงที่ และมีความมั่นคงมากที่สุด แต่ก็ยังคงมีการวางแผนเพื่อพัฒนาให้สถานที่ท่องเที่ยวของตนมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ในปัจจุบันต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจที่ชะลอตัวจึงทำให้เมืองมัลลิกาต้องชะลอการลงทุนพัฒนาในช่วงนี้ รวมถึงมีจำนวนพนักงานที่น้อยลงเพราะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้ฝ่ายผู้บริหารต้องรักษาพนักงานส่วนที่เหลือให้มีประสิทธิภาพ โดยการจัดอบรม หรือการนำเจ้าหน้าที่ออกไปร่วมสัมมนา และพูดคุยให้พนักงานเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้บริหารมีความสามารถในการเจรจากับเจ้าหน้าที่ให้เกิดความเข้าใจ และไม่มียุติข้อขัดแย้ง สอดคล้องกับวาทิน ประชานันท์ (2557) ที่กล่าวว่า ผู้นำ เป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ต้องมีวิสัยทัศน์ และมีความสามารถในการสื่อสาร มนุษย์สัมพันธ์กับบุคลากรซึ่งจะทำให้เกิดผลผลิตในระยะยาว นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ยังรู้สึกว่สิ่งที่สำคัญที่สุดในหน้าที่ของตนคือ ทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุดด้วยความตั้งใจ และเอาใจใส่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปณิทัต นอขุนทด (2556) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน อำเภอสามแฉกแกลง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าบุคลากรในองค์กรควรมีความสามัคคีให้ความร่วมมือ มีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ในการปฏิบัติงาน มีทักษะความรู้ในการใช้วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือรวมถึงเทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน มีความรู้ความเข้าใจในระเบียบที่เกี่ยวข้องในงานที่ปฏิบัติ มีความละเอียดรอบคอบ ในการปฏิบัติงาน สำหรับผู้บริหารควรเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และจัดสรรอัตราค่าจ้างของ บุคลากรให้มีเพียงพอต่อปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น ในส่วนของการจัดอบรม มีการจัด 2-3 เดือน/ครั้ง โดยเชิญครูจากวิทยาลัยในวังมาสอนงานเพิ่มเติม เพื่อให้เจ้าหน้าที่พัฒนาศักยภาพให้มีความสามารถในหน้าที่ของตน นำมาพัฒนาตนเอง และองค์กรต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับเสกมนต์ สัมมาเพชร (2559) เรื่องทรัพยากรการบริหารกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ทัศนสถานบำบัดพิเศษกลาง กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นประเด็น ดังนี้ 1. มีการวางตัว หรือแต่งตั้งบุคลากร อย่างเหมาะสมกับความถนัดของที่ตามแต่ละบุคคลมีความสามารถ 2. การพัฒนาคุณภาพบุคลากรถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ที่ทางองค์กรควรให้ความสำคัญเช่นกัน และควรมีการฝึกอบรมเป็นประจำ 3.หน่วยงานอาจเชิญบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสารถ มาช่วยแนะนำในการพัฒนาบุคลากร อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าเจ้าหน้าที่ทุกตำแหน่งมีความสำคัญกับเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ยังได้เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวในเบื้องต้น พบว่านักท่องเที่ยวให้คำตอบไปในทิศทางเดียวกันว่า เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีความคิดสร้างสรรค์มากในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีชีวิต และบรรยากาศย้อนยุค ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยระดับมากของการนำความคิดสร้างสรรค์ที่ว่าด้วยการนำสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมมาเป็นฉากหลังเพื่อสร้างบรรยากาศ เป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก สร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังคิดว่าเมืองมัลลิกามีความจริงแท้พอ เพราะส่วนใหญ่แล้วเป็นของใหม่ที่ถูกนำมาทำให้เก่า และวัฒนธรรมถูกนำมาปรับใช้ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม แม้ว่าสถานที่จำลองแห่งนี้พยายามจำลองเมืองให้มี



รูปแบบคล้ายเดิมมากที่สุด แต่ด้วยข้อจำกัดจึงไม่สามารถให้มีรูปแบบเดิมได้ทั้งหมด แต่นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้ความสำคัญ หรือความสนใจมากเท่ากับกระบวนการสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับ นิภาวรรณ หวังวิไล (2556) พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งพยายามสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับความจริงแท้ผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยต้องเห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมนั้นๆจากประสบการณ์ที่ได้รับ นอกจากนี้การสร้างความจริงแท้ต้องมีส่วนประกอบของโครงสร้าง และประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ พัฒนาจนเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งแล้วจึงจะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวอาจอยากได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แท้จริงแต่ไม่จำเป็นต้องพบกับความเป็นจริงก็ได้ ดังนั้นจึงถือว่าการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้เป็นจุดเด่นของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบให้เห็นอย่างชัดเจนถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวว่ามีมติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์มีผลต่อนักท่องเที่ยว
2. การศึกษามิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวอื่น เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2556). *ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงไทยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี*. ดำรงวิชาการ มกราคม – มิถุนายน. 118 – 119
- ณัฐภณ กิตติพนธ์ชัย. (2560). *10 ที่เที่ยวไทยที่ถูกค้นหาที่สุดใน Google ปี2016*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2561, จาก <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/003398/lang/th/>
- นิภาวรรณ หวังวิไล. (2556). *การจัดการศิลปะการแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม: กรณีศึกษา “รำกะเหรี่ยง” อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี*. ปรินญาณีพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน. (2561). *ยอดประชาชนเที่ยวงาน ‘อุ่นไอรักคลายความหนาว’ กว่า 1 ล้านคน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561, จาก <https://workpointnews.com/2018/03/12>
- ประคอง กรรณสุต. (2523). *การจัดลำดับคะแนนเป็นตัวอักษร*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปณิตทัต นอขุนทด. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา*. ปรินญาณีพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์ไทยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: แพลน พรินติ้ง จำกัด.
- ละอองทิพย์ ณ ถลาง. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดรับเครื่องมือส่วนผลมทางการตลาด กับระดับการรับรู้บุคลิกภาพตลาดย้อนยุคเฟลีนวอน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. ปรินญาณีพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



- วาทีน ประชานันท์. (2557). *การบริหารจัดการธุรกิจวัฒนธรรมของบริษัทปราชญ์มิวสิคกรุ๊ป (PMG)*.
ปริญญาานิพนธ์ดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Thailand)*.
กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- เสกมนต์ สัมมาเพ็ชร. (2559). *ทรัพยากรการบริหารกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
ทัณฑสถานบำบัดพิเศษกลาง กรุงเทพมหานคร*. ปริญญาานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- Acerbi. (2014). *What is – and what is not – cultural attraction*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน
2561, จาก <https://acerbialberto.com/2014/06/17/what-is-and-what-is-not-cultural-attraction/>
- Boland. (2018). *8 Reasons to Visit the Venetian Macao*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561,
จาก <https://www.tripsavvy.com/reasons-to-visit-the-venetian-macao-1535769>
- Richards, G. (2003). *Creativity and Tourism: The State of the Art*. *Annals of Tourism Research*, Vol.38, 4. 1227 – 1234
- Sellier. (2015). *Cultural Tourism Leads the Growth of Travel Industry*. สืบค้นเมื่อวันที่
1 พฤษภาคม 2561, จาก <https://thai.tourismthailand.org>
- Sgeerazi, K. (2008). *5 A's of Tourism Development Novo8*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน
2561, จาก http://www.academia.edu/9370582/5_As_of_Tourism_Development
- Yang. (2016). *Taiwan's National Palace Museum Ranks Sixth in Worldwide Attendance*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://international.thenewslens.com/article/39580>
- UNESCO. (2009). *Hoi An protocols for the best conservation practice in Asia: Professional Guidelines for assuring and preserving the authenticity of heritage site in the context of Asia*. (Bangkok: UNESCO Bangkok, 2009), 13 – 14