



การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี

โดย

นางสาวสโรชา อมรพงษ์มงคล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี

โดย

นางสาวสโรชา อมรพงษ์มงคล



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

CULTURAL TOURISM MANAGEMENT IN AUTHENTICITY
AND CREATIVE TOURISM: A CASE STUDY
OF MUANG MALLIKA R.E. 124,
KANCHANABURI PROVINCE

BY

MISS SAROCHA AMORNPONGMONGKOL

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
MANAGEMENT OF CULTURAL HERITAGE AND CREATIVE INDUSTRIES
COLLEGE OF INNOVATION THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยนวัตกรรม

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวสโรชา อมรพงษ์มงคล

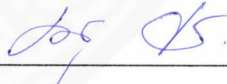
เรื่อง

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2562

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



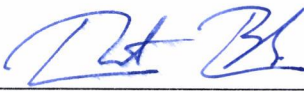
(อาจารย์ ดร.เวฬุรีย์ เมธาวิวินิจ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกร แซ่หวัง)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ)

คณบดี



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสโรชา อมรพงษ์มงคล
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกร แซ่วัง
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม และเพื่อศึกษามุมมองมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) และตารางประเมินความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่า การจัดการของเมืองมัลลิกา มีข้อเด่นในด้านของการจัดการองค์กร และการควบคุม แต่ยังขาดการจัดการด้านการวางแผน และการเป็นผู้นำ เนื่องด้วยเมืองมัลลิกาดำเนินกิจการด้วยการจัดการแบบครอบครัวที่อยู่กันด้วยความเข้าใจทำให้สามารถดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย

ในส่วนของการประเมินความจริงแท้ มิติของตำแหน่ง และสถานที่ตั้งอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 ในขณะที่กระบวนการสร้างสรรค์ในเรื่องของการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 สรุปได้ว่าในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการนำกระบวนการสร้างสรรค์มาใช้มาก และค่านิ่งถึงความจริงแท้ต่ำ ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการรายอื่นนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบคล้ายกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การจัดการ, ความจริงแท้, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Thesis Title	CULTURAL TOURISM MANAGEMENT IN AUTHENTICITY AND CREATIVE TOURISM: A CASE STUDY OF MUANG MALLIKA R.E.124, KANCHANABURI PROVINCE
Author	Miss Sarocha Amornpongmongkol
Degree	Master of Arts
Major Field/Faculty/University	Management of Cultural Heritage and Creative Industries College of Innovation Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Ratchaneekorn Sae - Wang
Academic Year	2018

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

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะไม่สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดี หากปราศจากบุคคลสำคัญที่เมตตา ตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกร แซ่วัง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่มอบความรู้ คอยให้คำปรึกษา ให้องค์ความรู้ แนะนำแนวทางที่เป็นแสงสว่างอยู่เสมอ คอยเคียงข้าง ทุ่มเทให้กับหนูด้วยใจ อดทนกับศิษย์คนหนึ่งให้มีการพัฒนา และสามารถแสดงความคิดเห็นได้มากขึ้น หนูขอขอบคุณค่ะ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้ ความรู้ แนะนำแนวทางปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่จะทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีประสิทธิภาพ และสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์เวฬุรีย์ เมธาวิวินิจฉัย ประธานกรรมการ ในความเมตตา ช่วยเหลือใน เวลาที่ศิษย์ไม่สามารถหาทางออกจากปัญหาได้ แนะนำแนวทางการแก้ไข ให้องค์ความรู้เพิ่มเติม

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.มนัส แก้วบุชา, ดร.ภูวษา เรืองชีวิน และดร.ปาจริย์ สุขากิริมย์ ในความช่วยเหลือ และอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล ลงพื้นที่ไปพร้อมกับผู้วิจัย ให้ความรัก ความเมตตา ให้คำแนะนำ ให้องค์ความรู้ สละเวลาเพื่อให้ศิษย์ได้ข้อมูลอย่างเต็มที่

ขอขอบพระคุณ คุณตฤณ สิบพลาง ผู้จัดการทั่วไปของเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 ที่ให้ความ อนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และดูแลเป็นอย่างดีเมื่อผู้วิจัยลงพื้นที่

ขอขอบพระคุณ ครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญ เป็นแรงผลักดัน เป็นความรัก คอย ส่งเสริมสนับสนุนให้งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนสนับสนุนค่าใช้จ่ายทางการศึกษา ขอขอบคุณ นายพรลภัส ดิยพรสุวรรณ ในการช่วยเหลือทุกเรื่อง เข้าใจ ใส่ใจ เป็นคนเข็ดน้ำตา เป็นคนพาให้หัวเราะ เป็นกำลังใจและกำลังใจ

ขอขอบคุณ “เพื่อน” ร่วมทาง ในการเรียนปริญญาโท ขอขอบคุณที่อยู่เคียงข้างกัน ช่วยคิดช่วยทำ ช่วยเหลือ ช่วยคลายเครียด ขอขอบคุณที่เดินทางร่วมกันจับมือกันตั้งแต่วันแรก จนวันที่เราทุกคนประสบความสำเร็จไปด้วยกัน ขอขอบคุณสำหรับมิตรภาพ สุดทายนี้นี้ประโยชน์และคุณค่าของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย ขอมอบให้แก่ทุกท่าน เพื่อนำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นางสาวสุโรชา อมรพงษ์มงคล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	8)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	9
1.3 วิธีการวิจัย	9
1.4 ขอบเขตการวิจัย	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.6 นิยามศัพท์	10
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	12
2.1.1 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	12
2.1.2 รูปแบบการท่องเที่ยว	14

2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	19
2.1.4 ความจริงแท้ (Authenticity)	24
2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)	32
2.2.1 การปรับใช้วัฒนธรรม	38
2.3 แนวคิดการจัดการ	41
2.3.1 ความหมายของการจัดการ	41
2.3.2 องค์ประกอบการจัดการ	43
2.3.3 หน้าที่ของการจัดการ	48
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	58
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	58
3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	59
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	62
บทที่ 4 ผลการวิจัย	64
4.1 ประวัติความเป็นมา	64
4.2 การจัดการของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	69
4.2.1 การวางแผน (Planning)	69
4.2.2 การจัดการองค์กร (Organizing)	73
4.2.3 การเป็นผู้นำ (Leading)	78
4.2.4 การควบคุม (Controlling)	82
4.3 องค์ประกอบของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	84
4.3.1 การเข้าถึง (Accessibility)	84
4.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	86

4.3.3	สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	88
4.3.3.1	สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	89
4.3.3.2	สถาปัตยกรรมย่านการค้า	95
4.3.3.3	องค์ประกอบอื่นๆ	97
4.3.3.4	ศิลปะการแสดง	98
4.3.3.5	ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	104
4.3.4	กิจกรรม (Activity)	107
4.3.4.1	กิจกรรมการประกอบอาหาร	107
4.3.4.2	กิจกรรมการสีข้าว	108
บทที่ 5	ผลการประเมินความจริงแท้ กระบวนการสร้างสรรค์	113
5.1	การประเมินความจริงแท้สิ่งดึงดูดใจ	113
5.1.1	สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	114
5.1.2	สถาปัตยกรรมย่านการค้า	116
5.1.3	องค์ประกอบอื่นๆ	119
5.1.4	ศิลปะการแสดง	121
5.1.5	ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	124
5.1.6	กิจกรรมการประกอบอาหาร	127
5.1.7	กิจกรรมการสีข้าว	129
5.2	การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรม	137
5.2.1	สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	137
5.2.2	สถาปัตยกรรมย่านการค้า	141
5.2.3	องค์ประกอบอื่นๆ	144
5.2.4	ศิลปะการแสดง	147
5.2.5	ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	150
5.2.6	กิจกรรมการประกอบอาหาร	154
5.2.7	กิจกรรมการสีข้าว	158

บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	169
6.1 สรุปผลการวิจัย	169
6.1.1 การจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	169
6.1.2 มิติความจริงแท้	172
6.1.3 มิติกระบวนการสร้างสรรค์	173
6.2 อภิปรายผลการศึกษา	175
6.2.1 ประเด็นการจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	175
6.2.2 ประเด็นมิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	177
6.3 ข้อเสนอแนะ	178
6.3.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย	178
6.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	180
รายการอ้างอิง	181
ประวัติผู้เขียน	194

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	21
2.2 มิติของความจริงแท้ (UNESCO)	26
2.3 มิติของความจริงแท้	29
2.4 กระบวนการสร้างสรรค์	36
2.5 องค์ประกอบของการจัดการ	46
2.6 หน้าที่การจัดการ	53
3.1 รูปแบบตารางประเมินมิติความจริงแท้	61
3.2 รูปแบบตารางประเมินมิติกระบวนการสร้างสรรค์	62
4.1 ราคา และประเภทของบัตรเข้าชม	68
4.2 การวางแผนการดำเนินงานของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	70
4.3 หัวหน้าแผนกต่างๆ	79
4.4 กิจกรรมพิเศษใน 12 เดือน	111
5.1 เกณฑ์การประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	114
5.2 ประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	115
5.3 เกณฑ์การประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมย่านการค้า	116
5.4 ประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมย่านการค้า	118
5.5 เกณฑ์การประเมินความจริงแท้องค์ประกอบอื่นๆ	119
5.6 ประเมินความจริงแท้องค์ประกอบอื่นๆ	120
5.7 เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ศิลปะการแสดง	121
5.8 ประเมินความจริงแท้ศิลปะการแสดง	123
5.9 เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ. 124	124
5.10 ประเมินความจริงแท้ของภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	126
5.11 เกณฑ์การประเมินความจริงแท้กิจกรรมอาหารคาว และอาหารหวาน	127

5.12 ประเมินความจริงแท้กิจกรรมอาหารคาว และอาหารหวาน	128
5.13 เกณฑ์การประเมินความจริงแท้กิจกรรมทางเลือก	129
5.14 ประเมินความจริงแท้ของกิจกรรมทางเลือก	130
5.15 ค่าเฉลี่ยตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง	131
5.16 ค่าเฉลี่ยรูปแบบ และการออกแบบ	133
5.17 ค่าเฉลี่ยการใช้ และหน้าที่	135
5.18 เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	137
5.19 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	140
5.20 เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า	141
5.21 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า	143
5.22 เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ	144
5.23 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ	146
5.24 เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดง	147
5.25 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดง	149
5.26 เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้าน ในสมัย ร.ศ.124	150
5.27 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านใน สมัย ร.ศ.124	153
5.28 เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมอาหารคาว และอาหาร หวาน	154
5.29 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมอาหาร และขนม	157
5.30 เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมทางเลือก	158
5.31 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของกิจกรรมทางเลือก	160
5.32 ค่าเฉลี่ยการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	161
5.33 ค่าเฉลี่ยการนำเอาองค์ความรู้มาใช้	163
5.34 ค่าเฉลี่ยการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	165
5.35 ค่าเฉลี่ยการสร้างประสบการณ์	167
6.1 สรุปการประเมินความจริงแท้	173

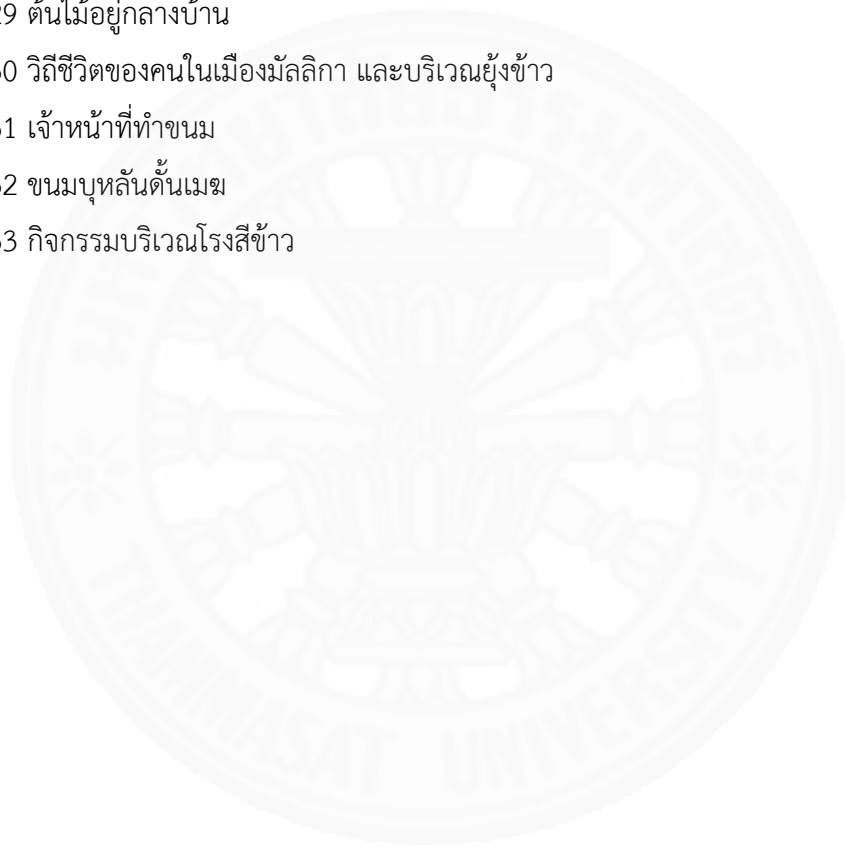
6.2 สรุปการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์	174
6.3 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมิติความจริงแท้ และมิติกระบวนการสร้างสรรค์	177



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 รถลาก และคนแต่งชุดไทย	2
1.2 บรรยากาศทางเข้าเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	3
1.3 Page Facebook ของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 วันที่ 20 เมษายน 2561	3
1.4 บรรยากาศภายในงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว	8
4.1 แผนที่ทางไปเมืองมัลลิกา	65
4.2 บริเวณด้านหน้าก่อนเข้าเมืองมัลลิกา ที่จอดรถลาก	67
4.3 การวางแผนการดำเนินงานของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	70
4.4 โครงสร้างองค์การเมืองมัลลิกา ร.ศ.124	73
4.5 ป้ายบริเวณทางเข้า	85
4.6 แผนที่ภายในเมืองมัลลิกา	87
4.7 หุ่นขี้ผึ้งจำลองรัชกาลที่ 5	88
4.8 ภาพถ่ายในสมัย ร.ศ.124	89
4.9 ฝาสำหรับรด	90
4.10 ใช้ลิ้ม และไม้ขีดในการค้าหลังคา	91
4.11 พริ้ง และฝักมะขาม	91
4.12 พนักงานตักอาหารรับประทาน บริเวณโรงครัว	92
4.13 กิจกรรมในโรงครัว	92
4.14 จั้วพระอาทิตย์	93
4.15 จั้วหน้าพรหมพักตร์	94
4.16 เหงาปั้นลม และบริเวณที่ขาดไป	94
4.17 สะพานหัน	95
4.18 ร้านขายอาหารหวาน	96
4.19 ร้านขายเครื่องดื่ม	96
4.20 เรือนแพ	97
4.21 เงินรู	98

4.22 โชน ตอนยกรบ	99
4.23 โชน ตอนเมฆลาล้อแก้ว	100
4.24 รำกินรีร่อน	101
4.25 ระบำศรีชัยสิงห์	102
4.26 การแสดงเชิดหุ่นคน	103
4.27 ดอกไม้ที่แจกระหว่างการแสดง และของชำร่วย	104
4.28 การนำเอาซี้ควายมาผสมกับดินมาแปะไว้รอบยุงข้าวเปลือก	105
4.29 ต้นไม้อยู่กลางบ้าน	106
4.30 วิถีชีวิตของคนในเมืองมัลลิกา และบริเวณยุงข้าว	106
4.31 เจ้าหน้าที่ทำขนม	107
4.32 ขนมบุหลันต้นเมฆ	108
4.33 กิจกรรมบริเวณโรงสีข้าว	110



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

จังหวัดกาญจนบุรี เป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคตะวันตกของประเทศไทย ถือได้ว่าใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ ในปี 2560 มีประชากรอาศัยจำนวน 887,979 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560) เป็นจังหวัดที่เต็มไปด้วยความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่สำคัญคือ ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นได้สร้างทางรถไฟโดยเกณฑ์เชลยและแรงงานจำนวนมากทำงานอย่างหนักจึงเกิดการล้มตายเป็นจำนวนมาก ทั้งยังมีโรคมารุมเร้าทำให้ช่วงเวลานั้นเปรียบเสมือนฝันร้ายในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงทำให้เรียกทางรถไฟนี้ว่า ทางรถไฟสายมรณะ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ทั้งนี้จึงเกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑ์ทางรถไฟไทย - พม่า พิพิธภัณฑ์แห่งความทรงจำ ช่องเขาขาด เป็นต้น รวมถึงจังหวัดกาญจนบุรียังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น น้ำตกไทรโยค อุทยานทองผาภูมิ เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น สังขละบุรี ตลาดน้ำกองถ่ายค่ายสุรสีห์ รวมถึงเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เปิดให้บริการในวันที่ 29 ตุลาคม 2559 ตั้งอยู่ในอำเภอไทรโยค คำว่า “มัลลิกา” เป็นชื่อต้นน้ำของแม่น้ำอรัญชดีในประเทศพม่าซึ่งถือว่าเป็นแหล่งรวมอารยธรรมโบราณในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ผู้จัดการออนไลน์, 2559) สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้จำลองเมืองที่สะท้อนวิถีชีวิตของผู้คนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ก่อตั้งโดยนายพลศักดิ์ประกอบ ที่ประสงค์ให้นักท่องเที่ยวได้ย้อนกลับไปสัมผัสกับช่วงเวลาแห่งความทรงจำในอดีตมิใช่มีแต่ซากปรักหักพังเพียงอย่างเดียว สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ถือว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมในช่วง ร.ศ.124 เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลงในสมัย ร.ศ.124 หรือ พ.ศ.2448 เป็นอย่างมาก เช่น การเลิกทาส การแต่งกายที่นำรูปแบบมาจากตะวันตก เป็นต้น รวมถึงมีกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตประจำวันที่น่าสนใจ เช่น การเปิดโรงครัว โรงสีข้าวให้นักท่องเที่ยวชมกระบวนการต่างๆ และสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้, สถาปัตยกรรมต่างๆโดยการจำลองบ้านเรือน ร้านค้าต่างๆ, ศิลปะการแสดง เช่น โขน ดนตรีไทย, อาชีพต่างๆ เช่น รถลาก หรือรถเจ๊ก (ภาพที่ 1.1) คำขาย ตำรวจ, การแต่งกายที่มีบริการให้นักท่องเที่ยวแต่งชุดไทย, อาหารมีทั้งอาหารคาว อาหารหวานต่างๆ ที่

หารับประทานได้ยากในปัจจุบันอย่างแคงบวน บุหลันตันเมฆ และการใช้เงินรูเพื่อที่จะสามารถใช้จ่ายในเมืองได้



ภาพที่ 1.1 รถลาก และคนแต่งชุดไทย
ที่มา: www.mallika124.com (2561)

เมืองมัลลิกา ได้สร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารผ่านเว็บไซต์ www.mallika124.com (ภาพที่1.2) เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ประวัติความเป็นมา จุดสนใจ ค่าเข้าชม ร้านอาหาร การแสดง บริการอื่นๆ และที่อยู่ติดต่อ



ภาพที่ 1.2 บรรยากาศทางเข้าเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

ที่มา: www.mallika124.com (2561)

นอกจากนี้เมืองมัลลิกายังได้จัดทำ Facebook Page (ภาพที่ 1.3) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการติดต่อสื่อสารให้แก่ทั้งผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว รวมถึงสะดวกต่อการเข้าถึงข่าวสารที่ทันสมัย การส่งเสริมการตลาด กิจกรรมต่างๆ หรือการเชิญชวน โดยมีคนติดตามมากกว่า 116,915 คน ข้อมูลวันที่ 11 พฤษภาคม 2562



ภาพที่ 1.3 Facebook Page ของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 วันที่ 11 พฤษภาคม 2562

ที่มา: www.facebook.com/MallikaR.E.124/ (2561)

กิจกรรมทั้งหมดในเมืองมัลลิกานี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศย้อนยุคในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้มากที่สุด โดยแนวความคิดนำกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้ แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี 4 ปี พ.ศ.2561 – 2564 โครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปี2561 ปีท่องเที่ยวไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน แผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ.2560 – 2564 และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560 – 2564 แผนทั้งหมดนี้มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ช่วยให้เมืองมัลลิกา มีกรอบในการดำเนินงาน

ทั้งนี้แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี 4 ปี พ.ศ.2561 – 2564 (คณะกรรมการบริหารจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดกาญจนบุรี, 2559) พบว่าจากการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2560 ทำให้คาดการณ์ได้ว่าการท่องเที่ยวจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความต้องการของประชาชนที่ต้องการให้นำศักยภาพด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม มาประยุกต์กับการท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น และสนับสนุนให้เกิดการวิจัยที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น รวมถึงกระแสด้านการท่องเที่ยว พบว่ากระแสการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้แผนพัฒนาจังหวัดจังหวัดกาญจนบุรี จึงใช้ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกระแสความต้องการของประชาชนเป็นกลไกหลักในการดำเนินงานจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากแผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีเห็นได้ว่า เมืองมัลลิกาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อกระแสความต้องการของประชาชนที่มีความหย่อนขาดวัฒนธรรมในอดีต และได้สัมผัสกับสิ่งที่ไม่เคยประสบมาก่อน โดยใช้กิจกรรมที่นำเอาจุดเด่นของศิลปวัฒนธรรมต่างๆในสมัยรัชกาลที่5 มารื้อฟื้นให้มีชีวิตอีกครั้ง และประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เห็นได้จากมีจำนวนนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมีจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรม (Sellier, N., 2015)

ในด้านของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ส่งเสริมให้ปี 2561 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน (Amazing Thailand Tourism Year 2018) เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเติบโตได้บนพื้นฐานเอกลักษณ์ของความเป็นไทย และนำรายได้ไปสู่ประชาชนทุกภาคส่วนอันเป็นรากฐานโดยรวมของเศรษฐกิจ โดยตั้งใจให้การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ และคาดการณ์การท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากปี 2560 อีก 10% จากประมาณ 2.75 ล้านล้านบาท เป็นประมาณ 3.03 ล้านล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) อันสอดคล้องกับ

วิสัยทัศน์ที่ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดเยี่ยมชั้นนำอันดับต้น ๆ ของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ และมั่นคง ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลที่เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

การส่งเสริมดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ แผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ.2560 – 2564 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ที่ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ใหม่ท่องเที่ยวไทย อันจะมุ่งเน้นความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงลึก รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มยิ่งขึ้น เช่น การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น รวมถึงจะมุ่งเน้นที่จะให้ได้รับประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรม วิถีไทย หรือการอนุรักษ์ธรรมชาติ ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนระดับกลาง-บน (Quality leisure) และนักท่องเที่ยวกลุ่มระดับบน ทั้งนี้เพื่อเป็นการมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดเยี่ยม

จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พบว่าเมืองมัลลิกาเป็นส่วนหนึ่งของแผนดังกล่าว และได้รับการสนับสนุนโดยการใช้วัฒนธรรมไทยเป็นพื้นฐานในการสร้างสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้กิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเปิดโอกาสนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม เช่น การสืข้าว หรือการทำกับข้าวในโรงครัว ล้วนแล้วแต่เป็นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว เพราะในปัจจุบันวัฒนธรรมนี้ได้เลือนหายไปกับกาลเวลา ทำให้สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับนั้นเป็นสิ่งที่มีความรู้ อีกทั้งจากแผนจะเห็นได้ว่าเน้นเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับกลาง-บน ซึ่งเมืองมัลลิกา มีเป้าหมายในกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับกลางไปทางสูง เนื่องจากราคาค่าเข้าชมสถานที่ การร่วมกิจกรรม หรืออัตราการเช่าอิมชุดถือว่าเป็นราคาที่ค่อนข้างสูงพอสมควร

ในขณะที่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560 – 2564 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) แสดงวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นชั้นนำของโลกที่มีคุณภาพ โดยการเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศ
2. เติบโตอย่างมีคุณภาพ ทั้งเรื่องของนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และช่วงฤดูในการท่องเที่ยว
3. ใช้ความเป็นไทยมาเป็นพื้นฐานในการเติบโต โดยนำเอาเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นในภาคส่วนต่างๆ มาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อนำเอาจุดเด่นต่างๆ เหล่านี้มาสร้างให้เกิดเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้ต้องปลูกฝังให้ทุกคนรู้สึกรักและภูมิใจในต้นทุนวัฒนธรรมที่เรามี

4. พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม เพื่อเพิ่มรายได้ให้ทั่วถึงทุกภาคส่วน โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้แก่ประชาชนในพื้นที่เพื่อให้พวกเขาสามารถนำไปต่อยอดได้เอง เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และเป็นแหล่งเพิ่มรายได้ของการท่องเที่ยว
5. พัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่มีคุณค่า และเอกลักษณ์ต่างๆ พร้อมปลูกจิตสำนึกแก่ประชาชนรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืนไม่ถูกทำลายไป

จากวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ดังกล่าว พบว่ามีส่วนส่งเสริมเมืองมัลลิกา ทั้งทางตรง และทางอ้อม กล่าวคือ เมืองมัลลิกาได้นำเอาต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สวยงามมาประยุกต์กับการท่องเที่ยวทำให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ทั้งในด้านการจำลองสถานที่ให้เรารู้สึกย้อนกลับไปในอดีต และกิจกรรมต่างๆภายในงานที่เพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการนำเอาจุดเด่นที่กล่าวมาข้างต้น มาพัฒนาให้เป็นเศรษฐกิจที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากแผนต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น พบว่า การนำทุนทางวัฒนธรรม มาพัฒนาการท่องเที่ยวให้ทันสมัย น่าสนใจและยังทรงคุณค่าไว้ มิเพียงสนับสนุนการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังหมายถึงความพยายามที่จะรวบรวมวัฒนธรรมในอดีต และจำลองวิถีชีวิตเพื่อสะท้อนความรุ่งเรือง และความทรงจำอันเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบโหยหาอดีตอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ การโหยหาอดีต (Nostalgia) เป็นอารมณ์ หรือความรู้สึกที่ผู้คนมีต่ออดีต ไม่สามารถย้อนกลับไปในช่วงนั้นได้ สิ่งที่ทำได้คือ การสร้างหรือจำลองขึ้นมาใหม่ผ่านรูปแบบต่างๆ เช่น การเล่าเรื่องราว สถาปัตยกรรม หรือวิถีชีวิต (พัฒนา 2546, หน้า10) และกำลังเป็นที่นิยมในระดับนานาชาติ ยกตัวอย่างเช่น

เวเนเซียน (The Venetian Macau) เป็นโรงแรมคาสิโนที่ใหญ่ที่สุดในโลก อยู่ในย่านโคไต Strip (Cotai Strip) ของมาเก๊า (Macau) ที่มีความคึกคัก สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้จำลองรูปแบบสถาปัตยกรรม และมีกลิ่นอายความหรูหราของเมืองเวนิส ประเทศอิตาลี พร้อมเอาจุดเด่น อย่างการพายเรือกอนโดลาม่าเป็นจุดดึงดูดความสนใจของที่นี่ด้วย นอกจากนี้ด้านบนยังเป็นโรงแรม มากกว่า 3,000 ห้อง และมีกิจกรรมต่างๆจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นคาสิโน ซ็อบบี้ ภัตตาคารอาหารนานาชาติทั้งนี้เวเนเซียนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3% คิดเป็น 2.56 ล้านคน (Rory, B., 2018)

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกู้กง (National Palace Museum) เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน มีการจำลองพระราชวังต้องห้าม (Forbidden City) กรุงปักกิ่งมาไว้ที่ประเทศไต้หวัน โดยสร้างสถาปัตยกรรมตามแบบพระราชวังจินโบราณ ประดับด้วยผนังสีเหลือง หลังคาเซรามิกสีเขียวสูง 4 ชั้น มี

2 ห้องโถง ภายในมีการจัดแสดงโบราณวัตถุและศิลปะต่าง ๆ ที่ส่วนใหญ่ถูกนำมาจากพระราชวังต้องห้าม เมืองปักกิ่งที่ถูกขนย้ายมาในช่วงสงครามกลางเมืองมากกว่า 700,000 ชิ้น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ถึง 5.3 ล้านคนในปี 2558 (Yang, O., 2016)

พระราชวังคยองบูกโก (Gyeongbokgung Palace) ในประเทศเกาหลีใต้ ตั้งอยู่ใจกลางกรุงโซล ด้านในมีกิจกรรมต่างๆ เช่น พิธีการเปลี่ยนยามเฝ้าประตูหลักของพระราชวัง พิธีเปลี่ยนพระที่นั่งและนิทรรศการ พระราชวังแห่งนี้ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสวมชุดประจำชาติ เดินชมในสถานที่เพื่อสัมผัสถึงกลิ่นอายของอดีตได้มากที่สุด กิจกรรมดังกล่าวอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมากขึ้น ทำให้มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากถึง 10,012,881 คน ในปี 2559 (Yoon, S., 2016)

เมื่อพิจารณาความนิยม พบว่ารัฐบาลรัฐบาลให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบ ดังกล่าวในประเทศไทย และมีความนิยมเช่นเดียวกัน เช่น ตลาดย้อนยุคเพลินวาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สถานที่แห่งนี้ได้จำลองวิถีชีวิตในช่วงประมาณพ.ศ. 2528 แบ่งเป็นสามส่วนได้แก่ ร้านค้า โรงแรม และพื้นที่ส่วนกลาง ภายในเน้นนำของโบราณมาตกแต่งแบบย้อนยุค และมีกิจกรรมในวันหยุดสุดสัปดาห์ เช่น ฉายหนังกลางแปลง ลิลาศ ลำตัด ลำวง ในวันธรรมดาจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 700 – 800 คน ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มีนักท่องเที่ยว 3,000-4,000 คน และจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงถึง 7,000 คน ในช่วงเทศกาล (ละอองทิพย์, 2556)

ถลามณีคราม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวของภาคใต้ ในจังหวัดภูเก็ต สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้จำลองวิถีชีวิต สถาปัตยกรรม และศิลปวัฒนธรรมไทยไว้ครบทั้ง 4 ภาค มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การใส่ชุดไทย การนั่งเรือชม การระบายผ้าแพร งานหัตถกรรม การให้อาหารช้าง และการแสดงการเล่นพื้นบ้านตามประเพณี (Phuketgowithme, 2561)

ส่วนงานที่จัดขึ้นในกรุงเทพฯ ในปี 2561 คือ งานอุ่นไอรักคลายความหนาว ระหว่างวันที่ 8 กุมภาพันธ์ – 11 มีนาคม 2561 บริเวณพระลานพระราชวังดุสิต (ภาพที่ 1.4) ในงานนี้ได้มีการณรงค์ให้แต่งชุดไทยมาเที่ยว หากไม่ได้แต่งกายมาด้านในมีจุดให้เช่าชุดไทย ทางเข้าได้จำลองสถานที่ต่างๆ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ส่วนกิจกรรมมีทั้งการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 9 ชุมแสดงงานฝีมือต่าง ๆ ทั้งแบบชาววัง และท้องถิ่น มีร้านค้า ร้านอาหาร เวทีการแสดงศิลปวัฒนธรรมที่หมุนเวียนทุกวัน และพิธีการ ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งงานนี้ได้รับความสนใจอย่างมาก โดยมีจำนวนคนเข้าร่วมงานมากกว่า 1 ล้านคน (workpointnews, 2561) งานนี้สันนิษฐานว่าอาจเป็นเพราะ เป็นกิจกรรมแรกที่เกิดขึ้นหลังจากงานพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล

ดุลยเดช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ทำให้ประชาชนทุกคนโหยหาถึงความบันเทิงรื่นเริงใจ โหยหาถึงอดีตผ่านความทรงจำ และกิจกรรมที่ทำให้ประชาชนได้หวนกลับไปยังช่วงเวลาในอดีตอย่างสมบูรณ์



ภาพที่ 1.4 บรรยากาศภายในงานอุ่นไอรัก คลายความหนาว

ที่มา: <https://travel.kapook.com/view188258.html> (2561)

จากที่กล่าวมาข้างต้น อาจพิจารณาได้ว่าเมืองมัลลิกา เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบโหยหาอดีต ซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยม ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นที่สนใจแก่คนจำนวนมาก ซึ่งจะเห็นได้จากภายในระยะเวลาปีกว่าที่ผ่านมา เมืองมัลลิกา ติดอันดับ 1 ใน 10 สถานที่ท่องเที่ยวประเทศไทย ที่คนไทยนิยมค้นหามากที่สุด ในปี 2559 (ณัฐภณ, 2560) รวมถึงประชาชนได้ตั้งกระทู้รีวิวหลังจากการเยี่ยมชม มากกว่า 77 กระทู้ มีสื่อมวลชนหรือรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์นำเสนอมากกว่า 31 รายการ อีกทั้งมี Page Facebook ที่ชื่อว่า Sneak out ที่มีคนติดตามถึง 757,758 คน ได้เชิญชวนให้คนมาเที่ยวเมืองมัลลิกา ซึ่งมีคนกดแชร์ต่อถึง 27,952 คน ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี 9 ล้านคนต่อปี แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 7.2 ล้านคน นักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.8 ล้านคน และมีแนวโน้มว่าจะมากขึ้นเรื่อยๆ (ข้าวสด, 2560) ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวนนี้มีโอกาสที่จะเดินทางมายังเมืองมัลลิกา หรือมาร่วมกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น เทศกาลลอยกระทง ลีลันแห่งสายน้ำ ลอยกระทงประทีปขึ้น และได้กระแสตอบรับเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากหอการค้าไทย ในโครงการ “ไทยเท่ ทั่วไทย” ที่ยกย่องให้เมือง

มัลลิกาเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการโดดเด่น โดยช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น (ไทยรัฐ, 2560)

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

1.2 วัตถุประสงค์

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

1.3 วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) ผู้บริหารทางเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และเจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 โดยมีแนวคำถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล อีกทั้งยังมีการประเมินมิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งพัฒนาตารางประเมินมาเป็นเครื่องมือจากกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ระยะเวลา ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2561 – กุมภาพันธ์ พ.ศ.2562
2. กลุ่มประชากร ได้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีตำแหน่งทางวิชาการในฐานระดับบัณฑิต ที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะ มรดกวัฒนธรรม มากกว่า 2 ปีขึ้นไป และบุคลากรในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ได้แก่ฝ่ายผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ตำแหน่งหัวหน้า และเจ้าหน้าที่ทั่วไป

1.5 ประโยชน์ของการศึกษา

1. เพื่อได้ความรู้ ข้อมูล การจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม และนำผลมาพัฒนาการจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124
2. เพื่อนำมาเป็นแนวทางเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.6 นิยามศัพท์

ความจริงแท้ (Authenticity) ความจริงแท้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกทางใจของแต่ละบุคคล และเป็นไปตามโครงสร้างสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ จะมีความแตกต่างกันทั้งในสังคมเดียวกัน และคนละสังคมการจะนำสิ่งต่างๆมาพิจารณาความจริงแท้ ต้องมีเกณฑ์ในการวัดคุณค่าความจริงแท้ผ่านมิติต่างๆ อันประกอบไปด้วย ตำแหน่งที่ตั้ง และสถานที่ตั้ง (Location & Setting), รูปแบบ และการออกแบบ (Form & Design) และการใช้ และหน้าที่ (Use & Function) โดยจะประเมินในเรื่องของสถาปัตยกรรม บ้านเรือน, สถาปัตยกรรมย่านการค้า, องค์กรประกอบอื่นๆ, ศิลปะการแสดง, ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124, กิจกรรมอาหารคาว แลอาหารหวาน และกิจกรรมทางเลือก

กระบวนการสร้างสรรค์ การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้, นำองค์ความรู้, ความคิดสร้างสรรค์มาใช้ และการสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: เมืองมัลลิการ.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี” ผู้วิจัยได้ทบทวน และรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวคิด และทฤษฎีโดยกำหนดประเด็นเพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยไว้ ดังนี้

2.1 แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.1 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.2 รูปแบบการท่องเที่ยว

2.1.3 องค์ประกอบ ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.4 ความจริงแท้ (Authenticity)

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

2.2.1 การปรับใช้วัฒนธรรม

2.3 แนวคิดการจัดการ

2.3.1 ความหมายของการจัดการ

2.3.2 องค์ประกอบการจัดการ

2.3.3 หน้าที่ของการจัดการ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่ง เพื่อท่องเที่ยวหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ตนเอง พร้อมทั้งได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมต่างๆของท้องถิ่นนั้น ๆ เข้าถึงเอกลักษณ์ที่สวยงามของท้องถิ่นในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นภาษา การแต่งกาย สถาปัตยกรรม ประเพณี โบราณสถาน โบราณวัตถุ สิ่งต่าง ๆ นี้เป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูด และกระตุ้นคนมาท่องเที่ยวท้องถิ่นนั้นๆ ที่สำคัญคือการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้เกื้อหนุนให้เกิดประโยชน์ซึ่งกันและกัน (วีรพร รอดทัศนาศนา, 2557) และให้ความสำคัญต่อความยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด (จุฑาทาภรณ์ ทองเพ็ญ, 2554) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังตั้งใจไปท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ ศึกษาความหลากหลายจากท้องถิ่นอื่นแล้วนำมาเปรียบเทียบกับท้องถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัย แล้วนำมาพัฒนาให้ดีขึ้น ภายใต้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่อยู่รอบตัวมนุษย์ โดยจะคำนึงถึงผลกระทบต่อท้องถิ่นในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นหลัก (ภูสวัสดี้ สุขเลี้ยง, 2545) สิ่งเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงคุณค่าที่มีอยู่ในวัฒนธรรม เกิดเป็นความภาคภูมิใจ และช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมากขึ้นเพื่อจะได้นำข้อดีของท้องถิ่นอื่นมาไปปรับใช้กับท้องถิ่นของตน และรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรมต่าง ๆ ของตนเองให้คงอยู่ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้มีการแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันออกไปตามแต่ละลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ท้องถิ่น และกิจกรรม รวมถึงมีการแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวในหลากหลายด้านมากขึ้น

ทั้งนี้ การศึกษาความเป็นมา รูปแบบการท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความจริงแท้ (Authenticity) ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และศึกษามิติความจริงแท้ของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1.1 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการสร้างระบบให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟู

ศิลปวัฒนธรรม คกรักษาเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามา กำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวในฐานะที่ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร โดยการนำเอาทรัพยากร ที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่างๆ อันประกอบไปด้วย ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยว โดยต้องคำนึงถึง ความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ เพื่อให้เกิดให้เกิดการ พัฒนาอย่างยั่งยืน (สินธุ์ สโรบล และคณะ, 2547, หน้า 15 - 21)

นอกจากนี้ Jafari (อ้างถึงใน ชนัญ วังษ์วิภาค, 2552 น.23-24) ได้นำเสนอแนวคิด สนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นธุรกิจสร้างรายได้ โดยการจะพัฒนาเศรษฐกิจให้ ยั่งยืนนั้นต้องอาศัยทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยว จึงจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวช่วยก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม และกระตุ้นให้มีการรักษา สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ในปี พ.ศ.2523 ได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้สภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติเป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ต่อมาได้เกิดการวิตกกังวล และตื่นตัวต่อปัญหา สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวจึงเสนอการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (ชนัญ วังษ์วิภาค, 2552) คือ การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่มีรูปแบบคล้ายกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่รัฐบาล และเอกชนให้ความสนใจและพร้อม สนับสนุนเป็นอย่างมาก โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้เกิดจากความต้องการของคนทั่วโลก ที่ อยากรู้อยากเห็นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในขณะที่ท่องเที่ยว โดยเริ่มจากอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระดับ ท้องถิ่นจนขยายตัวไปทั่วโลก ซึ่งความต้องการนี้เกิดขึ้นทั้งกับนักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น กล่าวคือ

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่อยากแสวงหาความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวมีเพิ่มขึ้น ไม่ใช่เพื่อความสนุกสนานเพียงอย่างเดียว
2. ความต้องการของชุมชนในท้องถิ่น ที่อยากพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น และยังสามารถกระจายรายได้ไปให้ทั่วถึง เป็นประโยชน์ทั้งกับชุมชนในท้องถิ่น และ เศรษฐกิจ

ความต้องการข้างต้น ทำให้เกิดเป็นกระแสที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว มีการจัดการ ประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อม และพัฒนาอย่างยั่งยืน ณ ประเทศแคนาดา ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2535 โดยมีข้อสรุปว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อที่ปลูกจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม และ เอกลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆไว้ ซึ่งเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว และชุมชนในท้องถิ่น กรอบแนวคิด และแนวทางการปฏิบัติให้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้นำไปสู่การประชุมครั้งสำคัญ ณ

ประเทศบราซิล ในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2535 พร้อมทั้งที่มาของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ วัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ต่อมาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็ได้รับการตอบสนองที่ดีจาก ทั้งของภาครัฐ และเอกชน รวมถึงก่อให้เกิดกระแสการท่องเที่ยว 3 ประการ ดังนี้ (วราวุธ ช่วงชัย, 2553)

1. ประชาชนทั่วโลกเกิดสำนึกในการรักษาสีงแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับนานาชาติ
2. ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือการศึกษาเรียนรู้ และเข้าใจสถานที่ท่องเที่ยว มากกว่าการมาเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพียงอย่างเดียว อีกทั้งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย
3. ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในสถานที่ของตน เพื่อให้การพัฒนานั้นเป็นไปอย่างถูกต้อง และชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ มีการกระจายรายได้ดีกว่าอดีตมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่เน้นเอาทุนทางวัฒนธรรมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจ และเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงกระแสความต้องการประชาชนทั่วโลก นักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่นที่เห็นถึงประโยชน์จากการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม จนได้พัฒนามาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน ดังนั้นการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวจะทำให้ทราบว่าเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใด

2.1.2 รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนใหญ่มีพื้นฐานที่ต้องใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยว อาจจะได้ผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ดังนั้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ สร้างทักษะให้แก่นักท่องเที่ยว โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เช่น องค์ความรู้ของท้องถิ่นมาสร้างเป็นสินค้า และบริการเพื่อการท่องเที่ยวผสมผสานกับนวัตกรรม การท่องเที่ยวสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไปได้ (ธีระวัฒน์ จันทิก และปรีร์นธ์ ชิมโชติ, 2559)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ได้แบ่งประเภท และรูปแบบของการท่องเที่ยว ตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อมไว้ 12รูปแบบ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติ ในการจัดการทรัพยากร หรือสิ่งแวดล้อมคนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วม ในการเรียนรู้ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริม เพื่อให้คนในท้องถิ่นเข้าใจถึงปัญหา หรือมีจิตสำนึกในการร่วมกันรักษาระบบนิเวศพื้นที่ที่ตนอยู่อาศัย
2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการ หือความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ที่ถูกพัฒนาไปตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ให้ทั้งความรู้ และความเพลิดเพลินดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจได้ เช่น ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา ท้องฟ้าจำลอง พิพิธภัณฑ์หอย เป็นต้น
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ อาคารบ้านเรือน สิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่ สิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม หรือสถานที่ที่เคยเกิดเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ขึ้น เช่น ทางรถไฟสายมรณะ สถานีรถไฟหัวลำโพง เป็นต้น
4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นจุดเด่น มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ หรือมีคุณค่าทางวิชาการ โดยจะมีความสวยงามตามธรรมชาติ ไม่มีใครเข้าไปประดิษฐ์สร้างได้ เป็นสถานที่ที่สำคัญแห่งหนึ่งของชุมชนนั้น
5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย สำหรับไว้พักผ่อนหย่อนใจ สร้างความสุข สนุกสนาน ความบันเทิง การศึกษาหาความรู้ร่วมไปกับการท่องเที่ยว เช่นสถานบันเทิง สวนสนุก สวนสัตว์ สวนสาธารณะรูปแบบพิเศษ เป็นต้น
6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตการแสดง ศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ที่ส่งต่อมาจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำอัมพวา งานบุญบั้งไฟพญานาค เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ
เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน เน้นให้ความสำคัญกับการบริการ และการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานต่างๆให้ชัดเจน เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นหลักและต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชายหาดเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ เน้นให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเสริม เช่น การรับประทานอาหารริมชายหาด กีฬาทางน้ำ ถ่ายรูป เป็นต้น
9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีน้ำตกเป็นทรัพยากรที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เสริมสร้างประสบการณ์ และการเรียนรู้ มีการเสริมกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น เช่น การตกปลา วายน้ำ กระโดดน้ำ เป็นต้น
10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ
มีถ้ำเป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นการเรียนรู้สิ่งใหม่ มีการเสริมกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินไม่น่าเบื่อ เช่นการเดินดูหินงอกหินย้อยความสวยงามที่ธรรมชาติเป็นผู้สร้าง กราบสักการะพระพุทธรูป เป็นต้น
11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ
เป็นสถานที่ที่อนุญาตเปิดใช้โดยมีจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นเกาะ ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย ด้านการบริหารจัดการ ด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว
12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีแก่งเป็นจุดเด่นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา เพื่อการพักผ่อน เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน ศึกษารวมชาติ มีกิจกรรมต่างๆเพื่อเสริมให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การล่องแก่ง ตั้งเต็นท์พักแรม การส่องสัตว์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวประเทศไทย (The English Tourism Council) (อ้างอิงใน Hayward, P., 2000) ได้แบ่งหมวดหมู่ หรือรูปแบบสถานที่ท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. อาคารทางประวัติศาสตร์ (Historic buildings) เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ได้รับการรักษาอย่างดี เนื่องจากมีคุณค่าทางมรดกวัฒนธรรม
2. พิพิธภัณฑ์ และหอศิลป์ (Museums & Galleries) เป็นอาคาร หรือพื้นที่สำหรับแสดงผลงาน หรือสิ่งของวัตถุที่มีความสำคัญต่างๆ หรือบอกเล่าเรื่องราวในอดีต
3. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Wildlife attractions) มีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่จะมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสัตว์ป่าที่อยู่ตามธรรมชาติของพวกเขาได้
4. สวน (Gardens) เป็นพื้นที่ที่ส่วนใหญ่แล้วถูกตั้งอยู่กลางแจ้ง เพื่อสำหรับการเพาะปลูก หรือชมความงามตามฤดูกาลที่เหมาะสม สามารถใช้วัสดุทางธรรมชาติ หรือมนุษย์สร้างขึ้นนำมาประกอบรวมอยู่ด้วยหรืออาจเป็นสวนพฤกษศาสตร์ในที่ร่มก็ได้
5. อุทยานแห่งชาติ (Country park) เป็นสถานที่ที่เป็นธรรมชาติมีบรรยากาศสภาพแวดล้อมแบบชนบท นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติได้อย่างเต็มที่
6. สวนพักผ่อน (Leisure park) เป็นสถานที่สำหรับนันทนาการ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สนุกสนานไปกับแวดล้อมที่เป็นอยู่ อีกทั้งยังได้ทั้งความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆอีกด้วย
7. แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (Others attraction)

นอกจากนี้ กรวรรณ สังขกร (2558) ได้แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 7 แบบ แต่ละรูปแบบก็จะมุ่งเน้นสถานที่ และกิจกรรมแตกต่างกันออกไป ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourist) เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ต่างๆ แหล่งโบราณคดี เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวศิลปะ (Arts Tourist) เช่น โรงละคร การแสดงต่างๆ เทศกาล งานประเพณี เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เช่น การถ่ายภาพ วาดภาพ เครื่องปั้น ทำอาหาร หัตถกรรม

4. การท่องเที่ยววัฒนธรรมเมือง (Urban Culture Tourist) เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ แหล่งอุตสาหกรรม
5. การท่องเที่ยววัฒนธรรมชนบท (Rural Culture Tourist) เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชน พิพิธภัณฑสถาน ธรรมชาติ เป็นต้น
6. การท่องเที่ยววัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น (Indigenous Culture Tourist) เช่น เดินป่า ศูนย์วัฒนธรรม ศิลปะ และหัตถกรรม เป็นต้น
7. การท่องเที่ยววัฒนธรรมทันสมัย (Popular Culture Tourist) เช่น สวนสนุก งานแข่งขันกีฬา เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า หากแบ่งรูปแบบตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จะอยู่ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นไว้สำหรับพักผ่อน ศึกษาหาความรู้ ในขณะที่แบ่งรูปแบบตาม Hayward, P. เมืองมัลลิกา จะอยู่ในรูปแบบสวนพักผ่อน (Leisure park) ซึ่งเป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวพักผ่อน ได้รับทั้งความรู้ และประสบการณ์ จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 คนมีการให้ความหมายที่ใกล้เคียงกัน หากแต่คำว่า สวนพักผ่อน (Leisure park) ได้ให้ความหมายได้ชัดเจน และเหมาะสมกับเมืองมัลลิกามากที่สุด

ดังนั้น เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบสวนพักผ่อน (Leisure park) ตามแนวคิดของ Hayward, P. ที่เป็นสถานที่สำหรับนันทนาการ ให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ สนุกสนานไปกับแวดล้อมที่เป็นอยู่ อีกทั้งยังได้ทั้งความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยววัฒนธรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยการหยิบยกนำเอาวัฒนธรรมมาใส่ไว้ในตัวพื้นที่ เนื่องจากการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ช่วยสร้างความสุข สนุกสนาน เน้นการพักผ่อนหย่อนใจ และมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ ความรู้ผ่านกิจกรรมนันทนาการที่แต่ละบุคคลให้ความสนใจเพื่อสัมผัสเอกลักษณ์ที่สถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ พยายามจะถ่ายทอด ทำให้เกิดความสนุกสนานในการท่องเที่ยว (นันทวรรณ ส่งเสริม, 2561)

ทั้งนี้ในเมืองมัลลิกา ยังมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น การทำอาหารในโรงครัว การดำข้าว การร้อยมาลัย เป็นต้น อีกทั้งในสถานที่ท่องเที่ยวยังสามารถถ่ายรูปได้กับทั้งตัวสถาปัตยกรรม แต่งชุดไทย บรรยากาศโดยรวมทำให้รู้สึกเพลิดเพลินเหมือนย้อนกลับไปอยู่ในสมัยรัชกาลที่ 5 จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงมาศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.3 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549, หน้า 10-12) ได้กล่าวว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆถือเป็นผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยว โดยแบ่งองค์ประกอบไว้ 3 ประเภท ดังนี้

- 1) สิ่งดึงดูดที่ใจ (Attraction) เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว นั้นๆ อาจจะมาในรูปแบบการให้ความรู้ สร้างความเพลิดเพลินใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะมีสิ่งดึงดูดที่แตกต่างกันไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความสนใจหลายกลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มก็มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น เน้นการท่องเที่ยวแบบวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชนพักผ่อนอย่างแท้จริง รวมไปถึงกิจกรรมในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวด้วย
- 2) การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นเส้นทางที่เข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ง่ายต่อการเข้าถึงความปลอดภัยในการเดินทาง และมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอยู่ในบริเวณรอบเพื่อเกิดความคุ้มค่า หรือสร้างความแตกต่างในการมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว (Amenity) เป็นการบริการด้านต่าง ในขณะท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างให้เกิดความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวและอยากกลับมาอีกครั้ง โดยแบ่งสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ 3 อย่างดังนี้

3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ เช่น จุดจำหน่ายบัตรเข้าชมอยู่ด้านหน้าสามารถเห็นได้ชัดเจน ร้านอาหารอยู่รวมตัวกันเพื่อความสะดวกและมีความหลากหลาย ห้องน้ำกระจายอยู่ทุกจุด และห้องน้ำสำหรับคนชรา หรือผู้พิการ

3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยจากขโมย เหตุฉุกเฉิน เช่น อุบัติเหตุระหว่างการท่องเที่ยวทั้งจากที่เกิดขึ้นด้วยตัวเอง คนรอบข้าง หรือจากธรรมชาติ และการหลงทาง พลาดหลงในระหว่างท่องเที่ยว

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการ เช่น การมีแผ่นพับบอกข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายต่างไม่ว่าจะเป็นป้ายบอกทาง ป้ายเตือนระวังอันตรายจากสิ่งต่างๆ ป้ายแผนที่ เป็นต้น

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตน และไร้ตัวตน เพราะมีการรวมตัวกันของอุตสาหกรรมต่างๆ ประกอบไปด้วย 5 อย่าง ดังนี้

- 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และเดินทางมาท่องเที่ยว ยกตัวอย่างสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ ที่จัดขึ้นในช่วงเวลาเทศกาลนั้นๆ เป็นต้น
- 2) การคมนาคม (Accessibility) เป็นการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่าง โดยในปัจจุบันการเดินทาง หรือการคมนาคมได้ถูกพัฒนาให้มีการเดินทางหลายรูปแบบมากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจการบิน การเดินเรือ การคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ รถไฟฟ้า เป็นต้น
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สิ่งที่อำนวยความสะดวก และเอื้อประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ระบบรักษาความปลอดภัย แผนที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง จุดนั่งพักตามทางเดิน อินเทอร์เน็ต เป็นต้น
- 4) ที่พัก (Accommodation) เป็นสถานที่ที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวได้เข้าพัก ถือว่าเป็นธุรกิจที่ได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว และมีการแข่งขันที่สูง และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ระบบเศรษฐกิจของประเทศ และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น โรงแรม รีสอร์ท บูติกโฮเทล บังกะโล เกสท์เฮาส์ โฮมสเตย์ โมเทล ลอร์จ เป็นต้น
- 5) กิจกรรมต่างๆ (Activity) เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆมากขึ้น โดยแต่ละกิจกรรมจะมีความแตกต่างกันออกไปตามประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ยกตัวอย่าง กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การนั่งช้าง การดูนก เป็นต้น

ในขณะที่บุษบา สิทธิกร และสิริวัฒนา ไจมา (2552) กล่าวถึงการการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้ 2 อย่าง ดังนี้

1. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจที่จะมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หาก

แหล่งท่องเที่ยวไม่มีความพร้อมในด้านที่พักอาจส่งผลต่อการขยายตัวของสถานที่ท่องเที่ยวได้

2. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) แต่ละสถานที่ท่องเที่ยวก็จะมีทั้งกิจกรรมที่มีขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ และต้องมีการควบคุมดูแลการจัดกิจกรรมต่างๆให้เป็นไปได้ด้วยดี และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

Sgeerazi, K. (2008) ได้กล่าวถึง 5 ปัจจัย ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้

1. สิ่งดึงดูด (Attraction) สิ่งดึงดูดในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และเดินทางมาท่องเที่ยว โดยทั่วไปจะมีคุณค่าทางวัฒนธรรม แสดงถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือความงามที่สร้างขึ้น เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ สวนพฤกษศาสตร์ อาคาร และสิ่งก่อสร้าง อุทยานแห่งชาติ สวนสนุก และงานรื่นเริงกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม
2. การเข้าถึง (Access) การคมนาคมขนส่งเป็นสิ่งจำเป็นในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากที่พักอาศัย ไปยังจุดมุ่งหมายที่พวกเขากำลังไปด้วยวิธีคมนาคมต่างๆ และยานยนต์ส่วนตัวเป็นรูปแบบการเข้าถึงที่สำคัญ ในปัจจุบันการท่องเที่ยวภาคพื้นดินจะเป็นการเดินทางแบบไป – กลับหนึ่งวันเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินทางด้วยตนเอง
3. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จำเป็นต้องมีที่พักอยู่ใกล้กับที่อื่นๆ ซึ่งการพัฒนาที่พักที่ประสบความสำเร็จมากขึ้นยิ่งขึ้น ต้องขึ้นอยู่กับประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว
4. กิจกรรม (Activity) สถานที่ท่องเที่ยวมักมีกิจกรรมต่างๆมาสนับสนุน ยกตัวอย่างเช่น สถานที่ท่องเที่ยวชายหาดอาจมีการเล่นกระดานโต้คลื่น เดินชมทิวทัศน์บนเส้นทางที่หลากหลาย การดูนก และกิจกรรมทางกีฬา เป็นต้น
5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวกคือบริการที่จำเป็นต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวขณะที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ห้องสุขาสาธารณะ ป้ายร้านค้า ร้านกาแฟ และบริการฉุกเฉิน เป็นต้น

ทั้งนี้ได้มีผู้วิจัย และผู้เชี่ยวชาญให้คำนิยามแจกแจงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้หลายคน ซึ่งแต่ละคนได้แจกแจง และอธิบายรายละเอียดแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ สิ่งดึงดูด (Attraction), การคมนาคม (Accessibility), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity), ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activity) ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

	บุญเลิศ จิตตั้ง วัฒนา	เทิดชาย ช่วย บำรุง	บุษบา สิทธิกร และสิริวัฒนา ใจมา	Sgeerazi Khan
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	√	√	-	√
การคมนาคม (Accessibility)	√	√	-	√
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	√	√	-	√
ที่พัก (Accommodation)	-	√	√	√
กิจกรรม (Activity)	-	√	√	√

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่นักวิชาการกล่าวไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกนำส่วนที่สอดคล้องกันนำมาปรับประยุกต์ใช้งานวิจัยนี้ โดยนำมาสรุปองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ของเมืองมัลลิกา ประกอบไปด้วย สถาปัตยกรรมบ้านเรือน, สถาปัตยกรรมย่านการค้า, องค์ประกอบอื่นๆ เช่น การแต่งชุดไทย การใช้จ่ายเงินในสถานที่ท่องเที่ยว, ศิลปะการแสดง และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124
2. การคมนาคม (Accessibility) การคมนาคม มีรูปแบบให้เลือกเข้ามายังตัวเมืองมัลลิกาหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น รถไฟ รถยนต์ส่วนตัว หรือรถสาธารณะทุกรูปแบบ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) เช่น สถานที่จอดรถ สุขา จุดให้บริการ จุดนั่งพัก ร้านกาแฟ แผนที่ภายในเมืองมัลลิกา ป้ายบอกทาง ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น
4. กิจกรรม (Activity) เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ได้นำเอาทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมในรูปแบบที่สร้างสรรค์ นำมาประยุกต์ใช้กับขอบเขตของกิจกรรมบนพื้นที่ โดยกิจกรรมหลักๆ ประกอบไปด้วยกิจกรรมการสีข้าว และกิจกรรมการประกอบอาหาร โดยแต่ละกิจกรรมจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้อย่างใกล้ชิด รวมถึงมีกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ลอยกระทง วันสงกรานต์ เป็นต้น

ในส่วนของที่พัก (Accommodation) เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ไม่ได้มีการรองรับให้บริการผู้วิจัยจึงไม่นำองค์ประกอบในส่วนนี้มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัย

ข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เป็นพื้นฐานขององค์ประกอบการท่องเที่ยว หากแต่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบสวนพักผ่อน (Leisure park) ร่วมกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยนำเอาวัฒนธรรมในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่5) มาจำลองไว้ในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีสิ่งดึงดูดใจ ได้แก่สถาปัตยกรรมบ้านเรือน, สถาปัตยกรรมย่านการค้า, องค์ประกอบอื่นๆ, ศิลปะการแสดง และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรม หากขาดวัฒนธรรมดั้งเดิมในพื้นที่แต่สามารถเห็นวัฒนธรรมที่นำมาประยุกต์ได้ คือ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Herithge) มีรายละเอียดดังนี้ (วชิรญา ตติยนันท์กุล, 2557)

1. มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) เป็นวัตถุทางกายภาพที่สามารถสัมผัสได้ด้วยมือ หรือมองเห็นด้วยตา มีความสัมพันธ์กับมนุษย์ในฐานะที่เป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ครอบคลุมถึงมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุที่สามารถเคลื่อนที่ได้ (Movable resource) เป็นวัตถุที่มนุษย์ประดิษฐ์ หรือดัดแปลงขึ้นเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรม และสามารถนำติดตัวไปด้วยได้ เช่น โบราณวัตถุ เครื่องแต่งกาย เครื่องปั้นดินเผา เครื่องมือทางการเกษตร และวัตถุที่ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ (Immovable resource) เช่น ประติมากรรม โบราณสถาน อาคาร สิ่งก่อสร้าง

2. มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) มีลักษณะเป็นนามธรรม เป็นขนบธรรมเนียม ประเพณี ความรู้ ทักษะ และแนวปฏิบัติทั้งของสากลท้องถิ่น และปัจเจกบุคคล โดยถูกสร้าง และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาที่แปรเปลี่ยนไป นำมาประยุกต์ใช้ หรือถูกสร้างใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสามารถจัดการเพื่อให้สอดคล้องไปตามแต่ละชุมชน หรือยุคสมัยได้ และช่วยรักษาอัตลักษณ์ให้ยั่งยืนได้อีกด้วย โดยทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

อาจกล่าวได้ว่า เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีสิ่งดึงดูดใจที่เป็นจุดเด่น ทั้งที่เป็นมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน, สถาปัตยกรรมย่านการค้า และองค์ประกอบอื่นๆ และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ได้แก่ ศิลปะการแสดง และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 โดยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นเมืองมัลลิกาได้นำเอาใช้ ทำให้ต้องตระหนักว่าการปรับใช้ดังกล่าวจะกระทบต่อความจริงแท้อันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของวัฒนธรรม

2.1.4 ความจริงแท้ (Authenticity)

ความจริงแท้มีความสำคัญ ในการบ่งบอกคุณค่า กล่าวคือ ความจริงแท้ของคุณค่าทางวัฒนธรรม จะมีตัวชี้วัดหลายประการ ได้แก่ ประเพณี วิธีการ ภาษา และวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ โดยความจริงแท้อาจตั้งอยู่ลำพัง โดยปราศจากการแทรกแซงของมนุษย์ หรือสามารถทำจำลองได้ในฐานะการตีความสิ่งที่สร้างสรรค์ในลักษณะเฉพาะ ในกรณีที่มีการผสมผสานของรูปแบบในหลายวัฒนธรรม ความจริงแท้อาจต้องมองในบริบทของการสร้างสรรค์ ความเป็นของแท้จึงไม่ใช่การตัดสินจากภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ต้องดูความต่อเนื่องจากประเพณี และความรู้สึที่ปรากฏ (Teerafah, 2556)

ความจริงแท้ (Authenticity) เมื่อมาใช้กับบริบทในการท่องเที่ยว จะมีความหมายถึง การได้ไปพบเห็น และได้ประสบการณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิต การแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้นๆ รวมไปถึง การที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกิจกรรมในสถานที่จริง โดยความจริงแท้จะถูกพูดถึงบ่อยครั้งเมื่อต้องประเมินคุณค่าและความหมาย ซึ่งความจริงแท้ ต้องมีส่วนร่วม หรือสัมผัสได้ถึงพื้นที่ และสภาพแวดล้อมสังคมนั้นๆ ที่เป็นแหล่งกำเนิดเรื่องราวต่างๆขึ้นจริง ซึ่งถ้าหากไม่ได้มีส่วนร่วมหรือเกิดขึ้นในสถานที่จริงที่เป็นต้นกำเนิดเรื่องราวนั้นๆ หรือสถานที่นั้นๆ ไม่มีอยู่จริง จะเรียกว่า ความจริงแท้แบบจัดฉาก (Staged Authenticity) แต่ถ้าหากความจริงแท้แบบจัดฉาก มีการดำเนินไปอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดเรื่องราวใหม่ขึ้น

จะเรียกว่า ความจริงแท้แบบฉับพลัน (Emergent Authenticity) (ณัฐชนก ดวงใจ 2555, น.32) อีกทั้ง Kjell (อ้างถึงใน นิภาวรรณ หวังวิไล, 2556) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันมีการพัฒนา และนำสิ่งใหม่ๆ วิทยาการ และวัฒนธรรมเข้ามาเป็นจำนวนมาก สิ่งต่างๆเหล่านี้จึงทำให้อดีตถูกรื้อฟื้น หรือเห็นอีกครั้ง ด้วยเหตุนี้จึง มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งพยายามสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับความจริงแท้ผ่านกิจกรรมต่างๆ โดย คำนึงถึงคุณค่าของวัฒนธรรมนั้นๆจากประสบการณ์ที่ได้รับ นอกจากนี้การสร้างความจริงแท้ต้องมี ส่วนประกอบของความสร้างสรรค์ และประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ พัฒนาจนเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งแล้วจึง จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวอาจอยากได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แท้จริงแต่ไม่ จำเป็นต้องพบกับความเป็นจริงก็ได้

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกจำลองขึ้น แล้วนำเหตุการณ์ในช่วง สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่5) ย้อนให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมสมัยนั้น ทุก อย่างในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ล้วนแล้วถูกสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด แต่อย่างไรเสีย นักท่องเที่ยวได้เดินทาง มาท่องเที่ยวเพียงเพื่อต้องการได้รับประสบการณ์ที่มาจากกรอบความคิดสร้างสรรค์ และความรู้ที่ตนเองมี เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินในช่วงวันหยุด หรือแค่ท่องเที่ยวเพียงเพราะโหยหาอดีตที่ไม่มีวันหวนกลับ ผู้คนอาจไม่ได้นึกถึงความจริงแท้ทางวัฒนธรรม เพราะความจริงแท่นั้นขึ้นอยู่กับความรู้สึกทางใจของแต่ละ บุคคล และเป็นไปตามโครงสร้างสังคมที่บุคคลนั้นๆอาศัยอยู่ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันทั้งในสังคม เดียวกัน และคนละสังคมก็ได้ ดังนั้นจึงตีความความหมายความจริงแท้หลายแบบ (ชรินทร์พรพรณ อະສິຕິ รัตน์, 2553)

ด้วยเหตุนี้ การตีความบริบทความจริงแท้ต้องอาศัยเกณฑ์ในการวัด และตรวจสอบ โดยในปี พ.ศ.2535 ได้มีการประชุมของคณะกรรมการมรดกโลก ครั้งที่ 16 ได้มีการเสนอเรื่องเกณฑ์การ ตรวจสอบความจริงแท้ และ ในปีพ.ศ.2537 ได้มีการเสนอแนวทางในการพิจารณาคุณค่า และความจริง แท้ผ่านเอกสารประกอบการประชุมที่นารา ประเทศญี่ปุ่น (UNESCO Bangkok, 2009) ว่าด้วยความจริง แท้ ได้ระบุไว้ว่า มรดกทางวัฒนธรรมจะดำรงไว้ซึ่งความเป็นของแท้ ต้องประกอบด้วยความเป็นจริง และมีความ น่าเชื่อถือในมิติต่างๆ ดังตาราง 2.2

ตารางที่ 2.2

มิติของความจริงแท้ (UNESCO)

		มิติของความจริงแท้ (Dimension of Authenticity)			
		ตำแหน่งที่ตั้ง และ สถานที่ตั้ง (Location & Setting)	รูปแบบ และการ ออกแบบ (Form & Design)	การใช้ และหน้าที่ (Use & Function)	คุณสมบัติอื่น ที่ไม่ใช่ วัตถุ (Immaterial Qualities)
เกณฑ์การประเมิน	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ (place) - ที่ตั้ง (Setting) - ความรู้สึกถึงสถานที่ (Sense of Place) - สภาพแวดล้อมพื้นที่ (Environmental niches locale vistas) - สิ่งแวดล้อม (Environs) - องค์ประกอบการดำรงชีวิต (Living elements) - ระดับความต้องการพื้นที่ (Degree of dependence on locale) 	<ul style="list-style-type: none"> - การกระยะในการสร้าง (Spatial layout) - การออกแบบ (Design) - วัสดุ (Materials) - งานฝีมือ (Crafts) - เทคนิคการก่อสร้าง (Building techniques) - วิศวกรรมศาสตร์ (Engineering) - การเชื่อมต่อคุณสมบัติ หรือพื้นที่อื่นๆ (Linkages with other properties or sites) 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ (Use(s)) - ผู้ใช้ (User(s)) - กลุ่มสมาคมในพื้นที่ (Associations) - การเปลี่ยนแปลงในการใช้งานเมื่อเวลาผ่านไป (Changes in use over time) - ผลกระทบของการใช้ (Impacts of use) - การใช้เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม (Use as a response to environment) - การใช้เพื่อตอบสนองต่อบริบททางประวัติศาสตร์ (Use as a response to historical context) 	<ul style="list-style-type: none"> - การแสดงออกทางศิลปะ (Artistic expression) - คุณค่า (Values) - จิตวิญญาณ (Spirit) - ผลกระทบต่อความรู้สึก (Emotional impact) - บริบททางศาสนา (Historical Associations) - เสียง, กลิ่น, รสชาติ (Sounds, Smells and Tastes) - กระบวนการสร้างสรรค์ (Creative process) 	

ที่มา: UNESCO. Hoi An protocol for the best conservation practice in Asia (UNESCO Bangkok, 2009, P.8)

ในขณะที่ศูนย์บริการสวนสาธารณะแห่งชาติ (National Park Service) แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งการประเมินความจริงแท้ที่อิงประวัติศาสตร์ไว้ 7 ด้าน ดังนี้

1. ตำแหน่งที่ตั้ง (Location) เป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ กล่าวคือ ความดั้งเดิมของสถานที่ ไม่ได้มีการเคลื่อนย้ายในช่วงเวลาที่สำคัญ ตำแหน่งที่ตั้งที่แท้จริงของสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่เต็มไปด้วยสภาพแวดล้อมจะสามารถทำให้รับรู้ถึงความรู้สึกในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ และบุคคล
2. การออกแบบ (Design) คือองค์ประกอบที่เป็นรูปแบบ พื้นที่ โครงสร้าง และรูปแบบของทรัพย์สิน แต่คุณสมบัติเปลี่ยนผ่านตามแต่ละช่วงเวลา ซึ่งรวมถึงองค์ประกอบ เช่นการจัดพื้นที่ สัดส่วน ขนาด เทคโนโลยี วัสดุ การออกแบบยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิธีทางประวัติศาสตร์ได้อีกด้วย เช่นอาคาร สถานที่ หรือสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้อง
3. สถานที่ตั้ง (Setting) คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่แสดงถึงลักษณะของสถานที่ ความสมบูรณ์ของสถานที่ตั้งว่ายังคงอยู่เมื่อสภาพแวดล้อม ไม่ได้รับการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง
4. วัสดุ (Material) เป็นองค์ประกอบทางกายภาพที่รวมกันในรูปแบบเฉพาะความสมบูรณ์ของวัสดุจะเป็นตัวกำหนดความจริงแท้ให้แก่ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์
5. ฝีมือช่าง (Workmanship) เป็นหลักฐานทางกายภาพของวัฒนธรรมนั้นๆ หรือบุคคลในช่วงเวลาประวัติศาสตร์ ความชำนาญในฝีมือช่างถือว่ามีความสำคัญ เนื่องจากสามารถบอกได้ถึงหลักฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีของงานฝีมือ และหลักการทางสุนทรียศาสตร์ของยุคสมัยนั้นๆ ในแต่ละระดับ ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับชาติ
6. ความรู้สึก (Feeling) คือ คุณภาพที่สถานที่แห่งประวัติศาสตร์ส่งเสริมความรู้สึกสุนทรียะหรือประวัติศาสตร์ต่างๆในช่วงเวลาที่ผ่านไป แม้ว่าจะไม่มีตัวตน แต่ความรู้สึกขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพที่สำคัญ ซึ่งแสดงถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความสมบูรณ์ของความรู้สึกจะเพิ่มขึ้นต้องใช้สัญญาณภาพ และเสียงที่
7. ความเชื่อมโยง (Association) เป็นการเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างทรัพย์สิน กับเหตุการณ์หรือบุคคลที่มีความสำคัญ มีความสมบูรณ์ของสถานที่ตั้ง ตำแหน่งที่ตั้ง

การออกแบบ ความชำนาญในฝีมือช่าง วัสดุ และความรู้สึกรวมกันเพื่อถ่ายทอดความ
สมบูรณ์ของกลุ่มสมาคมในพื้นที่

นอกจากนี้ Kwanda (2008, อ้างถึงในเกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์, 2555) ได้กล่าว
เพิ่มเติมว่า ได้มีเกณฑ์ในการวัด หรือประเมินความจริงแท้ของมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible
Cultural Heritage) อย่างชัดเจนแล้วสามารถตรวจสอบได้ตามที่คุณลักษณะกำหนดเอาไว้ เช่น ตำแหน่ง
ที่ตั้ง การออกแบบ การใช้ วัสดุต่างๆ เป็นต้น แต่มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural
Heritage) ไม่สามารถประเมิน หรือตรวจสอบความจริงแท้ได้ เนื่องจากเกณฑ์นี้ใช้ได้กับมรดกวัฒนธรรมที่
จับต้องได้เท่านั้น แต่Kwanda ได้เสนอแนวทางในการประเมิน ตรวจสอบมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้
โดยใช้วิธีการสังเกตจากลักษณะทางกายภาพของมรดกวัฒนธรรมนั้นๆ และทำความเข้าใจจากเจ้าของ
สถานที่ หรือผู้คนที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงในสถานที่ ทั้งนี้เพื่อเข้าใจถึงสำนึกของสถานที่ (Sense of
place) และสำนึกแห่งอัตลักษณ์และความต่อเนื่อง (Sense of identity and continuity)

จากที่กล่าวมาข้างต้นในการประเมินความจริงแท้ ผู้วิจัยจึงนำการพิจารณาคุณค่า
และความจริงแท้ผ่าน เอกสารประกอบการประชุมที่นารา ประเทศญี่ปุ่น ว่าด้วยความจริงแท้ และการ
ประเมินความจริงแท้ของศูนย์บริการสวนสาธารณะแห่งชาติ (National Park Service) แห่งประเทศ
สหรัฐอเมริกา มาเป็นข้อมูลแต่รายละเอียดบางอย่างวิเคราะห์ และปรับแก้เพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัย
โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3

มิติของความจริงแท้

มิติของความจริงแท้ (Dimension of Authenticity)				
	ตำแหน่งที่ตั้ง และ สถานที่ตั้ง (Location & Setting)	รูปแบบ และการ ออกแบบ (Form & Design)	การใช้ และหน้าที่ (Use & Function)	คุณสมบัติอื่น ที่ไม่ใช่ วัตถุ (Immaterial Qualities)
เกณฑ์การประเมิน	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ (place) - ที่ตั้ง (Setting) - ความรู้สึกถึง สถานที่ (Sense of Place) - สภาพแวดล้อม พื้นที่ (Environmental niches locale) - สิ่งแวดล้อม (Environs) 	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบ (Design) - วัสดุ (Materials) - งานฝีมือ (Crafts) - เทคนิคการก่อสร้าง (Building techniques) - การเชื่อมต่อ คุณสมบัติ หรือพื้นที่ อื่นๆ (Linkages with other properties or sites) 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ (Use(s)) - ผู้ใช้ (User(s)) - ความเชื่อมโยง (Associations) - การเปลี่ยนแปลงในการ ใช้งานเมื่อเวลาผ่านไป (Changes in use over time) - การใช้เพื่อตอบสนองต่อ บริบททางประวัติศาสตร์ (Use as a response to historical context) 	<ul style="list-style-type: none"> - การแสดงออกทาง ศิลปะ (Artistic expression) - คุณค่า (Values) - จิตวิญญาณ (Spirit) - ผลกระทบต่อ ความรู้สึก (Emotional impact) - กระบวนการ สร้างสรรค์ (Creative process)

จากตารางที่ 2.3 สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า ทางผู้วิจัยได้ปรับให้มีการพิจารณาคุณค่า และความจริงแท้ ดังนี้

1. ตำแหน่งที่ตั้ง และสถานที่ตั้ง (Location & Setting) พิจารณาในเรื่องของ สถานที่ (place) ที่ตั้ง (Setting) ความรู้สึกถึงสถานที่ (Sense of Place) สภาพแวดล้อมพื้นที่ (Environmental niches locale) สิ่งแวดล้อม (Environs)
2. รูปแบบ และการออกแบบ (Form & Design) พิจารณาในเรื่องของ การออกแบบ (Design) วัสดุ (Materials) งานฝีมือ (Crafts) เทคนิคการก่อสร้าง (Building

techniques) ซึ่งในทางเมืองมัลลิกามีการจำลองที่หลากหลาย จึงแบ่งเป็นโซนเพื่อเข้าใจได้ง่ายต่อการพิจารณา และอธิบาย โดยแบ่งเป็นโซนสถาปัตยกรรมบ้านเรือน โซนร้านค้า โซนกิจกรรมชาวบ้าน

3. การใช้ และหน้าที่ (Use & Function) พิจารณาในเรื่องของ การใช้ (Use(s)) ผู้ใช้ (User(s)) ความเชื่อมโยง (Associations) การเปลี่ยนแปลงในการใช้งานเมื่อเวลาผ่านไป (Changes in use over time) การใช้เพื่อตอบสนองต่อบริบททางประวัติศาสตร์ (Use as a response to historical context)
4. คุณสมบัติอื่น ที่ไม่ใช่วัตถุ (Immaterial Qualities) พิจารณาในเรื่องของ การแสดงออกทางศิลปะ (Artistic expression) คุณค่า (Values) จิตวิญญาณ (Spirit) ผลกระทบต่อความรู้สึก (Emotional impact) กระบวนการสร้างสรรค์ (Creative process) ทั้งนี้ทางเมืองมัลลิกาได้นำกระบวนการสร้างสรรค์ รวมกับการจัดการมาสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เพื่อให้มีความแตกต่างจากที่อื่น ดังนั้นแล้วจึงควรพิจารณาโดยจะแบ่งเป็น มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) เพื่อแบ่งเป็นประเด็นในการพิจารณา

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการรักษาความจริงแท้ของมรดกวัฒนธรรม

การสืบสานมรดกวัฒนธรรมจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง พิจารณาถึงการส่งต่อของคุณลักษณะความจริงแท้ในมิติต่างๆอย่างระมัดระวัง โดย (UNESCO, 2009) ใน Hoi An Protocols for Best Conservation Practice in Asia ได้กล่าวถึงปัจจัยก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการรักษาความจริงแท้ของมรดกวัฒนธรรม ดังนี้

- 1) การสูญหายขององค์ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรเก็บรักษาไว้เพื่อส่งต่อให้คนในรุ่นต่อไป จัดให้มีการจัดจำแนกหมวดหมู่ที่ชัดเจน ดังนั้นในองค์ความรู้บางอย่างจำเป็นต้องมีการฝึกฝน และพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง เพราะปัจจุบันรูปแบบการใช้ชีวิตของคนได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และอาจไม่ได้สนใจองค์ความรู้ หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม
- 2) การปรับปรุงเมืองใหม่ ที่เกิดจากในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางสภาพเศรษฐกิจและสังคม ทำให้รูปแบบเมืองเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และอาจเกิดการ

ละเลยความสำคัญของรูปแบบทางกายภาพในอดีตไป เพราะเกิดจากที่เทคโนโลยีและความนิยมในปัจจุบันที่ถูกเปลี่ยนแปลง และเข้าแทนที่สิ่งเดิม

- 3) การเพิ่มขึ้น หรือการก่อสร้างใหม่ของระบบสาธารณูปโภคอย่างรวดเร็ว เกิดเป็นผลกระทบต่อมรดกวัฒนธรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็น ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของมรดกวัฒนธรรม เร่งให้เกิดการเสื่อมสภาพของมรดกวัฒนธรรม ส่งผลให้ภูมิทัศน์เปลี่ยนแปลง เป็นต้น
- 4) ในการนำเสนอมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้คนมักให้ความสำคัญและนำเสนอแต่คุณค่าที่จับต้องได้ แต่ไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าที่จับต้องไม่ได้ ทำให้คุณค่าของมรดกวัฒนธรรมบางอย่างถูกลดทอน หรือเกิดการลดมาตรฐานในการรักษา เพราะมองแต่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น
- 5) การไม่สนใจต่อบริบทของมรดกวัฒนธรรม หรือบริบททางวัฒนธรรมถูกนำเสนออย่างไม่เหมาะสม ทำให้เห็นว่าคุณค่าของวัฒนธรรมถูกลดทอนเหลือเพียงเพื่อความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวเท่านั้น
- 6) การประนีประนอมต่อการรักษาจิตวิญญาณของพื้นที่ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับแต่ละองค์ประกอบของความจริงแท้ เพราะจิตวิญญาณของพื้นที่เกิดขึ้นจากการให้ความหมายกับพื้นที่ และใส่ใจต่อลักษณะการใช้พื้นที่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงได้นำเอาองค์ประกอบ ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มี 4 องค์ประกอบอันได้แก่ 1.สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. การคมนาคม (Accessibility) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 4. กิจกรรม (Activity) เพื่อวิเคราะห์เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และด้วยสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นเมืองประวัติศาสตร์ขึ้นมา ไม่ได้มีรากฐานอยู่ในพื้นที่และนำ วัฒนธรรมต่างๆในสมัยรัชกาลที่5 ยกตัวอย่างเช่น การแต่งกายย้อนยุค การใช้เงินรู การจำลองวิถีชีวิตของ คนในเมือง ศิลปะการแสดง อาหาร เป็นต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) ที่ประกอบไปด้วย มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และมรดก วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) มาประเมินในเรื่องของความจริงแท้ (Authenticity) ซึ่งมี 4 ประเด็นหลักๆ ได้แก่ 1. ตำแหน่งที่ตั้ง และสถานที่ตั้ง (Location & Setting) 2. รูปแบบ และการออกแบบ (Form & Design) 3.การใช้ และหน้าที่ (Use & Function) 4. คุณสมบัติอื่น ที่ไม่ใช่วัตถุ (Immaterial Qualities)

2.2 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

เนื่องด้วยเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี เปิดบริการให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมในสมัยรัชกาลที่ 5 มาประยุกต์ใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างความแตกต่างเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันรูปแบบเดิมในปัจจุบัน อีกทั้งยังตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงศึกษาในส่วนของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ แต่เดิมการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพียงใช้เวลาในการพักผ่อนหย่อนใจ ต่อมาการท่องเที่ยวได้เพิ่มรูปแบบให้มีการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์หรือเชิงวัฒนธรรม หลังจากนั้นจึงเกิดกระแสการท่องเที่ยวที่เชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่เน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน อันจะนำไปสู่เป้าหมายของการเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสร้างสรรค์ (ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จันทนงศร, 2555)

UNESCO (2008) ได้ให้ความหมายในการประชุมนานาชาติ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ค.ศ.2008 ณ เมืองซานตาเฟ (Santa Fe) รัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิตในชุมชน เอกลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านประสบการณ์ตรงในการ โดยการร่วมกิจกรรมกับเจ้าของวัฒนธรรม นอกจากนี้ชุมชนจะต้องสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือ และการให้โอกาสใหม่ ๆ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งนี้จะช่วยรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่แต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการเดินทางท่องเที่ยวที่มุ่งไปที่การสร้างประสบการณ์ด้วยการเรียนรู้เชิงศิลปะมรดกของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

นอกจากนี้ Richards, G. (2003) กล่าวว่า แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) คือ ความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญของรูปแบบทางเศรษฐกิจ และสังคมใหม่ของโลกเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่จัดให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มุ่งเน้นตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของคนกลุ่มใหม่ และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเมืองผ่านการเรียนรู้ ได้รับ

ประสบการณ์ในมรดกวัฒนธรรม การสร้างสรรค์ร่วมผนวกรวมองค์ความรู้ เกี่ยวกับวิถีทางของผลิตภัณฑ์ การบริการ และประสบการณ์รวมเป็นหนึ่งเดียวกันในนามของทั้งผู้ผลิตและ ผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยพัฒนา ศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนร่วมกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดเป็นความทรงจำ ความประทับใจอย่างในการ ท่องเที่ยว และรับกับรสนิยมของนักท่องเที่ยวปัจจุบันที่ต้องการลงมือทำเพื่อเรียนรู้ ทำความเข้าใจใน มรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งมากกว่ามองดู เพื่อที่จะได้รับแรงบันดาลใจใหม่ๆ ภายหลังจากกลับไปดำเนินชีวิตปกติ

ประกอบกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ในปัจจุบัน "ไม่ได้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพียงเพื่อที่จะ พักผ่อนหย่อนใจอย่างที่ผ่านมา หากต้องการประสบการณ์ใหม่เพื่อนำไปใช้ใน การพัฒนาศักยภาพใหม่ๆ ของตนเองและเพื่อที่จะนำไปปรับใช้กับชีวิตการทำงาน ภายหลังจากที่การเดินทางท่องเที่ยวเสร็จสิ้นลง รูปแบบของการท่องเที่ยวแนวใหม่จึงเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสำคัญ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่ง ความสนใจเปลี่ยนไปจากเดิม มาเป็นให้ความสนใจ ในทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Resources) มากขึ้น เช่น วิถีชีวิต, บรรยากาศ, อัตลักษณ์ หรือการสร้างสรรค์ เช่น งานหัตถกรรมและศิลปะ โดยสนใจวิถีชีวิตของคนธรรมดามากกว่าวิถีชีวิตหรูหราแบบราชสำนักหรือชน ชั้นสูง (Richards, G., 2010)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม ผ่านการมีประสบการณ์ (Experiencing) การเข้าไปมีส่วนร่วม (Participating) และการเรียนรู้ (Learning) โดยจะมีส่วนในการเสริมสร้างศักยภาพในการเรียนรู้และสร้างสรรค์ของตนเองและสามารถนำกลับไป ใช้ในชีวิตประจำวันหรือหน้าที่การงานของตน ดังนั้นรูปแบบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 2 ลักษณะ ได้แก่ (Richards, G., 2010)

1. ใช้การสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยว (Using creativity as a tourist activity) กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ได้รับการปฏิบัติอยู่แล้วในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ
2. ใช้การสร้างสรรค์เป็นฉากหลังของการท่องเที่ยว (Using creativity as backdrop for tourism) หรือการสร้างบรรยากาศ ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆให้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ สถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีเสน่ห์เพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมต่างๆของเมือง ซานตา เฟ เป็นเมืองที่รับการประกาศโดยยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้าน ศิลปหัตถกรรม ซึ่งจะจัดให้มีกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับการเรียนรู้ อบรมเรื่องเกี่ยวกับการปั้น

หม้อดินเผา (งานศิลปะของเผ่าเพลโบ ที่มีชื่อเสียงมาแต่เดิม) หลักสูตรการทำอาหารพื้นเมือง หรือการทำเครื่องรางพื้นเมือง

นอกจากนี้ Binkhorst, E. (2006) กล่าวว่า ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเองจากการเลือกซื้อสินค้า และบริการ ซึ่งการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต หรือความเป็นอยู่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนั้นกิจกรรมต่างๆในสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้ ความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคน

เมื่อข้างต้นได้กล่าวถึงระดับนานาชาติ หากแต่ประเทศไทยก็ได้มีหน่วยงาน และบุคคลกล่าวไปในทางเดียวกัน คณะทำงานโครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (2555, อ้างถึงใน สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, 2558) ได้สรุปใจความสำคัญของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เอาไว้ว่า “ความจริงแท้-ดั้งเดิม” (REAL) ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของ พื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการมีประสบการณ์ตรงเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและชื่นชมจิตวิญญาณอันเป็นลักษณะเฉพาะ ของพื้นที่อันจะนำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และเพิ่มพูนศักยภาพของนักท่องเที่ยวอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เกณฑ์คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงกระบวนการ ประกอบไปด้วย

- Reciprocating: แลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม
- Experiencing: มีประสบการณ์ตรงในพื้นที่ท่องเที่ยว
- Appreciating: ชื่นชมและเข้าใจจิตวิญญาณของพื้นที่
- Lifelong Learning: เรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างไม่มีสิ้นสุด

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2556) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เริ่มเกิดขึ้นในช่วง พ.ศ.2542 โดยได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจะก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้ จะสอดคล้องกับบริบทของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ไม่เพียงแต่ต้องการ “มองดู ” (Seeing) แต่มีความประสงค์ที่จะ “ลงมือทำ” (Doing) เพื่อเรียนรู้ทำความเข้าใจในมรดกทางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งพร้อมกับพัฒนาศักยภาพของตนเองผ่าน การปฏิบัติ (Practice) กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมที่สถานที่ท่องเที่ยว และเพื่อที่จะได้รับแรงบันดาลใจใหม่กลับไปดำเนินชีวิตหลังจากพักผ่อน

ต่อมาหลังการประชุม นานาชาติครั้งแรกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มีการจัดประชุม ครั้งต่อ มาอีก ในระหว่างวันที่ 9-10 ธันวาคม ในปี พ.ศ.2553 ณ เมืองบาร์เซโลน่า ประเทศสเปน (Creative Tourism Network) และวันที่ 20 ตุลาคม ในปี พ.ศ.2554 ณ แซ็ง - เดอนี (St. Denis) กรุง ปารีส ประเทศฝรั่งเศส (Tourism: New Needs, New Opportunities) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) พบว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

1. คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ

- กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม กล่าวคือ กิจกรรมที่ส่งเสริมนักท่องเที่ยวได้มีความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตัวเองได้มากขึ้น
- กระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม กล่าวคือ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสนำศักยภาพของตนเองผ่านการลงมือปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

2. คุณสมบัติด้านคุณสมบัติอื่นๆ

- สะท้อนความจริงแท้ (Authenticity) กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่ยังคงรักษารูปแบบและเนื้อหาในลักษณะเดิมไว้ โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนความหมาย และความสำคัญจนพ้นไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง
- สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี กล่าวคือ กิจกรรมของพื้นที่นั้นๆ สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยวให้มาทำกิจกรรมต่างๆได้ตลอดทั้งปี ไม่เพียงแต่ขึ้นกับช่วงระยะเวลาเทศกาล

อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าของแต่ละท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น งานฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเอง สร้างโอกาสให้แหล่งท่องเที่ยว และสร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นได้ โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ชุมชนในเชิงการเรียนรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ได้แก่ (ธีระวัฒน์ จันทิก และปรีนธ์ ชินโชติ, 2559)

1. เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเกิดขึ้นได้จากการที่นำความรู้ท้องถิ่นมาปรับใช้เป็นกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม เช่น กิจกรรมด้านการทำศิลปะโคมไฟล้านนา โดยนักท่องเที่ยวสามารถประดิษฐ์โคมไฟที่เป็นศิลปะพื้นบ้านได้ด้วยตนเอง

2. มีประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆเป็นสินค้า โดยที่สถานที่ท่องเที่ยวไม่ต้องเปิดเบียนทรัพยากรจากธรรมชาติเพื่อมาเป็นสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว

3. เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรม ประจำวัน กล่าวคือ ชุมชนสามารถใช้วิถีชุมชนที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันนำเสนอ เป็นสินค้าการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ยังส่งผลให้วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

4. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนท้องถิ่นโดยที่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งเป็นวิถีประจำวัน หรือวัฒนธรรมของชุมชน ขึ้นอยู่กับกิจกรรมของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว

5. ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่สามารถดึงมาเป็นเอกลักษณ์ พัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว นำเสนอให้นักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ชุมชนสามารถรักษาคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมสืบต่อไป

จากข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น พบว่ามีรายละเอียดความสำคัญแตกต่าง และสอดคล้องกัน ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4

กระบวนการสร้างสรรค์

	UNESCO (2008)	Richards, G. (2003, 2010)	Binkhorst, E. (2006)	คณะ โครงการ ต้นแบบการ ท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ (2011)	สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2012)	ธีระวัฒน์ จันทิก และปรีณธ์ ชิดโชติ, 2016
การนำเอา วัฒนธรรมมาใช้	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การนำองค์ ความรู้มาใช้	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การนำความคิด สร้างสรรค์มาใช้	✓	✓	-	-	-	✓
การมีส่วนร่วม	-	✓	-	-	-	✓

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

กระบวนการสร้างสรรค์

	UNESCO (2008)	Richards, G. (2003, 2010)	Binkhorst, E. (2006)	คณะ โครงการ ต้นแบบการ ท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ (2011)	สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (2012)	ธีระวัฒน์ จันทิก และปรีนธ์ ชิดโชติ, 2016
การสร้าง ประสบการณ์	√	√	√	√	√	√
รองรับ นักท่องเที่ยวได้ ตลอดทั้งปี	-	-	-	-	√	-

จากตารางที่ 2.4 จะเห็นได้ว่ามีส่วนที่สอดคล้องกัน และไม่สอดคล้องกัน จากประเด็นทั้งหมด 6 ประเด็น จะพบประเด็นที่ถูกกล่าวซ้ำๆ 4 ประเด็น ได้แก่การนำวัฒนธรรมมาใช้ การนำองค์ความรู้มาใช้ การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ และการสร้างประสบการณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำส่วนที่สอดคล้องกันมาปรับประยุกต์ใช้กับงานวิจัยนี้ในส่วนของกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

1. การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ กล่าวคือ เมืองมัลลิกา ได้นำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ในการผลิตสินค้า บริการ และสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น สถาปัตยกรรมองค์ประกอบต่างๆ การแสดง หรือแม้แต่จำลองบรรยากาศวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ. 124 เป็นต้น ซึ่งทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเกิดความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เรียนรู้ทำให้เกิดความเข้าใจวัฒนธรรมที่ของตนเองเพิ่มมากขึ้น
2. การนำองค์ความรู้มาใช้ กล่าวคือ เมืองมัลลิกานำความรู้มาใช้ในการจำลองทั้งมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับสมัยรัชกาลที่ 5 มากที่สุด เช่น การสร้างเรือนไทย การแต่งกาย การนั่งรถลาก การใช้เงินรู การใช้คำพูด ศิลปะการแสดง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรม และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้ ทั้งนี้นักท่องเที่ยว

สามารถพัฒนาศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และได้รับแรงบันดาลใจใหม่ในการนำมาประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวัน

3. การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ กล่าวคือ เป็นตัวขับเคลื่อนพื้นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มพัฒนาความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการผ่านกิจกรรมที่เมืองมัลลิกา ร. ศ.124 จัดเตรียมไว้ เกิดเป็นความทรงจำ ความประทับใจในการท่องเที่ยว โดยจะมีรูปแบบ การสร้างสรรค์ อันประกอบไปด้วย กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมต่างๆ, นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม, ใช้ความคิดสร้างสรรค์สร้างบรรยากาศในสมัยรัชการที่ 5 ขึ้นมา และนำเทคโนโลยีเข้ามาประกอบทั้งนี้เพื่อเมืองมัลลิกาจะโดดเด่น และแตกต่างจาก สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ
4. การสร้างประสบการณ์ กล่าวคือ เมืองมัลลิกามีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมใน และสามารถลงมือปฏิบัติ เช่น ได้ลงมือสีข้าว ทำกับข้าว นั่งรถลาก ใช้เงินรู รับประทานอาหารมากกว่าเพียงแค่เข้าไปชม หรือถ่ายรูปเพียงอย่างเดียว ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ วัฒนธรรมต่างๆ รับประทานอาหารตรงเพิ่มเติมกลับมาหลังจากที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว หรือ เพิ่มเติมความเข้าใจให้กับประสบการณ์ที่มีอยู่แล้วให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

2.2.1 การปรับใช้วัฒนธรรม

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หากแต่ไม่ได้เน้นไปที่ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญา หรือวิถีชีวิต แต่เน้นการนำเอาวัฒนธรรมมาปรับใช้โดยความคิดสร้างสรรค์ มาเป็นฉากหลัง เป็นเรื่องราวของเมือง เป็นกิจกรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างโอกาสการมีส่วนร่วม และประสบการณ์การท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมทางวัฒนธรรมสามารถทำหน้าที่เป็นโครงสร้างทาง สังคมของพื้นที่ เปิดโอกาสใหม่สำหรับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยการแยกความสัมพันธ์ที่มีอยู่ ออก และสร้างผลลัพธ์ในเชิงบวกให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว (Richards, G., 2010) ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาเพิ่มเติมใน ส่วนของการนำวัฒนธรรมมาใช้ เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นการหยิบนำเอาวัฒนธรรมเพียงบางส่วนมาปรับ ใช้ และนำความคิดสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนาให้เกิดความโดดเด่น และกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ใน ระดับนานาชาติมีการปรับใช้วัฒนธรรมอยู่พอสมควร ยกตัวอย่างเช่น

- เทศกาล Óbidos Medieval Fair ประเทศโปรตุเกส

เทศกาล Óbidos Medieval Fair เมืองอบิดูซ (Óbidos) ประเทศโปรตุเกส เป็น เทศกาลที่รู้จักกันดีที่ด้วยการสร้างบรรยากาศให้กลับไปในยุคกลางด้วยบรรยากาศ ทั้งเมื่อนั้นเต็มไปด้วย

ชงพิธีการพอมด นักเล่นปาที่ ตลก นักดนตรี และนักเล่นละครใบ้ โดยทุกคนแต่งกายด้วยเสื้อผ้ายุคกลาง นักท่องเที่ยวจะได้รับการสนับสนุนให้สวมเครื่องแต่งกายเพื่อให้กลมกลืนกับบรรยากาศยุคกลาง โดยสามารถเช่าชุดต่างๆจากที่มีให้บริการได้ เข้าชมค่ายทหาร และอาวุธเลียนแบบเครื่องมือผ่าตัดสัตว์ต่าง ๆ รวมถึงยังสามารถมีส่วนร่วมในการทำงานฝีมือแบบดั้งเดิม เกมโบราณ ดนตรี และการดวลการต่อสู้ นอกจากนี้ยังสามารถเลือกและผลิตเพลินกับอาหารยุคกลางแบบโบราณที่หลากหลาย กระจัดกระจายอยู่รอบเมือง อีกทั้งอาหารที่บริการไม่มีซัอนส้มยกเว้นซุบที่มาพร้อมกับซัอนไม้เพื่อสร้างวิถีชีวิต และประสบการณ์ยุคกลางที่สมบูรณ์ โดยใช้สกุลเงินที่จัดขึ้นในระหว่างงานได้อีกด้วยได้อีกด้วย (Musikyan, S., 2016)

ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่า เมืองออบีคูซสามารถนำเอาทุนวัฒนธรรม อันประกอบไปด้วยสถานที่ ประเพณี หรือช่วงเวลาสำคัญ มาประยุกต์จากของเดิมให้เกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแนวใหม่ เพื่อมาสร้าง และเรียนรู้สิ่งใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนวัฒนธรรมตนเองในแง่ของการมีส่วนร่วมของเหตุการณ์ เกิดผลประโยชน์ที่ดีต่อเมืองที่เกิดขึ้นจากการใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ชุมชนท้องถิ่นสามารถรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรม คุณค่าทางวัฒนธรรมและลักษณะเฉพาะไว้ และกลายเป็นสินทรัพย์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมส่งผลให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสอดคล้องกับเมืองมัลลิกา โดยการนำช่วงเวลาที่สำคัญของประเทศไทย มาจำลองปรับใช้ผ่านความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ย้อนกลับไปในช่วงเวลาที่สำคัญในสมัยนั้นๆ ได้รู้ เห็น สัมผัส และเข้าใจผ่านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม

- ระเบียบริโอแกรนด์ (Rio Grande corridor) ประเทศสหรัฐอเมริกา

เส้นทางการอพยพเคลื่อนย้ายของชาวยุโรป และพัฒนาการเครือข่ายทางการค้าร่วมสมัย ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวร่วมสมัยในปัจจุบันที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการทางการค้า และการร่วมมือของชุมชนพื้นเมือง โดยในปัจจุบันชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับนักท่องเที่ยวของอินเดียแดง เช่น ร้านอาหาร ร้านขายสินค้า ศูนย์การค้า รวมถึงคาสีโน เป็นต้น (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556)

อาจกล่าวได้ว่าระเบียบริโอแกรนด์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้นำเอาทุนทางวัฒนธรรมของอินเดียแดงในเรื่องเส้นทางการค้าโบราณที่สำคัญที่หล่อเลี้ยงชาวอินเดียนแดง และความชอบของบรรพบุรุษในอดีต มาปรับใช้ภายใต้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างเส้นทาง และสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่

ของตนให้มีความหมาย และเกิดความน่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยมีการออกแบบที่ทันสมัยขึ้น บริการครบวงจร ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และอยากเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

- เมืองเนลสัน (Nelson) ประเทศนิวซีแลนด์ ตั้งอยู่ทางตอนบนของเกาะใต้ เป็นที่รู้จักกันดีในฐานะเมืองแห่งศิลปะ และการสร้างสรรค์ และยังได้สะท้อนให้เห็นแง่มุมต่าง ๆ ของวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการแกะสลักกระดูก การทำลวดลายเครื่องสำริด การทำผ้าทอแบบเมารี และศิลปะการทำอาหารจากทะเล โดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจอยากจะทำลองเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมกับเจ้าบ้าน (Raymond, C., 2008) อาจกล่าวได้ว่า ประเทศนิวซีแลนด์ได้นำเอาวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตในอดีตมาปรับใช้เป็นกิจกรรม และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ให้นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามามีส่วนร่วม โดยเจ้าบ้านจะสร้างกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการพัฒนาตนเองตลอดเวลา และสามารถสัมผัสถึงวิถีชีวิตได้อย่างแท้จริง

- เมืองเซโตะ (Seto) เมืองเกียวโต (Kyoto) ประเทศญี่ปุ่น

เมืองเซโตะ (Seto) เมืองเกียวโต (Kyoto) ได้รับการขนานนามว่าเป็น “pottery town” เนื่องจากมีการจัดเทศกาลเครื่องเซรามิกที่ยิ่งใหญ่ (Pottery studio) ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง และฤดูใบไม้ผลิของทุกปี ที่มีกิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมสอนการปั้นเครื่องเซรามิก (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556) จะเห็นว่า ประเทศญี่ปุ่นนำเอาวัฒนธรรมเพียงเล็กน้อยมาปรับใช้โดยใช้กระบวนการสร้างสรรค์เป็นส่วนใหญ่ นำเอาสิ่งที่เป็นที่นิยมในประเทศของตนเองมาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกิจกรรมให้แก่พื้นที่ของตน ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรม และได้ความรู้กลับไป รวมถึงเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่เข้ามาชมแล้วก็เลือนหายไปในความทรงจำ แต่การได้ลงมือทำจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและจดจำได้เป็นอย่างดีโดยใช้เทคโนโลยีปัจจุบัน ช่วยให้กิจกรรมดำเนินไปได้อย่างสะดวก รวดเร็วขึ้น เช่น การใช้เครื่องมือมอเตอร์หมุนฐานปั้น เป็นต้น นอกจากนี้ชุมชนยังสามารถรักษาองค์ความรู้นี้ไว้จากรุ่นสู่รุ่น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทั้งสี่ตัวอย่างนี้ได้ชี้ให้เห็นแง่มุม และความสำคัญที่แต่ละกรณีได้นำเอาวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาปรับใช้อย่างสร้างสรรค์ แต่รูปแบบเหมือนกัน คือ เป็นกิจกรรม และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างสิ่งดึงดูดในนักท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน โดยการนำเอาวัฒนธรรม องค์ความรู้ มาเพียงเล็กน้อยมาเป็นแนวคิดหลัก ผสมกับความคิดสร้างสรรค์เป็นส่วนใหญ่เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จัดการกระบวนการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น และใส่เนื้อหาให้ทันสมัยเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น อย่างประเทศโปรตุเกส ได้นำเอา

วัฒนธรรมมาปรับใช้โดยการดึงช่วงเวลาที่สำคัญช่วงหนึ่งมาเป็นแกนหลัก แล้วใช้ความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาจำลองเทศกาลให้ย้อนเวลากลับไปในยุคกลางเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ประเทศสหรัฐอเมริกานำวัฒนธรรมอินเดียแดงมาพัฒนาเป็นเรื่องราวเพื่อให้สถานที่เกิดความน่าสนใจ มีเนื้อหามากยิ่งขึ้น ประเทศนิวซีแลนด์นำเอาวัฒนธรรมวิถีชีวิตของตนมาปรับใช้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมได้ความรู้ และประสบการณ์กลับไปและประเทศญี่ปุ่นมีการนำเอาวัฒนธรรมความนิยมของประเทศมาปรับใช้ คือ เครื่องสังคโลก แต่ได้นำมาพัฒนาอย่างสร้างสรรค์

อาจกล่าวได้ว่าเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีรูปแบบมีการนำเอาทุนวัฒนธรรมมาปรับใช้เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้เป็นส่วนใหญ่เพื่อเป็นแนวคิดหลักให้แก่เมือง โดยการนำเรื่องช่วงเวลาที่สำคัญอย่าง ร.ศ.124 หรือสมัยรัชกาลที่ 5 และจำลองวิถีชีวิตของชาวบ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับคนทุกชนชั้น และอาชีพต่างๆ ที่เลือนหายไปในปัจจุบัน รวมถึงการนำเอาประวัติศาสตร์มาเป็นส่วนประกอบของเมืองเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เช่น นำชื่อถนนในกรุงเทพฯ ที่ได้ชื่อมาจากพระโอรสของรัชกาลที่ 5 มาเป็นชื่อย่านต่าง ๆ ในย่านการค้าเพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศ และการนำเอาความชอบของชนชั้นสูงในสมัย รัชกาลที่ 5 อย่างการชมศิลปะการแสดง มาเป็นหนึ่งในกิจกรรม นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอีกมากที่นำเอาทุนวัฒนธรรมมาปรับใช้ให้เป็นกิจกรรมยกตัวอย่างเช่น กิจกรรมการประกอบอาหาร กิจกรรมการสีข้าว เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมได้รับความรู้ และประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น

2.3 แนวคิดการจัดการ

2.3.1 ความหมายของการจัดการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545, หน้า 18 - 19) ได้ให้ความหมายของคำว่า การจัดการ ไว้ว่า เป็นการกำหนดแผนงานต่างๆ เป็นสิ่งที่สำคัญ มีไว้เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และทำให้จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้เกิดผลสำเร็จด้วยดี โดยมีผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ดูแล มักใช้ในการบริหารในหน่วยงานราชการเป็นส่วนใหญ่ มีแนวทางในการดำเนินงานที่ทุกแนวทางล้วนมีความเชื่อมโยงกันโดยตรง คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/ Directing) และอำนวยการควบคุม (Controlling) หากสามารถปฏิบัติได้ตามกระบวนการที่วางไว้องค์กรจะถือได้ว่ามีองค์กรประสิทธิภาพที่ดี

วิโรจน์ สารัตนะ (2545, หน้า 3 - 5) ได้กล่าวว่า การบริหาร เป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยใช้หน้าที่หลักทางการบริหารอย่างน้อย 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม มีผู้บริหารเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบที่จะให้มีการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยหลักการการบริหารที่สำคัญที่สุด คือการวางแผน (Planning) เนื่องจากไม่ว่าจะทำสิ่งใดก็ตาม ต้องเริ่มต้นด้วยการวางแผนเป็นอันดับแรก องค์ประกอบของกระบวนการวางแผนจะประกอบไปด้วย ภารกิจ จุดหมาย และแผน

จักรกริช หมอประกอบ (2547) สรุปไว้ว่า การบริหารมีความสำคัญต่อทำงานที่มีประสิทธิภาพมาก ถ้าเกิดว่าการบริหารจัดการขาดประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดผลกระทบในแง่ลบต่อบริษัท และสิ่งที่ตั้งไว้ก็จะไม่ประสบความสำเร็จ โดยมีผู้บริหารเป็นผู้ดูแลจัดการกระบวนการต่างๆ ถ้าผู้บริหารมีประสิทธิภาพ มีความรู้ มีแนวคิดทันสมัย และมีกระบวนการบริหารที่ดีก็จะช่วยให้องค์กรก้าวไปข้างหน้า แต่อย่างไรก็ตามกระบวนการขับเคลื่อนไปข้างหน้าต้องอยู่ที่การประสานงานกันของแต่ละฝ่ายด้วย อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเป้าหมายของงาน การมีโครงสร้างองค์กร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างองค์กรไปในทิศทางที่หลากหลาย เช่น ความเป็นผู้นำ (Leading) เป็นสภาวะที่ผู้นำดูแลจัดการ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุจุดหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ หรือการควบคุม (Controlling) เป็นกระบวนการวางกฎระเบียบเพื่อให้การปฏิบัติงานของ องค์กรบรรลุผลตามจุดหมายที่กำหนดไว้ การเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติในองค์กร

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2555) ได้กล่าวว่า การบริหาร หรือเรียกอีกอย่างว่าการจัดการ หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของ โดยจะคำนึงถึงกระบวนการบริหาร และเป็นส่วนสำคัญต่อการบริหาร อันประกอบไปด้วย การบริหารนโยบาย (policy) การบริหารอำนาจหน้าที่ (Authority) การบริหารคุณธรรม (Morality) การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม (Society) การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting)

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การจัดการ เป็นการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรไปสู่เป้าหมายหรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ถือว่าเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เพราะหากไม่มีการบริหารจัดการจะทำให้องค์กรขาดความเป็นระเบียบซึ่งจะทำให้เกิดผลที่เป็นแง่ลบแก่ตัวองค์กรเอง ดังนั้นจึงต้องมีผู้บริหารเป็นผู้ดูแลอย่างใกล้ชิด ต้องเป็นคนที่มีความสามารถ มีความรู้ มีทัศนคติที่ดี พัฒนาทั้งตนเอง และองค์กรอยู่เสมอ ซึ่ง

การบริหารจะมีหลักการที่สำคัญที่ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ คือการวางแผน การจัดองค์การ การเป็นผู้นำ และการควบคุม

2.3.2 องค์ประกอบการจัดการ

องค์ประกอบการจัดการ เป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการจัดการดำเนินงานของหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องกับ ทรัพยากรมนุษย์ สิ่งของ และหน่วยงาน โดยจะครอบคลุมเรื่องต่างๆ ทั้งเนื้อหาสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการจัดการ และช่วยควบคุมให้เนื้อหางานมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2555)

สัญญา เคนาภูมิ (2557) ได้แบ่งองค์ประกอบการจัดการไว้ 3 อย่าง (3M) อันประกอบด้วย

1. Man คือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์
2. Money คือ การบริหารงบประมาณ
3. Management คือ การบริหารงานหรือการจัดการทั่วไป เช่น การวางแผน การปฏิบัติงาน การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

มานะ ทองสีมา (2557) ได้กล่าวว่า ปัจจัยในการบริหาร มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (4M) ดังต่อไปนี้

- 1) คน (Man) ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการบริหารงาน หรือองค์การต่างๆ เพราะการทำงานทุกอย่างจำเป็นต้อง มีบุคคลที่มีคุณภาพในการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบต่อองค์กร และงานที่ได้รับมอบหมาย
- 2) เงิน (Money) งบประมาณก็เป็นอีกสิ่งที่จะต้องทุกองค์กรจำเป็นที่จะต้อง มีงบประมาณเพื่อการดูแล หรือบริหารงานภายในองค์กร หากไม่มีงบประมาณการบริหารงานของหน่วยงานก็ยากที่จะบรรลุจุดประสงค์ที่ตั้งไว้
- 3) ทรัพยากรหรือวัสดุ (Material) การบริหารจำเป็นต้องมีวัสดุอุปกรณ์ หรือทรัพยากรในการบริหาร หากหน่วยงานขาดวัสดุอุปกรณ์ หรือทรัพยากรในการบริหารจะเป็นอุปสรรค และก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารงาน
- 4) การจัดการ (Management) เป็นหน้าที่ของผู้บริหารโดยตรง หมายความว่า เป็นตัวประสานที่สำคัญที่สุดในการกำกับปัจจัยทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้น ให้สามารถ

ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพจนบรรลุเป้าหมายตามที่หน่วยงานต้องการ ซึ่งรูปแบบการบริหารจัดการนั้นจะขึ้นอยู่กับ ทักษะคติของผู้บริหารแต่ละคนเป็นสำคัญ สอดคล้องกับ เสกมนต์ สัมมาเพชร (2559) ได้ศึกษาปัจจัยพื้นฐานที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารการพัฒนาเมืองสำคัญ ประกอบด้วย 4ด้าน (4M) ได้แก่

- 1) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Man) โดยแยกออกเป็นประเด็น ดังนี้
 1. การวางตัว หรือแต่งตั้งบุคลากร อย่างเหมาะสมกับความถนัดของที่ตามแต่ละบุคคลมีความสามารถ
 2. การพัฒนาคุณภาพบุคลากรถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ที่ทางองค์กรควรให้ความสำคัญเช่นกัน และควรมีการฝึกอบรมเป็นประจำ
 3. บุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสามารถ มาช่วยแนะนำในการพัฒนาบุคลากร
 4. การแลกเปลี่ยน หรือยืมตัวบุคลากรจากหน่วยงานอื่นมาปฏิบัติหน้าที่ตำแหน่งที่ จำเป็น
 5. ผู้บริหารของหน่วยงานต้องทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดี
- 2) การบริหารงบประมาณ (Money) โดยแยกออกเป็นประเด็น ดังนี้
 1. การได้รับการจัดสรรงบประมาณเพียงพอต่อการบริหาร
 2. การรายงานงบประมาณต้องถูกต้องตามระเบียบ และควรมีการตรวจสอบอย่างเข้มงวด
 3. การสนับสนุนให้หน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบงบประมาณ
 4. การใช้จ่ายงบประมาณอย่างประหยัด เพื่อให้เกิดคุณค่า และประโยชน์ที่สุด
- 3) การบริหารงานทั่วไป (Management) โดยแยกออกเป็นประเด็น ดังนี้
 1. การวางแผน ปฏิบัติตามแผน และประเมินผลอย่างเป็นระบบ
 2. มีการแจ้งเวียนประกาศ และคำสั่งให้ผู้เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง
 3. ผู้บริหารมีภาวะผู้นำสูง เช่น กล้าตัดสินใจ กล้าแสดงออก และกล้าเผชิญกับปัญหาเมื่อเกิดขึ้น
 4. ผู้บริหารเป็นผู้นำมีอาชีพ เช่น มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความคิดริเริ่ม ทันทต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

- 4) การบริหารวัสดุอุปกรณ์ (Material) โดยแยกออกเป็นประเด็น ดังนี้
 1. วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ และทันสมัมาใช้ปฏิบัติงาน
 2. วัสดุอุปกรณ์เพียงพอ และมีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์
 3. ระบบการบำรุงรักษาวัสดุอุปกรณ์อย่างเข้มงวดและมีการทดแทนวัสดุอุปกรณ์อย่างมีระบบ

ในขณะที่สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ (2550) ได้จำแนกองค์ประกอบการบริหารไว้ 5 ประการ (5M) ดังต่อไปนี้

1. คน (Man) ถือได้ว่าเป็นหัวใจขององค์กร โดยบุคคลากรนั้นจะก่อให้เกิดผลต่อความสำเร็จในการจัดการ
2. เงิน (Money) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้กิจกรรม และดำเนินการขององค์กร
3. วัสดุ (Materials) วัสดุหรืออุปกรณ์ จำเป็นต้องมีคุณภาพเพื่อความสะดวก และปลอดภัยแก่ผู้ปฏิบัติงาน และควรมีต้นทุนที่ต่ำ ทั้งนี้เพื่อลดการเกิดผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต
4. เครื่องจักร (Machine) เครื่องจักรอุปกรณ์ ควรมีศักยภาพที่ดี ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิตเช่นกัน
5. วิธีการบริหาร (Management) การบริหารในองค์กรธุรกิจ จะประกอบด้วยระบบการผลิต หรือระบบการให้บริการต่างๆ ในส่วนนี้ถ้ามีระบบการบริหารที่ชัดเจน ตลอดจนมีระเบียบขั้นตอน ต่างๆในการทำงาน ย่อมส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

นอกจากนี้ วิลาวรรณ รพีพิศาล (2550: 26-27) ได้กล่าวไว้ค่อนข้างชัดเจนเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหาร 7 ประการ (7M) ดังนี้

1. คน (Man) ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และปฏิบัติตามหน้าที่ของตนให้กับองค์กรมากที่สุด
2. เงิน (Money) เป็นเงินทุนที่ใช้ในการบริหารจัดการ หรือสนับสนุนการการบริหารจัดการ ซึ่งต้องมีเพียงพอ และมีสภาพคล่องในการบริหารงาน
3. วัสดุ-อุปกรณ์ (Material) หมายถึงอุปกรณ์เครื่องใช้ในการปฏิบัติงานทั่วไป

4. การจัดการ (Management) ต้องมีหลัก และวิธีการปฏิบัติงานที่ดีทันสมัยสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่
 5. เครื่องจักร (Machine) ต้องมีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูง
 6. วิธีปฏิบัติ (Method) เป็นเทคนิคพิเศษ หรือวิธีการปฏิบัติงานในรูปแบบต่างๆ ที่ทำให้งานประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น เช่น การให้โบนัสปลายปี การจัดกิจกรรมในต่างจังหวัด
 7. ขวัญและกำลังใจ (Moral) หาวิธีการสร้างขวัญกำลังใจให้บุคลากร รวมมือปฏิบัติงานเกิดความรักในการปฏิบัติงาน และรู้สึกผูกพันอยากอยู่ในองค์กรตลอดไป
- จากข้อมูลการจัดการของนักวิชาการต่างๆ สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5

องค์ประกอบของการจัดการ

	วิลาวรรณ รพีพิศาล (2550)	สุรพันธ์ ฉันทแดน สุวรรณ (2550)	สัญญา เคนา ภูมิ (2557)	มานะ ทองสี มา (2557)	นายเสกมนต์ สัมมาเพชร (2559)
คน (Man)	√	√	√	√	√
เงิน (Money)	√	√	√	√	√
การจัดการ (management)	√	√	√	√	√
วัสดุ – อุปกรณ์ (Material)	√	√	-	√	√
เครื่องจักร (Machine)	√	√	-	-	-
วิธีปฏิบัติ (Method)	√	-	-	-	-

ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

องค์ประกอบของการจัดการ

	วิลาวรรณ รพีพิศาล (2550)	สุรพันธ์ ฉันทแดน สุวรรณ (2550)	สัญญา เคนา ภูมิ (2557)	มานะ ทองสี มา (2557)	นายเสกมนต์ สัมมาเพชร (2559)
ขวัญและกำลังใจ (Moral)	√	-	-	-	-

จากตารางที่ 2.5 จะเห็นได้ว่ามีเนื้อหาที่กล่าวสอดคล้องกันในหลายบริบท ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้วิจัยนำมาปรับประยุกต์ใช้งานวิจัยนี้ โดยจะพิจารณาองค์ประกอบการจัดการทั้งหมด 3 ประเด็น ดังนี้

- 1) คน หรือบุคลากร (Man) กล่าวคือ บุคลากรถือได้ว่ามีความสำคัญมากในการทำงาน ให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นแล้วจึงควรวางตำแหน่งให้เหมาะสมกับความสามารถที่บุคลากรพึงมี และควรให้ความเอาใจใส่กับบุคลากรเป็นสำคัญ ในกรณีเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จะแบ่งบุคลากรออกเป็นระดับบริหาร ถือได้ว่าเป็นหัวเรือใหญ่ในการวางแผนการดำเนินงานต่างๆ แบ่งหน้าที่แต่ละแผนกให้ชัดเจน กำหนดเป้าหมาย คิดในพัฒนาในทุกส่วน และระดับปฏิบัติการที่จะรับคำสั่งจากระดับบริหาร มีหน้าที่ปฏิบัติตามคำสั่งเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้จะแบ่งออกเป็นแผนกต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมในการดูแลอย่างทั่วถึง แต่ละบุคคลจะมีความเชี่ยวชาญ และมีความรู้ในหน้าที่ของตนเอง เช่นการแสดงศิลปนาฏศิลป์ การทำขนม การทำกระบวนการในเรื่องของข้าว เป็นต้น
- 2) เงิน (Money) กล่าวคือ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญเช่นกัน งบประมาณถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ยึดเคลื่อนให้องค์กรยังคงอยู่ หากขาดงบประมาณก็จะไม่สามารถทำให้บรรลุตามเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ได้ ซึ่งในเมืองมัลลิกาจำเป็นต้องใช้งบประมาณที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการสร้างสถาปัตยกรรมที่มีขนาดใหญ่ และหลากหลายในพื้นที่ที่กว้าง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีเจ้าหน้าที่ในการดูแลส่วนต่างๆเป็นจำนวนมาก การ

นำวัสดุ หรือวัตถุดิบมาประกอบกิจกรรมต่างๆ ล้วนแล้วแต่ต้องใช้เงินเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรก้าวไปข้างหน้าทั้งสิ้น

- 3) การจัดการ (management) กล่าวคือ เป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้ เนื่องจากเป็นตัวกำหนดดูแลในส่วนขององค์ประกอบทั้งหมด เพื่อให้อยู่ในแนวทางที่เป็นไปตามกำหนด ไม่รู้ไหลออกไปทางทิศทางที่ไม่พึงปฏิบัติ นอกจากนี้การจัดการ ยังเป็นการช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามที่กำหนดได้อย่างดี โดยการจัดการ ควรได้รับการพัฒนาตามสภาพแวดล้อม หรือสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน กรณีเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 ต้องมีระบบการจัดการที่เข้มแข็ง เนื่องจากมีองค์ประกอบหลายส่วนที่ต้องจัดการไม่ว่าจะเป็น บุคลากร สถานที่ การดำเนินงาน รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อองค์กร และนักท่องเที่ยว

2.3.3 หน้าที่ของการจัดการ

หน้าที่ของการจัดการ คือกระบวนการต่างๆที่ทำให้องค์กรนำมาสู่การประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการ โดยมีทักษะของผู้บริหารเป็นหลักตัวชี้วัดความสำเร็จ (IM2, 2558) โดย Drucker (2538) ได้เสนอหลักการกระบวนการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติในการงาน แนวทาง และระยะเวลาในการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ และเพื่อให้สำเร็จตามแผนที่วางไว้ โดยการวางแผนต้องควบคุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการมอบหมายงานให้บุคคลในแต่ละแผนกได้ปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้ และเมื่อแผนกประสบความสำเร็จก็จะทำให้ องค์การประสบความสำเร็จไปด้วยดี
3. การเป็นผู้นำ (Leading) เป็นการจูงใจ ชักนำ กระตุ้น และชี้ทิศทางให้ดำเนินไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการเพิ่มผลผลิต และเน้นมนุษยสัมพันธ์ทำให้เกิดระดับผลผลิตในระยะยาว ที่สูงกว่าภาวะงาน
4. การควบคุม (Controlling) เป็นหน้าที่ของผู้บริหาร ที่จะต้องรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับผลงานปัจจุบันกับเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้ และทำการตัดสินใจในการดำเนินการ

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2549) กล่าวว่า ผู้บริหารจะประสบความสำเร็จ โดยการประยุกต์ใช้ 4 หน้าที่ในกระบวนการจัดการ ได้แก่

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงานขององค์การในอนาคต ตัดสินใจในงาน และประโยชน์จากทรัพยากรให้เป็นไปตามที่ต้องการเพื่อให้มากที่สุดเพื่อที่จะสามารถบรรลุผลสำเร็จ ในส่วนของการปฏิบัติตามกลยุทธ์ การวางแผนจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมาย และการประสานประสาน รวมถึงการประสานงานกิจกรรมต่างๆในทุกระดับขององค์การ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริหารในแต่ละหน้าที่เข้าใจทิศทางเดียวกันทั้งนี้ ผู้บริหารระดับสูงจะกำหนดแนวทางสำหรับแผนประสานงานการปฏิบัติการในระดับต่างๆ และสำรวจแผนการปฏิบัติ เพื่อให้มั่นใจว่าจะสอดคล้องกับกลยุทธ์ภาพรวมขององค์การตลอดจนการจัดสรรทรัพยากร
2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการออกแบบและดำเนินการระบบ เพื่อจัดเตรียมโครงสร้างขององค์การ ในการปฏิบัติตามกลยุทธ์โดยผู้บริหารจะต้องกำหนดเป้าหมาย และผู้ปฏิบัติให้ชัดเจน วิธีการรวมกลุ่มงาน ผู้ที่รายงานและรายงานถึงผู้รับผิดชอบ ต่อมาจึงจัดสรรทรัพยากร และความรับผิดชอบสำหรับแต่ละงานให้แก่บุคคล หรือแต่ละกลุ่มภายในองค์การ
3. การนำ (Leading) เป็นหน้าที่งานอย่างหนึ่งในการจัดการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้ความสามารถในการจูงใจผู้ที่ปฏิบัติตาม ให้ไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ ในหลายกรณีการปฏิบัติการที่ประสบความสำเร็จขึ้นกับทักษะของผู้บริหารในการบริหารกลยุทธ์ ตลอดจนหน้าที่ในการนำประกอบด้วยการติดต่อสื่อสารเพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงกลยุทธ์และกระตุ้นให้ปฏิบัติงานเพื่อ สนับสนุนกระบวนการปฏิบัติการ
4. การควบคุม (Controlling) เป็นขั้นตอนการวัดความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน โดยเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ และใช้วิธีการแก้ไขเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการปฏิบัติงานสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ การใช้เทคนิคการควบคุมจะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจว่า กลยุทธ์มีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง และมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่

เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2553) กล่าวว่ากระบวนการจัดการมี 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) หรือเรียกว่า POLC มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การวางแผน เป็นหลักการแรก และสำคัญที่สุดของทุกองค์การทั้งที่เป็นภาครัฐและเอกชน นำมาใช้เพื่อความก้าวหน้าในอนาคตขององค์การ ทั้งนี้เนื่องจากความสำเร็จที่ได้รับจากการทำงานขึ้นอยู่กับความชัดเจน และรายละเอียดที่รัดกุมของแผนงาน การวางแผนอย่างเป็นระบบจึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดทิศทางองค์การเป็นอย่างดี
 2. การจัดองค์การ เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องจากการวางแผน โดยมุ่งเน้นด้านการจัดกระบวนการภายในองค์การ ทั้งโครงสร้างองค์การ การกระจายอำนาจ และการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเห็นถึงความพยายามขององค์การที่ต้องการมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริหารงาน
 3. การนำ เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงาน เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้ เป็นหน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารที่ต้องใช้อำนาจหน้าที่ในการมอบหมาย และสั่งการให้ผู้ปฏิบัติงาน ดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้
 4. การควบคุม เป็นหน้าที่หลักในการจัดการระบบงาน และระบบคนตั้งแต่เริ่มการวางแผน โดยมีการตรวจสอบการทำงานเพื่อให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้วางไว้ หากพบว่าไม่เป็นไปตามที่กำหนดก็สามารถทำการปรับเปลี่ยนวิธีการให้สามารถดำเนินไปในแนวทางที่เหมาะสมเพื่อให้งานสำเร็จตามแผนที่วางไว้เป็นสำคัญ ในขั้นตอนนี้จะรวมถึงการสรรหา และคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งงาน ติดตาม และ ประเมินผลการปฏิบัติงาน ทั้งในด้านบุคลากร การเงิน และผลของงาน
- นอกจากนี้ ปรากฏ ขวัญหลาย ได้สรุปหน้าที่ของการจัดการตาม POLC ไว้ว่ายังคงเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning) คือ การกำหนดจุดมุ่งหมายต่างๆ ที่ต้องการให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ รวมถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับการปฏิบัติที่เหมาะสมและมีความจำเป็นต่อการบรรลุจุดมุ่งหมาย โดยการวางแผนก็จะครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ เช่น การวิเคราะห์ SWOT การกำหนดทิศทางขององค์การ การกำหนดทางเลือกของการบริหาร เป็นต้น
2. การจัดองค์การ (Organization) คือ ต้องสร้างองค์การให้มีลักษณะพลวัต กล่าวคือ การกำหนดบทบาทหน้าที่ในการบริหาร กำหนดความรับผิดชอบระหว่างผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา องค์การที่มีลักษณะเป็นพลวัตจะให้ความสำคัญ

กับคนมากที่สุด ผู้บริหารต้องสามารถดึงดูดคนเข้าสู่องค์กร และรักษาคนไว้เพื่อนำ
ทุนทางปัญญามาใช้ประโยชน์แก่องค์การของตนเอง

3. การนำ (Leadership) คือ การระดมกำลังคน กล่าวคือการทำหน้าที่ผู้บริหารที่ดีจะต้องมี
ความสามารถในการระดมกำลังคนให้สามารถใช้ความสามารถและสมองให้เกิด
ประโยชน์สูงสุด โดยผู้นำจะต้องมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดทิศทาง
การสร้างแรงจูงใจ และการสื่อสารกับบุคลากรได้เป็นอย่างดี
4. การควบคุม (Control) คือ การเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลง ในการบริหารจะ
ประกอบด้วยกิจกรรมง่ายๆ 2 อย่างคือ การคิดและการกระทำ โดยมีบุคคลสำคัญของ
ทั้งสองกลุ่มคือ ผู้คิด (Thinker) และผู้ทำ (Doer) หากปราศจากการควบคุมที่ดี
การวางแผนการจัดองค์กร และการนำก็จะสำเร็จไม่ได้เช่นกัน การควบคุมประกอบ
ไปด้วยกิจกรรมการตรวจสอบ การตรวจงาน การประเมินผล การควบคุมเกี่ยวข้อง
กับการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งการควบคุมจะลดความสูญเสียในองค์กร
หน้าที่ หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานที่ผู้บริหารต้อง กระทำในปัจจุบันมีหน้าที่ 4 ประการ

ได้แก่ (วาทีน ประชานันท์, 2557)

1. การวางแผน (Planning) เป็นหน้าที่แรกที่มีความสำคัญของการจัดการโดยกำหนด
วัตถุประสงค์ขององค์กร และวิธีปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การ
วางแผนต้องอาศัยประสบการณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆที่คาดว่าจะเกิดขึ้นใน
อนาคต ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ทำให้เกิดความชัดเจนใน
การดำเนินการ เกิดการประหยัด เกิดการประสานงานที่ดีระหว่างในองค์กร ซึ่งการ
วางแผนเป็นหน้าที่ของผู้บริหารทุกระดับไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหาร
ระดับกลาง หรือผู้บริหารระดับต้น โดยแผนที่ดีจะต้องนำไปปฏิบัติได้จริง มีความ
ยืดหยุ่นสามารถปรับให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ และเป็นที่ยอมรับของ
บุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแผนนั้นๆ
2. การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการกำหนดโครงสร้างขององค์กร เพื่อให้การ
ดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระเบียบ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ การกำหนด
โครงสร้างขององค์กรจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของกิจการ ดังนั้นโครงสร้างของ
แต่ละองค์กรจึงมีความแตกต่างกันออกไป โดยในโครงสร้างขององค์กรจะต้องระบุ
หน้าที่ และความรับผิดชอบ ซึ่งจะทำให้สมาชิกในองค์กรได้รู้ถึงบทบาทและหน้าที่

ของตนเอง และผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นถึงการติดต่อประสานงานระหว่างแผนกงานต่างๆในองค์กร หลักการในการจัดโครงสร้างองค์การพิจารณาวัตถุประสงค์ขององค์การแบ่งงานกันทำโดยอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแยกสายการปฏิบัติงาน ทั้งนี้โครงสร้างองค์การควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม กับสภาพเศรษฐกิจที่แปรเปลี่ยนตลอดเวลา พิจารณาการทำงานที่ต้องอาศัยความต่อเนื่องของเวลา

3. การชี้นำ (Leading) เป็นการสั่งการ และจูงใจให้ทุกฝ่ายทำงานร่วมกันอย่างเต็มใจ โดยมีจุดมุ่งหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ
4. การควบคุม (Controlling) เป็นการพยายามทำให้ผลของการปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย

4.1 การกำหนดมาตรฐานของผลงานทั้งในด้านปริมาณ ด้านคุณภาพ การใช้ต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายที่เสียไป ระยะเวลาที่ใช้

4.2 การสังเกตการณ์ปฏิบัติงาน และการวัดผลจากการเก็บข้อมูลการปฏิบัติงานของพนักงาน และนำข้อมูลที่ได้มาประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยจะแบ่งเป็นการประเมินผลแบบเป็นทางการ คือการ ประเมินผลที่กำหนดระยะเวลาการประเมินผลซึ่งอาจจะกำหนดปีละครั้ง หรือปีละ 2 ครั้ง ตามความเหมาะสมตามสภาพของงาน และการประเมินแบบไม่เป็นทางการ คือการสังเกตการณ์ และประเมินผล การปฏิบัติตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงาน

จากการสรุป และประมวลผลจากนักวิชาการ พบว่ากระบวนการจัดการประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สอดคล้องไปในทางเดียวกัน ตามตารางที่ 2.6 ดังนี้

ตารางที่ 2.6

หน้าที่การจัดการ

	Drucker (2538)	รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2549)	เนตร์พัฒนา ยาวิราช (2553)	ประกาย ขวัญหลาย	วาทีน ประชนันท์ (2557)
การวางแผน (Planning)	√	√	√	√	√
การจัด องค์การ (Organizing)	√	√	√	√	√
การนำ (Leading)	√	√	√	√	√
การควบคุม (Controlling)	√	√	√	√	√

จากตารางที่ 2.6 ได้มีนักวิจัยหลายท่านกล่าวมาเกี่ยวกับหน้าที่การจัดการมีความสอดคล้องกัน 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การเป็นผู้นำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) หรือสามารถเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า POLC ผู้วิจัยสามารถสรุปรายละเอียดหน้าที่การจัดการได้ ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) เป็นสิ่งแรก และสิ่งสำคัญที่สุดของการจัดการองค์กร เป็นการกำหนดเป้าหมายในอนาคตเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้นโดยมีการกำหนด ขั้นตอน กระบวนการวางแผน ตั้งแต่การเตรียมการ การสร้างแผน การปฏิบัติตามแผน การประเมินผล และตัดสินใจเกี่ยวกับงาน รวมถึงทรัพยากรที่อยู่ในองค์การจะต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุด มีผู้บริหารระดับสูงที่ต้องมีประสบการณ์เป็นผู้กำหนดแผนการ ทั้งนี้ต้องประสานงานทำงานร่วมกับผู้บริหารทุกระดับ แผนงานที่ดีต้องเป็นที่ยอมรับจากบุคคลในองค์การ และสามารถนำไปใช้ได้จริง หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงก็สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการกำหนดแผนงาน

ที่ดีควรกำหนดทั้งระยะยาว และระยะสั้น พร้อมรายละเอียดชัดเจนจะช่วยในการกำหนดทิศทางขององค์กร และแผนให้ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ บทบาทการจัดการของแต่ละแผนก แต่ละบุคคล ซึ่งจะช่วยให้แต่ละคนรู้หน้าที่ของตนเอง และหน้าที่ของผู้อื่นที่ทำงานร่วมกัน และจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ มอบหมายงานให้ทำโดยอาศัยความชำนาญ เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ดังนั้นการจัดองค์การจึงให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์มากที่สุดทั้งนี้เพื่อต้องใช้ทุนทางปัญญา มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม อยู่สม่ำเสมอ
3. การเป็นผู้นำ (Leading) เป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ต้องมีวิสัยทัศน์ มีความคิดริเริ่ม มีความกระตือรือร้นสูง มีความยืดหยุ่น และมีความสามารถในการสื่อสาร จูงใจ ชักนำ ระดมกำลังคนใช้ความสามารถของบุคลากรให้เกิดความสำเร็จเป็นไปตามทิศทางเป้าหมายที่กำหนดไว้ เน้นมนุษย์สัมพันธ์กับบุคลากรซึ่งจะทำให้เกิดผลผลิตในระยะยาว
4. การควบคุม (Controlling) เป็นขั้นตอนหลักในการจัดการระบบตั้งแต่เริ่มวางแผน และวัดความคืบหน้าในการปฏิบัติงานโดยเทียบกับแผนที่วางไว้ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ หากไม่มีการควบคุมที่ดีก็ไม่สามารถไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ แต่สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการให้สามารถดำเนินไปในแนวทางที่เหมาะสมเพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยการควบคุมประกอบไปด้วย การกำหนด มาตรฐานของผลงาน กิจกรรมการตรวจสอบ การสังเกตการณ์ปฏิบัติงาน การประเมินผล ทั้งนี้การควบคุมจะช่วยลดความสูญเสียในองค์การ

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของเมืองมัลลิกาได้นำเอาวัฒนธรรม มานำเสนอในรูปแบบเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นสิ่ง ดึงดูดใจทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมา เช่น ภาษา อาหาร การแต่งกาย การแสดง สถาปัตยกรรม วิถีชีวิต ของคน ในสมัยรัชกาลที่5 พร้อมกับสะท้อนวัฒนธรรม ดั้งเดิมในสมัยนั้น อีกทั้งยังได้ความรู้ผ่านพิพิธภัณฑ์ก่อนเข้ามาในตัวเมืองมัลลิกาแก่นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมพร้อมทั้งเพลิดเพลินผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การเล่นดนตรีไทย การร้อยมาลัย การทำขนม เป็นต้น สิ่งสำคัญคือเมืองมัลลิกายพยายาม ถ่ายทอด ปลูกฝังวัฒนธรรมไทย และสร้างจิตสำนึกผ่านการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถ

รับทุกอย่างได้อย่างเต็มที่ มีประสบการณ์ การเรียนรู้ และด้วยเหตุที่เมืองมัลลิกามีการปรับใช้วัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ การประเมินความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์จึงเป็นการแสดงให้เห็นความโดดเด่นในการจัดการของเมืองมัลลิกา ผ่านตำแหน่งสถานที่ตั้ง รูปแบบ การออกแบบ การใช้งาน ความรู้สึก คุณสมบัติอื่นๆ อีกทั้งยังได้มีการพิจารณาการจัดการ เพื่อสามารถนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน โดยได้เน้นการวิเคราะห์ออกเป็นเรื่องการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) เพราะถือว่าเป็นแกนสำคัญที่ขับเคลื่อนให้เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มุ่งไปข้างหน้า และยั่งยืน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554; น. ง) การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ในครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยกลุ่มเป้าหมายจะจำแนกตาม ประชากรศาสตร์ ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความคิดเห็นต่อการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มี ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจุดเริ่มต้นของการเดินทาง ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหารไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ

นิภาวรรณ หวังวิไล (2556; น. 1) การศึกษาเรื่องการจัดการศิลปะการแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม : กรณีศึกษา "รำกะเหรี่ยง" อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี การวิจัยในครั้งนี้เป็นระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการศิลปะการแสดงรำกะเหรี่ยงเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม และแนวทางการจัดการศิลปะการแสดงรำกะเหรี่ยงเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม กลุ่มเป้าหมายมีสองกลุ่มคือ กลุ่มชาวกะเหรี่ยงที่อาศัยอยู่ในอำเภอสวนผึ้งดั้งเดิม และกลุ่มที่อพยพมาจากพม่า ความเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เห็นว่าการอนุรักษ์ศิลปะการแสดงรำกะเหรี่ยงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็น

ของแท้ การอนุรักษ์ควรอยู่ในรูปแบบศูนย์การเรียนรู้ในศูนย์ศิลปวัฒนธรรมกะเหรี่ยงแบบมีชีวิตในอำเภอสวนผึ้ง พวกเขาเห็นว่าสถานที่ที่เหมาะสมที่สุดคือบ้านปอวิ ตำบลตะนาวศรี

ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559; น. ง) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว ทัศนศึกษา : ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือเพื่อศึกษา และเปรียบเทียบความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในด้านต่างๆของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อรวบรวมสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต การศึกษาค้นคว้านี้ได้ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 73 ราย จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในด้านความสะดวกทางกายภาพ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการให้บริการ ระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ ด้านความปลอดภัยต่อบุคคลและทรัพย์สิน และด้านใช้จ่ายและการเงิน

ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554; น. ค) การศึกษาแรงจูงใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทัศนศึกษา: อำเภอเมือง จังหวัดน่าน การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยทัศนศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามสถิติ จากการศึกษาพบว่า มีนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวคือ สถานที่ที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ด้านความสวยงามและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

อภิญา ขวานอก. (2558; น. 1) การศึกษาเรื่องความจริงแท้ของระบำโบราณคดีในร้านอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความจริงแท้ของระบำโบราณคดีในร้านอาหารและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความจริงแท้ในการแสดงระบำโบราณคดีในร้านอาหาร ในครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงคุณภาพ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า การแสดงระบำโบราณคดีในร้านอาหารมีความจริงแท้ในระดับปานกลาง ถึง มาก โดย เครื่องแต่งกายมีความจริงแท้มากที่สุด เครื่องดนตรีมีความจริงแท้ระดับมาก และท่ารำนมีความจริงแท้ระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความจริงแท้ของการแสดงระบำโบราณคดี คือกระแสโลกาภิวัตน์การท่องเที่ยวและการจัดการเชิงพาณิชย์ จึงต้องมีเปลี่ยนแปลงการแสดงแบบดั้งเดิมในบางส่วนพร้อมกับเปลี่ยนแปลงการแสดงสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันควบคู่ไปกับการรักษาความจริงแท้

อำไพพรรณ รัตนปภาณี. (2550; น. 1) การศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความแปรปรวน การศึกษาครั้งนี้พบว่า แรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการคมนาคมขนส่ง ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นแรงจูงใจระดับกลาง ผลการเปรียบเทียบ พบว่านักท่องเที่ยวยที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจในด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม และเพื่อศึกษามุมมองมิตិความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะผู้บริหารในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และเจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยมีวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผู้บริหารเมืองมัลลิกา เจ้าหน้าที่เมืองมัลลิกา ทั้งนี้ผู้วิจัยยังได้ใช้วิธีการบันทึกเสียง และจดบันทึกข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์

2. การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยนำกรอบ Hoi An Protocol for the Best Conservation Practice in Asia (UNESCO, 2009) และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มาออกแบบเป็นเครื่องมือเป็นตารางประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่ได้จากการค้นคว้ามาจากห้องสมุดหรือหน่วยงานอื่นที่เก็บรวบรวมไว้ เช่น รายงานการวิจัย เอกสารสิ่งพิมพ์ เอกสารต่างประเทศ เว็บไซต์ แผนพัฒนาต่างๆ เป็นต้น

3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

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

3.2.1 ฝ่ายผู้บริหารของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในประเด็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 จำนวน 1 ท่าน คือ คุณตฤณ สิบพลาง ผู้บริหารทั่วไป

3.2.2 เจ้าหน้าที่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จำนวน 65 ท่าน แบ่งเป็นหัวหน้าฝ่าย 21 ท่าน และเจ้าหน้าที่ทั่วไป 44 ท่าน

บุคคลในกลุ่มนี้จะตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษามุมมองมิติความจริงแท้ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.3.3 บุคคล หรือผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะ มรดกวัฒนธรรม ในประเด็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 พร้อมทั้งให้ข้อมูลเพื่อพิจารณาความจริงแท้ โดยจะมีแนวคำถามให้ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ดร.ภูวษา เรืองชีวิน อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารศิลปะและวัฒนธรรมสาขาพื้นฐาน และทฤษฎีศิลปะ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ดร.มนัส แก้วบุชา อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารศิลปะและวัฒนธรรมสาขาพื้นฐาน และทฤษฎีศิลปะ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.ปาจริย์ สุขภิรมย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการวัฒนธรรม สาขาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งได้มีการให้ที่ปรึกษาตรวจสอบ เป็นคำถามปลายเปิด 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ภายในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยมีประเด็นคำถามดังนี้

กลุ่มที่1 แนวคำถามของฝ่ายผู้บริหารเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

- ประเด็นการบริหารจัดการ

กลุ่มที่2 แนวคำถามของเจ้าหน้าที่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124

- ประเด็นการทำงานในแต่ละวัน
- ประเด็นความรู้สึกที่มีต่อเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และหน้าที่ที่ตนได้รับมอบหมาย

ทั้ง 2 กลุ่มนี้จะตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ยังได้มีตารางประเมินมิติตามจริงแท้ และมิติกระบวนการสร้างสรรค์ ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน เป็นผู้ประเมินเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยในส่วนของมิติตามจริงแท้ได้นำกรอบ Hoi An protocol for the best conservation practice in Asia (UNESCO, 2009) มาออกแบบเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยได้ตั้งประเด็นหลักๆออกมาประเมิน ได้แก่ ตำแหน่งที่ตั้ง และสถานที่ตั้ง (Location & Setting) รูปแบบ และการออกแบบ (Form & Design) และการใช้ และหน้าที่ (Use & Function) และจะนำมาประเมินในส่วนของสิ่งดึงดูดใจ อันประกอบไปด้วย สถาปัตยกรรม บ้านเรือน, สถาปัตยกรรมย่านการค้า องค์กรประกอบอื่นๆ ศิลปะการแสดง ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 และส่วนของกิจกรรม อันประกอบไปด้วยกิจกรรมการประกอบอาหาร กิจกรรมการสืบทอด โดยมียุทธศาสตร์แบบดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

รูปแบบตารางประเมินมิติความจริงแท้

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง					
รูปแบบ และ การออกแบบ					
การใช้ และ หน้าที่					

ในส่วนของมิติกระบวนการสร้างสรรค์ได้นำกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) มาออกแบบเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยได้ตั้งประเด็นหลักๆ ออกมาประเมิน ได้แก่ การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้, การนำองค์ความรู้มาใช้, การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ และการสร้างประสบการณ์ และจะนำมาประเมินในส่วนของสิ่งดึงดูดใจ อันประกอบไปด้วย สถาปัตยกรรมบ้านเรือน, สถาปัตยกรรมย่านการค้า, องค์กรประกอบอื่นๆ, ศิลปะการแสดง, ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 และส่วนของกิจกรรม อันประกอบไปด้วยกิจกรรมอาหารคาว และอาหารหวาน, กิจกรรมทางเลือก โดยมีรูปแบบดังตารางที่ 3.2

ตาราง 3.2

รูปแบบตารางประเมินมิติกระบวนการสร้างสรรค์

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติกระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมาใช้					
การนำองค์ความรู้ มาใช้					
การนำความคิด สร้างสรรค์มาใช้					
การสร้าง ประสบการณ์					

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยเมื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่มาวิเคราะห์ และเขียนผลการวิจัยในลักษณะเชิงบรรยาย พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลตามกรอบการวิจัย โดยในส่วนของ การประเมินมิติความจริงแท้ และมิติการบวนการสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 5 ระดับ ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด, ระดับ 4 หมายถึง มาก, ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง, ระดับ 2 หมายถึง น้อย และระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ ดังนี้ (ประคอง กรรณสูตร, 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

เพื่อที่จะทราบแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และ
เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนำมาเป็นข้อเสนอแนะต่อไป



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในบทนี้จะนำเสนอข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้บริหารเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 พร้อมทั้งผู้วิจัยมาวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้รับ และข้อมูลที่ลงภาคสนาม โดยประเด็นที่ผู้วิจัยนำเสนอเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้คือ เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม และศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยจะกล่าวถึงประวัติความเป็นมา สถานที่ตั้ง โครงสร้างองค์กร รวมไปถึงแสดงให้เห็นเรื่อง การจัดการ ทั้งเรื่องของการจัดการคน การวางแผนการจัดการ และการจัดการสถานที่ซึ่งประกอบกับ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประกอบไปด้วย การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และสิ่งดึงดูดใจที่แบ่งออกเป็นมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และมรดก วัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage)

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่พานักท่องเที่ยวย้อนกลับไปในอดีตโดยการ จำลองวิถีชีวิตของคนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยปลายรัชกาลที่ 5 สมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดย นำช่วงเวลา ร.ศ.124 มาต่อยอดทำเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชีวิต ทำให้คนรุ่นหลังได้เข้ามาเรียนรู้ และ ศึกษาประวัติศาสตร์ของตนเองในอีกรูปแบบหนึ่ง รวมไปถึงยังมีกิจกรรมต่างให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามา สัมผัสวัฒนธรรม สนุกสนานเพลิดเพลินให้การเรียนรู้สามารถจดจำได้ง่าย เพราะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม

4.1 ประวัติความเป็นมา

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ตั้งอยู่บริเวณ ตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ตามทาง หลวงหมายเลข 323 เส้นทางสายกาญจนบุรี - ไทรโยค เมื่อถึงกิโลเมตรที่ 15 เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จะ ตั้งอยู่ทางด้านซ้ายมือทางเข้าจะไม่ใหญ่มาก อยู่ติดกับข้างปั้มน้ำมันบางจาก ก่อนถึงทางเข้าปราสาทเมือง สิงห์เพียงเล็กน้อย เนื่องจากทางไปเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นถนนใหญ่ที่ออกมานอกเมือง บริเวณโดยรอบ จะมีปั้มน้ำมันบางจากซึ่งอยู่ติดกับทางเข้ามีร้านกาแฟเล็กๆ และร้านอาหารป้าอยู่ 2-3 ร้าน

ร้านขายของชำ มีบ้านคนกระจายกันอยู่บางตา บริเวณตรงข้ามมีเจียไต๋ฟาร์ม ห่างจากตัวเมืองกาญฯ 32 กิโลเมตร (ภาพที่4.1)



ภาพที่ 4.1 แผนที่ทางไปเมืองมัลลิกา

ที่มา: www.mallika124.com (2561)

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ก่อตั้งขึ้นบนพื้นที่กว่า 60 ไร่ เกิดจากความคิดที่นายพลศักดิ์ ประกอบมีความประสงค์จะจำลองสถานที่ท่องเที่ยวให้มีชีวิตจริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงวิถีชีวิต และภูมิปัญญาไทย ไม่ต้องการให้เที่ยวเพียงซากปรักหักพัง ซากวัฒนธรรม รูปภาพ รูปปั้นสถานที่ และอ่านแต่ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ แต่อยากให้คนรุ่นหลังได้เข้าเห็น และสัมผัสวิถีชีวิตของคนในเมือง และการใช้ชีวิตของทุกคนขึ้น ดังนั้นจึงเกิดแรงบันดาลใจยุคสมัยที่มีความสำคัญ และเอกลักษณ์ที่จะสามารถต่อยอดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งได้ จึงได้เลือกจำลองวิถีชีวิตของคนไทยบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ในยุคสมัยสมัยรัชกาลที่ 5 ร.ศ.124 ที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นหลายด้าน ที่สำคัญที่สุดคือมีการเลิกทาส เมื่อทาสได้รับอิสรภาพแล้วต้องใช้ชีวิต อยู่อาศัย และทำมาหากินด้วยตนเอง ไม่ได้อยู่ภายใต้การดูแลของบรรดาเจ้านาย ด้วยการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเหล่านี้ ถือนับเป็นรากเหง้าในการใช้ชีวิตสำคัญของคนไทยในยุคปัจจุบัน และเป็นปีที่คนไทยในสยามประเทศในอดีตมีความสุขมากที่สุด เพราะเป็นช่วงระหว่างรอยต่อเปลี่ยนถ่ายความเจริญที่จะเข้ามาจนถึงปัจจุบัน จากการที่รัชกาลที่5 เสด็จประพาสยุโรป และนำเอา

นวัตกรรมใหม่ๆเข้ามา กรุงเทพมหานครจึงกลายเป็นเมืองท่านานาชาติที่คาลาล้าไปด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรม และประเพณี การผสมผสานทางวัฒนธรรมนำมาซึ่งแบบแผนการใช้ชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะ โดยมีคนนิยามว่ายุคสมัยนี้ว่าเป็นยุคทองแห่งความศิวิไลซ์ (กชกรณ, 2551) อีกทั้งยังอยากให้คนรุ่นหลังได้สำนึกในพระมหากรุณาธิคุณในพระปรีชาสามารถของในหลวงรัชกาลที่ 5 และเห็นถึงความวิจิตรบรรจงในภูมิปัญญา ความสามารถของบรรพบุรุษ

เมืองมัลลิกาเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ.2559 โดยคำว่า “มัลลิกา” มาจาก อาจารย์สุลักษณ์ ศิวลักษณ์ เนื่องจากคำว่า มัลลิกา เป็นชื่อของแม่น้ำเล็ก ๆ สายหนึ่งในประเทศพม่า ต้นกำเนิดของแม่น้ำอิรวดี เป็นแหล่งรวบรวมอารยธรรมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้นเมืองมัลลิกาจึงเปรียบเสมือนเป็นแหล่งรวบรวมอารยธรรมในสมัย ร.ศ.124 นอกจากนี้ยังเป็นชื่อมงคล เพราะอุบาสิกามหามัลลิกา อยู่ข้างพระพุทธเจ้าก่อนดับขันธปรินิพพาน

เมื่อได้ชื่อสถานที่แห่งนี้ว่า มัลลิกา นายพลศักดิ์ ประกอบ มีความต้องการให้ชื่อสถานที่มีความสอดคล้องกับยุคสมัยรัชกาลที่ 5 ที่เป็นแก่นเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ จึงได้ขอความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ชาติรี ประกิตนนทกานต์ อดีตคณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาสถาปัตยกรรมไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการออกแบบทางสถาปัตยกรรม และได้ผูกเรื่องโดยมีตัวละครหลักคือ แม่มะลิ หญิงสาวชาวบ้านอาศัยอยู่บ้านเรือนเดี่ยวเป็นลูกสาวชานา ต่อมาได้แต่งงานกับข้าราชการหนุ่ม และเริ่มค้าขายโดยสร้างเรือนแพไว้สำหรับค้าขาย การค้าขายเจริญรุ่งเรือง ในขณะที่สามีซึ่งรับราชการก็มีบรรดาศักดิ์สูงขึ้น ฐานะก็มั่นคงขึ้นจึงได้สร้างเรือนคหบดีให้สมกับฐานะที่สูงขึ้น จากบรรดาศักดิ์ที่สูงขึ้นประกอบการค้าที่เจริญรุ่งเรือง ทำให้มีการติดต่อกับต่างชาติมากขึ้น ต่อมาได้สร้างเรือนหมู่เพื่อไว้ต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองอย่างสมศักดิ์ศรี จึงเกิดมีเรือนไทยหลายรูปแบบในเมืองมัลลิกา

เมื่อนำเรื่องราวมาผูกกับชื่อเมืองได้แล้ว จึงตั้งชื่ออย่างเป็นทางการว่า “เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124” ซึ่งคำว่า “เมือง” คือ การจำลองเมือง คำว่า “มัลลิกา” คือ ชื่อที่คิดไว้ตั้งแต่ต้น และนำมาแต่งเนื้อเรื่องให้ร้อยเรียงสอดคล้องกัน และในส่วนของ ร.ศ.124 คือช่วงเวลาที่สำคัญของรัชกาลที่ 5 ที่ท่านทรงออกพระราชบัญญัติเลิกทาส ร.ศ.124 นำมาเป็นแนวคิดหลักของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ นอกจากนี้เมืองมัลลิกายังให้ความสำคัญต่อความเป็น “เมืองแห่งวัฒนธรรม และวิถีชีวิต” ดังนั้นเมืองมัลลิกาจึงเน้นการจำลองวิถีชีวิตของชาวบ้านริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัย ร.ศ. 124 รวมถึงมีการจำลองสถาปัตยกรรมต่างๆเพื่อสร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวมีอารมณ์ร่วมไปกับสถานที่ท่องเที่ยว (ภาพที่4.2)



ภาพที่ 4.2 บริเวณด้านหน้าก่อนเข้าเมืองมัลลิกา ที่จอตระถลาก
ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

บริเวณด้านใน จะแบ่งเป็นจุดสำคัญต่างๆ ซึ่งแต่ละจุดจะมีลักษณะแตกต่างกัน บางจุดจะมีกิจกรรมร่วมกับทางเจ้าหน้าที่ บางจุดไม่มีกิจกรรมร่วมกับเจ้าหน้าที่ ซึ่งจุดหลักๆของสถานที่แห่งนี้จะประกอบไปด้วย สะพานหิน เป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวต้องผ่านเพื่อเข้าไปด้านในเมือง บริเวณนี้จะมีของขายเล็กน้อยให้เข้ากับบรรยากาศ เมื่อข้ามสะพานหินมาจะรู้สึกเหมือนถูกพาย้อนกลับมาใน ร.ศ. 124 มีย่านการค้าต่างๆที่เป็นที่นิยมในสมัย ร.ศ.124 เช่น ย่านแพรง ย่านบางรัก บริเวณนี้จะมีร้านขายของเป็นจำนวนมาก ทั้งขายอาหารคาว อาหารหวาน เครื่องดื่ม ของใช้ต่างๆให้เลือกซื้อเป็นจำนวนมาก ถัดมาด้านซ้ายมือเป็นเรือนแพ บริเวณนี้จะขายอาหารโดยเฉพาะ มีโต๊ะและเก้าอี้ให้นั่งทานเป็นกิจจะลักษณะ ถัดมาเป็นเรือนเดี่ยว เรือนคหบดีโดยเรือนนี้บริเวณด้านล่างจะมีโรงครัว ยุงข้าว โรงสี ซึ่งบริเวณนี้จะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลร่วมกิจกรรมไปกับนักท่องเที่ยว พร้อมให้ความรู้ จุดสุดท้ายคือ เรือนหมู่ เป็นเรือนที่มีขนาดใหญ่ 11หลัง ด้านล่างจะเป็นสถานที่ไว้สำหรับรับประทานอาหารกลางวันแบบบุฟเฟ่ต์ซึ่งจะมีเวลารับประทานตั้งแต่ 11.00 – 14.00 น. ส่วนด้านบนจะเปิดให้นักท่องเที่ยวขึ้นไปรับชมความสวยงาม แต่ในตอนกลางคืนจะมีการรับประทานอาหารเย็นบริการแบบสำรับ พร้อมชมการแสดงทั้งหมด 5 ชุด ประกอบไปด้วยโขน ตอนยกรบ และตอนเมขลา ล้อแก้ว รำกนิรีร้อน ระบายศรีชัยสิงห์ และการแสดงเชิดหุ่นคน ตั้งแต่เวลา 18.30 – 20.00 น.

ส่วนอัตราค่าเข้าชมเมืองมัลลิกา และเงื่อนไข ดังนี้

ตารางที่ 4.1

ราคา และประเภทของบัตรเข้าชม

ประเภทบัตร	ราคาสำหรับผู้ใหญ่	ราคาสำหรับเด็ก สูง 100-130 ซม.	ผู้สูงอายุ 70 ปี ขึ้นไป
บัตรเข้าชม (เด็กส่วนสูงต่ำกว่า 100 ซม. เข้าฟรี)	250 บาท	120 บาท	120 บาท
บัตรเข้าชม และชุดไทย	400 บาท	300 บาท	300 บาท
บัตรเข้าชม และรับประทานอาหารกลางวัน (บุฟเฟต์)	500 บาท	250 บาท	250 บาท
บัตรเข้าชม, รับประทานอาหารกลางวัน (บุฟเฟต์) และชุดไทย	650 บาท	450 บาท	450 บาท
บัตรเข้าชม, รับประทานอาหารเย็น (บุฟเฟต์) และการแสดงนาฏศิลป์ไทย	700 บาท	350 บาท	350 บาท
บัตรเข้าชม, รับประทานอาหารเย็น (บุฟเฟต์), การแสดงนาฏศิลป์ไทย และชุดไทย	900 บาท	500 บาท	500 บาท

จากตาราง 4.1 สามารถสรุปได้ว่า อัตราค่าเข้าชมเมืองมัลลิกา มีราคาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ และเข้าไปมีส่วนร่วม ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะแบ่งราคาสำหรับผู้ใหญ่ และสำหรับเด็ก หรือผู้สูงอายุ โดยมีเงื่อนไขสำหรับเด็ก ต้องมีส่วนสูงระหว่าง 100 – 130 ซม. และผู้สูงอายุ ต้องมีอายุ 70 ปีขึ้นไป และเด็กที่มีส่วนสูงต่ำกว่า 100 ซม. เข้าฟรีทุกกิจกรรม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่าเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการจำลองเมืองให้ย้อนกลับไปในยุคสมัยรัชกาลที่ 5 โดยการสร้างสถาปัตยกรรม บรรยากาศ วิถีชีวิต องค์กรประกอบต่างๆ ฯลฯ ซึ่งต้องใช้ทั้งกำลังคน วัสดุ หรือวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก ดังนั้นแล้วจึงต้องมีการจัดการที่ดีเพื่อให้สถานที่แห่งนี้สามารถขับเคลื่อนต่อไปได้

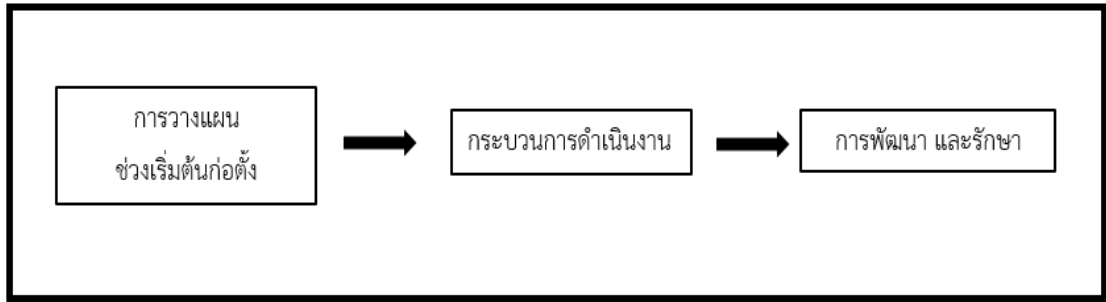
4.2 การจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

จากกรอบการวิจัย ผู้วิจัยได้พิจารณาการจัดการไว้ 4 ประเด็นได้แก่ การวางแผน (Planning), การจัดการองค์กร (Organizing), การเป็นผู้นำ (leading) และการควบคุม (Controlling)

4.2.1 การวางแผน (Planning)

เมืองมัลลิกา เกิดจากความชอบส่วนตัวของนายพลศักดิ์ ประกอบ เจ้าของเมืองมัลลิกา ผู้ชอบการท่องเที่ยว อ่านหนังสือประวัติศาสตร์ ที่เกิดคำถามต่อเบื้องหลังของซากสถาปัตยกรรมที่หลงเหลือ จึงเกิดเป็นแรงบันดาลใจที่จะนำเรื่องราวของบรรพบุรุษให้เด็กรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวจำลองชีวิต จึงได้ตัดสินใจสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ขึ้น วางแผนการสร้างเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 โดยศึกษาหาข้อมูล 1 ปี และได้คำแนะนำจากอาจารย์ชาติรี ประภิตนันทกานต์ ในการออกแบบออกแบบทางสถาปัตยกรรม และใช้เวลาสร้างถึง 2 ปี ในตอนแรก que เริ่มสร้างเมืองส่วนใหญ่แล้วจะเป็นไปตามแผนที่วางไว้ถึง 60% เพราะก่อนสร้างเมืองมีการวางแผนอย่างรอบคอบจึงไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องระยะเวลาในการทำงาน เพียงแต่ไม่เป็นไปตามแผนในบางส่วน เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการก่อสร้างเรือนไทยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ไม้ ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการรวบรวม ทั้งนี้ไม่บิดเบือนรูปแบบการก่อสร้างที่จะจำลองเพื่อลดต้นทุน และปัจจุบันการวางแผนเป็นเรื่องของฝ่ายบริหาร และฝ่ายการตลาดที่ต้องร่วมกันวางแผนในทุกส่วน

เมื่อพิจารณาการจัดการองค์กรตามรูปแบบที่ดี พบว่า จากการสัมภาษณ์ และหาข้อมูลเพิ่มเติมในเว็บไซต์หลักของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ทำให้ทราบว่าเมืองมัลลิกาไม่มีพันธกิจ และวิสัยทัศน์ หากแต่มีคำขวัญว่า “เมืองแห่งวัฒนธรรม และวิถีชน” ซึ่งจะเป็นกรอบช่วยให้การบอกถึงสิ่งที่ต้องการนำเสนอชัดเจน และช่วยเป็นแนวทางวางแผนการดำเนินงาน จากการเก็บข้อมูลสามารถสรุปแผนดำเนินงานของเมืองมัลลิกา ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 การวางแผนเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (2562)

จากภาพที่ 4.3 การวางแผนการดำเนินงาน มีรายละเอียดตั้งแต่การวางแผนช่วงเริ่มต้นก่อตั้ง กระบวนการดำเนินงาน การรักษา และพัฒนา ในประเด็นของแหล่งทุน บุคลากร การออกแบบพื้นที่ แนวคิดหลัก และการประชาสัมพันธ์ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2

การวางแผนการดำเนินงานของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

	พ.ศ.2559	พ.ศ.2562	อนาคต
แหล่งทุน	กว่า 200 ล้านบาท	-	-
บุคลากร	400 คน	336 คน	ให้จำนวนคนคงที่ หรือเพิ่มมากขึ้น
การออกแบบพื้นที่	จำลองเมืองตามเรื่องราวของแม่มะลิ	สร้างเรือนไทยเพิ่มเติม	สร้างโรงแรม
แนวคิดหลัก	จำลองวิถีชีวิตชาวบ้านริมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ช่วง ร.ศ.124	รักษาการจำลองวิถีชีวิตชาวบ้านริมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ช่วง ร.ศ.124 ให้คงที่และคงทน	นำมรดกวัฒนธรรมที่ยังไม่มีในเมืองมัลลิกามาให้คนรุ่นหลังได้เห็นเพิ่มเติม
การประชาสัมพันธ์	หน่วยงานจังหวัด หรือหน่วยงานรัฐบาล	โซเชียลมีเดีย (Social media)	ตั้งสำนักงานขายที่กรุงเทพฯ

จากตารางที่ 4.2 สามารถสรุปการวางแผนของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ได้ดังนี้

1. การวางแผนช่วงเริ่มต้นก่อตั้ง

- แหล่งทุน เริ่มต้นสร้างเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ใช้เงินทุนเริ่มแรกกว่า 200 ล้านบาท ซึ่งเป็นทุนส่วนตัวของเจ้าของผู้ทำธุรกิจปิมน้ำมัน และไร่อ้อย ในจังหวัดกาญจนบุรี ในส่วนของแหล่งทุนของปัจจุบัน และอนาคต ยังไม่สามารถประเมินได้
- บุคลากร มีเจ้าหน้าที่ราว 400 คน ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ โดยผู้บริหารได้มีการอบรมก่อนเปิดเมืองเป็นเวลา 1 เดือน เพื่อสร้างอารมณ์ อัธยาศัย และความเคยชิน
- การออกแบบพื้นที่ มีการจำลอง และวางสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ตามเรื่องราวของแม่มะลิที่ได้วางแผนไว้ตามแนวคิดของ อาจารย์ชาติรี ประภิตนันทกานต์ และผู้บริหารเจ้าหน้าที่ฝ่ายภูมิทัศน์ ให้ความสำคัญในการวางสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้อง และเป็นเรื่องราวเดียวกัน
- แนวคิดหลัก การจำลองวิถีชีวิตของชาวบ้านริมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยร.ศ.124 ที่มีการเลิกทาส ผู้คนจึงต้องออกมาใช้ชีวิตกันเอง และจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่จะต้องมีการอาชีพเพื่อเลี้ยงดูตนเอง และครอบครัว ในเมืองมัลลิกาแห่งนี้จึงได้เห็นอาชีพหลากหลาย เช่น คนลากรถ แม่ค้า คนสวน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการสื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักวิถีชีวิตของบรรพชนในสมัยก่อน
- การประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานราชการอย่างเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หน่วยงานจังหวัดต่างๆที่ทางเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ได้มีโอกาสเข้าร่วมงาน

2. กระบวนการดำเนินงาน

- บุคลากร เจ้าหน้าที่เหลืออยู่เพียง 336 คน เจ้าหน้าที่บางส่วนลาออกไปทำงานด้านอื่น ในระดับปฏิบัติการในการทำงาน ต้องมีใจรักหากไม่มีใจรักจะทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ
- การออกแบบพื้นที่ มีการขยายพื้นที่เมืองเพิ่มเติม โดยมีการสร้างเรือนฉัตรพิกุล ที่จำลองแบบทุกอย่างมาจากศาลารถไฟอำเภอหัวหิน จังหวัดเพชรบุรี และกำลังสร้าง

เรือนไทยที่จำลองมาจากเรือนไทยก่อนสมัยรัชกาลที่ 5 สำหรับลูกค้าสามารถนั่งพักผ่อนได้

- แนวคิดหลัก ใช้เนื้อหาเดิม แต่พยายามรักษาให้ความเป็นเมืองมัลลิกาคงทน และคงที่
- การประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันจึงโฆษณาประชาสัมพันธ์ โซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่สามารถเข้าถึงคนส่วนใหญ่ได้เป็นจำนวนมาก และรวดเร็ว

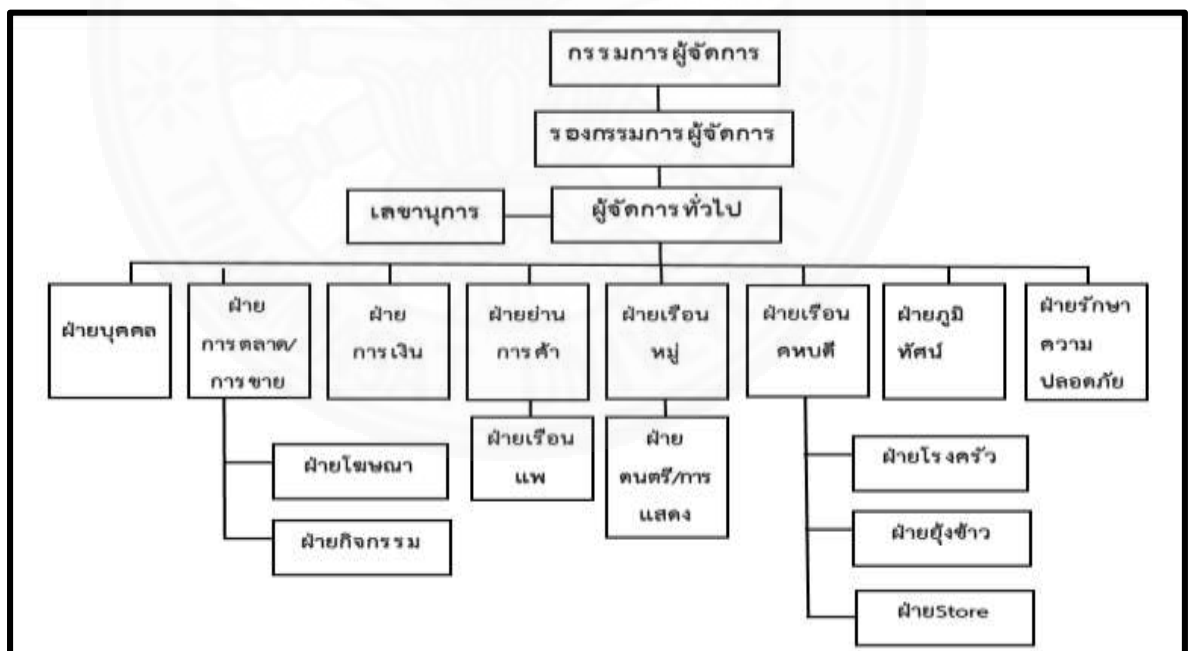
3. การรักษา และพัฒนา

- บุคลากร พยายามพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่มีอยู่ให้มีความสามารถเพิ่มเติม และหากเศรษฐกิจดีขึ้น นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นก็มีแผนที่จะรับพนักงานเพิ่ม ในระดับบริหาร จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากระดับบริหารเป็นเจ้าของ และเครือญาติเป็นฝ่ายบริหาร และวางแผน ในระดับปฏิบัติการเมืองมัลลิกาได้มีการอบรมเจ้าหน้าที่สร้างอารมณ์ อัตลักษณ์ และความเชื่อ เช่น คำพูดขอรับ ขอบน้ำใจ เป็นต้น ผู้บริหารจะมีการจัดอบรม 2-3 เดือน/ครั้ง เรื่องของการบริการ ต้องการให้เจ้าหน้าที่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของเมืองมัลลิกาต่อไป
- การออกแบบพื้นที่ ในอนาคตจะทำธุรกิจให้ครบวงจร กล่าวคือ จะทำธุรกิจโรงแรม บริเวณนอกตัวเมืองมัลลิกา มีรูปแบบคล้าย ๆ สถานีรถไฟหัวลำโพง มีทั้งหมด 3 ชั้น ประกอบไปด้วย 60 ห้อง เหตุที่นำสถานีรถไฟหัวลำโพงเป็นต้นแบบเพราะโครงสร้างและฐานที่มีอยู่เอื้อต่อการจำลอง
- แนวคิดหลัก ผู้บริหารกำลังศึกษามรดกวัฒนธรรมที่โดดเด่นมาจัดแสดงเพิ่มเติมให้คนรุ่นหลังได้เห็น และเรียนรู้ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว ซึ่งแนวคิดหลักของเมืองได้เป็นไปตามจุดประสงค์องค์การที่เมืองมัลลิกาได้วางไว้ตั้งแต่สร้างเมือง คือเพื่อให้คนรุ่นหลังได้เห็นได้เห็นความวิจิตรบรรจงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ระลึกถึงบุญคุณที่รักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อศึกษาถึงรากเหง้าของตัวเองให้ชัดเจนทำให้นักท่องเที่ยวได้เจอวิถีชีวิตจริงๆ
- การประชาสัมพันธ์ จะการเปิดสำนักงานขายอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งจะติดต่อกับบริษัททำทัวร์ ทั้งนี้เพื่อพยายามดึงนักท่องเที่ยว เช่น มีโปรแกรมทัวร์เข้ามาเที่ยวเมืองกาญจนบุรี จะใส่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ลงไปในแผนการเดินทาง

จากตารางข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า การวางแผนของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ยังขาดวางแผนที่ดี ถึงแม้ว่าจะมีสิ่งที่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ได้แก่ จุดประสงค์ที่สอดคล้องกับแนวคิดหลัก หรือ การประชาสัมพันธ์ ที่มีการพัฒนาให้ทันสมัย และให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรเสีย เมืองมัลลิกายังขาดในเรื่องของพันธกิจและวิสัยทัศน์ อีกทั้งแผนงานบางอย่างที่ต้องชะลอไว้ก่อน อย่างการ ออกแบบพื้นที่ในเรื่องการขยายสถาปัตยกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ทรัพยากรบุคลากรที่ลดลง รวมถึงแนวคิดหลักยังมีการขัดแย้งกับการออกแบบพื้นที่

4.2.2 การจัดการองค์กร (Organizing)

การจัดการองค์กร เป็นการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ซึ่งแต่ละคนจะ ได้รับมอบหมายหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป แต่ล้วนแล้วเป็นหน้าที่ที่สำคัญ และขาดไม่ได้ทั้งสิ้น โดยผู้บริหารจะเป็นผู้กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การรายงาน รายงานใคร และการจัดสรรทรัพยากร หากสิ่งนี้มีประสิทธิภาพจะทำให้องค์กรพัฒนา และก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง ในการจัดการองค์กรของเมืองมัลลิกาให้ความสำคัญกับเรื่องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โดยเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีโครงสร้างองค์กร ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 โครงสร้างองค์กรเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (2562)

เมืองมัลลิกามีเจ้าหน้าที่รวมทั้งสิ้น 336 คน แต่ละคนมีตำแหน่งงานอย่างชัดเจน โดยแต่ละบุคคลจะรับผิดชอบหน้าที่และ มีระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน เมืองมัลลิกามีตำแหน่งหัวหน้าทั้งหมด 21คน แบ่งกันดูแลแต่ละแผนกที่ตนเองถนัด คอยดูแลความเรียบร้อยของภาพโดยรวม ซึ่งเจ้าหน้าที่ประจำแผนกจะมีความรู้ และสามารถอธิบายในสิ่งที่ตนได้รับมอบหมายหน้าที่ได้อย่างดี โดยมีการจัดการแบ่งเจ้าหน้าที่ออกเป็นกลุ่มเพื่อสะดวกในการทำงาน ได้แก่

1) กลุ่มกรรมการผู้จัดการ ประกอบไปด้วย กรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการทั่วไป มีหน้าที่เป็นหัวหน้าระดับใหญ่ที่สุด มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- 1.1 เป็นผู้บังคับบัญชาเจ้าหน้าที่ทั้งหมด ควบคุมทิศทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
- 1.2 วางแผนการดำเนินงานต่างๆ อธิบายสิ่งที่วางแผนไว้ หรือเป้าหมายได้อย่างชัดเจน หากไม่ชัดเจนจะทำให้เจ้าหน้าที่ระดับล่างลงไปไม่สามารถเข้าใจในเป้าหมาย และอาจเกิดข้อผิดพลาด หรือความเข้าใจไม่ตรงกันเกิดขึ้น แผนที่ตั้งไว้จะมีการเปลี่ยนแปลง ชะลอตัว หรือระงับไป ขึ้นอยู่กับกลุ่มนี้เป็นผู้ตัดสินใจ และพิจารณาการขับเคลื่อนทิศทางขององค์กร
- 1.3 จัดตั้งการประชุมทุกวันจันทร์ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรายงานสถานการณ์ หรือปัญหาที่กำลังเกิดขึ้น
- 1.4 บดบังข้อ หรือหาแนวทางในการวางแผนแก้ไข และพัฒนา เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวยังคงดำเนินต่อไปได้
- 1.5 ให้ความรู้ และคำแนะนำได้อย่างดี และมีประสิทธิภาพ ประสานงานกับทุกฝ่ายให้ได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2) ฝ่ายบุคคล มีหน้าที่ดูแลเจ้าหน้าที่ในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1.1 เกณฑ์ในการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ หากเป็นระดับผู้บริหาร ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน จะพิจารณาตามสายงานที่สำเร็จการศึกษา และสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ในส่วนของเจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกาส่วนใหญ่จะเป็นชาวบ้านในพื้นที่ ไม่มีเกณฑ์ในการคัดเลือก แต่ต้องมีความพร้อม และใจรักในการทำงาน จะได้ทำในตำแหน่งที่กำลังว่างงานอยู่ โดยให้เจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์อยู่ก่อนแล้วช่วยสอนงาน นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ที่ได้เงินเดือนต่ำ

กว่า 10,000 บาท ก็สามารถเป็นหัวหน้าได้ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นหัวหน้าฝ่าย อยู่ในยุงข้าว และโรงครัว เนื่องจากกระบวนการการทำข้าวเปลือกเป็น ข้าวสาร และการทำอาหารคาว อาหารหวานต้องใช้ประสบการณ์ที่สะสมมา นาน เคยใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมมาก่อนจึงเชี่ยวชาญ และมีความรู้ในด้านนั้นๆ เป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกา 60 – 70% เป็นคนท้องถิ่น 20 – 30% อาศัยอยู่ในเมืองมัลลิกา

1.2 การพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ โดยการจัดอบรมต่างๆ เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีความสามารถเพิ่มมากขึ้นในการขับเคลื่อนบริษัท เช่น เรื่องการบริการ มีการอบรม 2-3เดือน/ครั้ง ทั้งค้นหาเจ้าหน้าที่ใหม่

1.3 สวัสดิการ พนักงานเพื่อช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และเพิ่มความสะดวกสบาย ให้แก่เจ้าหน้าที่ ประกอบไปด้วยอาหาร 3มื้อ, เสื้อผ้าใส่ทำงานในเมืองมัลลิกา, ที่พักอาศัย, ประกันสังคม, เงินโบนัสทุกสิ้นปี, งานเลี้ยงประจำปี อีกทั้งฝ่ายนี้ยังดูแลเรื่องวันหยุดในแต่ละสัปดาห์

1.4 กฎเกณฑ์ และเงื่อนไขในการปฏิบัติงาน มีตารางงานเข้าออกงานที่ชัดเจน ซึ่งเมืองมัลลิกา มีวันหยุดทั้งลากิจและลาป่วยรวมกันได้ 30 วัน เจ้าหน้าที่ที่เมืองมัลลิกาทำงาน 6 วัน/สัปดาห์ ซึ่งเจ้าหน้าที่แต่ละคนจะมีการเข้างานเวลาที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับแผนกที่ปฏิบัติงาน เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่เข้างาน เวลา 7.00 – 16.00 น., 8.00 – 17.00 น, 9.00 – 18.00 น. แต่ถ้าเป็นเจ้าหน้าที่ส่วนโรงครัวเข้างานเวลา 6.00 – 14.00 น., 7.00 – 15.00 น. และเจ้าหน้าที่ส่วนศิลปะการแสดงเข้างานเวลา 10.30 – 19.30 น., 11.00 – 20.00 น.

3) ฝ่ายการตลาด/การขาย มีหน้าที่สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยฝ่ายนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่ฝ่ายโฆษณา ฝ่ายกิจกรรม ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายต้องวางแผนร่วมกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อฝ่ายกิจกรรมจะสามารถทำตามแผนงานที่วางไว้ได้ และฝ่ายโฆษณาจะไม่ประชาสัมพันธ์เกินความสามารถของฝ่ายกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ฝ่ายโฆษณา

1.1 มีการวางแผนทำโฆษณาตามสื่อต่างๆ หรือร่วมงานกับทางหน่วยงานรัฐและเอกชนอื่น

1.2 คอยติดตามข่าวสารว่าสิ่งใดกำลังเป็นที่นิยม

1.3 นำไปเสนอต่อกลุ่มบริหาร

1.4 หาช่องทางในการประชาสัมพันธ์เมืองมัลลิกาเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น การติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว ให้มารับประทานอาหารกลางวันพรอมเช้าชมเมือง โดยการลดราคาให้ 50% นำเสนอกิจกรรมที่น่าสนใจที่อยู่ในเมืองมัลลิกาให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น และ

- ฝ่ายกิจกรรม

1.1 คิดกิจกรรมใหม่ๆนำเสนอกกลุ่มบริหาร เพื่อให้เมืองมัลลิกามีการหมุนเวียนกิจกรรมตลอด

1.2 หาอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรมต่างๆ

1.3 ลงมือทำ และดูแลเรื่องกิจกรรมที่อยู่ในเมืองมัลลิกาให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม และกิจกรรมที่จัดขึ้นตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ของไทย

1.4 ประเมินทุกกิจกรรมผ่านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงในอนาคต

4) ฝ่ายการเงิน ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากเงินเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนบริษัทพัฒนาต่อไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 มีหน้าที่ดูแลงบประมาณของทุกฝ่ายคาดการณ์ ตรวจสอบ ควบคุมการเงินของบริษัท

1.2 วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายต่างๆ พิจารณาส่งที่ฝ่ายต่าง ๆ นำเสนอสามารถทำได้ไหม ในงบประมาณที่มีไว้

1.3 กำหนดงบประมาณให้แต่ละฝ่ายว่าสามารถนำไปใช้พัฒนาได้ในงบที่จำกัด ทั้งนี้เพื่อไม่ใ้งบประมาณขาด และสามารถล่อเลี้ยงบริษัทต่อไปได้ในยามฉุกเฉิน

5) ฝ่ายย่านการค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นวิถีชีวิตของชาวบ้านตั้งแต่เช้า – เย็น ประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่ในย่านการค้า และย่านเรือนแพ ทั้ง 2 ฝ่ายนี้จะเป็นฝ่ายแรกที่พบกับนักท่องเที่ยว และขายของ ดังนั้นจึงต้องมีธรรมาศที่ดี เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวโดยย่านนี้มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- 1.1 ขายสินค้าไม่ว่าจะเป็นอาหารคาว อาหารหวาน ผลไม้ เครื่องดื่ม ตะกร้าสาน ร่ม ผ้า น้ำอบน้ำปรุง
 - 1.2 พบใบตองให้เป็นกระทงส่งไปตามร้านต่างๆ เนื่องจากในย่านการค้าใช้กระทงใบตองเป็นภาชนะใส่อาหารคาว อาหารหวาน
- 6) ฝ่ายเรือนหมู่ ซึ่งฝ่ายนี้จะต้องใกล้ชิด และเน้นบริการนักท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นจึงต้องมีการจัดประชุมอาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง ขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามารับประทานอาหารเช้า
- 1.1 มีหน้าที่ดูแล รองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามารับประทานอาหารเช้าแบบบุฟเฟต์ทั้งช่วงอาหารกลางวัน และอาหารเย็น ซึ่งในช่วงอาหารกลางวันส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทั้งคันทรี่ทัวร์ จึงต้องใช้เจ้าหน้าที่จำนวนมากในการดูแล
 - 1.2 ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แต่ในช่วงอาหารเย็นจะมีความพิเศษเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ มีการรับประทานอาหารไม่เกิน 20 โต๊ะเท่านั้น พร้อมกับชมศิลปะการแสดงพร้อมดนตรีบรรเลงประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพลิดเพลิน
- 7) ฝ่ายเรือนคหบดี แบ่งออกเป็น 5 แผนกย่อยๆ โดยแต่ละแผนกเจ้าหน้าที่จะลงมือปฏิบัติเองทุกขั้นตอนเพื่อรักษาเอกลักษณ์ ความเป็นไทย และความประณีตไว้ให้ได้มากที่สุด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้
- แผนกศิลปกรรม
 - 1.1 ทำงานใบตอง/ดอกไม้สด สามารถประดิษฐ์ดอกไม้ พานพุ่ม ฯลฯ เพื่อใช้เวลาออกงานต่าง ๆ โดยไม่ต้องพึ่งงานจากด้านนอก
 - 1.2 คิดงานใหม่ ๆ เกี่ยวกับงานใบตองให้มีความน่าสนใจแต่ก็ต้องคงไว้ซึ่งความเป็นไทยไม่ให้เลือนหายไปทั้งนี้เพื่อนำมาให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลิน
 - ฝ่ายโรงครัว
 - 1.1 เตรียมวัตถุดิบในการประกอบอาหารคาว อาหารหวาน และเครื่องดื่ม
 - 1.2 ทำอาหารส่งไปขายในย่านการค้า และเรือนหมู่ในทุกวัน
 - ฝ่ายยุ่งข้าว มีหน้าที่ทำตามกระบวนการสีข้าว ตำข้าว ฝัดข้าวจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเพื่อเป็นวัตถุดิบให้แก่โรงครัว
 - ฝ่ายผู้ดูแลคลังสินค้า (Storekeeper) มีหน้าที่ดูแล ควบคุม ตรวจสอบวัตถุดิบที่ทางโรงครัว ยุ่งข้าว และย่านการค้า จะนำไปใช้

8) ฝ่ายภูมิทัศน์

- 1.1 มีหน้าที่ออกแบบ สร้างสรรค์พื้นที่ในบริเวณ และพื้นที่จำกัด
- 1.2 ปรับปรุงพื้นที่ให้สวยงามเข้ากับร.ศ.124 มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับแต่งพื้นที่ให้สามารถใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพแต่ต้องไม่ออกนอกกรอบแนวคิดหลัก เช่น มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนแต่ยังคงความสวยงามเป็นไทย หรือทางเดินที่ปลอดภัย เป็นต้น
- 1.3 กรณีที่กลุ่มบริหารต้องการพัฒนาพื้นที่เพิ่มเติม ต้องประชุม และวางแผนกับฝ่ายภูมิทัศน์อย่างละเอียด เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด และเสียเวลา เสียงบประมาณในการแก้ไข

9) ฝ่ายรักษาความปลอดภัย

- 1.1 มีหน้าที่ดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว
- 1.2 ต้อนรับนักท่องเที่ยวเมื่อลงมาจากรถบอทาง และวิธีในการซื้อบัตรเข้าชม หรือแนะนำทางเมื่อเรามาถึงทางแยกในตัวเมือง
- 1.3 โบกรถ ในส่วนเวลากลางคืนหลังชมการแสดงจะเดินนำไปที่บริเวณลานจอดรถ เพื่อให้นักท่องเที่ยวขึ้นรถอย่างปลอดภัย

จากที่กล่าวมาข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การจัดการองค์กรของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 แต่ละฝ่ายมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นเพื่อการบริหาร การบริการ การแสดงถึงวิถีชีวิตในสมัยรัชกาลที่ 5 การปรับแต่งพื้นที่ การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพและเต็มไปด้ด้วยความสามารถ แต่ทั้งนี้ทุกฝ่ายมีวัตถุประสงค์ช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ไปกับบรรยากาศ ในสมัยรัชกาลที่ 5 ผ่านสถาปัตยกรรม และกิจกรรมต่างๆ และโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนเหมือนบริษัทอื่นทั่วไป ที่มีตำแหน่งลดหลั่นกัน แต่ละคนมีหน้าที่ของตนชัดเจน และเข้าใจในหน้าที่ของตนเอง

4.2.3 การเป็นผู้นำ (Leading)

การเป็นผู้นำ ความสามารถในการดูแลคนที่อยู่ใต้บังคับบัญชา และต้องมีทักษะความสามารถในการบริหาร วางแผน รวมไปถึงพูดคุยชักจูงให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ในส่วนของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการเรียกแต่ละตำแหน่งให้เหมือนในสมัยรัชกาลที่ 5 ลดหลั่นกันไป ตามแต่ละตำแหน่งหน้าที่ เช่น คุณพระ ท่านขุน ท่านหมื่น เป็นต้น ผู้นำของเมืองมัลลิกาแบ่งผู้นำออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ฝ่ายผู้บริหาร ซึ่งจะประกอบไปด้วยกรรมการผู้จัดการจะถูกเรียกแทนว่า ท่านเจ้าเมือง

รองกรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไปจะถูกเรียกแทนว่า คุณพระ กลุ่มที่ 2 ประกอบไปด้วยหัวหน้าฝ่ายต่างๆ มีทั้งหมด 21 คน ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3

หัวหน้าแผนกต่างๆ

แผนก	ตำแหน่ง	ชื่อเรียก
อาหาร และเครื่องดื่ม	เชฟเอ็กคูซิฟ	คุณหลวง
บัญชีและการเงิน	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
กฎหมาย	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
รักษาความปลอดภัย	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
ยานการค้ำ	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
ยานการค้ำ	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
เรือนแพ	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
คลังเก็บสินค้า (แห้ง)	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
คลังเก็บสินค้า (สด)	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
เรือนหมู่	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
เรือนหมู่	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
เรือนหมู่	หัวหน้าแผนก	ท่านขุน, ท่านหมื่น, ผู้พัน
ยานการค้ำ	ครูงานน้ำอบน้ำปรุง	คุณหลวง
เรือนคหบดี	ครูงานเครื่องแขวนดอกไม้สด	คุณหลวง
เรือนคหบดี	ครูงานใบตอง	คุณหลวง
เรือนคหบดี	ครูงานพวงมาลัยดอกไม้สด	คุณหลวง
เรือนคหบดี	ครูงานปั้น	คุณหลวง
เรือนคหบดี	ครูงานปั้น	คุณหลวง
ยานการค้ำ	ครูงานขนมไทย	คุณหลวง

กลุ่มผู้บริหารจะมีการประชุมร่วมกับกลุ่มหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ทุกวันจันทร์ และหัวหน้าแต่ละฝ่ายจะรับข้อมูล แล้วนำไปคิด พัฒนา และพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ส่วนที่เหลือในแผนกที่ตนดูแล ดังนั้นจึงแบ่งผู้นำออกเป็น 2 ส่วน คือ ผู้นำของฝ่ายผู้บริหาร และผู้นำของฝ่ายปฏิบัติการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ฝ่ายผู้บริหารเมืองมัลลิกา

- 1.1 วางแผนการดำเนินงานตั้งแต่ตอนก่อสร้างเมือง ปัจจุบันที่เมืองกำลังดำเนินอยู่ และในอนาคตที่ต้องพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่อง
- 1.2 สั่งการให้ปฏิบัติตามแผนในเรื่องต่างๆ ได้ผลประโยชน์ และรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้นทั้งสิ้น ซึ่งฝ่ายผู้บริหารมีความเป็นผู้นำในมิติต่างๆ
- 1.3 ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ มีทักษะในการสื่อสารที่ดี เช่น ช่วงที่นักท่องเที่ยวน้อยลง หรือไม่ใช่นักท่องเที่ยว พูดคุยกับเจ้าหน้าที่ของฝ่ายตนเอง เพื่อทำความเข้าใจว่ามีสาเหตุที่นักท่องเที่ยวน้อยลง และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ไม่มีการกดดันเจ้าหน้าที่ และร่วมใจกันเพื่อผ่านพ้นวิกฤตในช่วงนักท่องเที่ยวน้อยไปด้วยกัน
- 1.4 การดูแลเจ้าหน้าที่ได้บังคับบัญชา การเอาใจใส่เจ้าหน้าที่ของตนเองเพื่อให้เจ้าหน้าที่เกิดความเชื่อใจ และไว้วางใจ

นอกจากนี้จากการเก็บข้อมูลพบว่าหากช่วงไหนที่นักท่องเที่ยวน้อยลงทางกลุ่มผู้บริหารจะลงมาพูดคุย ทำความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่ ยกตัวอย่างการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ท่านหนึ่งได้กล่าวไว้ว่า “...เจ้านายให้กำลังใจดี เห็นใจกัน ไม่กดดันลูกน้อง ลงมาเดินพูดคุยให้กำลังใจ พูดให้เราเข้าใจที่คนมาเที่ยวน้อย...” (สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

- ผู้นำของฝ่ายปฏิบัติการเมืองมัลลิกา คือ เป็นหัวหน้าแต่ละฝ่าย

- 1.1 คอยดูแลเจ้าหน้าที่ในส่วนของตนเองให้มีความเรียบร้อย
- 1.2 ควบคุมมาตรฐาน รักษาคุณภาพ และความเป็นอัตลักษณ์ของเมืองมัลลิกาไว้ โดยหัวหน้าแต่ละฝ่ายจะเป็นผู้คอยควบคุมดูแลอย่างเคร่งครัด และอบรมการทำงานของเจ้าหน้าที่แตกต่างกันในแต่ละแผนก
- 1.3 รักษากฎระเบียบ ซึ่งแต่ละแผนกจะมีกฎระเบียบต่างกัน สามารถยืดหยุ่นไปตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย แต่กฎหลักๆที่เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องปฏิบัติตามได้แก่ ห้ามใส่เสื้อผ้ารูปแบบปัจจุบันเข้ามาในเมืองต้องสวมเสื้อผ้าแบบโบราณโดยเปลี่ยนที่ตู้ล็อก

เกอร์ที่ได้จัดเตรียมให้ ห้ามใช้ถุงพลาสติกให้หันมาใช้ปิ่นโตแทน สิ่งต่างๆเหล่านี้
เจ้าหน้าที่เข้าใจ และที่จะปฏิบัติตามในส่วนของคุณให้ดีที่สุด

1.4 รับคำสั่ง และข้อเสนอแนะจากฝ่ายบริหาร เพื่อนำมาปรับปรุง หรือพัฒนาในแผนก
ของคุณเพื่อช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่ทางบริษัทวางไว้ ซึ่งฝ่ายเป็นหัวหน้าแต่ละฝ่ายมี
ความเป็นผู้นำในมิติต่างๆ

อย่างไรเสียหัวหน้าบางฝ่ายขาดทักษะในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ได้บังคับบัญชา เกิด
ความไม่พอใจกับการทำงาน เพราะไม่รับฟังความคิดเห็น หรือไม่ได้ถามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ใน
ปกครอง ยกตัวอย่างการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “...ลูกน้องไม่ค่อยมีสิทธิ์พูดอะไร หัวหน้า
เขาคิดอย่างไรก็ทำเลยไม่ได้มาบอกเรา ไม่ฟังและยังเอาความคิดตนเป็นหลัก...” (สัมภาษณ์, 11
กุมภาพันธ์ 2562) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าขาดทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการเก็บข้อมูลพบว่า จากที่กลุ่มผู้บริหารสื่อสารกับกลุ่มหัวหน้าฝ่ายต่างๆ ทำให้
ทั้ง 2 กลุ่มนี้มีความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องของแนวคิดหลัก ว่าเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นเมืองโบราณที่มี
ชีวิต มีเป้าหมายเดียวกันคือคงความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความเป็นมัลลิกา แต่ก็ยังคงพัฒนาต่อไป
เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อยู่กันอย่างเป็นครอบครัวเดียวกัน แต่จากหัวหน้างานฝ่ายต่างๆสื่อสารถึง
เจ้าหน้าที่ที่อยู่ในแผนกของคุณ พบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ไม่มีความเข้าใจในแนวคิดหลักของเมืองมัลลิกา ร.
ศ.124 ว่าคืออะไร ไม่ได้มีเป้าหมายเดียวกันกับกลุ่มผู้บริการ หรือหัวหน้าฝ่าย ไม่ทราบการประชุม การวาง
แผนพัฒนา และการประเมินผล เนื่องจากหัวหน้าฝ่ายไม่ได้แจกแจงแต่คิดวิธีที่จะทำให้ถึงเป้าหมายที่
สื่อสารกับกลุ่มผู้บริหารไว้ แล้วจึงสั่งให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติอีกที แต่เจ้าหน้าที่ก็ไม่ได้สนใจที่จะทำความเข้าใจ
กล่าวคือผู้บริหารสามารถสื่อสารให้เกิดความเข้าใจตรงกันกับหัวหน้าฝ่ายต่างๆได้ แต่หัวหน้าฝ่ายไม่
สามารถสื่อสารไปยังเจ้าหน้าที่ในแผนกได้ตามที่ควรจะเป็น ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าผู้นำฝ่ายบริหารมีความ
เป็นผู้นำสูง เนื่องจากสามารถสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ได้เป็นอย่างดี ลงไปในพื้นที่เพื่อพูดคุยมีความเป็นกันเอง
พยายามทำงานให้ได้ตามที่วางแผนไว้แม้ว่าจะไม่สามารถทำได้ทุกแผนงานแต่ก็ปฏิบัติอย่างสุด
ความสามารถ แต่สำหรับหัวหน้าแต่ละฝ่ายไม่มีความเป็นผู้นำเท่าที่ควร เนื่องจากไม่สามารถสื่อสารกับ
เจ้าหน้าที่ในปกครองของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่ในปกครองไม่เข้าใจ ไม่ได้มีเป้าหมาย
เดียวกันกับองค์กร ยกตัวอย่างการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “...ไม่ชอบที่ต้องให้มาแต่งตัว
โป๊ๆ...” (สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2562) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ท่านนี้ไม่ได้เข้าใจแนวคิดหลัก หรือ
วิถีชีวิตชาวบ้านที่ทางเมืองมัลลิกายพยายามสร้างขึ้น

4.2.4 การควบคุม (Controlling)

การควบคุมของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 คือ การสังเกตการณ์ปฏิบัติงาน เพื่อประเมินด้านบุคลากร การสร้างอัตลักษณ์ การจัดการ ด้วยการสังเกตการณ์ และประเมินผลตลอดระยะเวลาของการปฏิบัติงาน หากไม่มีการควบคุมที่ดีก็จะไม่สามารถไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ รวมถึงการอบรมก็เป็นส่วนหนึ่งของการควบคุม เนื่องด้วยเมื่อเจ้าหน้าที่ได้เข้าอบรมจะมีความรู้ ความสามารถมากยิ่งขึ้น และเข้าใจในวัตถุประสงค์ของเมืองมัลลิกา จากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

เมืองมัลลิกา มีการประเมินผ่านการประชุมเพื่อดูความก้าวหน้า หรือข้อผิดพลาดเพื่อนำมาพัฒนา นอกจากนี้ยังมีการพูดคุย สังเกตจากเจ้าหน้าที่ในแต่ละครั้งที่ได้มีการประชุม ทั้งนี้เพื่อการประเมินเพื่อต้องการเน้นย้ำอัตลักษณ์ของเมืองมัลลิกา และการบริการที่ดีเพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องเกิดความประทับใจ โดยการประชุมระหว่างหัวหน้าแต่ละฝ่าย กับเจ้าหน้าที่ในฝ่ายของตนเองในช่วงเช้า ซึ่งทุกครั้งที่ประชุมจะเน้นเรื่องการบริการ และคำพูดที่เป็นหัวใจหลักที่สำคัญของเมืองมัลลิกา ซึ่งการประชุมจะแตกต่างกันออกไปตามแต่ละสายงานที่ปฏิบัติบางสายงานมีการประชุมทุกวันก่อนเปิดให้บริการ ได้แก่ เรือนหมู่แผนกอาหารกลางวัน และอาหารค่ำ บางแผนกจะประชุมเมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ 300 คนขึ้นไป/วัน รวมถึงยังมีการคิดกิจกรรมใหม่ตามเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ของไทยในแต่ละแผนกโดยเจ้าหน้าที่ และหัวหน้าจะพูดคุยเสนอความคิดเห็น แล้วหัวหน้าจึงยื่นเรื่องต่อกลุ่มผู้บริหารในที่ประชุม

อีกทั้งยังมีการอบรมเจ้าหน้าที่ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นการอบรมเชิงธุรกิจ กล่าวคือ มีการตรวจสอบความเรียบร้อยของแต่ละแผนกในทุกเช้าโดยหัวหน้าแผนกที่มีความชำนาญในเรื่องนั้น ๆ ยกตัวอย่างเช่นขนมไทยจะมีการชิมในทุกเช้าก่อนถึงมือลูกค้า ส่วนที่สองอบรมเชิงลึกในเรื่องการทำขนมหวาน อาหาร จะมีครูจากวิทยาลัยในวังมาดูความเรียบร้อย 2-3 เดือน/ครั้ง ว่าโดยรวมแล้วยังเหมือนเดิม ส่วนในเรื่องของการอบรมเจ้าหน้าที่ทั่วไป จะมีการประสานกับทางศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน มีการจัดฝึกอบรม ในเรื่องเทคนิคการบริการ แต่ถ้าเป็นเรื่องกิริยามารยาท หรือทั่วไปจะมีฝ่ายบุคคล หรือไม่ก็หัวหน้าหน้างานตามแต่ละฝ่ายคอยดูแล ในช่วงแรก ๆ ของการเปิดเมืองมัลลิกา ครูที่นำมาอบรมเจ้าหน้าที่มาจากวิทยาลัยนาฏศิลป์ วิทยาลัยเพาะช่าง ต่อมานักศึกษาจบใหม่มาทำงาน ทางเมืองมัลลิกาจะให้เกียรติตั้งเป็นครูเพื่อที่จะมาสอนพนักงานที่รับสมัครมาจากชุมชน อีกทั้งการอบรมยังเน้นเรื่องคำพูดที่ต้องพูดให้ชินอย่างคำว่า “เจ้าคะ ขอรับ” เพื่อพัฒนาให้ดี และพนักงานที่เกี่ยวข้องเกิดความประทับใจมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีการออกไปสัมมนาโดยหัวหน้าแต่ละฝ่ายจะเป็นผู้ออกไปสัมมนา และนำมาสื่อสารแก่เจ้าหน้าที่ โดยส่วนใหญ่จะอบรมฝ่ายปฏิบัติ ในส่วนของฝ่ายบริหารจะเน้นการประชุมเป็นหลัก หลังจากการอบรม และประชุม จะแบ่งการประเมินศักยภาพออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ประเมินระดับบริหาร ในประเด็นต่างๆ ประกอบไปด้วย การวางแผน กำหนดเป้าหมายการจัดการชัดเจนและเป็นไปตามที่ตั้งไว้หรือไม่ มีความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากรในการทำงานร่วมกันมากน้อยเพียงใด และสนับสนุนให้มีการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร เช่น การจัดอบรม การส่งไปเรียนเพิ่มเติม เป็นต้น
2. ประเมินระดับปฏิบัติการ คือ การประเมินเจ้าหน้าที่ หัวหน้าจะเป็นผู้ประเมินตามความสามารถเป็นรายบุคคลทุกสิ้นปี โดยที่เจ้าหน้าที่ไม่ทราบเกณฑ์ หรือมาตรฐานในการประเมิน และไม่ได้แจ้งล่วงหน้าว่าจะมีการประเมินเจ้าหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อนำมาพัฒนา และเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น และอาจได้รูปแบบในการบริการใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น แต่ในส่วนของโรงครัวเรื่องของรสชาติอาหารคาว อาหารหวานต้องมีรสชาติคงที่เหมือนเดิม โดยการประเมินเน้นเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ โดยเฉพาะการใช้คำพูด การแต่งกาย การใช้วัสดุรูปแบบสมัยรัชกาลที่ 5 เช่น ใช้ปืนโต หรือกระถางใบตองแทนถุงพลาสติก และการบริการ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ทุกคนต้องพบปะกับนักท่องเที่ยว การบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และรู้สึกมีอารมณ์ร่วมกลมกลืนไปกับบรรยากาศที่จำลองขึ้น

จากการเก็บข้อมูล พบว่าเจ้าหน้าที่จะได้สัมผัสกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้นแล้วเจ้าหน้าที่จะมีการปรับตัว และสามารถรู้ด้วยตนเองว่าช่วงใดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก หรือน้อย การทำงานจึงต้องมีใจที่รัก และผูกพันกับสถานที่แห่งนี้ หากงานในส่วนของตนเสร็จเรียบร้อยแล้วก็จะไปช่วยงานในส่วนอื่น รวมไปถึงการบริการที่ได้รับการฝึกอบรมเป็นอย่างดี มีการช่วยเหลือ หรือให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ จากการเก็บข้อมูล พบว่า เจ้าหน้าที่มีสิ่งที่สำคัญที่สุดในการปฏิบัติหน้าที่ คือ การปฏิบัติหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุดด้วยความตั้งใจ และใส่ใจ เอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมาย ตรงต่อเวลา และซื่อสัตย์ สิ่งที่ยากที่สุดเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่รู้สึกว่าไม่มีสิ่งใดยากในการปฏิบัติงาน เพราะตนเองทำในสิ่งที่รัก และใส่ใจกับงานที่ได้รับมอบหมายจึงทำงานออกมาได้ดี รองลงมาคือการดูแล บริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจแล้วบอกต่อ หรืออยากกลับมาท่องเที่ยวที่เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 อีกครั้ง หากแต่เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาน้อย ทางเมืองมัลลิกาจึงได้พยายามพัฒนาศักยภาพความสามารถ และสนับสนุนให้ได้เรียนรู้ในสิ่งที่เจ้าหน้าที่สนใจตามกำลังที่ช่วยเหลือได้ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีใจรัก และปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความตั้งใจ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการควบคุมเป็นข้อเด่น เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีความตั้งใจในการทำงาน ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎของเมืองเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งกาย การขอความร่วมมือใช้ปิ่นโตแทนถุงพลาสติกเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศ มีการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการจัดอบรม และประชุมอยู่มาพัฒนา และเน้นย้ำในสิ่งที่พึงปฏิบัติอยู่เสมอ อีกทั้งยังเห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ตระหนักเห็นถึงการควบคุม ประเมินที่ตนเองต้องเจอในทุก ๆ ปี ยกตัวอย่างการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ในโรงครัวท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “...ต้องทำรสชาติให้เหมือนเดิมเหมือนวันแรกที่ทำ ปิ้งอาหารตามสูตรไม่เปลี่ยนแปลง...” (สัมภาษณ์, 11 กุมภาพันธ์ 2562)

4.3 องค์ประกอบเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

องค์ประกอบการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ที่พิจารณาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activity) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.3.1 การเข้าถึง (Accessibility)

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ตั้งอยู่บริเวณเส้นทางสายกาญจนบุรี – ไทรโยค หากเดินทางจากจังหวัดกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดกาญจนบุรี จะมีระยะทางทั้งหมด 123 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางราวๆ 2 – 3 ชั่วโมง สามารถเลือกวิธีการเดินทางได้หลายวิธี ได้แก่

1. รถยนต์ส่วนตัว จากกรุงเทพฯ – จังหวัดกาญจนบุรี สามารถใช้เส้นทางถนนบรมราชชนนี ผ่านพุทธมณฑล เพื่อมุ่งหน้าสู่ จ.นครปฐม ใช้ทางหลวงหมายเลข 4 จากนั้นเปลี่ยนเส้นทางไปทางราชบุรี - บ้านโป่ง จากนั้นจะเห็นป้ายกาญจนบุรี ให้ขับตามทางหลวงหมายเลข 323 เป็นเส้นหลักถนนแสงชูโต ที่วิ่งเข้าตัวจังหวัดกาญจนบุรี
2. รถโดยสารประจำทาง จาก จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถขึ้นรถได้ที่สถานีขนส่งหมอชิต 2 ไปยังจังหวัดกาญจนบุรี โดยรถโดยสารกรุงเทพ – กาญจนบุรี รถจะออกทุกชั่วโมง ใช้เวลาในการเดินทาง 3 ชั่วโมง หรือขึ้นรถที่สถานีขนส่งสายใต้ใหม่ มีรถออกทุก 20 นาที ใช้เวลาในการเดินทาง 2 ชั่วโมง มีค่าโดยสารราคา 120 บาท โดยเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 05.00-19.00 น. จากนั้นมาลง บขส.จังหวัดกาญจนบุรี แล้ว

ต่อรถประจำทางสายไทรโยค ทองผาภูมิ สังขละ หรือต่อรถตู้กาญจนบุรี - สังขละ มาลงที่หน้าเมืองมัลลิกา

3. รถไฟ จากกรุงเทพมหานคร ไปยัง จังหวัดกาญจนบุรี มีรถไฟให้บริการ 2 ขบวน คือ เวลา 07.45 น.และ เวลา 13.55 น. ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมงครึ่ง ขึ้นรถไฟที่สถานีธนบุรี ซึ่งอยู่ด้านหลังโรงพยาบาลศิริราช โดยเส้นทางที่รถไฟสายนี้วิ่งผ่านคือ ธนบุรี - ศาลายา - นครปฐม - หนองปลาตุก - ท่าเรือ - กาญจนบุรี - สะพานแควใหญ่ - วังเย็น - บ้านเก่า - ท่ากิโล - ถ้ำกระแซ - วังโพธิ์ - เกษมหมามงคล - น้ำตก ให้ลงสถานีถ้ำกระแซ แล้วต่อรถรับจ้างท้องถิ่น

ระหว่างทางยังมีป้ายบอกทางเป็นระยะ นักท่องเที่ยวต้องคอยสังเกตในขณะที่เดินทาง แต่ป้ายทางเข้าเมืองมัลลิกา มีขนาดไม่ใหญ่มาก และไม่ได้ตั้งในที่ที่เป็นจุดสังเกตเท่าที่ควรอาจทำให้นักท่องเที่ยวพลาดได้ (ภาพที่ 4.5) แต่นักท่องเที่ยวสามารถสังเกต ป้อมน้ำมันบางจากที่อยู่ติดกับบริเวณทางเข้า ที่มีขนาดใหญ่ และเห็นชัดเจน



ภาพที่ 4.5 ป้ายบริเวณทางเข้า

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

4.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายระหว่างท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ดี และประทับใจ จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. บริเวณลานจอดรถที่มีขนาดกว้าง ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของด้านขวามือของเมืองมัลลิกา และอยู่หลังบริเวณจุดจำหน่ายบัตรเข้าชม สามารถจอดได้ประมาณ 50 – 60 คัน แต่ละช่องที่จอดรถมีขนาดกว้างรถใหญ่สามารถจอดได้สะดวก ถนนรมีขนาดกว้าง รถสามารถสวนกันได้แม้ว่าจะมีรถจอดข้างริมทางเดินเท้า
2. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำอยู่ตามจุดต่างๆ กล่าวคือ ด้านนอกเมืองอยู่บริเวณทางเข้าคอยโบกรถ หรือห้ามรถเมื่อมีนักท่องเที่ยวข้ามถนนจำนวน 3 นาย ตามบริเวณมุมถนนที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินข้ามถนนสะดวก ด้านในเมืองมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำจุดย่านการค้าเพื่อแนะนำข้อมูลภายใน และรักษาความปลอดภัยทั้งก่อน และในขณะมีการแสดงรวมถึงยามค่ำคืน ซึ่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยต่อ 1 คน จะดูแลนักท่องเที่ยว 1-3 คน
3. ห้องน้ำ ด้านนอกตัวเมืองมัลลิกามีห้องน้ำอยู่ 1 จุด แบ่งเป็นห้องน้ำหญิงและห้องน้ำชาย ทางเข้าอยู่ติดกัน มีป้ายบอกหน้าห้องน้ำชัดเจน ภายในบริเวณห้องน้ำมีอยู่ 5 ห้องแต่ละห้องมีขนาดใหญ่ อ่างล้างมือ 3 อ่าง ส่วนด้านในเมืองมัลลิกามีห้องน้ำอยู่ทั้งหมด 3 จุด จุดแรกอยู่บริเวณย่านการค้ามีป้ายติดว่าสุขศาลา แบ่งเป็นห้องน้ำชายและห้องน้ำหญิงมีป้ายบอกทางชัดเจนเช่นกัน ด้านในมี 3 ห้อง มีอ่างล้างมือ 2 อ่าง จุดที่สองอยู่บริเวณยู้งข้าวมีย้ายติดว่าเวจ (ห้องน้ำ) มีห้องน้ำชายและห้องน้ำหญิงอย่างละ 1 ห้อง อ่างล้างมือ 1 อ่าง ส่วนจุดที่สามอยู่บริเวณด้านล่างของเรือนหมู่เป็นห้องน้ำรูปแบบสมัยปัจจุบัน ในจุดนี้จะแบ่งเป็นห้องน้ำชาย และห้องน้ำหญิงมีป้ายบอกชัดเจน ด้านในมีห้องน้ำกว่า 5 ห้อง อ่างล้างมือ 4 อ่าง
4. ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า เป็นแบบรวมหญิงชายอยู่บริเวณขวามือติดกลับจุดจำหน่ายบัตรเข้าชม ด้านในจะมีเจ้าหน้าที่ให้ความช่วยเหลืออยู่ 2 - 3 คน คนหนึ่งจะนั่งประจำโต๊ะเพื่อแลกบัตรประชาชนก่อนจะเข้าไปเปลี่ยนเสื้อผ้า ส่วนพนักงานที่เหลือคอยให้คำแนะนำ และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มีตู้ล็อกเกอร์ขนาดใหญ่วางอยู่ 3 มุม เพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก

5. จุดบริการ ประกอบไปด้วยจุดแลกสตางค์รูด มี 1 จุด ด้านนอกบริเวณจำหน่ายบัตรเข้าชม ส่วนด้านในมี 2 จุด คือ ย่านการค้า และบริเวณทางออกสำหรับแลกเงินคืน
6. จุดนั่งพัก จะมีตามจุดต่าง ๆ อยู่ทั่วบริเวณภายในเมือง ซึ่งถือว่าค่อนข้างเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น บนเรือนไทย เรือนแพ หรือร้านค้าได้
7. ร้านอาหาร บริการอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม อยู่ในย่านการค้าเป็นส่วนใหญ่มีทั้งของหวาน ของทานเล่น และเครื่องดื่ม ส่วนในบริเวณเรือนหมูในตอนกลางวันจะมีบุฟเฟ่ต์อาหารช่วง 11.00น. – 14.00น. ส่วนอาหารค่ำจะรับประทานเป็นสาร์ปพร้อมชมการแสดงเวลา 18.30น. – 20.00น. ซึ่งต้องซื้อเป็นชุดพร้อมบัตรเข้าชม (package)
8. แผนที่ภาพรวมภายในเมืองมัลลิกา (ภาพที่ 4.6) ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้า (เลยบริเวณสะพานหัน)



ภาพที่ 4.6 แผนที่ภายในเมืองมัลลิกา

ที่มา: www.mallika124.com (2561)

9. ตู้กดเงินอัตโนมัติ มีอยู่บริเวณขวามือทางรถเข้าเมืองมัลลิกา จำนวน 2 ตู้ รูปทรงดูของธนาคารออมสิน และธนาคารกสิกร

4.3.3 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

ห้องเล่าเรื่องจะอยู่ทางด้านขวามือก่อนเข้าไปในเมืองมัลลิกา มีไว้เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา และกระตุ้นอารมณ์ของนักท่องเที่ยวก่อนเข้าไปในเมืองมัลลิกาซึ่งด้านในจะมีหุ่นขี้ผึ้งจำลองรัชกาลที่ 5 (ภาพที่ 4.7) อยู่ตรงกลางทางเดิน 2 ข้างระหว่างรูปปั้นมีภาพถ่ายในสมัยร.ศ.124 (ภาพที่ 4.8) ติดอยู่กับผนังทั้งด้านขวามือ และซ้ายมือ โดยภาพส่วนใหญ่เป็นต้นแบบในการจำลองเมืองมัลลิกามีเสียงผู้หญิงบรรยายความสำคัญของในสมัยรัชกาลที่ 5 และความเป็นมาการจำลองเมืองมัลลิกาวนไปเรื่อยๆเป็นภาษาไทย



ภาพที่ 4.7 หุ่นขี้ผึ้งจำลองรัชกาลที่ 5

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.8 ภาพถ่ายในสมัย ร.ศ.124

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

เนื่องจากเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยว จุดเด่นจึงอยู่ที่สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) ที่มีรูปแบบหลากหลาย และได้แบ่งออกเป็น มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) คือ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน สถาปัตยกรรมย่านการค้า และองค์ประกอบอื่นๆ และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) คือ ศิลปะการแสดง และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 โดยรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.3.3.1 สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

ประกอบไปด้วย บ้านทรงเรือนไทยต่าง ๆ เริ่มจากเรือนเดี่ยว มีลักษณะเป็นบ้านเรือนไทยขนาดไม่เล็กไม่ใหญ่เพราะเป็นการจำลองเรือนของชาวบ้านทั่วไป เป็นรูปแบบในสมัยรัชกาลที่ 5 ตอนต้น มีการจำลองรูปทรงที่ค่อนข้างละเอียด เช่น การนำฝาสำหรวด (ภาพที่ 4.9) มาเพื่อบ่งบอกว่าบริเวณฝั่งนี้เป็นห้องครัว หรือกรรมวิธีในการสร้างเรือนไม่มีการใช้ตะปู ยังคงสร้างเรือนโบราณ คือใช้ลิ้มและไม่ขัดในการค้าหลังคาเรือน (ภาพที่ 4.10) มีการใช้องค์ประกอบของเรือนไทยที่ค่อนข้างชัด เช่น พริ้ง

ฝักมะขาม (ภาพที่ 4.11) เป็นต้น ซึ่งด้านหลังของเรือนเดี่ยวประกอบไปด้วย ยุงข้าวจะเห็นถึงกรรมวิธีทำ ข้าวเปลือกให้เป็นข้าวสาร การจำลองอุปกรณ์ตำข้าว ฝัดข้าว จนได้ออกมาเป็นข้าวสาร โดยอุปกรณ์เหล่านี้ พบเห็นได้น้อยในเมืองหากแต่ยังพอเห็นบ้างตามต่างจังหวัด และโรงครัว ที่เป็นสถานที่ที่จะอยู่ติดกัน และ มีการใช้พื้นที่ดังกล่าวในการทำอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยว และพนักงานได้รับประทานอาหาร (ภาพที่ 4.12) บริเวณนี้นักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำ (ภาพที่ 4.13) หรือเห็นกระบวนการขั้นตอนจนถึงขั้นสุดท้าย ในการทำอาหารจากพื้นที่ และการปฏิบัติจริง



ภาพที่ 4.9 ฝาสำหรับวัด

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.10 ใช้ลิ้ม และไม้ซัดในการค้ำหลังคา
ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.11 พริก และฝักมะขาม
ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.12 พนักงานตักอาหารรับประทาน บริเวณโรงครัว
 ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.13 กิจกรรมในโรงครัว
 ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

ต่อมาคือ เรือนคหบดี จำลองบ้านเรือนไทยให้ทันสมัยขึ้นเพื่อให้เห็นว่ามีต่างชาติเข้ามา ยกตัวอย่างเช่น น้ำพุ หรือรูปปั้นหัวสิงโตที่นิยมในสมัยรัชกาลที่ 5 ตอนปลาย มาประดับบริเวณภายนอกบ้าน ตัวเรือนมีขนาดใหญ่ ประดับเครื่องแขวนเพื่อบอกถึงฐานะของเจ้าของเรือน มีจั่วบนหลังคาที่แตกต่างกัน อย่างเช่นจั่วพระอาทิตย์ (ภาพที่ 4.14) เพื่อบ่งบอกบริเวณครัว หรือจั่วหน้าพรหมพักตร์ (ภาพที่ 4.15) แสดงถึงการมีฐานะของเจ้าของบ้าน แต่เรือนนี้ขาดเหงาปั้นลม (ภาพที่ 4.16) ที่ควรมีอยู่ทุกมุมบนปลายแปหัวเสา รูปแบบของเรือนคหบดีเพิ่งได้รับการปรับเปลี่ยนในยุคสมัยรัชกาลที่ 5

สุดท้ายเรือนหมู่เป็นเรือนไทยที่มีจุดเด่น กล่าวคือ เป็นเรือนไทยที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ใน 1 เรือน มีเรือนย่อยๆ 11 หลัง บ่งบอกถึงฐานะว่าเจ้าของเรือนเป็นคนมีฐานะมาก เป็นเรือนที่ไว้รองรับนักท่องเที่ยวในการรับประทานอาหารกลางวัน และอาหารค่ำพร้อมพื้นที่จัดแสดงศิลปะการแสดงต่างๆ



ภาพที่ 4.14 จั่วพระอาทิตย์

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.15 จั่วหน้าพรหมพักตร์

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.16 เหงाप้านลม และบริเวณที่ขาดไป

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

4.3.3.2 สถาปัตยกรรมย่านการค้า

ประกอบไปด้วยสะพานหัน (ภาพที่ 4.17) ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้า เมื่อแลกรับตรเข้าชมเข้ามาในเมืองจะพบสะพานหันเป็นที่แรก เป็นสะพานพัฒนาจากประเทศอิตาลี เป็นแหล่งที่รัชกาลที่ 5 ทรงซื้อผลไม้อบแห้งโดยเฉพาะลูกพลับจากเมืองจีน เมืองมัลลิกาจึงได้พยายามจำลองบรรยากาศจากรูปภาพให้ตรงตามแบบในยุคคนั้น และคงไว้ซึ่งกลิ่นอายวัฒนธรรมมากที่สุด รวมถึงการขายของต่างๆ เช่น ร่ม ส้มโอ เหล้าดอง ผ้าขาวม้า เป็นต้น



ภาพที่ 4.17 สะพานหัน

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

ต่อมาเมื่อเดินเลยสะพานหันเข้ามาจะพบกับย่านการค้าแบ่งเป็นแพรงต่างๆ ที่มีการตั้งชื่อตามพระโอรสของรัชกาลที่ 5 ประกอบด้วย ถนนแพรงนรา ถนนแพรงภูธร และถนนแพรงสรรพศาสตร์ โดยด้านในมีแบงก์สยามกัมมาจล เป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งเกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 (ปัจจุบันคือธนาคารไทยพาณิชย์) ร้านขายอาหาร ขนมหวาน (ภาพที่ 4.18) และร้านขายเครื่องดื่ม (ภาพที่ 4.19) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อขนมหวานและรับประทานพร้อมเห็นกระบวนการทำ โดยเจ้าหน้าที่ด้วยกรรมวิธีโบราณ เช่น การต้มน้ำด้วยเตาถ่าน ไม่มีการไปรับมาจากข้างนอก และร้านขายของใช้ต่างๆ ที่จำลองให้เหมือนกับอดีตทั้งของที่อยู่ภายในร้านเช่น ตู้วางของ ตู้วางขนม โต๊ะเก้าอี้ ประติเป็นต้น และบรรยากาศภายในบริเวณร้านค้า ถัดมาเป็นย่านเยาวราชของคนจีน และย่านบางรัก ของชาติตะวันตก เมื่อเดินทะลุย่านการค้ามา ทางด้านซ้ายมือจะพบกับเรือนแพ (ภาพที่ 4.20) ขายอาหารทั้ง

ข้าวราดแกง ก๋วยเตี๋ยว ส้มตำ และน้ำดื่ม มีชุดโต๊ะ เก้าอี้ให้นั่งเป็นจำนวนกว่า 10 ชุด เพื่อให้นักท่องเที่ยว
ได้นั่งรับประทานอาหาร



ภาพที่ 4.18 ร้านขายอาหารหวาน
ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.19 ร้านขายเครื่องดื่ม
ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.20 เรือนแพ

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

4.3.3.3 องค์ประกอบอื่นๆ

ประกอบไปด้วย เสื้อผ้าการแต่งกาย เงินรู รถลาก เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ มีความโดดเด่นทำให้เมืองจำลองแห่งนี้มีความสมบูรณ์ และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ใกล้ที่สุด อันได้แก่

1. การแต่งกาย ที่ใช้ผ้าแค่ 2 ผืน โดยนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่จะมีใส่เสื้อผ้าสีต่างกัน นักท่องเที่ยวสีสันสดใส และท่อนบนกับท่อนล่างเป็นสีคู่ตรงข้ามหรือเป็นสีเดียวกันขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้ชายจะมีผ้าคาดเอว เจ้าหน้าที่เสื้อผ้าสีหม่น เช่น เทา กรม น้ำตาลอ่อน ครีม เป็นต้น
2. เงินรู (ภาพที่ 4.21) มีรูปแบบเป็นทรงกลม มีรูอยู่ตรงกลาง มีรูปทรงเหมือนเช่นในสมัยรัชกาลที่ 5 เพียงแต่รายละเอียดด้านหนึ่งเขียนว่า “มัลลิกา ร.ศ. 124” และค่าเงิน อีกด้านมีการสลักเป็นลวดลายสวยงาม แต่ไม่ได้มีความสอดคล้องกับในอดีต การใช้จ่ายภายในเมืองมัลลิกาต้องใช้เงินรูเท่านั้น ไม่รับเงินปัจจุบัน หากเงินรูที่แลกเข้าไปในเมืองไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายสามารถแลกเพิ่มได้ในแถวย่านการค้า

3. รถลากมีรูปแบบคล้ายในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการปรับวัสดุ รูปแบบเพิ่มเติมเล็กน้อยเพื่อเพิ่มความสบายให้แก่นักท่องเที่ยว รถลากจะจอดอยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้าเมืองมัลลิกาว่า 10 คั่น นักท่องเที่ยวสามารถขอถ่ายรูปหรือใช้บริการให้เข้าไปส่งในจุดที่ต้องการจะไป



ภาพที่ 4.21 เงินรู

ที่มา : www.mallika124.com (2561)

ในส่วนของมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) มีจำนวนมาก และหลากหลายเช่นกัน จึงแบ่งเป็นศิลปะการแสดง และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้าน ในสมัย ร.ศ.124 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.3.3.4 ศิลปะการแสดง

ทางเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ยังได้สร้างแรงจูงใจเพิ่มเติมให้แก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจโดยใช้ศิลปะการแสดงประกอบกับการรับประทานอาหารค่ำให้แก่นักท่องเที่ยว โดยใช้บริเวณกลางเรือเป็นที่ทำการแสดงทุกการแสดง ฉากหลังเป็นเรือนไทยของเรือนคหบดี ไม่ได้มีการสร้างฉากหลังขึ้นมาเพิ่มเติมในแต่ละการแสดง มีทั้งหมด 5 การแสดง 4 ประเภท ได้แก่ โขนเรื่องรามเกียรติ์

ตอนยกรบ และเมฆลาล่องแก้ว รำกินรีร่อน ระบำศรีชัยสิงห์ และการแสดงเชิดหุ่นคน ดังรายละเอียดต่อไป

1. โขนเรื่องรามเกียรติ์ ตอนยกรบ (ภาพที่ 4.22) เป็นการแสดงเปิดชุดแรก แสดงประมาณ 20 นาที มีนักแสดง 5 คน เป็นผู้ชายทั้งหมด การแต่งกายเป็นชุดโขนเต็มรูปแบบ ใช้ดนตรีไทยบรรเลงสดบรรเลงไปตามเรื่องราวที่เกิดขึ้น ไม่มีท่วง ใช้อาวุธในการต่อสู้เป็นอุปกรณ์ประกอบ ไม่อันตรายใช้สำหรับการแสดงเท่านั้น



ภาพที่ 4.22 โขน ตอนยกรบ

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

2. โขนเรื่องรามเกียรติ์ ตอนเมขลาต่อแก้ว เนื้อเรื่องเป็นยักษ์รามสูรได้เห็นแสงแวววาวของดวงแก้ววิเศษแล้วอยากได้จึงหมายจะชิงมาเป็นของตนจากนางเมขลา (ภาพที่ 4.23) ใช้เวลาแสดงประมาณ 25 นาที มีนักแสดง 2 คน เป็นผู้ชาย 1 คน แสดงเป็นตัวยักษ์ และผู้หญิง 1 คน แสดงเป็นตัวนาง การแต่งกายเป็นชุดโขนเต็มรูปแบบ เป็นบรรเลงเพลงสด ไม่มีบทร้อง อุปกรณ์ที่สำคัญ คือ ลูกแก้ว การแสดงนี้มีความพิเศษเพราะตัวยักษ์จะลงมาเล่นกับผู้ชม เป็นการแจกดอกไม้เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีส่วนร่วม



ภาพที่ 4.23 โขน ตอนเมขลาต่อแก้ว

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

3. รำกีนรีร้อน (ภาพที่ 4.24) เป็นตอนที่กีนรีร้อนเป็นการรำในฉากหนึ่งที่นางมโนราห์และพี่ๆบินมาเล่นน้ำที่สระอินดาช เขาไกรลาศ แสดงประมาณ 15 นาที มีนักแสดง 3 คน เป็นเป็นผู้หญิงทั้งหมด การแต่งกายเป็นชุดเกาะอกนุ่งโจงมีชฎาอยู่บนศีรษะ และที่ติดกับเสื้อสามารถกางออกมคล้ายปีกนก และมีหางด้านหลัง ทำทางการรำมีความอ่อนช้อยคล้ายนกบิน ดนตรีเป็นบรรเลงสดทำนองช้าไม่มีบทร้อง การแสดงชุดนี้ได้รับความนิยมยกย่องอย่างมากในด้านความวิจิตรสวยงามของกระบวนท่ารำ



ภาพที่ 4.24 รำกีนรีร้อน

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

4. ระเบ้าศรีชัยสิงห์ (ภาพที่ 4.25) แสดงประมาณ 15 นาที มีนักแสดง 4 คน เป็นเป็นผู้หญิงทั้งหมด การแต่งกายคล้ายชุดของเขมร 3 คนใส่ชุดสีน้ำตาลรำประกบ 1 คนใส่ชุดสีเหลือง มีเครื่องประดับอยู่บนศีรษะ รำอยู่ตรงกลาง ดนตรีเป็นบรรเลงสดทำนองช้าไม่มีท่วงท่าทางการระบำมีความอ่อนช้อย และมีรูปแบบคล้ายของเขมร เนื่องจากระเบ้าศรีชัยสิงห์นี้ มีการแกะท่ารำมาจากภาพประติมากรรม และภาพศิลาจำหลักจากการพ่อนรำเป็นพุทธบูชา ของนางอัปสรบายน ภายในปราสาทเมืองสิงห์ ของจังหวัดกาญจนบุรี



ภาพที่ 4.25 ระเบ้าศรีชัยสิงห์

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

5. การแสดงเชิดหุ่นคน (ภาพที่ 4.26) เป็นการแสดงใหม่ที่เมืองมัลลิกา ได้นำมาจัดให้นักท่องเที่ยวได้รับชม แสดงประมาณ 25 นาที มีนักแสดง 2 คน เป็นเป็นผู้ชายทั้งหมด แสดงเป็นหุ่นหนึ่งคน ผู้เชิดหนึ่งคน การแต่งกายของ 2 คนแตกต่างกันผู้เชิดจะใส่เสื้อแขนกระบอก นุ่งโจง สีดำ มีผ้าคาดเอวสีแดง ส่วนหุ่นที่ถูกเชิดแต่งกายรูปแบบคล้ายโขน ดนตรีบรรเลงสด ทำนองความสนุก เร้าใจ สอดคล้องไปกับท่าทางการแสดง ไม่มีบทร้อง



ภาพที่ 4.26 การแสดงเชิดหุ่นคน

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

ทั้งนี้ มีนักแสดง 9 คน หมุนเวียน บางการแสดงมีการลงมาเล่นกับนักท่องเที่ยว เช่นการแจกดอกไม้ (ภาพที่ 4.27) มีนักดนตรี 7 คน ศิลปะการแสดงจะอยู่บนเรือนหมู่ มีเวทีขนาดเล็กอยู่ตรงกลางลาน ก่อนกลับมีแจกของชำร่วยให้กับนักท่องเที่ยวทุกคนเป็นน้ำอบควันเทียนกลิ่นมะลิ (ภาพที่ 4.27)



ภาพที่ 4.27 ดอกไม้ที่แจกระหว่างการแสดง และของชำร่วย
ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)

4.3.3.5 ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

เมืองมัลลิกาพยายามสอดแทรกภูมิปัญญาชาวบ้านต่างๆที่เป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวันไว้ด้วยความตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจก็ แต่นักท่องเที่ยวได้ความรู้ที่กลับไป ประกอบไปด้วย

1. การหุงข้าวด้วยกระทะใบบัว
2. การทำข้าวตังโดยนำข้าวมาจากกันกระทะ ในครั้งหนึ่งอาจจะได้ข้าวตังจำนวนมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความชำนาญของคนหุงข้าว
3. การใช้ซี่ควายกันปลวกมาแปะไว้รอบยุงข้าวเปลือก (ภาพที่ 4.28)
4. การปลูกต้นไม้มงคลไว้รอบบ้านตามความเชื่อที่ถูกถ่ายทอดต่อกันมา เช่นต้นมะยม แสดงถึง คนนิยมชมชอบ ต้นขนุน แสดงถึง หนุนนำให้ดีขึ้น เป็นต้น

5. ทิศทางการตั้งเรือนไทย นิยมตั้งทิศตะวันออกเพื่อรับลมบ้านจะได้มีอากาศถ่ายเทสะดวก รวมถึงรับฝนสร้างความชุ่มชื้นให้แก่ต้นไม้ และมีต้นไม้อยู่กลางบ้าน (ภาพที่ 4.29)
6. วิถีชีวิตชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 ปรากฏให้เห็นในทุกเวลา ทั้งช่วงเช้าคนเริ่มตั้งร้าน สายเริ่มมีของออกมาขาย ป้ายของเริ่มหมด เย็นเริ่มเก็บร้าน การกินข้าวกับพื้น การตะโกนพูดคุยกันในเรื่องต่างๆ
7. การใช้คำพูด สร้างบรรยากาศด้วยภาษา หรือคำพูดให้คนรู้สึกมีอารมณ์ร่วม เช่น “เจ้าคะ เจ้าขา ขอรับ” “สวัสดีขอรับ สวัสดีเจ้าคะ” “สวัสดีเจ้าค่า รับอะไรเจ้าคะ” เป็นต้น

เมืองมัลลิกาพยายามจำลองวิถีชีวิตในพื้นที่ที่จำกัด ซึ่งวิถีชีวิตจะสามารถเห็นได้ในทุกบริเวณในเมืองมัลลิกา แต่ที่จะมีผู้คนอยู่เป็นจำนวนมากในบริเวณย่านการค้า ยุ่งข้าว (ภาพที่ 4.30) และโรงครัว



ภาพที่ 4.28 การนำเอาซี่ควายมาผสมกับดินมาแปะไว้รอบยั้งข้าวเปลือก
ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.29 ต้นไม้อยู่กลางบ้าน

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.30 วิธีชีวิตของคนในเมืองมัลลิกา และบริเวณยุงข้าว

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

4.3.4 กิจกรรม (Activity) กิจกรรมในเมืองมัลลิกามีความหลากหลาย จึงได้จัดแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กิจกรรมการประกอบอาหาร และกิจกรรมการสีข้าว

4.3.4.1 กิจกรรมการประกอบอาหาร

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีทั้งอาหารคาว และอาหารหวานให้เลือกหลากหลาย ทั้งที่สามารถรับประทานได้ทั่วไป และหารับประทานได้ยากในปัจจุบัน มีกรรมวิธี และการทำอาหาร และขนมไทยที่โดดเด่น อีกทั้งยังมีเจ้าหน้าที่มาทำอาหาร และขนมไทยให้นักท่องเที่ยวได้เห็น และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปลองทำขนมได้ โดยมีเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญช่วยสอน และให้ความรู้อยู่ตลอด บริเวณใกล้เคียง อาหารมาจากโรงครัวจะอยู่บริเวณเรือนแพ และเรือนหมู่ ส่วนขนมจะอยู่ในย่านการค้า โดยทำสดๆหลังร้านและขายหน้าร้าน

ในสมัยก่อนคนไทยจะทำขนมไทยเฉพาะมีงานเทศกาล หรือวาระสำคัญ เท่านั้น เช่น ขนมมงคลใช้ในงานบุญ งานแต่งงาน ขนมพื้นบ้านอย่างขนมกล้วย ขนมครก เป็นต้น ขนมไทยในวังจะมีหน้าตา รูปทรงสวยงามมีการประดับประดาในทุกขั้นตอน ซึ่งการทำขนมแต่ละครั้งต้องใช้คนเป็นจำนวนมากเพราะการทำขนมค่อนข้างใช้เวลาใช้เวลามาก ไม่ว่าจะเป็นการเตรียม การทำ หรือการตกแต่ง ทุกขั้นตอนมีความบรรจงแตกต่างกันตามแต่ละชนิดของขนม



ภาพที่ 4.31 เจ้าหน้าที่ทำขนม

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)



ภาพที่ 4.32 ขนมอบูหลันต้นเมฆ

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

4.3.4.2 กิจกรรมการสีข้าว

บริเวณยั้งข้าว และโรงสีข้าว (ภาพที่ 4.33) มีเจ้าหน้าที่อยู่ประมาณ 8 – 10 คน ซึ่งแต่ละคนจะไม่มีหน้าที่ประจำ จะผลัดเปลี่ยนหน้าที่กันตามความสะดวก เพราะเจ้าหน้าที่ทุกคนมีความรู้ ความสามารถในการผลิตข้าวสารเป็นอย่างดี อีกทั้งยังคอยอธิบายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาร่วมกิจกรรม กิจกรรมบริเวณนี้นักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำได้ทุกขั้นตอนภายใต้การดูแลของเจ้าหน้าที่ และได้เห็นกระบวนการผลิตข้าวสาร ที่มีขั้นตอนดังนี้

1. คัดข้าวเปลือก เนื่องจากมีสิ่งที่เป็นอยู่ในข้าวเปลือก เช่น เศษดิน หิน แกลบ วัชพืช เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องมีการคัดเลือกข้าวเปลือกในเบื้องต้น ก่อนนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป
2. การตำข้าว เพื่อให้เปลือกข้าวหลุดออกจากเมล็ดข้าว การตำข้าวแต่ละครั้งจะตำครั้งละไม่มากนัก โดยตักข้าวเปลือกออกจากยั้งข้าวครั้งละหนึ่งหาบ แล้วนำข้าวเปลือกไปตากแดด 1-2 วัน เพื่อลดความชื้นและช่วยให้การกะเทาะเปลือกออกทำได้ง่ายขึ้น จากนั้นจึงนำข้าวออกมาตำ โดยในเมืองมัลลิกาใช้ครกมองเป็นอุปกรณ์ในการกะเทาะข้าวเปลือก ครกมองแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่ง คือ ครกที่ทำจากขอนไม้ขนาดใหญ่ และส่วนที่สอง คือ ต้วมอง หรือเรียกว่าแม่มองทำด้วยไม้ท่อนหนึ่งขนาด

เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 3-4 นิ้ว ยาวประมาณ 4-5 เมตร ทำหน้าที่เป็นไม้กระดกตำข้าว โดยจะนำข้าวเปลือกใส่ลงไป ในครกจากนั้นจะใช้น้ำหนักตัวกดลงบนหางมอ โดยใช้เท้าเหยียบหางมอให้สากที่อยู่หัวมอกระดกขึ้น แล้วปล่อยหางมอให้สากตกลงไปกระแทกกับข้าวเปลือกในครก

3. สีข้าว เพื่อให้ข้าวเปลือกขาวร่อนออกจากเมล็ด การสีข้าวมีวิธีคล้ายการโม่แป้ง เมื่อมีลลิกาใช้เครื่องสีข้าว ที่สานด้วยผิวไม้ไผ่เป็นรูปกระบอกมีขอบสูงทำเป็นถาดรองข้าวกลิ้ง ส่วนประกอบที่สำคัญ 5 ส่วน คือ

- 1) ท่อนพื้นบน สานด้วยผิวตอกไม้ไผ่เป็นรูปทรงกลมสูงประมาณ ๕๐ เซนติเมตร วัตถุประสงค์เส้นผ่าศูนย์กลางยาวประมาณ 50 เซนติเมตร ใช้ไม้เนื้อแข็ง
- 2) ท่อนพื้นล่าง สานด้วยผิวตอกไม้ไผ่ทำเป็นถาดขอบสูงรองรับข้าวกลิ้งที่สีแล้ว เจาะรูให้ข้าวไหลลงมาถึงร่องรับ
- 3) แกนหมุน ทำด้วยไม้แกนหมุนไว้ตรงศูนย์กลางของท่อนพื้นล่าง แกนหมุนจะเป็นเดือยสอดไม้คานที่ขวางไว้
- 4) ไม้คาน ทำจากไม้แปรเนื้อแข็งขนาด ยาวประมาณ 2 เมตร ขวางท่อนพื้นบนเจาะปลายไม้
- 5) คันโยก ใช้ลำไม้ไผ่โต ๆ ทำเป็นคันโยกมีมือจับเจาะรูที่ปลายไม้คันโยกทำสลักเดือยสอดกับรูไม้คาน

การสีข้าวจะใส่ข้าวเปลือกเข้าไปในส่วนลึกเว้าของท่อนพื้นบน ใช้มือโยกหมุนเวียนไปด้านขวามือ จนได้เป็นข้าวกลิ้ง

4. ฝัดข้าว เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกรรมวิธีการผลิตข้าวสาร คือการแยกเมล็ดข้าว และเปลือกข้าวออกจากกัน เมื่อมีลลิกาใช้อุปกรณ์ที่เรียกว่า กระตั้งหรือโด้ง เป็นเครื่องสานที่ใช้สำหรับฝัดเปลือกข้าวออก จะสานเป็นวงกลมมีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 50-80 เซนติเมตร ขอบปากทำด้วยไม้ไผ่ โดยการฝัดข้าวจะตักข้าวใส่ในกระตั้ง ถือขอบปากกระตั้งด้วยมือสองข้าง จากนั้นร่อน และโยนข้าวขึ้นไปบนอากาศเป็นจังหวะเปลือกข้าวจะค่อย ๆ กระเด็นออกไปจากกระตั้ง จนในกระตั้งจะเหลือเพียงข้าวสาร และปลายข้าว จากนั้นเทส่วนที่ได้ลงในหียง ที่เป็นเครื่องสานคล้ายกระตั้งแต่มีตาห่างกว่า

เพื่อร่อนปลายข้าวออกจากข้าวสาร เมื่อได้ข้าวสารจะนำไปเก็บไว้ในภาชนะใส่ข้าวสาร เช่น หม้อ กระบุง เป็นต้น และสามารถใช้หุงเพื่อรับประทาน ข้าวสารที่ผ่านกรรมวิธีผลิตในเมืองมัลลิกา จะนำมาใช้หุงเพื่อให้นักท่องเที่ยว และพนักงานรับประทานซึ่งเป็นการสะท้อนกิจกรรมสมัย ร.ศ124 แต่ช่วงเวลาชาวบ้านทำอะไรกัน ทำให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุกกับกิจกรรมตามจุดต่างๆ ได้ลองทำในสิ่งที่ปัจจุบันไม่ได้ทำ หรือมีให้เห็นน้อย อีกทั้งยังได้รับความรู้ และประสบการณ์



ภาพที่ 4.33 กิจกรรมบริเวณโรงสีข้าว

ที่มา: สโรชา อมรพงษ์มงคล (วันที่ 2 กันยายน พ.ศ.2561)

นอกจากจากจะมีกิจกรรมการประกอบอาหาร และการสีข้าวแล้ว เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ยังมีกิจกรรมพิเศษที่ทางเมืองมัลลิกาได้จัดขึ้นตามเทศกาลพิเศษต่าง ๆ ของประเทศไทย สามารถสรุปเทศกาลที่จะจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4

กิจกรรมพิเศษใน 12 เดือน

เดือน	เทศกาลพิเศษ
มกราคม – มีนาคม	เทศกาลปีใหม่, วันมาฆบูชา
เมษายน - มิถุนายน	เทศกาลสงกรานต์, วันวิสาขบูชา
กรกฎาคม - กันยายน	วันอาสาฬหบูชา, วันแม่แห่งชาติ, วันสารทไทย
ตุลาคม - ธันวาคม	วันปิยมหาราช, เทศกาลลอยกระทง, วันพ่อแห่งชาติ, วันสิ้นปี

ทั้งนี้แต่ละกิจกรรมที่ทางเมืองมัลลิกาจัดขึ้น จะพยายามสร้างสรรค์ให้แปลก โดดเด่นไม่เหมือนใครเพื่อเป็นจุดดึงดูด และเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยว เช่น เทศกาลลอยกระทง ในปี 2561 เมืองมัลลิกาจำลองให้เป็นการลอยกระทงสวรรค์ หรือที่เรียกว่าจองเปรียง ณ มหาสีทันดร โดยจำลองเวทีให้เหมือนอยู่บนสวรรค์ ไม่ใช่เพียงแค่อีสู่ขลุ่ยไทยแล้วลอยกระทง หรือเทศกาลสงกรานต์ จะมีการแห่ทางสงกรานต์ตั้งแต่หน้าเมือง แล้วจำลองให้นางมีชื้อ นั่งอยู่บนพาหนะที่เป็นสัตว์ชนิดต่างๆ เป็นต้น แต่บางกิจกรรมมีเพียงแค่ทำบุญตักบาตรในช่วงเช้า ถือได้ว่าเป็นการสรรสร้างให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เกิดความสนใจ เป็นทางเลือกหนึ่งแก่นักท่องเที่ยวเพื่อมาเยี่ยมชมเมืองมัลลิกา

จากที่กล่าวมาทั้งหมดอาจสรุปได้ว่า เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีข้อเด่นในการวางแผน (Planning) คือจุดประสงค์มีความสอดคล้องกับแนวคิดหลัก และมีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทางทำให้เป็นนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ยังคงขาดในเรื่องของพันธกิจ วิสัยทัศน์ การออกแบบพื้นที่ที่พัฒนาได้ล่าช้า และทรัพยากรบุคคลที่มีจำนวนลดลงจากเริ่มแรก ในเรื่องการจัดการองค์กร (Organizing) มีข้อเด่น เพราะที่โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน ทำให้แบ่งหน้าที่ในการทำงานได้ง่ายขึ้น มีตำแหน่งลดหลั่นกันไปจึงทำให้เจ้าหน้าที่แต่ละคนรู้หน้าที่ของตนเอง ส่วนการเป็นผู้นำ (Leading) ข้อเด่นอยู่ในฝ่ายผู้บริหาร มีความเป็นผู้นำสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการสั่งงาน การเจรจากับเจ้าหน้าที่ และการให้กำลังใจ สามารถดูแลผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาของตนได้ แต่ฝ่ายปฏิบัติการ หรือหัวหน้างานในแต่ละฝ่ายยังขาดความเป็นผู้นำในเรื่องการสื่อสาร เพราะยังมีเจ้าหน้าที่ที่ไม่พอใจกับการทำงานของหัวหน้าในแผนกของตน อีกทั้งไม่เข้าใจในแนวคิดหลัก เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของเมือง แต่ยังสามารถมีการควบคุม (Controlling) ที่โดดเด่นได้ เพราะ เจ้าหน้าที่ได้รับการ

ฝึกอบรม หรือได้รับโอกาสออกไปสัมมนาบ่อยครั้งเพื่อแลกเปลี่ยน และเพิ่มทั้งประสบการณ์ ความรู้ให้แก่เจ้าหน้าที่ ทำให้เจ้าหน้าที่ทราบว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดในการปฏิบัติงาน คือ การปฏิบัติหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด เน้นการบริการลูกค้า และการใช้คำพูดเป็นสำคัญ อีกทั้งยังปฏิบัติตามกฎได้อย่างดี นอกจากนี้ในส่วนของตัวเมืองมัลลิกา ยังได้นำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ อันประกอบไปด้วย มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural heritage) ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน สถาปัตยกรรมย่านการค้า องค์กรประกอบอื่นๆ และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible cultural heritage) ได้แก่ ศิลปะการแสดง และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมการประกอบอาหาร และกิจกรรมการสีข้าว



บทที่ 5

ผลการประเมินความจริงแท้ กระบวนการสร้างสรรค์

เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว อันประกอบไปด้วย สถาปัตยกรรมบ้านเรือน สถาปัตยกรรมย่านการค้า องค์ประกอบอื่นๆ ศิลปะการแสดง ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้าน ร.ศ. 124 กิจกรรมการประกอบอาหาร และกิจกรรมการสีข้าว ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นล้วนแล้วแต่เป็นจุดเด่นที่ทางเมืองมัลลิกา นำวัฒนธรรมมาทำให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น และดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาเยี่ยมชม ดังนั้นผู้วิจัยจึงประเมินความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์จึงสำคัญ เพื่อแสดงให้เห็นว่าจุดเด่นอย่างดึงดูดใจ และกิจกรรมต่างๆ มีคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แฝงฝังไปด้วยความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ ตามกรอบ Hoi An protocol for the best conservation practice in Asia (UNESCO, 2009) เป็นเกณฑ์ในการประเมินมิติความจริงแท้ และใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สร้างกรอบเพื่อเป็นเกณฑ์ในการประเมินมิติกระบวนการสร้างสรรค์

5.1 การประเมินความจริงแท้ดึงดูดใจ และกิจกรรม

สิ่งที่ดึงดูดใจประกอบด้วยมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน, สถาปัตยกรรมผ่านการค้า และองค์ประกอบอื่นๆ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ศิลปะการแสดง และภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ. 124 กิจกรรมประกอบไปด้วยกิจกรรมการสีข้าว และกิจกรรมการประกอบอาหาร โดยผู้วิจัยจะประเมินในประเด็นตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง, รูปแบบ และการออกแบบ และการใช้ และหน้าที่

5.1.1 สถาปัตยกรรมบ้านเรือน มีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ ดังนี้

ตารางที่ 5.1

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

มิติของความจริงแท้						
	ระดับความจริงแท้					
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1	
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	มีได้ถุนสูง, หน้าบ้านหันทางทิศตะวันออก, วางแปลนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า, ตั้งบริเวณใกล้น้ำ	มีได้ถุนสูง, หน้าบ้านหันทางทิศตะวันออก, วางแปลนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า	มีได้ถุนสูง, หน้าบ้านหันทางทิศตะวันออก, ไม่ได้วางแปลนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า, ตั้งบริเวณใกล้น้ำ	มีได้ถุนสูงเกินมาตรฐาน, หน้าบ้านหันทางทิศตะวันออก, ไม่ได้วางแปลนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า	มีได้ถุนสูงเกินมาตรฐาน, หน้าบ้านหันทางทิศตะวันออก, ไม่ได้วางแปลนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า	มีได้ถุนสูงเกินมาตรฐาน, หน้าบ้านหันทิศทางตามความสะดวกในการก่อสร้าง, ขาดการวางแปลนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า
รูปแบบ และการออกแบบ	เทคนิคการก่อสร้างโดยใช้ลิ่ม และไม้สอด, ใช้ไม้เนื้อแข็งทั้งหมด, หลังคาทรงสูง, ฝาสำหรับรอยกถอดประกอบได้ทั้งหมด	เทคนิคการก่อสร้างโดยใช้ลิ่ม และไม้สอด, ใช้ไม้เนื้อแข็งผสมไม้เชอร์รา, ฝาสำหรับรอยกถอดประกอบได้ทั้งหมด	เทคนิคการก่อสร้างโดยใช้ตะปู, ใช้ไม้เนื้อแข็งผสมไม้เชอร์รา, ฝาสำหรับรอยกถอดประกอบได้เพียงบางส่วน	เทคนิคการก่อสร้างโดยใช้ตะปู, ใช้ไม้เชอร์ราทั้งหมด, หลังคาทรงสูง, ฝาสำหรับรอยกถอดประกอบได้	เทคนิคการก่อสร้างโดยใช้ตะปู, ใช้ไม้เชอร์ราทั้งหมด, หลังคาทรงสูง, ฝาสำหรับรอยกถอดประกอบได้	เทคนิคการก่อสร้างโดยใช้ตะปู, ใช้ไม้เชอร์ราทั้งหมด, ฝาสำหรับรอยกถอดประกอบได้เพียงบางส่วน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

เกณฑ์ประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

มิติของความจริงแท้					
	มิติของความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
การใช้ และ หน้าที่	ใช้พักอาศัย, ทำครัว, รับประทานอาหาร, เข้าห้องน้ำ	ใช้พักอาศัย, ทำครัว, รับประทานอาหาร	ใช้พักอาศัย รับประทานอาหาร	ใช้ทำครัว เพียงอย่างเดียว	มีไว้เพียงจัดแสดงนั้น

โดยมีผลการประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมบ้านเรือน จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.2

ประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

มิติของความจริงแท้				
	มิติของความจริงแท้			
มิติของความจริงแท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	5	5	5	5
รูปแบบ และ การออกแบบ	5	3	4	4
การใช้ และ หน้าที่	4	1	4	3

จากการประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมบ้านเรือน พบว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้งอยู่ในระดับ 5 ความจริงแท้มากที่สุด เมืองมัลลิกาได้สร้างบ้านเรือนมีได้สูง, หน้าบ้านหันทางทิศตะวันออก, วางแปลนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า, ตั้งบริเวณใกล้น้ำ รูปแบบ และการออกแบบ อยู่ในระดับ 4 ความจริงแท้มาก เมืองมัลลิกาได้ใช้เทคนิคการก่อสร้างโดยใช้ลิ่ม และไม้สอด, ใช้ไม้เนื้อแข็งผสมไม้เขอร่า, ฝาสำหรับยกถอดประกอบได้ทั้งหมด การใช้งาน และหน้าที่อยู่ในระดับ 3 ความจริงแท้ปานกลาง เนื่องจากสถาปัตยกรรมบ้านเรือนใช้พักอาศัย รับประทานอาหาร

5.1.2 สถาปัตยกรรมย่านการค้า มีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ ดังนี้

ตารางที่ 5.3

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมย่านการค้า

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	มีการวาง แผนผังอาคาร เป็นรูปตัว U เพื่อสอดรับกับ แบบยุโรป ที่ เข้ามาเมื่ออิทธิพล ในสมัย ร.5	มีการวาง แผนผังอาคาร เป็นรูปตัว I เป็นแบบ สมัยก่อน ร.5	มีการวาง แผนผังอาคาร เป็นรูปตัว O เพื่อให้ นักท่องเที่ยว สามารถเดินได้ ครบทุกด้าน	มีการวาง แผนผังอาคาร เพื่อความ สะดวกสบาย ในการเดินชม ของ นักท่องเที่ยว	ขาดการวาง แผนผังอาคาร ใดๆ
รูปแบบ และ การ ออกแบบ	มีการออกแบบ และวัสดุ หน้าต่าง ประตู เป็นไม้เนื้อแข็ง ทั้งหมด,	มีการออกแบบ และวัสดุ หน้าต่าง ประตู เป็นไม้เนื้อแข็ง ทั้งหมด,	มีการออกแบบ และวัสดุ หน้าต่าง ประตู เป็นไม้เนื้อแข็ง ผสมไม้เขอร่า,	มีการออกแบบ และวัสดุ หน้าต่าง ประตู เป็นไม้เนื้อแข็ง ผสมไม้เขอร่า,	มีการ ออกแบบ และวัสดุ หน้าต่าง ประตูเป็นไม้

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมย่านการค้า

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
รูปแบบและการออกแบบ	ตึกแถวเป็นสีอ่อน, ชั้น 2 ของอาคารมีหน้าต่างบานคู่, เหนือขอบหน้าต่างเป็นช่องไม้ฉลุ	ตึกแถวเป็นสีอ่อนสลับสีเข้ม ชั้น 2 ของอาคารมีหน้าต่างบานคู่, เหนือขอบหน้าต่างเป็นช่องไม้ฉลุเพียงบางหลัง	ตึกแถวเป็นสีอ่อนสลับสีเข้ม, ชั้น 2 ของอาคารมีหน้าต่างบานคู่ สลับบานเดี่ยว, เหนือขอบหน้าต่างเป็นช่องไม้ฉลุเพียงบางหลัง	ตึกแถวเป็นสีเข้ม, ชั้น 2 ของอาคารมีหน้าต่างบานคู่ สลับบานเดี่ยว, เหนือขอบหน้าต่างไม่มีช่องไม้ฉลุ	เซอร์ราทั้งหมด, ตึกแถวเป็นสีเข้ม, ชั้น 2 ของอาคารมีหน้าต่างบานเดี่ยว, เหนือขอบหน้าต่างไม่มีช่องไม้ฉลุ
การใช้และหน้าที่	ใช้ชื่อ - ขายสินค้า, เป็นสถานที่นัดพบปะกัน, พักผ่อนหย่อนใจยามว่าง	ใช้ชื่อ - ขายสินค้า	ใช้เป็นสถานที่นัดพบปะกัน	ใช้ พักผ่อนหย่อนใจยามว่าง	มีไว้เพียงจัดแสดงเท่านั้น

โดยมีผลการประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมย่านการค้า จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.4

ประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมย่านการค้า

มิติของความจริงแท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง	3	2	2	2.3
รูปแบบ และการออกแบบ	3	2	3	2.6
การใช้ และหน้าที่	3	5	4	4

จากการประเมินความจริงแท้สถาปัตยกรรมย่านการค้า พบว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับ 2.3 ความจริงแท้ต่ำ มีการวางแผนผังอาคารเพื่อความสะดวกสบายในการเดินชมของนักท่องเที่ยว รูปแบบ และการออกแบบอยู่ในระดับ 2.6 ความจริงแท้ปานกลาง มีการออกแบบ และวัสดุหน้าต่าง ประตูเป็นไม้เนื้อแข็งผสมไม้เซอร่า, ติ๊กแถวเป็นสีอ่อนสลับสีเข้ม, ชั้น 2 ของอาคารมีหน้าต่างบานคู่สลับบานเดี่ยว, เหนือขอบหน้าต่างเป็นช่องไม้ฉลุเพียงบางหลัง การใช้ และหน้าที่ อยู่ในระดับ 4 ความจริงแท้มาก เนื่องจากใช้ชื่อ ขายสินค้า

5.1.3 องค์ประกอบอื่นๆ มีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ ดังนี้

ตารางที่ 5.5

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ขององค์ประกอบอื่นๆ

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	รถลากอยู่ตามท้องถนน, เงินรูพบเห็นทั่วไป, เสื้อผ้าที่คนทั่วไปสวมใส่เป็นแบบชาวบ้าน	รถลากอยู่ตามท้องถนน, เงินรูพบเห็นบริเวณย่านการค้าเป็นส่วนใหญ่, เสื้อผ้าที่คนคนทั่วไปสวมใส่เป็นแบบชาวบ้าน	รถลากอยู่ตามท้องถนน, เงินรูพบเห็นได้บริเวณย่านการค้าเป็นส่วนใหญ่, เสื้อผ้าที่คนทั่วไปสวมใส่เป็นทั้งแบบชาวบ้าน และ คนมีฐานะ	รถลากไม่ได้อยู่ตามท้องถนน, เงินรูพบเห็นได้ทุกจุดตั้งแต่ก่อนเข้าเมือง, เสื้อผ้าที่คนทั่วไปสวมใส่เป็นทั้งแบบชาวบ้าน และ คนมีฐานะ	รถลากไม่ได้อยู่ตามท้องถนน, เงินที่เห็นได้ทุกจุดตั้งแต่ก่อนเข้าเมือง, เสื้อผ้าคนทั่วไปสวมใส่เป็นทั้งแบบชาวบ้าน คนมีฐานะ และ ข้าราชการ
รูปแบบ และ การออกแบบ	เงินรู รถลาก เสื้อผ้า มีการเลียนแบบจากสมัยร.5 ทั้งหมด	เงินรู รถลาก มีการเลียนแบบจากสมัยร.5 ทั้งหมด	มีเพียงเงินรู ที่มีการเลียนแบบจากสมัยร.5 ทั้งหมด	เงินรู รถลาก เสื้อผ้า มีการเลียนแบบจากสมัยร.5 เพียงบางส่วน	เงินรู รถลาก เสื้อผ้า ไม่มี การเลียนแบบจากสมัยร.5 เลย

ตารางที่ 5.5 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ขององค์ประกอบอื่นๆ

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
การใช้ และ หน้าที่	เงินรูมีไว้ใช้แลก สินค้า, เสื้อผ้ามี สีไว้แสดงถึง ฐานะ, รถลากมี ไว้เพื่อส่งคนให้ ถึงจุดหมาย	เงินรูมีไว้ใช้ แลกสินค้า, เสื้อผ้ามีสีไว้ แสดงถึงฐานะ, รถลากมีไว้เพื่อ จัดแสดง	เงินรูมีไว้ใช้แลก สินค้า, เสื้อผ้ามี สวมใส่เพื่อ ความสวยงามสี ไม่ได้แสดงถึง ความหมาย, รถ ลากมีไว้เพื่อจัด แสดง	เงินรูมีไว้เก็บ สะสม, เสื้อผ้า มีสวมใส่เพื่อ ความสวยงาม สีไม่ได้แสดงถึง ความหมาย, รถลากมีไว้เพื่อ จัดแสดง	เงินรู เสื้อผ้า รถลาก มีไว้ เพียงจัดแสดง เท่านั้น

โดยมีผลการประเมินความจริงแท้ขององค์ประกอบอื่นๆ จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มี
รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.6

ประเมินความจริงแท้ขององค์ประกอบอื่นๆ

มิติของความจริงแท้				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
มิติของความจริง แท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	4	4	3	3.6
รูปแบบ และ การออกแบบ	2	2	5	3

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

ประเมินความจริงแท้ขององค์ประกอบอื่นๆ

มิติของความจริงแท้				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
มิติของความจริงแท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การใช้ และหน้าที่	5	2	4	3.6

จากการประเมินความจริงแท้ขององค์ประกอบอื่นๆ พบว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับ 3.6 ความจริงแท้มาก มีการใช้รถลากอยู่ตามท้องถนน, เงินรูพบเห็นบริเวณย่านการค้าเป็นส่วนใหญ่, เสื้อผ้าที่คนทั่วไปสวมใส่เป็นแบบชาวบ้าน รูปแบบ และการออกแบบอยู่ในระดับ 3 ความจริงแท้ปานกลาง มีเพียงเงินรูที่มีการเลียนแบบจากสมัร.5 ทั้งหมด การใช้ และหน้าที่ อยู่ในระดับ 3.6 ความจริงแท้มาก เงินรูมีไว้ใช้แลกสินค้า, เสื้อผ้ามีสีไว้แสดงถึงฐานะ, รถลากมีไว้เพื่อจัดแสดง

5.1.4 ศิลปะการแสดง มีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ ดังนี้

ตารางที่ 5.7

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ศิลปะการแสดง

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ทุกการ แสดง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่เพียง 3 – 4 การแสดง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่เพียง 2 – 3 การแสดง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่เพียง 1 – 2 การแสดง	ขาดความเชื่อมโยงกับพื้นที่

ตารางที่ 5.7 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ศิลปะการแสดง

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
รูปแบบ และ การออกแบบ	ทักษะในการแสดง, ดนตรี, สถานที่ และ เสื้อผ้า ออกแบบ บางส่วน ใกล้เคียงกับใน สมัยร.5	ทักษะในการแสดง, ดนตรี และ สถานที่ ออกแบบ บางส่วน ใกล้เคียงกับใน สมัยร.5	ทักษะในการแสดง และ ดนตรี ออกแบบ บางส่วน ใกล้เคียงกับใน สมัยร.5	ทักษะในการแสดง ออกแบบ บางส่วน ใกล้เคียงกับใน สมัยร.5	ทักษะในการแสดง, ดนตรี, สถานที่ และ เสื้อผ้า ขาด การออกแบบ ใกล้เคียงกับใน สมัยร.5
การใช้ และ หน้าที่	ใช้ต้อนรับแขก บ้านแขกเมือง	ใช้ในงานมงคล	ใช้ในงานศพ	ใช้ในงาน เทศกาลต่างๆ	มีไว้เพียง จัดการแสดง เพื่อความบันเทิงเท่านั้น

โดยมีผลการประเมินความจริงแท้ศิลปะการแสดง จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.8

ประเมินความจริงแท้ศิลปะการแสดง

มิติของความจริงแท้				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
มิติของความจริงแท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง	2	2	2	2
รูปแบบ และการออกแบบ	2	2	1	1.6
การใช้ และหน้าที่	1	1	1	1

จากการประเมินความจริงแท้ศิลปะการแสดง พบว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้งอยู่ในระดับ 2 ความจริงแท้ต่ำ เนื่องจากในเมืองมัลลิกามีความเชื่อมโยงกับพื้นที่เพียง 1 – 2 การแสดงรูปแบบ และการออกแบบ อยู่ในระดับ 1.6 ความจริงแท้ต่ำ ในเมืองมัลลิกามีทักษะในการแสดงออกแบบบางส่วนใกล้เคียงกับในสมัยร.5 การใช้ และหน้าที่ อยู่ในระดับ 1 ความจริงแท้ต่ำที่สุด การแสดงมีไว้เพื่อความบันเทิงเท่านั้น

5.1.4 ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 มีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ ดังนี้

ตารางที่ 5.9

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	มีความผูกพันกับสายน้ำใช้ในการสัญจร, ชีวิตประจำวัน, ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ และ สถานที่จำหน่าย ผลผลิต	มีความผูกพันกับสายน้ำใช้ในการสัญจร, ชีวิตประจำวัน และสถานที่จำหน่าย ผลผลิต	มีความผูกพันกับสายน้ำใช้ในการสัญจร และ ชีวิตประจำวัน	มีความผูกพันกับสายน้ำไว้ในชีวิตประจำวัน และปลูกพืช เลี้ยงสัตว์	สายน้ำมิได้ใช้ไว้เพื่อการสัญจร, ชีวิตประจำวัน, ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์และ สถานที่จำหน่าย ผลผลิต
รูปแบบ และ การ ออกแบบ	ทักษะฝีมือในการทำอาหาร หวาน และ อาหารคาว, กระบวนการต่างๆในยุ่งข้าว และการพายเรือ เลียนแบบ สมัยร.5	ทักษะฝีมือในการอาหารคาว, กระบวนการต่างๆในยุ่งข้าว และการพายเรือ เลียนแบบ สมัยร.5	ทักษะฝีมือในการทำขนม, อาหาร และ กระบวนการต่างๆในยุ่งข้าว เลียนแบบ สมัยร.5	ทักษะฝีมือในการทำอาหาร เลียนแบบ สมัยร.5	ขาดทักษะฝีมือในการทำขนม, อาหาร, กระบวนการต่างๆในยุ่งข้าว และการพายเรือ เลียนแบบ สมัยร.5

ตารางที่ 5.9 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

มิติของความจริงแท้						
	ระดับความจริงแท้					
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1	
การใช้ และ หน้าที่	ภูมิปัญญาใน ห้องครัว สามารถใช้ ประกอบ อาหารเพื่อ รับประทานได้ จริง, ยุงข้าวทำ สามารถผลิต วัตถุดิบได้จริง, ปลูกต้นไม้เพื่อ เสริมมงคล	ภูมิปัญญาใน ห้องครัว สามารถใช้ ประกอบ อาหารเพื่อ รับประทานได้ จริง, ยุงข้าวทำ เพื่อเป็น วัตถุดิบจริง, ปลูกต้นไม้เพื่อ รับประทาน	ภูมิปัญญาใน ห้องครัว สามารถใช้ นำมาใช้ รับประทานได้ จริง และยุง ข้าวทำเพื่อ เป็นวัตถุดิบ จริง	ภูมิปัญญาใน ห้องครัว สามารถ นำมาใช้ รับประทานได้ จริง, วัตถุดิบ เพียงบางส่วน	ภูมิปัญญาใน ห้องครัว สามารถนำมา รับประทานได้ จริง, วัตถุดิบ เพียงบางส่วน	ขาดการใช้ภูมิ ปัญญา มีไว้ เพื่อการจัด แสดงเท่านั้น

โดยมีผลการประเมินความจริงแท้ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.10

ประเมินความจริงแท้ของภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

มิติของความจริงแท้				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
มิติของความจริงแท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง	5	2	4	3.6
รูปแบบ และการออกแบบ	3	3	5	3.6
การใช้ และหน้าที่	2	3	4	3

จากการประเมินความจริงแท้ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 พบว่า ตำแหน่ง และสถานที่ อยู่ในระดับ 3.6 ความจริงแท้มาก เนื่องจากมีความผูกพันกับสายน้ำใช้ในการสัญจร, ชีวิตประจำวัน และสถานที่จำหน่ายผลผลิต รูปแบบ และการออกแบบ อยู่ในระดับ 3.6 ความจริงแท้มาก ทักษะฝีมือในการอาหารคาว, กระบวนการต่างๆในยุ่งข้าว และการพายเรือ เลียนแบบสมัยร.5 การใช้ และหน้าที่ อยู่ในระดับ 3 ความจริงแท้ปานกลาง ภูมิปัญญาในห้องครัวสามารถนำมารับประทานได้จริง และ ยุ่งข้าวทำเพื่อเป็นวัตถุดิบจริง

5.1.6 กิจกรรมการประกอบอาหาร มีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ ดังนี้

โดยกิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร และขนมมีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.11

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้กิจกรรมการประกอบอาหาร

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ทุกอย่าง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่มากกว่า 5 อย่าง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ 3-4 อย่าง	มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ 1-2 อย่าง	ขาดความเชื่อมโยงกับพื้นที่เลย
รูปแบบ และ การ ออกแบบ	วัตถุดิบ, กรรมวิธีการ และ เครื่องมือในการผลิตเลียนแบบ สมัยร.5	วัตถุดิบ และ กรรมวิธีการ ผลิตเลียนแบบ สมัยร.5	มีกรรมวิธีการ ผลิต และ เครื่องมือในการผลิตเลียนแบบ สมัยร.5	ใช้วัตถุดิบ และเครื่องมือในการผลิตเลียนแบบ สมัยร.5	วัตถุดิบ, กรรมวิธี และ เครื่องมือในการผลิตไม่ได้เลียนแบบ รูปแบบสมัยร.5
การใช้ และ หน้าที่	ใช้ในงานมงคล	ใช้เพื่อต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง	ใช้เพื่อทำบุญ/ใส่บาตร	นำมาจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้	ใช้เพื่อการแสดงให้นักท่องเที่ยว

โดยมีผลการประเมินความจริงแท้กิจกรรมการประกอบอาหาร จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.12

ประเมินความจริงแท้กิจกรรมการประกอบอาหาร

มิติของความจริงแท้				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
มิติของความจริงแท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง	2	2	2	2
รูปแบบ และการออกแบบ	2	2	3	2.3
การใช้ และหน้าที่	1	1	2	1.3

จากการประเมินความจริงแท้กิจกรรมการประกอบอาหาร พบว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง อยู่ในระดับ 2 ความจริงแท้ต่ำ มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ 1-2อย่าง รูปแบบ และการออกแบบ อยู่ในระดับ 2.3 ความจริงแท้ต่ำ ใช้วัตถุดิบ และเครื่องมือในการผลิตเลียนแบบสมัยร.5 การใช้ และหน้าที่ อยู่ในระดับ 1.3 ความจริงแท้ต่ำที่สุด ใช้เพื่อการแสดงให้แก่นักท่องเที่ยว

5.1.7 กิจกรรมการสีข้าว มีเกณฑ์การประเมินความจริงแท้ ดังนี้

ตารางที่ 5.13

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้กิจกรรมการสีข้าว

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	โรงครัว และ ยุ้งข้าวอยู่บริเวณหลังบ้าน	โรงครัวอยู่บริเวณหลังบ้าน แต่กิจกรรมการสีข้าว ยุ้งข้าว ตั้งอยู่ตามความสะดวกของพื้นที่	ยุ้งข้าวอยู่บริเวณหลังบ้าน แต่กิจกรรมการสีข้าว ตั้งอยู่ตามความสะดวกของพื้นที่	โรงครัว และ ยุ้งข้าวอยู่ตามความสะดวกของพื้นที่ แต่อยู่บริเวณใกล้ชิดกับตัวบ้าน	โรงครัว และ ยุ้งข้าวอยู่ตามความสะดวกของพื้นที่ และไม่ได้ติดกับตัวบ้าน
รูปแบบ และ การ ออกแบบ	เครื่องมือ และ การจัดวาง เลียนแบบ สมัยร.5	เครื่องมือ เลียนแบบสมัยร. 5 แต่การจัดวาง เครื่องมืออยู่ตามความสะดวกของพื้นที่	การจัดวาง เลียนแบบ สมัยร.5 แต่ เครื่องมือใช้ของในปัจจุบัน	เครื่องมือ และ การจัดวาง เลียนแบบ สมัยร.5 ผสมผสานของ ปัจจุบันเพื่อ ความสะดวก	เครื่องมือ และ การจัดวาง เลียนแบบ สมัยร.5
การใช้ และ หน้าที่	บริเวณยุ้งข้าว ทำเพื่อผลิต วัตถุดิบ, กิจกรรม บริเวณโรงครัว ทำไว้เพื่อ	บริเวณโรงครัว ทำไว้เพื่อ รับประทาน อาหาร แต่ กิจกรรมบริเวณ	บริเวณยุ้งข้าว ทำเพื่อเป็น วัตถุดิบ แต่ กิจกรรม บริเวณโรงครัว	บริเวณยุ้งข้าว ทำเพื่อเป็น วัตถุดิบเพียง บางส่วน แต่ กิจกรรม	บริเวณยุ้งข้าว และโรงครัวมี ไว้เพื่อจัด แสดงเท่านั้น

ตารางที่ 5.13 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินความจริงแท้กิจกรรมการลีซ่าว

มิติของความจริงแท้					
	ระดับความจริงแท้				
มิติความจริงแท้	5	4	3	2	1
การใช้ และ หน้าที่	รับประทาน อาหาร	ยุ่งขำมีไว้เพื่อ จัดแสดง	ทำไว้เพื่อจัด แสดง	บริเวณโรงครัว ทำไว้เพื่อ รับประทาน อาหาร	

โดยมีผลการประเมินความจริงแท้กิจกรรมการลีซ่าว จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มี
รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.14

ประเมินความจริงแท้ของกิจกรรมการลีซ่าว

มิติของความจริงแท้				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
มิติของความจริงแท้	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	2	2	5	3
รูปแบบ และ การออกแบบ	2	2	4	2.6
การใช้ และหน้าที่	5	4	5	4.6

จากการประเมินความจริงแท้กิจกรรมการสีข้าว พบว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง อยู่ระดับ 3 ความจริงแท้ปานกลาง ยิ่งข้าวอยู่บริเวณหลังบ้าน แต่กิจกรรมการสีข้าวโรงครัวตั้งอยู่ตามความสะดวกของพื้นที่ รูปแบบ และการออกแบบ อยู่ในระดับ 2.6 ความจริงแท้ปานกลาง การจัดวางเลียนแบบสมัยร.5 แต่เครื่องมือใช้ของในปัจจุบัน การใช้ และหน้าที่ อยู่ระดับ 4.6 ความจริงแท้มากที่สุด บริเวณยุงข้าวทำเพื่อผลดีวัตถุประสงค์, กิจกรรมบริเวณโรงครัวทำไว้เพื่อรับประทานอาหาร

จากการประเมินความจริงแท้ของสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรม ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการประเมินมิติความจริงแท้ อันประกอบไปด้วยตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง รูปแบบ และการออกแบบ การใช้ และหน้าที่ ได้ดังนี้

- **ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง**

ตารางที่ 5.15

ค่าเฉลี่ยตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง

<u>เนื้อหา</u>	<u>ค่าคะแนน</u>	<u>ความหมาย</u>
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	5	มากที่สุด
องค์ประกอบอื่นๆ	3.6	มาก
ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	3.6	มาก
กิจกรรมสีข้าว	3	ปานกลาง
สถาปัตยกรรมย่านการค้า	2.3	น้อย
ศิลปะการแสดง	2	น้อย
กิจกรรมการประกอบอาหาร	2	น้อย
ค่าเฉลี่ย	3.07	ปานกลาง

ผลจากการประเมินความจริงแท้มีความจริงแท้เฉลี่ยทั้งสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และกิจกรรมอยู่ในระดับ 3.07 ความจริงแท้ปานกลาง แต่หากพิจารณาในรายละเอียด พบว่า สถาปัตยกรรมบ้านเรือนมีระดับความจริงแท้มากที่สุด ต่อมาเป็นองค์ประกอบอื่นๆ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 กิจกรรมการสีข้าว สถาปัตยกรรมย่านการค้า ศิลปะการแสดง และกิจกรรมการประกอบ

อาหารตามลำดับ จากผลประเมินความจริงแท้ของตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ที่
ดังนี้

- ระดับความจริงแท้มากที่สุด ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน เนื่องจากเมืองมัลลิกา
ได้สร้างบ้านเรือนให้มีรูปแบบเป็นไปตามอดีต อันประกอบไปด้วยใต้ถุนสูง ด้านล่างมีพื้นที่ไว้ใช้สอยเป็น
บริเวณกว้าง หน้าบ้านเรือนทุกหลังหันหน้าไปทางทิศตะวันออกตามแบบฉบับการสร้างบ้านเรือนไทยทั้งนี้
เกี่ยวกับทิศทางของลมในการถ่ายเท ทิศทางของฝนในการช้ดเข้าบ้านเรือน ทิศทางของตะวัน และตาม
ความเชื่อของคนในสมัยก่อน รวมถึงมีการวางแผนบ้านเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า และบ้านเรือนทุกหลังจะถูก
ตั้งอยู่บริเวณใกล้น้ำที่ทางเมืองมัลลิกาขุดขึ้นมา ทั้งนี้คนในสมัยก่อนมีความผูกพันกับสายน้ำ และใช้
ประโยชน์จากสายน้ำเป็นสำคัญไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง หรือใช้ในชีวิตประจำวัน

- ระดับความจริงแท้มาก ได้แก่ องค์ประกอบอื่นๆ เนื่องจากรถลากจะจอดไว้บริเวณ
ถนนด้านหน้าของเมือง สามารถพบเห็นบนท้องถนนในเมืองมัลลิกาได้เลย ในส่วนของเงินรูพบเห็นบริเวณ
ย่านการค้าเป็นส่วนใหญ่ เหตุด้วยย่านการค้าเป็นย่านซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ที่รวมร้านต่างๆอยู่บริเวณ
เดียวกันมากที่สุด นักท่องเที่ยวจึงใช้เงินรูบริเวณนี้มากกว่าบริเวณอื่นๆที่ไม่ได้ใช้เลย และเสื้อผ้าที่คนใน
เมืองสวมใส่เป็นแบบชาวบ้าน เพราะทางเมืองตั้งใจมัลลิกาจำลองให้เป็นวิถีชน เรื่องราวส่วนใหญ่จึงเป็น
เรื่องราวของชาวบ้านมากกว่าคนมีฐานะ หรือข้าราชการ และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย
ร.ศ.124 เนื่องจากคนในสมัยก่อนมีความผูกพันกับสายน้ำที่ไว้ใช้ในการสัญจร และใช้ในชีวิตประจำวันทาง
เมืองมัลลิกาเองก็ใช้เรือในการสัญจรเพื่อขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว ปลูกพืชนานาชนิดไว้เพื่อเป็นทั้ง
วัตถุดิบในการประกอบอาหาร ไม้มุงคอก ไม้ประดับ รวมถึงเลี้ยงสัตว์อย่างเช่น วัว ไก่ เป็นต้น จำหน่าย
ผลผลิตจากที่ดินของตนเอง เช่นกล้วย มะพร้าว เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นไปตามวิถีชีวิตของคนในสมัยก่อน

- ระดับความจริงแท้ปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมการสีข้าว เนื่องจากกิจกรรมการสีข้าว
จะอยู่ในบริเวณยุ้งข้าว อันประกอบไปด้วยกระบวนการทำข้าวเปลือกให้เป็นข้าวสาร คือการตำข้าว การสี
ข้าว การผัดข้าว และโรงครีว อันประกอบไปด้วยการเตรียมวัตถุดิบ การทำอาหารคาว และอาหารหวาน
โดยในเมืองมัลลิกาไม่ได้มีการตั้งตำแหน่งของยุ้งข้าว และโรงครีวบริเวณหลังบ้าน แต่ถูกตั้งไว้ตามความ
สะดวกของพื้นที่ที่มีจำกัดที่มีความใกล้ชิดกับบริเวณตัวบ้านเรือนคหบดีแทน

- ระดับความจริงแท้ต่ำสุด ได้แก่ สถาปัตยกรรมย่านการค้ามีการวางแผนผังอาคาร
พาณิชย์ที่ใช้ซื้อขายสินค้า เพื่อความสะดวกสบายในการเดินชมของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวสามารถ
เดินชมสินค้าได้ตามความต้องการของตนเอง โดยทางเมืองมัลลิกาไม่ได้กำหนดว่าต้องเดินไปทิศทางไหน
ก่อน แต่การวางแผนผังอาคารพยายามให้นักท่องเที่ยวเดินผ่าน และพบเห็นทุกร้านค้า, ศิลปะการแสดง มีการ

แสดงที่เชื่อมโยงกับพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีเพียง 1 การแสดงเท่านั้น ได้แก่ระบำศรีชัยสิงห์ โดยระบำชุดนี้ได้นำท่ารำมาจากภาพประติมากรรม และภาพบนศิลาที่ปรากฏอยู่ในปราสาทเมืองสิงห์ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการฟ้อนรำถวายเป็นพุทธบูชา ของเหล่านางอัปสร ที่มีเพียงการแสดงเดียวที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ เนื่องจากเมืองมัลลิกาตั้งอยู่ในตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค ซึ่งเป็นตำบล และอำเภอเดียวกันกับที่ตั้งปราสาทเมืองสิงห์ และกิจกรรมการประกอบอาหาร เนื่องจากมีการนำเอาอาหารความที่เป็นของพื้นถิ่นมาเชื่อมโยงกับพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีเพียงแค่ 2 อย่างเท่านั้น ได้แก่ห่อหมกปลาช่อนในช่วงอาหารค่ำ เพราะปลาช่อนถือว่าเป็นของขึ้นชื่อของจังหวัดกาญจนบุรี และแกงบวนในช่วงอาหารกลางวัน ถือได้ว่าเป็นแกงที่เป็นเอกลักษณ์ของคนจังหวัดกาญจนบุรี โดยนำเครื่องในหมูมาหั่นแล้วปรุงด้วยสมุนไพรเป็นจำนวนมาก และถือว่าเป็นอาหารสุขภาพ

- รูปแบบ และการออกแบบ

ตารางที่ 5.16

ค่าเฉลี่ยรูปแบบ และการออกแบบ

<u>เนื้อหา</u>	<u>ค่าคะแนน</u>	<u>ความหมาย</u>
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	4	มาก
ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	3.6	มาก
องค์ประกอบอื่นๆ	3	ปานกลาง
สถาปัตยกรรมย่านการค้า	2.6	ปานกลาง
กิจกรรมการสีข้าว	2.6	ปานกลาง
กิจกรรมการประกอบอาหาร	2.3	น้อย
ศิลปะการแสดง	1.6	น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.81	ปานกลาง

ผลจากการประเมินความจริงที่มีความจริงแท้เฉลี่ยทั้งสี่สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และกิจกรรมอยู่ในระดับ 2.81 ความจริงแท้ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า สถาปัตยกรรมบ้านเรือนมีระดับความจริงแท้มากที่สุด ต่อมาเป็นภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 องค์ประกอบอื่นๆ สถาปัตยกรรมย่านการค้า กิจกรรมการสีข้าว กิจกรรมการประกอบอาหาร และ

ศิลปะการแสดงตามลำดับ จากผลประเมินความจริงแท้ของรูปแบบ และการออกแบบ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

- ระดับความจริงแท้มาก ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน เนื่องจากเทคนิคที่นำมาใช้ในการสร้างบ้านเรือน เป็นแบบการใช้ลิ้ม และไม้สอด กล่าวคือไม่ใช่ตะปูในการยึดไม้ต่างๆเข้าด้วยกัน ซึ่งวิธีการสลักเดือยไม้ ปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่เทคนิคนี้ อีกทั้งฝาสำรวจยกถอดประกอบได้ ซึ่งถือว่าเป็นเทคนิคที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการสร้างบ้านเรือนไทย นอกจากนี้วัสดุที่ใช้สร้างเรือนไทยเป็นไม้เนื้อแข็งผสมกับไม้เขอร่าเพื่อความสะดวกในการก่อสร้าง และลดต้นทุนบางส่วนลงไป และวิถีชีวิตชาวบ้าน ร.ศ. 124 เนื่องจากมีการใช้ทักษะในการทำอาหารคาว อย่างวิธีการทำข้าวตังที่ใช้ข้าวจากกันกระหะจริงมาให้นักท่องเที่ยวได้รับประทาน ไม่ได้เป็นการทอดเหมือนปัจจุบัน แต่ภูมิปัญญาไม่ได้ใช้กับการทำอาหารคาวทุกชนิด นอกจากนี้ยังมีทักษะกระบวนการต่างๆในยุ่งข้าว ที่มีการตำข้าว สีข้าว ฝัดข้าว กรรมวิธีต่างๆล้วนแล้วแต่เป็นแบบอดีตทั้งสิ้น

- ระดับความจริงแท้ปานกลาง ได้แก่ องค์ประกอบอื่นๆ มีเพียงเงินรู ที่นำแบบฟอร์มมาจากอดีต แต่นำมาแค่แบบฟอร์มเท่านั้นในส่วนของการละเอียดด้านในตัวเหรียญเงินรูเป็นรูปแบบของเมืองมัลลิกาทั้งสิ้น ซึ่งในตัวเหรียญเขียนระบุเอาไว้ว่า เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และจำนวนค่าเงินของเหรียญแต่ละประเภท ในส่วนของรถลาก และเสื้อผ้านำแบบฟอร์มมาเพียงบางส่วนเท่านั้น , สถาปัตยกรรมย่านการค้า เนื่องจากการออกแบบอาคารพาณิชย์ในย่านการค้าเน้นที่ความสะดวกในการก่อสร้าง และวัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นของปัจจุบัน กล่าวคือประตูร้านค้าแต่ละหลังเป็นไม้เนื้อแข็งผสมไม้เขอร่าทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนในบางส่วน สีของอาคารพาณิชย์เป็นสีเข้มเพื่อสร้างความโดดเด่น และดึงดูดนักท่องเที่ยว สามารถถ่ายรูปแล้วสื่อออกมาชัดเจน หน้าต่างด้านบนชั้น 2 ของอาคารพาณิชย์ มีทั้งหน้าต่างบ้านเดี่ยว และบ้านคู่ ซึ่งในอดีตหน้าต่างจะต้องเป็นบานคู่ทุกหลัง รวมถึงด้านบนหน้าต่างในไม่มีช่องไม้ฉลุ และกิจกรรมการสีข้าว ที่อยู่บริเวณยุ่งข้าว และโรงคร่ำ มีการใช้เครื่องมือ และการจัดวางตามความสะดวกของพื้นที่ กล่าวคือมีการใช้เครื่องมือที่เป็นของในปัจจุบัน อย่างเช่น น้ำมันพืชเป็นถุงสำเร็จ ใช้เครื่องปรุงแบบถุงสำเร็จ การจัดวางอย่างบริเวณยุ่งข้าว มีการวางที่ตำข้าวเรียงกันเป็นหน้ากระดานจำนวน 5 ตัว ซึ่งในอดีตไม่มีการเรียงในรูปแบบนี้ แต่ทางเมืองมัลลิกาต้องการรองรับนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมนี้ได้ทีละหลายคน

- ระดับความจริงแท้ต่ำ ได้แก่ กิจกรรมการประกอบอาหาร มีการใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหารคาว และอาหารหวาน เครื่องมือในการทำ และกรรมวิธีที่เป็นอดีตเพียงบางส่วนเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีอารมณ์ร่วมไปกับสิ่งที่พบเห็น แต่ส่วนใหญ่ในเมืองมัลลิกาจะใช้วัตถุดิบ เครื่องมือ และ

กรรมวิธีที่เป็นปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกของเจ้าหน้าที่ในการประกอบอาหาร และศิลปะการแสดง มีเพียงทักษะการแสดงบางส่วนเท่านั้นที่มีรูปแบบคล้ายกับอดีต เป็นการรักษาทักษะความรู้แบบดั้งเดิมไว้ แต่อย่างไรเสียก็มีการพัฒนาทักษะต่างๆให้ทันสมัยและนักท่องเที่ยวในปัจจุบันสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ระหว่างที่ชมการแสดง รวมถึงดนตรีเป็นการแสดงดนตรีสดแต่ก็มีการประยุกต์ สร้างความสนุกสนานอย่าง การบรรเลงเพลงค้ำคาวกีนกลัวยที่คนในปัจจุบันยังรู้จัก และสามารถมีอารมณ์ร่วมตามไปด้วยได้ เสื้อผ้า ถูกสร้างในรูปแบบผ้ายัด แล้วผูกเชือกไว้ทางด้านหลัง เพื่อให้นักแสดงทุกคนสามารถสวมใส่ได้

- การใช้ และหน้าที่

ตารางที่ 5.17

ค่าเฉลี่ยการใช้ และหน้าที่

เนื้อหา	ค่าคะแนน	ความหมาย
กิจกรรมการสีข้าว	4.6	มากที่สุด
สถาปัตยกรรมย่านการค้า	4	มาก
องค์ประกอบอื่นๆ	3.6	มาก
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	3	ปานกลาง
ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	3	ปานกลาง
กิจกรรมการประกอบอาหาร	1.3	น้อย
ศิลปะการแสดง	1	น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.93	ปานกลาง

ผลจากการประเมินความจริงที่มีความจริงแท้เฉลี่ยทั้งสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และ กิจกรรมอยู่ในระดับ 2.93 ความจริงแท้ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กิจกรรมการสีข้าวระดับความจริงแท้มากที่สุด ต่อมาเป็นสถาปัตยกรรมย่านการค้า องค์ประกอบอื่นๆ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 กิจกรรมการประกอบอาหาร และ ศิลปะการแสดงตามลำดับ จากผลประเมินความจริงแท้ของการใช้ และหน้าที่ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

- ระดับความจริงแท้มากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมการสีข้าว บริเวณโรงครัวมีการใช้ วัตถุประสงค์จริง ประกอบอาหารจริง และสามารถนำมาให้นักท่องเที่ยวรับประทานได้จริง ทั้งอาหารกลางวัน

อาหารค้ำ และเจ้าหน้าที่ทุกส่วนก็สามารถรับประทานได้ ในส่วนของยุ่งข้าวมักมีการผ่านกระบวนการจาก ข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการรับประทานคู่กับอาหารคาวบางส่วน อีกส่วนมีไว้เพื่อการแสดงและเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมเท่านั้น

- ระดับความจริงแท้มาก ได้แก่ สถาปัตยกรรมย่านการค้า ยังคงทำหน้าที่เป็นแหล่งขายสินค้าต่างๆอันประกอบไปด้วยอาหารคาว อาหารหวาน เครื่องดื่ม ผลไม้ น้ำอบน้ำปรุง ตะกร้าสาน ผ้าไทย และอื่นๆอีกเป็นจำนวนมากเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อของตามความต้องการของตนเอง รวมถึงยังเป็นสถานที่ที่สามารถนัดพบปะกันได้ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่สังเกตเห็นได้ง่าย อยู่ริเวอไรด์ทางเข้า – ออก มีที่นั่งพักผ่อน มีสินค้าให้เดินชม และเลือกซื้อ และองค์ประกอบอื่นๆ เงินรูมีหน้าที่เหมือนในอดีต คือไว้เพื่อซื้อสินค้าทุกชนิดที่ทางเมืองมัลลิกานำมาขาย เสื้อผ้ามีสีที่แตกต่างเพื่อแสดงถึงฐานะ หากเป็นเจ้าหน้าที่เสื้อผ้าจะสีหม่นมีไม่กี่สี แต่เสื้อผ้าที่ให้นักท่องเที่ยวสวมใส่จะเป็นสีสดใส มีให้เลือกหลากหลายสี ในส่วนของรถลากมีหน้าที่ส่งนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางที่ต้องการในเมืองมัลลิกา แต่ส่วนใหญ่พนักงานไม่ใช้บริการรถลาก เพียงแต่จะเข้าไปถ่ายรูปร่วมกับรถลากเท่านั้น ดังนั้นแล้วรถลากจึงมีหน้าที่เพียงจัดแสดงมากกว่าการส่งนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง

- ระดับความจริงแท้ปานกลาง ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน สามารถใช้เป็นที่พักอาศัยได้จริงซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่เข้าไปพักอาศัย แต่ไม่ถาวร จะพักอาศัยก็ต่อเมื่อทำงานเลิกดึก หรือพรุ่งนี้ต้องตื่นมาเริ่มงานตอนเช้า บ้านเรือนสามารถเป็นที่รับประทานอาหารได้จริง แต่ทางเมืองมัลลิกาได้จัดเรือนหมู่เพื่อไว้เป็นที่รับประทานอาหารกลางวัน และอาหารค้ำ ถึงแม้ว่าสถาปัตยกรรมบ้านเรือนจะมีหน้าที่คล้ายเดิมในบางส่วน แต่อย่างไรเสียส่วนใหญ่แล้วมีไว้เพื่อเป็นการจัดแสดงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมและเรียนรู้เท่านั้น และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 ที่ปรากฏในโรงครัวสามารถนำมารับประทานได้จริง ถือว่าเป็นสิ่งที่สร้างความโดดเด่น และแตกต่างให้กับเมืองมัลลิกาอย่างเช่น การทำข้าวตัง ที่ใช้ภูมิปัญญาในการทำแบบในอดีต ในส่วนของยุ่งข้าวมักนำมาเป็นวัตถุดิบได้จริงใช้คู่กับโรงครัวในการหุงข้าวให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานได้จริง ในส่วนของการปลูกต้นไม้ต่างๆมีไว้เพื่อหลากหลายหน้าที่ ทั้งเพื่อความสวยงาม รับประทาน ส่วนใหญ่ปลูกไว้เพื่อให้เห็นถึงภูมิปัญญาอย่างไม่มีมงคล ผลไม้ พืชผักสวนครัวแต่ใช้งานจริงบ้างไม่จริงบ้าง

- ระดับความจริงแท้ต่ำ ได้แก่ กิจกรรมการประกอบอาหาร ในอดีตการทำอาหารหวานจะถูกใช้ในงานมงคลต่างๆ หรือต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองเพราะต้องเกณฑ์คนมาร่วมทำเป็นจำนวนมาก แต่ในปัจจุบันทางเมืองมัลลิกา ได้นำทั้งอาหารคาว และอาหารหวานมาขายให้นักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับทางเมืองมัลลิกา นอกจากนี้ยังมีไว้เพื่อจัดแสดงให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักอาหารคาว และ

อาหารหวานที่หารับประทานได้ยากในปัจจุบัน อย่างเช่น แกงบวน ที่ถือว่าเป็นอาหารขึ้นชื่อของจังหวัดกาญจนบุรี ข้าวตังหน้าตั้ง ขนมหวานบุหลันต้นเมฆ เป็นต้น และศิลปะการแสดง ในอดีตมีไว้เพื่อต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง หรือใช้ในงานมงคลต่างๆ แต่ทางเมืองมัลลิกาได้นำศิลปะการแสดงมาจัดแสดงเพื่อสร้างความบันเทิง เพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมพร้อมกับการรับประทานอาหารค้ำเท่านั้น อีกทั้งศิลปะการแสดงไม่ได้จัดแสดงตามงาน หรือเทศกาลสำคัญต่างๆ

ดังนั้นจึงอาจสรุปผลการประเมินความจริงแท้ของสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมเมืองมัลลิการ.ศ. 124 ว่าตำแหน่ง และสถานที่ตั้งมีความจริงแท้มากที่สุด รองลงมาเป็นการใช้งาน และหน้าที่ ส่วนรูปแบบ และการออกแบบมีความจริงแท้เหลือน้อยที่สุด

5.2 การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรม

สิ่งที่ดึงดูดใจประกอบด้วยมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน, สถาปัตยกรรมผ่านการค้า และองค์ประกอบอื่นๆ มรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ศิลปะการแสดง และภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ. 124 กิจกรรมประกอบไปด้วยกิจกรรมการสีข้าว และกิจกรรมการประกอบอาหาร โดยผู้วิจัยจะประเมินในประเด็นการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้, การนำองค์ความรู้มาใช้, การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ และการสร้างประสบการณ์

5.2.1 สถาปัตยกรรมบ้านเรือน มีเกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.18

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมา ใช้	ให้ความสำคัญ องค์ประกอบ เรือนไทย	องค์ประกอบ เรือนไทย บางส่วนถูก	องค์ประกอบ เรือนไทยถูก แทนที่ด้วย	องค์ประกอบ เรือนไทยถูก แทนที่ด้วย	ขาดการให้ ความสำคัญต่อ

ตารางที่ 5.18 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมา ใช้	ได้แก่ฝา พริ้ง รอด เพื่อสร้าง บ้านเรือนโดย ใช้ลิ่ม และไม้ สอด	แทนที่ด้วย วัสดุปัจจุบัน แต่ยังคงสร้าง บ้านเรือนโดย โดยใช้ลิ่ม และ ไม้สอด	วัสดุปัจจุบัน ทั้งหมดแต่ ยังคงสร้าง บ้านเรือนโดย โดยใช้ลิ่ม และ ไม้สอด	วัสดุปัจจุบัน ทั้งหมดและใช้ ตะปู	องค์ประกอบ เรือนไทย
การนำองค์ ความรู้มาใช้	ฝาใช้บอก ความสำคัญ ของแต่ละห้อง , จั่วหลังคา บอก ความสำคัญ ของแต่ละห้อง , เหนง้านลม บอกฐานะ เจ้าของเรือน	ฝาใช้บอก ความสำคัญ ของแต่ละห้อง , จั่วหลังคาใช้ บอก ความสำคัญ ของแต่ละห้อง	ฝาใช้บอก ความสำคัญ ของแต่ละห้อง	จั่วหลังคาใช้ บอก ความสำคัญ ของแต่ละห้อง	จำลองโดย ปราศจาก องค์ประกอบ ต่างๆ
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มา ใช้	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ, เป็นกิจกรรม ให้	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศให้ แตกต่างจาก	ถูกนำมาเป็น กิจกรรมให้ นักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุก	ใช้ฐานทาง วัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด	ขาดการใช้ทุน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบัน มา พัฒนาเป็น

ตารางที่ 5.18 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มา ใช้	นักท่งเที่ยว ได้ร่วมสนุก, ใช้ฐานทาง วัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด นักท่งเที่ยว, ใช้เทคโนโลยี มาช่วยเพิ่ม ความ สะดวกสบาย	สถานที่ ท่งเที่ยวอื่นๆ		นักท่งเที่ยว และใช้ เทคโนโลยีมา ช่วยเพิ่มความ สะดวกสบาย	กิจกรรม แต่ใช้ เพียง เทคโนโลยีมา ช่วยเพิ่มความ สะดวกสบาย แก่ นักท่งเที่ยว
การสร้าง ประสบการณ์	นักท่งเที่ยว ได้เข้ามาพัก อาศัย, ทำครัว, รับประทานอาหาร	นักท่งเที่ยว ได้เข้ามาพัก อาศัย, รับประทานอาหาร	นักท่งเที่ยว ได้เข้ามา รับประทานอาหาร	นักท่งเที่ยว ได้เห็น และได้ ความรู้ใหม่	นักท่งเที่ยว ได้ถ่ายภาพ เพียงอย่าง เดียว

โดยมีผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน จาก
ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.19

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน

กระบวนการสร้างสรรค์				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
กระบวนการสร้างสรรค์	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	4	4	5	4.3
การนำองค์ความรู้มาใช้	5	3	5	4.3
การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	5	5	4	4.6
การสร้างประสบการณ์	2	3	3	2.6

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมบ้านเรือน พบว่า การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ อยู่ในระดับ 4.3 กระบวนการสร้างสรรค์มาก องค์ประกอบเรือนไทยบางส่วนถูกแทนที่ด้วยวัสดุปัจจุบันแต่ยังคงสร้างบ้านเรือนโดยโดยใช้ลิ่ม และไม้สอด การนำเอาองค์ความรู้มาใช้ อยู่ในระดับ 4.3 ความจริงแท้มาก ฝาใช้บอกความสำคัญของแต่ละห้อง, จั่วหลังคาใช้บอกความสำคัญของแต่ละห้อง การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ในระดับ 4.6 กระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด เนื่องจากเป็นฉากหลังเพื่อสร้างบรรยากาศ, เป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก, ใช้ฐานทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว, ใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความสะดวกสบายการสร้างประสบการณ์ อยู่ในระดับ 2.6 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง นักท่องเที่ยวได้เข้ามา รับประทานอาหาร

5.2.2 สถาปัตยกรรมย่านการค้า มีเกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.20

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติกระบวนการสร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	สร้างจำลองแบบนีโอคลาสสิกที่ได้รับอิทธิพลจากยุโรปและแบบจีนในสมัยร.5	สร้างจำลองแบบนีโอคลาสสิกที่ได้รับอิทธิพลจากยุโรปและแบบจีน ในสมัยร.5 ผสมแบบของไทย	สร้างจำลองแบบนีโอคลาสสิกที่ได้รับอิทธิพลจากยุโรปที่ ในสมัยร.5ทั้งหมด	สร้างจำลองแบบนีโอคลาสสิกที่ได้รับอิทธิพลจากยุโรป และแบบจีน ในสมัยร.5 ผสมกับรูปแบบปัจจุบันเพื่อสอดคล้องกับความ ต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน	สร้างจำลองรูปแบบปัจจุบันเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยไม่ได้คำนึงรูปแบบในสมัยร. 5
การนำองค์ความรู้มาใช้	โครงสร้างอาคารมีดินผสม, หลังคาจั่วมีความชัน, ใช้กระเบื้องว่าวทำจากดินเผา, ผนังกัน	โครงสร้างอาคารมีดินผสม, หลังคาจั่วมีความชัน, ใช้กระเบื้องซีเมนต์, ผนังกันไฟมีความสูงและหนากว่าทั่วไปทุก 2-3คูหา	โครงสร้างอาคารมีดินผสม, หลังคาจั่วมีความชัน, ใช้กระเบื้องซีเมนต์ และผนังไม่กันไฟ	โครงสร้างอาคารปูนซีเมนต์, หลังคาจั่วมีความชัน, ใช้กระเบื้องซีเมนต์ และผนังไม่กันไฟ	โครงสร้างอาคารปูนซีเมนต์, ไม่มีหลังคา มีดาดฟ้าแทนและผนังไม่กันไฟ

ตารางที่ 5.20 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำองค์ ความรู้มาใช้	ไฟมีความสูง และหนากว่า ทั่วไปทุก 2-3 คูหา				
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มาใช้	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ, เป็นกิจกรรม ให้ นักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุก, นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้สิ่งที่ ปัจจุบันสูญ หายไป, นำ เทคโนโลยีมา ใช้เพื่อความ สะดวกสบาย	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ เท่านั้น	เป็นกิจกรรม ให้ นักท่องเที่ยว ร่วมสนุก เท่านั้น	นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้สิ่งที่ ปัจจุบันสูญ หายไป และ นำเทคโนโลยี มาใช้เพื่อความ สะดวกสบาย	ขาดการใช้ทุน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบัน มา พัฒนาเป็น ฉากหลัง, ไม่มี กิจกรรมให้ ร่วมสนุก, นักท่องเที่ยว ไม่ได้เรียนรู้สิ่งที่ ปัจจุบันสูญ หายไป

ตารางที่ 5.20 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า

การสร้าง ประสบการณ์	นักท่องเที่ยว ได้ร่วมผลิตชื่อ และ ขาย สินค้า	นักท่องเที่ยว ได้ร่วมผลิต และซื้อสินค้า	นักท่องเที่ยว ได้ร่วมผลิต และ ได้ขาย สินค้าจริง	นักท่องเที่ยว ได้ซื้อสินค้า	นักท่องเที่ยว ได้ถ่ายภาพ เพียงอย่าง เดียว
------------------------	---	---	--	--------------------------------	--

โดยมีผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า จาก
ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.21

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า

กระบวนการสร้างสรรค์				
กระบวนการ สร้างสรรค์	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การนำเอา วัฒนธรรมมาใช้	2	2	4	2.6
การนำองค์ความรู้ มาใช้	5	2	2	3
การนำความคิด สร้างสรรค์มาใช้	5	2	5	4
การสร้าง ประสบการณ์	5	2	4	3.6

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สถาปัตยกรรมย่านการค้า พบว่า การนำเอา
วัฒนธรรมมาใช้อยู่ในระดับ 2.6 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง สร้างจำลองแบบนี้โอคลาสสิกที่ได้รับ

อิทธิพลจากยุโรปที่ ในสมัยร.5ทั้งหมด การนำเอาองค์ความรู้มาใช้ อยู่ในระดับ 3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง โครงสร้างอาคารมีดินผสม, หลังคาจั่วมีความชัน, ใช้กระเบื้องซีเมนต์ และผนังไม้กันไฟการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ในระดับ 4 กระบวนการสร้างสรรค์มาก เป็นฉากหลังเพื่อสร้างบรรยากาศเท่านั้น การสร้างประสบการณ์ อยู่ในระดับ 3.6 กระบวนการสร้างสรรค์มาก นักท่องเที่ยวได้ร่วมผลิตและซื้อสินค้า

5.2.3 องค์ประกอบอื่นๆ อันประกอบไปด้วย เงินรู รถลาก และเสื้อผ้า ซึ่งในตาราง 5.22

คำว่าชาวบ้าน จะมีความหมายถึงเจ้าหน้าที่ และคนมีฐานะ มีความหมายถึงนักท่องเที่ยว โดยมีเกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.22

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมาใช้	คนมีฐานะใช้ เงินรู ชาวบ้าน แลกของ, คนมี ฐานะนั่งรถลาก ชาวบ้านส่วน ใหญ่เดิน, คนมี ฐานะใส่เสื้อผ้าสี สดใส ชาวบ้าน ใส่เสื้อผ้าสีหม่น	คนมีฐานะและ ชาวบ้านใช้เงินรู, คนมีฐานะนั่งรถ ลาก ชาวบ้าน ส่วนใหญ่เดิน, คนมีฐานะและ ชาวบ้านใส่ เสื้อผ้าสีทั่วไป	คนมีฐานะและ ชาวบ้านใช้เงินรู, คนที่ฐานะนั่งรถ ลาก ชาวบ้าน ส่วนใหญ่เดิน, คนมีฐานะใส่ เสื้อผ้าสีสดใส ชาวบ้านใส่ เสื้อผ้าสีหม่น	คนมีฐานะใส่ เสื้อผ้าสีสดใส ชาวบ้านใส่สี หม่น, ทั้งคนมี ฐานะ และ ชาวบ้านใช้เงินรู นั่งรถลาก	ขาดการนำ วัฒนธรรมมาใช้ แต่นำ องค์ประกอบ อื่นๆใช้ในการจัด แสดงเท่านั้น
การนำองค์ ความรู้มาใช้	เงินรูมี, การลาก รถมีค่า และใช้ คนใกล้เคียงกับ	เงินรูมีค่าตาม สมัย ร.5, การ ลากรถใช้เครื่อง	เงินรูมีค่าตาม สถานที่ท่องเที่ยว กำหนด, การ	เงินรูมีค่าตาม สถานที่ ท่องเที่ยว	ไม่มีการนำ องค์ประกอบ อื่นๆในสมัยร.5

ตารางที่ 5.22 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำองค์ ความรู้มาใช้	สมัยร.5, เสื้อผ้าคนมี ฐานะจะใส่ เสื้อคู่สีตรง ข้าม	ทุนแรง, เสื้อผ้า คนมีฐานะจะใส่ เสื้อคู่สีตรงข้าม	ลากรถใช้เครื่อง ทุนแรง, เสื้อผ้า คนมีฐานะจะใส่ เสื้อคู่สีตรงข้าม	กำหนด, การ ลากรถใช้เครื่อง ทุนแรง, เสื้อผ้า คนมีฐานะจะใส่ เสื้อสีใดก็ได้	มาใช้ แต่ใช้ใน การจัดแสดง เท่านั้น
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มา ใช้	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ, เป็นกิจกรรม ให้ นักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุก, สร้างความ โดดเด่น และ แตกต่างจาก สถานที่ ท่องเที่ยวอื่น	สร้างความโดดเด่น และ แตกต่างจาก สถานที่ ท่องเที่ยวอื่น	เป็นกิจกรรมให้ นักท่องเที่ยวได้ ร่วมสนุก	เป็นฉากหลังเพื่อ สร้างบรรยากาศ	ขาดการใช้ทุน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบัน มา พัฒนาเป็น ฉากหลัง, กิจกรรม, และ การสร้างความ โดดเด่น เพื่อให้ แตกต่างจาก สถานที่ ท่องเที่ยวอื่น

ตารางที่ 5.22 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ

การสร้าง ประสบการณ์	นักท่องเที่ยว ได้ใส่ชุดไทย นั่งรถลาก ใช้ เงินรูใน สถานที่ เสมือนจริง	นักท่องเที่ยวได้ ใช้แค่เงินรูใน สถานที่เสมือน จริง ไม่ได้ใส่ เสื้อผ้า และนั่ง รถลาก	นักท่องเที่ยวได้ ความรู้ใหม่ๆ	นักท่องเที่ยวได้ เพียงพบเห็น	นักท่องเที่ยว ได้ถ่ายภาพ เพียงอย่าง เดียว
------------------------	---	--	----------------------------------	---------------------------------	--

โดยมีผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.23

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ

กระบวนการสร้างสรรค์				
กระบวนการ สร้างสรรค์	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การนำเอา วัฒนธรรมมาใช้	5	2	3	3.3
การนำองค์ความรู้ มาใช้	3	2	2	2.3
การนำความคิด สร้างสรรค์มาใช้	5	4	5	4.6
การสร้าง ประสบการณ์	2	5	5	4

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์องค์ประกอบอื่นๆ พบว่า การนำเอา วัฒนธรรมมาใช้ อยู่ในระดับ 3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง คนมีฐานะและชาวบ้านใช้เงินรู, คนที่ ฐานะนั่งรถลาก ชาวบ้านส่วนใหญ่เดิน, คนมีฐานะใส่เสื้อผ้าสีสดใส ชาวบ้านใส่เสื้อผ้าสีหม่น การนำองค์ ความรู้มาใช้ อยู่ในระดับ 2.3 กระบวนการสร้างสรรค์น้อย เงินรูมีค่าตามสถานที่ท่องเที่ยวกำหนด, การ ลากรถใช้เครื่องทุ่นแรง, เสื้อผ้าคนมีฐานะจะใส่เสื้อสีใดก็ได้ การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ในระดับ 4.6 กระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด เนื่องจากเป็นฉากหลังเพื่อสร้างบรรยากาศ, เป็นกิจกรรมให้ นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก, สร้างความโดดเด่น และแตกต่างจาก การสร้างประสบการณ์ อยู่ในระดับ 4 กระบวนการสร้างสรรค์มาก นักท่องเที่ยวได้ใช้แค่เงินรูในสถานที่เสมือนจริง ไม่ได้ใส่เสื้อผ้า และนั่งรถลาก

5.2.4 ศิลปะการแสดง โดยมีเกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.24

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดง

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมา ใช้	ไหว้ครู และนำ ของมาเช่นไหว้ ก่อนเริ่มการ แสดงทุกครั้ง	ไหว้ครูก่อนเริ่ม การแสดงทุกครั้ง	นำของมาเช่น ไหว้ก่อนเริ่มการ แสดงทุกครั้ง	ยกมือไหว้ขอ อนุญาตก่อน เริ่มการแสดง	ขาดการไหว้ครู และไม่ได้นำของ มาเช่นไหว้ก่อน เริ่มการแสดง
การนำองค์ ความรู้มาใช้	นำความรู้ ท่าทางการ แสดง, การแต่ง กาย และดนตรี ในสมัยร.5 มา ใช้ทั้งหมด	นำความรู้เรื่อง ท่าทางการแสดง ในสมัยร.5 มาใช้	นำความรู้เรื่อง การแต่งกายใน สมัยร.5 มาใช้	นำความรู้เรื่อง ดนตรีในสมัยร. 5 มาใช้	ขาดการนำ ความรู้เรื่อง ท่าทางการแสดง , การแต่งกาย และดนตรีใน สมัยร.5 มาใช้

ตารางที่ 5.24 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดง

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มาใช้	ใช้ทุน วัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ สร้างกิจกรรม ดึงดูด นักท่องเที่ยว ให้ร่วมสนุก สร้างความโดดเด่น และ แตกต่างจาก สถานที่	ใช้ทุนทาง วัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด นักท่องเที่ยว และสร้าง ความโดดเด่น แตกต่างจาก สถานที่ ท่องเที่ยวอื่น	ใช้ทุนทาง วัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด นักท่องเที่ยว	สร้างความโดดเด่น และ แตกต่างจาก สถานที่ ท่องเที่ยวอื่น	ขาดการใช้ทุน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบัน มา พัฒนาเพื่อ ดึงดูด นักท่องเที่ยว, และมิได้สร้าง ความแตกต่าง จากสถานที่ ท่องเที่ยวอื่น
การสร้าง ประสบการณ์	นักท่องเที่ยว ได้ร่วมแสดง	นักท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วม จากคำเชิญ ของนักแสดง	นักท่องเที่ยว ได้ความรู้ เพิ่มเติม	นักท่องเที่ยว ได้ชมการ แสดง	นักท่องเที่ยว ได้ถ่ายภาพ

โดยมีผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดง จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.25

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดง

กระบวนการสร้างสรรค์				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
กระบวนการสร้างสรรค์	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	2	2	2	2
การนำองค์ความรู้มาใช้	3	1	1	1.6
การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	5	3	3	3.6
การสร้างประสบการณ์	2	2	2	2

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดง พบว่าการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ อยู่ในระดับ 2 กระบวนการสร้างสรรค์น้อย ยกมือไหว้ขออนุญาตก่อนเริ่มการแสดง การนำองค์ความรู้มาใช้ อยู่ในระดับ 1.6 กระบวนการสร้างสรรค์น้อย เนื่องจากนำความรู้เรื่องดนตรีในสมัยร.5 มาใช้ในการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ในระดับ 3.6 กระบวนการสร้างสรรค์มาก ใช้ทุนทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างความโดดเด่น แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นการสร้างประสบการณ์ อยู่ในระดับ 2 กระบวนการสร้างสรรค์น้อย นักท่องเที่ยวได้ชมการแสดง

5.2.5 ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 โดยมีเกณฑ์การประเมิน
กระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.26

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมา ใช้	ภูมิปัญญา บริเวณโรงครัว, ยุงข้าว, บ้านเรือน และ ย่านการค้าถูก ใช้งาน	ภูมิปัญญา บริเวณโรงครัว, ยุงข้าว และ บ้านเรือนถูกใช้ งาน	ภูมิปัญญา บริเวณโรงครัว และ ยุงข้าวถูก ใช้งาน	ภูมิปัญญา บริเวณโรงครัว ใช้งาน	ขาดการใช้ภูมิ ปัญญา

ตารางที่ 5.26 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำองค์ ความรู้มาใช้	บริเวณโรงครัว ใช้ความรู้ใน การทำข้าวตั้ง หน้าตั้ง, ยุ่ง ข้าวนำชี้ควาย มาทอรอบยุ่ง เก็บ ข้าวเปลือก, บริเวณ บ้านเรือนปลูก ไม้มงคล และ ย่านการค้ามี การแบ่งโซน สินค้าที่ จำหน่าย	บริเวณโรงครัวใช้ ความรู้ในการทำ ข้าวตั้งหน้าตั้ง, ยุ่งข้าวนำชี้ควาย มาทอรอบยุ่งเก็บ ข้าวเปลือก และ บริเวณรอบ บ้านเรือนปลูกไม้ มงคล	บริเวณโรงครัวใช้ ความรู้ในการทำ ข้าวตั้งหน้าตั้ง และยุ่งข้าวนำ ชี้ควายมาทา รอบยุ่งเก็บ ข้าวเปลือก	บริเวณโรงครัว ใช้ความรู้ในการ ทำข้าวตั้งหน้า ตั้ง	ขาดการนำเอา องค์ความรู้ใน สมัยร.5มาใช้

ตารางที่ 5.26 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

กระบวนการสร้างสรรค์					
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
	5	4	3	2	1
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มา ใช้	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ, เป็นกิจกรรม ให้ นักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุก, สร้างความโดดเด่น และ แตกต่างจาก สถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ และใช้ฐาน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด นักท่องเที่ยว	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ และสร้าง ความโดดเด่น และแตกต่าง จากสถานที่ ท่องเที่ยวอื่น	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ และเป็น กิจกรรมให้ นักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุก	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ และใช้ฐาน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด นักท่องเที่ยว	ขาดการใช้ทุน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบัน มา พัฒนาเป็น ฉากหลัง, เป็น กิจกรรม, สร้างความโดดเด่น และ แตกต่างจาก สถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ และไม่ได้ใช้ ฐานทาง วัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบัน

ตารางที่ 5.26 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การสร้าง ประสบการณ์	นักท่องเที่ยว ได้ร่วมลงมือ ทำทุก กระบวนการ	นักท่องเที่ยว ได้ช่วยเตรียม วัตถุดิบต่างๆ	นักท่องเที่ยว ได้เห็น กระบวนการ	นักท่องเที่ยว ได้ความรู้ เกี่ยวกับภูมิ ปัญญาต่างๆ ในสมัย.5	นักท่องเที่ยว ได้เพียง ถ่ายภาพ เท่านั้น

โดยมีผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.27

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

กระบวนการสร้างสรรค์				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
กระบวนการ สร้างสรรค์	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การนำเอา วัฒนธรรมมาใช้	5	3	5	4.3
การนำองค์ความรู้ มาใช้	5	5	4	4.6

ตารางที่ 5.27 (ต่อ)

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124

การนำความคิด สร้างสรรค์มาใช้	5	5	4	4.6
การสร้าง ประสบการณ์	3	3	3	3

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 พบว่าการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ อยู่ในระดับ 4.3 กระบวนการสร้างสรรค์มาก ภูมิปัญญาบริเวณ โรงครัว, ยุงข้าว และบ้านเรือนถูกใช้งาน การนำองค์ความรู้มาใช้ อยู่ในระดับ 4.6 กระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด บริเวณโรงครัวใช้ความรู้ในการทำข้าวตังหน้าตั้ง, ยุงข้าวนำขี้ควายมาทออบยุงเก็บข้าวเปลือก, บริเวณบ้านเรือนปลูกไม้มงคล และย่านการค้ามีการแบ่งโซนสินค้าที่จำหน่าย การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ในระดับ 4.6 กระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด เนื่องจากเป็นฉลากหลังเพื่อสร้างบรรยากาศ, เป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก, สร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และใช้ ฐานทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ อยู่ในระดับ 3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง นักท่องเที่ยวได้เห็นกระบวนการ

5.2.6 กิจกรรมการประกอบอาหาร โดยมีเกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.28

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการประกอบอาหาร

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมา ใช้	ได้รับอิทธิพล จาก ต่างประเทศ, มี	ได้รับอิทธิพล จากต่างประเทศ	มีการประดิษฐ์ให้ สวยงาม	ใช้สมุนไพรไทย ในการประกอบ อาหาร	ไม่ปรากฏ อิทธิพลจาก

ตารางที่ 5.28 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการประกอบอาหาร

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมา ใช้	การประดิษฐ์ ให้สวยงาม และใช้ สมุนไพรไทย ในการ ประกอบ อาหาร				ต่างประเทศ และการ ประดิษฐ์ให้ สวยงาม
การนำองค์ ความรู้มาใช้	มีกรรมวิธีการ ผลิต และ วัตถุดิบ เลียนแบบ สมัยร.5	มีกรรมวิธีใน การผลิต เลียนแบบ สมัยร.5	มีวัตถุดิบ เลียนแบบ สมัยร.5	มีกรรมวิธีใน การเลียนแบบ สมัยร.5 แต่ใช้ วัตถุดิบใน ปัจจุบันเพื่อ ง่ายต่อการ ผลิต	ขาดกรรมวิธี ในการผลิต และ วัตถุดิบ เลียนแบบใน สมัยร.5
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มาใช้	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ, เป็นกิจกรรม ให้ นักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุก	เป็นกิจกรรม ให้ นักท่องเที่ยว ได้ร่วมสนุก เท่านั้น	เป็นฉากหลัง เพื่อสร้าง บรรยากาศ เท่านั้น	ใช้ฐานทาง วัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเท่านั้น เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยว	ขาดการใช้ทุน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบัน มา พัฒนาเป็น ฉากหลัง, กิจกรรมให้

ตารางที่ 5.28 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการประกอบอาหาร

กระบวนการสร้างสรรค์					
	ระดับกระบวนการสร้างสรรค์				
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำ ความคิด สร้างสรรค์มา ใช้	และใช้ฐาน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด นักท่องเที่ยว				ร่วมสนุก และ ไม่ได้ใช้ฐาน ทางวัฒนธรรม ผสมกับ ปัจจุบันเพื่อ ดึงดูด นักท่องเที่ยว
การสร้าง ประสบการณ์	นักท่องเที่ยว ได้ลงมือผลิต และอยู่ใน กระบวนการ ผลิตทุก ขั้นตอน	นักท่องเที่ยว ได้ทราบ กระบวนการ การผลิต	นักท่องเที่ยว ได้เห็น กระบวนการ ผลิต	นักท่องเที่ยว ได้รับประทาน	นักท่องเที่ยว ได้เพียง ถ่ายภาพ เท่านั้น

โดยมีผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการประกอบอาหาร จาก
ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5.29

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการประกอบอาหาร

กระบวนการสร้างสรรค์				
	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
กระบวนการสร้างสรรค์	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	3	3	5	3.6
การนำองค์ความรู้มาใช้	2	2	2	2
การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	2	5	1	2.6
การสร้างประสบการณ์	2	2	3	2.3

ตารางที่ 5.29 ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการประกอบอาหาร

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการประกอบอาหาร พบว่า การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ อยู่ในระดับ 3.6 กระบวนการสร้างสรรค์มาก ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ การนำเอาองค์ความรู้มาใช้ อยู่ในระดับ 2 กระบวนการสร้างสรรค์น้อย มีกรรมวิธีในการเลียนแบบสมัย 5.5 แต่ใช้วัตถุดิบในปัจจุบันเพื่อง่ายต่อการผลิต การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ระดับ 2.6 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง เนื่องจากเป็นฉากหลังเพื่อสร้างบรรยากาศเท่านั้น การสร้างประสบการณ์อยู่ในระดับ 2.3 กระบวนการสร้างสรรค์น้อย นักท่องเที่ยวได้รับประทาน

5.2.7 กิจกรรมการสีข้าว โดยมีเกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนี้

ตารางที่ 5.30

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการสีข้าว

กระบวนการสร้างสรรค์					
ระดับกระบวนการสร้างสรรค์					
มิติ กระบวนการ สร้างสรรค์	5	4	3	2	1
การนำเอา วัฒนธรรมมา ใช้	บริเวณยุ้งข้าว และโรงคร่ำมี การใช้อุปกรณ์ เลียนแบบสมัยร. 5	บริเวณยุ้งข้าวใช้ อุปกรณ์ เลียนแบบสมัยร. 5 แต่บริเวณโรง คร่ำส่วนใหญ่ใช้ อุปกรณ์ปัจจุบัน	บริเวณโรงคร่ำใช้ อุปกรณ์ เลียนแบบใน สมัยร.5 แต่ บริเวณยุ้งข้าว ส่วนใหญ่ใช้ อุปกรณ์ปัจจุบัน	บริเวณยุ้งข้าว และโรงคร่ำมี การใช้อุปกรณ์ เลียนแบบใน สมัยร.5 บางส่วน ผสมกับ วัสดุปัจจุบัน	บริเวณยุ้งข้าว และโรงคร่ำใช้ อุปกรณ์ปัจจุบัน ทั้งหมด
การนำองค์ ความรู้มาใช้	บริเวณยุ้งข้าว และโรงคร่ำมี กระบวนการ ผลิตที่นำความรู้ จากสมัยร.5 ทั้งหมด	บริเวณยุ้งข้าวมี กระบวนการ ผลิตที่นำความรู้ จากสมัยร.5 แต่ บริเวณโรงคร่ำ ส่วนใหญ่ใช้ ความรู้ใน ปัจจุบัน	บริเวณโรงคร่ำมี กระบวนการ ผลิตที่นำความรู้ จากสมัยร.5 แต่ บริเวณยุ้งข้าว ส่วนใหญ่ใช้ ความรู้ใน ปัจจุบัน	บริเวณยุ้งข้าว และโรงคร่ำมี กระบวนการ ผลิตที่นำความรู้ จากสมัยร.5 มา ใช้บางส่วน และ ผสมกับความรู้ ปัจจุบัน	บริเวณยุ้งข้าว และโรงคร่ำไม่มี กระบวนการผลิต ที่นำความรู้จาก สมัยร.5 เลย

ตารางที่ 5.30 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการสีเขียว

<p>การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้</p>	<p>เป็นฉากหลังเพื่อสร้างบรรยากาศ, เป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก, ใช้ฐานทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว, สร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ, นำเทคโนโลยีมาเพิ่มความสะดวก</p>	<p>กิจกรรมทางเลือกใช้ฐานทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว, สร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ, นำเทคโนโลยีมาเพิ่มความสะดวก</p>	<p>กิจกรรมทางเลือกใช้ฐานทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น</p>	<p>กิจกรรมทางเลือกสร้างความโดดเด่นและแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น</p>	<p>ขาดการใช้ทุนทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบัน มาพัฒนาเป็นฉากหลัง, กิจกรรม, ฐานทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบัน, สร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และไม่ได้นำเทคโนโลยีมาเพิ่มความสะดวก</p>
<p>การสร้างประสบการณ์</p>	<p>นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือทำทุกกระบวนการผลิต</p>	<p>นักท่องเที่ยวได้ทราบกระบวนการในการผลิต</p>	<p>นักท่องเที่ยวได้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการในการผลิต</p>	<p>นักท่องเที่ยวได้เห็นกระบวนการในการผลิต</p>	<p>นักท่องเที่ยวได้เพียงถ่ายภาพเท่านั้น</p>

โดยมีผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการสีข้าว จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ดังนี้

ตารางที่ 5.31

ประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของกิจกรรมการสีข้าว

กระบวนการสร้างสรรค์				
กระบวนการสร้างสรรค์	ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม
การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	2	2	5	3
การนำองค์ความรู้มาใช้	2	2	4	2.6
การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	3	3	5	3.6
การสร้างประสบการณ์	3	3	4	3.3

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการสีข้าว พบว่า การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ อยู่ระดับ 3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง บริเวณโรงครัวใช้อุปกรณ์เลียนแบบในสมัยร.5 แต่บริเวณยุ้งข้าวส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์ปัจจุบัน การนำเอาองค์ความรู้มาใช้ อยู่ระดับ 2.6 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง บริเวณโรงครัวมีกระบวนการผลิตที่นำความรู้จากสมัยร.5 แต่บริเวณยุ้งข้าวส่วนใหญ่ใช้ความรู้ในปัจจุบัน การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ในระดับ 3.6 กระบวนการสร้างสรรค์มาก กิจกรรมทางเลือกใช้ฐานทางวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว, สร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ, นำเทคโนโลยีมาเพิ่มความสะดวก การสร้างประสบการณ์ อยู่ระดับ 3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง นักท่องเที่ยวได้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต

จากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรม ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการประเมินมิติกระบวนการสร้างสรรค์ อันประกอบไปด้วย การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ การนำเอาองค์ความรู้มาใช้ การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ และการสร้างประสบการณ์ ได้ดังนี้

● **การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้**

ตารางที่ 5.32

ค่าเฉลี่ยการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้

เนื้อหา	ค่าคะแนน	ความหมาย
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	4.3	มาก
ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	4.3	มาก
กิจกรรมการประกอบอาหาร	3.6	มาก
องค์ประกอบอื่นๆ	3.3	ปานกลาง
กิจกรรมทางเลือก	3	ปานกลาง
สถาปัตยกรรมย่านการค้า	2.6	ปานกลาง
ศิลปะการแสดง	2	น้อย
ค่าเฉลี่ย	3.3	ปานกลาง

ผลจากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์เฉลี่ยทั้งสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และกิจกรรมอยู่ในระดับ 3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่าสถาปัตยกรรมบ้านเรือน และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 มีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด ต่อมาเป็นกิจกรรมการประกอบอาหาร องค์ประกอบอื่นๆ กิจกรรมทางเลือก สถาปัตยกรรมย่านการค้า และศิลปะการแสดง ตามลำดับ จากผลประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของการนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์มาก ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน ได้นำวัฒนธรรมในการปลูกเรือนมาใช้ที่สามารถเห็นได้ชัดที่สุดในเมืองมัลลิกา คือสร้างเรือนโดยใช้การใช้ลิ้ม และไม้สอดหรือไม้ใช้ตะปูเพื่อยึดเต้าและจันทันกันสอดเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่าจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ ของเรือนไทยอย่างเช่น ฝา พริ้ง รอด เป็นต้น แต่บางส่วนถูกแทนที่ด้วยวัสดุปัจจุบัน, ภูมิปัญญา และวิถี

ชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 โดยเฉพาะบริเวณโรงครัวและยุงข้าวถูกใช้งานได้จริง กล่าวคือมีการใช้ ภูมิปัญญาในบริเวณโรงครัวในการทำอาหารคาว และอาหารหวาน ที่เห็นได้ชัดคือการนำมะพร้าวมาขูด สดๆทำเป็นกะทิเพื่อเป็นวัตถุดิบในการทำอาหารหวาน และสามารถผลิตเป็นสินค้าอย่างแท้จริง ในส่วน ของบ้านเรือนและย่านการค้ามีการใช้ภูมิปัญญาเพียงบางส่วนเท่านั้น และกิจกรรมการประกอบอาหาร มี การประดิษฐ์ หรือจัดสำหรับอาหารให้สวยงาม มีความประณีตในการทำทั้งอาหารคาว และอาหารหวาน เหมือนในอดีต การประกอบอาหารคาวของคนไทยส่วนใหญ่แล้วจะใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบที่สำคัญซึ่งใน เมืองมัลลิกาเองมีการใช้สมุนไพรในอาหารประเภทแกง และน้ำพริกเป็นส่วนใหญ่หากเป็นอาหารคาว ประเภทอื่นจะมีการใช้สมุนไพรน้อย อย่างไรก็ตามในเมืองมัลลิกาเป็นอาหารไทยแท้ทั้งสิ้น ไม่มีอาหารที่ ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศเลยทั้งที่ รัชกาลที่ 5 ได้นำวัฒนธรรมของชาวต่างชาติเข้ามา

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง ได้แก่ องค์ประกอบอื่นๆ ทั้งชาวบ้าน และ คนมีฐานะ (นักท่องเที่ยว) ใช้เงินรูในการซื้อ - ขายสินค้า ในส่วนของการแต่งกายชาวบ้านจะใส่เสื้อผ้าสี หม่น สีสันไม่สดใส แต่คนมีฐานะจะใส่เสื้อผ้าสีสันสดใส ซึ่งตัวเสื้อ กับโจงที่ใส่จะมีสีตัดกัน เป็นคู่สีตรงกัน ซ้ำม ในส่วนของการใช้บริการรถลากในอดีตชาวบ้านส่วนใหญ่จะเดินมากกว่าการนั่งรถลาก และคนมี ฐานะจะนั่งรถลากมากกว่าเดิน แต่ในเมืองมัลลิกาคนมีฐานะส่วนใหญ่จะเดินมากกว่าเนื่องจากการเดินทำ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินได้ครบทุกซอกทุกมุมมากกว่าการนั่งรถลาก, กิจกรรมการสีข้าว บริเวณยุงข้าว มีการใช้อุปกรณ์ส่วนใหญ่เหมือนในอดีต เพียงแต่เป็นการประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ ในส่วนบริเวณโรงครัวมีการ ใช้อุปกรณ์ทั้งที่เหมือนในอดีตเช่น การใช้เตาถ่าน ประยุกต์ใช้กับวัตถุดิบ อุปกรณ์ที่เป็นปัจจุบัน เช่นน้ำมัน พืชเป็นถุง เครื่องปรุงเป็นถุง ที่หาซื้อได้ตามร้านขายส่ง และสถาปัตยกรรมย่านการค้า มีการสร้างจำลอง อาคารพาณิชย์แบบนีโอคลาสสิกที่ได้รับอิทธิพลจากทางยุโรป เช่นการสร้างเสาโรมัน และแบบเงินในย่าน เยาวราชที่ค่อนข้างเข้ามามีบทบาทมากในสมัยรัชกาลที่ 5 ค่อนข้างเห็นได้น้อยมากในเมืองมัลลิกา รวมถึง ได้สร้างรูปแบบผสมกับปัจจุบันเพื่อสอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และสะดวกต่อ การสร้าง เช่นการสร้างอาคารพาณิชย์แบบนีโอคลาสสิกเพียงหลังเดียวและทำเลียนแบบแค่เสาโรมัน หรือ การใช้สีสันทึบสดใส ฉูดฉาดเกินจริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปออกมาแล้วมีความโดดเด่นสวยงาม

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์น้อย ได้แก่ ศิลปะการแสดง ก่อนเริ่มการแสดงมีเพียง การยกมือไหว้ครูเพื่อขอทำการแสดงเท่านั้น ไม่มีการนำของมาถวายก่อนเริ่มการแสดง หรือทำพิธีไหว้ครู หากแต่จะนำของมาถวายในวันพระ และจะถวายในตอนเช้าไม่ได้ถวายก่อนเริ่มทำการแสดง

● การนำเอาองค์ความรู้มาใช้

ตารางที่ 5.33

ค่าเฉลี่ยการนำเอาองค์ความรู้มาใช้

เนื้อหา	ค่าคะแนน	ความหมาย
ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	4.6	มากที่สุด
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	4.3	มาก
สถาปัตยกรรมย่านการค้า	3	ปานกลาง
กิจกรรมการสีข้าว	2.6	ปานกลาง
องค์ประกอบอื่นๆ	2.3	น้อย
กิจกรรมการประกอบอาหาร	2	น้อย
ศิลปะการแสดง	1.6	น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.91	ปานกลาง

ผลจากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์เฉลี่ยทั้งสี่ด้านทางวัฒนธรรม และกิจกรรมอยู่ในระดับ 2.91 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 มีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด ต่อมาเป็นสถาปัตยกรรมบ้านเรือน สถาปัตยกรรมย่านการค้า กิจกรรมทางเลือก องค์ประกอบอื่นๆ กิจกรรมการประกอบอาหาร และศิลปะการแสดง ตามลำดับ จากผลประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของการนำองค์ความรู้มาใช้ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด ได้แก่ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 ในส่วนบริเวณโรงครัวมีการนำความรู้ในเรื่องของการทำทั้งอาหารคาว และอาหารหวานมาใช้ที่เห็นได้ชัดคือ การทำอาหารคาวอย่างข้าวตังหน้าตั้งที่ใช้วิธีการทำแบบในอดีตนำข้าวจากก้นกระทะมาใช้จริง ในส่วนของยุ่งข้าวมีการนำขี้ควาย ผสมน้ำและดินโคลนมาทารอบๆบริเวณยุ่งเก็บข้าวเปลือกเพื่อไม่ให้ปลวก หรือแมลงต่างๆขึ้นข้าว และในส่วนของบริเวณรอบบ้านเรือนมีการปลูกต้นไม้มงคลแต่ไม่ได้ปลูกครบเหมือนในอดีต

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์มาก ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน มีการนำฝามาบอกถึงความสำคัญของแต่ละห้อง เช่นการใช้ฝาสำหรับวด มาเพื่อบ่งบอกว่าบริเวณฝั่งนี้เป็นห้องครัว รวมถึง

ใช้जूหลังคาที่ต่างกันแสดงถึงความสำคัญของแต่ละห้อง และบอกถึงฐานะของเจ้าของบ้าน เช่นजूพระอาทิตย์เพื่อปกป้องให้รู้ว่าฝั่งนี้เป็นบริเวณครัว หรือजूหน้าพรหมพักตร์ แสดงถึงการมีฐานะของเจ้าของบ้าน ทั้งนี้ยังมีการใช้เพดานชั้นบนเพื่อความสวยงามของเรือนไทย แต่ทางมัลลิกาไม่ได้มีเพดานชั้นบนอยู่ทุกมุมหลังคา เนื่องจากเป็นการลดต้นทุน

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง ได้แก่ สถาปัตยกรรมย่านการค้า มีโครงสร้างของอาคารพาณิชย์เป็นการก่ออิฐฉาบปูนซีเมนต์ทั้งหมดไม่ได้มีการนำดินมาผสม การใช้กระเบื้องหลังคาทำจากปูนซีเมนต์เป็นหลักเช่นเดียวกัน ไม่ได้มีส่วนผสมของดิน ทั้งนี้เพื่อหาวัสดุมาใช้ได้ง่ายและคงทนแข็งแรงมากขึ้น แต่หลังคายังคงเป็นทรงजू และมีความชันที่มีรูปแบบเหมือนในอดีต และกิจกรรมการสีข้าว บริเวณโรงครัว และยุงข้าวมีการนำความรู้ในอดีตผสมผสานกับความเป็นปัจจุบันมาใช้ ในกระบวนการผลิต ทั้งนี้เพื่อช่วยให้สะดวก รวดเร็วมากขึ้นในการทำงาน อย่างบริเวณโรงครัวในการประกอบอาหารบางชนิดก็เป็นรูปแบบเหมือนในอดีต บางชนิดใช้รูปแบบปัจจุบันหรือมีการใช้วัตถุดิบเครื่องปรุงในปัจจุบันเข้ามาแทนที่อย่างผงปรุงรส

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์น้อย ได้แก่ องค์ประกอบอื่นๆ เงินรูมีค่าตามสถานที่ท่องเที่ยว คือ 1สตางค์รู เท่ากับ 5บาทในปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้ไม่ต้องถือเงินเป็นจำนวนมาก อย่างเช่นซื้อขนม 50บาท ก็จ่ายแค่ 10สตางค์รู ในส่วนของรถลากมีการใช้วัสดุปัจจุบันมาช่วยเพิ่มความสบายให้แก่นักท่องเที่ยว อย่างเช่นมีเบาะหลังรองที่นั่ง และพนักพิง และเสื้อผ้าที่คนมีฐานะ (นักท่องเที่ยว) สวมใส่จะใส่สีอะไรก็ได้จะเป็นคู่สีตรงข้าม หรือสีจะเป็นสีเดียวกันทั้งเสื้อและโจงก็ได้แล้วแต่ความชอบของนักท่องเที่ยว, กิจกรรมการประกอบอาหาร มีกรรมวิธีกระบวนการผลิตบางส่วนมีการนำความรู้จากอดีตมาใช้ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะใช้กรรมวิธีที่เป็นปัจจุบัน รวมถึงวัตถุดิบต่างๆที่นำมาใช้ประกอบอาหารคาว และอาหารหวานล้วนแล้วแต่เป็นวัตถุดิบที่เป็นของปัจจุบันทั้งสิ้น ทั้งนี้เพื่อสะดวก และง่ายต่อการหาซื้อ และประกอบอาหาร และศิลปะการแสดง ไม่ได้นำความรู้ในอดีตมาใช้เลย ไม่จะเป็นการแต่งกายที่ทำเสื้อผ้าให้สามารถสวมใส่ได้ง่ายเพื่อความสะดวกในการถอดเสื้อผ้า หรือใส่เสื้อผ้าเพราะนักแสดงบางคนต้องแสดงหลายการแสดง ดนตรีที่เน้นเพลงที่คนปัจจุบันยังรู้จัก และสามารถร้องเพลงตามได้ ทั้งนี้มีเพียงท่าทางการแสดงที่ยังคงนำมาจากอดีตเพลงเล็กน้อย เช่นรามเกียรติ์ ตอนยกกระบ

● การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้

ตารางที่ 5.34

ค่าเฉลี่ยการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้

เนื้อหา	ค่าคะแนน	ความหมาย
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	4.6	มากที่สุด
องค์ประกอบอื่นๆ	4.6	มากที่สุด
ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	4.6	มากที่สุด
สถาปัตยกรรมย่านการค้า	4	มาก
ศิลปะการแสดง	3.6	มาก
กิจกรรมการสีข้าว	3.6	มาก
กิจกรรมการประกอบอาหาร	2.6	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.94	มาก

ผลจากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์เฉลี่ยทั้งสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และกิจกรรมอยู่ในระดับ 3.94 กระบวนการสร้างสรรค์มาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า สถาปัตยกรรมบ้านเรือน องค์ประกอบอื่นๆ และภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 มีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด ต่อมาเป็น สถาปัตยกรรมย่านการค้า ศิลปะการแสดง กิจกรรมทางเลือก และกิจกรรมการประกอบอาหาร ตามลำดับ จากผลประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด ได้แก่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน ถูกนำมาใช้เป็นฉากหลังถือว่าเป็นฉากหลังที่สำคัญ และโดดเด่นมากของเมืองมัลลิกา นอกจากนี้ภายในบ้านเรือนยังมีกิจกรรมต่างๆไว้รองรับในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีการใช้วัฒนธรรมผสมกับความเป็ปัจจุบันที่เป็นเทคโนโลยีทั้งที่วัสดุ และเทคนิคในการสร้างบ้านเรือน องค์ประกอบอื่นๆ ถูกนำมาใช้เป็นฉากหลังที่สำคัญอีกหนึ่งสิ่ง เป็นกิจกรรมที่สร้างความโดดเด่นและแตกต่างให้กับเมืองมัลลิกาเป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น การใช้เงินรู ที่ไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นใช้เงินในรูปแบบนี้ การแต่งการชุดไทยเข้ามาท่องเที่ยว หรือการใช้รถลากเพื่อนำไปส่งอย่างจุดหมายปลายทาง หรือหากไม่มีนักท่องเที่ยวบริการทางเจ้าหน้าที่ก็จะเชิญชวนให้ถ่ายรูปอย่างเต็มใจ และไม่มีการเสียค่าบริการใดๆ และภูมิปัญญา และวิถีชีวิต

ของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 ถูกนำมาเป็นฉากหลังที่สำคัญเนื่องจากภูมิปัญญา และวิถีชีวิตถือได้ว่าเป็น concept ของเมืองมัลลิกาที่ว่า “เมืองแห่งวัฒนธรรมและวิถีชน” นอกจากนี้ยังมีการนำภูมิปัญญามาใช้เป็นกิจกรรมที่สร้างความโดดเด่น และทำให้ concept ของเมืองมัลลิกาชัดเจน โดยเฉพาะการใช้ชีวิตของเจ้าหน้าที่ในเมืองมัลลิกา เช่นมีการพูดคุยเสียงดัง รับประทานอาหาร ในบริเวณที่ขายของ

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์มาก ได้แก่ สถาปัตยกรรมย่านการค้า ถูกนำมาใช้เป็นฉากหลังที่สำคัญสร้างความโดดเด่น แตกต่างคล้ายกับสถาปัตยกรรมบ้านเรือน มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินอย่างการซื้อของ - ขายของ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ปัจจุบันใกล้จะสูญหายไปแล้ว อย่างเช่น ขนมอบุหลั่งต้นเมฆ รวมถึงได้มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ หรือวัตถุดิบใหม่มาใช้เพื่อให้เกิดความสะดวกรู้จักเจ้าหน้าที่มากยิ่งขึ้น ศิลปะการแสดง เป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกเพลิดเพลินไปกับการแสดงต่างๆ โดยศิลปะการแสดงได้นำทุนทางวัฒนธรรมมาผสมกับความเป็นปัจจุบัน เช่น เสื้อผ้า ดนตรี ท่าทางการแสดง ทั้งนี้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสามารถรับชม เข้าใจในเนื้อหาของศิลปะการแสดงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และกิจกรรมการสืบทอดเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมสนุกที่สร้างความโดดเด่น และแตกต่างให้กับเมืองมัลลิกา เพราะไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวไหนมีกระบวนการการทำข้าวเปลือกเป็นข้าวสารให้ชม ให้ร่วมลงมือทำได้ และมีอุปกรณ์จำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้ทุกท่านสามารถร่วมกิจกรรมได้ครบ อีกทั้งไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าไปร่วมทำอาหารได้ นอกจากนี้ยังมีการใช้ทุนวัฒนธรรมมาผสมกับความเป็นปัจจุบันเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง ได้แก่ กิจกรรมการประกอบอาหาร เป็นกิจกรรมที่มีการใช้ฐานวัฒนธรรมผสมกับปัจจุบัน อย่างเช่นวัตถุดิบ หรือการทำอาหาร เครื่องดื่มในปัจจุบันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก

● การสร้างประสบการณ์

ตารางที่ 5.35

ค่าเฉลี่ยการสร้างประสบการณ์

เนื้อหา	ค่าคะแนน	ความหมาย
องค์ประกอบอื่นๆ	4	มาก
สถาปัตยกรรมย่านการค้า	3.6	มาก
ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124	3	ปานกลาง
กิจกรรมการสีข้าว	3	ปานกลาง
สถาปัตยกรรมบ้านเรือน	2.6	ปานกลาง
กิจกรรมการประกอบอาหาร	2.3	น้อย
ศิลปะการแสดง	2	น้อย
ค่าเฉลี่ย	2.97	ปานกลาง

ผลจากการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์เฉลี่ยทั้งสิ่งดึงดูดใจ ทางวัฒนธรรม และกิจกรรม อยู่ในระดับ 2.97 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า องค์ประกอบอื่นๆมีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด ต่อมาเป็น สถาปัตยกรรมย่านการค้า ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 กิจกรรมทางเลือก สถาปัตยกรรมบ้านเรือน กิจกรรมการประกอบอาหาร และ ศิลปะการแสดง ตามลำดับ จากผลประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของการสร้างประสบการณ์ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์มาก ได้แก่ องค์ประกอบอื่นๆ นักท่องเที่ยวสามารถแต่งชุดไทย ใช้เงินรู นั่งรถลากได้เสมือนในอดีตจริงหากร่วมกิจกรรมทั้งหมดที่ทางเมืองมัลลิกามีไว้ให้ แต่นักท่องเที่ยวบางส่วนอาจจะได้แต่งชุดไทย หรือนั่งรถลาก อาจทำให้ได้รับประสบการณ์ไม่ครบถ้วน ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสถาปัตยกรรมย่านการค้า นักท่องเที่ยวสามารถร่วมผลิตสินค้าได้จริงเพียงแต่นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่ทราบว่าสามารถทำได้ เพราะเจ้าหน้าที่จะไม่ได้เชิญชวนให้ร่วมผลิตสินค้า แต่ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับคือ สามารถซื้อ และต่อรองราคาสินค้าต่างๆได้

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง ได้แก่ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 นักท่องเที่ยวจะได้เพียงเห็นกระบวนการนำภูมิปัญญามาใช้เท่านั้น ไม่ได้ร่วมลงมือทำจริงๆเพราะ

บางภูมิภาคต้องใช้ความชำนาญเป็นอย่างมากถึงจะทำได้ หากนักท่องเที่ยวลงมือทำอาจทำให้วัตถุบิดเบือนเกิดความเสียหายได้, กิจกรรมการสีข้าว นักท่องเที่ยวสามารถเห็นได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ทั้งในยุ้งข้าว และโรงครัวแต่ไม่ได้ร่วมลงมือทำ หากแต่ในยุ้งข้าวทางเจ้าหน้าที่จะคอยอธิบายอย่างละเอียด โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องสอบถาม คอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต และสถาปัตยกรรมบ้านเรือน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ความรู้ใหม่ๆเกี่ยวกับเรือนไทย เพราะสามารถเห็นได้อย่างใกล้ชิด เห็นถึงรายละเอียดต่างๆของเรือนไทย ที่ในปัจจุบันเรือนไทยสามารถพบได้น้อย และเรือนไทยของทางเมืองมัลลิกายังสามารถรับประทานอาหารค่ำได้แต่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่จองไว้พร้อมชมการแสดงเท่านั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่รับประทานอาหารค่ำพร้อมชมการแสดงมีจำนวนน้อย

- ระดับกระบวนการสร้างสรรค์น้อย ได้แก่ กิจกรรมการประกอบอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเห็นถึงกระบวนการประกอบอาหารคาว และอาหารหวานเพียงบางส่วน และบางชนิดเท่านั้น ในส่วนที่นักท่องเที่ยวไม่เห็นเพราะเจ้าหน้าที่ทำเสร็จก่อนที่นักท่องเที่ยวจะมาถึง ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงได้รับประสบการณ์เป็นการรับประทานอาหารเท่านั้น และศิลปะการแสดง นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากศิลปะการแสดงโดยได้รับชมเท่านั้น ไม่ได้มีส่วนร่วมใน หรือได้รับความรู้เพิ่มเติมจากการแสดงนั้นๆเลย

ดังนั้นจึงอาจสรุปผลการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์ของสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมเมืองมัลลิการ.ศ.124 ว่าการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้มีกระบวนการสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมาเป็นการนำวัฒนธรรมมาใช้ ต่อมาเป็นการสร้างประสบการณ์ และการนำองค์ความรู้มาใช้มีกระบวนการสร้างสรรค์เหลือน้อยที่สุด

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา: เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ในเชิงวัฒนธรรม 2.เพื่อศึกษามุมมองมิติตามความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ โดยงานวิจัยนี้ เก็บข้อมูลจากคนทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญ ฝ่ายบริหารเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และเจ้าหน้าที่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124

การศึกษารังนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้สัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) โดยใช้การสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน กลุ่มผู้บริหารเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จำนวน 1 ท่าน และเจ้าหน้าที่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จำนวน 65 ท่าน แบ่งเป็นหัวหน้าแผนก 21 ท่าน และเจ้าหน้าที่ทั่วไป 44 ท่าน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาประเมินลงบนตารางความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ตามกรอบ Hoi An protocol for the best conservation practice in Asia (UNESCO, 2009) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี ที่บททวนไว้

6.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถ สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

6.1.1 การจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 สามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การวางแผน (Planning) ในภาพรวมของการวางแผนเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 มีข้อเด่นในเรื่องของจุดประสงค์ที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดหลักทำให้ไม่หลงประเด็นในการจะนำมาพัฒนาในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง และทันสมัยทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และมีการวางแผนติดต่อกับบริษัททำทัวร์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ แต่ยังคงขาดในเรื่องของพันธกิจ วิสัยทัศน์มีการชะลอตัวในเรื่องของการออกแบบ

พื้นที่ หรือสร้างสถาปัตยกรรมเพิ่มเติม และมีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่ลดน้อยลงในแต่ละปี รวมถึงการออกแบบพื้นที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดหลักที่ว่าเป็นจำลองวิถีชีวิตของชาวบ้านริมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยร.ศ.124 แต่ในอนาคตมีแผนในการสร้างโรงแรมที่จำลองมาจากสถานีรถไฟหัวลำโพง จึงอาจสรุปได้ว่าการวางแผนยังไม่ดีเท่าที่ควร

ประเด็นที่ 2 การจัดการองค์กร (Organizing) เมืองมัลลิกามีโครงสร้างองค์การ และการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน ทำให้เจ้าหน้าที่รู้ว่าหน้าที่ของตนเอง แต่ละคนจะมีความสามารถ เชี่ยวชาญในแผนก หรือตำแหน่งที่ตนเองอยู่โดยเฉพาะหัวหน้า โดยตำแหน่งที่ต้องมีประสบการณ์ร่วมด้วยคือแผนกโรงครัว และยุ่งข้าว ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าจะมีประชุมกันทุกวันจันทร์เพื่อพูดคุย แสดงความคิดเห็นในส่วนที่ต้องพัฒนา หรือแก้ไข ทั้งนี้แผนกต่างๆในองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ภายใต้กับบรรยากาศในสมัยรัชกาลที่ 5 ผ่านสถาปัตยกรรม และกิจกรรมต่างๆ ทางเมืองมัลลิกายังมีสวัสดิการให้กับเจ้าหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร 3 มื้อ เสื้อผ้า ที่พักอาศัย ลาหยุดได้ 30 วัน เงินเดือนเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท – 20,000 บาท

ประเด็นที่ 3 การเป็นผู้นำ (Leading) แบ่งออกเป็น

1. ฝ่ายผู้บริหารมีความเป็นผู้นำในมิติต่างๆ ได้แก่ มีการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ไม่มีการกดดันเจ้าหน้าที่ และการดูแลเจ้าหน้าที่ได้บังคับบัญชา การเอาใจใส่เจ้าหน้าที่เพื่อให้เจ้าหน้าที่เกิดศรัทธาในตัวผู้นำ
2. ฝ่ายปฏิบัติการเมืองมัลลิกา คือ หัวหน้าแต่ละฝ่าย มีความเป็นผู้นำในมิติต่างๆ คอยดูแลเจ้าหน้าที่ในส่วนของตนให้มีความเรียบร้อย มีการควบคุมมาตรฐาน และอบรมการทำงานของเจ้าหน้าที่ให้ทำตามกฎระเบียบต่างๆ แต่หัวหน้าบางฝ่ายขาดทักษะในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ได้บังคับบัญชา ทำให้เจ้าหน้าที่เกิดความไม่พอใจ เพราะหัวหน้าฝ่ายไม่รับฟังความคิดเห็น อีกทั้งทั้งฝ่ายผู้บริหาร และฝ่ายปฏิบัติการมีความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องของแนวคิดหลักที่ว่าเมืองมัลลิกาเป็นเมืองโบราณที่มีชีวิต มีเป้าหมายคงความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความเป็นมัลลิกา แต่ก็ยังคงพัฒนาต่อไป อยู่กันอย่างเป็นครอบครัวเดียวกัน แต่จากหัวหน้างานฝ่ายต่าง ๆ สื่อสารถึงเจ้าหน้าที่ที่อยู่ในแผนกของตน พบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ไม่มีความเข้าใจในแนวคิดหลักของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ว่าคืออะไร ไม่ได้มีเป้าหมายเดียวกันกับกลุ่มผู้บริการ หรือหัวหน้าฝ่ายแคว้นสักทำหน้าที่ของตนให้ดี ไม่ได้รับรู้ถึงเป้าหมาย การวาง

แผนพัฒนา หรือการประเมินที่ทางฝ่ายผู้บริหารกำหนด และไม่สนใจที่จะรับรู้ในเรื่องนั้นๆ กล่าวคือผู้บริหารมีการสื่อสาร และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ปฏิบัติหน้าที่ของตนให้เป็นไปตามแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เจ้าหน้าที่ควรรับรู้เพื่อพัฒนาไปพร้อมๆกัน รวมถึงเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้าแต่ละแผนกไม่สามารถสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ได้ดี

ประเด็นที่ 4 การควบคุม (Controlling) การประเมินแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ประเมินระดับบริหาร ในประเด็น การวางแผน เป้าหมายชัดเจนและเป็นไปตามที่ตั้งไว้หรือไม่ มีความรู้ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะในการสื่อสาร และสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร และประเมินระดับปฏิบัติการ คือ การประเมินเจ้าหน้าที่ ซึ่งหัวหน้าแต่ละแผนกจะเป็นผู้ประเมินตามความสามารถเป็นรายบุคคลทุกสิ้นปี เพื่อนำมาพัฒนา และแก้ไขให้ไปในแนวทางที่ดีขึ้น แต่ในส่วนของโรงครัวเรื่องของรสชาติอาหารคาว อาหารหวานต้องมีรสชาติคงที่เหมือนเดิม โดยการประเมินเน้นเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ โดยเฉพาะการใช้คำพูด การแต่งกาย การใช้วัสดุรูปแบบสมัยรัชกาลที่ 5 และการบริการ การทำงานจึงต้องมีใจที่รัก และผูกพันกับสถานที่ หากงานในส่วนของตนเสร็จเรียบร้อยแล้วก็จะไปช่วยงานในส่วนอื่น เพื่อให้ตนเองเกิดประโยชน์ที่สุดรวม เน้นการฝึกรอบรม ส่วนใหญ่รู้สึกว่าการทำหน้าที่ของตนให้ดีที่สุดเป็นสิ่งสำคัญในการปฏิบัติงาน ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า เมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 มีการควบคุมที่ค่อนข้างดี เนื่องจากเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่มีรู้หน้าที่ในการทำงานของตนเอง ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎของเมืองเป็นอย่างดีมีการจัดอบรม และประชุมอยู่บ่อยครั้งทำให้เน้นย้ำในสิ่งที่พึงปฏิบัติอยู่เสมอ อีกทั้งเจ้าหน้าที่แต่ละแผนกจะมีการจัดประชุมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับหัวหน้าแต่ละแผนก และงานที่ทำ เช่น เรือนหมู่แผนกอาหารกลางวัน และอาหารค่ำ ต้องมีการประชุมทุกวัน หรือแผนกอื่นๆจะมีการจัดประชุมเมื่อนักท่องเที่ยวมีจำนวน 300 คนขึ้นไป หากแต่จะเน้นเรื่องการบริการเป็นหลัก คำพูดที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวเป็นรองเพื่อไม่ให้หลุดแนวคิดหลักที่วางไว้ นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมที่จัดขึ้น 2-3 เดือน/ครั้ง เพื่อให้มาตรฐานยังคงเหมือนเดิมทั้งนี้เพื่อพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ และได้รับการประเมินที่ดี

ในส่วนของสถานที่ ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นลานจอดรถ ห้องน้ำ หรือการบริการอื่นๆ เพียงแต่สิ่งทีขาดคือป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ หรือป้ายให้ข้อมูลต่างๆที่มีขนาดเล็ก และจำนวนน้อยทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้สังเกตจะไม่สามารถมองเห็นป้ายต่างๆนี้ได้ เช่นป้ายแผนที่ภายในเมืองมัลลิกา ที่บอกว่าจุดไหนคือ

สถาปัตยกรรมใด สิ่งที่มีจำนวนน้อยอีกอย่างหนึ่ง คือจุดแลกเงินรูกลับเป็นเงินในปัจจุบัน เพราะจุดที่แลกเงินคืนมีอยู่เพียงจุดเดียวบริเวณทางออกเท่านั้น ไม่สามารถแลกคือเป็นเงินปัจจุบันได้ตามบริเวณชายตัวหรือแบงค์สยามก็มาจลในบริเวณย่านการค้า นอกจากนี้ภายในเมืองมัลลิกายังมีสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมต่างๆแฝงฝังไปด้วยมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ที่ และวิถีชีวิต ที่ถือว่าเป็นแนวคิดหลักหลักของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ผ่านประสบการณ์การท่องเที่ยว

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ภาพรวมการจัดการของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มีข้อดีในเรื่อง การจัดการองค์กร (Organizing) ที่มีโครงสร้างองค์กรที่ดีเหมือนกับบริษัทชั้นนำทั่วไป มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน และการควบคุม (Controlling) ที่เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามกฎทุกประการ มีการอบรมในบ่อยครั้ง ประเมินเจ้าหน้าที่เพื่อพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น แต่ยังคงขาดในส่วนของการวางแผน (Planning) นั้นยังขาดส่วนที่เป็นพันธกิจ และวิสัยทัศน์ที่บริษัทชั้นนำจำเป็นต้องมี การดำเนินงานบางส่วนอาจยังไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้เนื่องจากปัจจัยบางอย่างเข้ามากระทบทำให้แผนงานต้องชะงักตัวลง อีกทั้งการเป็นผู้นำ (Leading) ถึงแม้ว่าทางฝ่ายผู้บริหารจะมีความสามารถในการขับเคลื่อนบริษัทไปข้างหน้าตามเป้าที่วางไว้ มีมนุษย์สัมพันธ์ และการสื่อสารที่ดี แต่หัวหน้าแต่ละยังขาดในทุกๆด้านของการเป็นผู้นำ แต่อย่างไรเสียเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ทั้งนี้ที่กล่าวมาทั้งหมดแม้ว่าจะจะมีส่วนที่โดดเด่น ส่วนที่ด้อยแต่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ก็ยังคงดำเนินงานของตนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ดูแลกันแบบเชิงครอบครัว กล่าวคือเป็นธุรกิจเชิงครอบครัวที่ไม่ได้มีหลักฐานการวางแผน หรือการจัดการที่เป็นที่ประจักษ์ หากแต่ใช้ความเป็นครอบครัว ความเข้าใจ ความยืดหยุ่นกันได้ จึงทำให้เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 สามารถดำเนินงานต่อไปได้

6.1.2 มิติตามความจริงแท้

จากการศึกษาพบว่า การประเมินความจริงแท้สิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ผู้วิจัยได้ประยุกต์เกณฑ์การประเมินความจริงแท้ในมิติต่างๆจาก Hoi An protocol (2009) สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1

สรุปการประเมินความจริงแท้

มิติของความจริงแท้	เฉลี่ย	ความหมาย
ตำแหน่ง และ สถานที่ตั้ง	3.07	ปานกลาง
รูปแบบ และ การออกแบบ	2.81	ปานกลาง
การใช้ และหน้าที่	2.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 6.1 พบว่า ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง อยู่ระดับ 3.07 ความจริงแท้ปานกลาง รูปแบบ และการออกแบบ อยู่ระดับ 2.81 มีความจริงแท้ปานกลาง และการใช้ และหน้าที่ อยู่ระดับ 2.93 มีความจริงแท้ปานกลาง อาจกล่าวได้ว่ามิติความจริงแท้เฉลี่ยรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง แต่สิ่งที่โดดเด่นที่สุด คือ ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง มีรายละเอียด ดังนี้

- ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง (Location and Setting) เนื่องจากการวางตำแหน่งของสถาปัตยกรรมบ้านเรือน ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124 และองค์ประกอบอื่นๆมีการวางตำแหน่งเลียนแบบกับยุคสมัยในรัชกาลที่ 5 นอกจากนี้สิ่งดึงดูดใจและกิจกรรมอื่น ๆ มีการประยุกต์ตำแหน่ง และสถานที่ตั้งเพื่อให้สะดวก และง่ายต่อการกำหนดพื้นที่ในตัวเมืองมัลลิกา แต่สิ่งดึงดูดใจเรื่องศิลปะการแสดง และกิจกรรมอาหารคาว และอาหารหวาน มีการสอดคล้องกับจังหวัดกาญจนบุรีที่เป็นที่ตั้งของเมืองมัลลิกาเพียงเล็กน้อย

6.1.3 มิติกระบวนการสร้างสรรค์

จากการศึกษาพบว่า การประเมินกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมในเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 ผู้วิจัยได้ประยุกต์เกณฑ์จากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 6.2

ตารางที่ 6.2

สรุปการประเมินกระบวนการสร้างสรรค์

กระบวนการสร้างสรรค์	เฉลี่ย	ความหมาย
การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	3.3	ปานกลาง
การนำองค์ความรู้มาใช้	2.91	ปานกลาง
การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	3.94	มาก
การสร้างประสบการณ์	2.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 6.2 พบว่า การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้ อยู่ระดับ 3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง การนำองค์ความรู้มาใช้ อยู่ระดับ 2.91 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ อยู่ระดับ 3.94 กระบวนการสร้างสรรค์มาก และการสร้างประสบการณ์ อยู่ระดับ 2.97 กระบวนการสร้างสรรค์ปานกลาง อาจกล่าวได้ว่ามิติกระบวนการสร้างสรรค์เฉลี่ยรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง แต่สิ่งที่โดดเด่นที่สุด คือ การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ มีรายละเอียด ดังนี้ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

- การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ ผลการศึกษาพบว่าสิ่งดึงดูดใจ และกิจกรรมในเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ส่วนใหญ่แล้วถูกนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในเรื่องของการนำมาสร้างบรรยากาศ เพื่อให้เป็นฉากหลัง เป็นกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุก แล้วเป็นการใช้วัฒนธรรมที่ตนมีอยู่มาประยุกต์ใช้กับปัจจุบันนี้เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวมีความโดดเด่น และแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัย ร.ศ.124มาใช้ เพราะถือว่าเป็น conceptหลักของเมืองมัลลิกาที่ว่าด้วยเป็น “เมืองแห่งวัฒนธรรม และวิถีชีวิต”

6.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากข้อสรุปผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

6.2.1 ประเด็นการจัดการเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า เมืองมัลลิกายามรักษาอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ของตนให้คงที่ และมีความมั่นคงมากที่สุด แต่ก็ยังคงมีการวางแผนเพื่อพัฒนาให้สถานที่ท่องเที่ยวของตนมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้ในปัจจุบันต้องคำนึงถึงเศรษฐกิจที่ชะลอตัว จึงทำให้เมืองมัลลิกาต้องพักการลงทุนพัฒนาในช่วงนี้ รวมถึงมีจำนวนพนักงานที่น้อยลงเพราะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้ฝ่ายผู้บริหารต้องรักษาพนักงานส่วนที่เหลือให้มีประสิทธิภาพ โดยการจัดอบรม หรือการนำเจ้าหน้าที่ออกไปร่วมสัมมนา และพูดคุยให้พนักงานเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้บริหารมีความสามารถในการเจรจากับเจ้าหน้าที่ให้เกิดความเข้าใจ และไม่มื่อคติซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธัญพล ชุ่ม (2558) เรื่องการบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิผลของเทศบาล ตำบลในเขตภาคกลางของประเทศไทย พบว่าการขับเคลื่อนภารกิจ ของเทศบาลตำบลให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำเพื่อประสาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานในเทศบาลตำบล สร้างความเชื่อมั่น และให้การสนับสนุนผู้ปฏิบัติงานให้ สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ยังรู้สึกว่สิ่งที่สำคัญที่สุดในหน้าที่ของตนคือ ทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุดด้วยความตั้งใจ และเอาใจใส่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปณิตทัต นอขุนทด (2556) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ใน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าบุคลากรในองค์กรควรมีความสามัคคีให้ความร่วมมือ มีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ในการปฏิบัติงาน มีทักษะความรู้ในการใช้วัสดุอุปกรณ์เครื่องมือ รวมถึงเทคโนโลยีใน การปฏิบัติงาน มีความรู้ความเข้าใจในระเบียบที่เกี่ยวข้องในงานที่ปฏิบัติ มีความละเอียดรอบคอบ ในการปฏิบัติงาน

สำหรับผู้บริหารควรเพิ่มแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และจัดสรรอัตรากำลังของบุคลากรให้มีเพียงพอต่อปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น ในส่วนของการจัดอบรม มีการจัด 2-3 เดือน/ครั้ง โดยเชิญ ครูจากวิทยาลัยในวังมาสอนงานเพิ่มเติม เพื่อให้เจ้าหน้าที่พัฒนาศักยภาพให้มีความสามารถในหน้าที่ของตน นำมาพัฒนาตนเอง และองค์กรต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ เสกมนต์ สัมมาเพชร (2559) เรื่องทรัพยากรการบริหารกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่พัฒนาสถานบำบัดพิเศษกลาง กรุงเทพมหานคร

พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหารการทรัพยากรมนุษย์เป็นประเด็น ดังนี้ 1. มีการวางตัวหรือแต่งตั้งบุคลากร อย่างเหมาะสมกับความถนัดของที่ตามแต่ละบุคคลมีความสามารถ 2. การพัฒนาคุณภาพบุคลากรถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ที่ทางองค์กรควรให้ความสำคัญเช่นกัน และควรมีการฝึกอบรมเป็นประจำ 3.หน่วยงานอาจเชิญบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความฉลาด มาช่วยแนะนำในการพัฒนาบุคลากร

นอกจากนี้หากนำเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 มาเปรียบเทียบกับธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน เช่น ตลาดเพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ อภิตีฎ อุทิศธรรมศักดิ์ (2559) ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต กรณีสักยภาพเพลินวาน ได้สรุปทัศนคติของนักท่องเที่ยวไว้ว่า เพลินวานมีความน่าสนใจ เพราะเป็นศูนย์รวบรวมเรื่องราวในสมัยเก่า มีจุดเด่นในด้านการจำลองรูปแบบอาคารแบบย้อนยุค ทำให้สามารถสัมผัสบรรยากาศย้อนอดีต และสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมา เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายน่าสนใจ มีคุณค่าทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นแหล่งสะท้อนเรื่องราวต่าง ๆ ในอดีตได้ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงประวัติ และสามารถมองเห็นภาพเรื่องราวของวิถีชีวิตต่าง ๆ ในอดีตได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นผ่านการท่องเที่ยว ซึ่งเพลินวานสามารถถ่ายทอดเรื่องราววิถีชีวิตในอดีตได้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนมาก เช่น รัยขายอาหาร เครื่องดื่ม ที่เพียงพอต่อความต้องการ พื้นที่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อาจกล่าวได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตอดีตอย่างตลาดเพลินวานสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว และได้รับทัศนคติที่ดีจากนักท่องเที่ยว

ดังนั้นเมื่อดูจากผลการวิเคราะห์ และหลักฐานต่าง ๆ ที่ปรากฏ อาจกล่าวได้ว่าตลาดเพลินวานมีการสร้างบรรยากาศ และนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามา และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก จากการได้สัมผัสถึงกลิ่นอายความเป็นอดีตจากการจำลองขึ้น และรวมถึงกิจกรรมที่อยู่ในตลาดเพลินวาน ทั้งนี้นอกจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการนำทุนวัฒนธรรมมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว จากข้อมูลเบื้องต้นตลาดเพลินวานอาจมีการจัดการที่ดีพอสมควร จึงสามารถได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว หากแต่เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ยังด้อยกว่าในเรื่องของการจัดการโดยเฉพาะการวางแผน และความเป็นผู้นำ แต่ก็ยังมีข้อเด่นกว่าในเรื่องของการจัดการองค์กร และการควบคุม รวมถึงการนำวัฒนธรรมมาปรับใช้ยังช่วยเพิ่มมูลค่าในแง่เศรษฐกิจถึงแม้ว่าจะลดคุณค่าของวัฒนธรรม หากเปรียบเทียบกับตลาดเพลินวาน เมืองมัลลิกาถือว่ามีประสิทธิภาพในการจัดการ และการนำวัฒนธรรมมาปรับใช้อยู่ในระดับปานกลาง

6.2.2 ประเด็นมิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การประเมินมิติความจริงแท้ และมิติกระบวนการสร้างสรรค์ สามารถเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ดังตารางที่ 6.3 ตารางที่ 6.3

ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมิติความจริงแท้ และมิติกระบวนการสร้างสรรค์

มิติความจริงแท้	เฉลี่ย	ความหมาย	กระบวนการสร้างสรรค์	เฉลี่ย	ความหมาย
ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง	3.07	ปานกลาง	การนำเอาวัฒนธรรมมาใช้	3.3	ปานกลาง
รูปแบบ และการออกแบบ	2.81	ปานกลาง	การนำองค์ความรู้มาใช้	2.91	ปานกลาง
การใช้ และหน้าที่	2.93	ปานกลาง	การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้	3.94	มาก
			การสร้างประสบการณ์	2.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 6.3 พบว่ามีมิติความจริงแท้ ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง รูปแบบ และการออกแบบ และการใช้ และหน้าที่ มีความจริงแท้ในภาพรวมระดับปานกลาง แต่ในส่วนของกระบวนการสร้างสรรค์ ในภาพรวม คือ ปานกลาง แต่การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้อยู่ในระดับมาก ซึ่งถือว่าโดดเด่น และสอดคล้องกับข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ที่ให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ “...ดูจากรีวิวแล้วอยากไปเห็นว่าเป็นไปเที่ยวแบบย้อนอดีต เห็นวิถีชีวิตของสมัยก่อน ชอบมากที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาสร้างบรรยากาศ...” (สัมภาษณ์, 23 กุมภาพันธ์ 2562) อาจกล่าวได้ว่าเมืองมัลลิกามีได้ใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมในท้องถิ่น แต่ใช้การคัดเลือกบางส่วนของประวัติศาสตร์ในสมัยรัชกาลที่ 5 ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นแนวคิดหลักในการผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ทำให้วัฒนธรรมสามารถนำเสนอออกมาได้ในรูปแบบของสถาปัตยกรรม กิจกรรม และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

สิ่งหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นจากการปรับใช้วัฒนธรรมมักจะมีผลต่อความจริงแท้ เมืองมัลลิกาจึงได้พยายามค้นหาข้อมูลเพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวมีรูปแบบคล้ายช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 มากที่สุด แต่ด้วยข้อจำกัด จึงไม่สามารถสร้างรูปแบบเดิมได้ทั้งหมด แต่จำนวนนักท่องเที่ยวยังคงให้ความสนใจเมืองมัลลิกาในฐานะเมืองประติมากรรมที่ใช้วัฒนธรรมในการเล่าเรื่องภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับ

อภิญญา ขวานอก (2558) ที่สะท้อนว่า ความจริงแท้ของระบำโบราณคดีในร้านอาหารยังคงต้องรักษาความดั้งเดิม และเอกลักษณ์เฉพาะไว้บางส่วน แต่บางส่วนต้องนำมาปรับเพื่อการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ และซาบซึ้งในเวลาจำกัด รวมทั้งความทันสมัย และเทคนิคต่างๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับนิภาวรรณ หวังวิไล (2556) ที่ศึกษาการจัดการรำกะเหรี่ยงเพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งพยายามสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับความจริงแท้ผ่านศิลปะการแสดง โดยการสร้างความจริงแท้ต้องมีส่วนประกอบของความสร้างสรรค์ และประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ พัฒนาจนเป็นเอกลักษณ์จึงจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวอยากได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่แท้จริงแต่ไม่จำเป็นต้องพบกับความจริงแท้ก็ได้

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 มีการปรับใช้วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยหลักในการปรับใช้วัฒนธรรมให้เป็นในรูปแบบการสื่อความหมาย กิจกรรม และการมีส่วนร่วม โดยส่วนใหญ่ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาขยายเพิ่มเติมเพื่อเนื้อหาที่ทันสมัยขึ้น และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี เช่น เทศกาล Óbidos Medieval Fair เมืองออบิดูช ประเทศโปรตุเกส ที่มีการเลือกช่วงเวลาที่สำคัญมาเป็นแนวคิดหลักในการสร้างกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเมืองมัลลิกา ร.ศ. 124 เลือกช่วงเวลาในสมัยรัชกาลที่ 5 ส่วนเทศกาล Óbidos Medieval Fair เลือกช่วงเวลาในสมัยยุคกลางมาเป็นเนื้อเรื่องในการสร้างกิจกรรม นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอ และสื่อความหมายออกมาในรูปแบบคล้าย ๆ กัน คือ การนำวิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัยนั้น ๆ มานำเสนอเป็นเนื้อเรื่อง และกิจกรรมหลัก ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายย้อนยุค การรับชมการแสดง การรับประทานอาหารแบบในอดีต หรือแม้แต่การแลกเงินเพื่อใช้ภายในงานเท่านั้นทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้ในทุกกิจกรรม

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) ข้อเสนอแนะด้านการจัดการ

- 1.1 เจ้าหน้าที่ควรมีส่วนร่วมในการรับรู้ แผนงานต่างๆ หรือการประเมินผล และสามารถออกความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ เพื่อสามารถนำมาพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเมื่อเจ้าหน้าที่ไม่ทราบในส่วนของแผนงาน ทำให้เป้าหมายที่

วางไว้ระหว่างผู้บริหารกับเจ้าหน้าที่ตลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นผู้บังคับบัญชาจึงควรใส่ใจผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาเพิ่มมากขึ้น

1.2 เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ควรพัฒนาในส่วนที่ตนมีอยู่แล้วแต่ยังมีข้อบกพร่องให้ดีขึ้น โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบไปด้วยห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ควรแยกห้องระหว่างชาย - หญิง และมีห้องส่วนตัวทั้งนี้เพื่อความเป็นกิจจะลักษณะ และความปลอดภัย ควรจัดเจ้าหน้าที่บรรยายเป็นรอบๆ เพื่อสร้างอารมณ์ให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าไปในเมือง นอกจากนี้ควรมีแผนที่ภายในเมืองมัลลิกา อยู่บนแผ่นพับเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำติดตัวมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการเดินชมเมือง

2) ข้อเสนอแนะด้านความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์

2.1 จากตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ พบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของมิติความจริงแท้ คือ ตำแหน่ง และสถานที่ตั้ง ซึ่งหากในอนาคตจะมีการดำเนินงานการสร้างสถาปัตยกรรมอื่นๆเพิ่มเติม ควรคำนึง และพิจารณาถึงตำแหน่ง และสถานที่ตั้งเป็นหลักเพื่อรักษาความจริงแท้ของเมืองไว้ให้ได้มากที่สุด ในส่วนของกระบวนการสร้างสรรค์ พบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ ดังนั้นเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 ควรนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการพัฒนากิจกรรมเพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

2.2 จากตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ พบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดของมิติความจริงแท้ คือ รูปแบบ และการออกแบบ จึงควรปรับในส่วนที่สามารถแก้ไขได้ในปัจจุบัน หากออกแบบเพิ่มเติมในอนาคตควรคำนึงถึงเรื่องนี้เป็นหลัก และไม่ควรมีการตัดทอนสิ่งใดออกเพื่อลดต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับส่วนของกระบวนการสร้างสรรค์ พบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การนำองค์ความรู้มาใช้ เพราะอาจด้วยข้อจำกัดบางอย่าง หรือทำให้เจ้าหน้าที่สะดวกมากยิ่งขึ้น จึงทำให้ส่วนนี้หายไป ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจกับ 2 ประเด็นนี้ให้มาก ทั้งนี้เพื่อรักษาและคงความเป็นเอกลักษณ์ไว้ และเพื่อคนรุ่นหลังจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนสมัยก่อนให้ได้มากที่สุด

6.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นผลการศึกษาจากการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับประเด็นการจัดการท่องเที่ยวของเมืองมัลลิกา ร.ศ.124 และการประเมินความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ ด้วยเหตุนี้จึงอาจยังไม่ครอบคลุมทุกประเด็นในเชิงลึกของการวิจัย ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

- 1) การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในมิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างไร
- 2) การศึกษามิติความจริงแท้ และกระบวนการสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวอื่น เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก



รายการอ้างอิง

หนังสือ และบทความในหนังสือ

ชนัญ วงษ์วิภาค. (2552). *การท่องเที่ยววัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
(เอกสารสำเนา).

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจา
นุเบกษา.

นนทวรรณ ส่งเสริม. (2561). *CREATIVE TOURISM การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. ปทุมธานี :
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2553). *การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ทริปปี้ล กรุ๊ป.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : บริษัท เพรส แอนด์
ดีไซน์ จำกัด.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). *การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : บริษัท เพรส แอนด์
ดีไซน์ จำกัด.

บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ไจมา. (2552). *การพัฒนาบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน การ
ส่งเสริมและสนับสนุนความพร้อมของเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกลุ่ม
ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ.

ประคอง กรรณสุด. (2523). *การจัดลำดับคะแนนเป็นตัวอักษร*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

พัฒนา กิติอาษา. (2546). *มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย*.
กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2549). *การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- วิลาวรรณ รพีพิศาล (2550). *หลักการจัดการ*. (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: วิจิตรหัตถกรรม.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2545). *การบริหาร หลักการ ทฤษฎี ประเด็นทางการศึกษาและบทวิเคราะห์ องค์การศึกษาไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: พิมพ์พิสุทธิ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่2. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Thailand)*.
กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ. (2550). *องค์การ และการจัดการ*. กรุงเทพฯ: จุฑาทอง.
- Drucker, Peter F. (2538). *Innovation and Entrepreneurship*. Butterworth: Heinemann.
- Hayward, P. (2000). *Leisure and Tourism*. Portsmouth: Heinemann.
- Raymond, C. (2008). "The Practical Challenges of Developing Creative Tourism: A cautionary tale from New Zealand" In *Creative Tourism: A Global Conversation*. New Mexico: Sunstone Press.
- Richards, G. (2010). *Creative Tourism and Local Development*. Santa Fe: Sunstone Press.

บทความวารสาร

- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2556). *ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความจริงแท้ในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี, ดำรงวิชาการ, น.118 - 119*
- ชาญณรงค์ ชัยพัฒน์. (2553). *บทบาทและสภาพการณ์ของอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ในประเทศไทย, วารสารนักบริหาร, น.18*

- ณัฐชนก ดวงใจ. (2555). การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์: กรณีศึกษาการจัดการเทศกาล และกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทยในห้างสรรพสินค้า, *ปาริชาติ*, น.32
- ธณัฐพล ชุ่ม และปรีชา หงส์ไกรเลิศ. (2558). การบริหารจัดการที่มีผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลตำบลในเขตภาคกลางของประเทศไทย, *วิทยาการจัดการสมัยใหม่*, น.146
- ธีระวัฒน์ จันทิก และปรีนธ์ ชินโชติ. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง, *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, น.254 – 259
- พวงรัตน์ อัสวพิศิษฐ์. (2552). เมืองไทยเมืองนักคิด Creative Thailand สร้างสรรค์เศรษฐกิจด้วยพลังคิดของคนไทย, *ทรัพย์สินทางปัญญา*, น.4
- กัญมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศร. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย, *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, น.97
- รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2555). การโยกหาดิต: ความเป็นอดีตในสังคมสมัยใหม่, *การเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, น.65
- สมบัติ กุสุมาวลี. (2553). อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries), *For Quality*, น.109 – 110
- สัญญา เคนาภูมิ. (2557). รูปแบบการเขียนกรอบแนวคิดการวิจัยทางการบริหารจัดการ, *การวิจัยทางการบริหารจัดการ*, น.35
- สินธุ์ สโรบล และคณะ. (2547). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน, *ประชาคมวิจัย*, น.15 - 21
- McKercher, B and Du Cros, H. (2546). Testing a Culture Tourism Typology, *The International Journal of Tourism Research*, 45 – 58
- Richards, G. (2546). Creativity and Tourism: The State of the Art, *Annals of Tourism Research*, 1227 – 1234

วิทยานิพนธ์

กชกรณ์ เสรีฉันทฤกษ์. “วาทกรรมความงามของผู้หญิงในสังคมไทย: มุมมองพหุมิติ”. วิทยานิพนธ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาลัยสหวิทยาการ, สาขาวิชาสตรีศึกษา, 2551.

เกரியงไกร วัฒนาสวัสดิ์. “ความจริงแท้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะบัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, 2555.

คณิดา ซองศิริ. “การวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายเรื่อง “การโหยหาอดีต” ในรายการปกิณกะทางโทรทัศน์ชุด ตลาดสดสนามเป้า”. วิทยานิพนธ์วารสารศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, 2553.

จักรกริช หมอประกอบ. “ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ ข้าราชการทหารในศูนย์อุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา คณะวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, 2547.

จุฑาพร ทองเพ็ญ. “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, 2554.

ชรินทร์พรรณ อະสัตรีรัตน์. “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กับวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาลัยพัฒนศาสตร์, สาขาชนบทศึกษาและการพัฒนา, 2553.

ทวีลาภ รัตนราช. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัส

วัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร”. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะวิทยาศาสตร์, สาขาการจัดการ
นันทนาการ, 2553.

นิภาวรรณ หวังวิล. “การจัดการศิลปะการแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม:

กรณีศึกษา “รำกะเหรี่ยง” อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม, 2556.

ประกาย ขวัญหลาย. “การบริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เพื่อรองรับการเข้าสู่

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา,
คณะวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, 2557.

ปรัชญาพร พัฒนผล. “การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมแม่น้ำเพชรบุรี”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาวิชาการบริหารงาน
วัฒนธรรม, 2554.

บันสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์

การท่องเที่ยว กรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม”. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะโลจิสติกส์, สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน,
2559.

ปณิตต์ นอขุนทด. “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่นใน อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา”. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, วิศวกรรมศาสตร์, สาขาวิศวกรรมโยธา, 2556.

ภัทรา แจ่มใจเจริญ. “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา ชุมชนโอหังมาจิ หมู่บ้านชिरาคาวา

โก จังหวัดกifu ประเทศญี่ปุ่น”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา, 2558.

- ภัทรพร อว้ชนาการ. “ปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, 2558.
- ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง. “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยโป่งผาลาด อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะศิลปศาสตร์, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, 2545.
- มานะ ทองสีมา. “ความคิดเห็นของบุคลากรต่อการบริหารจัดการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, 2557.
- ละอองทิพย์ ณ กลาง. “ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดรับเครื่องมือส่วนผสมทางการตลาด กับระดับการรับรู้คุณภาพตลาดย่อนยุคเฟลีนวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์, 2556.
- วชิรญา ตติยนันทกุล. “การพัฒนาคู่มือการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมนามธรรมด้านหัตถกรรม จังหวัดอุบลราชธานี”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, 2557.
- วรารุช ชวงชัย. “การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ย่านท่าช้าง – ท่าพระจันทร์”. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมภายในมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชาสถาปัตยกรรมภายใน, 2553.
- วรศรา บุญสมเกียรติ. “แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครราชสีมา: วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อย และโบราณสถานวัดโมคลาน”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, 2555.

- วาทีน ประชานันท์. “การบริหารจัดการธุรกิจดนตรีของบริษัทปราชญ์มิวสิคกรุ๊ป (PMG)”. วิทยานิพนธ์
ดุริยางคศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะดุริยางคศาสตร์, สาขาสังคีตวิจัยและ
พัฒนา, 2557.
- ศรินทร์ทิพย์ คาวาโนเบะ. “แรงจูงใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง
จังหวัดน่าน”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,
คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด, 2554.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. “พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. คณะศิลป
ศาสตร์และวิทยาศาสตร์, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, 2555.
- เสกมนต์ สัมมาเพ็ชร. “ทรัพยากรการบริหารกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ทัณฑสถานบำบัด
พิเศษกลาง กรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก,
คณะศิลปศาสตร์, 2559.
- อภิญา ขวานอก. “ความจริงแท้ของระบำโบราณคดีในร้านอาหาร”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาการบริหารงานวัฒนธรรม, 2558.
- อภิดิฐ อุทิศธรรมศักดิ์. “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ดี กรณีศึกษา
เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและ
การท่องเที่ยว, 2559.
- อำไพพรรณ รัตนปानी. “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี”.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, สาขา
การตลาด, 2550.

Musikyan, S. “The Influence of Creative Tourism on Sustainable Development of Tourism and Reduction of Seasonality – Case Study of Óbidos”. The Master's Degree in Sustainable Tourism Management, A dissertation submitted to the School of Tourism and Maritime Technology of Polytechnic Institute of Leiria in partial fulfilment of the requirements, 2016.

สารนิพนธ์

วีรพร รอดทัศนาศนา. “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มไทยพวน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดแก้ว ห้าง อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี”. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, 2557.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *ประเภทการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://sites.google.com/site/archcommunitydevelopment/tourism>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2561, จาก <https://thai.tourismthailand.org>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *เป้าหมายรายได้ท่องเที่ยวปี 2561*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2561, จาก <https://thai.tourismthailand.org>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. *สถานที่ท่องเที่ยวทางรถไฟสายมรณะ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2561, จาก <https://thai.tourismthailand.org>

- ข่าวสดออนไลน์. (2560). *กระทรวงท่องเที่ยวฯจับมือตร.ท่องเที่ยว ชู 'เมืองกาญจน์โมเดล' นำร่องแก้ไอ*
เปรียบนักท่องเที่ยวน. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2561, จาก https://www.khaosod.co.th/economics/news_263186
- ณัฐภณ. (2560). *10 ที่เที่ยวไทยที่ถูกค้นหามากที่สุดใน Google ปี2016*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน
 2561, จาก <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/003398/lang/th/>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). *รบ.ตั้งเป้าปี 61 รายได้ท่องเที่ยวพุ่ง 3 ล้านล้าน คุณภาพมากกว่าปริมาณ*.
 สืบค้นเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content/1065492>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). *หอการค้าไทย บั่นโครงการ 'ไทยเท' เพิ่มมูลค่าสินค้าบริการด้วยวัฒนธรรม*.
 สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content/957680>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2559). *คุณพระ!! เปิดแล้วเจ้าค่ะ "เมืองมัลลิกา ร.ศ.124" ย้อนอดีตสมัย ร.5*. สืบค้น
 เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2561, จาก <http://www.manager.co.th/travel/viewnews.aspx?NewsID=9590000114669>
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2560). *จำนวนประชากรจังหวัดกาญจนบุรี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม
 2561, จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- วิรัช วิรัชนิการวรรณ. (2555). *แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ*. สืบค้นเมื่อ
 วันที่ 12 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.wiruch.com/>
- หน่วยงานทะเบียนแห่งชาติ (The National Register). *U.S. Department of the Interior, National
 Park*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2561, จาก https://www.nps.gov/nr/publications/bulletins/nrb34/nrb34_8.htm
- สมชาย ทัศนวิวัฒน์. (2559). *CREATIVE ECONOMY - น้อมนำปรัชญาพอ ต่อยอดเศรษฐกิจ
 สร้างสรรค์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/52612>

- Binkhorst, E. (2006). *The Co-Creation Tourism Experience*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2561, จาก http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf
- IM2. (2558). การจัดการ (Management) หมายถึงอะไร. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.im2market.com/2015/06/20/1449>
- Natalie, S. (2015). *Cultural Tourism Leads the Growth of Travel Industry*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2561, จาก <https://thai.tourismthailand.org>
- Phuketgowithme. (2561). “ถลางมณีคราม”แลนด์มาร์คแห่งใหม่ของเมืองภูเก็ต สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2561, จาก <http://www.phuketgowithme.com/%E0%B8%96%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%93%E0%B8%B5%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B9%8C%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%84/>
- Rory, B. 2561. *8 Reasons to Visit the Venetian Macao*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.tripsavvy.com/reasons-to-visit-the-venetian-macao-1535769>
- 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_Nov08
- Teerafah. (2556). การพิจารณาความจริงแท้ และการบูรณาภาพในบริบทของมรดกโลก. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2562, จาก <https://teerafah.wordpress.com/2013/09/16/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%A7%>

- Thomson, G. (2008). *Cultural Resource Management*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/cultural-resource-management>
- UNESCO. (2552). *อุตสาหกรรมวัฒนธรรม/อุตสาหกรรมสร้างสรรค์คืออะไร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://ocac4u.blogspot.com/2009/01/blog-post.html?m=1>
- Workpointnews. (2561). *ยอดประชาชนเที่ยวงาน 'อุ่นไอรักคลายความหนาว' กว่า 1 ล้านคน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561, จาก <https://workpointnews.com/2018/03/12>
- Xinhua. (2016). *Xi'an hosts record number of tourists*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2561, จาก http://www.chinadaily.com.cn/china/2016-02/27/content_23666129.htm
- Yang, O. (2016). *Taiwan's National Palace Museum Ranks Sixth in Worldwide Attendance*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://international.thenewslens.com/article/39580>
- Yoon, S. (2016). *More than 10 million enjoy royal palaces, shrines*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2561, จาก <http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=142350>

เอกสารอื่นๆ

- กรวรรณ สังขกร. (2558). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับวิถีไทย. การอบรมการพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนเส้นทาง R3A. สถาบันวิจัยสังคม: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). แผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) พ.ศ.2560 – 2564. คณะกรรมการบริหารจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดกาญจนบุรี (กบจ). (2559). แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี 4ปี พ.ศ.2561-2564.

ณัฐพร ดอกบุญนาค และฐาปกรณ์ ทองคำนุช. (2556). รายงานการวิจัย การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนในตลาดร้อยปีสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. กองทุนส่งเสริมการวิจัย : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณ.

พิสิฐ เจริญวงศ์. (2542). การจัดการทรัพยากรศิลปะและวัฒนธรรม. ปาฐกถาศิลป์ พีระศรี มหาวิทยาลัยศิลปากร (เอกสานสำเนา).

รุ่งรัตน์ ทองสกุล, มยุเรศ ตนะวัฒนา และวชิราภรณ์ ชนะศรี. (2549). โครงการ การจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรยา. (2555). รายงานการวิจัย พฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จำหน่ายสายสุทธานภดลในวังสวนสุนันทาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ. ประจำปีงบประมาณ 2555 : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558). องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน): มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564.

Richards, G. (2010). Creative tourism and cultural events. Paper presented at the 2nd Forum on UNESCO Creative Cities. Network Incheon, Republic of Korea.

UNESCO. (2008). Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe. New Mexico. USA.

UNESCO. 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



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นางสาวสโรชา อมรพงษ์มงคล

วันเดือนปีเกิด

20 กรกฎาคม 2539

วุฒิการศึกษา

ปีการศึกษา 2560: ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการ
มรดกวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
วิทยาลัยนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

