



การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีพิพธิภัณฑ์ และชุมชนย่านบางลำพูเป็นศูนย์กลาง*

กัญญารินทร์ ไชยจันทร์**

ดวงรักษ์ จันแดง***

Received: 29 November 2022

Revised: 26 September 2023

Accepted: 27 September 2023

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในย่านบางลำพู และ 2) เพื่อศึกษาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในย่านบางลำพูเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน แบ่งเป็น 1) การวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนย่านบางลำพู กรุงเทพฯ จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสม สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 2.1) การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของพิพธิภัณฑ์ในสังกัดกรมธนารักษ์ จำนวน 6 ราย และ 2.2) การสนทนากลุ่มกับกลุ่มประชาคมชุมชนในย่านบางลำพู จำนวน 7 ราย และการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้บริหารสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 5 ราย จากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเหตุการณ์แบบอิงทฤษฎีและนำเสนอผลงานวิจัยในรูปแบบการพรรณนาความ

ผลการศึกษา พบว่า 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวในย่านบางลำพูเป็นตลาดเฉพาะในการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ควรสร้างเรื่องเล่าเพื่อเพิ่มมูลค่าและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการเดินทางท่องเที่ยวริมน้ำ และ 2) จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในย่านบางลำพู ได้แก่ อาหาร การท่องเที่ยววัดเก่า แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี และการเดินทางสะดวก

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

ชุมชนย่านบางลำพู;
พิพธิภัณฑ์ในสังกัด
กรมธนารักษ์;
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีพิพธิภัณฑ์และชุมชนย่านบางลำพูเป็นศูนย์กลาง” ได้รับทุนการวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.)

** นักวิจัยชำนาญการพิเศษ สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ติดต่อได้ที่: khunyarin@tu.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

*** นักวิจัยชำนาญการ สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ติดต่อได้ที่: doungrakc@gmail.com



Museum–Centric and Bang Lamphu Community–Based Creative Tourism Development*

Received: 29 November 2022

Revised: 26 September 2023

Accepted: 27 September 2023

Khunyarin Chaijan**

Doungrak Chantang***

This research studies 1) Thai and foreign tourists' behavior and needs in the Bang Lamphu area, Bangkok; and 2) the strengths of the Bang Lamphu area and its attractions as a tourist destination for creative tourism management. The research was conducted as a mixed-methods research by 1) surveying 400 random samples, all being Thai tourists who traveled to the community in the Bang Lamphu area, with the data analyzed by mean and standard deviation; and 2) qualitative in-depth interviews with 6 Treasury Department Museum decision-makers, as well as 2.1) focus group discussions with 7 Bang Lamphu area community groups, and 2.2) 5 focus group discussions with Thai Business Association executives.

The results are that 1) tourism behavior and needs in the Bang Lamphu area represent a specific market for participating in creative tourism activities from which narratives could be made for added value, especially in the way that promotes riparian tourism; and 2) the strengths of the Bang Lamphu area and its attractions as a tourist destination include food, ancient temples, nightlife, and convenient transportation.

Research Article

Abstract

Keywords

Bang Lamphu community;
treasury department
museum;
creative tourism

* This paper is a part of the research project titled "Museum and Bang Lamphu Community-Based Creative Tourism Development" funded by Program Management Unit for Competitiveness (PMUC).

** Researcher, Senior Professional Level, ThaiKhadi Research Institute, Thammasat University, email: khunyarin@tu.ac.th (corresponding author)

*** Researcher, Professional Level, ThaiKhadi Research Institute, Thammasat University, email: doungrakc@gmail.com

1. บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากสถิติในปี พ.ศ. 2565 กรุงเทพมหานครมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดไม่น้อยกว่า 38 ล้านคน เป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยจำนวน 28,793,993 คน และผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติจำนวน 9,832,457 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) เมื่อพิจารณาจากความเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวแล้วพบว่า กรุงเทพมหานครมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและยังมีความเป็นย่านเมืองเก่าหลายแห่ง จากลักษณะความเป็นชุมชน ภูมิวัฒนธรรมต่าง ๆ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมของย่านในขอบเขตของพื้นที่ตามภูมิวัฒนธรรมที่ถูกสร้างในช่วงเวลาต่าง ๆ (วลัยลักษณ์ ทรงศิริ, 2561) “ย่านบางลำพู” เป็นหนึ่งในย่านที่มีความสำคัญมากแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร เป็นย่านที่มีความเก่าแก่ที่ยังมีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีความโดดเด่นทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ ความเป็นเมืองเก่า วัด ศาสนาสถาน อาหารการกิน บ้านเรือน สถาปัตยกรรม พื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางลำพู และคูพระนคร ถือเป็นย่านที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม แต่ปัจจุบันย่านบางลำพูมีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ (ทุนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เฉลิมฉลอมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2534) เศรษฐกิจและสังคม จากการคมนาคมที่สะดวกขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงของบางลำพูคือถนนข้าวสาร และยังมีธุรกิจนำเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้ย่านบางลำพูกลายเป็นศูนย์รวมของธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้วยเป็นพื้นที่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา (ชัยญู ชีวภรณ์ภาวิวัฒน์, 2544)

บางลำพูเป็นย่านตลาดการค้าที่สำคัญ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ซึ่งเป็นศูนย์รวมศิลปะ อาหาร ขนม และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่น่าสนใจเมื่อเปรียบเทียบกับย่านอื่นในกรุงเทพฯ และยังมีพิพิธภัณฑ์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เสมือนเป็นที่พักกิจกรรมร่วมกับชุมชน คือ พิพิธภัณฑ์บางลำพู ซึ่งเดิมเคยเป็นอาคารโรงพิมพ์คุรุสภาและโรงเรียนสอนช่างพิมพ์แห่งแรกของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในย่านบางลำพูมานานกว่า 80 ปี โดยกรมธนารักษ์ เป็นหน่วยงานดูแลรับผิดชอบอาคารโรงพิมพ์คุรุสภาที่เปิดโอกาสให้ประชาคมบางลำพูเข้าร่วมรับรู้ ทำความเข้าใจ ร่วมคิด เสนอแนวทางแก้ปัญหา และร่วมตัดสินใจในการจัดการกับอาคารโรงพิมพ์คุรุสภา จึงถือเป็นการเริ่มต้นความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาคมบางลำพูกับหน่วยงานภาครัฐในนามกรมธนารักษ์ นำมาสู่การสร้าง “พิพิธภัณฑ์บางลำพู” เพื่อเป็นสาธารณประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม รวมทั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้เชิงการศึกษา วัฒนธรรมชุมชน และสร้าง “พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์” ในเวลาใกล้เคียงกัน เพื่อให้เป็นต้นแบบของการดำเนินงานแบบบูรณาการระหว่างภาครัฐกับชุมชนอย่างเป็นระบบ (พิพิธภัณฑ์บางลำพู กรมธนารักษ์, ม.ป.ป.)

จากความสำคัญของย่านบางลำพู ซึ่งมีความเป็นย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครและมีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ อาหาร และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่น่าสนใจเมื่อเปรียบเทียบกับย่านอื่นในกรุงเทพฯ ถือได้ว่าเป็นย่านสำคัญในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการสืบค้นงานวิจัยที่ผ่านมาจะเป็นการศึกษาความเป็นย่าน ความเป็นเมืองเก่า และพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของกลยุทธ์และแนวปฏิบัติทางการตลาด (Frédéric Dimanche & Mark E. Havitz, 2010) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในย่านบางลำพู เพื่อจะเป็นประโยชน์สำหรับชุมชนย่านบางลำพูและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในย่านบางลำพู
2. เพื่อศึกษาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในย่านบางลำพูเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Richards, 2010) ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ คือ 1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า 3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายที่เรียกว่า ประสบการณ์ 4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูง เป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม 5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง 6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มีความแตกต่างกัน

คุณลักษณะต่างๆ ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติ ประกอบด้วย 1) ผู้ท่องเที่ยวและเจ้าบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน 2) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันหรือส่งผ่าน-ส่งต่อประสบการณ์ 3) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม 4) ผ่านประสบการณ์การมีส่วนร่วม 5) เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้เข้าชม 6) นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรียนรู้ประสบการณ์ 7) มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์และประสบการณ์จริง 8) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวหรือชื่นชมและเข้าใจ "จิตวิญญาณของพื้นที่" และ 9) การท่องเที่ยวแบบจัดเตรียมไว้อย่างเฉพาะเจาะจง

การจัดสถานที่อย่างสร้างสรรค์ (Richards, 2020) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของทรัพยากรการท่องเที่ยว ความหมาย และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งถูกรวมเข้าด้วยกันเพื่อขับเคลื่อนด้วยวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม มีพื้นที่สำหรับการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ และพัฒนาการเล่าเรื่องที่สอดคล้องกัน แต่ละกรณียังแสดงลักษณะเฉพาะของความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่ในท้องถิ่นด้วย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

สามารถพัฒนาบนพื้นฐานของทรัพยากรที่ค่อนข้างจำกัด โดยการพัฒนาความหมายผ่านการเล่าเรื่องและการเพิ่มคุณค่า

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการใช้วัฒนธรรมชุมชน ภูมิหลังด้านภูมิประวัติศาสตร์ที่โดดเด่นจนเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว มีการนำวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะมาปรับเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างน่าสนใจ (ยูริ โซคสวอนทรี, 2561) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างหรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุดออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการและชุมชนสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาส่วนนี้ให้ก้าวสู่การเป็นเมืองที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องสามารถนำจุดเด่นมาพัฒนาร่วมกับองค์ประกอบของบริบทต่าง ๆ ให้ประสานสอดคล้องกัน ซึ่งองค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรม หรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์และการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (ปรีณัฐ ชิดโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559) องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยบริการอย่างสร้างสรรค์ กิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยชุมชนเป็นผู้ค้นหาลักษณะและพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้เพื่อให้เกิดประสบการณ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต (ศราวุธ ผิวแดง และคณะ, 2559)

3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) หมายถึง หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาโดยตรงต่อการใช้สินค้าและบริการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล รวมถึงกระบวนการตัดสินใจก็ส่งผลต่อการแสดงออก กระบวนการการเกิดพฤติกรรมที่จะสามารถเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุ สิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือแรงกระตุ้น และพฤติกรรมนั้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายในการตอบสนองแรงจูงใจเหล่านั้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) ได้แก่ 1) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ โดยมากนักท่องเที่ยวจะแสดงออกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ซึ่งอาจหมายความว่า หากประชากรมีจำนวนมากจะทำให้มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีและยังมีความเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยว 2) ปัจจัยทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ใช้ในการสร้างหรือผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบริการให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและยังแสดงถึงความมั่นคง ของผู้ให้บริการ 3) ปัจจัยทางการเมืองมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เหตุผลหลักของการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือ การพักผ่อนหย่อนใจ 4) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ 5) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม การเดินทางท่องเที่ยวที่ใช้ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมาเป็นส่วนประกอบจะทำให้เห็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นทัศนคติ รสนิยมและค่านิยมของนักท่องเที่ยว โดยการตัดสินใจท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) มีขั้นตอนสำคัญ คือ 1) การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) 2) ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Need) 3) สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยวและแรงดึงดูดใจให้ไปชม

แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ 4) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่น

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวพหิพริทัศน์ ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจ รวมถึงผลกระทบที่สำคัญของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีและความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น ความถี่ในการเยี่ยมชมมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเต็มใจของนักท่องเที่ยวที่จะจ่ายมากขึ้น ซึ่งผู้จัดการควรพัฒนากลยุทธ์ที่ส่งเสริมประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวในพหิพริทัศน์ ความพึงพอใจ ความปรารถนาและทางเลือกจึงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มายังพหิพริทัศน์มากขึ้น (Preko, Gyepi-Garbrah, Arkorful, Akolaa, & Quansah, 2020) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตท้องถิ่น รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามหลักธรรมาภิบาลทำให้ทราบถึงแนวทางการกระจายรายได้ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีการจัดกิจกรรมที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (ทินกฤต รุ่งเมือง, 2558) นักท่องเที่ยวมีความต้องการให้สภาพแวดล้อมชุมชนอยู่ในสภาพเดิม มีการใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างอิสระ ชุมชนมีรายการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ชุมชนมีบรรยากาศที่ดีและมีพฤติกรรมที่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยวระหว่างการทำกิจกรรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรม รวมถึงความปลอดภัยต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวพัฒนารายการนำเที่ยวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชน (พิศาล แก้วอยู่ และประกอบ ศิริภักดีพินิจ, 2557) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแสดงถึงการผสมผสานระหว่างชาติกับวัฒนธรรม (Dimanche & Havitz, 2010). นักท่องเที่ยวบางคนสนใจที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมที่แท้จริง แต่ด้านอื่นๆ เช่น ความปลอดภัยและการผ่อนคลายกลับได้รับความสำคัญสูงกว่า (Li Yang, 2019). ประสบการณ์ของแบรนต์ปลายทางออนไลน์ส่งผลโดยตรงต่อความถูกต้องของแบรนต์ปลายทาง แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างทั้งสองนี้มีอิทธิพลโดยตรงและโดยอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีต่อปลายทาง (Jiménez-Barreto, J., Rubio, N., & Campo, S., 2020)

3.3 การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามความต้องการที่แท้จริงของชุมชนและมีชุมชนเป็นผู้จัดการอย่างมีส่วนร่วม ตั้งอยู่บนฐานคิดที่ว่า ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว นำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทั้งในด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นนั้น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม รวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีการบำรุงรักษาอย่างดีที่สุด เพื่อให้สามารถใช้ได้อย่างยั่งยืนไปถึงคนรุ่นลูกหลาน (สินธุ์ สโรบล, 2546) สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ ผลจากการดำเนินการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์ตามมาทั้งทางตรงและทางอ้อม นั่นคือทางตรงก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้กับคนในชุมชน ในทางอ้อมก่อให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น และก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณประโยชน์ของชุมชน (พจนา สวนศรี, 2546) การเรียนรู้ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว

สามารถสร้างความรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีการจัดการซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับชาวบ้าน อีกทั้งยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (ชูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล, 2551) โดยมีผลกระทบจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2546) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อชุมชนท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน การสร้างงาน การเพิ่มรายได้ การเปลี่ยนแปลงแผนการประกอบอาชีพ ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพ สร้างความสามัคคี ป้องกันการอพยพย้ายถิ่น เสริมสร้างการศึกษา สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยมท้องถิ่น ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว มีการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนอื่นเข้ามา การใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจที่ดีต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น เกิดความรัก ความหวงแหน ภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง เกิดความร่วมมือร่วมใจในการช่วยเหลือฟื้นฟูสืบทอด สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น ลดการเกิดปัญหาการทำลายทรัพยากรในด้านต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่น

3.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจระดับต่างๆ ทางการจัดการบริหารและทางการเมืองเพื่อกำหนดความต้องการในชุมชนของตน (ปาริชาติ วลัยเสถียร, สุทธิชัย อบอุ่น, สหทัยา วิเศษ, จันทนา เบญจทรัพย์, และชลกาญจน์ ฮาชนนารี, 2542) โดยมีรูปแบบของการมีส่วนร่วม (วันดี จินสวัสดิ์, 2540) ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมเป็นไปโดยมีการจัดตั้งเป็นสถาบัน เป็นกลุ่มหรือปัจเจกบุคคล ซึ่งจะเป็โครงสร้างด้านชุมชนในการมีส่วนร่วม ถ้าเป็นโครงสร้างที่ซับซ้อน เป็นทางการ การมีส่วนร่วมในโครงการก็จะถูกชักนำโดยผู้มีความสามารถในชุมชน 2) ช่องทาง เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เป็นการมีส่วนร่วมโดยตรงหรือทางอ้อม โดยการเลือกผู้แทนหรือการเข้าร่วมประชุมออกเสียงในประเด็นต่าง ๆ การเข้าไปมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นไปในลักษณะอาสาสมัคร ซึ่งจะเห็นผลของการมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) ความสามารถในการตัดสินใจ ที่จะเป็นตัวชี้ถึงความสามารถในการพัฒนาการมีส่วนร่วม ชุมชนที่สามารถพัฒนาศักยภาพในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมจะเป็นไปในแนวทางที่ตรงกับความต้องการของชุมชนเป็นส่วนใหญ่ 2) ความสัมพันธ์ โครงการต่างๆ จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของรูปแบบของโครงการ การดำเนินโครงการ ความเป็นไปได้ของโครงการ

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกจุดหมายปลายทาง การมีส่วนร่วมของชุมชนควรเสริมด้วยการเพิ่มอำนาจทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองในแหล่งท่องเที่ยว (Iqbal, Ramachandran, Siow, Subramaniam, & Afandi, 2022) การมีส่วนร่วมของชุมชนขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแรงจูงใจของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของชาวชุมชน (Ali, Quaddus, Rabbanee, & Shanka, 2022) คนในท้องถิ่นถูกจำกัดให้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเนื่องจากขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว การเงินที่จำกัด การอยู่รอบนอก และการครอบงำของชนชั้นนำ การค้นพบจุดแข็งและจุดอ่อนของกลยุทธ์และแนวทางปัจจุบันที่ใช้ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เกิดนโยบายและแนวทางที่ดีที่สุดในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการท่องเที่ยว (Gohori & Merwe, 2022) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทเป็นสิ่งจำเป็นและมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการตัดสินใจ การเสริมอำนาจและความรู้ของชุมชน ซึ่งประชาชนประเมินการพัฒนา

การท่องเที่ยวในหมู่บ้านและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ดีและต้นตัวการจัดการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม โดยต้องเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยเฉพาะในการตัดสินใจและเพิ่มพูนความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Arismayanti & Suwenaa, 2022) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อผู้อยู่อาศัยและคงไว้ซึ่งความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และโอกาสการมีส่วนร่วมในการวางแผน (Eyisi, Lee, & Trees, 2020)

การผสานแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนมุ่งประเด็นการศึกษาโดยการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการวิจัย ได้แก่ ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว การศึกษาจุดเด่นทรัพยากรท่องเที่ยวในย่านบางลำพู ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าที่ยังมีความโดดเด่น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว และการศึกษาจุดเด่นทรัพยากรท่องเที่ยวในย่านบางลำพูอย่างเป็นรูปธรรม

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา พื้นที่การศึกษา คือ ชุมชนในย่านบางลำพูจำนวน 7 ชุมชน ประกอบด้วยชุมชนวัดสามพระยา ชุมชนวัดสังเวชวิศยาราม ชุมชนบ้านพานถม ชุมชนบวรรังสี ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ ชุมชนเขียนนิวาสน์-ตรอกไก่แจ้ และชุมชนวัดใหม่อมตรสร่วมกับพิพิธภัณฑ์ในสังกัดกรมธนารักษ์ที่ตั้งอยู่ในย่านบางลำพู คือ พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์ารักษ์และพิพิธภัณฑ์บางลำพู โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative research) ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว การใช้จ่าย และความต้องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวในย่านบางลำพู โดยไม่ได้มีถิ่นพำนักหรือทำงานในย่านดังกล่าว เนื่องจากไม่มีข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวในย่านบางลำพูจากทะเบียนของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงใช้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ทำให้คำนวณได้กลุ่มตัวอย่างไม่เกิน 400 ตัวอย่าง (Cochran, 1977) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสม (mixed method sampling) ไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (non-probability sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaires) ซึ่งมีชนิดคำถามปลายปิด (close-ended questionnaire) คำถามปลายเปิด (open-ended questionnaire) และคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า มาตราวัด 5 ระดับของไลเคิร์ตสเกล (Likert scale) 5 ระดับ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิและปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (pre test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวในย่านบางลำพู หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านปัจจัยส่วนบุคคล

และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในย่านบางลำพู โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (frequency distribution) ร้อยละ (percentage)

4.2 การศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative research) กระบวนการที่มุ่งศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ในที่นี้ หมายถึง การมีส่วนร่วมของภาคผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้วิจัยแบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติในสังกัดกรมธนารักษ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (non-probability random sampling) ด้วยหลักการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมอย่างครบถ้วนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยการใช้คำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured question) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากโครงสร้างการบริหารงานหน่วยงานที่ดูแลและกำกับดูแลรับผิดชอบพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติโดยตรง จำนวน 6 ราย และมีประสบการณ์ในฐานะดังกล่าวมาไม่น้อยกว่า 1 ปี

2) กลุ่มประชาชนชุมชนในย่านบางลำพู โดยใช้การสนทนากลุ่ม (focus group) ด้วยหลักการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมอย่างครบถ้วนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยการใช้คำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured question) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากประชาชนชุมชนที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ รวม 7 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และเป็นประชาชนชุมชนมาไม่น้อยกว่า 1 ปี

3) กลุ่มผู้บริหารสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยใช้การสนทนากลุ่ม (focus group) ด้วยหลักการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมอย่างครบถ้วนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยการใช้คำถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured question) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากผู้มีประสบการณ์การบริหารธุรกิจท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 5 ปี

จากนั้นจึงวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูลโดยการจำแนกข้อมูลเป็น 2 ประเภท คือ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับจุลภาคจากกลุ่มคำ ความสัมพันธ์และคำหลักที่เกี่ยวข้องกับคำถามการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลระดับมหภาค คือ การวิเคราะห์เหตุการณ์แบบอิงทฤษฎี โดยการยึดแนวคิดหรือกรอบของเหตุการณ์ ได้แก่ 1) การกระทำ คือ พฤติกรรมของสมาชิกในชุมชนที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยว 2) กิจกรรม คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม 3) ความหมาย คือ การให้ความหมายต่อกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น การจัดการท่องเที่ยว เป็นต้น 4) การมีส่วนร่วมในกิจกรรม คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนที่มีต่อกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน 5) ความสัมพันธ์ คือ ความเชื่อมโยงกันระหว่างการท่องเที่ยวกับการจัดการที่เกี่ยวข้อง 6) สถานการณ์หรือสภาพการณ์ คือ สถานการณ์หรือสภาพการณ์ที่การกระทำหรือกิจกรรมที่กำลังศึกษาอยู่ในชุมชนที่กำหนดไว้ แล้วจึงนำเสนอผลงานวิจัยโดยการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบการพรรณนาความ (descriptive analysis) ในประเด็นที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์การศึกษา

5. ผลการศึกษา

5.1 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในย่านบางลำพู

1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในย่านบางลำพู พบว่าส่วนใหญ่เคยเดินทางมาในย่านบางลำพู (71.1%) โดยเดินทางมาย่านบางลำพูน้อยกว่า 10 ครั้ง (42.1%) เดินทางมาหลายครั้งโดยไม่ได้ระบุจำนวนครั้ง (21.6%) เดินทางมาแล้วประมาณ 10 - 20 ครั้ง (14.2%) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาในย่านบางลำพู ส่วนใหญ่เพื่อมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ในย่านบางลำพู (47.9%) เลือกซื้อสินค้าและอาหารที่ขึ้นชื่อ (36.2%) เที่ยวชมและสัมผัสชุมชนในย่านบางลำพู (30.9%) เพื่อมาทำบุญไหว้พระที่วัดในย่านบางลำพู (23%) เที่ยวชมสถานที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา เที่ยวชมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สวนสันติชัยปราการและมาเที่ยวชมย่านบางลำพู และถนนข้าวสารยามค่ำคืนในสัดส่วนที่เท่ากัน (14.7%) ส่วนใหญ่สะดวกในการเดินทางวันหยุดสุดสัปดาห์ (70.2%) ไม่กำหนดเวลา (25.2%) โดยสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา (67.5%) มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น (50.8%) การชมและสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนในย่านบางลำพู (43.9%) มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี (43%) อยู่ใกล้ริมแม่น้ำเจ้าพระยา (39%) แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชนเมืองและประวัติศาสตร์ (35.4%) แหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับย่านบางลำพู (30.8%) โดยเลือกสื่อออนไลน์ Facebook (67.5%) เป็นช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของย่านบางลำพู โทรทัศน์ (18.4%) คนในครอบครัว เพื่อน ญาติ ฯลฯ (16.4%) สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือแนะนำเที่ยว ฯลฯ (15.1%) ค่าใช้จ่ายในการมาเยี่ยมชมเยือนบางลำพูไม่เกิน 500 บาท (69%) ค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,000- 2,000 บาท (25%)

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติในย่านบางลำพู พบว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านบางลำพูและพิพิธภัณฑ์ควรสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างจุดสนใจ โดยเริ่มสร้างการรับรู้จากถนนข้าวสารและประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรับทราบการท่องเที่ยวของชุมชนและพิพิธภัณฑ์ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวควรกำหนดรูปแบบที่มีความเชื่อมโยงกับการเดินทางท่องเที่ยวริมน้ำ การเดินชมในย่านชุมชนเก่า บ้านเจ้านาย ในลักษณะ unseen การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวควรประสานกับหน่วยงานการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น เรือด่วนเจ้าพระยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงเทพมหานคร สมาคมเรือไทย รูปแบบกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่ควรได้ลงมือทำ ชิม และสามารถนำกลับไปได้ และต้องหาจุดเด่นของชุมชนที่ขายได้ ระยะเวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายที่ต้องการจ่ายและสามารถจ่ายได้เพื่อซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวประมาณ 15 USD และควรระบุในตารางโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างชัดเจน ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรับได้ต่อครั้ง ระยะเวลา และการได้รับของที่ระลึกในการร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ สำหรับแรงจูงใจที่สำคัญในการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ เรื่องเล่ากับกิจกรรมสร้างสรรค์ การระบุชื่อนักท่องเที่ยวลงไปในชิ้นงานสร้างสรรค์ รวมทั้งการได้รับของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ คือ การฝึกดนตรีไทย การทำขนมและอาหาร เช่น ผัดไทย แกงมัสมั่น การทำหัวสิงโตเล็ก การทำดอกไม้หอมจากมะกรูด การทำดอกไม้จากพืช

5.2 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในย่านบางลำพูเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในย่านบางลำพู ได้แก่ อาหารการกิน (64.6%) วัดวาอาราม (52.1%) ย่านชุมชนเดิม (41.6%) บ้านเก่า (โบราณ) (27.5%) แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน (26.2%) และสวนสาธารณะใกล้ริมแม่น้ำเจ้าพระยา (23.6%) สำหรับความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านบางลำพู กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการได้เห็นและสัมผัสความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์ชุมชนบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยามากที่สุด (47.5%) เส้นทางคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสะดวกสบาย (44.3%) การหลีกเลี่ยงจากงานและความเคร่งเครียดในชีวิตประจำวัน (43.6%) การสัมผัสกับประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก (42.3%) การเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมและวิถีชีวิตในชุมชนย่านบางลำพู (44.9%) พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความเป็นเมืองเก่าและพื้นที่ที่มีทิวทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา (47.9%) พิพิธภัณฑ์มีการสร้างความร่วมมือกับชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ (45.2%) พิพิธภัณฑ์มีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนเพื่อร่วมมือกันอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน (50.2%) มีการสร้างเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์และชุมชนให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านบางลำพู (51.5%)

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของพิพิธภัณฑ์ในสังกัดกรมธนารักษ์และการสนทนากลุ่มร่วมกับตัวแทนชุมชนในย่านบางลำพู พบว่าปัจจัยที่ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีพิพิธภัณฑ์และชุมชนย่านบางลำพูเป็นศูนย์กลางประสบความสำเร็จได้นั้นเกิดจากความต้องการของคนในชุมชนและกรมธนารักษ์ กระบวนการมีส่วนร่วมนี้เกิดจากการที่ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจระดับต่างๆ ทางการจัดการบริหาร ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน หรือด้านสังคม ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดมาจากคนในชุมชนและการมีส่วนร่วมเกิดขึ้นบนพื้นฐานความต้องการของชุมชน ซึ่งมีช่องทางการติดต่อสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกระบวนการของความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานของกรมธนารักษ์ที่เกิดขึ้นนี้เป็นสิ่งที่ต้องอาศัยระยะเวลาและความจริงใจระหว่างกัน

6. บทสรุป

สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในย่านบางลำพู เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวแสดงถึงการผสมผสานระหว่างชาติกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว (Dimanche & Havitz, 2010) พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) คือ การที่นักท่องเที่ยวแสดงออกต่อการใช้สินค้าและบริการ ในที่นี้คือการท่องเที่ยวในชุมชนย่านบางลำพู ไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้าหรือการใช้บริการต่างๆ ซึ่งการใช้สินค้าและบริการนี้สอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการแสดงออก ได้แก่ การตัดสินใจที่จะมาท่องเที่ยวในย่านบางลำพู การตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าในพื้นที่ หรือการตัดสินใจใช้บริการ เช่น การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ในย่านบางลำพู การเลือกซื้อสินค้าและอาหารที่ขึ้นชื่อ การเดินทางมาแวะเที่ยวชมและสัมผัสชุมชนในย่านบางลำพู การมาทำบุญไหว้พระที่วัด

ในย่านบางลำพู การเที่ยวชมสถานที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา รวมทั้งการเที่ยวชมย่านบางลำพูและถนนข้าวสารยามค่ำคืน เป็นต้น กระบวนการการเกิดพฤติกรรมนี้มีสาเหตุจากสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือแรงกระตุ้น ซึ่งก็คือวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาในย่านบางลำพูและพฤติกรรมนั้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายในการตอบสนองแรงจูงใจเหล่านั้น

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555) พบว่าปัจจัยทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ใช้ในการสร้างหรือผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบริการให้แก่นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายส่งผลให้นักท่องเที่ยวมั่นใจและยังแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการ ปัจจัยทางเทคโนโลยีในที่นี้จึงหมายถึงช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับสาร คือ นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูล รับทราบการจัดกิจกรรมต่างๆ ของย่านบางลำพูได้โดยสะดวก รวมทั้งเมื่อพิจารณาปัจจัยทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่าค่าใช้จ่ายในการมาเยี่ยมเยือนบางลำพูส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือไม่เกิน 500 บาท ซึ่งถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่มากจนเกินกำลังของนักท่องเที่ยวที่จะจ่ายได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวในย่านบางลำพู

1. จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในย่านบางลำพูเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบอุปทานการท่องเที่ยว (Gunn & Recker, 2001) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอันเกิดจากระบบต่างๆ ของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม ระบบการสื่อสาร ระบบความปลอดภัย เป็นต้น การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจัดการท่องเที่ยว หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และประการสุดท้าย คือ การต้อนรับด้วยไมตรีจิตจากประชาชนในท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของอิบาลและคณะ (Iqbal et al., 2022) ที่เสนอว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทุกจุดหมายปลายทางและงานวิจัยของอาลี, ควอดดัส, ราบานี และชานกา (Ali, Quaddus, Rabbanee, & Shanka, 2022) ที่เห็นว่าการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของชาวชุมชน การท่องเที่ยวได้เฟลิดเฟลีนไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อธรรมชาตินั้น พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวในย่านบางลำพูประกอบด้วย

1.1 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว คือ สิ่งที่สามารถดึงดูดโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในย่านบางลำพู คือ สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เช่น ประเพณีสงกรานต์ ฝน ถนนข้าวสาร และประเพณีลอยกระทง ณ พิพิธบางลำพู และสิ่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี เช่น วัดวาอาราม ย่านชุมชนเดิม บ้านเก่า (โบราณ) รวมทั้งสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ของกินอร่อย แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน และสวนสาธารณะใกล้ริมแม่น้ำเจ้าพระยา สอดคล้องกับงานวิจัยของทินกฤต รุ่งเมือง (2558) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิตท้องถิ่น งานวิจัยของพิศาล แก้วอยู่ และประกอบ ศิริภักดีพิณี (2557) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการให้สภาพแวดล้อมชุมชนอยู่ในสภาพเดิม มีการใช้เวลาทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนอย่างอิสระ หยาง (Yang, 2019) ที่พบว่านักท่องเที่ยวบางคนสนใจที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมที่แท้จริง แต่ด้านอื่นๆ เช่น ความปลอดภัยและการผ่อนคลายกลับได้รับความสำคัญสูงกว่า และงานวิจัยของเปรโกและคณะ (Preko et al. 2020) ที่พบว่าความเชื่อมโยงมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความเต็มใจของนักท่องเที่ยวที่จะจ่ายมากขึ้น

1.2 การคมนาคม คือ การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาดท่องเที่ยว รวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เป็นไปด้วยความสะดวกสบายและความปลอดภัย ซึ่งการเดินทางเพื่อเข้าถึงพื้นที่บางลำพูเป็นไปด้วยความสะดวก เนื่องจากมีการคมนาคมทางบก เช่น รถประจำทาง รถยนต์ส่วนบุคคล รถบริการสาธารณะเข้าถึงพื้นที่ได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถใช้การคมนาคมทางเรือโดยเรือส่วนตัวหรือเรือสาธารณะเพื่อเดินทางมายังพื้นที่บางลำพู

1.3 ข้อมูลสารสนเทศ หรือข้อมูลที่ผ่านการเลือกสรรให้เหมาะกับการใช้งานได้ทันเวลาและอยู่ในรูปแบบที่ใช้งานได้ นำมาผ่านการประมวลผลและเสนอออกไปในรูปแบบที่ผู้รู้และเข้าใจความหมายของข้อมูลจากสิ่งที่เห็น ประกอบด้วยข้อมูล เอกสาร เสียง หรือรูปภาพต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดและนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการตัดสินใจหรือตอบปัญหาต่าง ๆ ได้ ในที่นี้ คือ ข้อมูลของชุมชนย่านบางลำพูที่ปรากฏบน website พิพิธภัณฑ์บางลำพูและพิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์ รวมทั้ง Facebook ของชมรมเกสรลำพูในนาม “โกดัดเด็กบางลำพู” ที่มีมากเพียงพอให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวในย่านบางลำพู สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jimenez-Barreto, Rubio, & Campo, (2020) ที่พบว่าประสบการณ์ของแบรนด์ปลายทางออนไลน์ส่งผลโดยตรงต่อความถูกต้องของแบรนด์ปลายทาง แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างทั้งสองนี้มีอิทธิพลโดยตรงและโดยอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีต่อปลายทาง

1.4 การโฆษณา หรือการสื่อสารจูงใจผ่านสื่อโฆษณาที่มีใช้ตัวบุคคลและการประชาสัมพันธ์ ในที่นี้คือ ช่องทางในการรับทราบข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของย่านบางลำพู ได้แก่ สื่อออนไลน์ Social media ในรูปแบบ Facebook สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือแนะนำเที่ยว ฯลฯ Social media ในรูปแบบ Instagram และ Twitter

1.5 การให้บริการที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการกระทำให้กับผู้รับบริการ ปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเต็มใจเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก การบริการนั้นต้องเป็นการปฏิบัติต่อผู้รับบริการ เช่น การต้อนรับ การอำนวยความสะดวก และการดูแลเอาใจใส่ที่ผู้ให้บริการต้องกระทำอย่างเต็มใจ เพื่อให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกหรือแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น สิ่งเหล่านี้พบได้จากการให้บริการของเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์บางลำพู พิพิธภัณฑ์เหรียญกษาปณ์านุรักษ์ และชมรมเกสรลำพูในนาม “โกดัดเด็กบางลำพู”

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในย่านบางลำพู (Richards, 2010) ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ คือ 1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การให้นักท่องเที่ยวทดลองห่อข้าวต้มน้ำวัน การปักดอกไม้ด้วยลูกมะกรูด 2) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า เช่น ประสบการณ์การเล่นดนตรีไทยที่บ้านดุริยประณีต หรือการทำของที่ระลึกโดยใช้เทคนิคเดียวกับการปักชุดโขน ทั้งนี้ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ต้องการระยะเวลาที่เหมาะสม 3) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายที่เรียกว่า ประสบการณ์ เช่น ประสบการณ์เดินท่องเที่ยวชุมชนโดยการดูแลของชมรมเกสรลำพูในนาม “โกดัดเด็กบางลำพู” 4) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูงเป็นวัฒนธรรมที่

นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม เช่น การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ รวมทั้งการเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมและวิถีชีวิตในชุมชนย่านบางลำพู สอดคล้องกับงานวิจัยของยุวรี โชคสวนทรัพย์ (2561) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการใช้วัฒนธรรมชุมชนที่โดดเด่นจนเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว 5) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น โดยงานวิจัยของอาริสมายันติอับและสุเวนา (Arismanyantiab & Suwenaa, 2022) เสนอว่าต้องเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง เช่น กิจกรรมการประกอบอาหารท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของเอยิและคณะ (Eyisi et al., 2020) เสนอว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อผู้อยู่อาศัยและคงไว้ซึ่งความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว และงานวิจัยของปรีนซ์ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ที่พบว่าสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากผู้ประกอบการและชุมชนสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยว 6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เช่น การได้เห็นและสัมผัสความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์ชุมชนบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา และงานวิจัยของโกโฮริและเมอร์เว (Gohori & Merwe, 2022) ที่เห็นว่าการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะทำให้เกิดนโยบายและแนวทางที่ดีที่สุดในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการท่องเที่ยว และงานวิจัยของศราวุธ ผิวแดง, ปณิธาน เมฆกมล, และพนา ดุลยพัชร (2559) ที่ชุมชนเป็นผู้ค้นหาอัตลักษณ์และพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้เพื่อให้เกิดประสบการณ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2566*. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/news/category/705>.
- ชัยญ ชีวภรณ์ภักดิ์. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการตั้งถิ่นฐานย่านบางลำพู*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล. (2551). *เที่ยวให้รู้ เปิดประตูสมอง*. กรุงเทพฯ: เอ็กแซพลอเรอร์ ชานแนล.
- ทินกฤต รุ่งเมือง. (2558). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเครือข่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด. *วารสารร่มพญักษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*, 33(1), 138-160.
- ทุนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เฉลิมฉลองสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. (2534). *องค์ประกอบทางกายภาพกรุงรัตนโกสินทร์*. กรุงเทพฯ: ทุนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เฉลิมฉลองสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2546). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวงพรินตติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ปาริชาติ วลัยเสถียร, สุทธิชัย อบอุ่น, สหทัยา วิเศษ, จันทนา เบญจทรัพย์, และชลกาญจน์ อาชนันารี. (2542).

กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ปรีดิ์ ชินโชติ, และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง.

Veridian E-Journal, Silpakorn University, 9(1), 250-268.

พจนา สอนศรี. (2546). การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยชุมชน. เชียงใหม่: สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิพิธบางลำพู กรมธนารักษ์. (ม.ป.ป.). ความเป็นมาของชุมชนบางลำพู. สืบค้นจาก

<http://banglamphu.museum.treasury.go.th>.

พิศาล แก้วอยู่, และประกอบ ศิริภักดีพินิจ. (2557). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการปรับใช้
หัตถกรรมจักสานผักตบชวาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. ใน การประชุมวิชาการการพัฒนาชนบท
ที่ยั่งยืน (น. 321-329). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ยุวรี โชคสวนทรัพย์. (2561). การใช้วัฒนธรรมชุมชนเพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์:

กรณีศึกษาชุมชนเกาะศาลเจ้า เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์ฉบับพิเศษ*, 32, 15-27.

วลัยลักษณ์ ทรงศิริ. (2561). “เมืองประวัติศาสตร์กรุงเทพฯ” และการเดินทางย้อนรอยการจัดการเมืองประวัติศาสตร์
ที่ไม่มีชีวิต (3). สืบค้นจาก <https://lek-prapai.org/home/view.php?id=5387>.

วันดี จินสวัสดิ์. (2540). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ป่าไม้: ศึกษาเฉพาะกรณีหมู่บ้านป่าไม้ท่ากะบาก
อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศราวุธ ผิวแดง, ปณิธาน เมฆกมล, และพนา ดุลยพัชร. (2559). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์
กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. เชียงใหม่:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Ali, M. B., Quaddus, M., Rabbanee F. K., & Shanka, T. (2022). Community participation and quality of life
in nature-based tourism: Exploring the antecedents and moderators. *Journal of Hospitality & Tourism
Research*, 46(3), 630-661.

Arismayantiab, N. K., & Suwenaa, I. K. (2022). Local community participation in management of tourism villages:
A case study of penglipuran village in Bali. *Journal of Positive School Psychology*, 6(10), 3723-3736.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling Technique* (3th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Dimanche, F., & Havitz, M. E. (2010). Consumer behavior and tourism: Review and extension of four study
areas. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(3), 37-57.

Eyisi, A., Lee, D., & Trees, K. (2020). Facilitating collaboration and community participation in tourism
development: The case of South-Eastern Nigeria. *Tourism & Hospitality Research*, 21(3), 275-288.

Gohori, O., & Merwe, P. V. (2022). Limitations to community participation in tourism from local people's
perspectives: Manicaland province, Zimbabwe. *Development Southern Africa*, 39(6), 841-855.

Gunn, C., & Recker, M. M. (2001). New Zealand higher education the age of the global virtual university.
Educational Technology Research & Development, 49(2), 106-116.

Iqbal, A., Ramachandran, S., Siow, M. L., Subramaniam, T., & Afandi, S. H. M. (2022). Meaningful community
participation for effective development of sustainable tourism: Bibliometric analysis towards a
quintuple helix model. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 39, 1-14.

- Jiménez-Barreto, J., Rubio, N., & Campo, S. (2020). Destination brand authenticity: What an experiential simulacrum! A multigroup analysis of its antecedents and outcomes through official online platforms. *Tourism Management*, 77, 1-19.
- Preko, A., Gyepi-Garbrah, T. F., Arkorful, H., Akolaa, A. A., & Quansah, F. (2020). Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency. *International Hospitality Review*, 34(2), 203-220.
- Richards, G. (2010). *Creative tourism and local development. 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*. New Mexico, USA: UNESCO.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 1-11.
- Yang, L. (2019). Cultural tourism in a replicated old town: Tourists' views. *Tourism Planning & Development*, 16(1), 93-111.