

การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

มกราคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี



นพรัตน์ ทรงสายชลชัย

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

มกราคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM GUIDELINES IN UTHAITHANI PROVINCE.



NOPPARAT SONGSAICHONCHAI

A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy Degree in Tourism and Hotel Management
January 2021
Copyright 2020 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ของ นพรัตน์ ทรงสายชลชัย

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. ผกามาศ ชัยรัตน์)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. สันติธร ภูริภักดี)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลธิดา เทพหินลับ)

เรื่อง:	การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
ผู้วิจัย:	นพรัตน์ ทรงสายชลชัย, วิทยานิพนธ์: ปรัชญา (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2563
อาจารย์ที่ปรึกษา:	ดร. ผกามาตย์ ชัยรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร ดร.สันติธร ภูริภักดี
คำสำคัญ	การพัฒนา, แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, พื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี 2) เพื่อศึกษาความต้องการของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี และ 3) เพื่อสร้างรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยเป็นการวิจัยแบบผสม กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ T-test, F-test or One Way ANOVA การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี 3 ภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาคชุมชน จำนวน 17 คน ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก แบบกึ่งมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกันในปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันในด้าน อายุ ภูมิสำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ 2) รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกันในปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อาชีพ ภูมิสำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ส่วนรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันในด้าน อายุ และระดับการศึกษา 3) การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า จังหวัดอุทัยธานีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและโดดเด่นเป็นอย่างมาก มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง วัดอุโบสถาราม วัดสังกัสรัตนคีรี เรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดเช้าสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดถ้ำเขาวง ตลาดชาวไร่ ชุมชนบ้านสะน้า หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด มีชาติพันธุ์กระเหรี่ยงโปว์ ลาวเวียง ลาวครั่ง ทางอำเภอบ้านไร่ และอำเภอห้วยคต ของจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี 4) ความต้องการของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ในทุกภาคส่วนต้องการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนให้ช่วยกันอนุรักษ์ ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาในด้านองค์ความรู้ให้กับชุมชน และมีการพัฒนาในด้านความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

Title: THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM GUIDELINES IN UTHAITHANI PROVINCE.

Author: Nopparat Songsaichonchai, Dissertation: Ph.D. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2020

Advisor: Dr. Pakamas Chairatana Co–advisor Dr.Chompunuch Jittithavorn Dr.Santidhorn Pooripakdee

Keyword Development, Cultural Tourism Guidelines, Uthai Thani Province

ABSTRACT

This research has the objective 1) To study the potential of cultural tourism sites in Uthai Thani Province. 2) To study the needs of the community and the needs of tourists in the management of cultural tourism sites in Uthai Thani Province. And 3) To create a pattern and cultural tourism activities sites in Uthai Thani Province. Which is a mixed research. The quantitative research sample was 400 Thai tourists who traveled to cultural tourism sites in Uthai Thani Province. In the hypothesis testing, inferential statistics were used, namely statistical values T–test, F–test or One Way ANOVA. Qualitative research, including those involved in cultural tourism. Uthai Thani Province, 3 sectors, including government agencies private agencies and community agencies, number 17 people. Use an in–depth interview Semi–structured analyze content.

The research results were found that 1) The needs of tourists in cultural tourism management sites in Uthai Thani Province. It was found that the tourists had a need for cultural tourism management sites in Uthai Thani Province. There was no difference in personal factors regarding gender education level and career. As for the needs of tourists who differ in cultural tourism management sites in Uthai Thani Province. They differ in age, domicile, average monthly income and status. 2) Forms and activities of cultural tourism sites in Uthai Thani Province. There were no differences in personal factors, gender, occupation, domicile, average monthly income and status. As for the forms and activities of cultural tourism sites in Uthai Thani Province. They differ in age and education level. 3) A study of the potential of cultural tourism sites in Uthai Thani Province. It was found that Uthai Thani Province has a very distinctive and diverse cultural tourism resource. Interesting cultural attractions such as Wat Chantaram or Wat Tha Sung, Ubosatharam Temple, Wat Sangkas Ratanakiri, Sakae Krang River houseboat, Sakae Krang morning market, Trok Rong ya Walking Street, Wat Tham Khao Wong, Sao Hai Market, Ban Sa Nam Community, Karen village Kaen Ma krut. There are ethnic Karen Pou, Lao Wiang, Lao Khrang in Ban Rai district and Huai Khot district Of Uthai Thani Province. Which is a variety of tourist attractions that can attract tourists interested in tourism Uthai Thani Province. 4) Needs of the community for cultural tourism management sites in Uthai Thani Province. In every sector want to be involved with the community in promoting support communities to help conserve revitalize cultural tourism sites. Develop knowledge in the community And there is a development in the local identity to be continued.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความสะดวกเมตตากรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.ชัยวัฒน์ ตันติยมาศ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โครงร่างวิทยานิพนธ์ และดร.ผกามาศ ชัยรัตน์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ขอบพระคุณ ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร ดร.สันติธร ภูริภักดี กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งสละเวลาอันมีค่าให้ความรู้ คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง ทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอบพระคุณ ดร.วัลย์ลีลา เจริญศิลป์ ผศ.ดร.พรพิมล ชูติศิลป์ ดร.สาธิตี ทิพย์เพ็ง ดร.ธารินทร์ รสานนท์ และดร.พิสิทธิ์ โสภณพงษ์พัฒน์ ที่กรุณาแนะนำและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จนทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ และมีคุณค่า กราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ ที่ได้ให้ความกรุณา มาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ และกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวลำน้ำสะแกกรังและพื้นที่เชื่อมโยง จังหวัดอุทัยธานี ทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาคชุมชน ในการสนับสนุนข้อมูลการให้สัมภาษณ์และข้อมูลสำคัญอันเป็นประโยชน์ยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์ล่วงหน้า เพื่อใช้ดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีคุณค่ายิ่งนัก

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อณรงค์ ทรงสายชลชัย คุณแม่สมหมาย ไพศาลศิลป์ชัย นายณัฐพล ทรงสายชลชัย นายบารมี โกนบาง นางสาวสุธิณี ธีรานุตร์ นางสาวกัลยา ศรีนคร ตลอดจนเพื่อนและกัลยาณมิตรทุกคนของผู้วิจัย ขอบพระคุณที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้จัดทำขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณ

นพรัตน์ ทรงสายชลชัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ.....	ด
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม.....	19
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	25
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	41
แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม	49

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	55
ข้อมูลเกี่ยวกับลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง.....	63
บริบทพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี.....	68
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	85
กรอบแนวคิดวิจัย.....	92
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	92
ขั้นตอนการวิจัย	92
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	95
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	95
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ	97
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	99
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	101
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	103
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ	103
การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ	103
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	105
การตรวจพิสูจน์ความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูล.....	106
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	108
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	110
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม...110	
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี.....	113
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี.....	116

ส่วนที่ 4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี.....	120
ส่วนที่ 5 รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ...	123
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน.....	127
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	175
ส่วนที่ 1 ผลการตรวจสอบทรัพยากรเกี่ยวกับศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อ การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี.....	177
ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนว ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	220
ส่วนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนว ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	229
ส่วนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนว ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	236
ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยว เชิง วัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's).....	245
ส่วนที่ 6 ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's).....	251
ส่วนที่ 7 ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's).....	257
ส่วนที่ 8 ผลการสัมภาษณ์ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิง วัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี.....	269
ส่วนที่ 9 ผลการสัมภาษณ์ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี.....	270
ส่วนที่ 10 ผลการสัมภาษณ์ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เชิง วัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี.....	271
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	274

สรุปผลการวิจัย	276
การอภิปรายผลการวิจัย.....	298
ข้อเสนอแนะของการวิจัย.....	312
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	313
บรรณานุกรม	314
ภาคผนวก	324
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว.....	325
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	335
ภาคผนวก ค ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	338
ภาคผนวก ง คู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอุทัยธานี.....	347
ประวัติผู้วิจัย.....	371



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ประเภทและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกวัฒนธรรม	24
ตาราง 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	43
ตาราง 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	91
ตาราง 4 แสดงการกำหนดจำนวนการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว	97
ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ภูมิสำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ.....	110
ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว ในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี.....	113
ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี.....	116
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการ ของนักท่องเที่ยว ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี.....	120
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี.....	124
ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมใน พื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ	127
ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมใน พื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ.....	128
ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรม การท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่.....	129
ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมใน พื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา.....	130

ตาราง 14 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	131
ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ.....	132
ตาราง 16 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่.....	133
ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน.....	134
ตาราง 18 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันเป็นรายคู่.....	135
ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	136
ตาราง 20 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	137
ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ.....	138
ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพเป็นรายคู่.....	139
ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	140
ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ	141

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ.....	142
ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่.....	143
ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา.....	144
ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ.....	145
ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นใน การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่	146
ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน.....	147
ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยใน ปัจจุบันเป็นรายคู่	148
ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	149
ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็น รายคู่	150
ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ.....	151
ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพเป็นรายคู่..	152
ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	153

ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ	154
ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ	155
ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่	156
ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับ การศึกษา.....	157
ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ.....	158
ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่ อาศัยอยู่ในปัจจุบัน.....	159
ตาราง 43 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นรายคู่.....	160
ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน.....	161
ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยว แตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่	162
ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ	163

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	164
ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ	165
ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ	166
ตาราง 50 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่	167
ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา	168
ตาราง 52 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่	169
ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ	170
ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	171
ตาราง 55 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	172
ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ	173
ตาราง 57 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	174
ตาราง 58 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในเมืองอุทัยธานีเก่า	178
ตาราง 59 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งโบราณคดีเขาปลาร้า	180
ตาราง 60 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง	184

ตาราง 61 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์	188
ตาราง 62 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดสังกัสรัตนคีรี	190
ตาราง 63 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี(ยอด เขาสะแกกรัง)	193
ตาราง 64 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดถ้ำเขาวง	196
ตาราง 65 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตรอกโรงยา	199
ตาราง 66 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวิถีชีวิตชาวเรือนแพลำน้ำสะแกกรัง (หมู่บ้านสะแก กรัง).....	202
ตาราง 67 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด	205
ตาราง 68 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชนหมู่บ้านสนา (วิถีชุมชนลาวครั้งโบราณ).....	208
ตาราง 69 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในศูนย์การเรียนรู้เพลงพื้นบ้านท่าโพ	210
ตาราง 70 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี.....	213
ตาราง 71 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพิพิธภัณฑ์ฮักแซตัง จังหวัดอุทัยธานี.....	215
ตาราง 72 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพิพิธภัณฑ์เรือนผ้าเย้ายาย (ผ้าไทลาว-โบราณ บ้านป่า จำปี)	218
ตาราง 73 สรุปการตรวจสอบทรัพยากรศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัด อุทัยธานี.....	219
ตาราง 74 สรุปผลศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนวทางการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) จากผล การสัมภาษณ์ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน	244
ตาราง 75 การแสดงสรุปผลการสัมภาษณ์ในด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's)หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน	263
ตาราง 76 แสดงสรุปผู้มีส่วนร่วมกับชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัด อุทัยธานี จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน	273

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ป้ายส่วบุคคล	48
ภาพ 2 การแสดงพื้นที่ในเขตลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง	65
ภาพ 3 แผนที่จังหวัดอุทัยธานี.....	70
ภาพ 4 แผนที่แสดงที่ตั้งของอำเภอต่างๆ ในจังหวัดอุทัยธานี.....	71
ภาพ 5 กรอบแนวคิดวิจัย	92
ภาพ 6 ขั้นตอนการวิจัย	94
ภาพ 7 พระปรางค์วัดแจ้ง.....	177
ภาพ 8 เขาปลาร้า.....	179
ภาพ 9 ภาพเขียนสีเขาปลาร้า	179
ภาพ 10 วิหารแก้ว.....	181
ภาพ 11 ปราสาททองคำ	181
ภาพ 12 มาตรการในช่วงโควิด19.....	183
ภาพ 13 รถเข็นสำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย	184
ภาพ 14 วัดอุโปสถารามหรือวัดโบสถ์	185
ภาพ 15 มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่วัดโบสถ์.....	186
ภาพ 16 เรือท่องเที่ยว.....	187
ภาพ 17 สะพานเดินข้ามไปวัดโบสถ์.....	187
ภาพ 18 วัดสังกัสรัตนคีรี (ภาพจากด้านล่างเขาสะแกกรัง)	189
ภาพ 19 วัดสังกัสรัตนคีรี (ภาพจากบนเขาสะแกกรัง).....	189
ภาพ 20 พระมณฑปราชานุสาวรีย์	191
ภาพ 21 ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี.....	191

ภาพ 22 โบสถ์วัดถ้ำเขาวง	194
ภาพ 23 บริเวณทางเข้าวัด	194
ภาพ 24 ที่จอดรถของวัด	195
ภาพ 25 ห้องน้ำของวัด.....	196
ภาพ 26 ถนนคนเดินตรอกโรงยา	197
ภาพ 27 มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	197
ภาพ 28 เรือนแพสะแกกรัง.....	200
ภาพ 29 กระชังเลี้ยงปลาของชาวเรือนแพ.....	200
ภาพ 30 วิถีชีวิตของชาวแพ	201
ภาพ 31 การซ่อมแซมเรือนแพ	201
ภาพ 32 ชุมชนแก่นมะกรูด	203
ภาพ 33 เด็กๆ ในชุดกระเหรี่ยง	203
ภาพ 34 ที่พักไร่อยู่ถ้ำ	204
ภาพ 35 พืชผักของชุมชนแก่นมะกรูด	205
ภาพ 36 ป้ายชุมชนบ้านสะนำ	206
ภาพ 37 ภายในชุมชนบ้านสะนำ.....	206
ภาพ 38 การแสดงเพลงพื้นบ้านท่าโพ.....	209
ภาพ 39 ทางเข้าบ้านท่าโพ	209
ภาพ 40 อาคารพิพิธภัณฑ์.....	211
ภาพ 41 ภายในพิพิธภัณฑ์	211
ภาพ 42 ทางเข้าพิพิธภัณฑ์.....	214
ภาพ 43 ห้องจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์.....	214
ภาพ 44 ป้ายทางเข้าพิพิธภัณฑ์ผ้า.....	216
ภาพ 45 ป้ายจำปีเจ้าของพิพิธภัณฑ์ผ้า	216

ภาพ 46 คุณสุชาร์ตน์ แสงอรุณ	338
ภาพ 47 คุณพูลศิลป์ รัตนประเสริฐ	338
ภาพ 48 คุณสุรยุทธ รุทระกาญจน์	339
ภาพ 49 ดร.พลภัทร โตสม	339
ภาพ 50 จำลิบเอก ยงยุทธ ภาครัตน์	340
ภาพ 51 คุณกิตติพัฒน์ อธิวัฒน์ธนาวงศ์	340
ภาพ 52 คุณชะลอ โนรี	341
ภาพ 53 คุณกฤตพล พรพิบูลย์	341
ภาพ 54 คุณญานิศ เทตนา	342
ภาพ 55 คุณกนิษฐา กอบกัยกิจ	342
ภาพ 56 คุณวิฑูรย์ เมฆสุด	343
ภาพ 57 คุณวันนพ ขอสุข	343
ภาพ 58 จำลิบเอก ยงยุทธ ภาครัตน์	344
ภาพ 59 คุณอรรคภพ ทองตะนาว	344
ภาพ 60 คุณปนัดดา คำภักดี	345
ภาพ 61 พ.อ.จเร ศรีสุข	345
ภาพ 62 คุณวันนพ ขอสุข	346
ภาพ 63 คู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอุทัยธานี	347

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับว่ามีบทบาทสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ไทยเพราะนอกจากจะสร้างรายได้มีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าและการบริการโดยรวม ของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย เช่น ที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เกิดกระแสเงินทุนเวียน จากคนไทยเที่ยวในประเทศไทย และสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย ปีละหลายล้านบาทอีกด้วย เพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในเรื่องของทำเล ที่ตั้งที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถานที่น่าสนใจ สิ่งของล้ำค่า รวมถึงมิตรไมตรีจิตอันดีงาม และเอกลักษณ์ความเป็นไทยอันโดดเด่น ถือเป็นจุดหมายและเป็นจุดหมายปลายทางที่มี ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมเสริมการตลาดท่องเที่ยว และเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยว มีความต้องการในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ดังนั้น รัฐบาลจึงให้ความสำคัญ ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

การท่องเที่ยวถูกระบุความสำคัญไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-พ.ศ.2564) มีวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกัน อย่างมีความสุข และนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ระยะยาว “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” และในด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฯ กำหนด แนวทางพัฒนาด้านการปรับโครงสร้างการผลิตของภาคบริการ เร่งพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง ให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นโครงข่าย การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้ครอบคลุมมีความทันสมัย และจัดทำกฎหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทย สู่ระดับสากลและรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ รวมถึงการควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ การพัฒนา เชิงพื้นที่ในลักษณะกลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวโดยสนับสนุนพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยง

ทั้งทางกายภาพ วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมการสร้าง ความ เชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค ระดับ อาเซียน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558)

ในปัจจุบัน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สูงสุดของประเทศไทย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงปริมาณ และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ อีกทั้งมีความพร้อม และความครบถ้วนทางด้านการแพทย์และคุณภาพในการให้บริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจร ในราคาย่อมเยา เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคและแนวโน้มในระยะอีก 10 ปี ข้างหน้า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ ก็ยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทะเลและชายหาด ซึ่งมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น สาเหตุประการหนึ่งมาจากการแพร่หลายของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ผ่านกระแสโลกสังคมออนไลน์ หรือสื่อสังคมดิจิทัล และความต้องการสัมผัสแหล่งวัฒนธรรม และประเพณีดั้งเดิม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ บ่งชี้ถึงนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สูงเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

ท่ามกลางการแข่งขันของตลาดการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงได้รับความสนใจที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน (กาญจนา แสงลัมสุวรรณ และศรัณยา แสงลัมสุวรรณ, 2555) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ยังเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้ อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพาไม่สามารถ แยกออกจากกันได้ ซึ่งให้เห็นว่า ส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว

ในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรม การศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural and Traditional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อันประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องรับผิดชอบต่อปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น ล่องเรือแม่น้ำสะแกกรัง วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม วัดอุโปสถาราม วัดถ้ำเขาวง ตรอกโรงยา เขาสะแกกรัง วัดผาทั้ง ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทั้ง ถ้ำพุหวาย ถ้ำเขาพระยาพายุเรือหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด หุบป่าตาด ต้นไม้ยักษ์ชุมชนหมู่บ้านสะพานแขวน เกาะเทโพ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และน้ำตกผาร่มเย็น สภาพพื้นที่ของจังหวัดอุทัยธานี เป็นทิวเขาสูงสลับซับซ้อน เป็นป่า ภูเขาสูงและมีพื้นที่ราบทางการเกษตร มีแม่น้ำที่สำคัญคือ แม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งแยกออกเป็นคลองแม่ไร่-แม่วัง คลองชุมทรัพย์ คลองเพนียดน้อย คลองท่าโพ คลองอีเต็ง เป็นต้น (แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี, 2561)

ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีหลายแห่งมีภูมิหลังประวัติศาสตร์อันน่าสนใจ น่าศึกษา โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นที่น่าสนใจพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่ที่น่าเป็นห่วงคือการจัดการที่เหมาะสมในการนำเสนอการท่องเที่ยว อีกทั้งยังขาดการดูแลเอาใจใส่สภาพแวดล้อมบริเวณของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันเป็นทรัพย์สินมรดกอันมีค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันดีงาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวดังกล่าว คำนึงถึงการอนุรักษ์ทัศนียภาพ ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิมของจังหวัดอุทัยธานี ให้อยู่คู่บ้านคู่เมืองต่อไป (สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล, 2561)

คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
2. ความต้องการของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี เป็นอย่างไร
3. รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ที่เหมาะสมกับชุมชนและตามความต้องการกับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อศึกษาความต้องการชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อสร้างรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมแตกต่างกันทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

จังหวัดอุทัยธานี มีทั้งหมด 8 อำเภอ ซึ่งการศึกษารวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล พื้นที่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองอุทัยธานี อำเภอทัพทัน อำเภอสว่างอารมณ์ และพื้นที่เชื่อมโยงของลำน้ำสะแกกรังจังหวัดอุทัยธานี อีก 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอหนองฉาง อำเภอหนองขาหย่าง อำเภอบ้านไร่ อำเภอลานสัก และอำเภอห้วยคต จังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งที่มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ดังนี้

- อำเภอเมืองอุทัยธานี ได้แก่ วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม วัดอุโปสถาราม, วัดสังกัสรัตนคีรี ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี (ยอดเขาสะแกกรัง) ตรอกโรงยา ตลาดสะแกกรัง พิพิธภัณฑ์ฮักแซตติ้ง วิถีชีวิตชาวเรือนแพลำน้ำสะแกกรัง (หมู่บ้านสะแกกรัง) พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมพื้นเมือง และสะพานแขวนเกาะเทโพ เป็นต้น

- อำเภอทัพทัน ได้แก่ หอวัฒนธรรมนิทัศน์วัดโคกหม้อ (พรหมานุสรณ์) วัดเขาปลาร้า และตลาดนัดโค-กระบือ เป็นต้น

- อำเภอสว่างอารมณ์ ได้แก่ เมืองโบราณบึงคอกช้าง เป็นต้น

- อำเภอหนองฉาง ได้แก่ วัดหนองขุนชาติ และเมืองอุไทยธานีเก่า เป็นต้น

- อำเภอหนองขาหย่าง ได้แก่ วัดหนองพลวง และเมืองโบราณบ้านคูเมือง เป็นต้น

- อำเภอบ้านไร่ ได้แก่ วัดถ้ำเขาวง ตลาดชาวไร่ วัดเขาวงพรหมจรรย์ เมืองโบราณกาฐ์ เป็นต้น

- หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด ศูนย์วัฒนธรรมชาวเขานบ้านอีมาดอีทราย และวัดผาทั้ง เป็นต้น

- อำเภอลานสัก ได้แก่ วัดถ้ำเขาสองชัย เป็นต้น

- อำเภอห้วยคต ได้แก่ วัดสมอทอง เป็นต้น

ขอบเขตด้านประชากร

1. ขอบเขตของประชากรสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) คือ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) จำนวน 17 คน โดยแบ่งดังนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี สภาวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี เป็นต้น

1.2 หน่วยงานภาคเอกชน ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ หอการค้าจังหวัดอุทัยธานี สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านที่พักแรม ผู้ประกอบการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการด้านสินค้าของที่ระลึก ผู้ประกอบการเรือบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

1.3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีส่วนสำคัญในบทบาทการเป็นผู้นำชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ชุมชน อันเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำคัญ จังหวัดอุทัยธานี

2. ขอบเขตของประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) สุ่มจากกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านความต้องการของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้านการสร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และวิธีการจัดการที่จะนำมาจัดรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ (Attractions) ทั้งในเรื่องสถานที่ (Place) และเหตุการณ์ (Event) เช่น ประเพณี กิจกรรม และงานเทศกาลต่างๆ เป็นต้น

ขอบเขตระยะเวลา

ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ตั้งแต่เดือนมกราคม – กันยายน พ.ศ. 2563

นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนา หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่วไป เช่นการพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือการทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้นสนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งการพัฒนา มีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลง

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมในด้านคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ 2) ความสะดวกในการเข้าถึง

3) ความประทับใจ และ 4) องค์ประกอบของการบริการ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี ที่มีคุณลักษณะสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับ วัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือ สภาพแวดล้อมของจังหวัดอุทัยธานี ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตของชุมชน และความเป็นอยู่ของคน ในแต่ละยุคสมัยได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบที่มีความสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี คือ องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว มี 6 องค์ประกอบ (6A's) ดังนี้คือ 1) Attractions คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) Accessibility ด้านเส้นทางคมนาคม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) Amenities คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4) Ancillary service คือ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 5) Accommodation คือ ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และ 6) Activities คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การเห็นพ้องกันในเรื่องของความต้องการ และทิศทางของการเปลี่ยนแปลง จะต้องมีการเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลแรกของการที่มีคนมารวมกันได้ควรจะต้องมีการตระหนักว่าการกระทำทั้งหมด ที่ทำโดยกลุ่ม ผู้นำชุมชน หรือกระทำการผ่านองค์กร ดังนั้นผู้นำชุมชนจะต้องเป็นเสมือนตัวนำ ให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ ชุมชนในจังหวัดอุทัยธานีเกิดการพัฒนา

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ ประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ต่อศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ กิจกรรม ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการเสริมทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัด อุทัยธานี

กิจกรรมทางการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในอาณาเขตบริเวณเดียวกันของจังหวัดอุทัยธานีที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด มีฐานะและอาชีพที่คล้ายคลึงกัน มีลักษณะของการใช้ชีวิตร่วมกัน ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตั้งแต่ระดับครอบครัวไปสู่ระดับเครือข่าย จนถึงระดับหมู่บ้าน และระดับเกินหมู่บ้านและผู้ที่อาศัยในชุมชนมีความรู้สึกว่าเป็นคนชุมชนเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการดำรงรักษาคุณค่าและมรดกทางวัฒนธรรมและศาสนาถ่ายทอดไปยังลูกหลานอีกด้วย

ลำน้ำสะแกกรัง หมายถึง เป็นลำน้ำสำคัญที่ไหลผ่านตัวจังหวัดอุทัยธานี มีเรื่องเล่าต่อกันมาว่า ในสมัยก่อนเมื่อพ่อค้าล่องเรือผ่านมาจะรู้ได้ว่าถึงบ้านสะแกกรังแล้ว ด้วยต้นสะแกจะออกดอกเล็กๆ ซอยาวสีเขียวอมเหลือง ที่ห้อยลงมาริมน้ำ โดยเฉพาะในเดือนยี่ถึงเดือนสามจะสังเกตเห็นชัดเจน การล่องเรือสัมผัสแม่น้ำสะแกกรัง ชมภาพชีวิตของชาวแพ ซึ่งได้สร้างบ้านคร่อมไถบนแพลูกบวบไม้ไผ่ และตลอดลำน้ำ เราจะได้เห็นการปลูกพืชผักลอยน้ำ โดยเฉพาะเตยแพ และพุทธรักษาที่ชาวบ้านปลูกไว้อย่างมากมาย รวมไปถึงการเลี้ยงปลาในกระชังที่ทำกันทุกแพ และที่ถือว่าเป็นความโดดเด่นของแม่น้ำสายนี้ ได้แก่ ปลาแรดที่มีรสชาติดีกว่าแหล่งอื่นๆ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรจึงมีการทำประมงน้ำจืดจำนวนมาก และในบางฤดูจะมีกุ้งแม่น้ำขนาดใหญ่ ให้กับนักท่องเที่ยวได้ตกขึ้นมาเป็นอาชีพเสริมมีรายได้ดี

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ได้ทราบศักยภาพและความพร้อมของชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
2. ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
3. ได้คู่มือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเป็นสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน
8. ข้อมูลเกี่ยวกับลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง
9. บริบทของจังหวัดอุทัยธานี
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
11. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความสำราญใจ งานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วนคำว่า Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อเฝ้าหาความสุขหรือ เพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น คำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง ไม่ได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การที่ย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน และความเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นอาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง

ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ และประการสุดท้าย ต้องเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดๆ ก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือการหารายได้ (วรรณ วลัยวานิช, 2549) นอกจากนี้การท่องเที่ยว (Tourism) ยังเป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้น จนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการ คือการเดินทาง การพักค้างแรม และการรับประทานอาหารนอกบ้าน (นิศา ชัชกุล, 2550)

การท่องเที่ยว หมายถึง การย้ายผู้คนจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องก็นับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้ 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (สมชาติ อุ่อ่น, 2552)

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่แตกต่างกันดังนี้

1. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็น สิ่งแปลกใหม่ ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป
2. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬา การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
3. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้
4. อื่นๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทาง เพื่อวัตถุประสงค์นี้ มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่างๆ

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางเพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยว พบสิ่งแปลกใหม่ ศึกษาหาความรู้ และเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้เพียงแค่มีสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีองค์ประกอบในหลากหลายด้าน แต่อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 4 ประการที่สำคัญ ดังนี้ (มาศศุภา นิมบุญจาช, 2558)

อันดับแรก คือ นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคือบุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องใช้จ่ายเงินในการเดินทาง อย่างน้อยที่สุดเป็นค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าของที่ระลึก และการบริการอื่นๆ (ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2559) ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียนกระจายไปในธุรกิจบริการต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวนอกเป็น 2 ประเภท (วิชสุตา ร้อยพิลา, 2558) คือ นักท่องเที่ยวค้างคืน (Tourist) ได้แก่ ผู้มาเยือนชั่วคราว โดยพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เพื่อใช้เวลาว่างในการพักผ่อน บันทึกลง สุขภาพ ศาสนา การศึกษา และการกีฬา หรือเพื่อธุรกิจ การเยี่ยมญาติ การปฏิบัติการกิจต่างๆ และการประชุมสัมมนา (ปรีดา ไชยา, 2558) และนักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน (Excursionist) หรือโดยทั่วไปใช้คำว่านักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้มาเยือนเป็นการชั่วคราว โดยใช้เวลาอยู่ในสถานที่ที่มาน้อยกว่า 24 ชั่วโมง ทั้งนี้รวมถึงผู้โดยสารที่มาขึ้นเรือเดินสมุทรด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

อันดับสอง คือ ธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีธุรกิจหลายประเภทที่มีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะทำหน้าที่จัดหาสินค้าและบริการต่างๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง เช่น สายการบิน รถเช่า ที่พักแรม เช่น รีสอร์ท โรงแรมระดับต่างๆ ร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น (ยุทธนา คาพา, 2559)

อันดับสามคือรัฐบาลของประเทศ รัฐบาลของแต่ละประเทศทำหน้าที่จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ซึ่งใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว เช่น ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศ และเพื่อความสะดวกสบายของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว (สาธิตา รุ่งพิพัฒน์พงศ์, 2558) นอกจากนี้แล้วประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการต้อนรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อีก หรืออาจชักชวนผู้ไม่เคยมาเยือนให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการแสดงความมั่นใจ

ให้ความช่วยเหลือ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเองให้ยั่งยืนต่อไป McIntosh และคณะ (1995) จะเห็นว่าในยุคปัจจุบันรัฐบาลของประเทศไทย ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น รัฐบาลไทยใช้งบประมาณจำนวนมากในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ เช่น รถไฟฟ้า ถนนคู่ขนาน รถไฟความเร็วสูง อีกทั้งยังมีการให้ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโครงการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น OTOP นวัตกรรม การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท การให้ความรู้บุคลากรทางการท่องเที่ยวและที่สำคัญคือการมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2558)

รูปแบบของการท่องเที่ยว

ปาริฉัตร อึ้งจะนิล (2554) กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตังวัฒนา, 2542)

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการในการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่มีความเกี่ยวข้องภายใต้การจัดการในด้านสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดการมีจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศให้เกิดความยั่งยืน (ปาริฉัตร อึ้งจะนิล, 2554)

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2559)

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น (บุญเลิศ จิตตังวัฒนา 2548)

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้ง เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏขึ้นบนท้องฟ้าในแต่ละเดือน เพื่อเป็นการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล เกิดความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำ และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันเพื่อให้เกิดความยั่งยืน (ปาริฉัตร อึ้งจะนิล, 2554)

2. รูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชม และเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งยังได้ความรู้และมีความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และทางโบราณคดีในท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น ร่วมกันมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว (ดุษฎี ช้วยสุข, 2559)

2.2 การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและชมประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น โดยได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพในพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว (นิศากร บุญเลิศ, 2556)

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเฉพาะตัว เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์

และภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชน ในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว (หมู่บ้านบ้านนาเลี้ยว นาวัง, 2546)

2.4 การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health, Beauty and Spa) (ปาริฉัตร อึ้งจะนิล, 2554)

การท่องเที่ยวทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทยรวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2557)

การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกระเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อเกิดประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มมากขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (วรัชต์ มัชฌมบุรุษ, 2557)

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น

โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน (ปาริฉัตร อึ้งจะนิล, 2554)

การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิต ในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆ อย่างน้อย 1 เดือน (กรวรรณ สังขกร, 2556)

การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการ การท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น (มัสลิน วุฒิสินธุ์, 2560)

สรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายประเภทเนื่องด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศมีจำนวนมาก เช่น 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวแบบประชุม การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Pizan, A และ Mansfeld (1999) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า ตนเราสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น มาจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้ วัฒนธรรมชนชาติและการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยอยู่เดิม เนื่องจากคนเรามีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็นในตัวเอง

สุจิตต์ วงษ์เทศ (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มุ่งเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้ความสนุกสนานเพลิดเพลินและเข้าใจสภาพสังคมและวัฒนธรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยเป็นชาติที่มีความเจริญด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ ที่สืบทอดต่อเนื่องกันมาแต่บรรพกาล ซึ่งเป็นมรดกและเป็นสมบัติล้ำค่าที่แสดงถึงความเป็นไทยที่แตกต่างจากชาติอื่น

ราณี อลิชัยกุล (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี รวมทั้งงานเทศกาลประเพณี

พยอม ธรรมบุตร (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยว ซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรม และกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชม และศึกษา แหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์ ทุกรูปแบบ ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดกต่างๆ

ลักษณะของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย (ณรงค์ เส็งประชา, 2548)

1. เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม
2. วัฒนธรรม เป็นผลรวมหลายสิ่งหลายอย่าง (Integrative) เช่น ความรู้ ความเชื่อ วิธีในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ
3. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมมิใช่เกิดขึ้นเอง โดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือพฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ (Instinct) ส่วนมนุษย์

นั้น มีสมองอันทรงคุณภาพจึงสามารถรู้จักคิดถ่ายทอดและเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่มีการติดต่อกับบุคคลอื่นในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะ ที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม

4. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคมเป็นผลของการถ่ายทอด และการเรียนรู้ และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าวก็คือการสื่อสารโดยสัญลักษณ์ (Symbolic Communication) ได้แก่ การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อนๆ ดำเนินสืบเนื่องกันมามีขาดสาย ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะ เป็น “มรดกแห่งสังคม” (Social Heritage)

5. วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกันในทางกายภาพหรือทางชีวภาพนั้นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม กล่าวคือของสิ่งหนึ่งอาจนำมาใช้ในความหมายที่ต่างกันออกไปในแต่ละสังคม ทั้งๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ่น เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคน ชาวทิเบตนำมาใช้แสดงออกซึ่งความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ้นส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

6. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต (Way of Life) หรือ แบบแผนการดำรงชีวิต (Design for Living) ของมนุษย์ พัทธยา สายหู (2544) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกเรียนรู้การถ่ายทอดไปด้วยการสั่งสอนทั้งทางตรงและทางอ้อม

7. เป็นผลจากการช่วยกันสร้างสรรค์ของมนุษย์ และได้มีการปรับปรุงดัดแปลงสิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูก เดิมใช้แรงสัตว์ต่อมา เห็นว่าเป็นวิธีที่ล่าช้า และล้าสมัยจึงประดิษฐ์ หรือซื้อเครื่องมือ เครื่องจักรมาใช้ในการเพาะปลูกทำให้ผลผลิตมากขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2544)

8. วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลง (Change) และมีการปรับตัว (Adaptive) ได้ 9) วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นของส่วนรวมสิ่งที่จะถือว่าเป็นวัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับถือปฏิบัติมิใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น

การสัมผัสโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างน้อย 2 ประเภท (เจริญญา เจริญสกลใส, 2544) คือ

1. ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างเต็มรูปแบบโดยนักท่องเที่ยวไปพำนักอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง และใช้ชีวิตเหมือนชนพื้นเมือง อาทิ การท่องเที่ยวพักค้างแรมแบบโฮมสเตย์

2. การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นแบบมีการจัดการโดยนักทัศนอาจรไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ ในช่วงเวลาสั้นๆ ไม่พักค้างโดยพยายามเรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมของชนเผ่าชน และแต่ไม่ได้ลองใช้ชีวิตในรูปแบบเดียวกับชนพื้นเมือง

แนวคิดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง, 2545) ได้ให้แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 9 ประการสรุปได้ดังนี้

1. ส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ และความต้องการของชุมชนว่าจะต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด

3. วิธีการ และความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่นเพราะจะเป็นเครื่องวัดความต้องการประเภทและจำนวนนักท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้นๆ

4. ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้อำเภอเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ

5. ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมี ความระมัดระวัง และต้องวางแผนรองรับในเรื่องนี้เอาไว้ด้วยเพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรมและค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่

6. เงินทุนและแรงงานรวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยวควรมาจากชุมชนเจ้าของท้องถิ่นเพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้

7. การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว

8. เรื่องราวและงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น

9. ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามจัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนให้เรียบร้อย

องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม The European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC Richards G (1995) ได้กล่าวไว้ถึงองค์ประกอบ ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 8 ประการ ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และพิพิธภัณฑ์ต่างๆ
 2. สถาปัตยกรรมต่างๆ สิ่งปลูกสร้าง อาคาร แพนผังเมือง รวมถึงสิ่งก่อสร้างที่ปรักหักพังในอดีต
 3. ศิลปหัตถกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม งานประเพณี และงานเทศกาลต่างๆ
 4. ความน่าสนใจของเครื่องดนตรี ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของดนตรีแบบคลาสสิก ดนตรีแบบพื้นบ้าน หรือดนตรีแบบร่วมสมัยต่างๆ
 5. การแสดงละคร ภาพยนตร์ รวมถึงงานต่างๆ
 6. ภาษา วรรณกรรม และวรรณคดีต่างๆ
 7. ประเพณี และความเชื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านศาสนา
 8. วัฒนธรรมอันเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมแบบพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อยต่างๆ
- สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมชนชาติ ศิลปะวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษา และวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี รวมถึงเทศกาลและงานประเพณี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม

มรดกทางวัฒนธรรม

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization) (n.d.) หรือ องค์การ UNESCO ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) ไว้ในการประชุมสามัญที่จัดขึ้น ณ กรุงปารีส ในปีค.ศ. 1972 หรือ ตรงกับ พ.ศ. 2515 ได้กล่าวว่า

1. อนุสรณ์สถาน (Monuments) อันรวมไปถึง ผลงานทางสถาปัตยกรรมผลงานประติมากรรม หรือจิตรกรรมส่วนประกอบ หรือโครงสร้างของโบราณคดีธรรมชาติจารึก ถ้ำ ที่อยู่อาศัย และร่องรอย ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลทางด้านประวัติศาสตร์

ศิลปศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์

2. กลุ่มอาคาร (Groups of buildings) อันรวมไปถึง กลุ่มของอาคารไม่ว่าจะแยกจากกันหรือเชื่อมต่อกันโดยลักษณะทาง สถาปัตยกรรม หรือโดยความสอดคล้องกลมกลืน หรือโดยสภาพ ทางภูมิทัศน์ซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลทางด้าน ประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

3. แหล่งอันรวมไปถึงผลงานที่เกิดจากมนุษย์ (Sites) หรือผลที่เกิดจากมนุษย์ และธรรมชาติและบริเวณอันรวมถึงแหล่งโบราณคดีซึ่งมีคุณค่าโดดเด่นในระดับสากลทางด้านประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ ชาติพันธุ์วิทยา หรือมนุษยวิทยา

ทั้งนี้องค์การ UNESCO ได้จัดตั้งคณะกรรมการมรดกโลก (The World Heritage Committee) ในปี พ.ศ. 2519 เพื่อทำหน้าที่สร้างความร่วมมือในหมู่ประเทศภาคีสมาชิก ในการกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการดูแลแหล่งวัฒนธรรมที่มีความสำคัญ มวลมนุษยชาติให้คงอยู่พร้อมกันนี้ได้ตั้งกองทุนมรดกโลกขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนการอนุรักษ์ แหล่งวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกแล้ว

ปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งมรดกโลกที่ได้รับการขึ้น ทะเบียนแล้ว 5 แห่ง (กระทรวงวัฒนธรรม, 2555) ประกอบด้วย เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่-ห้วยขาแข้ง และผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นอกจากนี้ยังมีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่อยู่ในบัญชีรายชื่อเบื้องต้นรอบ การนำเสนอต่อคณะกรรมการมรดกโลกเพื่อพิจารณาอีก 3 แห่ง ได้แก่ ปราสาทหินพิมายและเส้นทางวัฒนธรรม ปราสาทพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ และอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท ทั้งนี้การประกาศสถานที่ดังกล่าวเป็นมรดกโลก นอกจากจะเป็น ความภาคภูมิใจของประเทศไทยแล้ว ยังนำมาซึ่งรายได้เข้าประเทศจากการท่องเที่ยว และทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอาชีพส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน และประเทศผ่านทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการที่นักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นจะนำไปสู่ความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยว และการสูญเสียมูลค่าทางวัฒนธรรม จึงอาจจะกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนดาบสองคม ถ้าไม่มีการวางแผนอย่างเหมาะสม การจัดการเพื่อรักษาสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องสำคัญเพื่อนำไปสู่การวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม และการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาคู่กัน ซึ่งการรักษาามรดกวัฒนธรรมเป็นประโยชน์ด้านองค์ความรู้และการให้คุณค่าแก่สังคม ในขณะที่การพัฒนาการท่องเที่ยวนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจ และรายได้ของชุมชน การจัดหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งนี้แนวคิดหลักเพื่อใช้ในการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมประกอบด้วย แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และแนวคิดเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแต่ละแนวคิดจะประกอบด้วยกลยุทธ์และแนวทางสนับสนุนที่จะนำไปสู่การจัดการมรดกวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเหมาะสม

1. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีจุดเริ่มต้นจาก การที่องค์กรสหประชาชาติ (UN) ได้จัดการประชุมสหประชาชาติ ในปี พ.ศ. 2515 และได้ข้อสรุปให้ประเทศสมาชิกหันมาสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้นโดยมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศควบคู่กับการรักษาสีงแวดล้อมและชุมชน ทั้งนี้การประชุมครั้งต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ที่ประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เนื่องจากเห็นว่าการท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและ โครงสร้างชุมชนต่างๆ ที่เกิดขึ้น จึงเป็นที่มาของแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Theobald, 1994) ต่อมากรอบแนวคิดนี้ได้ ถูกพัฒนาโดย Swarbrooke (1999) เพื่อเน้นการรักษาความสมดุลของการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่ความเจริญเติบโตทางด้านของเศรษฐกิจ และการอนุรักษ์ด้านมรดกทางวัฒนธรรม โดยแนวคิดนี้ตั้งอยู่บนคำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน คือ การท่องเที่ยวที่ทำให้เศรษฐกิจมีความเจริญงอกงาม แต่ต้องไม่ทำลายทรัพยากรซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และต้องไม่ส่งผลเสียต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ รวมถึงโครงสร้างทางด้านสังคมของพื้นที่นั้นๆ หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญของ Swarbrooke (1999) นั้นเน้นที่ด้านการพัฒนาที่มีการควบคู่กันไประหว่างการเจริญเติบโต และการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยแนวคิดนี้ จะมีการมุ่งเน้นในด้านการวางแผนและการจัดการที่มีความเหมาะสม เพื่อที่จะมีการหลีกเลี่ยงทางด้านปัญหาจากการที่มีการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งรวมถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทั้งนี้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดี ไม่ควรที่จะมองมรดกทางวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็นเพียงแค่สินค้าที่จะนารายได้เข้าสู่ประเทศ แต่ควรมีการมองแหล่งท่องเที่ยว ดังกล่าวให้เสมือนมรดกของคนทั้งประเทศที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ไว้ให้คงอยู่ต่อไป

งานศึกษาในช่วงห้าปีที่ผ่านมาได้กล่าวถึง การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น Ivanovic Cooper and Wanhill (2008) กล่าวว่าวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการพัฒนาในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ โดยแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงกิจกรรมต่างๆ มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้เข้าชม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเน้นการเดินทางไปสู่ประสบการณ์และกิจกรรมการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตที่อาจจะพบเห็นได้ยากในชีวิตประจำวัน (Goeldner and Ritchie, 2009) ทั้งนี้ Ismail (2008) เสนอแบบจำลองเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนโดยมุ่งเน้นทั้งประโยชน์ ทางเศรษฐกิจที่ชุมชนจะได้รับจากการจ้างงานและรายได้ที่สูงขึ้น ควบคู่ไปกับการคงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมวิถีชีวิตแบบเดิมที่สามารถสนองความต้องการของชุมชนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ Ximba (2009) ซึ่งเสนอว่าพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรเน้นความเข้าใจวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านภูมิปัญญา ความงาม จิตวิทยา และความรู้สึก ภายใต้แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างความประทับใจพร้อมกับสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป็นแรงผลักดันให้ช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดและ ถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน

2. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีที่มาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีจุดเริ่มต้นจากในแถบทวีปยุโรปซึ่งจะเน้นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นประสบการณ์ และการเพิ่มพูนความรู้ ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมเพื่อการศึกษาการท่องเที่ยวและสันตนาการ (ATLAS) ได้ให้คำจำกัดความการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของชุมชนผ่านทางกิจกรรมและประสบการณ์ที่ได้รับ (Wurzburg, 2009)

ในขณะเดียวกัน แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับการสนับสนุนโดยองค์กร UNESCO โดยมุ่งเน้นการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งมีการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนผ่านประสบการณ์ต่างๆ นอกจากนี้ เห็นได้ว่า แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้มีความปฏิสัมพันธ์ ได้รับความรู้ ได้รับคุณค่า พร้อมได้รับความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวทางด้านของมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบสร้างสรรค์จะเน้นที่การสะท้อนถึงควมมีชีวิต วิถีชีวิต และมีการถ่ายทอดอย่างเป็นรูปธรรมแบบแผน จนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

แบบจำลองการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม

จากความสำคัญและแนวคิดเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมนำมาสู่การวางแผนการจัดการ และการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับประเทศไทย จากการ ศึกษาของ Bywater (1993) ได้แยกประเภทนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวตามแรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culturally Motivated) หมายถึง ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจที่จะเรียนรู้ ศึกษาวัฒนธรรมและมีพฤติกรรมที่จะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานาน
2. นักท่องเที่ยวตามแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม (Culturally Inspired) หมายถึง ผู้ที่ถูกดึงดูดใจด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่รู้จักหรือได้รับการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ รูปภาพโดยนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้ระยะเวลาที่จะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่า ประเภทแรก แต่มีโอกาสที่จะเดินทางกลับมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต
3. นักท่องเที่ยวตามแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม (Culturally Attracted) หมายถึง ผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น โดยนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้น อาจจะเป็นในลักษณะเยี่ยมชมมากกว่าการพักอาศัย

ทั้งนี้ Smith (2003) ได้จัดประเภทและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกวัฒนธรรม ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 ประเภทและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกวัฒนธรรม

ประเภทนักท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม	สถานที่และกิจกรรมที่สนใจ
นักท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourist)	ปราสาท พระราชวัง บ้านโบราณ แหล่งโบราณคดี อนุสาวรีย์
นักท่องเที่ยวศิลปะ (Arts Tourist)	โรงละคร การแสดงคอนเสิร์ต เทศกาล งานประเพณี
นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourist)	ถ่ายภาพ วาดภาพ เครื่องปั้น ทำอาหาร หัตถกรรม
นักท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมเมือง (Urban Cultural Tourist)	แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวอุตสาหกรรม
นักท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมชนบท (Rural Cultural Tourist)	การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมู่บ้านชุมชน ฟาร์ม พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติภูมิทัศน์
นักท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น (Indigenous Cultural Tourist)	ชาวเขา เดินป่า ศูนย์วัฒนธรรม งานศิลปะ และงานหัตถกรรมต่างๆ
นักท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทันสมัย (Popular Cultural Tourist)	สวนสนุก ห้างสรรพสินค้า การแสดง งานคอนเสิร์ต งานแข่งขันกีฬา

การแบ่งประเภท และลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบถึงลักษณะและความต้องการของ นักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ตอบสนองความต้องการอันจะนำไปสู่การสร้างรายได้ให้แหล่งท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และการรักษาวัฒนธรรมของชุมชนให้คงไว้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่ต้องพัฒนาในประเทศไทยเพราะนอกจากการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้และนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยแล้ว การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการสร้างอาชีพสืบเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน หรือการให้บริการต่างๆ นับได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ประเทศไทยจึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับการใช้วัฒนธรรม

เป็นจุดขายในการแข่งกับแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งนี้ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ซึ่งจัดได้ว่าเป็นแหล่งมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้วจำนวน 5 แห่งด้วยกัน นอกจากนี้ยังมีมรดกทางวัฒนธรรมอีกจำนวนมาก เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิต

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ได้มีผู้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

นิคม จารุมณี (2546) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ว่า การที่จะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าสนใจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องคำนึงถึงจุดสำคัญในด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทั้งในแง่กายภาพหรือภูมิภาค ตำแหน่งที่ตั้ง หรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอก

มนัส สุวรรณ (2548) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกล่าวไว้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ประสบผลสำเร็จ มีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินประกอบการตัดสินใจในการพัฒนา ได้แก่ ความปรารถนาของผู้ท่องเที่ยว ความสามารถในการให้บริการของผู้ท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง และการเข้าถึง ความสามารถในการรองรับของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ ความสามารถที่จะรับได้เชิงสังคมและความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศวิทยา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ไม่ใช่เพียงการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสภาพที่ดีอยู่แล้วให้ดีขึ้นกว่าเดิมอีกด้วย จึงต้องมีขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การจัดแบ่งเขตพื้นที่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ อย่างเหมาะสม
2. มีการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
3. มีการจัดรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมเสริมเพิ่มขึ้นในทรัพยากรการท่องเที่ยว
4. มีการประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละเขตของพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยว

5. มีการศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นๆ ต่อสิ่งแวดล้อม แก่เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเจ้าหน้าที่ในการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในทรัพยากรท่องเที่ยว

6. มีการจัดให้มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวควรทราบ

7. มีการจัดทำงบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวมีข้อควรคำนึงที่สำคัญ อยู่ 8 ประการคือ

1. การพัฒนาควรจะคำนึงถึงความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ว่าคนในชุมชนต้องการที่จะเปิดชุมชนของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ หากไม่พร้อมที่จะเปิดชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็ควรที่จะชะลอไปก่อน มิฉะนั้นจะเกิดการทะเลาะเบาะแว้งกันของคนในชุมชน ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของชุมชนแย่ลง แต่ถ้าหากคนในชุมชนพร้อมใจกันเห็นด้วย กับการเปิดชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น จะต้องเตรียมความพร้อมทุกๆ ด้าน ทั้งการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการนักท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์ในชุมชนให้เกิดความยั่งยืนสืบต่อไป

2. การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงความต้องการของตัวนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ว่านักท่องเที่ยวที่มาเยือนนั้นต้องการอะไรจากชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ซึ่งความต้องการเหล่านี้จะเป็นแนวทางในการจัดหา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เพื่อสร้างความพอใจแก่นักท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น จะทำให้ชุมชนเหล่านั้นมีรายได้จากการท่องเที่ยวอีกด้วย

3. การพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ด้วยว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรที่มีแล้ว หากมีแล้วมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่ หากไม่เพียงพอจะต้องเพิ่มจำนวนเท่าใด ซึ่งคำถามเหล่านี้เป็นแนวทางในการพิจารณาจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ว่า จะถูกกระทบหรือถูกทำลายหรือไม่ ซึ่งจะเป็นแนวทางพิจารณาในการดูแลรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และดำรงรักษาวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามของท้องถิ่น

5. การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงขีดความสามารถของชุมชนในการรับรองการท่องเที่ยวว่าจะสามารถรับรองนักท่องเที่ยวได้มากน้อยแค่ไหนจึงจะเหมาะสม ซึ่งเป็นแนวทางในการพิจารณาและกำหนดปริมาณและ มาตรฐานของการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และพิจารณามาตรการจำกัดของนักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนด้วย

6. การพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงประชาชนในการมีส่วนร่วมจัดการแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวซึ่งจะทำให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์อะไรบ้างจากการท่องเที่ยวและพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดังกล่าวให้ดีขึ้นด้วย

7. การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงสิ่งปลูกสร้างในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ว่ามีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของชุมชนหรือไม่ ชุมชนเน้นการจัดการความสะอาดความสะอาดสลายตามมาตรฐานสากลหรือไม่ ทำให้สะท้อนถึงความสำเร็จที่เกิดขึ้นสามารถทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่มีเสน่ห์เฉพาะตัวของท้องถิ่นตามมาตรฐานสากล

8. การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงแหล่งท่องเที่ยวแหล่งอื่นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันว่า แหล่งท่องเที่ยวแหล่งนั้นมีการจัดการ และพัฒนาอย่างไรจึงประสบผลสำเร็จ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีให้มีความยั่งยืนมากขึ้น

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ ดังนี้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552)

1. การมีส่วนร่วมของชุมชน
2. การสร้างความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การจ้างงานที่มีคุณภาพ
4. การแบ่งปันผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
5. การใช้ทรัพยากรก่อให้เกิดประโยชน์ที่สุด
6. การวางแผนระยะยาว
7. ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม
8. การสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาด้านต่างๆ
9. ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ
10. การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ
11. การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว
12. การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ
13. การเน้นผลประโยชน์ชุมชน คุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
14. การพัฒนาการศึกษาและหลักสูตรต่างๆ

15. การเสริมสร้างลักษณะเด่น อัตลักษณ์ของชุมชนนั้น
16. การคำนึงถึงความสามารถในการรองรับ
17. การรักษามรดกทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความจำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเร่งด่วน

การที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่นิยมและเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ มีผลให้นักท่องเที่ยวนานาชาติมีค่านิยมและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป คือ ต้องการเรียนรู้ ความดั้งเดิม (Indigenouseess) หรือความเป็นของแท้ (Authenticity) ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ประเทศต่างๆ ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาจึงใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญหนึ่งใน กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย, 2554)

ในทวีปยุโรป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวยุโรป เพราะวัฒนธรรม ของประเทศต่างๆ ในยุโรปเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกภูมิภาค ซึ่งนํารายได้มหาศาลให้กับประเทศต่างๆ ในทวีป (Smith, 2009) ประเทศออสเตรเลียเป็นอีกหนึ่ง ตัวอย่างที่ได้รับประโยชน์อย่างมากจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวออสเตรเลีย และชาวต่างชาติจำนวนมากที่ท่องเที่ยวเพื่อชื่นชม เรียนรู้ และร่วมมีประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้ สถาบันวิจัยการท่องเที่ยวแห่งออสเตรเลีย (Tourism Research Australia: TRA) จึงกำหนดให้สมบัติทางวัฒนธรรมของประเทศเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักสำหรับการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ (Domestic Tourism) และระหว่างประเทศ (International Tourism) ดังเห็นได้จาก รัฐนิวเซาท์เวลส์ ซึ่งเป็นรัฐหนึ่งที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียและชาวต่างชาติ ได้กำหนดให้การพัฒนา มรดกทางวัฒนธรรมเป็นเป้าประสงค์ของแผนแม่บทการท่องเที่ยว 2020 (Cooperative Research Center for Sustainable Tourism, 2008) สำหรับประเทศไทยนั้น ตั้งแต่ พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา มรดกทางวัฒนธรรมได้นำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์และจุดขายทางการท่องเที่ยวของประเทศ อย่างเช่น พระราชพิธีสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี ในพ.ศ. 2525 พระราชพิธีเฉลิมพระชนมายุครบ 60 พรรษา ใน พ.ศ. 2530 และปีแห่งศิลปะและหัตถกรรมไทย ใน พ.ศ. 2539 ฯลฯ (Peleggi Maurizio, 1996)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นผลิตภัณฑ์ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศต่างๆ นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอีกด้วย กระแสการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเชิงบวกที่ชัดเจนที่สุด ซึ่งเกิดจากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม เพราะหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวที่นำเสนอขายให้นักท่องเที่ยวได้ หน่วยงานต่างๆ จึงได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และ สร้างจิตสำนึกให้ ชุมชนท้องถิ่นหรือพื้นที่ประเพณีที่กำลังสูญหายอนุรักษ์โบราณสถานต่างๆ รวมทั้งพัฒนางาน หัตถกรรม ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้คนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจต่อวัฒนธรรมของตน และมีความตื่นตัวที่จะอนุรักษ์และพัฒนาการตลาดทางวัฒนธรรมโดยรวมมือกันเป็นหนึ่งเดียว รวมทั้ง มีบทบาทในการจัดการ หรือการบริหารการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังเห็นได้จากตัวอย่างของชุมชน บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจเลือกที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ เกิดขึ้น รวมทั้งมีบทบาทอย่างยิ่งในการจัดการ และพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตน (นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย, 2554)

วิไลวรรณ ทวีศรี (2560) ได้กล่าวว่า แม้ว่าการท่องเที่ยวนำรายได้มหาศาล ส่งเสริม การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน แต่ในทางกลับกัน ก็นำผลเสียที่ทำลายทุนวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนเอง ได้แก่

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดอาชีพใหม่มากมาย ซึ่งทำให้มีความต้องการด้านแรงงาน มากขึ้น และมีผลทำให้ลักษณะแรงงานของท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงจากแรงงานทางเกษตรกรรม เป็นแรงงานทางด้านบริการแทน

2. การที่นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นมีพื้นฐานความเชื่อ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน ก็อาจทำให้คนท้องถิ่นในบางพื้นที่รู้สึกไม่พอใจที่ได้พบเห็นคนที่มีวัฒนธรรม แตกต่างจากตนเข้ามาใน ท้องถิ่นของตน ในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวก็อาจเห็นและเข้าใจ ความคิด ความเชื่อ และวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างผิวเผิน ซึ่งทำให้ แปลความหมายของสิ่งที่ตนเห็นไปในเชิงลบ และอาจก่อให้เกิดอคติต่อคนท้องถิ่นได้

3. หากการส่งเสริม การท่องเที่ยว ดำเนินไป โดยไม่มีการวางแผน และการประชาสัมพันธ์ที่ดี อาจทำให้คนท้องถิ่นมีวิธีการที่ไม่ถูกต้องในการใช้มรดกทาง วัฒนธรรมมาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น สร้างงานหัตถกรรมหรือผลิตสินค้าที่ระลึกที่มี คุณภาพต่ำและมีราคาถูกเพื่อสนองตอบความต้องการของ นักท่องเที่ยวโดยหวังผลกำไร จนไม่ได้รับการรักษาลักษณะของหัตถกรรมพื้นเมืองไว้ นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่มุ่งหวังเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว จะทำให้เกิด

วัฒนธรรมปลอมขึ้นเพราะจะมีการดัดแปลงวัฒนธรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาล และการแสดงพื้นเมืองที่ สร้างขึ้นมาใหม่ (Pseudo Event) เพื่อเป็นกิจกรรมหรือการแสดง สำหรับให้นักท่องเที่ยวชม ไม่ใช่เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมหรือเพื่อตอบสนองความศรัทธา ที่แท้จริงของคนท้องถิ่น การสร้างเหตุการณ์เพื่อการขาย จะส่งผลให้ชุมชนขาดความดั้งเดิม และความน่าดึงดูดใจ

4. คนท้องถิ่นในประเทศหรือพื้นที่ที่กำลังพัฒนามักจะปรับตัววัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นให้ สอดคล้องความต้องการและความคุ้นเคยของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว แต่หาก การปรับตัววัฒนธรรมเกิดขึ้นเพื่อการค้า (Cultural Commodification) ซึ่งไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของตน จะมีผลให้คนท้องถิ่นรับค่านิยมของนักท่องเที่ยว มาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นการลอก เลียนแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Demonstration Effect) และมีผลทำให้คนท้องถิ่นสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์และความดั้งเดิมของตนได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าหากขาดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวจะกลายเป็นดาบสองคมที่น่าประหลาด และผลเสียมาสู่สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งจะส่งผลเชิงลบเป็นลูกโซ่ (Chain Effect) กลับไปยังเศรษฐกิจของชุมชน ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งระดับประเทศและชุมชนจึงได้ทบทวนและพิจารณาแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ เพราะขาดการจัดการที่เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สาเหตุสำคัญ ที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือ หน่วยงานต่างๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน การบริหารงาน และการตลาด ทั้งนี้เพราะแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากได้รับการพัฒนาไปตามนโยบายของรัฐ ซึ่งหน่วยงานส่วนกลางของภาครัฐมักมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน และดำเนินงาน ในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วม น้อยมาก จึงทำให้ไม่เข้าใจแผนและวิธีการพัฒนาพื้นที่ของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การมีส่วนร่วมอย่างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุด ในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ เพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม ต้องครอบคลุมเรื่องการ วางแผน และการกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน

ซึ่งแต่ละประเด็นจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันอย่างเป็นวงจร (เพียกานต์ นามวงศ์, 2552)

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย (2553) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม 3 กลยุทธ์ ไว้ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

โดยส่วนใหญ่ ในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศที่กำลังพัฒนา นโยบายทางการท่องเที่ยวกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐ หรือนักการเมืองท้องถิ่น จากนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่นจะนำนโยบาย ดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดแผนพัฒนาต่างๆ ซึ่งจะถ่ายทอดไปสู่ผู้ปฏิบัติระดับท้องถิ่น ในท้ายที่สุด กระบวนการดังกล่าวเป็นการกำหนดนโยบาย แบบเบื่องบนสู่เบื่องล่าง (Top-Bottom) โดยผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แนวทาง หรือแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบกับงบประมาณและข้อมูลสำคัญต่างๆ จัดทำขึ้น ในระดับชาติไม่ใช่ระดับท้องถิ่น ผลที่ตามมาก็คือผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นในชุมชนอาจมีความ เข้าใจที่ไม่ตรง กับผู้บริหารหรือผู้กำหนดนโยบายและแผน ความไม่เข้าใจทำให้ชุมชนไม่สามารถ จัดการกับการท่องเที่ยวที่ โตขึ้นอย่างรวดเร็วในพื้นที่ของตนได้ ด้วยเหตุนี้ แหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่สำคัญทั่วโลกจึงส่งเสริม ให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนา การท่องเที่ยวซึ่งครอบคลุม 4 ประเด็นความร่วมมือดังนี้

1. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจ การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาด องค์กรและกลุ่มคนท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นักการศึกษา คนท้องถิ่นที่พำนักรักษาในชุมชน ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่าย สมาคมการท่องเที่ยว หอการค้า เจ้าของร้านค้าที่เกี่ยวข้อง นักอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้จัดการการขนส่งท้องถิ่นทั้งที่เป็นของภาครัฐและเอกชน เกษตรกร ผู้จัดการประชุมและสัมมนา และผู้บริหารหรือผู้ปกครองท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการจัดการ การท่องเที่ยว (Leu, 2000)

2. ระบุอย่างชัดเจนว่าองค์กรและกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีหน้าที่ บทบาท และขอบเขต การจัดการระดับใด ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในด้านอำนาจและกระบวนการการทำงาน นอกจากนี้ทุกฝ่ายต้อง ตกลงร่วมกันว่าต้องคำนึงถึงผลได้และผลเสียของคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ ในพื้นที่เป็นหลัก เพราะหากเกิดภาวะวิกฤติ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้เผชิญปัญหาและได้รับโดยตรง

3. องค์การและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องตัดสินใจร่วมกันว่าจะใช้มรดกทางวัฒนธรรมใดของชุมชน เพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และกำหนดลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ในทิศทางความ ยั่งยืนอย่างชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอนุรักษ์หรือคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพิ่มพูนคุณค่าประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ให้ความรู้ และส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วม คำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งดำเนินกิจกรรมการตลาดที่สอดคล้องกับหลักการของการอนุรักษ์

4. องค์การและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องสนใจและดำเนินงานร่วมกันในการวางแผน และกำหนดเครื่องมือในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม รวมทั้งกำหนดแนวทางในการติดตาม และประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์หรือถ่ายทอดผลการดำเนินงานให้แก่ทุกกลุ่มทราบอย่างชัดเจนและโปร่งใส

กลยุทธ์ที่ 2: การวางแผน

การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจ และมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนจะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามาบีบบังคับ รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็นกระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยทำให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผนโดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ผู้เชี่ยวชาญผู้วางแผน ผู้ปฏิบัติ หน่วยงานต่างๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชนจำเป็นต้องมาประชุมหรือทำการประชาพิจารณ์เพื่อแสดงความคิดเห็นและการยอมรับ รวมทั้งทำการตกลงและความเข้าใจร่วมกันภายใต้คำแนะนำ และคำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ แม้ว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายละเอียดมากเพื่อนักปฏิบัติจะได้ดำเนินการตามทีนั้นวางแผนกำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมนั้นจำเป็นต้องเข้าใจได้ง่ายและอาจประกอบด้วยประเด็นเพียงไม่กี่ประเด็นแต่สำคัญและชัดเจนเพียงพอที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน ประเด็นในแผนอาจประกอบด้วย วิสัยทัศน์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน นโยบายของแผน เครื่องมือ

ในการพัฒนา การจัดหาและกำหนดงบประมาณ วิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ คือ การกำหนดสภาพหรือภาพอนาคตที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของชุมชนพึงประสงค์ อยากรให้เป็นวิสัยทัศน์ที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำเป็นต้องสอดคล้องกับหลักการการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของแผน คือ ผลลัพธ์ในภาพรวมและกว้างๆ ที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นเมื่อได้ปฏิบัติการกิจต่างๆ เสร็จสิ้น วัตถุประสงค์จึงต้องอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับและความสามารถในการจัดการของทุกฝ่าย รวมทั้งต้องปรับไปตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย

นโยบายของแผน คือ แนวทางในการปฏิบัติหรือตัดสินใจเพื่อให้การดำเนินการต่างๆ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นมา จะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ สามารถดำเนินงานในทิศทางที่สอดคล้องกัน และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกันได้ นโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่กำหนดขึ้นมาจึงต้องหลากหลายเพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถเลือกนโยบายที่ตนถนัดและปฏิบัติได้จริง

เครื่องมือในการพัฒนา คือ สิ่งหรือกิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาเพื่อดำเนินงานตามนโยบายหรือแนวทางในการปฏิบัติซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจำเป็นต้องเข้าใจข้อจำกัดของชุมชน เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณ และเวลา ข้อจำกัดในด้านการจัดการหรือการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ข้อจำกัดในเรื่องขอบเขตของกฎหมาย ข้อจำกัดในด้านอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ เพราะข้อจำกัดเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ดีกรอบประเภทและลักษณะของเครื่องมือในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม

การกำหนดและจัดหางบประมาณควรเป็นหน้าที่ของผู้บริหารท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนหรือองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่มีนโยบายในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้ งบประมาณจำเป็นต้องสอดคล้องไปตามประเภทและลักษณะของเครื่องมือในการพัฒนา นอกจากนี้ กลุ่มต่างๆ ที่กำหนดและจัดหางบประมาณต้องแสดงต่อสาธารณชนอย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ในเรื่องจำนวนเงินงบประมาณ แหล่งงบประมาณ และแนวทางการใช้เงินงบประมาณ

การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่ต้องปฏิบัติเป็นระยะ และอย่างต่อเนื่อง เพราะจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มรู้ว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด รวมทั้งสามารถช่วยหาแนวทางแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนได้ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานควรเป็นหน้าที่ของกลุ่มที่รับผิดชอบการวางแผนและการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน ซึ่งจำเป็นต้องรายงานผลการดำเนินงานและการประเมินผลต่อสาธารณชนในชุมชนให้ทราบอย่างชัดเจนและทั่วถึง เพื่อกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน และ ร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้มีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการวางแผน และการดำเนินงานในครั้งต่อไป

กลยุทธ์ที่ 3: การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แม้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด แต่หากเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความถนัดของชุมชน ก็จะมีผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่บรรลุวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ เครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรกำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิจัยด้านการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการและความสามารถในการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีความชัดเจนและหลากหลายซึ่งควรประกอบด้วย 5 เครื่องมือ ได้แก่ การกำหนดตัวชี้วัดระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนด มาตรฐานสิ่งก่อสร้าง และการพัฒนาคนท้องถิ่น หากเครื่องมือมีความชัดเจน หลากหลาย และสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา

ดัชนี (Indicator) หมายถึง สิ่งที่บ่งชี้วัด หรือสะท้อนสภาพหรือสถานการณ์ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของชุมชน ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงลบของพื้นที่เพื่อทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตระหนักถึงปัญหาและสามารถวางแผนแก้ไขหรือจัดการกับปัญหาได้ทันท่วงที นอกจากนี้ ดัชนีสามารถสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงบวกที่ชุมชนต้องการให้เป็นหรือเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถติดตาม และตรวจสอบได้ว่า

แผนโครงการหรือกิจกรรมที่ดำเนินไปนั้นทำให้การท้องเกี่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ การกำหนดดัชนีให้เป็นไปในทิศทางใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของ แผนพัฒนาการท้องเกี่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ตัวอย่างเช่น ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่ป้องกันไม่ให้ เกิดเชิงลบดัชนีที่กำหนดขึ้นมาก็ควรชี้ให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลงเชิงลบหรือปัญหาที่กำลังขยายตัวเข้าสู่ระดับสูงสุดที่ชุมชนยอมรับได้ (Limit of Acceptable Change: LAC) ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเห็นว่าต้องจัดทำแผนหรือกิจกรรมในด้านใดบ้างเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วนก่อนที่จะสายเกินไป ในทางตรงกันข้าม ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นต้นแบบแหล่งท้องเกี่ยวเชิงวัฒนธรรม ดัชนีควรแสดงให้เห็นถึงสภาพเชิงบวกหรือประสิทธิผลของการพัฒนาที่ต้องการให้เกิดขึ้นหลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อให้ทุกกลุ่มทราบว่าแผนนั้นมีแนวโน้มที่จะบรรลุวัตถุประสงค์มากขึ้นเพียงใดและสามารถปรับเปลี่ยนในระหว่างการทำงานได้อย่างเหมาะสม (นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย, 2554)

ดัชนีที่กำหนดขึ้นไม่ว่าสะท้อนสภาพเชิงลบหรือเชิงบวกจำเป็นต้องสะท้อนให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลง 3 ด้าน ด้านเศรษฐกิจของคนท้องถิ่นซึ่งมีผลต่อความเป็นอยู่ และสภาพสังคมของชุมชน ด้านสังคมและวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วย ความร่วมมือและการช่วยเหลือเกื้อกูลของคนในชุมชน ความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การอนุรักษ์และคงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนในชุมชน และสุดท้ายสะท้อนให้เห็นสภาพด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ความสะอาด รวมทั้งความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยของคนในชุมชน หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มร่วมกันกำหนดและเข้าใจดัชนีอย่างชัดเจนและตรงกัน ก็จะตระหนักและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท้องเกี่ยวได้อย่างทันเหตุการณ์ รวมทั้งสามารถบรรลุและวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาอย่างถูกต้อง (นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย, 2554)

การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท้องเกี่ยว

ชุมชนหลายแห่งได้ใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท้องเกี่ยว แต่ในขณะเดียวกันก็ได้รับเชิงลบจากการท้องเกี่ยว เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมในพื้นที่มากจนเกินไป จึงก่อให้เกิดความไม่พอเพียงในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และแรงงาน รวมทั้งก่อให้เกิดมลภาวะทางทัศนวิสัยและสิ่งแวดล้อมด้วยเหตุนี้ การสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท้องเกี่ยวกับระดับการใช้ทรัพยากร โดยการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท้องเกี่ยว จึงเป็นเครื่องมือสำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการท้องเกี่ยวเชิงวัฒนธรรม (เทิดชาย ชวยบำรุง, 2550)

การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวครอบคลุมเรื่อง การกำหนดจำนวน และระดับความหนาแน่นของกลุ่มคนที่เข้าชมพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดความถี่ในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งหรือแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งการกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่เชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่ นิยมใช้เกณฑ์ 2 เกณฑ์ต่อไปนี้เพื่อกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวคือ การกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น (Relative Visitor Density- RVD) และ การกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ (Limits of Acceptable Change- LAC) (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550)

การกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าจะมีนักท่องเที่ยวกี่คน ต่อจำนวนคนท้องถิ่น 1 คน ภายในหนึ่งปี ซึ่งมีสูตร ดังนี้ $RVD = Nt / Nr$ เมื่อ RVD คือ ความหนาแน่นของผู้มาเยือนในเชิงสัมพันธ์กับความหนาแน่นของคนท้องถิ่น Nt คือ จำนวนของผู้มาเยือน (Visitor) ต่อปี Nr คือ จำนวนทั้งหมดของผู้อาศัยในท้องถิ่น (Saleem, 1994)

ตัวอย่างของการคำนวณตามสูตรดังกล่าว เช่น ชุมชนมีประชากรประมาณ 350,000 คน และจำนวนนักท่องเที่ยว 800,000 คนต่อปี คิดเป็นอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่นเท่ากับ 2.28 : 1 (Saleem, 1994)

การที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากกว่าคนท้องถิ่นจะทำให้มีการนำวัตถุดิบ สิ่งอำนวยความสะดวก และสินค้าจากภายนอกเข้ามาในพื้นที่เพื่อตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากการนำเข้าสินค้าเหล่านี้มุ่งเน้นเพื่อธุรกิจมากจนเกินไป จะส่งต่อค่านิยมและวิถีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น รวมทั้ง ก่อให้เกิดปัญหาการอพยพแรงงานมาจากนอกท้องถิ่นด้วย ซึ่งจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมในอนาคตได้ นอกจากนี้ คนท้องถิ่นมีโอกาสดูซึมซับรับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวโดยผ่านการพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแต่งกาย และการลอกเลียนแบบพฤติกรรม หากจำนวนนักท่องเที่ยวมีมากและกระจายไปทั่วชุมชน ก็มีความเป็นไปได้ว่า วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวจะแพร่หลายในพื้นที่และอาจครอบงำวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ในที่สุด ด้วยเหตุนี้ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงใช้เกณฑ์นี้ในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อควบคุมอิทธิพลทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อัตราส่วนจะมีค่าเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550)

ระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ หมายถึง วงจำกัดการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์หรือสภาพด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งกระบวนการกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงของสแตนเคย์ (Stankey, 1985) เป็นวิธีการหนึ่งที่นักพัฒนาการทองเที่ยวนิยมใช้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีขั้นตอนต่อไปนี้

1. จัดการประชุมหรือประชาพิจารณ์เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของชุมชนร่วมกันกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ที่จะพัฒนาระดับ การพัฒนานโยบาย และกฎระเบียบในการพัฒนา ซึ่งทุกประเด็นต้องเหมาะสมกับระบบนิเวศ สังคม และ วัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ กำหนดอย่างชัดเจนว่าจะไม่อนุญาตให้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้าง

2. กำหนดดัชนีเชิงลบของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่สามารถสะท้อนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทราบว่า ถ้าเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำหนดไว้เกิดขึ้นจริงทุกกลุ่ม ต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือจัดการเชิงลบ ณ ตอนนั้นอย่างทันที

3. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทบทวน รูปแบบและลักษณะกิจกรรม รวมทั้งดัชนีชี้วัดว่าบรรลุความประสงค์ของทุกฝ่ายและป้องกันปัญหาได้จริงหรือไม่

4. ระบุทางเลือกในการปฏิบัติงานที่จะให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นไปตามข้อจำกัดการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ รวมทั้งคิดต้นทุนของการปฏิบัติงานในแต่ละทางเลือก ต้นทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพียงเงินและเวลาที่ใช้ไป แต่รวมถึงผลเสียทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการยกเลิกหรือการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่าง จากนั้น ทุกกลุ่มจะต้องเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการกำหนดขีดความสามารถ และปฏิบัติตามทางเลือกที่กำหนดไว้ รวมทั้งใช้เครื่องมือ “การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง” “การพัฒนาคนท้องถิ่น” และ “การตลาด” ก็จะทำให้การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง

แม้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหลักการที่มุ่งเน้นอนุรักษ์ลักษณะที่แท้จริง และความดั้งเดิมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องมีสิ่งก่อสร้างบางประการเพื่อการ คมนาคมขนส่ง ความสะดวก และความปลอดภัยของทั้งคนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว แต่หากสิ่งก่อสร้างมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับสภาพสังคม วัฒนธรรม

และธรรมชาติของพื้นที่ก็จะทำลายภูมิทัศน์ของพื้นที่ ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจต่อสิ่งที่พบเห็น และอาจมีผลต่อความปลอดภัยของคนในชุมชน รูปแบบสิ่งก่อสร้างในชุมชนไม่ว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกจึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์ วัฒนธรรม ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของท้องถิ่น การยอมรับ และความสามารถในการจัดการของคนท้องถิ่น รวมทั้งความต้องการและรูปแบบกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมาตรฐานสิ่งก่อสร้างในชุมชนหรือพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่ครอบคลุม 4 ด้าน คือ ความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้าง ความสูงของสิ่งก่อสร้าง รูปแบบสถาปัตยกรรม และการจัดการภูมิทัศน์ (Inskeep Edward, 1991)

ความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้าง หมายถึง จำนวนอาคารที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนหรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะมีความหนาแน่นเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับกฎหมาย การยอมรับของท้องถิ่น วัฒนธรรม ลักษณะทางธรรมชาติ ความเปราะบางทางระบบนิเวศขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมทั้งนโยบายและวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน อย่างไรก็ตาม การกำหนดความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้างอาจใช้หลักการพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อน คือ คิดเป็นอัตราส่วนระหว่างพื้นที่ที่มีสิ่งก่อสร้างต่อพื้นที่ทั้งหมด โดยส่วนใหญ่จะอนุญาตให้พื้นที่มีสิ่งก่อสร้างคิดเป็น 25% ของพื้นที่ทั้งหมดหรือ 1:4 ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไปในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะและระดับของการพัฒนาที่เป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม (Inskeep Edward, 1991)

ความสูงของสิ่งก่อสร้าง ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ การยอมรับของคนท้องถิ่นที่อาศัยรอบๆ สิ่งก่อสร้างนั้น และความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ความสูงของสิ่งก่อสร้างต้องไม่บังหรือมีความสูงเกินกว่าสภาพพื้นดินจะทนรับได้ เพราะอาจมีผลต่อความปลอดภัยของคนท้องถิ่นที่อาศัยรอบๆ ด้วยเหตุนี้ นักพัฒนาชุมชนจึงกำหนดความสูงของสิ่งก่อสร้างให้เหมาะสมกับลักษณะของพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่ที่ยังคงมีความเป็นธรรมชาติ สิ่งก่อสร้างจะถูกกำหนดให้มีความสูงเพียง 1 หรือ 2 ชั้น รวมทั้งต้องมีพื้นที่โล่งที่กว้างมากและมีการจัดภูมิทัศน์ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมของพื้นที่ ส่วนในพื้นที่ที่เริ่มมีการใช้ที่ดินมากขึ้นแต่ยังจำเป็นต้องรักษาสภาพธรรมชาติของเดิมไว้ให้มากที่สุด สิ่งก่อสร้างที่ อาจถูกกำหนดให้มีความสูงที่สุดได้ถึง 4 ชั้น อย่างไรก็ตาม สิ่งก่อสร้างที่มีความสูงเกิน 4 ชั้น ถูกกำหนดให้สร้างขึ้นได้ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาแบบเมืองเท่านั้น (Inskeep Edward, 1991)

รูปแบบสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง จำเป็นต้องสอดคล้องกับรูปแบบสถาปัตยกรรมเดิมของท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และเพื่อป้องกันมลภาวะทางทัศนวิสัยที่เกิดจากความขัดแย้งทางสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้างใหม่และสิ่งก่อสร้างเก่า นอกจากนี้ รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิมของพื้นที่ยังเหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศได้ดีกว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมใหม่ เพราะคนท้องถิ่นย่อมรู้จักลักษณะภูมิประเทศของตนดี และสามารถสร้างสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่สอดคล้องหรือทนกับสภาพ ภูมิอากาศได้ อย่างไรก็ตาม หากพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่นที่เด่นชัด หรือรูปแบบสถาปัตยกรรมเดิมไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้งาน หลักเกณฑ์การออกแบบสิ่งก่อสร้างก็อาจปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน แต่ยังจำเป็นต้องมีรูปแบบที่สอดคล้องกับภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากรูปแบบสิ่งก่อสร้าง วัสดุสิ่งก่อสร้างเป็นอีกปัจจัยที่ต้องพิจารณาส่งเสริมใหม่ควรสร้างด้วยวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพราะจะทำให้กลมกลืนกับสิ่งก่อสร้างเก่า และวัสดุที่ใช้อยู่ในท้องถิ่นอาจมีความเหมาะสมกับภูมิอากาศมากกว่าวัสดุจากท้องถิ่นอื่น นอกจากนี้การใช้วัสดุ ก่อสร้างที่มีอยู่หรือสามารถผลิตได้ในพื้นที่นั้นจะช่วยทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัสดุลดลง อย่างไรก็ตาม หากชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวกำลังเผชิญปัญหาความขาดแคลนวัสดุท้องถิ่น หรือการนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้ในการก่อสร้างจะมีผลเสียต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือสร้างสิ่งก่อสร้างในชุมชนก็ไม่ควรจะนำวัสดุท้องถิ่นดังกล่าวมาใช้ แต่ใช้วัสดุทดแทนที่มีความคล้ายคลึงกับวัสดุท้องถิ่น (Inskeep Edward, 1991)

ภูมิทัศน์ของพื้นที่ หมายถึง ลักษณะของพื้นที่ที่ปรากฏ ณ ช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง และสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการทางนิเวศ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีของพื้นที่นั้น (Motloch, 2001) การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของพื้นที่โดยขาดการวางแผนและการจัดการที่ดีจะทำให้ลักษณะของพื้นที่ขาดความเป็นดั้งเดิม และอาจเปลี่ยนระบบนิเวศของพื้นที่ได้ ดังนั้นการจัดการภูมิทัศน์ที่ดีต้องอยู่บนหลักการของการสร้างความสมดุลระหว่างความดึงดูดใจ การรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแบบยั่งยืน การใช้ภูมิทัศน์เดิมให้มากที่สุด รวมทั้งความกลมกลืนกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ การจัดการภูมิทัศน์ไม่ได้หมายถึงเพียงแต่การออกแบบภูมิทัศน์ให้สวยงามและมีประโยชน์ในการใช้งาน แต่ยังรวมถึงการจัดระเบียบและการซ่อมบำรุงภูมิทัศน์ของพื้นที่อีกด้วย (Motloch, 2001)

การควบคุมให้สิ่งก่อสร้างต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นไปตามมาตรฐานของสิ่งก่อสร้างจะช่วยรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และความ

ปลอดภัยของชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความน่าอยู่ นอกจากนี้ การที่ชุมชนมีสิ่งแวดล้อมที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ และมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจะยิ่งทำให้ชุมชนมีความน่าดึงดูดใจและเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว มากยิ่งขึ้น (Motloch, 2001)

การพัฒนาคนท้องถิ่น

จุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในทุกด้านและทุกกระบวนการของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม หากคนท้องถิ่นขาดข้อมูล ประสบการณ์ และทักษะที่เกี่ยวกับการพัฒนาหรือการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะทำให้คนท้องถิ่นไม่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดปัญหา วางแผน ดำเนินงานและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาคนท้องถิ่นโดยการอบรมให้ความรู้และประสบการณ์จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในทุกด้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตน เกิดความภาคภูมิใจและใช้มรดกทางวัฒนธรรมในทิศทางที่ยั่งยืน (นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย, 2553)

แม้ว่าข้อมูลและความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครอบคลุมหลากหลายเรื่อง แต่การอบรมคนท้องถิ่นนั้นควรครอบคลุมเนื้อหาความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงและทันต่อสถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วย “พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism Dynamics) “กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนา” “การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก” และ “การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism Interpretation) (นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย, 2554)

พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ และหลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าใจพลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็จะเข้าใจว่าแต่ละฝ่ายมีความสัมพันธ์และต่อกันอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจสาเหตุของปัญหา และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมทั้งหาแนวทางในการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้ดีขึ้น (นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย, 2554)

กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนา เป็นความรู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และทุกระดับต้องเข้าใจ เพราะจะทำให้ทุกกลุ่มมีความอดทนมากขึ้นที่จะรอให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพัฒนาไปอย่างช้าๆ แต่เป็นตามขั้นตอน นอกจากนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถบูรณาการ ความรู้ด้านการวางแผนและเครื่องมือพัฒนากับความรู้หรือความชำนาญของท้องถิ่น เพื่อตัดสินใจ วางแผน และกำหนดเครื่องมือการพัฒนาได้อย่าง

มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย, 2554)

การจัดการการเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เป็นความรู้อีกหมวดหนึ่งที่สำคัญเพราะจะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนธุรกิจหรือเป็นเจ้าของธุรกิจได้เอง โดยที่ไม่ต้องอาศัยความรู้และบุคลากรจากเมืองหรือต่างประเทศ คนท้องถิ่นจะได้รับผลประโยชน์โดยตรง การรื้อไหลทางเศรษฐกิจก็จะลดลง มีผลทำให้คนท้องถิ่นห่วงหาพันพพยากรของตนและร่วมมือกันมากยิ่งขึ้นเพื่ออนุรักษ์หรือพัฒนาทรัพยากรในชุมชนให้มีความยั่งยืนสำหรับคนรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นต่อไป (นุชนารถ รัตนวงศ์ชัย, 2554)

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็คือ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวให้มีเอกลักษณ์ดั้งเดิม เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างสม่ำเสมอ แม้จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องเป็นผลกระทบน้อยที่สุด จึงคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้ยาวนานที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมายของนักท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) ให้ความหมายของ “นักท่องเที่ยว” ไว้ดังนี้ (กอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556)

1. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้น ผู้มาเยือนจึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ
2. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง
3. นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว

ชิดจันทร์ หังสุต (2542) แบ่งความมุ่งหวังของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. ความมุ่งหมายในทางกายภาพ คือ มุ่งเดินทางเพื่อการพักผ่อนทางร่างกาย การแสดงกีฬา การสนุกสนานชายหาด การพักผ่อนใจในไนต์คลับ และการรักษาสุขภาพโดยตรง อาจเป็นคำสั่งของแพทย์หรือคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการรักษาตัว เช่น การอาบน้ำแร่เพื่อรักษา เป็นต้น

2. ความมุ่งหวังในทางศิลปวัฒนธรรม ผู้เดินทางต้องการจะหาความรู้เกี่ยวกับประเทศนั้นๆ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นิทานพื้นบ้าน การเต้นรำ การเขียนภาพ ศาสนา กิจกรรมวัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ

3. ความมุ่งหวังในมิตรภาพของผู้เดินทางประสงค์ที่จะเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหนีความจำเจ หนีไปจากครอบครัว และเพื่อนบ้าน หรือเพื่อคบเพื่อนใหม่ๆ

4. ความมุ่งหวังทางฐานะ และชื่อเสียงเกียรติยศ ต้องการพัฒนาบุคลิกส่วนตัว เช่น การไปประชุม ไปธุรกิจ ไปศึกษาต่อ ไปเพื่อให้ได้ปริญญาบัตร และสนใจในด้านอาชีพ หรือวิชาชีพอื่นๆ ที่ต้องการจะเรียนรู้

ความหมายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ดารา ทีปะปาล (2542) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ และยังเป็นปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการรับใช้สินค้าและบริการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) รวมไปถึงเป็นขั้นตอนการตัดสินใจสำหรับการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการตัดสินใจ (Engle, Blackwell Roger D และ Miniard Paul W, 1990) และเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่คาดว่าสินค้าหรือบริการนั้น จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2548)

จรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2551) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของเขา คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 07s ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets and Operations ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถค้นหาคำตอบได้จากคำถาม 6Ws และ 1H โดยผู้วิจัยได้นำมาสรุปดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)

2. นักท่องเที่ยวซื้อหรือใช้บริการอะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ทำให้ทราบถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการซื้อ (Object) หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

หรือบริการที่ต้องการ (Product or Service)

3. ทำไมนักทองเที่ยวจึงซื้อหรือใช้บริการ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ที่นักทองเที่ยวซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสนองความต้องการทางด้านร่างกายและด้านจิตใจซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ (Who participates in buying?) เป็นคำถามที่ทราบถึงบทบาทขององค์การ (Organizations) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5. นักทองเที่ยวหรือใช้บริการเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงเดือนใดของปี เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง

6. นักทองเที่ยวซื้อหรือใช้บริการที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงแหล่ง หรือช่องทางที่ผู้บริโภคไปซื้อหรือเลือกใช้บริการ

7. นักทองเที่ยวซื้อหรือใช้บริการอย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations or buying process) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาหรือความต้องการ การประเมินผลพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการซื้อ

ตาราง 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

แสดง 7 คำถามเพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมนักทองเที่ยว

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

คำถาม (6Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ 7s
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์
2. นักทองเที่ยวซื้อหรือใช้บริการอะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่นักทองเที่ยวต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือ คุณสมบัติบริการ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าของคู่แข่ง
3. ทำไมนักทองเที่ยวซื้อหรือใช้บริการ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อทั้ง -ปัจจัยสิ่งแวดล้อม -ปัจจัยภายใน -ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ (Who participates in buying?)	กลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้
5. นักทองเที่ยวซื้อหรือใช้บริการเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใด หรือช่วงฤดูกาลใดของปี

6. นักท่องเที่ยวซื้อหรือใช้บริการที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทาง หรือแหล่งที่ผู้บริโภคไป ทำการซื้อขาย เช่น ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก
7. นักท่องเที่ยวซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจ ได้แก่ 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ



รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง กล่าวคือการแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ นักเดินทาง (Travelers) นักท่องเที่ยว นั่นคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น (กอบกาญจน์ เจริญทอง, 2556) สอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ว่ารูปแบบพฤติกรรมดังกล่าวนี้ จะสามารถแบ่งตามประเภทของนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบมุ่งหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมหืมความจำเจในชีวิตประจำวันของตน
3. นักท่องเที่ยวแบบมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปจังหวัดอุทัยธานี ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้น้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของจังหวัดอุทัยธานี
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น อีกทั้งมีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการพึ่งตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น โดยจะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ ก็จะพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ฉัตรพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ, 2545)

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือกว่า 1 พันล้านคน ผู้ที่สามารถมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น

2. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการการท่องเที่ยวในด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยว เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการจองตั๋วในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว รถ รถไฟ เรือ การสำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความความสะดวกสบายรวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

3. ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ได้แก่ ปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลัก คือ การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอล ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ ที่นักแสวงบุญนิยมเดินทางไปเยี่ยมชม แต่ก็เกิดปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัย ความไม่สะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่า นักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) ได้แก่ ปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและบ่งบอกถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชนชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายต่างๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้าม

หากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่พื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

5. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor) ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดธรรมเนียมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

Swarbrooke J และ Horner S. H (1999) แบ่งปัจจัยที่เลือกใช้บริการ ในการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบ่งย่อยออกมาได้ 4 ประเภท คือ สถานการณ์ ความรู้ ประสบการณ์ ทัศนคติ และการรับรู้ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลประเภทต่างๆ มีรายละเอียดให้พิจารณาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1. สุขภาพ เป็นสิ่งแรกที่จะบอกได้ว่าความต้องการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ สุขภาพที่กล่าวถึงนี้ หมายถึงทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต มนุษย์มีการดูแลตนเองที่ดีขึ้น มีอาหารดี การแพทย์ก้าวหน้า ทำให้เราสามารถต่อสู้กับโรคได้มากกว่าอดีต แต่ในขณะเดียวกันการทำงานที่เคร่งเครียดก็เป็นสิ่งที่บั่นทอนสุขภาพ รวมถึงสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป มลพิษที่เพิ่มสูงขึ้น โรคภัยที่เกิดขึ้นใหม่ เป็นสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเดินทาง ทั้งที่เกิดจากสุขภาพดีและสุขภาพที่ไม่ดี ตัวอย่างของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือการไปในสถานที่ที่เหมาะสมต่อการฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น 2. รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญ เริ่มตั้งแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่จนกระทั่งถึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว การศึกษาการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มักใช้รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมการจ่ายของนักท่องเที่ยว (Davies, 1992) อธิบายว่า การพิสูจน์จากการใช้ข้อมูลการสำรวจรายจ่ายของครอบครัวในสหราชอาณาจักร พบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับรายได้ในทุกกลุ่มรายได้ของประชากร มีความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม รายได้ประจำเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการคาดการณ์การท่องเที่ยว และการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคล	
สถานการณ์ สุขภาพ รายได้ เวลาพักผ่อน ภาระงาน ภาระครอบครัว การมีรถ	ความรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง ตัวเลือก ราคาของตัวเลือก
ทัศนคติและการรับรู้	ประสบการณ์
จุดหมายปลายทาง มุมมองทางการเมือง ความชอบส่วนตัว ความกลัว ความหมายของความคุ้มค่า การจูงใจ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ประเภทของการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทาง ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอจากแต่ละธุรกิจ การเดินทางคนเดียว/กลุ่ม การซื้อแบบมีส่วนลด

ภาพ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ที่มา Swarbrooke J และ Horner S. H (1999)

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 ปัจจัยทางการเมือง เกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระเบียบเกี่ยวกับคนเข้าเมือง การขออนุญาตเข้าประเทศ การก่อการร้าย นโยบายภาษี โดยเฉพาะภาษีสนามบิน ภาษีนักท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่อิทธิพลกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว อิทธิพลของปัจจัยทางการเมืองต่อการท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจนในเหตุการณ์ 11 กันยายน พ.ศ. 2544 การก่อการร้ายในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ WTO ลดการประมาณการณ์การเติบโตของการท่องเที่ยวลง

2.2 เศรษฐกิจ เป็นอีกปัจจัยภายนอกที่สำคัญ จะเห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวมากในยุคที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู เกาหลีใต้เป็นประเทศที่พัฒนาเศรษฐกิจหลังสงครามเกาหลี ในปี ค.ศ. 1950-1953 ได้อย่างรวดเร็วจากนโยบายการส่งออก ทำให้ประชาชนมีรายได้ และกลายเป็นประเทศในเอเชีย ที่สร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอันดับต้นในกลุ่มประเทศเอเชีย

2.3 สังคม ในที่นี้รวมถึงวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชนชั้น หรือแบบแผนชีวิต ในสังคมเมือง การท่องเที่ยวเป็นเสมือนสิ่งจำเป็นในชีวิต เปลี่ยนจากทัศนคติเดิมที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย กล่าวว่าแนวโน้มการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นสิทธิที่พึงมีของมนุษย์ทุกคนและมีให้เห็นมากขึ้น โดยเฉพาะในโลกตะวันตก นอกจากปัจจัยปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่กล่าวมาแล้ว กิจกรรมทางการตลาดของ

2.4 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลอีกด้านหนึ่ง คือ ข้อมูลที่มาจากแหล่งเชิงพาณิชย์ (Commercial sources) สื่อสาธารณะ (Public sources) หรือจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก (Personal sources) โดยน้ำหนักที่ให้กับแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อีกทั้งสัมพันธ์กับบุคลิกภาพและรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลนั้น

สรุปได้ว่า แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั้นว่าด้วยพฤติกรรมในการใช้ชีวิต การซื้อของจับจ่าย หรือบริโภคบริการต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าในแต่ละครั้งโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ ได้แก่ ความสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากน้อยเพียงใด ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาหรือไม่ ผลลัพธ์และตราห้อยมีความน่าเชื่อถือในระดับไหน ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้นักการประกอบการ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตลาดที่จะต้องนำ มาประกอบการพิจารณาว่างกลยุทธ์ให้กับธุรกิจเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ และต้องการของนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม

ความหมายของการมีส่วนร่วม

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2547) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าหมายถึง กระบวนการรัฐ การทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิและองค์กรอาสาสมัครรูปต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกัน ให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้

ปรัชญา เวสารัชช์ (2548) ได้นิยามความหมายของการมีส่วนร่วมว่า เป็นการที่ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องโดยการใช้ความพยายามหรือทรัพยากรในส่วนของตนต่อกิจกรรมซึ่งมุ่งสู่การพัฒนาชุมชน โดยการมีส่วนร่วมต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังนี้

1. ประชาชนเข้าเกี่ยวข้องในกิจกรรมการพัฒนา
2. ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความพยายามบางอย่างส่วนตัว เช่น ความคิด ความรู้

ความสามารถแรงงาน หรือทรัพยากรบางอย่าง เช่น เงินและวัสดุในกิจกรรมพัฒนา

วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์ (2550) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ให้ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นบุคคล หรือกลุ่มคน ที่เห็นพ้องต้องกันในการเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในการดำเนินงาน โดยมีการร่วมคิด ร่วมลงมือปฏิบัติกัน ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน และร่วมในการติดตาม ประเมินผล

ทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (2547) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้ และกระจายทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพ ทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคม และได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแบ่งออกในรูปของการตัดสินใจในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง

พีรพล ไชยพงศ์ (2549) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่รัฐส่งเสริม ชักนำสนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชน ทั้งในส่วนบุคคล กลุ่มชน ชุมชนสมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้

ลักษณะและรูปแบบของการมีส่วนร่วม

ทานตะวัน อินทร์จันทร์ (2546) ได้กล่าวถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมไว้ 4 ประการ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมในขั้นปฏิบัติการ
3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ณรงค์ วาริชล (2551) กล่าวไว้คือ

1. การมีส่วนร่วมในลักษณะตัวบุคคล ให้ความสำคัญกับปัจเจกบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ
2. การมีส่วนร่วมในลักษณะของกลุ่มขบวนการ ที่มุ่งสร้างพื้นฐานอำนาจจากการสร้างกลุ่มและโครงสร้างภายในหน่วยงาน
3. การมีส่วนร่วมในลักษณะโครงการ ให้ความสำคัญที่การจัดโครงการอันก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมที่ดี เน้นกลุ่มเป้าหมาย การถ่ายทอดระบบเทคนิค ความรู้ การกระจายอำนาจ

สู่ประชาชน

4. การมีส่วนร่วมในลักษณะสถาบัน ให้ความสำคัญในแง่ของการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสถาบัน มีการถ่ายทอดหรือขยายโครงการสร้างอำนาจของกลุ่มผลประโยชน์และชนชั้นทางสังคม

5. การมีส่วนร่วมในลักษณะนโยบาย เน้นเรื่องหลักการยอมรับการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้เสียเปรียบในสังคม และนำมากำหนดนโยบายและแผนงานระดับชาติ

ยุพิน ระพีพันธุ์ (2544) ได้ทำการศึกษาแบบของการมีส่วนร่วมและแบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมร่วมในการประชุม
2. การมีส่วนร่วมในการออกเงิน
3. การมีส่วนร่วมในการเป็นกรรมการ
4. การมีส่วนร่วมในการเป็นผู้นำ

ธนวัฒน์ คากีลานนท์ (2550) ได้อธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมโดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การริเริ่มตัดสินใจ การดำเนินการตัดสินใจ และการตัดสินใจเพื่อที่จะลงมือปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุนทางด้านทรัพยากรการทองเที่ยว การเข้าร่วมในการบริหารงาน และในการประสานขอความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคมและผลประโยชน์ทางส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับการควบคุม และการตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมกันต่อไป

ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

ทานตะวัน อินทร์จันทร์ (2546) ได้ให้ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

1. การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา และพิจารณาแนวทางแก้ไข
2. การตัดสินใจเลือกแนวทางแก้ไข และวางแผนหรือโครงการแก้ไขปัญหา
3. การปฏิบัติการแก้ไขปัญหามาตามแผนและโครงการที่วางไว้
4. การรับประโยชน์จากโครงการ

5. การประเมินผลโครงการ

ฉนวน วุฒินกรมรรักษ์ (2546) ได้จำแนกการมีส่วนร่วมไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นกำหนดความต้องการ
2. ขั้นวางแผนดำเนินการ
3. ขั้นตัดสินใจ
4. ขั้นดำเนินการ
5. ขั้นติดตามผลงาน

นอกจากนี้ ยังได้แบ่งลักษณะการเข้าร่วมไว้ อีก เป็นการร่วมประชุม ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจ ร่วมออกแรง ร่วมออกเงิน วัสดุ อุปกรณ์ ร่วมเป็นกรรมการ (เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง, 2547) ได้แบ่งขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ เป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

ทานตะวัน อินทร์จันทร์ (2546) ได้แบ่งชนิดของการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ชนิด คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ว่าควรทำอะไร)
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วยการสนับสนุนด้าน

ทรัพยากรการบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม

ปรีดา เจษฎาวรางกุล (2550) ได้สรุปปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการรักษาการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 11 ประการ ดังนี้

1. การปฏิบัติตนให้มีความสอดคล้องตามความเชื่อถือพื้นฐาน กล่าวคือ บุคคลและกลุ่มบุคคลจะเลือกแบบวิถีการปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องและคล้ายคลึงกับความเชื่อพื้นฐานของตนเอง

2. มาตรฐานคุณค่า บุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณค่าของตนเอง

3. เป้าหมาย บุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะส่งเสริมป้องกันและรักษาเป้าหมายตน

4. ประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา พฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลบางครั้งมีรากฐานมาจากประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา

5. ความคาดหวัง บุคคลและกลุ่มบุคคลจะประพฤติตามแบบที่ตนคาดหวังว่า จะต้องประพฤติในสถานการณ์เช่นนั้น ทั้งยังชอบปฏิบัติต่อผู้อื่นในลักษณะที่ตนคาดหวังจากผู้อื่นด้วยเช่นกัน

6. การมองแต่ตนเอง บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ซึ่งคิดว่าตนเองสมควรกระทำเช่นนั้น

7. การบีบบังคับ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ด้วยความรู้สึกว่าตนถูกบังคับให้ทำ

8. นิสัยและประเพณี บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ซึ่งเรามีนิสัยชอบกระทำอยู่ในสถานการณ์นั้นๆ

9. โอกาส บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบการปฏิบัติของสังคมโดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและชนิดของโอกาส ซึ่งโครงการของสังคมเอื้ออำนวยเข้ามามีส่วนร่วมกันในการกระทำเช่นนั้นเท่าที่พวกเขาได้รับรู้

10. ความสามารถ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมกันในกิจกรรมบางอย่างที่ตนเห็นว่าสามารถทำในสิ่งที่ต้องการให้เขาทำในสถานการณ์เช่นนั้น

11. การสนับสนุน บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเริ่มปฏิบัติเมื่อเขารู้สึกว่าเขาได้รับการสนับสนุนที่ดีพอให้กระทำการนั้น (ยุพิน ระพีพันธุ์, 2544)

ปรัชญา เวสารัชช์ (2548) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญซึ่งผลักดันให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาชนบท ดังนี้

1. ปัจจัยในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม การปกครองและความปลอดภัย

2. ปัจจัยผลักดันจากบุคคลอื่นๆ โดยเฉพาะผู้นำ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

3. ปัจจัยที่เป็นรางวัลตอบแทนได้แก่ ค่าตอบแทนแรงงาน เงินปันผลจากสหกรณ์ ออมทรัพย์

4. ปัจจัยภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความคาดหวังในประโยชน์ส่วนร่วม ความรู้สึกเกรงใจไม่กล้าปฏิเสธเมื่อถูกชักชวน หรือความรู้สึกว่าเป็นพันธะที่ต้องเข้าร่วม เพื่อให้เกิดความสามัคคี

ณรงค์ วารีชล (2551) พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วม คือ

1. ลักษณะขององค์กร โครงสร้างขององค์กร วัฒนธรรมขององค์กร หากองค์กรมีโครงสร้างใหญ่ ขั้นตอนการปฏิบัติมาก เช่น ระบบราชการ จะเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมได้

2. นโยบายองค์กรที่ขาดความชัดเจน จะทำให้บุคลากรไม่แน่ใจเป้าหมาย แนวทางการปฏิบัติ จึงเกิดความลังเลที่จะเข้าไปมีส่วนร่วม

3. ภาวะผู้นำ ซึ่งถ้าหากว่าผู้นำเชื่อว่าผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นผู้ไม่มีศักยภาพ ไม่มีความก้าวหน้า ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน งานจะสำเร็จได้ต้องควบคุม ภาวะผู้นำประเภทนี้จะเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมได้

4. ลักษณะงาน ซึ่งหากว่างานที่สามารถทำสำเร็จได้ด้วยตัวเอง เช่น งานในห้องทดลองลักษณะงานเช่นนี้จะทำให้บุคลากรไม่เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม

5. ความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ โดยถ้าหากบุคลากรที่มีระดับการศึกษาที่สูงอยู่ในตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบมาก ก็จะแสวงหาการมีส่วนร่วมมากกว่าบุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า และหน้าที่ความรับผิดชอบที่น้อยกว่าด้วย

ณรงค์ วารีชล (2551) กล่าวว่าปัจจัยหลายอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม ได้แก่

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้
7. ระยะเวลาที่อยู่ในท้องถิ่น
8. สถานภาพการทำงาน

อรพรรณ ภมรสวรรณ (2544) ได้กล่าวว่า การที่ประชาชนในชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาใดๆ มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอกชุมชนและปัจจัยภายในชุมชน เช่น แบบแผนการดำเนินชีวิตต่างๆ ความรู้และทัศนคติต่อกิจกรรมนั้นๆ การมีโอกาสและการได้รับการสนับสนุนจากภายนอกนโยบายการพัฒนาของรัฐบาล บทบาทของทางราชการต่อการพัฒนา โครงสร้างทางการเมืองและสังคม เป็นต้น

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม เป็นการที่ประชาชนเป็นผู้สร้างสรรค์กิจกรรมร่วมกันกับนักท่องเที่ยว ในการดำเนินงานพัฒนาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ รวมถึงการแก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งกับประชาชน โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Sustainable Tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ที่กำหนดทิศทางในการจัดการโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนรู้และชุมชน โดยมองว่าการท่องเที่ยวสามารถครอบคลุมทั้ง 5 ด้านพร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นผู้ดูแลจัดการ (วิระพล ทองมา, 2547)

ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

มีนักวิชาการหลายภาคส่วนได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2550) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีดังนี้

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีการผลิตที่พึ่งมาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์
2. ด้านองค์กรชุมชน มีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย รู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. ด้านการจัดการ มีกฎ-กติกากในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเมืองคักรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างความรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับคนในชุมชน สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสารสร้างกับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีการจัดการซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับชาวบ้านอีกทั้งยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

ซูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล (2544) กล่าวถึง การท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าเป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก และของภูมิภาค ซึ่งหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การประดิษฐ์ และจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เทศกาลประเพณี การนำนักท่องเที่ยวชมกระบวนการทางการเกษตร ท่องเที่ยวโดยชุมชนที่หลายประเทศนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จ มีรูปแบบดังนี้

1. การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales) เช่น สินค้าหัตถกรรมอาหารประจำวัน
2. กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Shows) เช่น การฟ้อนรำ การละเล่นพื้นบ้านการแสดงดนตรีเฉพาะชุมชน
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (Village Based Activities) คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการพักผ่อนในหมู่บ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้น

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการทิศทางและรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งมีชาวบ้านที่เป็นเจ้าของชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวต่างๆ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทั้ง ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมวิถีชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดการยั่งยืนสู่ชนรุ่นหลังและเกิดประโยชน์สูงสุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

หลักการทางการเมืองการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน เชื่อมโยงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (2555) จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองว่าชุมชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา จนทำให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเข้ามามีส่วนร่วม เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรมีหลักการร่วมกันดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพิจารณาถึงสภาพของปัญหา ผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น แล้วชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร
2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการ คิด การวางแผน การทำกิจกรรม ติดตาม ประเมินผลเรียนรู้และรับประโยชน์ร่วมกัน
3. ชุมชนต้องการรวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม หรือองค์กร องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อเป็นตัวแทนในการทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมด และดำเนินการทางด้านการกำหนดทิศทางและนโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชน
4. รูปแบบ เนื้อหา และกิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน ความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมืองสังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ
5. มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมกันจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับการดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้
6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว โดยที่สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยวควรมีการเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และเหมาะสมต่อไป
7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีส่วนร่วมกันภายในชุมชน เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน และพิจารณา ร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนนำไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสีงแวดล้อมของชุมชน
9. การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อาชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน
10. องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิติดอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่

การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

กระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

สมบูรณ์ ธรรมลังกา (2556) ในการจัดการท่องเที่ยวหากชุมชนมีความพร้อม และมีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการเข้ามามีบทบาทจัดการการท่องเที่ยวแล้วนั้นผู้นำชุมชนและแกนนำที่หลากหลาย ตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ป่าไม้ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เป็นต้น ร่วมกันประชุมสัมมนาเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเป็นการฝึกกำลังความคิดสร้างสรรค์ ประสานแนวคิดของทุกคนให้เห็นเป็นภาพเดียวกัน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำวิสัยทัศน์ที่ได้มากำหนดเป็นเป้าหมาย เป็นทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป ดังที่ พจนา สวนศรี (2556) ได้กล่าวไว้ว่า

วิสัยทัศน์ มีชุมชนหลายแห่งที่ตัดสินใจเปิดการท่องเที่ยวภายในชุมชนขึ้น และมีการบริหารจัดการโดยชุมชนเอง มีรูปแบบการมองวิสัยทัศน์ 3 รูปแบบดังนี้

1. มองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับคนภายนอกให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อสภาพปัญหาชุมชนที่ประสบอยู่ และหวังว่าจะได้เพื่อนที่เข้าใจร่วมแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน อันเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เพื่อประสานการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาของชุมชนนั้น
2. การท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จำเป็นที่ชุมชนต้องรวมตัวกันเข้ามามีการจัดการให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติอยู่ในกฎกติกาของชุมชน การจัดระเบียบการแบ่งปันผลประโยชน์แก่ผู้คนที่เกี่ยวข้องและผลประโยชน์ในชุมชน การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเอง ทั้งเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบมากเกินไปจนขีดความสามารถที่ชุมชนจะจัดการได้
3. การท่องเที่ยวนั้นเป็นกระบวนการเรียนรู้ระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นการสร้างโอกาสในการฟื้นฟูทางด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสิ่งแวดล้อม โดยมองที่รายได้เป็นเพียงแค่ผลพลอยได้จากกระบวนการในเรียนรู้ท่ามกลางทรัพยากรการท่องเที่ยว

ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบนี้มีพื้นฐานการคิดจากคนในชุมชนเอง ที่มีความภูมิใจใน ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเองที่พร้อมจะสื่อออกไปต่อคนภายนอก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด นอกจากนั้นแล้วชุมชนเองยังต้องการความเข้าใจ ความร่วมมือของนักท่องเที่ยวในการมีความเคารพในกฎกติกาที่ชุมชนร่วมกันสร้างไว้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัฒนธรรม

วีระพล ทองมา (2547) ได้กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมาจากการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ได้มีการจัดทำร่วมกันในชุมชน และนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม ให้มีความชัดเจนมากขึ้นโดยชุมชนจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักอยู่ 4 ประการด้วยกัน คือ

1. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในรูปแบบอื่นๆ ที่ต้องเอื้ออำนวยการเรียนรู้ต่อการกันและกันได้ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไปเยือนชุมชนชาวประมงพื้นบ้านนักท่องเที่ยวควรเกิดการเรียนรู้บทบาทของประมงขนาดเล็กที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งด้วย

2. เพื่อให้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้ชุมชนโดยเฉพาะคนหนุ่มสาวได้เข้าใจในคุณค่าของ วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียม และประเพณีของชุมชนให้กลับฟื้นคืนสภาพได้ต่อไป

3. เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวของคนในชุมชน ที่จะต้องเผชิญต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวแบบเดิม ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการผลกระทบดังกล่าว และจัดระเบียบของชุมชนให้มีความเป็นระบบที่จะทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขต่อไป

4. เพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ถูกต้องของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตกับสาธารณชนภายนอก จะเห็นได้ว่าในมิติของชุมชนไม่ได้มองเรื่องราวได้เป็นเรื่องหลัก ผิดกับในระดับนโยบายการท่องเที่ยวมักจะให้ความสำคัญเรื่องราวได้เป็นอันดับแรก หากเอาคุณค่า วิธีคิดที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในสังคมไทย อันได้แก่ การมีน้ำใจ ความเอื้ออารี ประกอบกับการมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับธรรมชาติความรักในศิลปวัฒนธรรม อันเป็นทุนทางสังคมของคนไทย ก็จะทำให้การริเริ่มและมองการท่องเที่ยวได้ถูกทิศทางยิ่งขึ้น

การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง (2553) กล่าวถึง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมของคนเข้ามาเกี่ยวข้องกับทั้งบุคคลภายในหรือบุคคลภายนอก ดังนั้น ผู้นำชุมชนจะต้องมี ทักษะมีความรู้ในการจัดการอย่างดี เพราะผู้นำชุมชนจะต้องมีความสามารถคาดการณ์ และประเมินว่า “วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร โดยการร่วมกันอภิปราย ระดมความคิดเห็นจากชุมชนให้กว้างขวางจนสามารถสรุปด้วยมติของชุมชนเอง ซึ่งมีองค์ประกอบการประเมินอยู่ 7 ประการด้วยกัน” คือ

1. ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน จะต้องสามารถคิดวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ภายนอกและสภาพปัญหาของชุมชน เพื่อที่จะหาแนวทางที่สามารถแก้ไขได้ถูกต้องและชัดเจน แล้วจะได้กำหนดวัตถุประสงค์และการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องได้

2. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้งหมด เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสิทธิของชุมชน ว่าคนในชุมชนเห็นด้วยหรือไม่อย่างไรในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมชุมชนที่มีต่อการเปิดหมู่บ้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และจะต้องมีวิธีรับมือกับผลกระทบหรือสิ่งที่จะตามมาอย่างไร ด้วยวิธีการใด ใครเป็นผู้เกี่ยวข้องบ้าง และใครมีบทบาทหน้าที่อย่างไร

3. ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วว่า มีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรนั้นๆ แต่ทั้งนี้การดำเนินการขององค์กรต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพราะมีผลประโยชน์ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

4. พิจารณาเพื่อหาความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น หรือของดีของชุมชน เพื่อทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับชุมชน

5. เพิ่มความพร้อมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของการท่องเที่ยว เช่น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะต้องไม่อยู่กับแกนนำของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งแต่ต้องมีการกระจายอย่างทั่วถึง

6. การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อสามารถปรับกระบวนการให้เหมาะสม สอดคล้องยิ่งขึ้น และร่วมแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปด้วย

7. ประสบการณ์และทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะต้องบูรณาการทั้ง ความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ เพื่อความเหมาะสมของการจัดการการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่นั้นๆ

การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557) การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนงานที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน ซึ่งไม่ใช่เป็นเรื่องง่ายเพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวสามารถกำหนด สินค้า และ บริการ ได้ตามความต้องการ จึงทำให้สภาพทางสังคม และวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไป เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเยือนก็จะนำวัฒนธรรมติดตัวมาด้วยนั่นเอง นับว่าเป็นดาบสองคมที่มีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการจะใช้พัฒนา

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่ชุมชนจะเปิดหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยวแล้ว ชุมชนจะต้องรู้ว่า ตัวชุมชนเองมีศักยภาพมากแค่ไหนที่จะรองรับนักท่องเที่ยว หากเปิดแล้วจะมีการจัดการ หรือรับมืออย่างไรสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น หากมีการรับมือที่ดีก็จะทำให้ชุมชน ประสบความสำเร็จในการจัดการการ

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรจะมี กระบวนการการทำงาน ดังนี้ (พจนา สอนศรี, 2546)

ขั้นที่ 1 การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยให้ชุมชนพิจารณาด้านบวกและด้านลบ ของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มที่สนใจเข้าร่วมพิจารณา

ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นการดึงกลุ่มที่สนใจหรือผู้ที่สนใจด้าน การท่องเที่ยวโดยชุมชนและองค์กรต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มอนุรักษ์ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ศึกษาเกี่ยวกับชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้าน เพื่อศึกษาในหัวข้อดังนี้

1. การสำรวจทางกายภาพ

- ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน)
- แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนสร้าง และทรัพยากรธรรมชาติ)
- ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน
- ศึกษาความสัมพันธ์ของคนในชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรในการท่องเที่ยว
- ศึกษากลุ่มต่างๆ ในชุมชนซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาศึกษาหาข้อจำกัด และปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง ขั้นตอนดังกล่าวสามารถทำให้ชุมชนมองเห็นด้านต่างๆ และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และอาจพบว่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงจุดอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องการท่องเที่ยว เลยก็ได้

ขั้นที่ 5 ร่วมกันแก้ไขจุดอ่อน และพัฒนาศักยภาพ อาทิเช่น

1. รวบรวมองค์ความรู้ต่างๆ ซึ่งแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันออกไปโดยจะมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน ชุมชนบางแห่งมีความโดดเด่นระบบ การจัดการนิเวศที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ถูกต้องและเหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนจะต้องร่วมกัน

ตั้งเอกลักษณ์ ให้เห็นร่วมกันก่อนนำสู่การเผยแพร่ออกไป

2. ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง กับระบบนิเวศของท้องถิ่นโดยไม่ทำลายระบบนิเวศดังกล่าว เช่น การปรับเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น

3. มีการปรับปรุงแหล่งที่อยู่พักนอนและความสะอาดภายในชุมชน เพื่อให้เป็นมาตรฐานที่ตกลงร่วมกัน โดยมีการตรวจสอบของคณะกรรมการชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

4. มีการฝึกอบรมบุคลากรเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เห็นความสามารถของคนในชุมชน อีกทั้งชี้ความสามารถของพื้นที่และกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน

ขั้นที่ 6 การวางรูปแบบการจัดการ จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงานหรือใช้องค์กรเดิมแต่มีการเพิ่มหน้าที่และมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีการกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว โปรแกรมและราคา การแบ่งปันผลประโยชน์สู่ชุมชนและชาวบ้าน โดยอาจจะเป็นการสร้างกฎ-กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 7 มีการติดต่อกับหน่วยงานทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เพื่อการรับรู้และช่วยเหลือการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ

ขั้นที่ 8 มีการทดลองในการดำเนินการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชนโดยการเชิญบุคคลที่มีความรู้หรือประสบการณ์ตรงในการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นและมีการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อไปปรับใช้ในอนาคต

ขั้นที่ 9 มีการประเมินผล โดยการประเมินผล อาจแยกออกมาเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมต่างๆ ทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วงๆ ทุกๆ 3-6 เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่องให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ขั้นที่ 10 พัฒนางค์กร

1. การฝึกอบรม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย

2. การศึกษาดูงาน ผู้นำองค์กรที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน อาจจะมีการศึกษาดูงานของชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาปรับใช้ในชุมชนของตนเองในการจัดการท่องเที่ยว

กระบวนการทั้ง 10 ขั้นตอนอาจจะเหมือนกับการทำงานปกติ แต่สิ่งที่ยากและท้าทายอย่างมากคือ เรื่องการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ชาวบ้านไม่คุ้นเคยมาก่อน และไม่มั่นใจว่าตนเองจะทำได้หรือไม่แต่ละคำถามแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการปลุกกระตือรือร้นของคนในท้องถิ่นให้รู้จัก

ท้องถิ่นของตัวเอง เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งมีเจ้าบ้านเป็นเจ้าของชุมชน เป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยว อนุรักษ์ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมวิถีชีวิต เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดการยั่งยืนสู่ชนรุ่นหลังต่อไป

ข้อมูลเกี่ยวกับลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง

ประวัติความเป็นมาของแม่น้ำสะแกกรัง

แม่น้ำสะแกกรังเป็นแม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่านตัวจังหวัดอุทัยธานี โดยแม่น้ำสะแกกรัง มีต้นกำเนิดอยู่ในเทือกเขาโมโกจูในเขตจังหวัดกำแพงเพชร ไหลไปบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยาที่บ้านท่าซุง ตำบลท่าซุง อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีความยาวประมาณ 225 กิโลเมตร แม่น้ำสะแกกรังถือเป็นสายเลือดหลักของจังหวัดอุทัยธานีเลยทีเดียว เรื่องเล่าต่อมาว่า ในสมัยก่อนพ่อค้าล่องเรือผ่านมาจะรู้ได้ว่าถึงบ้านสะแกกรังแล้ว ด้วยต้นสะแกจะออกดอกเล็ก สีเขียวอมเหลืองห้อยลงมาและจากนั้นเมื่อความอุดมสมบูรณ์ก็มีผู้คนมาอาศัยตั้งเรือนแพริมน้ำ เพื่อยู่ออาศัยและเลี้ยงชีพ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

แม่น้ำสะแกกรัง มีหลายชื่อตามท้องถิ่นที่แม่น้ำไหลผ่านคือ

- คลองแม่ไร่ - แม่วัง คือ ช่วงที่ไหลผ่านอำเภอคลองขลุง อำเภอชาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร และอำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ จนถึงเขาชนกัน
- แม่น้ำวังม้า คือ ช่วงที่ไหลผ่านอำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ และอำเภอสว่างอารมณ์ จังหวัดอุทัยธานี
- แม่น้ำตากแดด คือ ช่วงไหลผ่านอำเภอสว่างอารมณ์ อำเภอทัพทัน และอำเภอเมืองอุทัยธานี จนถึงปากคลองชุมทรัพย์

แม่น้ำสะแกกรัง คือ ตั้งแต่ปากคลองชุมทรัพย์หรือคลองอีเต็ง ที่บ้านจักษา อำเภอเมือง หรือตรงปลายแม่น้ำตากแดด ณ จุดที่แม่น้ำตากแดด ไหลมาบรรจบกับคลองชุมทรัพย์ ซึ่งจะเป็นแม่น้ำสองสี แล้วไหลผ่านตัวเมืองอุทัยธานี จากนั้นไหลไปบรรจบแม่น้ำเจ้าพระยาที่อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท ซึ่งมีความยาวจากต้นน้ำถึงจุดที่บรรจบแม่น้ำเจ้าพระยาประมาณ 108 กิโลเมตร (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

วิถีชีวิตชาวแพ ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมาตั้งแต่ช้านานและสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันโดยมีเรื่องราวเล่าต่อมาว่า เมื่อสมัยก่อนมีพ่อค้าล่องเรือมาจะรู้ว่าถึงแม่น้ำสะแกกรังแล้วสังเกตว่ามีแพเรียงรายอยู่ที่ตามชายฝั่งแม่น้ำ เรือนแพที่อยู่สองฝั่งแม่น้ำ

เป็นเรือนแพไม้ค่อมบนแพลูกบวบไม้ไผ่ ชาวบ้านบอกว่า อยู่แพแล้วสบายหน้าร้อนลมเย็น หน้าหนาวตอนเช้าแดดอุ่น ชาวแพเหล่านี้ประกอบอาชีพทำการประมง ในช่วงเช้าหลังจากได้ปลา จะนำมาชำแหละเสียบเป็นแผงผึ่งให้แห้ง ย่างรมควันทำเป็นปลาแห้ง และนำไปขายในตลาด ตามเรือนแพเหล่านี้ยังมีกระชังเลี้ยงปลา ปลาสร้อย ปลาแรดและปลาเทโพ แม่น้ำสะแกกรังถือเป็นเส้นเลือดใหญ่ที่คอยหล่อเลี้ยงชีวิตชาวแพและชาวอุทัยธานีมาตั้งแต่โบราณ ชุมชนชาวแพแห่งแม่น้ำสะแกกรังมีวิถีชีวิตผูกพันสายน้ำที่เหลืออยู่แห่งสุดท้ายในประเทศไทย (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

แม่น้ำสะแกกรังเป็นลำน้ำสำคัญที่ไหลผ่านตัวจังหวัดอุทัยธานี มีเรื่องเล่าต่อกันมาว่า ในสมัยก่อนเมื่อพ่อค้าล่องเรือผ่านมาจะรู้ว่าถึงบ้านสะแกกรังแล้ว ด้วยต้นสะแกจะออกดอกเล็กๆ ช่อยาวสีเขียวมหึ่มเหลืองที่ห้อยลงมาริมน้ำ โดยเฉพาะในเดือนยี่ถึงเดือนสามจะสังเกตเห็นชัดเจน การล่องเรือสัมผัสแม่น้ำสะแกกรัง ชมภาพชีวิตของชาวแพ ซึ่งได้สร้างบ้านคร่อมไว้บนแพลูกบวบไม้ไผ่ และตลอดลำน้ำ เราจะได้เห็นการปลูกพืชผักลอยน้ำ โดยเฉพาะเตยแพและพุทธรักษาที่ชาวบ้านปลูกไว้อย่างมากมาย รวมไปถึงการเลี้ยงปลาในกระชังที่ทำกันทุกแพ และที่ถือว่าเป็นความโดดเด่นของแม่น้ำสายนี้ ได้แก่ ปลาแรดที่มีรสชาติดีกว่าแหล่งอื่นๆ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรจึงมีการทำประมงน้ำจืดจำนวนมาก และในบางฤดูจะมีกุ้งแม่น้ำขนาดใหญ่ให้กับคนท้องถิ่นได้ตกขึ้นมาเป็นอาชีพเสริมมีรายได้ดี (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานอุทัยธานี ศาลากลางจังหวัดอุทัยธานี, 2559)

ตลาดเช้าของอุทัยธานีถือได้ว่าเป็นแหล่งจำหน่ายปลาสดที่น่าสนใจยิ่งนักและระหว่าง การล่องเรือสามารถขึ้นไปชมวิถีการทำปลารมควันที่มีคุณภาพสูงได้อีกด้วย นอกจากสภาพวิถีชีวิตที่ยังคงความงามแล้ว สภาพธรรมชาติตลอดลำน้ำมีทิวทัศน์สองฝั่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักดูนกที่สามารถดูนกได้ตลอดลำน้ำ ประกอบด้วยนกที่หายากหรือน้ำชนิดต่างๆ ทั้งนกกระเต็น นกยาง อีลุ้ม นกอีโง้ง เหยี่ยวขาว ไหล่เทา และอีกมากมายให้ได้ดูใจ ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการล่องแม่น้ำสะแกกรังแนะนำให้ในช่วงเช้าตรู่จะเห็นภาพชีวิตต่างๆ ได้อย่างชัดเจนใช้เวลาทั้งสิ้นประมาณ 1-2 ชั่วโมง (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานอุทัยธานี ศาลากลางจังหวัดอุทัยธานี, 2559)

สภาพภูมิประเทศ

ลุ่มน้ำสะแกกรังตั้งอยู่ทางตอนกลางของประเทศไทย มีพื้นที่ลุ่มน้ำรวมทั้งสิ้น 4,906.53 ตร.กม. พื้นที่ส่วนใหญ่ครอบคลุม 3 จังหวัด ได้แก่ อุทัยธานี นครสวรรค์ และกำแพงเพชร ลักษณะลุ่มน้ำวางตัวตามแนวตะวันตก-ตะวันออก อยู่ระหว่างเส้นรุ้ง

ที่ 14๐25' เหนือ ถึงเส้นรุ้งที่ 15๐08' เหนือ และเส้นแวงที่ 99๐05' ตะวันออกถึงเส้นแวงที่ 100๐05' ตะวันออก ทิศเหนือของกลุ่มน้ำติดกับกลุ่มน้ำปิง ทิศใต้ติดกับกลุ่มน้ำท่าจีน ทิศตะวันตกติดกับกลุ่มน้ำแม่กลอง และทิศตะวันออกติดกับกลุ่มน้ำเจ้าพระยา (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

จังหวัด	พื้นที่จังหวัด (ตร.กม.)	พื้นที่ในเขตลุ่มน้ำสะแกกรัง		ร้อยละของ พื้นที่จังหวัด	ร้อยละของพื้นที่ ในลุ่มน้ำสะแกกรัง
		(ตร.กม.)	(ไร่)		
กำแพงเพชร	8,541.34	504.20	315,124	5.90	10.28
ตาก	17,271.22	0.46	286	0.003	0.01
นครสวรรค์	9,567.04	2,087.17	1,304,484	21.82	42.54
อุทัยธานี	6,621.64	2,314.70	1,446,686	34.96	47.18
รวม		4,906.53	3,066,579		100.00

ภาพ 2 การแสดงพื้นที่ในเขตลุ่มน้ำสะแกกรัง
(มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

วิถีชีวิต

วิถีความเป็นอยู่ของชุมชนเรือนแพ ก็เหมือนกับชุมชนทั่วไป มีผู้นำชุมชนก็คือผู้ใหญ่ ซึ่งองค์ประกอบก็คล้ายคลึงกับชุมชนบนบก ส่วนอาชีพของชาวเรือนแพ ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพทำการประมงน้ำจืด โดยการเลี้ยงปลาในกระชัง ซึ่งก็มีทั้งปลาสวาย ปลาแรด ปลาเทโพ โดยเฉพาะปลาแรดที่เลี้ยงในกระชังของที่นี่ถือว่าขึ้นชื่อเรื่องเนื้อนุ่ม หวาน อร่อยกว่าที่อื่นๆ

นอกจากจะเลี้ยงปลาในกระชังแล้ว ชาวเรือนแพก็ยังจับปลาจากในลำน้ำสะแกกรัง หรือแหล่งน้ำอื่นๆ มาทำเป็นปลาแห้ง ปลาเค็ม แล้วนำไปขายในตลาด เพื่อเป็นรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งส่วนหนึ่งของรายได้เหล่านั้นก็ต้องนำไปซื้อลูกบวบมาซอมแซมแพ เพื่อให้ยังคงลอยอยู่ได้ นอกจากนี้ ในบางพื้นที่ยังมีการปลูกใบเตยไว้ขาย แล้วสำหรับบางคนก็ออกไปหางานทำหรือรับจ้างทำงานจากข้างนอก เพราะในปัจจุบันแม่น้ำน้ำเกิดภาวะแล้งหนักทำให้อาชีพเลี้ยงปลาหรือจับปลาทำได้ลำบากมากขึ้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

ปัญหาและอุปสรรคในการอยู่แพ

ในช่วงหน้าแล้งหรือฤดูร้อนน้ำจะแห้งทำให้เกิดความลำบาก และปัญหาในการอยู่แพ คือต้องดูแลแพของตนไม่ให้เสื่อมสภาพ เรือนแพที่นี่มีเลขที่บ้าน และทะเบียนบ้านรับรองการอยู่อาศัยถูกต้องตามกฎหมาย ในสมัยก่อนมีบ้านเรือนแพอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ในทุกวันนี้มีจำนวนเรือนแพลดน้อยลงไปเรื่อยๆ ก็มาจากปัญหาหลายๆ อย่าง ส่วนหนึ่งก็เพราะยาก

ต่อการดูแลรักษา เนื่องจากปัญหาน้ำท่วม ระดับน้ำที่มีการขึ้นลงอาจจะทำให้ลูกบวบใต้เรือนแพเสียหายได้ ประกอบกับที่ตัวเรือนแพเองก็ทรุดโทรมลงไปตามกาลเวลา ทำให้ชาวเรือนแพต้องเสียค่าใช้จ่ายไปกับการซื้ออุปกรณ์มาซ่อมแซมให้ยังคงสภาพอยู่ได้ และปัจจุบันทางการไม่อนุญาตให้มีการออกทะเลเพื่อบ้านให้เรือนแพที่สร้างใหม่แล้ว (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

ในส่วนของวัสดุที่เป็นไม้ ที่นำมาสร้างและซ่อมแซมเรือนแพก็มีมูลค่าสูงขึ้นเรื่อยๆ จนเรียกได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้ชีวิตอยู่บนเรือนแพนั้นแพงกว่าที่จะขึ้นไปใช้ชีวิตอยู่บนบกเสียอีก นั่นก็เป็นส่วนที่ทำให้ชาวเรือนแพย้ายขึ้นไปอยู่บนบกกันเสียมาก และยังประกอบกับการคุมกำเนิดเรือนแพ ไม่ให้มีการสร้างเพิ่มเติม ปัญหาทั้งหมดนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการสิ้นสุดของชุมชนเรือนแพที่ถือว่าใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งในอนาคตอาจจะไม่มีเหลือให้คนรุ่นหลังสัมผัสอีกแล้วก็เป็นได้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

วิถีชีวิตของคนไทยตั้งแต่ดั้งเดิม ล้วนมีความสัมพันธ์กับสายน้ำอย่างลึกซึ้ง ไม่ว่าจะเป็นการดำรงชีวิต การสัญจรทางเรือและการประกอบอาชีพ เช่นเดียวกับสมาชิกชุมชนชาวแพ จังหวัดอุทัยธานีที่ใช้ประโยชน์จากความอุดมสมบูรณ์ของแม่น้ำสะแกกรังในการประกอบอาชีพกันทั่วครัวเรือน เรือนแพบนสายน้ำเส้นนี้ต่างก็ยึดอาชีพปลูกเตยหอม และเลี้ยงปลาในกระชังกันเป็นส่วนใหญ่โดยเฉพาะปลาแรด ที่สร้างรายได้ และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างมาก (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

คุณศรีวิภา วิบูลย์รัตน์ กล่าวว่า อาชีพย่างปลา ปลาเนื้ออ่อน ปลาสวาย ปลาเทโพ ปลาช่อน ทำเตยไว้เพื่อขาย นำไปทำดอกไม้บ้าง ใบบ้าง ที่เค้าเอาไปทำขนม เลี้ยงปลาด้วยอาหารเม็ด ฝักบุง เวลาไม่สบายก็ให้ยาเป็นธรรมชาติของมัน ใช้ชีวิตอยู่แพมันสบาย พอกินพอใช้ ไม่เดือดร้อน ไม่ต้องไปกู้หนี้ยืมสินใครเขา อยู่ได้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

ลักษณะของเรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง

เรือนแพ หมายถึง เรือนที่สร้างอยู่ในน้ำ อยู่บนแพทั้งหลัง โดยมีลักษณะและส่วนประกอบโดยทั่วไปเหมือนกับเรือนไทยเดิม เพียงแต่การลอยอยู่ในน้ำอาศัยแพที่เป็นท่อนลอยน้ำ เรือนแพจึงแยกได้เป็นสองส่วน คือ ส่วนตัวเรือน และส่วนแพที่เป็นท่อนลอยน้ำ แพเป็นส่วนสำคัญที่รับน้ำหนักของเรือน ส่วนใหญ่จะใช้แพไม้ไผ่ ต่อมาใช้น้ำมัน และวิวัฒนาการเป็นเรือเหล็กหนุ่ย ซึ่งจะคงทนและรับน้ำหนักได้มากกว่า แพไม้ไผ่แบบเดิมซึ่งเป็นไม้ไผ่ที่มัดรวมกันเป็นฟ่อน ถ้าเป็นลูกบวบขนาดเล็ก ฟ่อนหนึ่งจะมี 40-50 ลำ หากเป็นลูกบวบขนาดใหญ่ จะมีประมาณ 60-100 ลำ ลูกบวบจะทำหน้าที่เป็นท่อนให้แพลอยได้เหมือน

เรือใบ แต่ราคาถูกกว่ามาก แต่ในขณะเดียวกันก็มีอายุการใช้งานไม่ยาวนาน เพราะจะถูกคลื่นกระแทกตลอดเวลา เมื่อมีเรือแล่นผ่าน (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

ส่วนลักษณะและโครงสร้างของเรือนแพคล้ายกันกับเรือนไทย ฝ่ามีหลายแบบ เป็นฝากระแซงอ่อน หรือฝาขัดแตะ ซึ่งมีน้ำหนักเบาสามารถเปิดบานกระทุ้งได้ ส่วนด้านสกัดของเรือนเรียกฝาดัง ใช้ไม้กระดานเป็นแผ่นหน้ากว้างตั้งขึ้นเป็นฝา แต่ทำเป็นลิ้นเข้าไม้สนิทเหมือนเป็นแผ่นเดียวกัน แบบจีนพบได้ในเรือนแพส่วนใหญ่ เพื่อป้องกันไม่ให้ขโมยที่อาจมีการพายเรือเข้ามาเทียบแพได้ง่าย หลังจากจะมีการมุงด้วยใบจาก เนื่องจากน้ำหนักเบา และทนต่อการสั่นไหวจากคลื่นได้ ถ้าใช้กระเบื้องจะหนักและร่วงหล่นได้ง่าย (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

เรือนแพทั่วไป มักนิยมทำเป็นเรือนแพ แต่มีขนาดไม่เท่ากัน เรือนใหญ่จะอยู่ด้านนอก เรือนเล็กจะอยู่ด้านใน ริมตลิ่ง คนที่มีฐานะดีหน่อยก็จะปลูกเป็นเรือนแพสามหลังเลยทีเดียว แต่ต่อมาการสร้างเรือนไทยแบบเรือนไทยเดิมนั้นค่อยๆ ลดลง ตามความเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ การปลูกสร้างที่อยู่อาศัย ก็ต้องคำนึงถึงความรวดเร็ว และความประหยัด จึงมีเรือนรูปแบบอื่นมาแทนที่ อีกทั้งในเมืองบางกอก ซึ่งก็กลายเป็นกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน ระบบการคมนาคมทางน้ำก็มีการพัฒนารูปแบบไป มีการคิดค้นเรือหางยาว ที่วิ่งเร็ว เสียงดัง เป็นศัตรูตัวฉกาจของเรือนแพ เพราะผ่านมารวดใด เรือนแพก็มีอันต้องโยกคลอน ชัดเซไปตามแรงคลื่น ประชากรชาวแพทั้งหลายก็จำใจอพยพหนีคลื่น เข้าสู่คลองเล็กคลองน้อย พอนานๆ เข้าก็เริ่มหนีขึ้นฝั่ง ยึดริมตลิ่งนั่นเองเป็นที่ปลูกสร้างกระท่อมริมคลอง (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

การท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง

แม่น้ำสะแกกรังถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม สองฟากฝั่งน่าเพลิดเพลินด้วยบรรยากาศวิถีเรือนแพอันเป็นเอกลักษณ์ สงบงาม มีวัดอุโปสถารามอันเก่าขลังทรงเสน่ห์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ อีกทั้งยังมีป่าไผ่ ต้นไม้ใบหญ้าเขียวขจี ให้ชมกันไปตลอด 2 ฝั่งน้ำ โดยเฉพาะช่วงปลายฝนต้นหนาว ก็จะมีดอกไม้ป่าที่ผลิบานมาให้ยลโฉมกันหลายชนิด ทั้งดอกบวบชมดอกสร้อยไก่ ดอกหงอนไก่ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

กิจกรรมท่องเที่ยวการล่องเรือสัมผัสแม่น้ำสะแกกรังนั้น นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจะได้ชมภาพชีวิตของชาวแพ ซึ่งได้สร้างบ้านคร่อมไผ่บนแพลูกบวบไผ่ และตลอดลำน้ำยังจะได้เห็นการปลูกพืชผักลอยน้ำที่สวยงาม โดยเฉพาะเตยแพ และพุทธรักษาที่ชาวบ้านปลูกไว้อย่างมากมาย รวมไปถึงการเลี้ยงปลาในกระชังที่ทำกันทุกแพ และที่ถือว่าเป็นความโดดเด่นของแม่น้ำสายนี้ ได้แก่ ปลาแรดที่มีรสชาติดีกว่าแหล่งอื่นๆ ด้วยความอุดมสมบูรณ์

ของทรัพยากรจึงมีการทำประมงน้ำจืดจำนวนมาก และในบางฤดูจะมีกุ้งแม่น้ำขนาดใหญ่ให้กับคนท้องถิ่นได้ตกขึ้นมาเป็นอาชีพเสริมมีรายได้ดี (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวยังจะได้ดูนกที่สามารถดูได้ตลอดลำน้ำ ประกอบด้วยนกที่หากินริมน้ำชนิดต่างๆ ทั้งนกกระเต็น นกยาง อีลุ้ม นกอีโง้ง เหยี่ยวขาว ไหล่เทา และอีกมากมายให้ได้ดูชิว ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการล่องแม่น้ำ สะแกกรัง แนะนำให้เป็นช่วงเช้าตรู่จะเห็นภาพชีวิตต่างๆ ได้อย่างชัดเจนใช้เวลาทั้งสิ้นประมาณ 1-2 ชม. และยังมีกิจกรรมมากมายที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำได้ อาทิ ล่องเรือรับประทานอาหาร สัมผัสธรรมชาติที่สดชื่นของแม่น้ำสะแกกรัง พร้อมทั้งสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนเรือนแพสองฝั่งลำน้ำ หรือหากอยากใกล้ชิดให้มากกว่านี้ ก็ยังมีโฮมสเตย์เรือนแพไว้คอยบริการ ให้ลองมาใช้ชีวิตแบบชาวเรือนแพดูได้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)

บริบทพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ประวัติจังหวัดอุทัยธานี

เมืองอุทัยธานีมีหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์ของกรมศิลปากร ยืนยันไว้ว่า เคยเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ เมื่อประมาณ 3,000 ปีมาแล้ว โดยพบหลักฐานยืนยันในหลายพื้นที่ เช่น โครงกระดูกมนุษย์ เครื่องมือหินกะเทาะจากหินกรวด และภาพเขียนในสมัยก่อนประวัติศาสตร์เขาปลาร้า (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดสำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2556)

ตำนานเก่าเล่าว่า ในสมัยสุโขทัยเจริญรุ่งเรืองนั้น “ท้าวมหาพรหม” ได้เข้ามาสร้างเมืองที่บ้านอุทัยเก่า คือ อำเภอหนองฉางในปัจจุบันนี้ แล้วพาคนไทยเข้ามาอยู่ท่ามกลางหมู่บ้านคนมอญ และคนกะเหรี่ยง จึงเรียกว่า “เมืองอุไทย” เรียกชื่อตามกลุ่มหรือที่อยู่ของคนไทย ซึ่งพากันตั้งบ้านเรือนอยู่อย่างหนาแน่น มีพืชพรรณ และอาหารที่อุดมสมบูรณ์กว่าแห่งอื่น ต่อมากระแสน้ำเปลี่ยนทางเดินและเกิดกันดารน้ำ เมืองอุไทยจึงถูกทิ้งร้าง จนในที่สุด “พระตะเปิด” ได้เข้ามาปรับปรุงเมือง อุไทยโดยขุดที่เก็บกักน้ำไว้ใกล้เมือง และพระตะเปิดได้เป็นผู้ปกครองเมืองอุไทยเป็นคนแรกในสมัยกรุงศรีอยุธยา เมืองอุไทย ต่อมาได้เรียกกันเป็น “เมืองอุไทย” คาดว่าเพี้ยนไปตามสำเนียงชาวพื้นเมืองเดิม ได้มีฐานะเป็นหัวเมืองด่านชั้นนอก มีพระพลสงครามเป็นนายด่านแม่กลอง และพระอินทรเดช เป็นนายด่านหนองหลวง (ปัจจุบัน แม่กลอง คือ อำเภออุ้มผาง และหนองหลวง คือ ตำบลหนองหลวง อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก) คอยดูแลพม่าที่จะยกทัพมาตามเส้นทางชายแดนด่านแม่ละเมา ต่อมาในสมัยพระเอกาทศรถ (พ.ศ.2148 – 2163) ได้โปรดให้บัญญัติอำนาจการใช้ตราประจำตำแหน่ง

มีบัญชาการตามหัวเมืองนั้น ได้ระบุในกฎหมายเกาลักษณะพระธรรมนูญว่า “เมืองอุไทยธานี เป็นหัวเมืองขึ้นแก่มหาดไทย” เมืองอุไทยธานี เป็นเมืองที่อยู่บนที่ดอนและลึกเข้าไป ไม่มีแม่น้ำสายใหญ่ และไม่สามารถติดต่อทางเรือได้ ดังนั้นชาวเมืองอุไทยธานี จึงต้องขนข้าวบรรทุกเกวียนมาลงที่แม่น้ำ จึงทำให้พ่อค้าพากันไปตั้งยุ้งฉางรับซื้อข้าวที่ริมแม่น้ำจนเป็นหมู่บ้านใหญ่ เรียกว่าหมู่บ้าน “สะแกกรัง” เนื่องจากเป็นพื้นที่มีป่าสะแกขึ้นเต็มริมแม่น้ำ และมีต้นสะแกใหญ่อยู่กลางหมู่บ้าน (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดอุทัยธานี, 2560)

บ้านสะแกกรัง ชาวจีนได้มีการเรียกเพี้ยนเป็น “ซีเกียกั้ง” เป็นตลาดซื้อข้าวที่มีพ่อค้าคนจีนนิยมไปตั้งบ้านเรือนและยุ้งฉาง ต่อมาในภายหลังได้มีเจ้านายและขุนนางมาตั้งบ้านเรือนอยู่ เพราะความสะดวกในการกะเกณฑ์สิ่งของส่งไปยังเมืองหลวง ซึ่งเป็นจำพวก มูลค่างคาว ไม้ซุง กระวาน และช้างป่า อีกทั้งยังมีช่องทางในการค้าข้าวอีกด้วย (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2560)

ปี พ.ศ. 2376 ข้าราชการชาวกรุงเทพฯ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้เป็น พระยาอุไทยธานี เจ้าเมืองอุไทยธานี ในสมัยนั้นได้เห็นว่า บ้านสะแกกรังเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และได้มีผู้คนอพยพเข้ามาอยู่กันอย่างเป็นจำนวนมาก อีกทั้งเป็นสถานที่ที่ชาวอุไทยธานีติดต่อค้าขายข้าว และไม้ซุงกับพ่อค้าที่นั่นมานาน จึงคิดตั้งบ้านเรือนเพื่อทำการค้าขาย ประจวบกับเวลานั้น เจ้าเมืองไชยนาทที่เป็นเพื่อนกัน จึงขอมาตั้งบ้านเรือนที่ริมแม่น้ำสะแกกรัง เนื่องจากผู้คนมาติดต่อราชการและมาค้าขายกันจำนวนมาก เนื่องจากเจ้าเมืองไม่กล้าขึ้นไปเมืองอุไทยธานี เก่า อ้างว่ากลัวไข้ป่า จึงเป็นเหตุให้พากันอพยพมาอยู่กันมากขึ้น

ปี พ.ศ. 2391 ได้มีการแบ่งเขตดินแดนของเมืองอุไทยธานี และเมืองไชยนาทโดยมีการตัดเขตบ้านสะแกกรังทางฝั่งคลองปากทิดใต้ ตั้งแต่ท้ายบ้านสะแกกรังไปจดยังเมืองอุไทยธานี เก่า และมีการโอนที่จากเมืองไชยนาท เป็นของเมืองอุไทยธานี ดังนั้นเมืองอุไทยธานี จึงได้ตั้งอยู่ที่ปลายสุดเขตแดนเมืองมโนรมย์ ข้างใต้บ้านลงมาค้ำน้ำหนึ่งก็เป็นดินแดนเมืองไชยนาท

ปี พ.ศ. 2441 เมืองอุไทยธานี ขึ้นกับมณฑลนครสวรรค์ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 ได้เปลี่ยนเป็นขึ้นกับมณฑลอยุธยา สุดท้ายมีการประกาศเลิกมณฑลปี พ.ศ. 2476 และกำหนดให้จังหวัดเป็นหน่วยปกครองส่วนภูมิภาคต่อไป

อาณาเขต

จังหวัดอุทัยธานี ตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนล่าง มีพื้นที่ทั้งหมด 6,730 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,206,404 ไร่ พื้นที่ทางการเกษตร 2,034,290 ไร่ นอกจากนั้น เป็นพื้นที่ที่เป็นพื้นที่การคุ้มครอง เช่น ป่าสงวนแห่งชาติ จำนวน 9 แห่ง วนอุทยาน จำนวน 2 แห่ง

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า จำนวน 1 แห่ง เขตห้ามล่าสัตว์ป่า จำนวน 1 แห่ง จังหวัดอุทัยธานี
มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่างๆ ดังนี้ (ที่ทำการปกครองจังหวัดอุทัยธานี, 2558)

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดนครสวรรค์

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสุพรรณบุรี และ จังหวัดกาญจนบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดนครสวรรค์ และ จังหวัดชัยนาท

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดกาญจนบุรี และ จังหวัดตาก

คำขวัญประจำจังหวัดอุทัยธานี

อุทัยธานี เมืองพระชนกจักรี ปลาแรดรสดี ประเพณีเทโว ส้มโอบ้านน้ำตก
มรดกโลกห้วยขาแข้ง แหล่งต้นน้ำสะแกกรัง ตลาดนัดดังโคกระบือ

แผนที่จังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 3 แผนที่จังหวัดอุทัยธานี

ที่มา โอเชียนสไมล์ (2562)



ภาพ 4 แผนที่แสดงที่ตั้งของอำเภอต่างๆ ในจังหวัดอุทัยธานี
ที่มา โอเชียนส์ไมล์ (2562)

จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่อยู่ใต้สุดของจังหวัดในเขตภาคเหนืออยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปตามทางหลวงสายเอเชียประมาณ 230 กิโลเมตร มีประชากรอาศัยอยู่ทั้งหมดประมาณ 326,997 คน เป็นชาย 161,772 คน เป็นหญิง 165,225 คน ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีร้อยละ 6.01 ของประชากรทั้งหมด และที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีประมาณร้อยละ 93.99 ความหนาแน่นของประชากรโดยเฉลี่ยทั้งจังหวัด 48.25 คนต่อตารางกิโลเมตร จังหวัดอุทัยธานีแบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคเป็น 566 หมู่บ้าน 69 ตำบล 8 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอหนองขาหย่าง อำเภอหนองฉาง อำเภอทัพทัน อำเภอสว่างอารมณ์ อำเภอบ้านไร่ อำเภอลานสัก และอำเภอห้วยคต (ที่ทำการปกครองจังหวัดอุทัยธานี, 2558)

การปกครองท้องถิ่นประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 1 แห่ง และสุขาภิบาล 9 แห่ง โครงสร้างการบริหารราชการของจังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วยส่วนราชการบริหารส่วนกลาง 41 หน่วยงาน ส่วนราชการบริหารส่วนภูมิภาค 31 หน่วยงาน หน่วยงานอิสระ 6 หน่วยงาน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ๑๕ หน่วยงาน ส่วนราชการบริหารส่วนท้องถิ่น มี 3 รูปแบบ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 14 แห่ง (เทศบาลเมือง 1 แห่ง และเทศบาลตำบล 13 แห่ง) และ องค์การบริหารส่วนตำบล 49 แห่ง (ที่ทำการปกครองจังหวัดอุทัยธานี, 2558)

สภาพภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปคล้ายคลึงกับจังหวัดในภาคกลางแต่ในฤดูร้อนจะร้อนจัด และในฤดูหนาวจะหนาวจัด ความแตกต่างของอุณหภูมิตั้งแต่ 6 – 43 องศาเซลเซียส ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่ปลายเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ และฤดูร้อนเริ่ม ตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม โดยข้อมูลจากสถานีวัดน้ำฝน จำนวน 15 สถานีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง มีช่วงพิสัยจำนวนวันฝนตกรายปีเฉลี่ย 53.7 – 113.5 มิลลิเมตร (ที่ทำการปกครองจังหวัดอุทัยธานี, 2558)

สภาพภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่และลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัด เป็นทิวเขาสูงสลับซับซ้อน มี 2 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งจังหวัดเป็นป่าและภูเขาสูง มีลักษณะลาดเทจากทิศตะวันตกลงมาทางทิศตะวันออก พื้นที่ราบทางเกษตรมีประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งหมดเกิดจากการตกตะกอนของแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำสะแกกรัง มีแม่น้ำสะแกกรังไหลผ่านตัวเมืองไปบรรจบแม่น้ำเจ้าพระยาที่ อำเภอมนोरมย์ จังหวัดชัยนาท (ที่ทำการปกครองจังหวัดอุทัยธานี, 2558)

บริบทพื้นที่ศึกษาวิจัย สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน

1. เมืองโบราณบึงคอกช้าง

เมืองโบราณบึงคอกช้างตำบลไผ่เขียว ตั้งอยู่ที่ อำเภอสว่างอารมณ์ จังหวัดอุทัยธานี เท้าที่ปรากฏในทุกวันนี้คือเมืองและกำแพงดินล้อมรอบโดยที่ผ่านมามีการค้นพบวัตถุโบราณต่างๆ เช่น เครื่องปั้นดินเผา หินบดยา เครื่องมือเหล็ก ลูกปัดสีเหลือง นอกจากนี้ยังมีการพบศิลาจารึกอักษรขอมโบราณ 3 หลัก ปัจจุบันเมืองโบราณแห่งนี้ได้กลายสภาพเป็นสวนป่าปลูกไม้ต้นไม้ขนาดใหญ่ปกคลุมอยู่ทั่วไป อย่างไรก็ตาม โบราณวัตถุที่ถูกค้นพบได้นั้น ถูกนำไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ภายในศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียน เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้ศึกษาเรียนรู้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

2. เมืองโบราณการุ้ง

เมืองโบราณบ้านการุ้ง ตั้งอยู่ที่ตำบลวังหิน อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ได้รับการขึ้นทะเบียนโบราณสถานเมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478 โดยมีการสันนิษฐานว่า เมืองนี้มีลักษณะเป็นรูปวงกลมรี เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 800 เมตร มีลักษณะเป็นคูเมืองชั้นเดียว คูน้ำกว้าง 20 เมตร ลึก 3 เมตร บริเวณคูติดถนน มีการขุดลอกคูน้ำใหม่ มีน้ำขังตลอดปี คันดินกว้าง 6 เมตร ทั้งนี้ มีการค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญมากมาย ได้แก่ ระฆังหิน

พระพุทธรูปปางเสด็จลงจากดาวดึงส์ เศษภาชนะดินเผา ขวานหิน เครื่องประดับ และซากเจดีย์ อยู่ทางทิศใต้ของตัวเมืองไปประมาณ 3 กิโลเมตร ซึ่งเป็นซากเจดีย์ก่อด้วยอิฐดินเผาขนาดใหญ่ฐานเจดีย์กว้าง 7 เมตร ปัจจุบันด้านหน้าคูเมืองการุ้ง มีศาลเจ้าแม่การุ้งตั้งอยู่ริมทางหลวง และเป็นทีเคารพสักการะของประชาชนทั่วไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

3. เมืองอุไทยธานีเก่า

เมืองอุไทยธานีเก่า อยู่ที่บ้านอุทัยธานีเก่า เป็นที่ตั้งของเมืองอุไทยธานีมาตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งยังคงมีซากโบราณสถานเหลืออยู่ เช่น ที่วัดหัวหมาก วัดยาง และวัดกุฎี ส่วนบริเวณโดยรอบได้กลายเป็นทุ่งนาไปหมด วัดที่ยังคงสภาพอยู่จนถึงปัจจุบันนี้คือ วัดแจ้ง มีพระปรารักษ์ซึ่งเดิมสร้างเมื่อ พ.ศ. 2081 ต่อมาถูกพม่าทำลายยอดหัก บูรณะซ่อมแซมครั้งล่าสุดเมื่อ พ.ศ. 2528 โบสถ์เก่าเป็นโบสถ์ขนาดเล็กประตูเดียวแบบอยุธยาตอนปลาย ลายปูนปั้นของพระปรารักษ์และหน้าบันโบสถ์เป็นฝีมือเดียวกัน ภาพจิตรกรรมภายในโบสถ์เขียนขึ้นเมื่อบูรณะครั้งล่าสุด เป็นภาพพระราชกรณียกิจของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช อีกวัดหนึ่งคือ วัดหัวเมือง ตั้งอยู่ที่ตำบลเมืองเก่า ซึ่งยังคงมีซากโบสถ์เก่าแบบอยุธยาเหลืออยู่ และเจดีย์โบราณขนาดเล็กหน้าโบสถ์เก่า (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

4. เมืองโบราณบ้านคูเมือง

อยู่ภายในสวนรุกขชาติคูเมือง ตั้งอยู่ที่บ้านคูเมือง ตำบลห้วยชัน ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 23 กิโลเมตร สันนิษฐานว่าเป็นชุมชนโบราณสมัยทวารวดี ผังเมืองเป็นรูปสี่เหลี่ยมมุมมน กว้าง 650 เมตร ยาว 750 เมตร สูงจากพื้น 1 เมตร มีเนินดินขนาดใหญ่ มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ มีการขุดค้นพบภาชนะดินเผามากมาย เช่น เครื่องถ้วยชาม หม้อ ไห กาน้ำ ลูกปัดหินสีต่างๆ ตะคันดินเผา ธรรมจักรหินเขียว ตุ่มหู ลูกปัด หินสี และเหรียญเงินมีคำจารึกว่า “ศรีทวารวดีศวรปุณยะ” แสดงให้เห็นว่ามีชุมชนอาศัยอยู่ในบริเวณนี้ติดต่อกันมาตั้งแต่สมัยพูนขึ้นจนถึงรัตนโกสินทร์ ปัจจุบันวัดอุโบราณ ที่ค้นพบได้นำไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอินทร์บุรี และภายในบริเวณเมืองโบราณบ้านคูเมืองปัจจุบัน ได้จัดให้เป็นสวนรุกขชาติ มีเนื้อที่ประมาณ 500 ไร่ มีคูน้ำโบราณล้อมรอบ มีพันธุ์ไม้ต่างๆ รมรื่นสวยงาม การเดินทาง ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 311 เส้นสิงห์บุรี-อินทร์บุรี (สายเก่า) กิโลเมตรที่ 17 หรือห่างจากตัวอำเภออินทร์บุรีประมาณ 7 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าเส้น 3285 เส้นอินทร์บุรี-หนองสุม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา

1. วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง

วัดท่าซุง ตั้งอยู่ที่ตำบลท่าซุง อำเภอเมืองฯ จังหวัดอุทัยธานี เป็นวัดเก่าแก่ที่สร้างขึ้นมาตั้งแต่สมัยอยุธยา ทุกวันนี้เรายังคงเห็นวิหารขนาดเล็กเป็นประจักษ์พยานนั้น ซึ่งภายในมีภาพจิตรกรรมฝาผนังภาพพุทธประวัติฝีมือช่างพื้นบ้านที่สันนิษฐานว่าน่าจะเขียนขึ้นในภายหลัง รวมทั้งธรรมาสันที่หลวงพ่อกุญแจ ผู้บูรณะวัดแห่งนี้ในสมัยรัตนโกสินทร์ อย่างไรก็ตาม วัดท่าซุงได้รับการพัฒนาขึ้นมากมาย โดยพระราชพรหมยาน (หลวงพ่อกุญแจ) พระเถระผู้มีชื่อเสียง และมีคุณูปการต่อวัดแห่งนี้ ท่านได้สร้างอาคารต่างๆ เช่น พระอุโบสถหลังใหม่ที่ภายในตกแต่งอย่างวิจิตรงดงาม มีบานหน้าต่างและประตูด้านในเขียนภาพเทวดา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนิน มาตัดลูกนิมิตพระอุโบสถแห่งนี้ และบริเวณโดยรอบยังมีการสร้างกำแพงแก้ว มีรูปหล่อหลวงพ่อกุญแจ และหลวงพ่อกุญแจขนาด 3 เท่าอยู่ตรงมุมกำแพงด้านหน้า มีวิหารแก้วอันเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปชินราชจำลอง และสระของหลวงพ่อกุญแจที่ไม่ว่าเปื่อย นอกจากนี้ไฮไลท์ที่น่าสนใจของวัดท่าซุงคือ ปราสาททองคำ ซึ่งได้รับการตกแต่งด้วยทองคำระการตา มีความประณีตงดงาม โดยสร้างขึ้นเพื่อถวายแด่พระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวาระที่ทรงเสวยราชย์เป็นปีที่ 50 และทางสำนักพระราชวังได้ตั้งชื่อปราสาททองคำใหม่ว่า "ปราสาททองคำกาญจนาภิเษก" อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเท่านั้น วัดท่าซุงยังเป็นสถานที่สำหรับปฏิบัติธรรม ซึ่งมีศาลาหลายหลังสำหรับฝึกสมาธิและมีที่พักให้กับอุบาสกอุบาสิกาที่สนใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

2. วัดอุโบสถาราม

ที่ตั้งตำบลเกาะเทโพ อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานีเป็นวัดเก่าแก่ริมลำน้ำสะแกกรังที่รู้จักกันดีในชื่อว่า “วัดโบสถ์โนนรมย์” และชาวบ้านพากันเรียกว่า “วัดโบสถ์” มาถึงวัดนี้แล้ว นอกจากการได้สัมผัสบรรยากาศริมลำน้ำสะแกกรังที่น่าหลงใหลแล้ว ยังจะได้ย่อนเวลากลับไปหาอดีตผ่านสิ่งของต่างๆ มากมายที่เก็บรักษาไว้ในวัดแห่งนี้ สิ่งที่น่าสนใจของวัดนี้ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังในโบสถ์และวิหารซึ่งเป็นภาพเขียนสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยเป็นภาพพุทธประวัติเริ่มตั้งแต่ประสูติจนถึงปรินิพพานที่วาดขึ้นด้วยฝีมือประณีตมาก ในวิหารยังพบภาพพระพุทธรูปเจ้าเสด็จโปรดเทพยดาบนสวรรค์และภาพปลงสังขาร ด้านบนฝาผนังเป็นพระสงฆ์สาวกชุมนุมสนทนากับพญาคชสีห์เหมือนจะไหว้พระประธานภายใน ส่วนฝาผนังด้านนอกหน้าวิหารมีภาพถวายพระเพลิงพระบรมศพสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าและภาพชีวิตชาวบ้านที่เกี่ยวกับพุทธศาสนา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

3. วัดสังกัสรัตนคีรี

ตั้งอยู่เชิงเขาสะแกกรัง สูดถนนท่าช้าง ในเขตเทศบาลเมือง ชมพระพุทธรูปปางคักดีลีท พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองอุทัยธานี ต้องเดินทางมาชมที่วัดสังกัสรัตนคีรีแห่งนี้เอง โดยพระพุทธรูปองค์นี้ประดิษฐานอยู่ในวิหาร ตามประวัติกล่าวว่า ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช พระองค์ได้โปรดเกล้าฯ ให้นำพระพุทธรูปขนาดย่อมที่ชำรุดไปไว้ตามหัวเมืองต่างๆ และเมืองอุทัยธานีก็ได้รับมาทั้งหมด 3 องค์ โดยอัญเชิญลงแพแล้วมาขึ้นฝั่งที่ท่าพระ (ตรงข้ามศาลาประชาคม จังหวัดอุทัยธานี) จากนั้นนำมาประดิษฐานไว้ที่วัดชวิต โดยพระพุทธรูปองค์หนึ่งมีขนาดใหญ่ เป็นพระเนื้อสำริด ปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 3 ศอก สร้างในสมัยพระยาสิทธิพิสัยศรีสุโขทัย มีส่วนเกี่ยวข้องกับส่วนองค์พระเป็นคนละองค์ เข้าใจว่าคงได้รับการซ่อมแซมให้เป็นองค์เดียวกันก่อนนำมาไว้ที่เมืองอุทัยธานี ต่อมาเมื่อยุบวัดชวิตไปรวมกับวัดทุ่งแก้ว จึงได้ย้ายพระพุทธรูปองค์นี้ไปไว้ที่วัดสังกัสรัตนคีรี ซึ่งอยู่ห่างจากตัวเมืองไป 1 กิโลเมตร และได้ทำพิธีบรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ในพระเศียร พร้อมกับถวายนามว่า “พระพุทธรูปปางคักดีลีท” ในวันแรม 1 ค่ำเดือน 11 ของทุกปี และจะมีการจัดงานประเพณีตักบาตรเทโว ประเพณีสำคัญของจังหวัดที่มีชื่อเสียงมายาวนาน นักท่องเที่ยวจะได้ตื่นตาไปกับภาพของพระสงฆ์ราว 500 รูป พากันเดินลงบันไดจากยอดเขาสะแกกรังมารับบิณฑบาต ที่ลานวัดอันคับคั่งไปด้วยชาวเมืองผู้พร้อมใจกันมาใส่บาตรในวันสำคัญทางพุทธศาสนาเช่นวันนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

4. ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี (ยอดเขาสะแกกรัง)

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พร้อมด้วยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และสมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ เสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีเปิดพระวิสูตรพระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก พระชนกาธิเบศร ในรัชกาลที่ 1 และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงปลูกต้นไม้โพธิ์ สมเด็จพระบรมราชินีนาถ ทรงปลูกต้นไม้ไทรไว้ ณ บริเวณพลับพลาแห่งนี้ เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2522 เวลา 15.00 น.

สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก สืบเชื้อสายมาจากราชวงศ์พระร่วง กล่าวคือ เจ้าพระยาโกษาธิเบศร (ปาน) บุตรชายคนใหญ่ได้เป็น พระยาวงศาจิราธิราช(ขุนทอง) ต่อมาเมื่อบุตรชายคนใหญ่ชื่อ ทองดี เกิดที่บ้านสะแกกรัง อ.เมืองอุทัยธานี จ.อุทัยธานี ซึ่งเป็นพระบรมมหาชนกของสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ปฐมราชวงศ์จักรี

ชาวจังหวัดอุทัยธานีได้เห็นพ้องต้องกันว่า ควรได้สร้างพระบรมรูป ณ ตำบลที่เกิดของพระองค์ ตั้งแต่เมื่อ พ.ศ.2514 คณะรัฐมนตรีมีมติให้ดำเนินการก่อสร้างได้เมื่อ พ.ศ.2516

การดำเนินการในเรื่องนี้ ได้เริ่มงานอย่างจริงจัง เมื่อวันที่ 6 ต.ค.2519 โดยใช้เครื่องจักรกลของ อบจ. สร้างทางลัดลงจากสนามกีฬาจังหวัดขึ้นยอดเขาสะแกกรัง ปรับปรุงบริเวณสร้างพลับพลาและลานจอดรถบนเขาสะแกกรัง โดยมี นายอำนาจ ผกัรัตน์ วิศวกรโยธา โครงการทางหลวงท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี เป็นผู้รับผิดชอบ และได้ความอนุเคราะห์จากนายองอาจ สุตะเขตร์ นายกเทศมนตรีเมืองอุทัยธานี ช่วยเหลือค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ลีนค่าใช้จ่ายประมาณ 60,000 บาท จังหวัดได้ขอให้กรมศิลปากร และสำนักผังเมือง ออกแบบวางแผนสร้างพลับพลาต่อไป

เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2520 นายชลอ วนะภูติ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการอำนวยการสร้างพระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก ได้ประชุมดำเนินการก่อสร้างอนุสาวรีย์ โดยให้นายดำรง ชลวิจารณ์ อธิบดีกรมโยธาธิการ ดำเนินการสร้างถนนลูกรังขึ้นยอดเขาสะแกกรัง และจังหวัดได้มอบให้กรมศิลปากร จำนวน 130,000 บาท เป็นค่าหล่อพระบรมรูป

23 กรกฎาคม 2545 นายอัมพระ จันทรวิจิตร รองนายกรัฐมนตรี มาเป็นประธานวางศิลาฤกษ์ ณ พลับพลาประดิษฐานพระบรมรูปฯพร้อมด้วย นายดำรง สุนทรศารทูล รองปลัดกระทรวงมหาดไทย ได้สนับสนุนทำถนนลาดยางขึ้นเขาสะแกกรังต่อไป

เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2521 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ได้เสด็จทรงเทพองค์พระรูปฯที่กรมศิลปากร โดยมีนายวิญญู อังคนารัก ปลัดกระทรวงมหาดไทย ซึ่งเป็นประธานอำนวยการสร้างพระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกคนต่อมา เป็นผู้กล่าวรายงาน จากนั้นทางจังหวัดได้ดำเนินการก่อสร้างถนนลาดยาง และวางเครื่องหมายบังคับการจราจรขึ้นยอดเขาสะแกกรัง โดยโครงการทางหลวงท้องถิ่น มีนายพจน์ กัณธมาลา ผู้อำนวยการเดินสายไฟฟ้าขึ้นยอดเขาสะแกกรัง โดยเทศบาลเมืองอุทัยธานีเป็นเงิน 287,000 บาท สร้างศาลาโถง โดยคุณเลื่อน - อำไพพรพิบูลย์ เป็นเงิน 250,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเป็นเงิน 4,839,380 บาท

วันที่ 27 มกราคม 2522 ได้ัญเชิญพระบรมรูปฯจากกรมศิลปากรมาประดิษฐาน ณ พลับพลาแห่งนี้ ในวันที่ 28 มกราคม 2522 ได้มีสมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ สมเด็จพระสังฆราชสกลมหาสังฆปริณายก เสด็จมาทรงเป็นประธานในพิธีทั้ง 2 วันที่ได้มีมหรสพสมโภชน์

ในการดำเนินงานประกอบพิธีเททอง และเปิดพระวิสูตร ได้รับความอนุเคราะห์จากนายปิยะ มาลากุล ณ อยุธยา ผู้แทนสำนักพระราชวัง เป็นผู้ช่วยเหลือ ส่วนผู้ดำเนินงานควบคุมการก่อสร้างต่างๆ บนยอดเขาสะแกกรัง คือ นายวัชร หวังสิทธิเดช หัวหน้าโครงการทางหลวง

ท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี

การดำเนินงานก่อสร้างพระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกฯ และสิ่งการต่างๆ ได้เริ่มมาตั้งแต่วันที่ 6 ตุลาคม 2519 จนถึงวันพระราชพิธีเปิดพระวิสูตร วันที่ 5 เมษายน 2522 ได้สร้างและเสร็จในสมัยนายปราโมทย์ หงสกุล ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดอุทัยธานี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

5. วัดเขาปฐวี

วัดเขาปฐวี ตั้งอยู่เลขที่ 97 บ้านเขาปฐวี หมู่ที่ 5 ต.ตลุกคู่ อ.ทัพทัน จ.อุทัยธานี สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย พื้นที่ตั้งวัดเป็นที่ราบลุ่ม มีภูเขาอยู่ทางด้านตะวันตก ชื่อ เขาปฐวี สำหรับปูชนียวัตถุ มีพระประธานในอุโบสถ ปางสมาธิ มีขนาดพระเพลา กว้าง 29 นิ้ว สร้าง พ.ศ.2516 นอกจากนี้ ยังมีพระพุทธรูปปางต่างๆ จำนวน 3 องค์ ประดิษฐานอยู่ในถ้ำ คือ พระพุทธรูปคันธารราษฎร์, ปาฏิหาริย์และปางมารวิชัย สร้างขึ้นเป็นวัด นับตั้งแต่ พ.ศ.2471 มีนามตามชื่อภูเขาที่วัดตั้งอยู่ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี ก่อนที่จะได้จัดตั้งเป็นวัดนั้น มีพระสงฆ์มาอยู่พำนักชั่วคราวที่ถ้ำ ต่อมาเมื่อหลวงพ่อบ้าน จากวัดแจ้ง มาอยู่จำพรรษา ร่วมกับชาวบ้านริเริ่มจัดสร้างวัดขึ้น โดยมี นายแหยม แร่งเขตรกิจ, นายไกร, นายแก้ว และ นายเสา แยกเกษตรกรรม เป็นหัวหน้าชักชวนชาวบ้านดำเนินการสร้างเสนาสนะ ตกแต่งถ้ำ และบริเวณให้มีสภาพเป็นวัด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

6. วัดหนองขุนชาติ

ตั้งอยู่ที่อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานีที่วัดแห่งนี้มีมณฑปอันเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปบาทจำลองอยู่ และมีการจัดงานนมัสการพระพุทธรูปทุกวันขึ้น 12 ค่ำ เดือน 3 เป็นประจำทุกปี โดยในงานเต็มไปด้วยมหรสพและความรื่นเริงต่างๆ อดแน่นยาวนานถึง 10 วัน 10 คืน และได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นงานประเพณีสำคัญของอำเภอหนองฉางไปโดยปริยาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

7. วัดหนองพลวง

ตั้งอยู่ที่ บ้านหนองพลวง ตำบลหนองขาหย่าง อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ความน่าสนใจของวัดนี้คือพระอุโบสถหลังเก่าสุดคลาสสิกสร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นฝีมือช่างชาวบ้าน เพราะไม่มีลวดลายวิจิตรมากนัก อุโบสถหลังนี้มีลักษณะเป็นอาคารก่ออิฐถือปูน มีลักษณะของสถาปัตยกรรมที่เรียกว่า โบลท์ทองสำเภา ทรงจั่วหน้าบันด้านหน้านั้นประดับลวดลายปูนปั้น และเครื่องถ้วยเคลือบด้านหลังเรียบ ปราศจากลวดลาย เห็นเพียงปูนสีขาวฉาบเกลี้ยงๆ ดูเรียบง่ายแต่งดงาม อุโบสถหลังนี้ไม่มีข้อฟ้าและมีประตูทางเข้าทางเดียว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

8. วัดถ้ำเขาวง

วัดถ้ำเขาวง ตั้งอยู่ในตำบลบ้านไร่ อยู่ห่างจากอำเภอบ้านไร่ 12 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 3011 จะผ่านทางโค้งศาลเจ้าพ่อเขารักแล้วมาตัดกับสามแยกให้เลี้ยวขวาไปประมาณ 6 กิโลเมตร จะมีทางแยกเลี้ยวซ้ายเข้าสู่เขาวง ประมาณ 8 กิโลเมตร จะถึงทางแยก เข้าไปประมาณ 300 เมตร ตัววัดเป็นอาคาร 4 ชั้น มีลักษณะสถาปัตยกรรมเป็นแบบไทยใต้ถุนเป็นลานเอนกประสงค์รวมทั้งร้านขายของ ชั้นที่ 2 เป็นวิหาร ชั้นที่ 3 เป็นกุฏิ ส่วนโบสถ์จะอยู่ชั้นที่ 4 สร้างด้วยไม้สัก และไม้มะค่า รวมทั้งไม้เกาจากเรือนไทยแถวอยุธยา อ่างทอง หลังคา นำมาจากลำพูน ช่างที่เข้าตัวเรือน รวมทั้งทำส่วนตัวเหงา ป้านลม และจั่ว มาจากอยุธยา ศาลาเจ้าแม่กวนอิมพันกร จากจุดทางเข้าสามารถเลือกทางเดินได้ว่าจะตรงไปสะพานไม้ หรือว่าจะผ่านอุโมงค์ซึ่งภายในอุโมงค์มีการจัดเตรียมชุดสังฆทานไว้ให้ประชาชนได้ถวายเป็นสิริมงคล เมื่อเลือกตรงไปยังสะพานโดยไม่เข้าอุโมงค์ก็จะเห็นเจ้าแม่กวนอิมพันกรอยู่ขวามือ

การจัดภูมิทัศน์ในวัดถือว่าสวยงาม ฉากหลังเป็นเขาหินปูนสูงตระหง่าน ด้านหน้ามีบ่อน้ำซึ่งมีปลาอาศัยอยู่มากมายและสวนที่ตกแต่งด้วยหิน ไม้ตัด และไม้ประดับ ระหว่างทางเดินที่จะขึ้นไปชมถ้ำ จะผ่านน้ำตกเทียมที่ดูเข้ากับบรรยากาศ ที่เขาด้านหลังจะมีถ้ำอยู่ 7-8 ถ้ำ บางถ้ำเป็นที่นั่งวิปัสสนาสำหรับพระภิกษุ บางถ้ำเป็นถ้ำค้างคาว บางถ้ำมีหินงอกหินย้อยให้ชม บนเขามีสถูปาวัดกว้างมีต้นไม้หลายชนิด เช่น ไม้ยาง ไม้มะค่า ไม้เสลา เป็นต้น มีสัตว์ป่าอาศัยอยู่บ้าง ยังมีหมีป่าลงมาในบางครั้ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

9. วัดเขาวงพรหมจรรย์

ตั้งอยู่ที่ ตำบลวังหิน อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี วัดเขาวงพรหมจรรย์เป็นวัดที่ตั้งอยู่ในหุบเขาสองลูก ได้แก่เขาวงและเขาพรหมจรรย์ วัดแห่งนี้จึงมีถ้ำน้ำที่ขุดอยู่หลายแห่ง และแต่ละแห่งล้วนมีเอกลักษณ์ที่ถูกนำมาตั้งชื่อถ้ำ เช่น ถ้ำแจ้ง ซึ่งเป็นถ้ำที่มีแสงส่องถึง ถ้ำงูเห่า เป็นถ้ำที่ได้ชื่อนี้มาเพราะมีงูเห่าอาศัยอยู่หลายตัว ถ้ำน้ำ เป็นถ้ำที่มีน้ำขังตลอดโดยช่วงแล้งจะมีระดับน้ำสูงถึงเขา พอถึงฤดูฝน ระดับน้ำจะสูงถึงอกเลยที่เดียว ส่วนถ้ำเพชร ถ้ำพลอย ก็เป็นถ้ำที่มีหินงอกหินย้อยที่เวลาสะท้อนแสงแล้วจะเกิดประกายวิบวาวราวกับเพชรพลอย ทั้งนี้ การเข้าชมถ้ำแก้วและถ้ำเพชร จะต้องมีคนนำทาง และด้านขวามือของถ้ำแห่งนี้ยังมีชะง่อนหินสูง เป็นที่ตั้งมณฑปขนาดเล็ก พร้อมกับอุโบสถหลังเล็กๆ สวยงามวางตัวอยู่บนไหล่เขา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

10. วัดผาทั้ง

วัดผาทั้ง ก่อตั้งในปีใดไม่ปรากฏแน่ชัด แต่เดิมตั้งอยู่บริเวณทำนน้ำเชิงสะพานเข้าหมู่บ้าน ซึ่งคับแคบ และเป็นหลุม ทำให้น้ำท่วมอยู่เรื่อยๆ จนในปี พ.ศ. 2471 ชาวบ้านจึงพร้อมใจกันย้ายวัดไปอยู่ที่วัดผาทั้ง ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ตั้งของ “ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทั้ง” อีกด้วย ในช่วงปี พ.ศ. 2532-2540 คณะศิษยานุศิษย์ของสมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี) และชาวบ้าน ร่วมกันสร้างพระพุทธรูป “หลวงพ่อดโต” ปางประทานพร ที่มีหน้าตักกว้าง 23 เมตร สูง 52 เมตร ที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดอุทัยธานี และได้ฐานหลวงพ่อดโต ได้จัดทำเป็นอาคารเอนกประสงค์ เป็นที่ประดิษฐานรูปเหมือนสมเด็จพระพุฒาจารย์โต หลวงปู่ทวด และหลวงปู่ศุข ให้ประชาชนทั่วไปได้กราบสักการบูชา เพื่อความเป็นสิริมงคล แก่ชีวิต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

11. วัดถ้ำเขาส่องชัย

วัดถ้ำเขาส่องชัยเป็นวัดที่ตั้งอยู่เทือกเขาอยู่ในตำบลลานสัก มีความสูงประมาณ 353 เมตร ทางด้านหน้าของเขาส่องชัยเป็นถ้ำดินกว้างเหมือนอุโมงค์ใหญ่ เข้าใจว่าเดิมมีมนุษย์ ก่อนประวัติศาสตร์อาศัยอยู่เพราะพบเครื่องมือหิน และเศษภาชนะดินเผา ภายในถ้ำ มีฝูงค้างคาวอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ในเวลาเย็นจะเห็นฝูงค้างคาวบินออกมาหากินนานนับชั่วโมง และถ้ำสามารถปีนหน้าผาสูงไปได้จะพบถ้ำอยู่ทางด้านบน มีถ้ำธงชัย ถ้ำมหาสมบัติ ถ้ำเปิด และถ้ำลม ไกลกันเป็นที่ตั้งของเขากลุ่มหนึ่งซึ่งมีถ้ำสวยงาม บริเวณตรงกลางเป็นที่ดินในหุบเขามีเนื้อที่กว้างขวางมากซึ่งเป็นที่ตั้งของวัดและโรงเรียนลานสักวิทยา

เขาส่องชัย เป็นเขาที่มีขนาดใหญ่ และสวยงาม อีกแห่งหนึ่ง อยู่ก่อนถึงอำเภอลานสัก ประมาณ ๕ กิโลเมตร และมีทาง แยกซ้ายมือ เข้าสู่เขาส่องชัยอีก ๒๐๐ เมตร บริเวณเชิงเขาส่องชัยมีน้ำและอากาศเย็นสบายตลอดเวลา ภายในเขากลุ่มนี้มีถ้ำด้วยกันเช่น ถ้ำธงชัย ถ้ำมหาสมบัติ ถ้ำลม ถ้ำเปิด ฯลฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

12. วัดสมอทอง

วัดสมอทอง ตั้งอยู่ ตำบลทองหลาง อำเภอห้วยคต จังหวัดอุทัยธานี ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2538 ระยะทางจากตัวจังหวัดอุทัยธานี ถึงวัดประมาณ 70 กิโลเมตร ผู้ที่ถวายที่ดินให้แก่วัด คือ นายเกาะ แก้วการไร่ เมื่อประมาณ พ.ศ. 2525 ต่อมา พ.ศ. 2530 นายบุญส่ง แก้วการไร่ ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 2 ได้ขออนุญาต สร้างวัดและได้รับอนุญาตให้สร้างวัด เมื่อวันที่ 30 พ.ศ. 2537 ต่อมาได้รับอนุญาต ตั้งเป็นวัดเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2538 และมีถาวรวัตถุ คือ ศาลาการเปรียญ , เมรุ, ศาลาธรรมสังเวช , กุฏิพระ, ศาลาปฏิบัติธรรม ฯลฯ ปัจจุบัน วัดเป็นสถานที่สวดธรรมสนามหลวงประจำอำเภอห้วยคต-ปัจจุบัน วัดเป็น

หน่วยอบรมประชาชนประจำตำบลทองหลาง (อ.ป.ต.) และวัดนี้ยังเป็นสำนักปฏิบัติธรรมประจำอำเภอห้วยคต อีกทั้งเป็นศูนย์ให้คำปรึกษาและส่งเสริมสุขภาพจิตประจำตำบลทองหลาง ทำเนียบเจ้าอาวาส ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

1. ตรอกโรงยา

ตรอกโรงยา ตั้งอยู่ที่ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีลักษณะเป็นชุมชนเก่าแก่ มีเรือนแถวไม้เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ตั้งแต่ที่นี่เป็นชุมชนของชาวจีน สมัยก่อนนั้นมีการเปิดให้สูบฝิ่นอย่างเสรี ผู้คนมากมายต่างมาที่นี่เพื่อซื้อ-ขายและสูบฝิ่น บรรยากาศคึกคักมาก ชาวบ้านจะเรียกที่นี่กันว่า "ตรอกโรงยา" ต่อมาเมื่อมีการออกกฎหมายว่าฝิ่นเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ผู้คนเริ่มห่างหายจากที่นี่ และกลายเป็นชุมชนที่ซบเซาลงในที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม บรรยากาศเก่าๆ ของชุมชน ก็ยังคงน่าหลงใหล หน่วยงานเอกชน พร้อมด้วยหน่วยงานในท้องถิ่น และชาวบ้านในชุมชนจึงได้ร่วมมือกันหรือฟื้นฟูให้ตรอกโรงยากลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง ด้วยการเปิดถนนคนเดินในช่วงวันเสาร์ ชาวบ้านก็รวมตัวกันเปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมกับนำของดีของเด่นดั้งเดิมของชุมชนออกมาจำหน่าย ทั้งอาหารท้องถิ่น สินค้าพื้นเมือง ไปถึงสินค้าแฮนด์เมดจากคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับชุมชนเก่าแก่แห่งนี้ได้อย่างลึกซึ้ง ในขณะเดียวกันก็ได้รับความสนุกสนานและเพลิดเพลินกลับบ้านไปด้วย การเที่ยวชมตรอกโรงยา สามารถเที่ยวชมได้ทุกวัน ในวันธรรมดา นักท่องเที่ยวก็จะได้เห็นวิถีชีวิตที่แท้จริงของชาวบ้านในชุมชน ได้เดินลัดเลาะเที่ยวชมร้านค้าเก่าแก่ที่ยังคงเปิดให้บริการมาถึงปัจจุบัน ได้นั่งจิบกาแฟโบราณอร่อยๆ ชมบรรยากาศอันเงียบสงบของชุมชน ชอบมุมไหนก็พักถ่ายรูปกันได้แบบชิลๆ แต่ถ้าใครอยากอิมมอร์อัลกับอาหารท้องถิ่นหลากหลายชนิด และช้อปปิ้งสินค้าน่ารักๆ ไปเป็นของที่ระลึก ก็แนะนำให้มาเที่ยววันเสาร์ ที่มีถนนคนเดิน ซึ่งจะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 15.00-21.00 น. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

2. วิถีชีวิตชาวเรือนแพลำน้ำสะแกกรัง (หมู่บ้านสะแกกรัง)

วิถีความเป็นอยู่ของชุมชนเรือนแพ ก็เหมือนกับชุมชนทั่วไป มีผู้นำชุมชนก็คือผู้ใหญ่ ซึ่งองค์ประกอบคล้ายคลึงกับชุมชนบนบก ชาวเรือนแพ ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพทำการประมงน้ำจืด โดยการเลี้ยงปลาในกระชัง ซึ่งก็มีทั้งปลาสวาย ปลาแรด ปลาเทโพ โดยเฉพาะปลาแรดที่เลี้ยงในกระชังของที่นี่ถือว่าขึ้นชื่อเรื่องเนื้อนุ่ม หวาน อร่อยกว่าที่อื่นๆ นอกจากจะเลี้ยงปลาในกระชังแล้ว ชาวเรือนแพก็ยังจับปลาจากในลำน้ำสะแกกรังหรือแหล่งน้ำอื่นๆ มาทำเป็นปลาแห้ง ปลาเค็ม แล้วนำไปขายในตลาด เพื่อเป็นรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งส่วนหนึ่งของรายได้เหล่านั้นก็ต้องนำไปซื้อลูกบวบมาซ่อมแซมแพ เพื่อให้ยังคงลอยอยู่ได้

นอกจากนี้ในบางพื้นที่ยังมีการปลูกใบเตยไว้ขาย แล้วสำหรับบางคนก็ออกไปหางานทำหรือรับจ้างทำงานจากข้างนอก เพราะในปัจจุบันแม่น้ำน้ำเกิดภาวะแล้งหนักทำให้อาชีพเลี้ยงปลาหรือจับปลาทำได้ลำบากมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

3. เกาะเทโพ

ตั้งอยู่ที่ อำเภอเมืองฯ จังหวัดอุทัยธานีความร่มรื่นและบรรยากาศที่น่ารื่นรมย์ของเกาะเทโพคือเหตุผลที่นักท่องเที่ยวจากบ้นหลังอาณานิคมพาเจ้าสองล้อมาปั่นท่องเที่ยวเกาะเทโพทุกสัปดาห์ และทำให้ที่นี่กลายเป็นสวรรค์ของนักปั่นไปโดยปริยาย ในอดีตเกาะเทโพคือแหลมที่ทอดยื่นออกมาคั่นระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำสะแกกรัง ครั้นมีการขุดคลองเชื่อมในภายหลัง จากแหลมก็กลายเป็นเกาะกลางแม่น้ำที่มีสะพานเชื่อมระหว่างตลาดสดเทศบาลและวัดอุโปสถารามซึ่งตั้งอยู่บนเกาะนี้

และนี่เองคือจุดเริ่มต้นของความรื่นรมย์บนเกาะเทโพที่นักปั่นพากันโปรดปราน เพราะเส้นทางนั้นนำไปสู่บรรยากาศที่เต็มไปด้วยความสุขกลางกลิ่นอายธรรมชาติทั้งไร่ข้าวโพดทุ่งนา สวนส้มโอ ที่มีทั้งพันธุ์มโนรมย์และชาวแตงกวาของชาวบ้าน บางแห่งยังปลูกมะไฟร่วมด้วย ครั้นถึงบ้านท่าดินแดง จะพบเรือลำแพนฝีมือชาวบ้านวางจำหน่าย ปั่นต่อไปจนถึงวัดภูมิธรรม จะพบศาลานั่งพักผ่อนชมความสงบภายในอาณาบริเวณวัด และท้ายที่สุดแล้วเส้นทางจักรยานจะพาไปบรรจบที่วัดท่าซุง รวมระยะทาง 33 กิโลเมตร ไม่เพียงเท่านั้น บางจุดยังเป็นแหล่งรวมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ละลานตาไปด้วยของดีประจำจังหวัดมากมาย ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากปลา กลุ่มแม่บ้านปลาแปรรูปเกาะเทโพ กลุ่มทำมิดจากเหล็กกล้า กลุ่มจักสานไม้ไผ่ กลุ่มธูปหอม ฯลฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

4. หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด

บ้านแก่นมะกรูด ตั้งอยู่ในเขตใต้สุดของภาคเหนือและเหนือสุดของภาคกลางที่มีความหลากหลายของชาติพันธุ์ ทั้งไทย จีน มอญ ลาว เขก กระเหรี่ยง ละว้า ขมุ อยู่บนพื้นที่สูงของจังหวัดอุทัยธานี เป็นที่ตั้งโครงการพื้นที่ต้นแบบบูรณาการแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ด.แก่นมะกรูด โดยมีมูลนิธิปิดทองหลังพระสืบสานแนวพระราชดำริ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 ร่วมบูรณาการ การขับเคลื่อนการพัฒนาในพื้นที่ มีอากาศเย็นเกือบตลอดทั้งปี มีสวนดอกไม้และผลไม้เมืองหนาวนานาพรรณ ทั้งลิ้นี่ ทิวลิป เบญจมาศหลากสี สตรอว์เบอร์รี ไซโยเต้ กาแฟ กะหล่ำปลีม่วง กะหล่ำปลีหัวใจ ผักสลัด และผักพื้นบ้านมากมาย เป็นต้น สวนพฤกษศาสตร์ บ้านแก่นมะกรูดถือเป็นสถานที่ยอดนิยมในช่วงฤดูหนาวที่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยว สัมผัสอากาศหนาวเคล้าสายหมอกกับดอกไม้และ ผลไม้เมืองหนาวราวกับว่าได้ไปเยือนภาคเหนือตอนบน จนมี

คนพูดว่า “อำเภอบ้านไร่ บรรยากาศเชียงใหม่ ไม่ไกลกรุงเทพฯ” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

5. ศูนย์วัฒนธรรมชาวเขاب้านอีมาดอีทราย

ศูนย์วัฒนธรรมชาวเขاب้านอีมาด-อีทรายตั้งอยู่ หมู่ 4 ตำบลแก่นมะกรูด อยู่ภายใต้การดูแลของศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา จังหวัดอุทัยธานี ถือว่าอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง เป็นที่อยู่ของชาวเขาเป็นชาวกะเหรี่ยง มีชีวิตสงบและเรียบง่าย และยังคงเคร่งครัดในประเพณีดั้งเดิม งานประเพณีที่น่าสนใจ เช่น งานไหว้เจดีย์ ซึ่งจะมีการรำวงรำดาบและงานไหว้ต้นโพธิ์ ฯลฯ ญาติพี่น้องที่แยกย้ายจะกลับมารวมตัวกัน ประเพณีทั้งสองนี้จัดขึ้นในเดือนเมษายนของทุกปี กำหนดวันจัดงานจะขึ้นอยู่กับความพร้อมของท้องถิ่น เช่น เก็บเกี่ยวผลผลิตในท้องถิ่นเรียบร้อยแล้ว และที่สำคัญหมู่บ้านนี้มีข้อห้ามในการเล่นการพนันและดื่มสุรา ผู้มาเยือนสามารถพักค้างคืนที่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านเจ้าวัดยางแดงหรือบ้านพักในศูนย์วัฒนธรรมซึ่งในบริเวณมีพิพิธภัณฑ์ชาวเขาอยู่ด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

แหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์

1. พิพิธภัณฑ์ฮกแซต้ง

"ฮกแซต้ง" ร้านขายยาเก่าแก่ซึ่งตั้งอยู่กลางเมืองอุทัยธานี ซึ่งแต่เดิมแถบนี้เป็นที่ตั้งของโรงเจ "เล่งเน่ยยี่" ซึ่งเข้ามาตั้งเพื่อวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ศาสนา เมื่อมีประชาชนเข้ามาสักการะเจ้าแม่กวนอิมและไหว้พระที่ดั่งประดิษฐานภายในโรงเจ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการขายยาเพื่อเลี้ยงดูสมาชิกและผู้ที่มาโรงเจ ฮกแซต้ง จึงถือกำเนิดขึ้นมา ("ฮก" แปลว่าผู้มีบุญ "แซ" หมายถึงการเกิด "ต้ง" แปลว่าสถานที่หรือชุมชน เมื่อรวมกันจึงหมายถึงการเกิดที่มีบุญ) พร้อมทำหน้าที่เสมือนโรงทาน เพราะเวลาที่ผู้ยากไร้มาตรวจรักษาก็จะบริการให้ฟรี ส่วนผู้ที่พอมีฐานะร่ำรวยกว่าหน่อยก็จะเก็บเงินตามสภาพ ในช่วงที่มีชาวจีนหนีภัยแล้งมาจากเมืองจีน จะมาขึ้นเรือที่บางรักจากบางรักก็มาขึ้นเรือเทียบท่าอีกครั้งที่อุทัยธานี ซึ่งท่าเทียบเรือที่วาก็จะอยู่ใกล้ๆ กับโรงเจเล่งเน่ยยี่ เมื่อขึ้นจากท่ามาแน่นอนว่ายังไม่มียานพาหนะ ยังไม่มีที่นอน ก็จะมาอาศัยอยู่ที่ฮกแซต้งแห่งนี้เพราะที่นี่จะมีอาหารเลี้ยงครบ 3 มื้อ ช่วยกันทำงานทั้งภายในโรงเจและฮกแซต้ง เมื่อได้งานก็ค่อยออกไปประกอบอาชีพส่วนตัว ในประเพณีงานบุญงานก๊นเจต่างๆ ที่แห่งนี้จะใช้เป็นแหล่งชุมนุมของชาวจีนในจังหวัด ย่านนี้จึงถูกขนานนามว่า "ชุมชนชาวจีนแห่งลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง" ในยามปกตินอกจากใช้เป็นร้านขายยาและรักษาผู้ป่วยแล้ว ก็ยังใช้เป็นที่นั่งสังสรรค์จิบน้ำชากัน ณ ฮกแซต้ง แห่งนี้สันนิษฐานว่าถูก สร้างโดยผู้ก่อตั้งวัดและโรงเจเล่งเน่ยยี่ในสมัยรัชกาลที่ 6 (ปัจจุบันมีผู้ถือกรรมสิทธิ์คือร้านวัฒนไพศาล)

ภายในสภกแซตั้งแห่งนี้มีลักษณะเป็นเรือนไม้ 2 ชั้น ซึ่งเมื่อเดินเข้าไปในร้านจะต้องสะดุดตากับป้ายร้าน ที่เขียนเป็นภาษาไทยไว้ว่า "ยี่ห้อสภกแซตั้งขายยาจีน ยาฝรั่งยาต่างๆ" ส่วนหน้าร้านจะเป็นสถานที่เก็บยามีลิ้นชักยามากมาย นอกจากนี้ยังมีบันไดขึ้นไปยังชั้น 2 ทั้งซ้ายและขวา โดยที่ชั้น 2 จะมีห้องโถงกลางซึ่งปัจจุบันจะมีตู้เก็บยาเก่าที่หายากเก็บไว้ ด้านซ้ายมือจะใช้เป็นห้องพักผู้ป่วย ทุกวันนี้ยังมีเตียงนอนของผู้ป่วยตั้งไว้เช่นเดิม หลังห้องพักผู้ป่วยจะเป็นห้องเก็บยาขนาดใหญ่ ตั้งเรียงรายอยู่บรรจในปั๊บบยา มีชื่อยาเขียนบอกไว้เป็นภาษาไทยและจีนอย่างเช่น พระยาสัตตบรร ห้วพุทธรักษา หัวส้มกุ่ม เป็นต้น

สำหรับสาเหตุของการปิดตัวของร้านขายยาสภกแซตั้งนั้น อันเนื่องมาจากในตอนหลังที่เปิดร้านขายยา บรรดาพวกสมาชิกที่เชี่ยวชาญแล้วก็ไม่ยอมเป็นลูกมืออีกต่อไป ออกไปเปิดร้านเองเมื่อมีหลายเจ้ามากขึ้น รวมถึงกระแสของร้านขายยาสมัยใหม่ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ สุดท้ายก็ทำให้สภกแซตั้งต้องปิดตัวเองไปโดยปริยาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

2. พิพิธภัณฑประวัติศาสตรและวัฒนธรรมพื้นเมือง

พิพิธภัณฑประวัติศาสตรและวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี ได้จัดตั้งขึ้นเป็นทางการ เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2525 โดยใช้ตัวอาคารเดิมของโรงเรียนเบญจมราชูทิศ ซึ่งเป็นอาคารไม้สองชั้น มีอายุกว่า 80 ปี เป็นที่จัดแสดงสิ่งต่างๆ ระหว่างวิชาการสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่ของชาวอุทัยธานีในอดีตและปัจจุบัน ภายในแบ่งเป็น 4 ห้อง ดังนี้

- ห้องอุทัยธานียุคก่อนประวัติศาสตร เป็นการจัดแสดงโครงกระดูกมนุษย์ ภาชนะดินเผาเครื่องประดับลูกปัดหินสี จากแหล่งโบราณคดีบ้านหลุมเข้า อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี
- ห้องอุทัยธานีกับยุคทวารวดี จัดแสดงวัตถุโบราณยุคทวารวดีในชุมชนต่างๆ เช่น ระฆังหินหลักศิลาจารึกอักษรปัลลวะ 3 หลัก พบที่เมืองโบราณบ้านบึงคอกช้าง อำเภอสว่างอารมณ์ห้องวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี จัดแสดงเครื่องมือเครื่องใช้ และอาวุธโบราณที่แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี ความเจริญก้าวหน้าของมนุษย์ เช่น เครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทยรุ่นแรกที่มีในสยาม เป็นต้น
- ห้องมรดกโลกห้วยขาแข้ง จัดแสดงป่าจำลองมรดกโลกห้วยขาแข้งและนิทรรศการสืบ นาคะเสถียรบริหารจัดการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

3. หอวัฒนธรรมนิทัศน์วัดโคกหม้อ (พรหมานุสรณ์)

หอวัฒนธรรมนิทัศน์ วัดโคกหม้อ เป็นพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านที่ไม่ได้มีแต่เรื่องราวของโบราณวัตถุ สิ่งของจัดแสดงที่น่าสนใจเท่านั้น แต่รอบๆ พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ยังมีเรื่องราววัฒนธรรมของกลุ่มชนที่น่าสนใจให้เรียนรู้และเป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ จากตัวอ.เมืองอุทัยธานีเข้าสู่ อ.ทัพทัน เดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 3456 ออกจากตัวอำเภอทัพทันไปไม่ถึง 10 กิโลเมตรก็จะพบกับสามแยกบ้านโคกหม้อ ให้เลี้ยวขวาไปตามเส้นทางจนถึงวัดโคกหม้อก็จะพบกับ หอวัฒนธรรมนิทัศน์ ซึ่งตั้งอยู่ภายในวัดแห่งนี้

ด้านหน้าอาคารแห่งนี้มีป้ายติดอยู่เหนือประตูว่า “พรหมานุสรณ์” อาคารหลังนี้จัดสร้างขึ้นประมาณปี พ.ศ. 2545 โดยงบประมาณส่วนตัวของพระครูนิวตฺตพรหมจรรย์ หรือหลวงพ่อดำพรหมวัดโคกพระใต้ ซึ่งบ้านเกิดของท่านอยู่ที่บ้านโคกหม้อ อ.ทัพทัน แห่งนี้ท่านจึงนำวัตถุมงคลที่ท่านสะสมไว้มากั้นไว้ที่อาคารแห่งนี้และสร้างมณฑปไว้ตรงกลางเพื่อเก็บพระพุทธรูปต่างๆ โดยแต่เดิมไม่ได้ตั้งใจจะเปิดเป็นพิพิธภัณฑ์ ต่อมาเมื่อท่านพระครูนิวตฺตพรหมจรรย์มรณภาพแล้วอาคารจึงถูกปิดไว้เฉยๆ โดยของโบราณหรือวัตถุที่สำคัญของท่านก็ยังคงเก็บรวบรวมไว้ที่นี้ ทางคณะกรรมการหมู่บ้านจึงมีความเห็นว่าต้องการจะเปิดอาคารแห่งนี้เป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชน จึงร่วมมือกันนำสิ่งของมาจัดแสดงรอบๆ มณฑปทั้งสองชั้นเป็นหมวดหมู่ประเภทต่างๆ ตามความเข้าใจของชาวบ้านเอง และเปิดให้ชมระยะหนึ่ง ต่อมาวัตถุบางชิ้นถูกโจรกรรม พิพิธภัณฑ์แห่งนี้จึงปิดตายเพื่อเป็นการป้องกันทรัพย์สินภายใน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ (2549) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัดของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบนโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เนื่องจากมีความต่อเนื่องทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันมาอย่างยาวนาน และเกี่ยวกับพุทธศาสนาอย่างแน่นแฟ้น อีกทั้งยังมีความหลากหลายเรื่องชาติพันธุ์ และเอกลักษณ์มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก แต่ยังมีข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ สินค้าทางการท่องเที่ยวขาดจุดเด่นและจุดขาย และยังเป็นเมืองผ่านไปภาคเหนือทำให้มีนักท่องเที่ยวโดยตรงเดินทางไปท่องเที่ยววันเดียว สถานที่สำคัญบางแห่งยังไม่ได้รับการพัฒนา การเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยวภายในและภายนอกกลุ่มจังหวัดยังไม่เชื่อมสนิท ขาดความหลากหลายในกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ของบางจังหวัดไม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว แนวทางในการพัฒนา ศักยภาพและการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน จัดทำแผนผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้

อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนา ด้านการคมนาคมในการเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความจำเป็นมากที่สุด เมื่อมีการพัฒนาเส้นทางแล้วต้องมีการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น

วรภพ วงศ์รอด (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนวัฒนธรรมไททรงดำบ้านหนองเนิน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านพื้นที่มีศูนย์วัฒนธรรมท้องถิ่นบ้านจำลองทรงไทดำเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น มีโรงเรียนบ้านหนองเนินต่อยอดกิจกรรมและหลักสูตรท้องถิ่น ด้านกิจกรรมมีการสืบทอดประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน ความเชื่อ ภาษา การแต่งกาย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกลุ่มอาชีพที่มีเอกลักษณ์ ด้านการจัดการตามคุ้มบ้านอาศัยฐานทรัพยากรและผู้นำ และด้านการมีส่วนร่วมมีการประสานความร่วมมือระหว่างผู้นำแกนนำชุมชน องค์กรท้องถิ่น สถานศึกษา ส่วนราชการในกิจกรรมของชุมชนในส่วนศักยภาพชุมชนแกนนำมีการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนด้านวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ตระหนักคุณค่าของทรัพยากรสืบสานประเพณีและวัฒนธรรม ศึกษาดูงานชุมชน

ต้นแบบ การอบรมเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีส่วนร่วมการเรียนรู้ในกิจกรรมชุมชนต่อเนื่อง สำหรับการพัฒนาแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการจัดทำแผนพัฒนาชุมชนวัฒนธรรม การจัดตั้งคณะทำงานในชุมชน การประสานความร่วมมือกับผู้นำชุมชน องค์การชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลและเครือข่ายการจัดระบบข้อมูลข่าวสาร การจัดภูมิทัศน์ชุมชนชนพัฒนาศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้าน และการจัดตั้งกองทุนชุมชนวัฒนธรรม และนาร่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กนกพร นิมพล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุตำบลตะคุ อำเภอบักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า 1) การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนบ้านตะคุ มี 2 แห่งที่สำคัญได้แก่ ปราสาทสระหินและวัดหน้าพระธาตุ โดยปราสาทสระหินหรือปราสาทหินเป็นปราสาทที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกทางบ้านตะคุ และวัดหน้าพระธาตุหรือวัดตะคุวัดหน้าพระธาตุหรือที่ชาวบ้านทั่วไปว่าวัดตะคุ เป็นวัดเก่าแก่ของอำเภอบักธงชัย 2) การศึกษาความพร้อมของชุมชนต่อการพัฒนาหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีระดับความพร้อม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกตามอายุ อาชีพและระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกัน มีความพร้อมแตกต่างกัน การศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า การจัดการโครงสร้างการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวในหมู่บ้านยังไม่มีชัดเจน ยังไม่มีการตั้งคณะกรรมการดูแลรับผิดชอบอย่าง เป็นรูปธรรม และไม่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ไม่มีจุดขายที่สามารถดึงดูดเงินจากนักท่องเที่ยวได้ และ4) แนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ (1) ด้านการพัฒนาศักยภาพ และการวางรูปแบบการบริหารจัดการหมู่บ้าน แกะไขจุดอ่อนของหมู่บ้าน โดยหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้ที่มิประสพการณ์หรือเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว มาร่วมเป็นแรงสำคัญเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน ให้ความรู้ร่วมคิดร่วมสร้างร่วมวางแผน โดยต้องยึดว่าทุกระบวนการของการพัฒนาต้องให้ชาวบ้านเป็นผู้ร่วมลงมือปฏิบัติเองทุกขั้นตอน เพื่อสร้างและปลูกฝังความภาคภูมิใจและความเป็นเจ้าของร่วมกันของชาวบ้าน และ (2) ด้านการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการประเมินผล ซึ่งควรจัดให้มีการทดลองการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน โดยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญจากการศึกษาวิจัยคือ ควรมีการร่วมกันพัฒนาศักยภาพ และการวางรูปแบบการบริหารจัดการหมู่บ้านแกะไขจุดอ่อน ของหมู่บ้าน โดยเฉพาะในเรื่องของการสร้าง กฎ-กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับชาวบ้านและ

นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ตลอดจนการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวนาร่องภายในชุมชน

วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุมีหลายวัดที่มีพระพุทธรูปเก่าแก่สมัยสุโขทัย และพระนครศรีอยุธยา ส่วนอุโบสถและเจดีย์มีลักษณะเหมือนเจดีย์ชะเวดากอง โบราณสถานเป็นสถาปัตยกรรมของมอญ ส่วนใหญ่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เช่น ประปา ไฟฟ้าถนนหนทาง ห้องสุขา และระบบรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากวัดในจังหวัดปทุมธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่าจังหวัดอื่น ส่วนร้านค้าขายจะมีอยู่ตามชุมชนรอบๆ วัด วัดส่วนใหญ่มีภูมิทัศน์ที่สวยงามและมีพื้นที่โล่งกว้าง ส่วนทรัพยากรด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณี พบว่าวัดส่วนใหญ่มีโบสถ์และพระพุทธรูปที่สำคัญ ชุมชนจะจัดประเพณีร่วมกับวัด เช่น ตักบาตรทำทานและเวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา พร้อมทั้งการรณรงค์ให้ประชาชนรักษาศิลปวัฒนธรรมในวันพระและวันสำคัญทางศาสนา สำหรับวัดที่มีนักท่องเที่ยวทางวัดจะจัดมัคคุเทศก์หรือบุคลากรพาชมวัด ส่วนที่ต้องปรับปรุง คือ จุดประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยทั้งบริเวณนอกวัดและในวัด

ศิริมาลย์ วัฒนา และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพชุมชนกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาศักยภาพชุมชนเพื่อเป็นแนวทางการในการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดำเนินการวิจัยด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และการสนทนากลุ่ม การเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ประชาชน และนักท่องเที่ยวในเขตชุมชนอำเภอแม่แจ่ม ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยเทคนิคแบบสามเส้า และนำเสนอผลการวิจัยโดยการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพชุมชนของอำเภอแม่แจ่มมีลักษณะโดดเด่น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านภูมิลักษณะ คือการมีสภาพทางภูมิศาสตร์และภูมิประเทศ ที่อยู่ในแอ่งหุบเขาจึงทำให้เกิดความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม แม้เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงจากบุคคลภายนอก แต่ภูมิลักษณะเช่นนี้จัดเป็นเกราะป้องกันชั้นเลิศทางที่ส่งผลต่ออุปลักษณ์ ทางวัฒนธรรม 2) ด้านรูปลักษณ์ คือระบบความเชื่อ ภูมิปัญญา ประเพณี พิธีกรรม รวมถึงวิถีชีวิตทั่วไปเป็นศักยภาพชุมชนที่ยังปรากฏและรักษาไว้ถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังค้นพบศักยภาพด้านฐานอำนาจของชุมชน ได้แก่ ความเข้มแข็งของอำนาจภายในชุมชน

คือการเคารพผู้อาวุโสซึ่งเป็นผู้นำแบบไม่ เป็นทางการ อำนาจของคนรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในถิ่นฐานเกิด รวมทั้งฐานอำนาจของผู้นำอย่างเป็นทางการภาครัฐที่ประสานและร่วมกันผลักดัน โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ด้านอัตลักษณ์ คือสิ่งที่สะท้อนมาจากรูปลักษณ์ซึ่งเป็นศักยภาพชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้าขึ้นตีนจก การทำปิ่นปักผม การทำนาแบบขั้นบันได รูปแบบสถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้างตามความเชื่อ เช่น หอพ่อเจ้าหลวง หอเสื้อวัด บ้าน ประเพณีและพิธีกรรม 12 เดือน เช่น พิธีล่องสังขาร พิธีตาลข้าวใหม่-เผาหัวพระเจ้า เป็นต้น ศักยภาพของชุมชนทั้ง 3 ด้านจะนำพาแม่แจ่มไปสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทางซึ่งเป็นที่นิยมในกระแสโลกปัจจุบัน และตามแนวโน้มในอนาคต ต่อไป

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญใน จังหวัดปทุมธานีและเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ในด้านทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมอญ ความคิดเห็นของภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนพฤติกรรม และทัศนคติของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มีทั้งสิ้น 418 คน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนยุทธศาสตร์จังหวัด แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 10 คนผู้ประกอบการด้านการบริการการท่องเที่ยวเอกชน และมีผู้ประกอบการด้านที่พัก จำนวน 10 คนประชาชนใน อำเภอเมือง และอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จำนวน 75 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมือง และอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จำนวน 321 คน โดยมี รายการตรวจสอบทรัพยากร แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยสรุปได้ว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้าน ประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถาน และโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่งอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ธง ตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์ และถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนา ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน

และพัฒนาเส้นทางการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกันตลอดจนพัฒนา
ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว
ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ผกามาต ชัยรัตน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว จังหวัด
อุดรธานี ศึกษาถึง 1) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมแบบบูรณาการ
อย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว
แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดอุดรธานี 3) เพื่อประเมินศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว
ของจังหวัด อุดรธานี โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ในเชิงคุณภาพผู้วิจัย
ได้ค้นคว้าศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทุกภาคส่วน
ได้ครอบคลุมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุดรธานี 10 แหล่ง โดยได้มีการสัมภาษณ์
เชิงลึกใน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 2) ภาคเอกชน 3) ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว
ในเชิงปริมาณได้สอบถามถึงความพึงพอใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
ที่เดิน ทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 384 คนเพื่อนำมาศึกษาและประเมินศักยภาพของ
การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ
ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 20,000-29,999 บาท/เดือน ด้านพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว
ส่วนใหญ่ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน
ประเภทของยานพาหนะที่ใช้โดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนมากมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์
แบบไปเช้าเย็น กลับ เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ส่วนมากรู้จักแหล่งท่องเที่ยว
จากอินเทอร์เน็ต มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,000-3,000 บาท มากกว่าครึ่งจะกลับมาเที่ยวอีก
การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัด อุดรธานี ด้านความพึงพอใจ
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน
โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
ด้านธรรมชาติด้าน มหกรรมและเทศกาลประเพณีและด้านการให้บริการ ด้านความพึงพอใจ
ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$)
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่
ด้านกายภาพทางการท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวด้านบุคลากรทาง
การท่องเที่ยวด้านกระบวนการบริการทางการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว
ด้านผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยว รวมถึงมีการจัดการร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน
ชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการ พัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัด

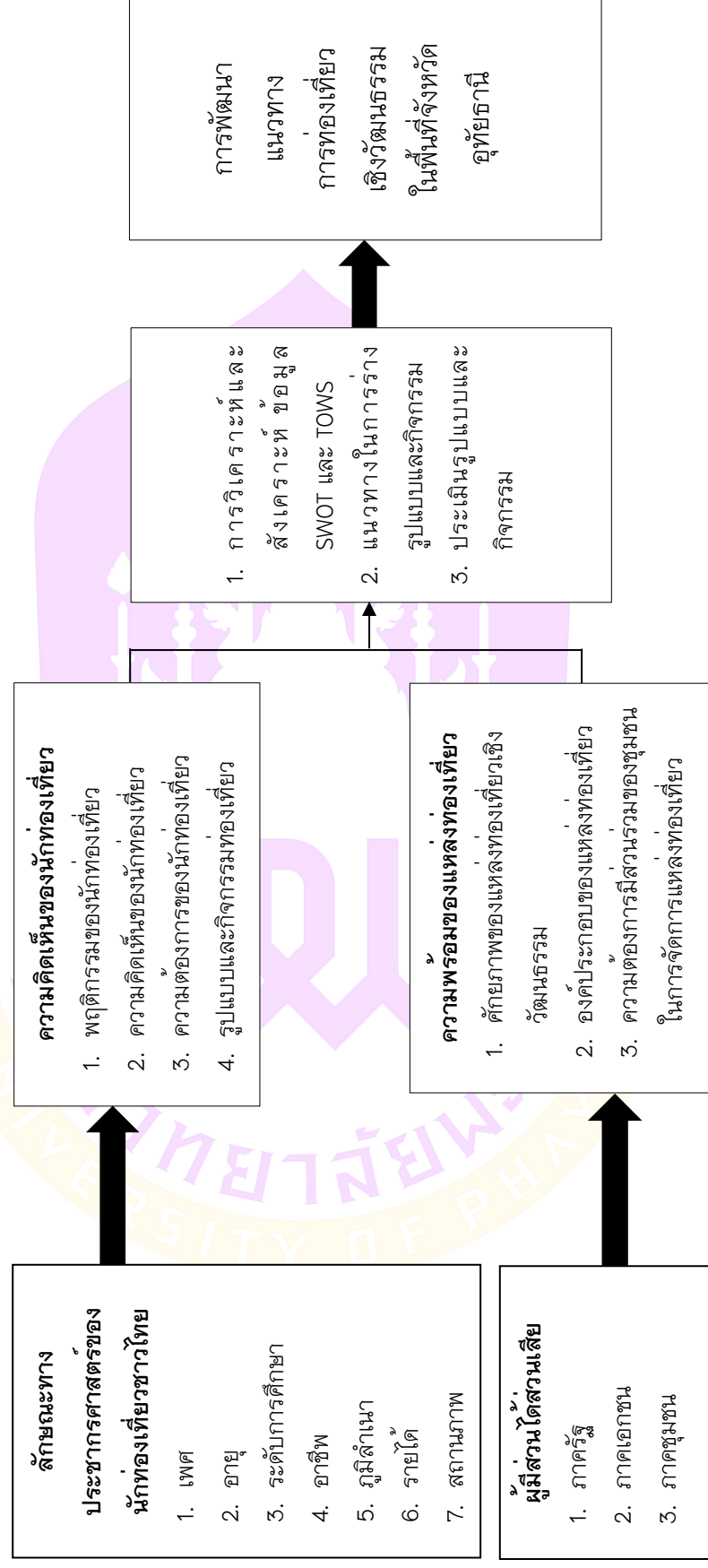
อุดรธานีนั้น เพื่อให้เกิดการวางแผนการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้านธรรมชาติ ด้านมหกรรมและเทศกาล ประเพณี ด้านการให้บริการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ยุทธนา คาพา (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลและองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 คนพบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.00 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.75 มีการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.25 มีสถานภาพ หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 39.50 อาชีพนักบวช คิดเป็นร้อยละ 18.75 มีรายได้ต่อเดือน 5,001 -7,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจ มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวจีนแตกต่างกันพบว่า อายุและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของ นักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ พบว่าองค์ประกอบ การท่องเที่ยว 5A's ด้านการตระหนัก (Awareness) มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเห็นได้ว่าหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นไปเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน อันจะส่งผลให้เพิ่มรายได้ต่อชุมชนและท้องถิ่น

ตาราง 3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย / ปี	ชื่อเรื่อง	ประเด็น / แนวคิดที่ศึกษา					
		ผลกระทบสิ่งแวดล้อม	ผลกระทบชุมชน	ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและชุมชน	ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและชุมชน	ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและชุมชน	ผลกระทบสิ่งแวดล้อมและชุมชน
ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2549	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัดของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน		✓	✓		✓	✓
อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ, 2543	การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อชุมชนกรณีศึกษา : ชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา	✓			✓	✓	
วรภาพ วงศ์รอด ,2559	การพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา : ชุมชนวัฒนธรรมไททรงดำบ้านหนองเนิน อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์	✓		✓	✓	✓	✓
กนกพร นิยมพล ,2559	แนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุ ตำบลตะคุ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา	✓		✓	✓	✓	✓
วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ, 2557	การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี	✓		✓			✓
พกามาศ ชัยรัตน์, 2560	ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี	✓	✓				✓
พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล, 2553	การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี	✓		✓	✓		✓
ศิริมาลย์ วัฒนา และคณะ ,2559	ศักยภาพชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			✓	✓		✓
ยุทธนา คาพา และอัครกิตติ พัฒนสัมพันธ์ ,2559	องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน	✓	✓	✓		✓	✓

กรอบแนวคิดวิจัย
เรื่อง “การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี”



ภาพ 5 กรอบแนวคิดวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี” เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยต่างๆ โดยเลือกปัจจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาดำเนินการวิจัย ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย ใช้ถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลความสัมพันธ์กับตัวแปรที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในลำดับต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัย และการสำรวจตรวจสอบทรัพยากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยสามารถอธิบายโดยเรียงลำดับตามหัวข้อต่อไปนี้ 1) ขั้นตอนการวิจัย 2) ระเบียบวิธีวิจัย โดยประกอบด้วยประชากร กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างเครื่องมือ และทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการวิจัย

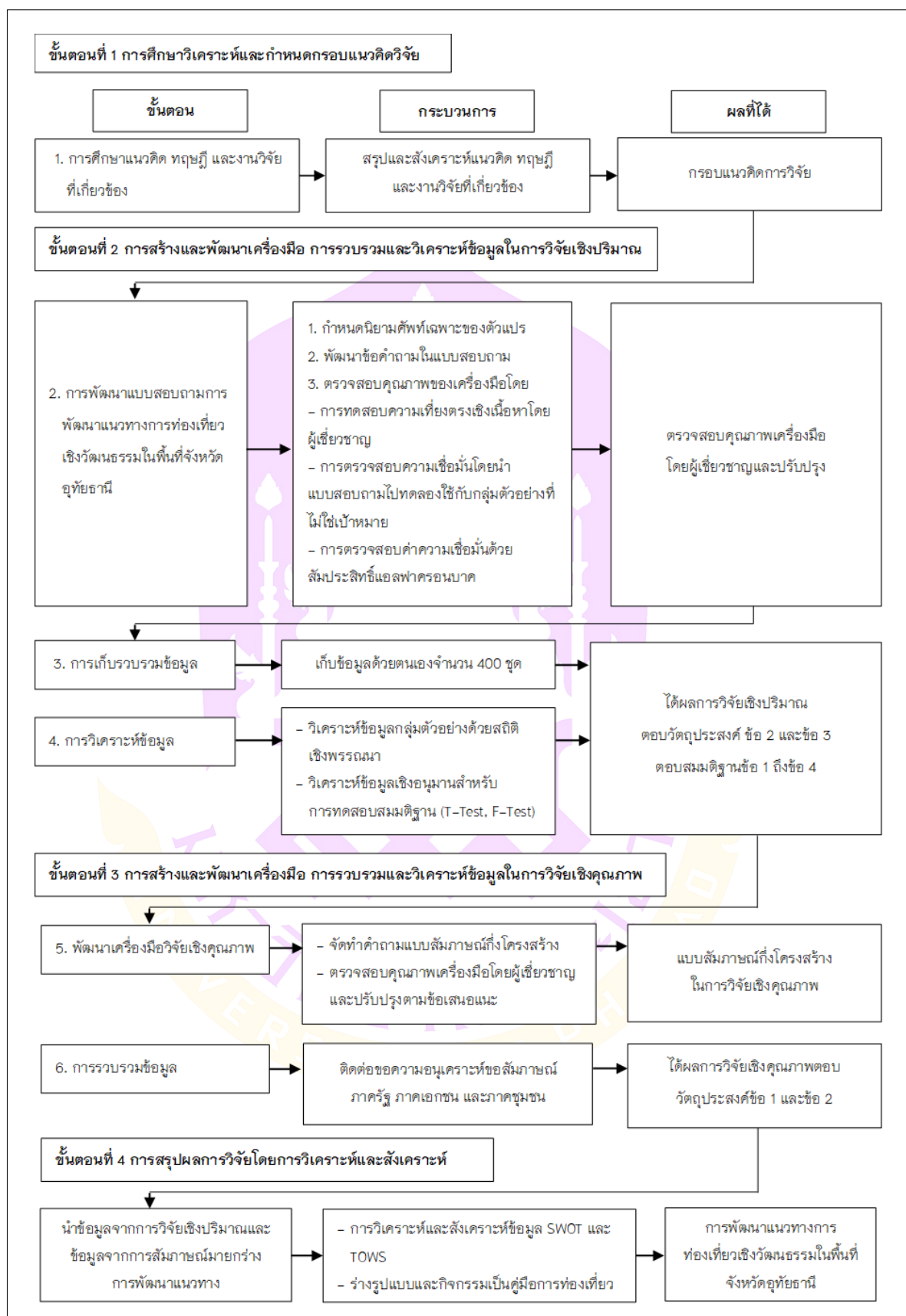
ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมการวิจัย ซึ่งเป็นการจัดเตรียมการดำเนินการวิจัยโดยศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความต้องการของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยว รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้วยการศึกษาค้นคว้า ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมต่างๆ จากตำราเอกสารวิชาการ และงานวิจัย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) และตัวแปรในการวิจัย จัดทำข้อเสนอและโครงร่าง

การวิจัย (Proposal) นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการพิจารณาหัวข้อวิทยานิพนธ์ และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ จากนั้นขออนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์ต่อบัณฑิตวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี และการสร้างรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี และตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบเชิงทฤษฎี (Theoretical Model) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยกำหนดนิยามเชิงทฤษฎี (Conceptual Definition) ของตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการทบทวนวรรณกรรม พัฒนาข้อคำถามในแบบสอบถามการวิจัย ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการวิจัย ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ทดลองเครื่องมือวิจัย จนได้เครื่องมือวิจัยที่มีความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) นำไปเก็บรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา ตรวจสอบข้อมูลให้เป็นไปตามเงื่อนไขและข้อตกลงพื้นฐานในการวิเคราะห์ทางสถิติ และวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อยืนยันและขยายผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจัดทำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) หาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ในด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว และความต้องการของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ มาয়กร่างเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ขั้นตอนที่ 4 การสรุปผลการวิจัย โดยสรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ อภิปรายผลการวิจัย โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล SWOT และ TOWS เพื่อให้ได้แนวทางในการร่างรูปแบบและกิจกรรม มาเป็นคู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี และได้การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีต่อไป



ภาพ 6 ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และการออกแบบการวิจัย ใช้ถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวไปหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในลำดับต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีจำนวน 365,767 คน ซึ่งเป็นข้อมูลผู้มาเยือนล่าสุด ในปี พ.ศ. 2560 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% การคำนวณจากสูตร การหา กลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรของ (ละเอียด ศิลาโนย, 2558)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง สัดส่วนประชากร (Population Proportion, π)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{NZ^2 \pi(1-\pi)}{Ne^2 + Z^2 \pi(1-\pi)}$$

กำหนดให้

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

Z = คะแนนมาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะได้ $Z = 1.96$

π = สัดส่วนประชากรมีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.05

e = ความคาดเคลื่อนในที่กำหนดให้เท่ากับ 0.05

แทนค่าโดย $\pi = 0.5$, $Z = 1.96$, $e = 0.05$

$$n = \frac{N(1.96)^2 (.25)}{N(.05)^2 + (1.96)^2 (.25)}$$

$$n = \frac{N(3.8416)(.25)}{N(.0025) + (3.8416)(.25)}$$

$$n = \frac{N 0.9604}{N.0025 + 0.9604}$$

n มีค่า = 365,767 คน

$$n = \frac{365,767 \times 0.9604}{(365,767 \times 0.0025) + 0.9604}$$

$$n = \frac{351,283}{916}$$

$$n = 383.49$$

$$n = 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่มให้ตอบแบบสอบถาม คือ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่มให้ตอบแบบสอบถาม คือ 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการเลือกแบบมีจุดมุ่งหมายหรือการเลือกแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive sampling or select sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างตรงกับกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี โดยกำหนดจำนวนการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว แบ่งออกได้ตามตาราง ดังนี้

ตาราง 4 แสดงการกำหนดจำนวนการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จำนวนแบบสอบถาม
1. อำเภอเมืองอุทัยธานี เช่น วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม วัดอุโปสถาราม วัดสังกัสรัตนคีรี ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี (ยอดเขาสะแกกรัง) ตรอกโรงยา พิพิธภัณฑ์ฮักแซตติ้ง วิถีชีวิตชาวเรือ นแพลำน้ำสะแกกรัง พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมพื้นเมือง และสะพานแขวนเกาะเทโพ	200 ชุด
2. อำเภอทัพทัน ได้แก่ หอวัฒนธรรมนิทัศน์วัดโคกหม้อ (พรหมานุสรณ์) วัดเขาปลาร้า และตลาดนัดโค-กระบือ	30 ชุด
3. อำเภอสว่างอารมณ์ ได้แก่ เมืองโบราณบึงคอกช้าง	10 ชุด
4. อำเภอหนองฉาง ได้แก่ วัดหนองขุนชาติ และเมืองอุทัยธานีเก่า	20 ชุด
5. อำเภอหนองขาหย่าง ได้แก่ วัดหนองพลวง และเมืองโบราณบ้านคูเมือง	20 ชุด
6. อำเภอบ้านไร่ ได้แก่ วัดถ้ำเขาวง ตลาดชาวไร่ ชุมชนหมู่บ้านสนา วัดเขาวงพรหมจรรย์ เมืองโบราณการุ้ง หมู่บ้านกระเหรียงแก่น มะกรูด ศูนย์วัฒนธรรมชาวเขาน้ำอ้อมมาดอีทราย และวัดผาทั้ง	100 ชุด
7. อำเภอลานสัก ได้แก่ วัดถ้ำเขาซ้องชัย	10 ชุด
8. อำเภอห้วยคต ได้แก่ วัดสมอทอง	10 ชุด
รวม	400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Closed-end questionnaire) และแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-end questionnaire) โดแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 6 ตอน ประกอบด้วย หัวข้อคำถามหลัก ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลพื้นฐานการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้ และสถานภาพ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดหรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีวิธีการตอบโดยให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ให้ตรงกับความเป็นจริง และในส่วนของภูมิลำเนา แบบสอบถามเป็นลักษณะปลายเปิด (Open-ended) โดยให้นักท่องเที่ยวเขียนข้อมูลตามความเป็นจริง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย หัวข้อคำถาม ได้แก่ พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ และน่าสนใจของจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดหรือ

แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีวิธีการตอบโดยให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ให้ตรงกับความเป็นจริง และในส่วนข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายเปิด (Open-ended) โดยให้นักท่องเที่ยวเขียนข้อมูลตามความเป็นจริง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย หัวข้อคำถาม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย หัวข้อคำถาม ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตอนที่ 5 รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย หัวข้อคำถาม ได้แก่ คู่มือการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบบสอบถามตอนที่ 4 และ 5 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เหมือนกัน ซึ่งวิธีการตอบคำถาม ผู้วิจัยกำหนดวิธีการ คือให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบให้ตรงกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-End Questionnaire) เพื่อให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาไปทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) รายละเอียด ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content validity test) มีขั้นตอนดังนี้

1.1 กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตามลักษณะการสร้างแบบสอบถามวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้อง และลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้แก่

1) ดร.วัลย์ลีลา เจริญศิลป์ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม

2) ผศ.ดร.พรพิมล ชูติศิลป์ รองคณบดีฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและการบริการ

3) ดร.สาลินี ทิพย์เพ็ง อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว

4) ดร.ธารินทร์ รสานนท์ อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารการศึกษา วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

5) ดร.พิสิทธิ์ โสภณพงษ์พัฒน์ อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและการบริการ

1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงเนื้อหาตามคำแนะนำของคณะอาจารย์ที่ปรึกษาและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทดสอบความตรงของเนื้อหา (A test of validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) เพื่อให้เห็นว่านักความสอดคล้องและความเหมาะสมตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือไม่ โดยครอบคลุมเนื้อหาดังนี้

1.2.1 ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาของตัวแปรโดยรวม

1.2.2 ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาย่อยของตัวแปร

1.2.3 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

1.3 นำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านและเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุง ดังนี้

1.3.1 ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ อยู่ระหว่าง +1 ถึง -1

1.3.2 ข้อคำถามที่มีตรงตามเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.00 ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดตรงตามวัตถุประสงค์จริง

วิธีการ คือ ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน ประเมินความเหมาะสมของแต่ละข้อความ ซึ่งเกณฑ์การประเมินได้กำหนดเป็นค่าตัวเลข ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อคำถามที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจ หรือข้อคำถามนั้นคลุมเครือไม่ชัดเจน

-1 หมายถึง แน่ใจข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

1.3.3 นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ตามสูตรดังนี้ วรรณญา ภัทรสุข (2554)

$$\text{กำหนดให้ } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC พบว่า ได้ค่าเท่ากับ 0.88 มีค่ามากกว่า 0.50 ไม่มีข้อคำถามที่ต้องตัดทิ้ง ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้

1.3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปทดสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยงก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง (Try out) โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทดลองที่คล้ายคลึงกับประชากรที่จะทำการศึกษาจำนวน 30 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการคำนวณหาความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามในการทดสอบความเชื่อถือนั้น จะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนที่สามารถนำมาตีเป็นค่าคะแนนได้โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient)

ของครอนบาค (Cronbach) ในการวิเคราะห์และประมวลผลความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$r = 1 - n \frac{\sum vi}{n1 vt}$$

เมื่อ vi = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
Vt = รวมทุกข้อ
N = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

โดยสามารถคำนวณโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป ซึ่งความเชื่อมั่นได้เป็นส่วนหนึ่งที่ยืนยันความถูกต้องของการทดสอบ ด้วยค่า Alpha ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

จากการนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้วิธีวิเคราะห์ประมวลผลหาค่า ครอนบาค แอลฟา (Cronbach's alpha analysis test) ซึ่งผลการคำนวณสัมประสิทธิ์อัลฟา ค่าความเชื่อมั่นที่ได้เท่ากับ 0.892 ซึ่งเป็นค่าคะแนนความเชื่อมั่นในระดับที่ค่อนข้างสูง จึงถือได้ว่าเป็นเครื่องมือวิจัยที่ได้มาตรฐานสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีวิธีการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา นำมาตรวจสอบและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบคำถามทุกรายการครบถ้วนสมบูรณ์ และสามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์มาจัดเป็นกลุ่มและนับคะแนนลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปแบบสอบถามตอนที่ 1-3 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) แบบสอบถาม ตอนที่ 4-5 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยมีคำตอบและกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีของ เร็นสิส เอ.ลิเคิร์ต (Rensis A. Likert) คือ ลิเคิร์ตสเกล (Likert scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนจากการตอบแบบสอบถามของนักทองเที่ยว ดังนี้ (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้อธิบายความหมายของข้อมูลในลักษณะการบรรยายทั่วไป

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 ทดสอบความตรงของเนื้อหา (A test of validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC)

2.2 การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธีของคอนบาค (Cronbach)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) จะใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน (Analysis of variance) แบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA or f-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคล และตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple comparison) ของ Scheffe เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) โดยมีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า อย่างเป็นขั้นตอนแบบเข้มงวดพอสมควร ประเด็นคำถามที่ใช้การสัมภาษณ์ได้โครงสร้างไว้ แบบหลวมๆ นอกจากนี้ จะพิจารณาคำถาม สร้างคำถาม ปรับคำถาม และพัฒนาคำถาม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ขณะเดียวกันก็พยายามปรับคำถามให้เปิดรับแนวทางที่ได้ข้อมูลเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย โดยเนื้อหา การสัมภาษณ์จะเกี่ยวข้องกับ ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด อุทัยธานี โดยใช้องค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยว 6 A's ได้แก่ 1) Attraction คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) Accessibility ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) Amenities คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4) Ancillary service คือ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 5) Accommodation คือ ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว และ 6) Activities คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการมีส่วนร่วมของชุมชน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีวิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรง ของเนื้อหา (Content validity) ว่ามีข้อคำถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมและสามารถตอบ วัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน จากนั้นนำไปตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหา โดยคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) จำนวน 17 คน โดยแบ่งดังนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน
ได้แก่

- คุณสุชาร์ตน์ แสงอรุณ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุทัยธานี
- คุณพลศิลป์ รัตนประเสริฐ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบาย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี
- คุณสุรยุทธ รุทธะกาญจน์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี
- ดร.พลภัทร ไตรลัม ตำแหน่ง รองปลัดเทศบาลเมืองอุทัยธานี
- จ่าสิบเอก ยงยุทธ ภาครัตน์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ สำนักปลัดเทศบาลเมืองอุทัยธานี
- คุณกิตติพัฒน์ อธิวัฒน์ธนาวงศ์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี

1.2 หน่วยงานภาคเอกชน ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 9 คน
ได้แก่

- คุณชะลอ โนรี ตำแหน่ง ประธานหอการค้าจังหวัดอุทัยธานี
- คุณกฤตพล พรพิบูลย์ ตำแหน่ง เลขานุการ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี
- คุณญานิศ เทศนา ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการ ร้านบ้านจรัล จังหวัดอุทัยธานี
- คุณกนิษฐา กอบกัยกิจ ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการที่พัก อยู่แพ แพลสเดียร์ จังหวัดอุทัยธานี
- คุณวิวัฒน์ เมฆสุด ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ เจ้าของผู้ประกอบการที่พัก อุทัยริเวอร์เลค รีสอร์ท
- คุณวันนพ ขอสุข ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการที่พัก ไร่อุทัย
- จ่าสิบเอก ยงยุทธ ภาครัตน์ ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการเรือท่องเที่ยว (วัดโบสถ์) จังหวัดอุทัยธานี
- คุณอรรคภพ ทองตะนาว ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการสินค้าของที่ระลึก ทองตะนาวเครื่องหอมไทยเดิม
- คุณปนัดดา คำภักดี ตำแหน่ง ประธานกลุ่มฝีมือผักตบชวาบ้านเกาะลูกมอญ จังหวัดอุทัยธานี

1.3 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีส่วนสำคัญในบทบาทการเป็นผู้นำชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ชุมชน อันเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำคัญ จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 2 คน ได้แก่

- พ.อ.จเร ศรีสุก ตัวแทนผู้นำชุมชนเมืองอุทัยธานี และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
- คุณวันนพ ขอสุข ตัวแทนผู้นำชุมชนหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด

โดยผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) การประสานงานหน่วยงานเพื่อนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant)

2) การขอเอกสารราชการ (การบันทึกข้อความ) จากฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง “ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ข้อมูลศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี” และจัดส่งไปให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน

3) การลงพื้นที่การวิจัยตามวัน เวลา และสถานที่ที่นัดหมายเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ ในระหว่างการสัมภาษณ์มีการจดบันทึกข้อมูลและบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อกำหนดแนวทางการวิจัย อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจ และสามารถนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) ที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยการระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบ ที่มีการอ้างอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี โดยมีวิธีการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2554)

1. กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร เป็นการกำหนดให้ชัดเจนว่า ผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารประเภทใด เพื่อมาทำการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยจะต้องตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นมาเองใน

การคัดเลือกเอกสารและหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์ให้ชัดเจน โดยในการวิจัยครั้งนี้ เอกสารที่ใช้ คือ บันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) จากกลุ่มตัวอย่าง

2. วางเค้าโครงการวิเคราะห์ เป็นการจัดระบบการจำแนกคำ หรือข้อความในเนื้อหาสาระของเอกสาร บทความวิชาการ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดระบบการจำแนกให้ชัดเจนว่าจะจำแนกโดยใช้คำหรือข้อความใดบ้าง ระบบการจำแนกที่ชัดเจนนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำเนื้อหาใดมาวิเคราะห์ และจะตัดเนื้อหาใดออกไป ทั้งนี้การกำหนดระบบการจำแนกอาศัยการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้ คือ

2.1 การจำแนกควรสอดคล้องกับปัญหา วัตถุประสงค์ของตัวแปรการวิจัย

2.2 การจำแนกควรมีการครอบคลุมคำ หรือข้อความที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นระบบในการจำแนกควรมีความครอบคลุมคำ หรือข้อความอื่นๆ ที่มีอยู่ในเอกสาร เพื่อให้สามารถนำมาลงรหัส แง่จับได้ถูกต้องภายใต้คำหลักการจำแนก

2.3 การจำแนกควรใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน การใช้หลักเกณฑ์เดียวกันในการจำแนกจะมีประโยชน์สำหรับป้องกันการซ้ำซ้อนกันของคำหรือข้อความที่จะปรากฏ เมื่อทำการแ่งนับ

2.4 การจำแนกควรมีระบบที่เด่นชัด ไม่ควรซ้ำซ้อนกันระหว่างข้อความที่จะนำไปแ่งนับภายใต้ระบบการจำแนกแต่ละครั้ง

3. พิจารณาข้อมูลและเอกสาร เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับลักษณะต่างๆ ของข้อมูล เอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้องมีความครอบคลุมมากที่สุด โดยลักษณะของข้อมูลที่พิจารณา ได้แก่ แหล่งที่มาของข้อมูล ช่วงเวลาในการบันทึกข้อมูล บุคคลที่ผู้ให้ข้อมูลประสงค์จะส่งข้อมูลถึง ซึ่งลักษณะเหล่านี้ของข้อมูลจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงอธิบายข้อมูลในเอกสารได้ดีขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนับความถี่ของคำหรือข้อความที่จำแนกไว้ภายใต้ระบบการจำแนกที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นก็ทำการวิเคราะห์ เชื่อมโยง สรุป บรรยายข้อมูลที่จำแนกได้และอ้างอิงไปสู่ข้อมูลทั้งหมดในเอกสารนั้นๆ

การตรวจพิสูจน์ความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูล

สามารถตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบมี 4 ด้าน (สุภางค์ จันทวนิช, 2556) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ 3 ด้านดังนี้

1. ด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลด้านสถานที่ ด้านเวลา และด้านบุคคล เพื่อตรวจสอบว่า ข้อมูลจากสถานที่แตกต่างกันจะให้ข้อมูลที่เหมือนกันหรือไม่

หากผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนข้อมูลจะเหมือนกันหรือไม่ และในเวลาที่แตกต่างกันข้อมูลจะเหมือนกันหรือไม่

2. ด้านผู้ศึกษาวิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร โดยการเปลี่ยนตัวผู้เก็บข้อมูลแต่กำหนดให้เก็บข้อมูลเรื่องเดียวกัน

3. ด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่า หากผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างจากเดิม จะทำให้การตีความหมายข้อมูลแตกต่างกันน้อยเพียงใด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี นำเสนอในรูปแบบตารางที่ประกอบคำบรรยาย โดยการแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำเสนอออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลจากการสัมภาษณ์บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน ซึ่งมีหัวข้อในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. ผลการตรวจสอบทรัพยากรเกี่ยวกับศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
2. ผลการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
3. ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's)
4. ผลการสัมภาษณ์ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี



ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวก่อนเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ภูมิสำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ชาย	187	46.8	2
หญิง	213	53.3	1
รวม	400	100.0	
อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่า 20 ปี	16	4.0	6
20-29 ปี	92	23.0	2
30 – 39 ปี	179	44.8	1
40 – 49 ปี	50	12.5	3
50 – 59 ปี	38	9.5	4
60 ปีขึ้นไป	25	6.3	5
รวม	400	100.0	
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	54	13.5	3
ปริญญาตรี	244	61.0	1
ปริญญาโท	102	25.5	2
ปริญญาเอก	0	0	4
รวม	400	100.0	
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
พนักงานบริษัทเอกชน	140	35.0	1
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	89	22.3	3
ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	115	28.8	2
นักเรียน / นักศึกษา	22	5.5	5
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	34	8.5	4
รวม	400	100.0	

ตาราง 5 (ต่อ)

ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ภาคเหนือ	76	19.0	2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	27	6.8	4
ภาคกลาง	244	61.0	1
ภาคตะวันออก	12	3.0	5
ภาคใต้	12	3.0	5
ภาคตะวันตก	29	7.3	3
รวม	400	100.0	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	45	11.3	3
15,001 – 30,000 บาท	268	67.0	1
30,001 – 50,000 บาท	71	17.8	2
มากกว่า 50,000 บาท	16	4.0	4
รวม	400	100.0	
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
โสด	223	55.8	1
สมรส	147	36.8	2
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	30	7.5	3
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 5 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเป็นผู้ชายจำนวน 187 คน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาเป็น 20–29 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อายุ 40 – 49 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาอยู่ในระดับการศึกษา ปริญญาโท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาเอก จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาทำอาชีพราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ภาคกลาง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ ภาคเหนือ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ภาคภาคตะวันตก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด มี 2 ภาคเท่าๆ กัน คือ ภาคตะวันออกและภาคใต้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา คือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โสด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดอุทัยธานี

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว
ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ครั้งแรก	143	35.8	1
จำนวน 2 ครั้ง	103	25.8	2
จำนวน 3 ครั้ง	53	13.3	4
มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	101	25.3	3
รวม	400	100.0	
ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ครอบครัว	219	54.8	1
หน่วยงาน	0	0.00	4
เพื่อน กลุ่มเพื่อน	171	42.8	2
บริษัททำเที่ยว	0	0.00	4
คนเดียว	10	2.5	3
รวม	400	100.0	
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1-5 คน	345	86.3	1
6-10 คน	51	12.8	2
11-15 คน	4	1.0	3
16 คนขึ้นไป	0	0.00	4
รวม	400	100.0	
พักแรมหรือนอนค้างคืน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
พักแรม	350	87.5	1
ไม่พักแรม	50	12.5	2
รวม	400	100.0	

ตาราง 6 (ต่อ)

ประเภทที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
โรงแรม	71	17.8	2
รีสอร์ท	267	66.8	1
เกสต์เฮ้าส์	4	1.0	6
บ้านญาติและบ้านพักรับรอง	32	8.0	3
บ้านเรือนแพ	15	3.8	4
อื่นๆ	11	2.8	5
รวม	400	100.0	
ระยะเวลาที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
1 คืน	184	46.0	1
2 คืน	177	44.3	2
3 คืนขึ้นไป	39	9.8	3
รวม	400	100.0	
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	148	37.0	2
2,001-4,000 บาท	185	46.3	1
4,001-6,000 บาท	56	14.0	3
มากกว่า 6,000 บาทขึ้นไป	11	2.8	4
รวม	400	100.0	
ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวอีกหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
กลับมา	400	100.0	1
ไม่กลับมา	0	0.00	2
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ครั้งแรก จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ จำนวน 2 ครั้ง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุดคือ จำนวน 3 ครั้ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี พร้อมครอบครัว มากที่สุด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ เพื่อน / กลุ่มเพื่อน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 คนเดียว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด มี 2 จำนวนเท่าๆ กัน คือ หน่วยงาน และบริษัทนำเที่ยว จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี 1-5 คน มากที่สุด จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมาคือ 6-10 คน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และ 11-15 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ 16 คนขึ้นไป จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี มากที่สุด จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือ ไม่พักแรม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักรีสอร์ท มากที่สุด จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ โรงแรม จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 บ้านญาติและบ้านพัก จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ เกสต์เฮาส์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ระยะเวลาที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 1 คืน มากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ 2 คืน จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ 3 คืนขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ในช่วง 2,001 – 4,000 บาท มากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 2,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และ 4,001-6,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ มากกว่า 6,000 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี มากที่สุด จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน	260	65.0	1
ชุมชนโบราณ	78	19.5	2
ประเพณีและงานเทศกาล	29	7.3	3
หัตถกรรมและงานศิลป์	18	4.5	4
อารยธรรมและชนเผ่า	11	2.8	5
อื่นๆ	4	1.0	6
รวม	400	100.0	
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
นมัสการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์	213	53.3	1
ชมดนตรีพื้นเมือง รำชนเผ่า และศิลปกรรม	23	5.8	4
ชมวิถีชีวิตชุมชน หมู่บ้านชนเผ่า และอารยธรรม	102	25.5	2
ชมงานเทศกาล และงานประเพณี	19	4.8	5
ผ้าพื้นเมือง ของฝาก และอาหารท้องถิ่น	43	10.8	3
รวม	400	100.0	
แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
การบอกปากต่อปาก	113	28.3	2
เอกสาร สิ่งพิมพ์	4	1.0	5
อินเทอร์เน็ต	266	66.5	1
โทรทัศน์ วิทยุ	6	1.5	4
บริษัทนำเที่ยว	11	2.8	3
อื่นๆ	0	0.00	6
รวม	400	100.0	

ตาราง 7 (ต่อ)

การตัดสินใจในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา	196	49.0	1
การส่งเสริมการขาย เอกสารคำแนะนำต่างๆ			
อิทธิพลของสังคมบุคคล เช่น สถานภาพ เศรษฐกิจ	43	10.8	3
สังคม ทัศนคติ และค่านิยม			
ปัจจัยภายนอก เช่น ความมั่นใจของธุรกิจนำเที่ยว	14	3.5	4
ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ฯลฯ			
ลักษณะการท่องเที่ยว เช่น ราคา ค่ำค่า สิ่งอำนวยความสะดวก	147	36.8	2
ความสะดวก กิจกรรมการจัดการแหล่งท่องเที่ยว			
ข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ			
รวม	400	100.0	
สิ่งที่พึงพอใจในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย	211	52.8	1
ความเป็นมิตรของผู้คน	52	13.0	4
กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	68	17.0	2
การบริการที่ดี	7	1.8	5
ความคุ้มค่า ค่ำราคาในการท่องเที่ยว	62	15.5	3
รวม	400	100.0	
ความต้องการในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
พักผ่อนเติมเต็มให้กับชีวิต	254	63.5	1
สังคมการทำงาน	3	0.8	5
การสร้างสัมพันธ์ภาพ	23	5.8	3
ศึกษาและเรียนรู้	116	29.0	2
อื่นๆ	4	1.0	4
รวม	400	100.0	
สิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
วิถีชีวิต	312	78.0	1
วัฒนธรรมและประเพณี	41	10.3	2
ประชุม สัมมนา และธุรกิจ	30	7.5	3
ศรัทธา ความเชื่อและศาสนา	17	4.3	4
เยี่ยมญาติ	0	0.00	5
รวม	400	100.0	

ตาราง 7 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ทรัพยากรที่หลากหลาย	116	29.0	2
ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว	126	31.5	1
ค่าครองชีพ	50	12.5	4
ครอบครัว เพื่อน และสังคมการทำงาน	59	14.8	3
มีความตั้งใจอยากเดินทางมา	49	12.3	5
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้าน ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ ชุมชนโบราณ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ประเพณีและงานเทศกาล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 หัตถกรรมและงานศิลป์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ อารยธรรมและชนเผ่า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ อื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านนมัสการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มากที่สุด จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ชมวิถีชีวิตชุมชน หมู่บ้านชนเผ่า และอารยธรรม จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ผ้าพื้นเมือง ของฝาก และอาหารท้องถิ่น จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และชมดนตรีพื้นเมือง รำชนเผ่า และศิลปกรรม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ ชมงานเทศกาล และงานประเพณี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานีจาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมา คือ การบอกปากต่อปาก จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 บริษัทนำเที่ยว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 โทรทัศน์ วิทยุ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ เอกสาร สิ่งพิมพ์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ อื่นๆ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จากสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา การส่งเสริมการขาย เอกสารคำแนะนำต่างๆ มากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ ลักษณะการท่องเที่ยว เช่น ราคา ค่ำค่า สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และอิทธิพลของสังคมบุคคล เช่น สถานภาพ เศรษฐกิจ สังคม ทัศนคติ และค่านิยม จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ ปัจจัยภายนอก เช่น ความมั่นใจของธุรกิจนำเที่ยว ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ฯลฯ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย มากที่สุด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ความคุ้มค่า ค่ำค่าในการท่องเที่ยว จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และ ความเป็นมิตรของผู้คน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ การบริการที่ดี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี เพื่อพักผ่อนเติมเต็มให้กับชีวิต มากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ศึกษาและเรียนรู้ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 การสร้างสัมพันธภาพ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ สังคมการทำงาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี เพื่อชม วิถีชีวิต จำนวน 312 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ วัฒนธรรม ประเพณี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ประชุม สัมมนา และธุรกิจ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ ศรัทธา ความเชื่อและศาสนา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ เยี่ยมญาติ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ ทรัพยากรที่หลากหลาย จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ครอบครัว เพื่อน และสังคมการทำงาน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ ค่าครองชีพ จำนวน

50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ มีความตั้งใจอยากเดินทางมา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

ส่วนที่ 4 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	แปลความว่า	ระดับน้อยที่สุด
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	แปลความว่า	ระดับน้อย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	แปลความว่า	ระดับปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	แปลความว่า	ระดับมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	แปลความว่า	ระดับมากที่สุด

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
1. ความเป็นเอกลักษณ์ และความงดงามของ ศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	4.95	0.22	มากที่สุด	1
2. การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณ แหล่งท่องเที่ยว	4.89	0.31	มากที่สุด	3
3. ความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึกท้องถิ่น	4.74	0.44	มากที่สุด	5
4. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม	4.92	0.28	มากที่สุด	2

ตาราง 8 (ต่อ)

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
5. ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว	4.78	0.41	มากที่สุด	4
6. การอนุรักษ์ทางด้านสถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยว	4.66	0.47	มากที่สุด	7
7. สภาพของถนนในเส้นทางที่เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.44	0.54	มากที่สุด	17
8. ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.24	0.43	มากที่สุด	25
9. ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสาร	4.27	0.50	มากที่สุด	24
10. ความสะดวกของช่วงเวลาในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	4.51	0.50	มากที่สุด	14
11. ความปลอดภัยของถนน / ท่าเรือ	4.53	0.50	มากที่สุด	12
12. การจัดการด้านการจราจรในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.54	0.50	มากที่สุด	11
13. ความเพียงพอของที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยว	4.58	0.54	มากที่สุด	9
14. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว	4.50	0.50	มากที่สุด	15
15. ความเพียงพอของร้านอาหาร	4.44	0.50	มากที่สุด	17
16. ความเหมาะสมผลของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	4.42	0.49	มากที่สุด	19
17. ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก	4.43	0.50	มากที่สุด	18
18. ป้ายบอกชื่อของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน	4.52	0.50	มากที่สุด	13
19. ป้ายบอกถึงประวัติความเป็นมาโดยย่อของแหล่งท่องเที่ยว	4.32	0.58	มากที่สุด	21
20. ป้ายแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมจุดที่สำคัญ	4.31	0.64	มากที่สุด	22
21. ที่นั่งพักผ่อนสำหรับผู้เยี่ยมชมภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.41	0.54	มากที่สุด	20
22. การให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวโดยมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.44	0.56	มากที่สุด	17
23. การดูแลความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.56	0.55	มากที่สุด	10
24. ความสะอาดของห้องสุขา	4.48	0.50	มากที่สุด	16
25. ความสะอาดของน้ำประปา	4.44	0.50	มากที่สุด	17

26. มีระบบไฟฟ้าในการบริการนักท่องเที่ยว	4.43	0.50	มากที่สุด	18
---	------	------	-----------	----

ตาราง 8 (ต่อ)

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
27. มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต (WIFI) ให้กับนักท่องเที่ยวโดยไม่มีค่าใช้จ่าย	4.69	0.73	มากที่สุด	6
28. ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ	4.14	0.35	มาก	28
29. การบริหารจัดการขยะมูลฝอย	4.20	0.40	มาก	26
30. การดูแลน้ำซังในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.15	0.42	มาก	27
31. การบริหารจัดการระเบียบของร้านค้าแผงลอย	4.27	0.44	มากที่สุด	23
32. การจัดระเบียบของสถานที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.50	0.50	มากที่สุด	15
33. ความร่มรื่นของต้นไม้ ดอกไม้ภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.61	0.49	มากที่สุด	8
รวม	4.49	0.21	มากที่สุด	

จากตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยรวมระดับความต้องการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49) เมื่อพิจารณาตามรายชื่อโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.95) รองลงมา คือความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม (ค่าเฉลี่ย = 4.92) การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.89) ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.78) ความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึกท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 4.74) มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต (WIFI) ให้กับนักท่องเที่ยวโดยไม่มีค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.69) การอนุรักษ์ทางด้านสถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.66) ความร่มรื่นของต้นไม้ ดอกไม้ภายในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.61) ความเพียงพอของที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.58) การดูแลความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.56) การจัดการด้านการจราจรในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.54) ความปลอดภัยของถนน / ท่าเรือ (ค่าเฉลี่ย = 4.53)

ป้ายบอกชื่อของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 4.52) ความสะดวกของช่วงเวลาในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.51) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.50) ความสะอาดของห้องสุขา (ค่าเฉลี่ย = 4.48) ความสะอาดของน้ำประปา (ค่าเฉลี่ย = 4.44) มีระบบไฟฟ้าในการบริการนักท่องเที่ยว และร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย = 4.43) ความสมเหตุสมผลของราคาอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย = 4.42) ที่นั่งพักสำหรับผู้เยี่ยมชมภายในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.41) ป้ายบอกถึงประวัติความเป็นมาโดยย่อของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.32) ป้ายแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมจุดที่สำคัญ (ค่าเฉลี่ย = 4.31) ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสาร (ค่าเฉลี่ย = 4.27) ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.24) ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นน้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก คือ ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ (ค่าเฉลี่ย = 4.14)

ส่วนที่ 5 รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย หัวข้อคำถาม ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คู่มือการท่องเที่ยว เส้นทางทางการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80	แปลความว่า	ระดับน้อยที่สุด
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60	แปลความว่า	ระดับน้อย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40	แปลความว่า	ระดับปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20	แปลความว่า	ระดับมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00	แปลความว่า	ระดับมากที่สุด

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับรูปแบบและกิจกรรม
ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
1. สักการะขอพร (หลวงพ่อดำ) และเยี่ยมชมความงดงามของวิหารแก้วและประสาททองคำที่วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม	5.00	0.00	มากที่สุด	1
2. เยี่ยมชมศาสนสถานเก่าแก่ สถาปัตยกรรมงดงามริมน้ำสะแกกรังที่วัดอุโปสถาราม	4.93	0.26	มากที่สุด	2
3. สักการะขอพร (พระพุทธรูปมงคล) ที่วัดสังกัสรัตนคีรีหรือวัดสะแกกรัง	4.77	0.42	มากที่สุด	4
4. สักการะพระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก วัดสังกัสรัตนคีรี	4.83	0.38	มากที่สุด	3
5. ร่วมงานประเพณีตักบาตรเทโว ที่วัดสังกัสรัตนคีรีหรือวัดสะแกกรัง	4.63	0.55	มากที่สุด	8
6. เยี่ยมชมชุมชนเก่า เดินเที่ยวถ้ำรูปกับอาคารเก่าแก่เลือกสินค้าพื้นเมืองและอาหารท้องถิ่น ที่ถนนคนเดินตรอกโรงยา	4.73	0.50	มากที่สุด	5
7. เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ฮกแซ่ต้ง ร้านขายยาจีน ยาฝรั่งเก่าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี	4.30	0.51	มากที่สุด	18
8. เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานีที่หมู่บ้านสะแกกรัง	4.33	0.52	มากที่สุด	17
9. เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี	4.18	0.38	มาก	20
10. เยี่ยมชมสะพานแขวนเกาะเทโพ เกาะสวรรค์ของคนชอบปั่นจักรยานและใช้ชีวิตที่ดำเนินไปแบบช้าๆ	4.37	0.53	มากที่สุด	14
11. เยี่ยมชมกรรมวิธีการแปรรูปปลาย่างของชาวบ้านบนเกาะเทโพ	4.50	0.50	มากที่สุด	11
12. ลองเรือเพื่อรับประทานอาหาร ชมทัศนียภาพ และวิถีชีวิตชาวเรือนแพของลำน้ำสะแกกรัง	4.65	0.48	มากที่สุด	7
13. เยี่ยมชมกรรมวิธีการทำหัตถกรรมจักสานพัดที่บ้านโรงน้ำแข็ง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.53	0.55	มากที่สุด	10

ตาราง 9 (ต่อ)

รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
14. เยี่ยมชมการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง บนลำน้ำ สะแกกรัง	4.42	0.49	มากที่สุด	12
15. เยี่ยมชมวิถีชีวิตยามเช้าที่ตลาดเช้าลานสะแกกรัง เลือกซื้ออาหารพื้นบ้านและสินค้าท้องถิ่น	4.55	0.50	มากที่สุด	9
16. เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณผ้าง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี	4.36	0.48	มากที่สุด	15
17. เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณโคกหม้อ อำเภอกั๊ก จังหวัดอุทัยธานี	4.40	0.49	มากที่สุด	13
18. เยี่ยมชมหมู่บ้านแก่นมะกรูด หมู่บ้านชาวเขาเผ่า กระเหรี่ยง รับชมการแสดงชุดรำตง ซึ่งเป็น ศิลปการแสดงพื้นบ้าน	4.36	0.48	มากที่สุด	15
19. เยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรมชาวบ้านอีมาด - อีทราย ชมวิถีชีวิตชาวเผ่ากระเหรี่ยง งานไหว้เจดีย์ งานไหว้ ต้นโพธิ์ ซึ่งเป็นประเพณีดั้งเดิม	4.50	0.50	มากที่สุด	11
20. เยี่ยมชมวัดถ้ำเขาวง ศาลาวัดทำด้วยไม้ทั้งหลัง เป็นเรือนไทยทรงโบราณที่มีความสวยงาม	4.71	0.46	มากที่สุด	6
21. การจัดทำคู่มือเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดอุทัยธานี	4.26	0.44	มากที่สุด	19
22. การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดอุทัยธานี	4.34	0.47	มากที่สุด	16
รวม	4.53	0.23	มากที่สุด	

จากตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นของรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53) เมื่อพิจารณาตามรายชื่อโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ได้แก่ ลักการะขอพร (หลวงพ่อกุญชร) และเยี่ยมชมความงดงามของวิหารแก้ว และปราสาททองคำที่วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม (ค่าเฉลี่ย = 5.00) รองลงมา เยี่ยมชม

ศาสนสถานเก่าแก่ สถาปัตยกรรมงดงามริมน้ำสะแกกรังที่วัดอุโปสถาราม (ค่าเฉลี่ย = 4.93) ลักการะ พระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกนาถ วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดสะแกกรัง (ค่าเฉลี่ย = 4.83) ลักการะขอพร (พระพุทธรูปมงคล) ที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดสะแกกรัง (ค่าเฉลี่ย = 4.77) และเยี่ยมชมชุมชนเก่า เดินเที่ยวถ่ายรูปกับอาคารเก่าแก่ เลือกสินค้าพื้นเมืองและอาหารท้องถิ่น ที่ถนนคนเดินตรอกโรงยา (ค่าเฉลี่ย = 4.73) เยี่ยมชมวัดถ้ำเขาวง ศาลาวัดทำด้วยไม้ทั้งหลัง เป็นเรือนไทยทรงโบราณที่มีความ (ค่าเฉลี่ย = 4.71) ล่องเรือเพื่อรับประทานอาหาร ชมทัศนียภาพ และวิถีชีวิตชาวเรือนแพของลำน้ำสะแกกรัง (ค่าเฉลี่ย = 4.65) ร่วมงานประเพณีตักบาตรเทโว ที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดสะแกกรัง (ค่าเฉลี่ย = 4.63) เยี่ยมชมวิถีชีวิตยามเช้าที่ตลาดเช้าลานสะแกกรัง เลือกซื้ออาหารพื้นบ้าน และสินค้าท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 4.55) เยี่ยมชมกรรมวิธีการทำหัตถกรรมจักรสานพัด ที่บ้านโรงน้ำแข็ง ซึ่งเป็นภูมิปัญญา (ค่าเฉลี่ย = 4.53) เยี่ยมชมกรรมวิธีการแปรรูปปลาอย่างของชาวบ้านบนเกาะเทโพ (ค่าเฉลี่ย = 4.50) เยี่ยมชมการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง บนลำน้ำสะแกกรัง (ค่าเฉลี่ย = 4.42) เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณโคกหม้อ อำเภอทัพทัน จังหวัดอุทัยธานี (ค่าเฉลี่ย = 4.40) เยี่ยมชมสะพานแขวนเกาะเทโพ เกาะสวรรค์ของคนชอบปั่นจักรยานและใช้ชีวิตที่ดำเนินไปแบบช้าๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.37) เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณผาทัง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และเยี่ยมชมหมู่บ้านแก่นมะกรูด หมู่บ้านชาวเขาเผ่า กระเหรี่ยง รับชมการแสดงชุดรำตง ซึ่งเป็นศิลปการแสดงพื้นบ้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.36) การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี (ค่าเฉลี่ย = 4.34) เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานีที่หมู่บ้านสะแกกรัง (ค่าเฉลี่ย = 4.33) เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ฮกแซ่ต้ง ร้านขายยาจีน ยาฝรั่ง เก้าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี (ค่าเฉลี่ย = 4.30) และการจัดทำคู่มือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี (ค่าเฉลี่ย = 4.26) ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นน้อยที่สุดอยู่ในระดับมาก คือ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี (ค่าเฉลี่ย = 4.18)

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : เพศที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ชาย		หญิง		T	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	1.63	0.32	1.67	0.34	1.337	0.248

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

HO : อายุที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	6.841	5	1.368	14.553	0.000
	ภายในกลุ่ม	37.039	394	0.094		
	รวม	43.880	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน HO ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		1.09	1.66	1.68	1.78	1.67	1.46
ต่ำกว่า 20 ปี	1.09	-	-.56793*	-.58153*	-.68625*	-.57730*	-.36625*
20-29 ปี	1.66		-	-0.01359	-0.11832	-0.00937	0.20168
30-39 ปี	1.68			-	-0.10472	0.00423	0.21528
40-49 ปี	1.78				-	0.10895	.32000*
50-59 ปี	1.67					-	0.21105
60 ปีขึ้นไป	1.46						-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยว อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี อายุ 40-49 ปี อายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยว อายุ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

HO : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	6.158	2	3.079	32.403	0.000
	ภายในกลุ่ม	37.722	397	0.095		
	รวม	43.880	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน HO ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 14 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
		1.43	1.62	1.83
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.43	-	-.18932*	-.40033*
ปริญญาตรี	1.62		-	-.21101*
ปริญญาโท	1.83			-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านระดับการศึกษา
เป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาปริญญาตรี และ
ปริญญาโท ส่วนนักท่องเที่ยวระดับการศึกษามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	5.616	4	1.404	14.494	0.000
	ภายในกลุ่ม	38.264	395	0.097		
	รวม	43.880	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ต่างกันมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 16 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		1.64	1.70	1.73	1.20	1.55
พนักงานบริษัทเอกชน	1.64	-	-0.05799	-0.08432	.43831*	0.09139
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	1.70		-	-0.02633	.49630*	0.14937
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1.73			-	.52263*	0.17570
นักเรียน/นักศึกษา	1.20				-	-.34693*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	1.55					-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอาชีพ เป็นรายคู่
พบว่านักท่องเที่ยวอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยว อาชีพ
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับ
กับนักท่องเที่ยวอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยวอาชีพราชการ / รัฐวิสาหกิจ
มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวอาชีพ
นักเรียน / นักศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยวอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	5.816	5	1.163	12.041	0.000
	ภายในกลุ่ม	38.064	394	0.097		
	รวม	43.880	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 18 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นรายคู่

ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	$\bar{x}$	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	ภาคตะวันตก
		1.68	1.53	1.70	1.50	1.81	1.27
ภาคเหนือ	1.68	-	0.15479	-0.01262	0.18257	-0.12993	.41532*
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1.53		-	-0.16741	0.02778	-0.28472	0.26054
ภาคกลาง	1.70			-	0.19518	-0.11732	.42794*
ภาคตะวันออก	1.50				-	-0.31250	0.23276
ภาคใต้	1.81					-	.54526*
ภาคตะวันตก	1.27						-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน เป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคเหนือ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคตะวันตก ส่วนนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคกลาง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันภาคตะวันตก ส่วนนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคใต้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

HO : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	1.534	3	0.511	4.783	0.003
	ภายในกลุ่ม	42.346	396	0.107		
	รวม	43.880	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน HO ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 20 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท	15,001–30,000 บาท	30,001–50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
		1.48	1.68	1.63	1.63
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	1.48	–	–.19764*	–0.15047	–0.14167
15,001–30,000 บาท	1.68		–	0.04717	0.05597
30,001–50,000 บาท	1.63			–	0.00880
มากกว่า 50,000 บาท	1.63				–

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
เป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.7 สถานภาพที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

HO : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	4.862	2	2.431	24.736	0.000
	ภายในกลุ่ม	39.018	397	0.098		
	รวม	43.880	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน HO ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพเป็นรายคู่

สถานภาพ	$\bar{x}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		1.66	1.56	2.00
โสด	1.66	-	.09205*	-.34834*
สมรส	1.56		-	-.44039*
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2.00			-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านสถานภาพเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวสถานภาพ โสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวสถานภาพ สมรสและหย่าร้าง / แยกกันอยู่ ส่วนนักท่องเที่ยวสถานภาพ สมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวสถานภาพหย่าร้าง / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังแสดงในตาราง 23

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรม การท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล						สถานภาพ
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	ภูมิลำเนา	รายได้	
พฤติกรรมการ ท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ภาพรวม	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ X ไม่แตกต่าง

✓ แตกต่าง

สรุป จากตารางที่ 23 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกันในปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ สถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีต่อความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีต่อความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่มีต่อความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

ความคิดเห็นในการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	ชาย		หญิง		T	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ความคิดเห็นในการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี	2.06	0.57	2.08	0.49	0.136	0.713

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่แตกต่างกันมีคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : อายุที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุที่แตกต่างกันมีต่อความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ

ความคิดเห็นในการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	<i>df</i>	M.S	<i>F</i>	Sig
ความคิดเห็นในการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	4.062 109.060 113.122	5 394 399	0.812 0.277	2.935	0.013

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		2.03	2.11	2.01	2.32	2.04	2.00
ต่ำกว่า 20 ปี	2.03	-	-0.08288	0.02147	-0.28625	-0.00822	0.03125
20-29 ปี	2.11		-	0.10435	-0.20337	0.07466	0.11413
30-39 ปี	2.01			-	-.30772*	-0.02970	0.00978
40-49 ปี	2.32				-	0.27803	0.31750
50-59 ปี	2.04					-	0.03947
60 ปีขึ้นไป	2.00						-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวอายุ 30-39 ปี ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับนักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



สมมติฐานย่อยที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	0.242	2	0.121	0.426	0.653
	ภายในกลุ่ม	112.880	397	0.284		
	รวม	113.122	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีระดับคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 อาชีพที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	8.541	4	2.135	8.064	0.000
	ภายในกลุ่ม	104.581	395	0.265		
	รวม	113.122	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		1.93	2.29	2.06	1.92	2.26
พนักงานบริษัทเอกชน	1.93	-	-.35386*	-0.13179	0.01080	-.32978*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	2.29		-	0.22207	0.36466	0.02408
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.06			-	0.14259	-0.19799
นักเรียน/นักศึกษา	1.92				-	-0.34057
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.26					-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับนักท่องเที่ยวอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และ พ่อบ้าน / แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	10.174	5	2.035	7.787	0.000
	ภายในกลุ่ม	102.948	394	0.261		
	รวม	113.122	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
ด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นรายคู่

ภูมิลำเนาที่อยู่ อาศัยใน ปัจจุบัน	$\bar{x}$	ภาคเหนือ 2.31	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ 1.84	ภาคกลาง 2.09	ภาค ตะวันออก 1.97	ภาคใต้ 1.59	ภาค ตะวันตก 1.84
ภาคเหนือ	2.31	-	.46796*	0.21883	0.33717	.71217*	.46971*
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1.84		-	-0.24913	-0.13079	0.24421	0.00176
ภาคกลาง	2.09			-	0.11834	0.49334	0.25088
ภาคตะวันออก	1.97				-	0.37500	0.13254
ภาคใต้	1.59					-	-0.24246
ภาคตะวันตก	1.84						-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน เป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคเหนือให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

HO : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	2.456	3	0.819	2.929	0.034
	ภายในกลุ่ม	110.666	396	0.279		
	รวม	113.122	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน HO ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท	15,001–30,000 บาท	30,001–50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
		2.16	2.03	2.16	2.33
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	2.16	–	0.13037	–0.00113	–0.17257*
15,001–30,000 บาท	2.03		–	–0.13150	–0.30294
30,001–50,000 บาท	2.16			–	–0.17143
มากกว่า 50,000 บาท	2.33				–

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.7 สถานภาพที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	<i>df</i>	M.S	<i>F</i>	Sig
ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน	ระหว่างกลุ่ม	7.163	2	3.581	13.418	0.000
พื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	ภายในกลุ่ม	105.959	397	0.267		
	รวม	113.122	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ ต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
ด้านสถานภาพเป็นรายคู่

สถานภาพ	$\bar{x}$	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		2.01	2.08	2.53
โสด	2.01	-	-0.06364	-.52044*
สมรส	2.08		-	-.45680*
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2.53			-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ เป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวสถานภาพ โสด ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับนักท่องเที่ยวสถานภาพ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ ส่วนนักท่องเที่ยวสถานภาพสมรส ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับนักท่องเที่ยวสถานภาพ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังแสดงในตาราง 36

ตาราง 36 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความคิดเห็น ในการ ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	ภูมิลำเนา	รายได้	สถานภาพ
ความคิดเห็นใน การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	X	✓	X	✓	✓	✓	✓
ภาพรวม	X	✓	X	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ X ไม่แตกต่าง

✓ แตกต่าง

สรุป จากตารางที่ 36 ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกันในปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และระดับการศึกษา ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันในด้าน อายุ อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ สถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยงที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

สมมติฐานย่อยที่ 3.1 เพศที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : เพศที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : เพศที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

ความต้องการของนักท่องเที่ยง	ชาย		หญิง		<i>T</i>	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	4.48	0.21	4.51	0.20	-1.224	2.046

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยงแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.2 อายุที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : อายุที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ

ความต้องการของ นักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความต้องการของ นักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	0.593	5	0.119	2.813	.016
	ภายในกลุ่ม	16.620	394	0.042		
	รวม	17.213	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของ
นักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่
จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		2.03	2.11	2.01	2.32	2.04	2.00
ต่ำกว่า 20 ปี	2.03	-	-0.139	-0.093	-0.181	-0.101	-0.136
20-29 ปี	2.11			0.046	-0.041	0.038*	0.003*
30-39 ปี	2.01				-0.088	-0.007*	-0.042*
40-49 ปี	2.32					0.080	0.045*
50-59 ปี	2.04						-0.035
60 ปีขึ้นไป	2.00						-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวอายุ 20-29 ปี ให้ความคิดเห็นความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวอายุ 30-39 ปี ให้ความคิดเห็นความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปี ให้ความคิดเห็นความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีแตกต่างกัน

H0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

ความต้องการของ นักท่องเที่ยวด	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความต้องการของ นักท่องเที่ยวดแตกต่างกันใน การจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	0.204	2	0.102	2.377	0.094
	ภายในกลุ่ม	17.009	397	0.043		
	รวม	17.213	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.4 อาชีพที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวดแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

ความต้องการของ นักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	<i>df</i>	M.S	<i>F</i>	Sig
ความต้องการของ นักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.380	4	0.095	2.229	0.065
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ภายในกลุ่ม	16.833	395	0.043		
	รวม	17.213	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.5 ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

ความต้องการของ นักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	<i>df</i>	M.S	<i>F</i>	Sig
ความต้องการของ นักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	0.484	5	0.097	2.277	0.046
	ภายในกลุ่ม	16.729	394	0.042		
	รวม	17.213	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ต่างกันมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกัน มีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 43 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของ
นักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่
จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยใน
ปัจจุบันเป็นรายคู่

ภูมิลำเนาที่อยู่ อาศัยใน ปัจจุบัน	$\bar{x}$	ภาคเหนือ 2.31	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ 1.84	ภาคกลาง 2.09	ภาค ตะวันออก 1.97	ภาคใต้ 1.59	ภาค ตะวันตก 1.84
ภาคเหนือ	2.31	—	0.01090	0.02365	-0.10526	0.09928*	0.10007
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1.84			0.01275	-0.11616	0.08838	0.08917
ภาคกลาง	2.09				-0.12891	0.07563	0.07642
ภาคตะวันออก	1.97					0.20455	0.20533
ภาคใต้	1.59						0.00078*
ภาคตะวันตก	1.84						—

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวภาคเหนือ ให้ความคิดเห็นต่อความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวภาคใต้ และนักท่องเที่ยวภาคใต้ ให้ความคิดเห็นต่อความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 3.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่าง

HO : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความต้องการของ นักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความต้องการของ นักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	0.605	3	0.202	4.812	0.003
	ภายในกลุ่ม	16.607	396	0.042		
	รวม	17.213	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันต่างกันมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน HO ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของ
นักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่
จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
เป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	น้อยกว่าหรือ	15,001–30,000	30,001–50,000	มากกว่า 50,000
		เท่ากับ 15,000	บาท	บาท	บาท
		บาท			
		2.16	2.03	2.16	2.33
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	2.16	–	–.11427*	–0.07081	–0.03035
15,001–30,000 บาท	2.03			0.04346	0.08393
30,001–50,000 บาท	2.16				0.04047
มากกว่า 50,000 บาท	2.33				–

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ให้ความคิดเห็นต่อต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 3.7 สถานภาพที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

ความต้องการของ นักท่องเที่ยว	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
ความต้องการของ นักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	0.104	2	0.052	1.202	0.302
	ภายในกลุ่ม	17.109	397	0.043		
	รวม	17.213	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ ต่างกันมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

จากการเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่กล่าวมาแล้ว สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังแสดงในตาราง 47

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน
การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคล

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	ภูมิลำเนา	รายได้	สถานภาพ
ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	X	√	X	X	√	√	√
ภาพรวม	X	√	X	X	√	√	√

หมายเหตุ X ไม่แตกต่าง

√ แตกต่าง

สรุป จากตารางที่ 47 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกันในปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันในด้าน อายุ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 เพศที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ

รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ชาย		หญิง		T	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี	4.51	0.24	4.54	0.23	-1.291	0.084

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ยอมรับสมมติฐาน H_0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 อายุที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

HO : อายุที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อายุที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ

รูปแบบและกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	<i>df</i>	M.S	<i>F</i>	Sig
รูปแบบและกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.837	5	0.167	3.120	.009
ทางการท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	21.135	394	0.054		
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	รวม	21.972	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 49 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน HO ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 50 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทาง
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		2.03	2.11	2.01	2.32	2.04	2.00
ต่ำกว่า 20 ปี	2.03	-	-0.123	-0.073	-0.175	-0.129	-0.013*
20-29 ปี	2.11			0.050	-0.051	-0.005*	0.109
30-39 ปี	2.01				-0.102	-0.055	0.059
40-49 ปี	2.32					0.046*	0.161
50-59 ปี	2.04						0.115
60 ปีขึ้นไป	2.00						-

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ เป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 60 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยว อายุ 20-29 ปี ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่าง กันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี นักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปีให้ความคิดเห็นให้ความคิดเห็น รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

รูปแบบและกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
รูปแบบและกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.628	2	0.314	5.837	0.003
ทางการท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	21.344	397	0.054		
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	รวม	21.972	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 51 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ยอมรับสมมติฐาน H1 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 52 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
		4.43	4.55	4.54
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.43		-.11831*	-.10765*
ปริญญาตรี	4.55			0.01066
ปริญญาโท	4.54			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 52 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่านักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นต่อรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ปริญญาตรีและปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.4 อาชีพที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีพที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

รูปแบบและกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
รูปแบบและกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	ระหว่างกลุ่ม	0.407	4	0.102	1.863	0.116
	ภายในกลุ่ม	21.565	395	0.055		
	รวม	21.972	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 53 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ต่างกันมีระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.5 ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : ภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

รูปแบบและกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
รูปแบบและกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.563	5	0.113	2.072	0.068
ทางการท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	21.409	394	0.054		
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	รวม	21.972	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 54 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ต่างกันมีระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิสำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

H0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 55 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รูปแบบและกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
รูปแบบ และ กิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.218	3	0.073	1.325	0.266
ทางการท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	21.754	396	0.055		
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	รวม	21.972	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 55 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน H0 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.7 สถานภาพที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

HO : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพ ที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน

ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

รูปแบบและกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	แหล่งความ แปรปรวน	S.S.	df	M.S	F	Sig
รูปแบบและกิจกรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.028	2	0.014	0.251	0.778
ทางการท่องเที่ยว	ภายในกลุ่ม	21.944	397	0.055		
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	รวม	21.972	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 56 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ ต่างกันมีระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากค่านัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H1 ยอมรับสมมติฐาน HO นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ ที่แตกต่างกัน มีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4

จากการเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังแสดงในตาราง 53

ตาราง 57 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

รูปแบบและกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	ภูมิลำเนา	รายได้	สถานภาพ
รูปแบบและกิจกรรมทางการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี	X	√	√	X	X	X	X
ภาพรวม	X	√	√	X	X	X	X

หมายเหตุ X ไม่แตกต่าง

√ แตกต่าง

สรุป จากตารางที่ 57 รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่
จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ารูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกันในปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อาชีพ
ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ สถานภาพ ส่วนรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกันในด้าน อายุ และ ระดับการศึกษา
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เรื่องการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีเครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีคำถามการวิจัยดังต่อไปนี้

ศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี เป็นอย่างไร
2. จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้หรือไม่ อย่างไร
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีที่สำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง
4. จุดแข็งทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี คืออะไร
5. จุดอ่อนทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีคืออะไร
6. โอกาสทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีคืออะไร
7. อุปสรรคทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีคืออะไร

องค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี (6A's) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีมีเอกลักษณ์โดดเด่นอย่างไร
2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ของจังหวัดอุทัยธานี เป็นอย่างไร
3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ของจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างไร
4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ของจังหวัดอุทัยธานีมีเพียงพอหรือไม่
5. ที่พักแรม (Accommodation) ของจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างไร
6. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างไร

ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่

1. ต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เป็นอย่างไบบ้าง
2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ได้รับการพัฒนาในด้านใด
3. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีส่วนใดที่ต้องยังต้องแก้ไขบ้าง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลจากการศึกษาเอกสารแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี มาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ครอบคลุมข้อคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาคเอกชน กลุ่มที่ 3 หน่วยงานภาคชุมชน รวมทั้งสิ้น 17 ท่าน ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้อำนวยการกองการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี, รองปลัดเทศบาลจังหวัดอุทัยธานี, เจ้าหน้าที่วิเคราะห์และนโยบาย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุทัยธานี, ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 6 ท่าน

กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ประธานหอการค้าจังหวัดอุทัยธานี, เลขาธิการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี, ผู้บริหารที่พักพญาไม้ รีสอร์ท, ผู้บริหารที่พักอุทัยริเวอร์เลค รีสอร์ท, ผู้บริหารที่พัก อยู่แพ แพสเดย์, ผู้บริหารที่พักไร่อุทัยก๊อ, ผู้บริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มบ้านจรงค์, ผู้บริหารท่องเที่ยวตะวันออกเครื่องหอมไทยเดิม, ผู้แทนกลุ่มเรือเล็กนำเที่ยวแม่น้ำสะแกกรัง จำนวน 9 ท่าน

กลุ่มที่ 3 หน่วยงานชุมชน ได้แก่ ผู้แทนประธานรักษ์วัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี, ผู้แทนประธานชุมชนหมู่บ้านกระเหรี่ยงแกนมะกรูด จำนวน 2 ท่าน

ดังนั้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อนำมาสร้างการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้ครอบคลุมข้อคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยจำแนกออกเป็น

3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาคเอกชน กลุ่มที่ 3 หน่วยงานภาคชุมชน สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการตรวจสอบทรัพยากรเกี่ยวกับศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Resource Audit) และแบบตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวจากการสังเกต (Observation) โดยการลงพื้นที่ภาคสนามใช้การสังเกตและใช้เครื่องมือในการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (Resource Audit) ผู้วิจัยได้นำแบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของ Godfrey Kerry & Clarke Jackie (2000) และนำข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคชุมชน เพื่อนำข้อมูลทั้งสองด้าน มาวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน

1.1 เมืองอุทัยธานีเก่า



ภาพ 7 พระปรางค์วัดแจ้ง

ที่ตั้ง วัดแจ้ง และวัดหัวเมือง ตำบล อุทัยเก่า อำเภอ หนองฉาง อุทัยธานี 61110

ลักษณะเด่น เมืองอุไทยธานีเก่า อยู่ที่บ้านอุทัยธานีเก่า เป็นที่ตั้งของเมืองอุไทยธานี มาตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งยังคงมีซากโบราณสถานเหลืออยู่ เช่น ที่วัดหัวหมาก วัดยาง และวัดกุฎี วัดที่ยังคงสภาพอยู่จนถึงปัจจุบันนี้คือ วัดแจ้ง มีพระปรารักษ์ซึ่งเดิมสร้างเมื่อ พ.ศ. 2081 ต่อมาถูกพม่าทำลายยอดหัก บูรณะซ่อมแซมครั้งล่าสุดเมื่อ พ.ศ. 2528 โบสถ์เก่า เป็นโบสถ์ขนาดเล็กประตูเดียวแบบอยุธยาตอนปลาย ลายปูนปั้นของพระปรารักษ์และหน้าบัน โบสถ์เป็นฝีมือเดียวกัน ภาพจิตรกรรมภายในโบสถ์เขียนขึ้นเมื่อบูรณะครั้งล่าสุด เป็นภาพ พระราชนิพนธ์ของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช อีกวัดหนึ่งคือ วัดหัวเมือง ตั้งอยู่ที่ตำบล เมืองเก่า ซึ่งยังคงมีซากโบสถ์เก่าแบบอยุธยาเหลืออยู่ และเจดีย์โบราณขนาดเล็กหน้าโบสถ์เก่า ที่ตั้งของเมืองอุทัยธานีในอดีต คืออำเภอหนองฉาง ส่วนอำเภอเมืองอุทัยธานีในอดีต ขึ้นกับ เมืองมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท แต่เนื่องจากที่ตั้งของเมืองในปัจจุบันติดแม่น้ำสะแกกรังและแม่น้ำ เจ้าพระยา ทำให้การเดินทางทางน้ำ การค้าขาย เป็นได้ง่ายและสะดวกสบาย จึงทำให้มีการย้ายหัวเมืองไปที่เมืองมโนรมย์ และเป็นเมืองอุทัยใหม่ตั้งเช่นปัจจุบัน ทางอำเภอหนองฉาง ในปัจจุบันนี้จึงกลายเป็นเมืองอุทัยเก่า ซึ่งมีโบราณสถานที่สำคัญ และเป็นสัญลักษณ์อยู่ที่ วัดแจ้ง และวัดหัวเมือง อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ตาราง 58 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในเมืองอุไทยธานีเก่า

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		จำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		บริเวณด้านใน
3.ห้องสุขา	✓		มีการแบ่งสุขาชาย-หญิง
4.ถังขยะ	✓		มีตั้งตามจุดต่างๆ
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		มีตั้งอยู่ด้านนอก
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ตั้งอยู่ด้านนอก
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		พระภิกษุสงฆ์
8.มัคคุเทศก์		✓	
9.ความสะอาด	✓		บริเวณโดยรอบ
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการดูแลอย่างต่อเนื่อง
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินชม ศึกษาเรียนรู้

จากตาราง 58 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน และมีจำนวนน้อย สถานที่จอดรถกว้างขวาง และสะดวกสบาย ห้องสุขา มีการแบ่งประเภทชายและหญิงอย่างชัดเจน ถึงขยะมีตั้งอยู่หลายจุดของวัด ร้านอาหาร เครื่องดื่ม และร้านของของที่ระลึกจะมีอยู่ด้านหน้าของวัดและบริเวณโดยรอบ การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสอบถามข้อมูลประวัติความเป็นมาต่างๆ จากพระภิกษุที่วัดแจ้ง และวัดหัวเมืองได้ มีการดูแลซ่อมแซมและรักษาความสะอาดเป็นประจำ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ

1.1 แหล่งโบราณคดีเขาปลาร้า



ภาพ 8 เขาปลาร้า



ภาพ 9 ภาพเขียนสีเขาปลาร้า

ที่ตั้ง เขตหมู่บ้านห้วยโคก บ้านชายเขา หมู่ 3 ตำบลป่าอ้อ อำเภอลานสัก จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะเด่น เขาปลาร้ามีขนาดใหญ่ สูงชันมากประมาณ 598 เมตร สภาพป่าค่อนข้างสมบูรณ์ต้องเดินเท้าและปีนเขา ระยะทาง 900 เมตร ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง จึงจะถึงยอดเขาและได้เห็นภูมิประเทศที่สวยงาม ข้างบนเป็นที่ราบขนาดใหญ่และมีป่าไม้มะค่า หน้าผาด้านตะวันตกที่ระดับความสูง 320 เมตร พบภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์อายุประมาณ

3,000 ปี เป็นลายเส้นสีดำและสีแดง เส้นสีดำค่อนข้างจางไปแล้ว ส่วนสีแดงยังเห็นได้อยู่ เขียนไว้ตลอดแนวยาวประมาณ 9 เมตร เขียนด้วยสีแดงมีกลุ่มภาพมนุษย์หลายแบบ หลายลักษณะและกลุ่มภาพสัตว์ ภาพมีทั้งหมดประมาณ 40 ภาพ แสดงให้เห็นถึงสภาพชีวิต สังคมของมนุษย์โบราณ ซึ่งเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ของ จังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่อยู่ใน ทำกระโดดโลดเต้น และร้ายรำ เมื่อพิจารณาในองค์ประกอบต่างๆ ผู้เขียนมีความประสงค์ จะบันทึก เพื่อสื่อถึงการประกอบพิธีกรรมทางการเกษตรกรรม คล้ายๆ ภาพงานพิธีจรด พระนังคัลแรกนาขวัญ ภาพของการต่อสู้กับวัฏกระติง น่าจะตีความได้ว่าในสมัยนั้นในชุมชน ถิ่นนี้ ยังมีการเข้าป่าล่าสัตว์อยู่ นอกจากนี้ยังมีการค้นพบขวานหิน จำนวน 2 ชิ้น และ เศษภาชนะดินเผาในบริเวณดังกล่าว โดยในปัจจุบันได้มีการเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑ ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี ผู้ที่สนใจสามารถเข้าชมภาพเขียนได้ ณ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำประทุน แนะนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเข้าชมในช่วงเวลาเช้า เนื่องจากต้อง เดินเท้าขึ้นไปเป็นระยะทางประมาณ 1,300 เมตร ใช้เวลาเดินขึ้น-ลง ประมาณ 3 ชั่วโมง โดยนักท่องเที่ยวจะต้องแจ้งติดต่อเจ้าหน้าที่ที่แหล่งเรียนรู้ธรรมชาติหุบป่าตาดก่อน เนื่องจาก เส้นทางขึ้นมีความลาดชันและลื่น เพื่อความปลอดภัยเขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำประทุนจะจัด เจ้าหน้าที่นำทางขึ้นไปกับท่าน และแนะนำให้สวมใส่รองเท้าผ้าใบและเตรียมน้ำดื่มไปให้พร้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ตาราง 59 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งโบราณคดีเขาปลาร้า

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีตามเส้นทางเดินเท้า
2.สถานที่จอดรถ	✓		บริเวณด้านหน้าทางเข้า
3.ห้องสุขา	✓		มีการแบ่งสุขาชาย-หญิง
4.ถังขยะ	✓		บริเวณด้านล่างของแหล่งท่องเที่ยว
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		ตั้งอยู่ด้านนอก ควรเตรียมไปเอง
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ตั้งอยู่ด้านนอก
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		เจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว
8.มัคคุเทศก์	✓		เจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว
9.ความสะอาด	✓		บริเวณโดยรอบ
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		ต้องมีเจ้าหน้าที่ผู้นำทาง

จากตาราง 59 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีตั้งแต่เข้าอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ตลอดเส้นทางจนไปถึงแหล่งโบราณคดีเขาปลาร้า สถานที่จอดรถ สะดวกสบายและกว้างขวาง ห้องสุขามีบริการด้านล่างแบ่งประเภทชายและหญิง ถึงขะมีจุด ตั้งอยู่ด้านล่างถ้านักท่องเที่ยวรับประทานอาหารและเครื่องดื่มไปรับประทานระหว่างเดิน นักท่องเที่ยว ควรนำมากลับทิ้งที่ถังขยะด้านล่าง ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีตั้งอยู่ด้านล่างและด้านนอกของ แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรเตรียมอาหารและเครื่องดื่มไปด้วย เนื่องจากต้องเดินขึ้น-ลง ระยะทางค่อนข้างไกล ร้านขายของที่ระลึกมีจำหน่ายอยู่ด้านล่างและด้านนอกของ แหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวจะมีเจ้าหน้าที่แหล่งเรียนรู้ธรรมชาติหุบป่าตาด ซึ่งจะมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเส้นทางเดิน และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ก่อนการ เดินทางไปนักท่องเที่ยวต้องติดต่อล่วงหน้า แหล่งท่องเที่ยวมีการดูแลรักษาความสะอาดเป็น อย่างดี มีการทำเส้นทางเดินเท้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการเดินเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเส้นทางมีความลาดชัน นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระใน เวลาที่กำหนด

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา

2.1 วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง



ภาพ 10 วิหารแก้ว



ภาพ 11 ปราสาททองคำ

ที่ตั้ง วัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง ตั้งอยู่ที่ ตำบลน้ำซึม อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี 61000

ลักษณะเด่น วัดท่าซุง เป็นวัดที่มีชื่อเสียงและงดงามของเมืองอุทัยธานี เป็นวัดเก่าแก่ สร้างตั้งแต่สมัยหลวงพ่อกุญชรองค์แรก เป็นผู้สร้างวัด พัฒนา และเป็นที่รู้จักเมื่อ พระราชมหาวิระ ถาวาโร (หลวงพ่อกุญชรสิงดำ) พระเถระที่มีชื่อเสียง ได้สร้างอาคารต่างๆ มากมาย เช่น พระอุโบสถใหม่ภายใน ประดับและตกแต่งอย่างวิจิตร บานหน้าต่างและประตู ด้านในเขียนภาพเทวดา โดยจิตรกรฝีมือดี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนิน มา ตัดลูกนิมิตพระอุโบสถแห่งนี้ บริเวณโดยรอบสร้างกำแพงแก้ว และมีรูปหล่อหลวงพ่อกุญชร และหลวงพ่อกุญชรขนาด 3 เท่า อยู่มุมกำแพงด้านหน้ามณฑป และ พระวิหารแก้วที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปชินราชจำลอง และร่างของหลวงพ่อกุญชรสิงดำที่ไม่เน่าเปื่อย

วิหารแก้ว 100 เมตร เป็นวิหารสำคัญที่หลวงพ่อกุญชรสิงดำสร้างไว้ก่อนมรณะภาพ รวมทั้งยังเป็นที่รักษาสันดานของหลวงพ่อกุญชรสิงดำที่ไม่เน่าเปื่อยในโลงแก้ว ภายในสร้างด้วยโมเสก สีขาว สีเขียวเหมือนแก้ววาววับ นอกจากนี้ยังมีพระพุทธรูปจำลองพระพุทธรูปชินราชซึ่งเป็น พระประธานในวิหาร อีกด้วย วิหารแก้วจะเปิดให้ชมเป็นช่วงเวลา คือ ช่วงเช้า ตั้งแต่ 9.00-11.45 น. และช่วงบ่าย 14.00-16.00 น.

ปราสาททองคำ ตกแต่งด้วยทองคำตระกูลดา สร้างด้วยฝีมือที่ประณีตงดงาม ปราสาททองคำ (กาญจนานิก) ที่มาของคำว่า ปราสาททองคำ (กาญจนานิก) สร้างเพื่อ ถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวาระที่ ทรงเสวยราชย์เป็นปีที่ 50 และทาง สำนักพระราชวังได้ให้ชื่อปราสาททองคำใหม่ว่า "ปราสาททองคำกาญจนานิก" ปราสาททองคำ ก่อสร้างด้วยการก่ออิฐฉาบปูน ประดับลวดลายไทยปิดทองคำเปลวติดกระຈก ใช้เป็นสถานที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปที่ญาติโยมถวายรอบนอกปราสาท ใช้ทองคำเปลว ปิดรอบปราสาทภายในปราสาทเป็นที่ประดิษฐานสิ่งของสำคัญต่างๆ

ในปัจจุบันจากสถานการณ์ COVID-19 ได้มีมาตรการคุมเข้มคัดกรองพุทธศาสนิกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเข้มข้นโดยได้ทำการ ติดตั้งเครื่องเทอร์มอลสแกนชุดตรวจอุณหภูมิร่างกายด้วยกล้องจับความร้อนเพื่อคัดกรอง เชื้อไวรัสโคโรนา - 19 บริเวณที่กำหนดเป็นจุดทางเข้าโดยผู้ที่เข้าทุกคนต้องสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยเจล และตรวจวัดอุณหภูมิวัดไข้รวมทั้งต้องสแกนคิวอาร์โค้ด “ไทยชนะ” ก่อนเข้า และก่อนออกส่วนภายในได้มีการกำหนดจุดโดยการติดตารางสำหรับ นั่งกราบสักการะเว้นระยะห่างกัน 2 เมตร รวมทั้งได้มีการกำหนดการเข้ากราบสักการะได้ ครั้งละหรือรอบละเพียง 50 คนโดยให้ใช้เวลาอยู่ภายในวิหารแก้ว 100 เมตร ครั้งละหรือ

รอบละ 15 นาทีซึ่งจะมีการจัดเจ้าหน้าที่สาธารณสุข อสม. และจิตอาสาสมัครอำนวยความสะดวกในทุกๆ จุดอีกด้วย อีกครั้งปัจจุบันได้มีการทำป้ายบอกทางเพิ่มมายังแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการขยายที่จอดรถเพิ่มขึ้นและแบ่งแยกประเภทของยานพาหนะเพื่อความสะดวกในการจอดรถของนักท่องเที่ยว มีที่นั่งพักสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งอยู่บริเวณใกล้กับที่จอดรถ มีการตั้งถังขยะ มีรถเข็นสำหรับผู้บกพร่องทางร่างกายบริการ มีการสร้างห้องสุขาเพิ่มเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว มีการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวโดยมีการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวสามารถสแกน QR Code ภายในแหล่งท่องเที่ยวได้จากข้อมูลดังกล่าว สามารถบอกได้ว่า วัดจันทาราม หรือวัดท่าซุงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาของจังหวัดอุทัยธานีที่มีความสำคัญ มีความโดดเด่นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง เปรียบเสมือนไฮไลต์ที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดอุทัยธานี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)



ภาพ 12 มาตรการในช่วงโควิด19



ภาพ 13 รถเข็นสำหรับผู้บกพร่องทางร่างกาย

ตาราง 60 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายบอกตลอดเส้นทาง
2.สถานที่จอดรถ	✓		บริเวณด้านใน-ด้านข้าง-ด้านหลังของแหล่งท่องเที่ยว
3.ห้องสุขา	✓		มีการแบ่งประเภท และมีห้องน้ำจำนวนมาก
4.ถังขยะ	✓		มีตามจุดต่างๆ โดยรอบ
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		ตั้งอยู่ด้านนอกวัด
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ตั้งอยู่ด้านใน และด้านนอก
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		ป้ายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว
8.มัคคุเทศก์		✓	พระภิกษุสงฆ์
9.ความสะอาด	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการปรับปรุงอยู่เสมอ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินชม หรือขึ้นรถเที่ยวชม

จากตาราง 60 สรุปได้ว่าป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีการติดตั้งเป็นระยะๆ ตั้งแต่ก่อนเข้าตัวอำเภอเมืองจังหวัดอุทัยธานี เมื่อเดินทางมาถึงวัดท่าซุงมีสถานที่จอดรถหลายฝั่งหลายด้านของวัดให้นักท่องเที่ยวได้เลือกจอดอย่างกว้างขวางและสะดวกสบาย อีกทั้งยังมีที่จอดรถสำหรับรถบัสที่มีมาเป็นหมู่คณะ และมีที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยวที่ขับรถมอเตอร์ไซด์มาท่องเที่ยว ห้องสุขาที่มีไว้รองรับนักท่องเที่ยวจะมีหลายจุด มีจำนวนหลายห้อง และสะอาด มีการแบ่งสัดส่วนของห้องน้ำชายและห้องน้ำหญิงอย่างชัดเจน ถังขยะมีบริการหลายจุดและการแยกประเภทของถังขยะอย่างชัดเจน สำหรับร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม จะมีไว้บริการนักท่องเที่ยวด้านนอกบริเวณด้านหน้าของวัดท่าซุง ร้านขายของ

ที่ระลึก ภายในวัดจะมีจุดจำหน่ายของที่ระลึกของวัดท่าซุง เช่น เช้าบูชาวัดถมมงคล ยาหม่อง ซีดี ข้อมูลของวัดท่าซุง เป็นต้น การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดในปัจจุบันยังไม่มี มัคคุเทศก์หรือนักวิชาการท้องถิ่นในการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แต่จะมีป้ายข้อมูลของวัด ตามจุดๆ สำคัญต่างๆ และมี QR CODE เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสกนเพื่อทราบข้อมูลประวัติ ความเป็นมาต่างๆ และจุดนำชมของวัด ด้านความสะอาดจะมีเจ้าหน้าที่เคร่งครัดในด้าน ความสะอาด เนื่องจากปัจจุบันเป็นช่วงสถานการณ์ Covid-19 เจ้าหน้าที่ทุกท่านต้อง ใส่หน้ากากอนามัย นักท่องเที่ยวต้องล้างมือในสถานที่ที่ทางวัดเตรียมไว้ให้ มีเจลแอลกอฮอล์ ล้างมือให้บริการหลายจุด นักท่องเที่ยวต้องได้รับการตรวจวัดไข้และใส่หน้ากากอนามัย ก่อนเข้าแหล่งท่องเที่ยวทุกจุดของวัด ในด้านดูแลรักษาซ่อมแซมนั้น ทางวัดท่าซุงได้มีการดูแล ซ่อมแซมอยู่ตลอด เช่น การซ่อมป้ายในหลวงรัชกาลที่ 9 (หน้าวิหารแก้วร้อยเมตร) ซ่อมซุ้ม ประตูทางเข้าวิหารแก้วร้อยเมตร ซ่อมซุ้มประตูทางเข้าหน้าศาลาลหลวงพ่อดำพระองค์ ซ่อมศาลาเก่าหอไตรเก่า ซ่อมหอนัณฑ์พักพระอาคันตุกะ เป็นต้น และในส่วนของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยววัดท่าซุงนักท่องเที่ยวสามารถเดินท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ

2.2 วัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์



ภาพ 14 วัดอุโปสถารามหรือวัดโบสถ์



ภาพ 15 มัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่วัดโบสถ์

ที่ตั้ง ตำบลสะแกกรัง อำเภอเมืองอุทัยธานี อุทัยธานี 61000 ตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับตลาดเช้าลานสะแกกรัง

ลักษณะเด่น วัดอุโบสถาราม เดิมชื่อโบสถ์มโนรมย์ ชาวบ้านเรียกว่าวัดโบสถ์ เป็นวัดเก่าแก่อุ้มลำน้ำสะแกกรัง ในเขตเทศบาลเมือง จากตลาดสดเทศบาล มีสะพานข้ามแม่น้ำไปยังวัดอุโบสถาราม ซึ่งตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำ สิ่งที่น่าสนใจในวัด ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังในโบสถ์และวิหาร เป็นภาพเขียนสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในโบสถ์เป็นภาพเกี่ยวกับพุทธประวัติเริ่มตั้งแต่ประสูติจนถึงปรินิพพานฝีมือประณีตมาก ส่วนในวิหารเขียนเป็นภาพพระพุทธรูปเจ้าเสด็จโปรดเทพยดาบนสวรรค์และภาพปลงสังขาร ด้านบนฝาผนังเป็นพระสงฆ์สาวก ชุ่มชุมสลักกับพัศดยศเหมือนจะไหว้พระประธานในวิหาร ฝาผนังด้านนอกหน้าวิหารมีภาพถวายพระเพลิงศพ พระสัมมาสัมพุทธเจ้าและภาพชีวิตชาวบ้านที่เกี่ยวกับพุทธศาสนา เข้าใจว่าเป็นฝีมือชั้นหลัง นอกจากนี้ภายในวัดอุโบสถาราม ยังมีสิ่งของที่น่าสนใจอีกมาก เช่น เสาหินสีแดงหน้าโบสถ์ ตู้พระธรรมและ ตู้ใส่ ของเขียนลายกนกเกลายดอกไม้ บาตรฝาประดับมุกที่ได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 5 เป็นฝีมือช่างสิบหมู่ และหงส์ยอดเสา เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอาคารสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่น่าสนใจหลายหลัง ได้แก่ มณฑปแปดเหลี่ยม เป็นอาคารแปดเหลี่ยม สองชั้น มีบันไดวนอยู่ด้านนอกอาคาร ชุ่มหน้าต่างเป็นวงโค้งแบบอาคารในยุคอาณานิคม ที่มีลักษณะผสมแบบตะวันตก มีลายปูนปั้นคล้ายไม้เลื้อยที่กรอบหน้าต่าง และมีพระพุทธรูปปูนสลักนูนสูง อยู่ทางด้านนอกของอาคาร เจดีย์หกเหลี่ยมย่อมุมไม้สิบสองทรงรัตนโกสินทร์ หอประชุมอุทัยพุทธสภา ซึ่งเป็น หอสวดมนต์ เป็นศาลาทรงไทย หน้าบันประดับลวดลายปูนปั้น และแพโบสถ์น้ำซึ่งใช้ในการประกอบพิธีทางศาสนา เช่น งานบวช งานศพ เป็นต้น ในปัจจุบันบริเวณท่าน้ำวัดโบสถ์มีการบริการเรือท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวได้นั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวแพสะแกกรัง และชมทิวทัศน์สองฝั่งของลำน้ำ

สะแกกรัง โดยคิดค่าบริการท่านละ 50 บาท ใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 45 นาที เป็นเรือลำเล็ก นั่งได้ 6 ท่าน/ลำ โดยจะมีคนขับเรือเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้ความรู้ทั้งประวัติความเป็นมาของวัดโบสถ์และประวัติความเป็นมาของชาวแพลุ่มน้ำสะแกกรัง และมีกิจกรรมการตกบาตรทางน้ำในวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยจะมีพระพายเรือข้ามลำน้ำสะแกกรังจากฝั่งวัดโบสถ์มาที่ฝั่งตลาดเข้าลานสะแกกรังซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้าม เพื่อให้พุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวได้ร่วมใส่บาตรทางน้ำ การเดินทางไปยังวัดโบสถ์สามารถเดินทางไปถึงได้ทั้งสองฝั่ง คือฝั่งตลาดสะแกกรังโดยจอดรถและเดินเท้าข้ามสะพานไปยังวัดโบสถ์หรือขับรถไปยังฝั่งวัดเกาะเทโพ สามารถจอดรถที่วัดโบสถ์ได้เลย จึงทำให้วัดโบสถ์แห่งนี้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี ที่นักท่องเที่ยวต้องมาท่องเที่ยวและไม่ควรพลาดอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)



ภาพ 16 เรือท่องเที่ยว



ภาพ 17 สะพานเดินข้ามไปวัดโบสถ์

ตาราง 61 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีตลอดเส้นทางเดินทาง
2.สถานที่จอดรถ	✓		ที่วัดและฝั่งตรงข้ามวัด
3.ห้องสุขา	✓		มีการแบ่งประเภทห้องสุขา
4.ถังขยะ	✓		มีตามจุดต่างๆ โดยรอบ
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		ตั้งอยู่ด้านในและฝั่งตรงข้ามวัด
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ตั้งอยู่ด้านในและฝั่งตรงข้ามวัด
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายบอกข้อมูล
8.มัคคุเทศก์	✓		มัคคุเทศก์ท้องถิ่น
9.ความสะอาด	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาด
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการปรับปรุงอยู่เสมอ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินและนั่งเรือเที่ยวชมได้

จากตาราง 61 สรุปได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในวัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์ มีป้ายบอกทางอย่างชัดเจนตั้งแต่ก่อนถึงตัวอำเภอเมืองจังหวัดอุทัยธานีจนถึงแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถสามารถจอดได้ทั้งสองฝั่ง คือฝั่งตลาดเทศบาลสะแกกรังแล้วเดินเท้าข้ามสะพานไต้วังวัดโบสถ์ ซึ่งเป็นฝั่งจอดรถที่นักท่องเที่ยวนิยม เนื่องจากได้ข้ามสะพานข้ามลำน้ำสะแกกรังเห็นวิถีชีวิตชาวเรือนแพสะแกกรังโดยรอบ หรือสามารถขับรถไปยังฝั่งเกาะเทโพเพื่อที่จะสามารถจอดรถที่วัดโบสถ์ได้เลย ห้องสุขาบริการนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีถังขยะตั้งอยู่หลายจุด ในส่วนของบริเวณแหล่งท่องเที่ยวจะมีร้านเครื่องดื่มและร้านขายของที่ระลึก ส่วนร้านอาหารนั้นจะตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามของวัดซึ่งเป็นฝั่งของตลาดสะแกกรังนั่นเอง การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่วัดแห่งนี้มีป้ายข้อมูล ประวัติความเป็นมาให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาความสำคัญของวัด มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นซึ่งเป็นปราชญ์ชาวบ้านให้ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ๆ และให้บริการท่องเที่ยวทางเรือไปตามแนวลำน้ำสะแกกรัง วัดแห่งนี้มีการรักษาความสะอาดอย่างดี บรรยากาศร่มรื่นสวยงาม และมีการดูแลรักษาซ่อมแซมสิ่งต่างๆ ที่เกิดการชำรุดอยู่ตลอด ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระและเพลิดเพลิน

2.3 วัดสังกัสรัตนคีรี



ภาพ 18 วัดสังกัสรัตนคีรี (ภาพจากด้านล่างเขาสะแกกรัง)



ภาพ 19 วัดสังกัสรัตนคีรี (ภาพจากบนเขาสะแกกรัง)

ที่ตั้ง ตั้งอยู่เชิงเขาสะแกกรัง หมู่ 3 ตำบลน้ำซึม อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะเด่น เป็นวัดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของพุทธศาสนิกชนทั่วไป ในเรื่องประเพณีตักบาตรเทโว ที่จัดขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี ถือเป็นประเพณีสำคัญของจังหวัดอุทัยธานี ในวันดังกล่าวจะมีพระสงฆ์กว่า 500 รูป เดินลงมาตามบันได 449 ขั้น จากมณฑปบนยอดเขาสะแกกรังสู่ลานวัดสังกัสรัตนคีรีเบื้องล่าง เพื่อมารับบิณฑบาตร สอดคล้องกับพุทธประวัติกล่าวว่าในวันที่สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเสด็จลงมาจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ภายหลังประทับจำพรรษาเพื่อเทศนาโปรดพระมารดาครั้งถึงวันออกพรรษาได้เสด็จลงจากเทวโลก ณ เมืองสังกัสนคร ภายในวัดสังกัสรัตนคีรี ยังประดิษฐานพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง "พระพุทธรมงคลศักดิ์สิทธิ์" พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัย ศิลปะสุโขทัยที่มีพุทธลักษณะงดงาม ในปัจจุบันพุทธศาสนิกชนจังหวัดอุทัยธานี จะร่วมกันจัดงานไหว้พระพุทธรมงคลศักดิ์สิทธิ์เป็นประจำทุกปี ระหว่างวันขึ้น 3-4 ค่ำ เดือน 4 ใกล้กับมณฑปบนยอดเขา

สะแกกรัง ยังเป็นที่ตั้งของพระราชนุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก ณ แห่งรัชกาลที่ 1 และในวันที่ 6 เดือนเมษายนของทุกปี ได้จัดให้มีพิธีถวายสักการะพระราชนุสาวรีย์ ในปัจจุบัน วัดแห่งนี้ได้มีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัด ได้แก่ การสร้างนิทรรศการขึ้น ซึ่งภายในนิทรรศการแห่งนี้จะประกอบไปด้วยภาพวาดบุคคลสำคัญของจังหวัดอุทัยธานี พระพุทธเจ้าห้าพระองค์ โมเดลแผงผังเมืองยาว 9 เมตร เพื่อบอกเล่าประวัติความเป็นมาของจังหวัดอุทัยธานี มีการทำ QR CODE เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้แสกนและรับข้อมูลทางการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานี และสร้าง SKY WALK จุดชมวิวและจุดถ่ายรูปให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี พ.ศ.2563 จะทำให้วัดสังกัสรัตนคีรีแห่งนี้เป็นศูนย์ของรวมข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี โดยให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ต้องการศึกษาข้อมูลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ตาราง 62 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดสังกัสรัตนคีรี

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		ป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง
2.สถานที่จอดรถ	✓		ด้านล่างและด้านบน
3.ห้องสุขา	✓		เขาสะแกกรัง
4.ถังขยะ	✓		มีการแบ่งประเภทห้องสุขา
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		มีตามจุดต่างๆ โดยรอบ
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ร้านกาแฟและขนม
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		บริเวณทางเข้า
8.มัคคุเทศก์		✓	บริเวณทางเข้า
9.ความสะอาด	✓		ป้ายบอกข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		มีการปรับปรุงอยู่เสมอ
			เดินชมได้ทั้งด้านล่างและด้านบนของวัด

จากตาราง 62 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังวัดสังกัสรัตนคีรีมีไว้อย่างชัดเจน โดยถ้าไปวัดสังกัสรัตนคีรีด้านเชิงเขาให้ไปตามป้ายวัดสังกัสรัตนคีรี แต่ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางไปยังวัดสังกัสรัตนคีรีบนเขา ให้ไปตามป้ายเขาสะแกกรัง สถานที่จอดรถมีสองแห่ง คือด้านล่างเชิงเขาของวัดและด้านบนวัดของเขาสะแกกรัง สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นหมู่คณะ รถบัสสามารถจอดได้ทั้งสองแห่งอย่างสะดวกสบาย ที่วัดแห่งนี้มีห้องสุขาจำนวนมากเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ถังขยะมีบริการให้กับนักท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ ของวัด สำหรับ

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ภายในวัดจะมีเป็นร้านกาแฟ ขายเครื่องดื่ม ขนม และร้านขายของที่ระลึก ให้บริการนักท่องเที่ยว ในส่วนของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดจะไม่มีมีคฤุเทศก์ แต่จะมีป้ายบอกประวัติความเป็นมาของวัด ซึ่งในอนาคตจะมีนิทรรศการซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวแบบเป็นรูปแบบ วัดแห่งนี้มีการรักษาความสะอาดและดูแลซ่อมแซมปรับปรุงอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมได้อย่างอิสระ มีจุดชมวิวที่สวยงามที่สามารถมองเห็นเมืองอุทัยธานีได้ในมุม 360 องศา

2.4 ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี (ยอดเขาสะแกกรัง)



ภาพ 20 พระมณฑปราชานุสาวรีย์



ภาพ 21 ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี

ที่ตั้ง ตั้งอยู่บนยอดเขาสะแกกรัง อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะเด่น สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก พระนามเดิม ทองดี เป็นสมเด็จพระบรมอรรคราชบรรพบุรุษแห่งพระบรมราชจักรีวงศ์ เนื่องด้วยทรงเป็นสมเด็จพระบรมราชชนกในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ปฐมกษัตริย์แห่งพระบรมราชจักรีวงศ์ สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก ประสูติที่บ้านสะแกกรัง เมืองอุทัยธานี ทรงเป็นบุตรคนโตของ

พระยาราชนิกุล (ทองคำ) ปลัดทูลฉลองกรมมหาดไทย ในรัชกาลสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 9 ซึ่งสืบเชื้อสายมาจากเจ้าพระยาโกษาธิบดี (ปาน) เสนาบดีพระคลังในรัชกาลสมเด็จพระเพทราชา ผู้ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งเป็นออกพระวิสุทธสุนทร และได้เดินทางไปถวายพระราชสาส์นของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ยังราชสำนักของพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 แห่งฝรั่งเศส เมื่อ พ.ศ. 2228 สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก ทรงรับราชการในกรมมหาดไทย รับบรรดาศักดิ์เป็นหลวงพิณอักษร และ พระอักษรสุนทรศาสตร์ ในตำแหน่งเสมียนตรากรมมหาดไทย มีหน้าที่ร่างพระราชสาส์นโต้ตอบกับหัวเมืองฝ่ายเหนือ และเก็บรักษาพระราชลัญจกร สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก เสกสมรสกับสองพี่น้องบุตรของคหบดีชาวจีน คนพี่ชื่อว่า ดาวเรือง (หรือ หยก) ส่วนคนน้อง ไม่ทราบนาม ตั้งบ้านเรือนอยู่ภายในกำแพงพระนคร ด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้บริเวณป้อมเพชร ซึ่งเป็นย่านอาศัยของชาวจีน จังหวัดอุทัยธานี ได้จัดสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์ สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก ประดิษฐานอยู่ ณ เขาแก้ว (เขาสะแกกรัง-ปัจจุบัน) ซึ่งเป็นเทือกเขาที่ทอดขนานกับแม่น้ำสะแกกรัง เมื่อ พ.ศ. 2514 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชและสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้เสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีเปิดพระบรมราชานุสาวรีย์ เมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2522 เนื่องจากจังหวัดอุทัยธานี เป็นเมืองพระชนกจักรี ซึ่งเป็นประโยคแรกที่ขึ้นต้นของคำขวัญประจำจังหวัดอุทัยธานี ดังที่ว่า อุทัยธานีเมืองพระชนกจักรี ปลาแรดรสดี ประเพณีเทโว ส้มโอบ้านน้ำตก มรดกโลก ห้วยขาแข้ง แหล่งต้นน้ำสะแกกรัง ตลาดนัดดังโคกระบือ จึงทำให้พระมหากษัตริย์เป็นที่รู้จักในหมู่บรรดานักท่องเที่ยวทั่วประเทศ เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงจังหวัดอุทัยธานีต้องมากราบสักการะท่านเพื่อความเป็นสิริมงคล อีกทั้งตั้งอยู่บนยอดเขาสะแกกรังที่มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามและตั้งอยู่ใกล้กับวัดสังกัสรัตนคีรีอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ตาราง 63 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก
จักรี(ยอดเขาสะแกกรัง)

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีจำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		จัดบริเวณด้านหน้า
3.ห้องสุขา	✓		มีการแบ่งประเภทห้องสุขา
4.ถังขยะ	✓		มีตามจุดต่างๆ
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		ร้านกาแฟและขนมด้านนอก
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ตั้งอยู่บริเวณด้านนอก
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายบอกข้อมูล
8.มัคคุเทศก์		✓	
9.ความสะอาด	✓		บริเวณโดยรอบ
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการปรับปรุงอยู่เสมอ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินเที่ยวชมและถ่ายรูป

จากตาราง 63 สรุปได้ว่าราชานุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกจักรี (ยอดเขาสะแกกรัง) มีป้ายบอกทางชัดเจน ซึ่งเป็นทางเข้าทางเดียวกับวัดสังกัสรัตนคีรี (เขาสะแกกรัง) สถานที่จอดรถเพียงพอ ทั้งรถยนต์และรถบัส สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะได้ ห้องสุขามีจำนวนเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ถังขยะมีจำนวนเพียงพอในการรองรับ และการแยกประเภทของถังขยะไว้อย่างชัดเจน สถานที่แห่งนี้จะมีบริการร้านเครื่องดื่ม ขนม ร้านขายของที่ระลึกเท่านั้น จะไม่มีร้านอาหารไว้ให้บริการ ในส่วนการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่แห่งนี้จะไม่มีมัคคุเทศก์ในการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวแต่จะมีป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อ่านเพื่อเป็นความรู้ มีการดูแลรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี โดยมีเจ้าหน้าที่ดูแลและทำความสะอาดพื้นที่ทั้งภายในและภายนอกอย่างสม่ำเสมอ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระและสามารถเดินเที่ยวถ่ายรูปได้อย่างเพลิดเพลิน

2.5 วัดถ้ำเขาวง



ภาพ 22 โบสถ์วัดถ้ำเขาวง



ภาพ 23 บริเวณทางเข้าวัด

ที่ตั้ง ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ อุทัยธานี 61140

ลักษณะเด่น วัดถ้ำเขาวง เป็นอาคาร 4 ชั้น ออกแบบลักษณะเรือนไทย ยกใต้ถุน แบ่งสัดส่วนการใช้งานเป็น 4 ส่วน คือ ใต้ถุนเป็นลานเอนกประสงค์และร้านขายของ, ชั้นที่ 2 เป็นวิหาร, ชั้นที่ 3 เป็นกุฏิ และ ชั้นที่ 4 จะเป็นโบสถ์สร้างด้วยไม้สัก และไม้มะค่า บริเวณโดยรอบ วัดถ้ำเขาวงมีการจัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม ร่มรื่น มีฉากหลังเป็นเขาหินปูนสูงตระหง่าน บริเวณด้านหน้ามีสวนไม้ดัด และบ่อน้ำซึ่งมีปลาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวสามารถให้อาหารปลาได้ ทางวัดมีอาหารปลาจำหน่าย ห่างจากตัววัดไปทางด้านหลังจะมีถ้ำอยู่ประมาณ 7-8 ถ้ำ บางถ้ำเป็นที่นั่งวิปัสสนาสำหรับพระภิกษุ บางถ้ำเป็นถ้ำค้างคาว และบางถ้ำก็มีหินงอกหินย้อยให้ชมกัน ระหว่างทางเดินที่จะขึ้นไปชมถ้ำ จะผ่านน้ำตกเทียมที่ดูเข้ากับบรรยากาศ เมื่อมาเยือนวัดแห่งนี้ จะรู้สึกปลอดโปร่ง ทั้งจากใจที่สงบจากการทำบุญ และจากกายที่ได้พักผ่อนเหมือนมาตากอากาศในรีสอร์ต อีกทั้งทางวัดมีสถานที่จอดรถสำหรับ

นักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง มีร้านค้าสวัสดิการ มีร้านขายเครื่องดื่ม ขนม และร้านขายของฝากของที่ระลึกไว้บริการนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำบริการ แบ่งประเภทชาย หญิง ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และผู้พิการอย่างชัดเจน และเนื่องด้วยปัจจุบันสถานการณ์ Covid-19 ทางวัดถ้าเขาวงมีมาตรการในการป้องกันโดยมีการตรวจวัดไข้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าวัด ให้นักท่องเที่ยวใส่หน้ากากอนามัย และมีจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงอำเภอบ้านไร่ นักท่องเที่ยวทุกคนต้องมาและไม่ควรพลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สวยงามระดับประเทศอย่างวัดถ้าเขาวง ซึ่งนับได้ว่าเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยว Unseen Thailand ซึ่งมีสถาปัตยกรรมที่ไม่เหมือนที่อื่นซึ่งเป็นโบสถ์ไม้ทั้งหลังที่โอบล้อมด้วยเขาหินปูน ซึ่งมีความสวยงามตื่นตาตื่นใจของผู้พบเห็นมากๆ อีกทั้งการเดินทางค่อนข้างสะดวกสบาย สามารถเดินทางมาจากอำเภอมือง จังหวัดอุทัยธานี หรือเดินทางมาทาง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี แล้วเข้ามาทางอำเภอบ้านไร่ก็ได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)



ภาพ 24 ที่จอดรถของวัด



ภาพ 25 ห้องน้ำของวัด

ตาราง 64 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวัดถ้ำเขาวง

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายตลอดเส้นทางเดินทาง
2.สถานที่จอดรถ	✓		บริเวณด้านหน้าทางเข้า
3.ห้องสุขา	✓		มีการแบ่งประเภทของสุขา
4.ถังขยะ	✓		มีตามจุดต่างๆ โดยรอบ
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		ร้านเครื่องดื่ม และร้านค้าสวัสดิการ
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		บริเวณด้านหน้าทางเข้า
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายบอกข้อมูล
8.มัคคุเทศก์		✓	
9.ความสะอาด	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการปรับปรุงอยู่เสมอ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินเที่ยวชมและถ่ายรูป

จากตาราง 64 สรุปได้ว่า วัดถ้ำเขาวงมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตลอดการเดินทางอย่างชัดเจนเริ่มตั้งแต่เข้าตัวอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี และทางอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี สถานที่จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ห้องสุขา มีการแบ่งประเภทชาย หญิง ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และผู้พิการอย่างชัดเจน มีถังขยะตั้งตามจุดต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ที่วัดถ้ำเขาวงจะไม่มีร้านอาหาร จะมีเป็นร้านกาแฟ เครื่องดื่ม ขนม ร้านค้าสวัสดิการ ร้านขายของฝากของที่ระลึกที่ตั้งอยู่วัดถ้ำเขาวง ส่วนใหญ่จะเป็นขนม และพืชผักพื้นบ้าน ของอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีราคาถูกมาก การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจะมีป้ายบอกข้อมูลของวัดถ้ำเขาวง และมีเจ้าหน้าที่ของวัดนักท่องเที่ยวสามารถสอบถามข้อมูลต่างๆ ได้ ที่วัดแห่งนี้จะไม่มีมัคคุเทศก์ในการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว

มีการดูแลรักษาความสะอาด จัดตกแต่งภูมิทัศน์ให้คงความสวยงามอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูปมุมสวยๆ ของวัดได้อย่างอิสระ

3. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

3.1 ตรอกโรงยา



ภาพ 26 ถนนคนเดินตรอกโรงยา



ภาพ 27 มัคคุเทศก์ท้องถิ่น

ที่ตั้ง ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะเด่น มีลักษณะเป็นชุมชนเก่าแก่ มีเรือนแถวไม้เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ดั้งเดิมที่นี่เป็นชุมชนของชาวจีน สมัยก่อนนั้นมีการเปิดให้สูบฝิ่นอย่างเสรี ผู้คนมากมายต่างมาที่นี่เพื่อซื้อ-ขายและสูบฝิ่น บรรยาการศดึกดึกมาก ชาวบ้านจะเรียกที่นี่กันว่า "ตรอกโรงยา" ต่อมาเมื่อมีการออกกฎหมายว่าฝิ่นเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ผู้คนเริ่มห่างหายจากที่นี่ และกลายเป็นชุมชนที่ซบเซาลงในที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม บรรยาการเก่าๆ ของชุมชน ก็ยังคงน่าหลงใหล หน่วยงานเอกชน พร้อมด้วยหน่วยงานในท้องถิ่น และชาวบ้านในชุมชนจึงได้ร่วมมือกันรื้อฟื้นให้

ตรอกโรงยากลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง ด้วยการเปิดถนนคนเดินในช่วงวันเสาร์ ชาวบ้านก็รวมตัวกันเปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมกับนำของดีของเด่นดั้งเดิมของชุมชนออกมาจำหน่าย ทั้งอาหารท้องถิ่น สินค้าพื้นเมือง ไปถึงสินค้าแฮนด์เมดจากคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับชุมชนเก่าแก่แห่งนี้ได้อย่างลึกซึ้ง ในขณะเดียวกันก็ได้รับความสนุกสนานและเพลิดเพลินกลับบ้านไปด้วย การเที่ยวชมตรอกโรงยา สามารถเที่ยวชมได้ทุกวัน ในวันธรรมดานักท่องเที่ยวก็จะได้เห็นวิถีชีวิตที่แท้จริงของชาวบ้านในชุมชน ได้เดินลัดเลาะเที่ยวชมร้านค้าเก่าแก่ที่ยังคงเปิดให้บริการมาถึงปัจจุบัน ได้นั่งจิบกาแฟโบราณอร่อยๆ ชมบรรยากาศอันเงียบสงบของชุมชน ชอบมุมไหนก็พักถ่ายรูปกันได้แบบชิลๆ แต่ถ้าใครอยากอิมมอร์ลียกับอาหารท้องถิ่นหลากหลายชนิด และช้อปปิ้งสินค้าน่ารักๆ ไปเป็นของที่ระลึก ก็แนะนำให้มาเที่ยววันเสาร์ ที่มีถนนคนเดิน ซึ่งจะเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 15.00-21.00 น. ตรอกโรงยาได้รับสมญานามว่า “ถนนสั้น ตำนานยาว” อันที่จริงได้รับการฟื้นฟูจากจากงานวิจัยคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และพลังของชาวบ้านในชุมชนตรอกโรงยา ในการจัดการตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาศึกษาและเที่ยวชม เปิดเป็นถนนคนเดินในวันเสาร์ให้คนที่มิหะเบียนบ้านอยู่ในจังหวัดอุทัยธานีได้มาออกร้านขายของเพื่อมีรายได้ และเปิดตรอกโรงยา (โรงผื่นเช็กเกียกั้ง) ให้นักท่องเที่ยวได้มาศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับโรงยาผื่นที่มีในอดีต อีกทั้งมีัคคุเทศก์น้อยท้องถิ่น ซึ่งเป็นนักเรียนจากโรงเรียนอุทัยวิทยาคม มาให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้เมื่อมาเที่ยวตรอกโรงยา ต้องมารับประทานก๋วยเตี๋ยวไก่แจ้โหนด ซึ่งเป็นก๋วยเตี๋ยวไก่ตุ๋นยาจีนสูตรโบราณ ที่คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต้องรับประทาน ร้านเจ้าโหนดเปิดทุกวัน เวลา 9.00 น.-15.00 น. และอีกอย่างที่ไม่ห้ามพลาดคือ ขนมจู้ยัก้วย หรือขนมถั่วแฉะของป่าเต็ง ซึ่งเป็นขนมของกินเล่นจากสูตรโบราณจีนแต่จิว ซึ่งขายมายาวนานกว่า 70 ปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ตาราง 65 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตรอกโรงยา

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายจำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		จอดรถริมถนนบริเวณรอบนอก
3.ห้องสุขา	✓		รถสุขาเทศบาลและบ้านที่เป็นร้านค้า
4.ถังขยะ	✓		มีจำนวนน้อย
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		ภายในและภายนอกจำนวนมาก
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ภายในและภายนอกจำนวนมาก
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		สอบถามจากร้านค้าหรือคนพื้นที่
8.มัคคุเทศก์	✓		มัคคุเทศก์ท้องถิ่นและมัคคุเทศก์น้อย
9.ความสะดวก	✓		มีเจ้าหน้าที่และคนในพื้นที่ดูแล
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการดูแลปรับปรุงอยู่เสมอ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินเที่ยวชม ถ่ายรูป และศึกษา

จากตาราง 65 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตรอกโรงยามีตามรายทางยังไม่ชัดเจนมากนัก จะมาเห็นป้ายคือบริเวณตลาดสะแกกรัง สถานที่จอดรถต้องหาที่จอดรถบริเวณรอบนอกริมถนน หรือตามตรอกซอยต่างๆ ห้องสุขาจะมีรถสุขาของเทศบาลเมืองอุทัยธานีมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หรือสามารถเข้าห้องน้ำได้ที่บ้านเรือนแถวของตรอกโรงยาที่เปิดเป็นร้านค้าได้ มีถังขยะบริการตามจุดต่างๆ ตลอดถนนคนเดินโรงยาร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีจำหน่ายมากมายหลากหลายในวันเสาร์ซึ่งมีราคาถูกและรสชาติอร่อย ร้านขายของที่ระลึกมีสินค้าหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่ตรอกโรงยามีป้ายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว มีทีมกรรมการตรอกโรงยาซึ่งเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามข้อมูลได้ อีกทั้งยังมีมัคคุเทศก์น้อยท้องถิ่น ในการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวในทุกวันเสาร์ที่มีถนนคนเดินตรอกโรงยาอีกด้วย มีการดูแลรักษาความสะดวกในพื้นที่เป็นอย่างดีอย่างสม่ำเสมอ และนักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ เดินเที่ยว กิน ช้อป ถ่ายรูปได้อย่างมีความสุข และเพลิดเพลิน

3.2 วิถีชีวิตชาวเรือนแพลำน้ำสะแกกรัง (หมู่บ้านสะแกกรัง)



ภาพ 28 เรือนแพสะแกกรัง



ภาพ 29 กระชังเลี้ยงปลาของชาวเรือนแพ

ที่ตั้ง ซอย สะแกกรัง ตำบล อุทัยใหม่ อำเภอเมืองอุทัยธานี อุทัยธานี 61000

ลักษณะเด่น วิถีความเป็นอยู่ของชุมชนเรือนแพ ก็เหมือนกับชุมชนทั่วไป มีผู้นำชุมชนก็คือแพผู้ใหญ่ ซึ่งองค์ประกอบก็คล้ายคลึงกับชุมชนบนบก ส่วนอาชีพของชาวเรือนแพส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพทำการประมงน้ำจืด โดยการเลี้ยงปลาในกระชัง ซึ่งก็มีทั้งปลาสวาย ปลาแรด ปลาเทโพ โดยเฉพาะปลาแรดที่เลี้ยงในกระชังของที่นี่ถือว่าขึ้นชื่อเรื่องเนื้อนุ่มหวาน อร่อยกว่าที่อื่นๆ นอกจากจะเลี้ยงปลาในกระชังแล้ว ชาวเรือนแพก็ยังจับปลาจากในลำน้ำสะแกกรังหรือแหล่งน้ำอื่นๆ มาทำเป็นปลาแห้ง ปลาเค็ม แล้วนำไปขายในตลาด เพื่อเป็นรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งส่วนหนึ่งของรายได้เหล่านั้นก็ต้องนำไปซื้อลูกบวบมาซอมแซมแพเพื่อให้ยังคงลอยอยู่ได้ นอกจากนี้ในบางพื้นที่ยังมีการปลูกใบเตยไว้ขาย แล้วสำหรับบางคนก็ออกไปหางานทำหรือรับจ้างทำงานจากข้างนอก เพราะในปัจจุบันแม่น้ำน้ำเกิดภาวะแล้งหนักทำให้อาชีพเลี้ยงปลาหรือจับปลาทำได้ลำบากมากขึ้น ในปัจจุบันเรือนแพที่จังหวัดอุทัยธานีถือว่าเป็นที่แพที่ชาวบ้านอาศัยอยู่จริงมากที่สุดของประเทศไทย เปรียบเสมือนเรือนแพที่มีชีวิต

เป็นเรือนแพที่มีทะเบียนแพ หรือทะเบียนบ้านนั่นเอง ซึ่งในปัจจุบัน มีเรือนแพกว่า 300 หลัง แบ่งออกเป็นเรือนแพที่มีคนอาศัยอยู่จำนวน 118 หลัง เรือนแพที่มีแต่ทะเบียนแพ จำนวน 120 หลัง และเรือนแพที่ยกเลิกแล้ว จำนวน 80 หลัง ส่วนใหญ่ชาวแพจะประกอบอาชีพ ส่วนหนึ่งรับราชการ และอีกส่วนหนึ่งก็ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยการปลูกผักลอยน้ำ เช่น ผักกระเฉด ผักบุ้ง เตยหอม และอาชีพประมงคือการเลี้ยงปลาดุก ปลาตกตัง ปลาแรด เป็นต้น อีกทั้งการที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี สิ่งที่ได้พบไม่ได้มีอีกอย่างหนึ่ง คือ การนั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพสะแกกรัง เรือลำเล็ก นั่งได้ 6-8 ท่าน ราคา 50 บาท/ท่าน ขึ้นที่ได้ทำเรือวัดโบสถ์ หรือนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ ต้องการนั่งเรือลำใหญ่ นั่งได้ 15-25 ท่าน ก็สามารถติดต่อได้ที่ท่าเรือริเวอร์ครุยส์ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2558)



ภาพ 30 วิถีชีวิตของชาวแพ



ภาพ 31 การซ่อมแซมเรือนแพ

ตาราง 66 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในวิถีชีวิตชาวเรือนแพลำน้ำสะแกกรัง
(หมู่บ้านสะแกกรัง)

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีจำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		จอดรถริมถนนบริเวณตลาดเทศบาลและวัดโบสถ์
3.ห้องสุขา	✓		เข้าได้ที่ตลาดและวัดโบสถ์
4.ถังขยะ	✓		นำขึ้นมาทิ้งบนฝั่งหรือฝากคนเรือทิ้ง
5.ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	✓		จะมีเป็นแพของร้านอาหาร-รีสอร์ท
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		บริเวณด้านบนฝั่งและเรือนแพ
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		ปราชญ์ชาวบ้านและคนในชุมชน
8.มัคคุเทศก์	✓		มัคคุเทศก์ท้องถิ่น
9.ความสะอาด	✓		มีการกำจัดขยะและผักตบชวา
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการซ่อมแซมเรือนแพอยู่เสมอ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินชมและนั่งเรือชมวิถีชีวิตของชาวแพ

จากตาราง 66 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแพสะแกกรังยังไม่ชัดเจน และมีจำนวนน้อย สถานที่จอดรถนักท่องเที่ยวสามารถจอดรถได้ที่ฝั่งตลาดสะแกกรังหรือข้ามรถข้ามไปจอดฝั่งวัดโบสถ์ ห้องสุขานักท่องเที่ยวสามารถเข้าได้ที่ฝั่งตลาดสะแกกรังและวัดโบสถ์ จุดบริการถังขยะมีตั้งอยู่ตามจุดต่างๆ และมีการแบ่งประเภทของถังขยะอย่างชัดเจน สำหรับนักท่องเที่ยวที่นั่งเรือเที่ยวชมควรที่จะนำขยะขึ้นมาทิ้งบนฝั่งหรือฝากคนขับเรือทิ้งขยะได้ ร้านอาหารและเครื่องดื่มชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในเรือนแพ จะไม่มีจำหน่าย จะมีเป็นแพของร้านอาหารและแพของรีสอร์ท นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ แต่ชาวบ้านเรือนแพจะมีบ้านเรือนที่ขายของฝากของที่ระลึกซึ่งเป็นแพที่เผลอปลายางรมควัน และเรือนแพทำขนมไทย ซึ่งเปิดจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมด้วย การให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวที่นั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งคนขับเรือก็เป็นชาวแพสะแกกรังอย่างแท้จริง คนขับเรือจะเปรียบเสมือนเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นบรรยายข้อมูลให้ความรู้ต่างๆ กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ในส่วนของความสะอาดและการดูแลรักษาซ่อมแซมของเรือนแพ ยังไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากจากดูแลรักษาเรือนแพค่อนข้างยาก เนื่องจากภัยทางธรรมชาติต่างๆ และค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมแพค่อนข้างมีราคาสูง ถ้าเปรียบเทียบกับรายรับของชาวแพ จึงทำให้เรือนแพบางหลัง อาจดูไม่สะอาดและทรุดโทรมไปบ้าง การเที่ยวชมนักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชมจากทางเดินริมแม่น้ำสะแกกรังได้ แต่ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะนิยมนั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพสะแกกรัง เพราะบรรยากาศ

ดี และสามารถถ่ายรูปได้อย่างอิสระ

3.3 หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด



ภาพ 32 ชุมชนแก่นมะกรูด



ภาพ 33 เด็กๆ ในชุดกระเหรี่ยง

ที่ตั้ง ตำบลแก่นมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะเด่น บ้านแก่นมะกรูด เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ในตำบลแก่นมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีชาวบ้านในพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง โดยรอบๆ หมู่บ้าน มีภูเขาน้อยใหญ่โอบล้อม ตัวหมู่บ้านตั้งอยู่บนความสูงจากระดับทะเลประมาณ 700 เมตร จึงทำให้ที่นี่มีอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งโครงการพื้นที่ต้นแบบบูรณาการ แก้ไขปัญหา และพัฒนาพื้นที่ ต.แก่นมะกรูด โดยมีมูลนิธิปิณฑทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 ร่วมบูรณาการ การขับเคลื่อนการพัฒนาในพื้นที่ มีอากาศเย็นเกือบตลอดทั้งปี มีสวนดอกไม้ และผลไม้เมืองหนาว นานาพรรณ ทั้งลิ้นี่ ทิวลิป เบญจมาศหลากสี สตรอว์เบอร์รี่ ชาโยเต้ กาแฟ กะหล่ำปลีม่วง กะหล่ำปลีหัวใจ ผักสลัด และผักพื้นบ้านมากมาย เป็นต้น

สวนพฤกษศาสตร์ บ้านแก่นมะกรูดถือเป็นสถานที่ยอดนิยมในช่วงฤดูหนาวที่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยว สัมผัสอากาศหนาว เคล้าสายหมอกกับดอกไม้ และผลไม้เมืองหนาวราวกับว่าได้ไปเยือนภาคเหนือตอนบน จนมีคนพูดว่า “อำเภอบ้านไร่ บรรยากาศเชียงใหม่ ไหม้ไกลกรุงเทพฯ” ชุมชนหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด ชาวบ้านที่มีชาติพันธุ์เป็นกระเหรี่ยงไปว่ ถึง 95% และอีกจำนวน 5% จะเป็นขมุ ละว้า มีภาษากระเหรี่ยงเป็นภาษาถิ่น มีชุดการแต่งกายของชาวกระเหรี่ยง มีอาหารพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เพราะที่ชุมชนแห่งนี้ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ก็จะเป็นการนำพืชผักพื้นบ้านมาประกอบอาหารรับประทาน และจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นในช่วงเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ ของทุกปี จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นมายังแก่นมะกรูดเป็นจำนวนมาก เนื่องจากผลิตผลพืชผักเมืองหนาวจะออกผลในช่วงนั้น อาทิเช่น พักทองพันธุ์กระเหรี่ยง มันกระเหรี่ยง เผือกกระเหรี่ยง กระหล่ำปลีกระเหรี่ยง สตอเบอร์รี่ และมีการจัดเทศกาลดอกไม้เมืองหนาว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสอากาศหนาวเย็นที่เหมือนกับภาคเหนือ และเที่ยวชมถ่ายรูปกับทิวทัศน์ที่สวยงามสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจพักค้างแรมบนแก่นมะกรูด ทางชุมชนก็ได้จัดพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ให้กับนักท่องเที่ยว และมีรีสอร์ทขนาดเล็กที่นอนแบบเต็นท์ แบบบ้านกระโจมขนาดเล็กไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวด้วย เช่น ไร่ฮุ้ยเกื้อ ถือได้ว่าเป็นที่พักยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักค้างแรมที่นี่ ต้องจองกันล่วงหน้าหลายเดือน ส่วนในช่วงฤดูฝนก็จะมีเห็ดเผาะเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำรายได้ให้กับคนในชุมชนเป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)



ภาพ 34 ที่พักไร่ฮุ้ยเกื้อ



ภาพ 35 พืชผักของชุมชนแก่นมะกรูด

ตาราง 67 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในหมู่บ้านกระเหรียงแก่นมะกรูด

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง
2.สถานที่จอดรถ	✓		ด้านหน้าแหล่งท่องเที่ยว
3.ห้องสุขา	✓		จำนวนน้อย
4.ถังขยะ	✓		จำนวนน้อย
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		เดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		เดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		ชาวบ้านในชุมชน
8.มัคคุเทศก์		✓	
9.ความสะอาด	✓		คนในพื้นที่ดูแลตนเอง
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		คนในพื้นที่ดูแลตนเอง
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		นั่งรถเที่ยวชมได้

จากตาราง 67 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีจำนวนเยอะและชัดเจน เริ่มตั้งแต่อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี และฝั่งทางอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี สถานที่จอดรถในช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยวบริเวณลานจอดรถของงานเทศกาลดอกไม้เมืองหนาว แก่นมะกรูดจะไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวต้องจอดรถบริเวณตามไหล่ทางริมถนน และเดินเท้าต่อเข้ามาในงาน ห้องสุขามีจำนวนน้อย ถังขยะมีวางตามจุดสำคัญต่างๆ ภายในหมู่บ้าน แก่นมะกรูด ร้านขายอาหาร เครื่องดื่ม และร้านขายของที่ระลึก ของที่ระลึก จะมีการออกมาจำหน่ายในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ เท่านั้น การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่นี่จะไม่มีมัคคุเทศก์ แต่ผู้ให้ข้อมูลจะเป็นชาวบ้านกระเหรียงแก่นมะกรูด ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ในการแนะนำข้อมูล บอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ของหมู่บ้านกระเหรียงแก่น

มะกรุต ความสะอาดและการดูแลสุขภาพชาวบ้านของชุมชนร่วมกับภาครัฐ จะมาช่วยกันปรับภูมิทัศน์ และทำความสะอาดพื้นที่ของหมู่บ้านในช่วงก่อนเปิดฤดูกาลการท่องเที่ยวเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชม ถ่ายรูป เซลอินในงานเทศกาลดอกไม้เมืองหนาว และเดินเที่ยวชมเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่นที่ตลาดกระเหรี่ยงได้ตามอัธยาศัย และนักท่องเที่ยวสามารถขับรถเที่ยวชมหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรุตได้เนื่องจากมีทัศนียภาพวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม

3.4 ชุมชนหมู่บ้านสะนำ (วิถีชุมชนลาวครั้งโบราณ)



ภาพ 36 ป้ายชุมชนบ้านสะนำ



ภาพ 37 ภายในชุมชนบ้านสะนำ

ที่ตั้ง หมู่บ้านสะนำ ชุมชนท่องเที่ยววิถี 2 บ้านสะนำ ตำบลบ้านไร่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะเด่น หมู่บ้านสะนำชาวบ้านที่อาศัยเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้ง ได้เปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เดินทางมาสัมผัสวิถีชุมชนของชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งในอดีต

บรรพบุรุษอพยพมาจากเมืองหลวงพระบาง เมื่อ 200 กว่าปี โดยได้นำเอาประเพณีศิลปะ และวัฒนธรรม ดิดตัวมาด้วยและสืบทอดมาจนถึงทุกวันนี้ สำหรับประเพณีที่สำคัญที่ชาวบ้าน สะนา นับถือตามความเชื่อและปฏิบัติกันมานาน นั่นก็คือ การกราบไหว้ขอพรศาลเจ้าบ้าน ซึ่งเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ รวมทั้งศิลปะการแสดงพื้นบ้าน การทอผ้าพื้นเมืองลายโบราณ ที่ชาวบ้านรวมกลุ่มกันทอขายเป็นรายได้เสริม และย้อมด้วยสีธรรมชาติ ซึ่งผ้าทอของหมู่บ้าน สะนาแห่งนี้ถือเป็นผ้าทอที่มีผู้นิยมสวมใส่ เนื่องจากมีลวดลายที่สวยงาม และแต่ละผืนจะใช้ เวลาทอค่อนข้างนาน เนื่องจากต้องใช้ความพิถีพิถัน นอกจากนี้ หมู่บ้านสะนายังมี แหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อคือ "ต้นไม้ยักษ์" เป็นต้นไม้ที่มีขนาดใหญ่ มีอายุกว่า 300 ปี ที่เรียกว่า ต้นผึ้งหรือต้นเชียง มีระบบรากที่แผ่กว้างและใหญ่เพื่อค้ำยันต้น สวยงามอย่างน่าอัศจรรย์ โดยรายล้อมไปด้วยต้นหมาก จำนวนมาก เรียกว่า เป็นล้านๆ ต้นเลยทีเดียว เนื่องจากชาวบ้าน ที่นั่นนิยมรับประทานหมาก จึงปลูกกันอย่างแพร่หลาย จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว จนได้ ฉายาว่า "หมากล้านต้น" ซึ่งหมู่บ้านสะนา ยังได้เปิดให้พักโฮมสเตย์ ให้นักท่องเที่ยวได้นอน ค้างคืน เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชาวลาวครั้งอย่างใกล้ชิด ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงามอีกด้วย สำหรับหมู่บ้านสะนา ได้รับคัดเลือกจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ให้เป็น "หมู่บ้าน ท่องเที่ยวโอท็อป นวัตกรรมของอำเภอบ้านไร่" เนื่องจากมีความโดดเด่น ในด้านประเพณี ศิลปวัฒนธรรมรวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อื่นๆ ที่มีชื่อเสียง หมู่บ้านสะนา เป็นชุมชน ที่มีความเข้มแข็งเป็นอย่างมาก มีผู้นำชุมชนที่ดี และคนในชุมชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีชีวิต เนื่องจากเกือบทั้งหมู่บ้าน ส่วนใหญ่มีชาติพันธุ์ลาวครั้ง มีอาหารพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ คือแจ่ว ร้อยสำหรับ เสริฟพร้อมกับอาหารพื้นบ้านและผักสดๆ ที่ชาวบ้านตามบ้านเรือนได้ปลูกกันเอง มีการละเล่น พื้นบ้านและของเล่นพื้นบ้านโบราณทำจากไม้ที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ มีผ้าทอลาวครั้งที่มีลวดลาย ที่สวยงาม มีแลนด์มาร์คที่สำคัญของหมู่บ้านสะนา คือต้นไม้ยักษ์ และมีเส้นทางปั่นจักรยาน ให้นักท่องเที่ยวได้ปั่นเที่ยวชมวิถีชีวิต บ้านเรือนไม้เก่าของชาวบ้านสะนา และชมธรรมชาติ โดยรอบ ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวที่อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ไม่ควรพลาดในการ ที่จะมาท่องเที่ยวชมชุมชนหมู่บ้านสะนาแห่งนี้ (สำนักงานพัฒนาชุมชน, 2561)

ตาราง 68 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชนหมู่บ้านสะพาน (วิถีชุมชนลาวครั้งโบราณ)

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีจำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		ภายในชุมชน
3.ห้องสุขา	✓		มีห้องน้ำส่วนกลางและบ้านในชุมชน
4.ถังขยะ	✓		มีตั้งตามจุดต่างๆ ของชุมชน
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		ภายในชุมชน
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ภายในชุมชน
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		ปราชญ์ชาวบ้านและคนในชุมชน
8.มัคคุเทศก์	✓		ปราชญ์ชาวบ้าน
9.ความสะอาด	✓		ดูแลรักษากันเอง
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีการปรับภูมิทัศน์อยู่เสมอ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินเที่ยว และปั่นจักรยานเที่ยวชมได้

จากตาราง 68 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีตามรายการชัดเจน แต่ยังมีจำนวนน้อย สถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว ห้องสุขายังมีจำนวนน้อย ถังขยะมีตั้งตามจุดต่างๆ ของหมู่บ้าน ร้านขายอาหาร เครื่องดื่ม และร้านขายของฝากของที่ระลึก มีบริการนักท่องเที่ยว และทางชุมชนได้มีการจัดพื้นที่ของหมู่บ้านให้เป็นตลาดต้นไม้ยักษ์บ้านสะพาน ซึ่งจะเปิดในวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งสินค้าที่จำหน่ายจะเป็นอาหารท้องถิ่น และของฝากของที่ระลึกที่คนในชุมชนทำเองเพื่อนำมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวทางชุมชนบ้านสะพานจะมีป้ายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อ่าน หรือนักท่องเที่ยวสามารถถามข้อมูลของหมู่บ้านสะพานจากปราชญ์ชุมชนและชาวบ้านได้ ทางชุมชนบ้านสะพานมีการดูแลรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี มีการปรับภูมิทัศน์ของชุมชนให้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชม หรือปั่นจักรยานเที่ยวชม ซึ่งมีค่าบริการในการเช่าจักรยาน 10 บาท/คน สามารถปั่นจักรยานท่องเที่ยว ถ่ายรูปได้อย่างอิสระ

3.5 ศูนย์การเรียนรู้เพลงพื้นบ้านท่าโพ



ภาพ 38 การแสดงเพลงพื้นบ้านท่าโพ



ภาพ 39 ทางเข้าบ้านท่าโพ

ที่ตั้ง ตำบลท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะเด่น เป็นหมู่บ้านที่มีเพลงพื้นบ้านท่าโพ เป็นศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เมื่อเวลาผ่านไปคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจน้อยลง ทำให้เมื่อปี 2522 ซึ่งเป็นปีแห่งการรณรงค์และการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมไทย สำเร็จ รงค์ทอง อดีตครูใหญ่โรงเรียนวัดพันสี พร้อมคณะ ได้ฟื้นฟูการเล่นเพลงพื้นบ้านท่าโพขึ้นใหม่ โดยชวนพ่อเพลง แม่เพลง และผู้ที่สนใจมารื้อฟื้นและถ่ายทอดให้คนอุทัยธานีได้ชม จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จากนั้นได้มีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านท่าโพเพื่อฝึกสอนเพลงให้ชาวบ้านในชุมชน เยาวชน และผู้ที่สนใจ พร้อมกันนั้นยังได้รวบรวมเพลงพื้นบ้าน เนื้อร้อง ทำนอง โดยได้พยายามรักษาดั้งเดิมของเพลงพื้นบ้านไว้ให้มากที่สุด ครั้งนั้นได้รวบรวมไว้ทั้งหมด 12 เพลง เช่น เพลงเกี่ยวข้าว เพลงรำวงโบราณ เพลงพืชมูลฐาน และเพลงชักเย่อ ศูนย์เรียนรู้และอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านท่าโพตั้งอยู่ในบ้านของ อาจารย์ดุษฎีสุรพงศ์ ทิพย์ศิริ ตัวตึงตัวดีเรื่องการฟื้นคืนเพลงพื้นบ้านและริเริ่มการท่องเที่ยว บ้านท่าโพ

เป็นชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่ง ในอดีตจะเป็นเส้นทางเดินทัพ การค้าขาย ปัจจุบันบ้านท่าโพมีคำขวัญประจำหมู่บ้านว่า ท่าโพกลางบ้าน สืบสานประเพณี ของดีเพลงพื้นบ้าน นมัสการหลวงพ่อกุฎิ งามผุด หลวงพ่อโพธิมงคล ซึ่งหลวงพ่อกุฎิโพธิมงคลเป็นพระพุทธรูปองค์สำคัญของ จ.อุทัยธานี เป็นพระพุทธรูปรุ่นเดียวกับหลวงพ่อกุฎิโพธิมงคลศักดิ์สิทธิ์วัดสังกัสรัตนคีรี เป็นพระพุทธรูปสมัยสุโขทัย เพลงพื้นบ้านท่าโพมีการอนุรักษ์สืบสานอย่างเป็นเรื่องเป็นราวเมื่อ 40 ปีที่แล้ว นอกจากเพลงพื้นบ้านดั้งเดิมแล้ว ที่นี่ยังมีการสวดแทรกเรื่องคุณธรรมโดยเฉพาะการตามรอยพระบาทของในหลวง รัชกาลที่ 9 เข้าไปในเพลง บ้านท่าโพเหมาะแก่การปั่นจักรยานเพราะมีถนนลาดเลาะไปตามทุ่งนา แวะชมบ้านไทยโบราณ ลองทำอาหารพื้นบ้านกับกลุ่มแม่บ้านที่ลานต้นโพธิ์ หรือหากต้องการพักค้างแรมสามารถพักได้ในโฮมสเตย์บ้านอาจารย์ตุ้ยและหลังอื่นๆ อีก 6 หลังในหมู่บ้าน รองรับได้สูงสุด 40 คน มีแพ็คเกจ 2 วัน 1 คืน แบ่งค่าใช้จ่ายออกเป็นค่าที่พักโฮมสเตย์พร้อมอาหาร 3 มื้อ คนละ 500 บาท หากไม่ได้นำจักรยานมาแล้วต้องการใช้บริการรถยนต์นำเที่ยวคันละ 350 บาท (นั่งได้ 10 คน) และค่าการแสดงร้องเล่นเพลงพื้นบ้าน 3,000 บาท โดยใช้เวลาแสดงประมาณ 2 ชั่วโมง (ศูนย์เรียนรู้และอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านท่าโพ, 2562)

ตาราง 69 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในศูนย์การเรียนรู้เพลงพื้นบ้านท่าโพ

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีจำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		บริเวณด้านหน้าทางเข้า
3.ห้องสุขา	✓		มีการแบ่งประเภทชายและหญิง
4.ถังขยะ	✓		มีบริการตามจุดต่างๆ
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	✓		นักท่องเที่ยวต้องแจ้งล่วงหน้า
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		นักท่องเที่ยวต้องแจ้งล่วงหน้า
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		ปราชญ์ชาวบ้าน และคนในพื้นที่
8.มัคคุเทศก์	✓		มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ติดต่อล่วงหน้า
9.ความสะอาด	✓		คนในพื้นที่ดูแล
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		คนในพื้นที่ดูแล
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินชมและปั่นจักรยานเที่ยวชมได้

จากตาราง 69 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย สถานที่จอดรถเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ห้องสุขามีการแบ่งประเภทชายและหญิง ถังขยะมีบริการตามจุดต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีบริการ แต่มีจำนวนน้อย

นักท่องเที่ยวสามารถบอกให้ทางแหล่งท่องเที่ยวจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มล่วงหน้าได้ ร้านขายของฝากของที่ระลึก คือมีชาวบ้านทำขนมออกมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นชาวบ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน และมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว มีการดูแลรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยว บ้านจักรยาน นั้งรถ หรือขับรถเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ

4. แหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์

4.1 พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 40 อาคารพิพิธภัณฑ์



ภาพ 41 ภายในพิพิธภัณฑ์

ที่ตั้ง ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน ถนนศรีอุทัย (ใกล้ศาลากลางจังหวัด) ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี 61000

ลักษณะเด่น พิพิธภัณฑ์ได้จัดตั้งขึ้นเป็นทางการ เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2525 โดยใช้ตัวอาคารเดิมของโรงเรียนเบญจมราชูทิศ ซึ่งเป็นอาคารไม้สองชั้น มีอายุกว่า 80 ปี เป็นที่จัดแสดงสิ่งต่างๆ ระหว่างวิชาการสิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนชีวิต

ความเป็นอยู่ของชาวอุทัยธานีในอดีตและปัจจุบัน ภายในแบ่งเป็น 4 ห้อง ดังนี้ 1) ห้องอุทัยธานี ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เป็นการจัดแสดงโครงกระดูกมนุษย์ ภาชนะดินเผา เครื่องประดับลูกปัด หินสี จากแหล่งโบราณคดีบ้านหลุมเข้า อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี 2) ห้องอุทัยธานี กับยุคทวารวดี จัดแสดงวัตถุโบราณยุคทวารวดีในชุมชนต่างๆ เช่น ระฆังหิน หลักศิลาจารึก อักษรปัลลวะ 3 หลัก พบที่เมืองโบราณบ้านบึงคอกช้าง อำเภอสว่างอารมณ์ 3) ห้อง วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี จัดแสดงเครื่องมือเครื่องใช้ และอาวุธโบราณ ที่แสดงให้เห็นถึง วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี ความเจริญก้าวหน้าของมนุษย์ เช่น เครื่องพิมพ์ดีดภาษาไทย รุ่นแรกที่มีในสยาม เป็นต้น 4) ห้องมรดกโลกห้วยขาแข้ง จัดแสดงป่าจำลองมรดกโลก ห้วยขาแข้งและนิทรรศการ สืบ นาคะ ทิพนธ์ภัณฑะประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัด อุทัยธานี มีจุดที่น่าสนใจและเที่ยวชมหลักๆ ที่เป็นไฮไลท์ของที่พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมท้องถิ่น อุทัยธานี มีหลายอย่าง อาทิเช่น โครงกระดูกมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ อายุกว่า 5,000 ปี พร้อมภาชนะเครื่องปั้นดินเผาและเครื่องประดับมากมาย หลักศิลาจารึก อักษรปัลลวะ สมัยทวารวดี อายุ 1,000 ปี เสาคินสลักลาย ดอกพุดตาน สมัยกรุงศรีอยุธยา เครื่องพิมพ์ดีดเครื่องแรกในสยาม เครื่องมือเหล็กสมัยโบราณ ที่อายุมากกว่า 100 ปี ฯลฯ ซึ่งพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น อุทัยธานี เดิมเป็นอาคารเบญจมาศราชูทิศ อนุสรณ์ เป็นอาคารเรียนของ โรงเรียนเบญจมาศราชูทิศ (โรงเรียนสตรีประจำจังหวัดอุทัยธานี) กระทรวงศึกษาธิการประกาศยุบรวมกับโรงเรียนอุทัยวิทยเวท (โรงเรียนชาย) เป็นโรงเรียนอุทัย วิทยาคมเมื่อ พ.ศ. 2515 และเลิกใช้เป็นอาคารเรียนเมื่อ พ.ศ. 2521 ปัจจุบันจัดตั้งเป็น พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น อุทัยธานี โดยเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2525 เปิดวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.30-16.30 น. วันเสาร์-อาทิตย์ ต้องทำการติดต่อ เข้าชมล่วงหน้า สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 056-511511 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

**ตาราง 70 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
ท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี**

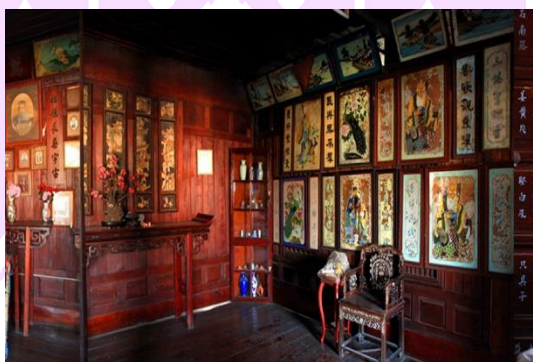
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		ไม่ชัดเจนและมีจำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		ด้านหน้าอาคาร
3.ห้องสุขา	✓		การแบ่งประเภทชายและหญิง
4.ถังขยะ	✓		ด้านหน้าของพิพิธภัณฑ์
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม		✓	บริเวณด้านนอกโดยรอบ
6.ร้านขายของที่ระลึก		✓	บริเวณด้านนอกโดยรอบ
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		มีป้ายบอกข้อมูลและแผ่นพับ
8.มัคคุเทศก์	✓		ควรติดต่อล่วงหน้า
9.ความสะอาด	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินเที่ยวชมและศึกษา

จากตาราง 70 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน และมีจำนวนน้อย สถานที่จอดรถสามารถจอดได้ด้านหน้าอาคารลานจอดรถของพิพิธภัณฑ์ และด้านนอกริมถนน ห้องสุขามีการแบ่งประเภทชายและหญิง ถังขยะมีตั้งไว้ด้านหน้าของพิพิธภัณฑ์ และมีการแบ่งประเภทของถังขยะอย่างชัดเจน ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านของที่ระลึก บริเวณภายในพิพิธภัณฑ์จะไม่มี แต่จะมีร้านมากมายบริเวณด้านนอกโดยรอบของพิพิธภัณฑ์ การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์จะมีแผ่นพับข้อมูลบริการให้กับนักท่องเที่ยว และผู้ที่เข้ามาศึกษาหาความรู้ มีมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นนักวิชาการบรรยายข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ และผู้ที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะเพื่อการศึกษา ต้องทำการติดต่อก่อนล่วงหน้า 3 วัน ทางพิพิธภัณฑ์มีการรักษาความสะอาดและดูแลรักษา ซ่อมแซม เป็นอย่างดีเนื่องจากเป็นสถานที่ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ของจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ

4.2 พิพิธภัณฑ์ฮกแซต้ง จังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 42 ทางเข้าพิพิธภัณฑ์



ภาพ 43 ห้องจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์

ที่ตั้ง 551 ถนนศรีอุทัย ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี 61000

ลักษณะเด่น เป็นบ้านไม้ลักษณะสถาปัตยกรรมแบบจีน คาดว่ามีอายุไม่ต่ำกว่า 100 ปี แรกเริ่มเดิมที ฮกแซต้งสร้างขึ้นมาเพื่อใช้เป็นสถานที่พบปะสำหรับชุมชนจีนของที่นี่ และใช้เป็นศูนย์กลางในการประกอบพิธีกรรมในเทศกาลกินเจ นอกจากนี้ครั้งหนึ่งที่นี่ยังเคยเป็นร้านขายยาจีน รวมถึงเป็นที่ฝึกฝนแพทย์แผนจีนด้วย ตัวอาคารฮกแซต้งมิได้เป็นของตระกูลใดตระกูลหนึ่ง หากแต่เป็นการดูแลรักษาร่วมกันของสมาคม อย่างไรก็ตามปัจจุบันผู้ดูแล และเป็นเจ้าของคือคุณเสงี่ยม ปาลวัฒน์วิชัย ภายในฮกแซต้งแห่งนี้มีลักษณะเป็นเรือนไม้ 2 ชั้น ซึ่งเมื่อเดินเข้าไปในร้านจะต้องสะดุดตากับป้ายร้าน ที่เขียนเป็นภาษาไทยไว้ว่า "ยี่ห้อฮกแซต้งขายยาจีน ยาฝรั่งยาต่างๆ" ส่วนหน้าร้านจะเป็นสถานที่เก็บยามีลิ้นชักมากมาย นอกจากนี้ยังมีบันไดขึ้นไปยังชั้น 2 ทั้งซ้ายและขวา โดยที่ชั้น 2 จะมีห้องโถงกลางซึ่งปัจจุบันจะมีตู้เก็บยาเก่าที่หายากเก็บไว้ ด้านซ้ายมือจะใช้เป็นห้องพักรักษาผู้ป่วย ทุกวันนี้ยังมีเตียงนอนของผู้ป่วยตั้งไว้เช่นเดิม หลังห้องพักรักษาผู้ป่วยจะเป็นห้องเก็บยาขนาดใหญ่ ตั้งเรียงรายอยู่บรรจุน

ป๊ายยา มีชื่อยาเขียนบอกไว้เป็นภาษาไทยและจีนอย่างเช่น พระยาสัตตบรร ห้วพุทธรักษา หัวสั้มกู่ เป็นต้น สาเหตุของการปิดตัวของร้านขายยาฮกแซตึ๊งนั้น อันเนื่องมาจากในตอนหลังที่เปิดร้านขายยา บรรดาพวกรักษาที่เชี่ยวชาญแล้วก็ไม่อยากเป็นลูกมืออีกต่อไป ออกไปเปิดร้านเองเมื่อมีหลายเจ้ามากขึ้น รวมถึงกระแสของร้านขายยาสมัยใหม่ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ สุดท้ายก็ทำให้ฮกแซตึ๊งต้องปิดตัวเองไปโดยปริยาย และในปัจจุบันเจ้าของเดิมได้ตัดสินใจถวายเป็นที่ดินและพิพิธภัณฑสถานฮกแซตึ๊งให้กับ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา เจ้าฟ้ามหาวชิราลงกรณวราชนกคดี สิริภิกขาริณีพิริยพัฒน์ รัฐสีมาคุณากรปิยชาติ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งท่านให้ทีมช่างจากวังสระปทุมได้เข้ามาทำการสร้างหลังคาคลุมอาคารฮกแซตึ๊งไว้ก่อน เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายจากน้ำฝน หลังจากนั้นเมื่อสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีทรงโปรดเกล้าอนุญาตขั้นตอนการบูรณะแล้วจึงจะเริ่มทำการบูรณะ ซึ่งอาจจะใช้เวลาประมาณ 2 ปี เพราะจะทำให้เหมือนหรือใกล้เคียงของเดิมมากที่สุด อีกทั้งมีการบูรณะทั้งตัวอาคารและการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบใหม่ให้สวยงาม ซึ่งจะทำให้ตัวอาคารดูสง่างาม มีคุณค่ามากขึ้นด้วย (มิวเซียมไทยแลนด์, 2562)

ตาราง 71 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพิพิธภัณฑสถานฮกแซตึ๊ง จังหวัดอุทัยธานี

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		ไม่ชัดเจนและมีจำนวนน้อยมาก
2.สถานที่จอดรถ	✓		จอดรถริมถนน
3.ห้องสุขา	✓		มีจำนวนน้อยมาก
4.ถังขยะ	✓		ด้านหน้าของพิพิธภัณฑ
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม		✓	ตั้งอยู่บริเวณด้านนอกโดยรอบ
6.ร้านขายของที่ระลึก		✓	ตั้งอยู่บริเวณด้านนอกโดยรอบ
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		ผู้ดูแลและเจ้าของพิพิธภัณฑ
8.มัคคุเทศก์		✓	
9.ความสะอาด	✓		ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		ทีมช่างที่มีความเชี่ยวชาญ
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินเที่ยวชมและศึกษา

จากตาราง 71 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน และมีจำนวนน้อยมาก สถานที่จอดรถนักท่องเที่ยวสามารถจอดรถด้านหน้าพิพิธภัณฑได้ซึ่งเป็นที่จอดรถริมถนน ห้องสุขามีจำนวนน้อย ไม่มีการแบ่งประเภทห้องน้ำชายและหญิง ถังขยะมีตั้งอยู่บริเวณ

ด้านหน้าของพิพิธภัณฑ์ ร้านอาหาร เครื่องดื่มและร้านขายของที่ระลึกจะตั้งอยู่บริเวณด้านนอกโดยรอบ การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่นี้ยังไม่มีมัลติมีเดีย แต่ผู้ให้ข้อมูลจะเป็นทีมงานและผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์ ความสะอาดและการดูแลรักษาในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์แห่งนี้กำลังได้รับการบูรณะโดยสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา เจ้าฟ้ามหาวชิราวุธราชินี ให้ที่มช่างที่มีความเชี่ยวชาญจัดทำ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้ตามอัธยาศัย

4.3 พิพิธภัณฑ์เรือนผ้าเย้ายาย (ผ้าไทลาว-โบราณ บ้านป่าจำปี)



ภาพ 44 ป้ายทางเข้าพิพิธภัณฑ์ผ้า



ภาพ 45 ป้าจำปีเจ้าของพิพิธภัณฑ์ผ้า

ที่ตั้ง ตำบลบ้านปึง อำเภอบ้านไร่ อุทัยธานี 61140

ลักษณะเด่น อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เป็นถิ่นฐานดั้งเดิมของชาวลาวครั้งลาวเวียงที่อพยพมาจากเวียงจันทน์ ประเทศลาว ในการอพยพมานำเอาศิลปวัฒนธรรมประเพณีรวมถึงเครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ติดตัวมาด้วย และสืบต่อเป็น อัตลักษณ์ชาวลาวครั้งมาช้านาน ในอดีต การทอผ้าถือเป็นเรื่องสำคัญที่ ผู้หญิงทุกคนต้องทำได้ แต่ใน

ปัจจุบันจะหาหญิงลาวครั้งที่ทอผ้าเป็นนั้นช่างยากยิ่ง ป้าจำปี ธรรมศิริ ศิลปินเอกด้านการทอผ้า ผู้มีชื่อเสียงไกลระดับโลกอาเซียนจากรางวัล ASEAN Selection 2016 รางวัลในงานสุดยอดอาเซียนปีที่ผ่านมาเป็นหัวข้อที่ว่าด้วยการออกแบบผ้า โดยมีศิลปินหัตถกรรมสิ่งทอจากหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ศิลปินแต่ละประเทศล้วนนำเอาผ้าทอวัฒนธรรมท้องถิ่นมาแสดงให้เห็น ด้วยการทอผ้าที่มีอัตลักษณ์และสอดแทรกเรื่องราวต่างๆ ไว้บนผืนผ้า ป้าจำปี ธรรมศิริ ได้รับรางวัลที่ยิ่งใหญ่ในปี 2016 การทอผ้าของป้าจำปีเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดมาจากรุ่นย่ายาย ป้าจำปีสั่งสมวิชาไว้และถ่ายทอดผ้าชิ้นเอกลักษณ์ลาวครั้งออกมาได้อย่างวิจิตรงดงาม จนมีหลายคนยกย่องป้าว่าเป็นอัจฉริยะด้านการทอผ้า เหตุผลที่หลายคนยกย่องป้าเช่นนั้นเป็นเพราะเอกลักษณ์ประจำตัวของป้าจำปี คือการทอผ้าด้วยความรัก และออกแบบลายอิสระตามใจนึก โดยมีวิธีเด็ดที่หลายคนยกย่องป้าว่า "สมองสั่งลาย หัวใจสั่งทอ" และป้าจำปีอยากให้ผ้าทอยังคงอยู่ต่อไป ให้คนรุ่นหลังรู้จักผ้าทอลาวโบราณที่นับวันเหลือน้อยลงทุกที ป้าจำปีอยากจะทำต่อไปเรื่อยๆ ไม่ได้หวังว่าจะขายป้าแค่อยากทำ เพราะป้ารักการทอผ้า" ป้าจำปีมักจะกล่าวเช่นนั้นกับทุกคน ซึ่งมีเป้าหมายที่ชัดเจนอยากให้คนรุ่นหลังรู้จักและเห็นคุณค่าของผ้าทอลาวครั้ง จึงแบ่งเวลาถ่าย ทอดความรู้ให้เด็กๆ อยู่เสมอ นอกจากจะใจดีถ่ายทอดวิชาทอผ้าให้เด็กๆ ในโรงเรียนบ้านหน้าฝายบึงตาโพแล้ว ป้าจำปียังเปิดบ้านให้เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อว่า "เรือนผ้าย่ายาย" ให้ผู้ที่สนใจเข้ามาเรียนรู้เรื่องผ้าทอ รวมถึงเย็บชมผ้าชิ้นลาวครั้ง มรดกรุ่นย่ายายที่เป็นแรงบันดาลใจของป้าตลอดมา ผู้ที่สนใจหรือต้องการเรียนรู้เรื่องผ้าทอลาวครั้ง สามารถเดินทางไปเย็บชมพิพิธภัณฑ์เรือนผ้าย่ายาย ที่บ้านนาตาโพ ต.บ้านไร่ อ.บ้านไร่ จ.อุทัยธานี ได้ทุกวัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2563)

ตาราง 72 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพิพิธภัณฑ์เรือนผ้าเย้ายาย (ผ้าไทลาว-โบราณ
บ้านป่าจำปี)

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว	มี	ไม่มี	หมายเหตุ
1.ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	✓		ไม่ชัดเจนและมีจำนวนน้อย
2.สถานที่จอดรถ	✓		ด้านหน้าพิพิธภัณฑ์
3.ห้องสุขา	✓		มีจำนวนน้อย และไม่มีการแบ่งประเภท
4.ถังขยะ	✓		ด้านหน้าของพิพิธภัณฑ์
5.ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม		✓	ตั้งอยู่บริเวณด้านนอกโดยรอบ
6.ร้านขายของที่ระลึก	✓		ภายในพิพิธภัณฑ์
7.การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว	✓		ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์และแผ่นพับ
8.มัคคุเทศก์	✓		ป่าจำปี
9.ความสะดวก	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
10.การดูแลรักษาซ่อมแซม	✓		มีเจ้าหน้าที่ดูแล
11.นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ	✓		เดินเที่ยวชมและศึกษา

จากตาราง 72 สรุปได้ว่า ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย และไม่ชัดเจน สถานที่จอดรถสะดวกสายนักท่องเที่ยวสามารถจอดรถได้บริเวณหน้าพิพิธภัณฑ์ผ้าได้เลย ห้องสุขามีจำนวนน้อย และไม่มีการแบ่งประเภทชายและหญิง ถังขยะมีบริการด้านหน้าของพิพิธภัณฑ์ ร้านอาหารและเครื่องดื่มขายอยู่ด้านนอกโดยรอบ ร้านขายของที่ระลึก พิพิธภัณฑ์เรือนผ้าเย้ายาย ของป่าจำปี มีจำหน่ายผ้าทอไทลาวโบราณที่มีความสวยงาม และมีลวดลายต่างๆ ให้ผู้ที่สนใจเลือกซื้ออย่างมากมาย การให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว จะมีแผ่นพับข้อมูลของพิพิธภัณฑ์เรือนผ้าเย้ายายบริการให้นักท่องเที่ยวได้อ่านเพื่อเป็นความรู้ และป่าจำปีเปรียบเสมือนเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการทอผ้า ลวดลาย และเกร็ดความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับผ้าทอไทลาวโบราณ มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความสะดวกเป็นประจำ นักท่องเที่ยวสามารถเดินชมพิพิธภัณฑ์ผ้าได้อย่างอิสระ

**ตาราง 73 สรุปการตรวจสอบทรัพยากรศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดอุทัยธานี**

แหล่งท่องเที่ยวเที่ยว	การจัดการแหล่งท่องเที่ยว				หมายเหตุ
	เพิ่ม มรดกเทศก	เพิ่มพื้นที่ จอตรก	เพิ่ม ร้านอาหาร และ เครื่องดื่ม	ฟื้นฟู แหล่ง ท่องเที่ยว	
1. แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน					
- เมืองอุทัยธานีเก่า	✓		✓	✓	
- แหล่งโบราณคดีเขาปลาร้า			✓	✓	
2. แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา					
- วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง	✓		✓		
- วัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์		✓	✓		
- วัดสังกัสรัตนคีรี	✓			✓	
- ราชานุสาวรีย์สมเด็จพระมหานกจักรี	✓			✓	
- วัดถ้ำเขาวง	✓				
3. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม					
- ตรอกโรงยา	✓	✓	✓	✓	
- วิถีชีวิตชาวเรือนแพลำนน้ำสะแกกรัง			✓	✓	
- หมู่บ้านกระเหรี่ยงแกนมะกรูด			✓	✓	
- ชุมชนหมู่บ้านสน่าน		✓	✓	✓	
- ศูนย์การเรียนรู้เพลงพื้นบ้านท่าโพ		✓			
4. แหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์				✓	
- พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์			✓	✓	
- พิพิธภัณฑ์ฮกแซตัง				✓	
- พิพิธภัณฑ์เรือนผ้าเยายาย			✓		

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ผลจากการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) กับหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้อำนวยการกองการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี, รองปลัดเทศบาลจังหวัดอุทัยธานี, เจ้าหน้าที่วิเคราะห์และนโยบาย สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดอุทัยธานี, ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 6 ท่าน ซึ่งสามารถตอบคำถามการวิจัย 7 ข้อ ดังนี้

1. ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจาก มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและโดดเด่นเป็นอย่างมาก มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี เรือนแพ ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดเช้าสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดถ้ำเขาวง ตลาดชาวไร่ ชุมชนบ้านสะนอ หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี” (G01, G02)

“มีวัฒนธรรมทางด้านชาติพันธุ์ชนเผ่ากระเหรี่ยง ลาวครั่ง ลาวเวียง วัฒนธรรมด้านการทอผ้าที่สืบสานกันมาอย่างยาวนานจนเป็นสินค้าท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง กล่าวว่า “มีวัฒนธรรมด้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น” โดยเฉพาะเมนูที่ทำจากปลาแรด มีวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านที่บ้านท่าโพ ที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคนและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านความสะดวกสบายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน มีประชาชนชาวบ้าน มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และมััคคุเทศก์น้อย ในการอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว” (G03, G05)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจมากมาย ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

และแหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑสถาน อีกทั้งจังหวัดอุทัยธานียังคงมีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่ยังคงรักษาไว้เป็นอย่างดี ทั้งวิถีชีวิตที่เรียบง่าย อาหารท้องถิ่นที่รสชาติอร่อย และราคาถูก ประเพณีท้องถิ่น ผ้าทอที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ถือว่าเป็นจังหวัดเล็กๆ ที่มีเสน่ห์และน่าท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

2. ด้านการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาครัฐต่อการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป้าหมายเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑสถาน” (G01, G04)

“การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ค่อนข้างสะดวกสบาย เพราะห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 226 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเพียง 3 ชั่วโมงเท่านั้น และยังต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นจุดเด่นมีความน่าสนใจ ต้องพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนให้มีความเชื่อมโยงกับเมืองหลักทุกฝ่ายในจังหวัดอุทัยธานี” (G02)

“คนในชุมชนต้องเกิดการเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมของตนเอง ต้องมีการปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อเกิดการดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทุกภาคส่วนของจังหวัดอุทัยธานีต้องให้ความร่วมมือกันแบบบูรณาการ ต้องพัฒนาและเสริมสร้างให้จังหวัดอุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งศึกษาเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เสนอแนะให้หลายภาคส่วนร่วมกันจัดกิจกรรม Event ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจมีการคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและสามารถจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว” (G05)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพได้อย่างแน่นอน แต่ยังต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวและการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และเกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี โดยที่กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการให้มีประสิทธิภาพและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาครัฐต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญมากมาย และมีการคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวศาสนา เนื่องจากเป็นเมืองที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก คือวัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง เพราะมีคนมากราบไหว้ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก วัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์ ที่เป็นเก่าแก่ มีภาพจิตรกรรมฝาผนัง และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม วัดสังกัสรัตนคีรี มีหลวงพ่อพุทธมงคลคัลลิตีเป็นพระคู่บ้านคู่เมือง, สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก บรมเชสาสะแกกรัง มีจุดชมวิวกุฏิที่ศน์ที่สวยงาม” (G01, G03)

“มีชุมชนตลาดที่เป็นที่อยู่อาศัยของชาวจีน หมู่บ้านด้านนอกก็จะเป็นชาวไทยส่วนใหญ่ มีถนนคนเดินตรอกโรงยาทุกเย็นวันเสาร์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวจังหวัดอุทัยธานี โดยการนำสินค้าพื้นเมืองมาขายแต่งกายย้อนยุคให้คงสภาพความดั้งเดิมของชุมชน อีกทั้งยังมีตลาดยามเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง ให้นักท่องเที่ยวตกบาตรพระริมน้ำ และจับจ่ายของกินที่เป็นของชาวบ้านในชุมชนอย่างแท้จริงในยามเช้าอีกด้วย แต่วัฒนธรรมที่เห็นเด่นๆ เลยก็คือวิถีชีวิตชาวแพริมแม่น้ำสะแกกรัง การพัฒนาจุดเด่นของสถานที่ที่ไม่เหมือนใครเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงการดำรงวิถีชีวิตของชาวแพในการประกอบอาหารจากปลาที่หาได้นำปลามาทำปลาอย่างด้วยวิธีโบราณ และยังมีหมู่บ้านที่เข้าร่วมของโครงการนวัตวิถี โครงการนวัตวิถีคือโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP เพื่อยกระดับเศรษฐกิจให้เข้มแข็ง เน้นให้ประชาชนมีการพัฒนาอาชีพกับเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรองและแหล่งท่องเที่ยว โดยที่จังหวัดอุทัยธานีที่มีความโดดเด่นมี 2 หมู่บ้าน คือบ้านท่าโพ และบ้านสะน้า เป็นหมู่บ้านที่โดดเด่นเชิงวัฒนธรรมชัดเจน เช่น บ้านท่าโพ จะเป็นวัฒนธรรมประเพณีโบราณการเล่นพื้นบ้าน เพลงโบราณ ประเพณีอาหารสำหรับคาวหวานจากรุ่นบรรพบุรุษสู่รุ่นเด็ก และบ้านเกาะเทพจะเป็นวิถีชีวิตริมแม่น้ำสะแกกรัง ในขณะนี้มีการพัฒนาในการทำโฮมสเตย์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว” (G05)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี มีความหลากหลาย และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดอุทัยธานีได้ไม่ยาก และทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานียังสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้หลากหลายได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อมีโอกาที่จะสร้างสัมพันธ์กับจังหวัดใกล้เคียง เช่น ชัยนาท สุพรรณบุรี นครสวรรค์ สุโขทัย เพื่อที่จะให้จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองท่องเที่ยว

หลักต่อไป

4. ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย จังหวัดอุทัยธานี มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกระจายตัวอยู่ใน 8 อำเภอ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์ อุทัยธานีมีเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่ยาวนานตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ สมัยทวารวดี สมัยสุโขทัย สมัยอยุธยา สมัยธนบุรี จนมาถึงในสมัยรัตนโกสินทร์ จึงทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เช่น วัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์ ถือเป็นตัวแทนสัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นที่สุดของจังหวัดอุทัยธานี วัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง ที่มีวิหารแก้ว 100 เมตร ปราสาททองคำที่มีความสวยงาม รวมถึงหลวงพ่อกุญชรลีลาที่คนทั่วประเทศให้ความเคารพนับถือ วัดสังกัสรัตนคีรี เป็นวัดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของพุทธศาสนิกชนทั่วไป ในเรื่องประเพณีตักบาตรเทโว เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง “พระพุทธรูปมงคลศักดิ์สิทธิ์” พระพุทธรูปสำริดปางมารวิชัย ศิลปะสุโขทัยที่มีพุทธลักษณะงดงาม จังหวัดอุทัยธานีมีทรัพยากรที่หลากหลายและมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่พร้อมจะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว” (G01, G02)

“มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์สืบต่อกันมานาน ที่เป็นประเพณีที่สังคมหรือชุมชนปฏิบัติร่วมกันและประเพณีท้องถิ่น ได้แก่ ประเพณีตักบาตรเทโว ที่มีชื่อเสียง และชาวอุทัยธานีให้ความสำคัญมาก จัดขึ้นในวันออกพรรษา วันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ณ วัดสังกัสรัตนคีรี เชิงเขาสะแกกรัง ประเพณีสงกรานต์ ในวันที่ 13 เมษายน ของทุกปี มีการทำบุญตักบาตร ก่อเจดีย์ทราย สรงน้ำพระ รดน้ำขอพรผู้ใหญ่ เล่นน้ำ ปลอยนกปล่อยปลา และมีกลองยาวเดินแห่ไปตามหมู่บ้านต่างๆ การละเล่นพื้นบ้าน การรำวง ที่บ้านท่าโพ อำเภอหนองขาหย่าง จังหวัดอุทัยธานี ประเพณีจัดโต๊ะหมู่บูชาประดับงาช้าง ชาวอุทัยธานีจะนำโต๊ะหมู่บูชามาตั้งหน้าบ้านเพื่อต้อนรับเทพเจ้าต่างๆ โดยนำงาช้างมาประดับด้วย ต่อมาจึงมีการจัดประกวดโต๊ะหมู่บูชาประดับงาช้างขึ้น ซึ่งหาได้ที่จังหวัดอุทัยธานีเท่านั้น และในช่วงวันออกพรรษา ประเพณีกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เช่น ประเพณีแห่เจ้าของชาวจีนสะแกกรัง ประเพณีกระเหรี่ยงโปว์ ประเพณีการเว้าสาว-ขึ้นสู่ของชาวกระเหรี่ยง ประเพณีการอาบน้ำ ประเพณีแต่งงานและการหย่าร้าง การนับถือผี งานบุญเจ้าวัด ที่บ้านแก่งมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัด

อุทัยธานี ประเพณีปิดบ้าน-เลี้ยงเจ้าบ้านของชาวลาวในอำเภอบ้านไร่ เป็นประเพณีที่แสดงความกตัญญูของบรรพบุรุษ มีการขอขมาและเลี้ยงเจ้าบ้านซึ่งเป็นผีบรรพบุรุษ เพื่อความอยู่เย็นเป็นสุข ทำมาหากินเจริญรุ่งเรือง นอกจากนี้ยังมีประเพณีท้องถิ่นอื่นๆ ในแต่ละอำเภออีกจำนวนมาก มีกลุ่มชาติพันธุ์อันหลากหลายของจังหวัดอุทัยธานี ที่อาศัยอยู่ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ชาวไทยเชื้อสายจีน ที่ตั้งรกรากอยู่ในจังหวัดอุทัยธานีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ชาวไทยเชื้อสายมอญหรือไทยรามัญ ส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี ชาวไทยเชื้อสายลาว ที่อพยพมาจากเวียงจันทน์และหลวงพระบาง ในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ จะอยู่ในเขตอำเภอบ้านไร่และอำเภอสว่างอารมณ์ โดยชาวกระเหรี่ยง ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหลายอย่าง เช่น การแต่งกาย ศิลปะการแสดง ประเพณีต่างๆ และมีภาษาเขียนเป็นของตนเอง ส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในตำบลแก้มมะกรูด อำเภอบ้านไร่” (G03)

“มีชุมชนเรือนแพแม่น้ำสะแกกรัง ที่มีรูปแบบวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์หนึ่งเดียวของประเทศไทย ชาวแพแม่น้ำสะแกกรังอาศัยอยู่มาหลายชั่วอายุคน เรือนแพสร้างเป็นเรือนไม้หลังคาสังกะสี โดยสร้างค่อมอยู่บนแพลูกบวบที่ทำด้วยไม้ไผ่ แพแต่ละหลังมีบ้านเลขที่ และทะเบียนบ้านรับรองการอยู่อาศัย เมื่ออดีตมีมากกว่า 300 หลัง แต่ในปัจจุบันเรือนแพเหลือน้อยลง และยังคงความเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มีเสน่ห์และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมเอาไว้ อาชีพของชาวแพส่วนใหญ่ทำการประมงเป็นหลัก เลี้ยงปลาในกระชัง เช่น ปลาแรด ปลาเทโพ ปลาสวาย ปลาทับทิม ปลาดุก นอกจากนี้ยังมีการนำมาทำเป็นปลาอย่างรมควัน และปลาตากแห้ง ซึ่งทำให้เมนูอาหารที่ทำจากปลาเป็นอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุทัยธานี และมีเรือรับจ้างนำเที่ยวชมทิวทัศน์ วิถีชีวิตริมสองฝั่งแม่น้ำสะแกกรังอีกด้วย” (G04,G05)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี ถือว่าเป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน เนื่องจากส่วนมากเป็นวัดที่เก่าแก่ มีประวัติความเป็นมายาวนาน มีความสวยงาม และทำให้จังหวัดอุทัยธานีมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีประเพณีที่มีชื่อเสียง ประเพณีตักบาตรเทโวที่จัดขึ้นในช่วงวันออกพรรษาของทุกปี จะมีนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในงานบุญนี้เป็นจำนวนมาก มีชาติพันธุ์ที่หลากหลาย และชุมชนเรือนแพแม่น้ำสะแกกรังที่มีรูปแบบวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์หนึ่งเดียวของประเทศไทยที่ยังคงอนุรักษ์ไว้อยู่ ซึ่งจุดแข็งดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นต้นทุนที่ดีของจังหวัดอุทัยธานีที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีกันอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่เกิดความเสื่อมโทรม เนื่องด้วยแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งของจังหวัดอุทัยธานี ขาดการดูแลรักษาของแหล่งท่องเที่ยว งบประมาณในการจัดจ้างเจ้าหน้าที่มาดูแลแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอและไม่มี ความต่อเนื่อง งบประมาณส่วนใหญ่ถูกจัดสรรไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ใหญ่ๆ และได้รับความนิยมน จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมนจากนักท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรม ไม่ได้รับการดูแลปรับปรุง เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานบางแห่งที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปน้อย ถูกปล่อยให้เสื่อมโทรม ไม่มีการปรับปรุงทัศนียภาพในสวน รกร้าง ตรงนี้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องร่วมมือกันแก้ไข ต้องมีการตรวจสอบแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่ว่ามีสภาพแบบไหน ต้องปรับปรุงแก้ไขตรงไหน ส่วนไหนบ้างที่ต้องการให้กรมศิลปากรเข้าไปบูรณะซ่อมแซมโบราณสถาน ควรปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงาม และก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว” (G01, G02)

“แหล่งท่องเที่ยวห่างไกลกัน ส่วนมากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวกัน คืออำเภอเมืองอุทัยธานี และอำเภอบ้านไร่ ซึ่งมีระยะทางห่างกัน 90 กิโลเมตร หรือใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีก็จะมาเที่ยวในอำเภอเมืองและอำเภอบ้านไร่ ซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงของจังหวัดแต่ระยะทางในการเดินทางค่อนข้างไกล อีกทั้งการเดินทางโดยการใช้รถสาธารณะไม่สะดวก เนื่องจากมีบริการน้อยและรอนาน ส่วนใหญ่ต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่ขับรถยนต์มาเองและตั้งใจไปแหล่งท่องเที่ยวนั้น” (G04)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบางแห่งมีความเสื่อมโทรม ขาดงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงระบบสาธารณูปโภคในบางรายการสำหรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังขาดข้อมูลเส้นทางเดินทางไปยังระหว่างอำเภอต่างๆ ที่ชัดเจน

6. ด้านการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “มีงบประมาณในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องสืบเนื่องจากแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2560–2564 โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุทัยธานีได้ให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว จึงได้มีการจัดสรรงบประมาณไปยังภาคส่วนต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะภาคส่วนของการพัฒนาสินค้าของจังหวัดอุทัยธานี เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี เข้าไปสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนบ้านเกาะลูกมอญให้เป็นชุมชน OTOP จักสานจากผักตบชวา เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 ที่ผ่านมา สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานีร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ได้จัดโครงการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือการจักสานจากผักตบชวาที่ชุมชนบ้านเกาะลูกมอญ โดยให้ผู้ที่มีความรู้เข้ามาสอนและฝึกอบรม เนื่องจากผักตบชวาในแม่น้ำสะแกกรังและแม่น้ำเจ้าพระยาของจังหวัดอุทัยธานีมีจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นการให้คนในชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ และสร้างสรรค์เป็นสินค้าท้องถิ่นที่มีคุณภาพเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ชื่นชอบซึ่งในโครงการได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเป็นอย่างดีมาก และสามารถจำหน่ายสร้างรายได้ได้เป็นจำนวนมาก” (G02,G03)

“มีงบประมาณในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่วัดสังกัสรัตนคีรี (บนเขาสะแกกรัง) ในการสร้างนิทรรศการเพื่อบอกประวัติเรื่องราวของจังหวัดอุทัยธานี เพื่อเป็นแหล่งศูนย์รวมความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว สร้าง Sky Walk เพื่อเป็นจุดชมวิวและถ่ายรูป และการสร้าง Model ผังเมืองของจังหวัดอุทัยธานีไว้ที่นี้ด้วย นอกจากนี้ยังมีงบประมาณในการซื้อรถสุขาเคลื่อนที่มาไว้บริการนักท่องเที่ยวในจุดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงวันหยุดหรือช่วงเทศกาล และมีการอนุมัติงบประมาณในการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามถนนและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว” (G04)

“มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามมากมายหลายแห่ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดอุทัยธานี หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวได้มีการประชาสัมพันธ์ทาง Website

ทาง Facebook รายการท่องเที่ยวทางช่อง Youtube อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมี บล็อกเกอร์ของเพจท่องเที่ยวต่างๆ รีวิวแหล่งท่องเที่ยว ที่กิน ที่พักของจังหวัดอุทัยธานีกันอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้จังหวัดของเราซึ่งเป็นจังหวัดเล็กๆ ได้รับโอกาสในการที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวกันอย่างต่อเนื่องจากการเห็นการประชาสัมพันธ์จากสื่อออนไลน์ดังกล่าว” (G05)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีมีงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านการสินค้าของที่ระลึกท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างวัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงมีการเพิ่มระบบสาธารณูปโภคที่สำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะให้จังหวัดอุทัยธานีได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างยั่งยืน

7. ด้านการวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐต่อการวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “การชะลอตัวของเศรษฐกิจทำให้เกิดการท่องเที่ยวน้อยลง ในปัจจุบันเนื่องด้วยค่าครองชีพต่างๆ แพงมากขึ้น ทั้งในส่วนของค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าอาหาร ค่าของเครื่องใช้ต่างๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวยากขึ้น เพราะต้องการประหยัดเก็บเงินไว้ใช้จ่ายใช้สอยในด้านอื่นๆ อีกทั้งตอนนี้คนที่เดินทางออกจากบ้านเพื่อการท่องเที่ยวค่อนข้างคิดเยอะมากขึ้น เนื่องจากต้องมีการวางแผนในหลายๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็นค่าน้ำมัน ค่าที่พัก ค่าอาหาร ถ้ารวมๆ แล้วค่าใช้จ่ายราคาสูงนักท่องเที่ยวก็ไม่อยากเดินทางท่องเที่ยว ขนาดจังหวัดอุทัยธานีมีค่าครองชีพถูก อาหารกินการถูก ค่าที่พักก็ราคาถูกจ่ายแค่ค่าน้ำมันนิดหน่อยเพื่อขับรถมาเที่ยว การท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานียังไม่ค่อยได้รับความนิยมเลย เพราะตอนนี้เศรษฐกิจไม่ดี คนเลยมาท่องเที่ยวกันน้อยลง วันธรรมดา มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย ส่วนมากจะมีนักท่องเที่ยวก็แค่วันเสาร์ วันอาทิตย์ อีกทั้งนักท่องเที่ยวซื้อของฝากของที่ระลึกกันน้อยลงกว่าเดิมอีกด้วย” (G01, G02)

“โรคระบาด Covid-19 ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนน้อยลง เนื่องด้วยสถานการณ์ Covid-19 ได้เกิดขึ้นในประเทศไทยราวๆ ต้นปี พ.ศ.2563 และประเทศไทยได้ประกาศล็อกดาวน์ประเทศตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน พ.ศ.2563 เพื่อกดการเดินทางข้ามจังหวัด และให้ผู้ประกอบการธุรกิจบางประเภทปิดบริการชั่วคราว จากเหตุการณ์สถานการณ์โรคระบาด Covid-19 เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นทั่วโลก รวมถึงประเทศและจังหวัด รัฐบาลประเทศให้

แหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทปิดบริการชั่วคราว ร้านอาหารต้องซื้อกลับไปทานที่บ้านเท่านั้น ธุรกิจที่พึ่งส่วนมากก็ปิดให้บริการ และผู้ที่เดินทางข้ามจังหวัดก็ต้องมีการตรวจสอบอย่างเข้มงวด ซึ่งทางทุกภาคส่วนดังกล่าวของจังหวัดอุทัยธานี ก็ได้ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ อย่างเคร่งครัด ในช่วงระหว่างเดือนที่รัฐบาลประกาศล็อกดาวน์ ไม่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่จังหวัดอุทัยธานีเลย พอมาในช่วงรัฐบาลประกาศปลดล็อกดาวน์ ในเดือนมิถุนายน แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดอุทัยธานีเปิดให้บริการได้ ธุรกิจร้านอาหารที่พัก เปิดให้บริการได้ ก็เริ่มมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี แต่ก็ยังถือว่า มีจำนวนน้อยลงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงสถานการณ์ปกติ” (G03, G05)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เนื่องด้วยในปัจจุบันเศรษฐกิจเกิดการชะลอตัว และเกิดสถานการณ์ Covid-19 จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวกันน้อยลง และประหยัดค่าใช้จ่ายกันมากขึ้น ซึ่งทำให้ทั้งประเทศไทยได้รับผลกระทบรวมถึงจังหวัดอุทัยธานี ทั้งในด้านของแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่างๆ ได้รับผลกระทบในครั้งนี้เป็นจำนวนมาก แต่เมื่อเริ่มมีการปลดล็อกดาวน์ก็ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางมาท่องเที่ยวบ้าง แต่ก็ยังถือว่า มีจำนวนน้อย

ส่วนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ผลจากการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) กับหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ประธานหอการค้าจังหวัดอุทัยธานี, เลขาธิการสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี, ผู้บริหารที่พักพญาไม้ รีสอร์ท, ผู้บริหารที่พักอุทัยริเวอร์เลค รีสอร์ท, ผู้บริหารที่พัก อยู่แพ แพลสเดย์, ผู้บริหารที่พักไร่อุทัย, ผู้บริหารร้านอาหารและเครื่องดื่มบ้านจรงรัก, ผู้บริหารท่องเที่ยวเครื่องหอมไทยเดิม, ประธานกลุ่มเครื่องจักสานบ้านเกาะลูกมอญ, ผู้แทนกลุ่มเรือเล็กน้ำเชี่ยวแม่น้ำสะแกกรัง จำนวน 9 ท่าน ซึ่งสามารถตอบคำถามการวิจัย 7 ข้อ ดังนี้

1. ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคเอกชน ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ และมีความหลากหลาย วัดวาอารามที่เก่าแก่ และมีความสวยงาม เช่น วัดท่าซุง วัดสังกัสรัตนคีรี วัดโบสถ์ วัดถ้ำเขาวง วัดผาทั้ง วัดทัพทัน เป็นเมืองแห่งพระชนกจักรี มีการอาศัยอยู่ร่วมกันของชาวไทย ชาวจีน โดยจังหวัดอุทัยธานีมีศาลเจ้าจีนด้วยกัน 4 ศาลเจ้า ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ศาลเจ้าพ่อกวนอู ศาลเจ้าแม่กวนอิม และศาลเจ้าแม่ละอองสำลี ซึ่งเป็นศาลเจ้าที่คนอุทัยธานีเคารพนับถือกันมาอย่างช้านาน อีกทั้งยังมีการจัดงานประเพณีไหว้ศาลเจ้าในทุกๆ ปีอีกด้วย” (B01, B03, B04)

“มีชาติพันธุ์กระเหรี่ยงโปว์ ลาวเวียง ลาวครั่ง ทางอำเภอบ้านไร่ และอำเภอย้ายคตของจังหวัดอุทัยธานี มีการดำรงวิถีชีวิตของชาวเรือนแพลุ่มน้ำสะแกกรังที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และกิจกรรมการล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย มีตลาดเช้า และตลาดเย็นที่บ่งบอกความเป็นอุทัยธานีอย่างแท้จริง มีถนนคนเดินตรอกโรงยา ซึ่งเป็นตรอกโรงผืนเก่า และอาคารบ้านเรือนไม้แก่นับร้อยปีที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์แบบดั้งเดิมเอาไว้ มีตลาดชาวไร่ ทางอำเภอบ้านไร่ นอกจากนี้ยังมีเกาะเทโพ ซึ่งเป็นเกาะน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และชุมชนเกาะเทโพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีการทำไร่ ทำสวน ปลูกพืชผักสวนครัว ผลไม้ปลอดสารพิษ และนำไปจำหน่ายที่ตลาดเช้า ตลาดเย็น และถนนคนเดินตรอกโรงยา นักท่องเที่ยวสามารถไปเลือกซื้อผัก และผลไม้สดๆ ที่ตลาด หรือเดินทางไปชุมชนเกาะเทโพ เพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจากชาวบ้านได้” (B2, B5, B7)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย น่าสนใจ มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนได้ เป็นจังหวัดเล็กๆ ที่มีความน่ารัก มีเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความหลงใหล เนื่องจากคนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุทัยธานีมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย อีกทั้งยังคงอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นแบบดั้งเดิมไว้เป็นอย่างดี

2. ด้านการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคเอกชน ด้านการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความเด่นชัด เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ในทุกๆ อำเภอของจังหวัดอุทัยธานี มีประเพณีตักบาตรเทโวที่จัดขึ้นที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ จัดขึ้นในช่วงวันออกพรรษาของทุกๆ ปี ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากทั่วสารทิศเพื่อมาร่วมงานบุญครั้งยิ่งใหญ่ในครั้งนี้ ทำให้ในช่วงประเพณีตักบาตรเทโว ที่พักจะเต็มทุกแห่ง ร้านอาหารต้องจองคิว ทำให้เมืองอุทัยธานีคึกคักมากในช่วงงานประเพณีดังกล่าว” (B01, B02, B06)

“มีการตักบาตรทางน้ำบริเวณตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งเป็นพระภิกษุสงฆ์ที่พายเรือมาจากฝั่งวัดโบสถ์ เพื่อมาบิณฑบาตทางน้ำ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นจำนวนมากเมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี คนอุทัยธานีมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เป็นเมืองที่ไม่มีห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ไม่มีสถานบันเทิง ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมากที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้จังหวัดอุทัยธานียังคงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นดั้งเดิมอย่างแท้จริง อีกทั้งยังมีการอนุรักษ์อาหารท้องถิ่น เช่น เมนูจากปลาแรด ปลาดัง ปลากด ปลาตุ๋น หรือปลาแม่น้ำชนิดอื่นๆ และขนมพื้นบ้าน เช่น ขนมปังสังขยา ขนมข้าวโป่ง ข้าวเกรียบงา ข้าวเกรียบปลา ข้าวเกรียบกุ้ง กระจ่างสารท ซึ่งถือได้ว่าเป็นของฝากที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุทัยธานีที่เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงแล้วต้องซื้อกลับไปฝากคนที่บ้านอย่างแน่นอน” (B03, B05, B07)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างชัดเจน เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีประเพณีตักบาตรเทโว ที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก มีกิจกรรมตักบาตรทางน้ำ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และได้รับ

การตอบรับที่ดีมาจากนักท่องเที่ยว คนอุทัยธานีมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย อัจฉริยะดี และถือว่าเป็นเมืองที่มีอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ คือการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ตนเองมีมาทำให้เกิดมูลค่า เกิดประโยชน์ และสามารถสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

3. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคเอกชน ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ที่สำคัญมีหลายแห่งด้วยกัน มีวัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์ ที่มีสถาปัตยกรรมที่สวยงาม และโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ คือ ศาลาแปดเหลี่ยม และมีภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในอุโบสถที่มีความงดงาม วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง วัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง วัดผาทั้ง วัดถ้ำเขาวง วัดคูเมือง วัดหัวเมือง วัดหนองสะแก ผ้าทอบ้านผาทั้ง ผ้าทอป่าจำปี ผ้าทอบ้านนาตาโพธิ์ สะพานโยนไม้ (เกาะเทโพ) เรือนแพสะแกกรัง แม่น้ำสะแกกรัง หมู่บ้านกระเหรียงแก่นมะกรูด ชุมชนหมู่บ้านสะพาน ชุมชนหมู่บ้านอีมาด-อีทราย ถนนคนเดินตรอกโรงยา ตลาดเช้า และตลาดเย็นสะแกกรัง ตลาดชาวไร่ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนแล้วเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ และมีความน่าสนใจของจังหวัดอุทัยธานี” (B02, B03, B04)

“มีวัฒนธรรมด้านอาหารของจังหวัดอุทัยธานีที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ได้แก่ เมนูที่ทำจากปลาแม่น้ำ ไม่ว่าจะเป็นเมนูที่ทำจากปลาแรด ปลาเทโพ ปลาสวาย ปลาช่อนลวก ปลาเนื้ออ่อนย่าง หน่อไม้รวกเขาสะแกกรัง เห็ดโคนทอง เห็ดเผาะ ส่วนขนม และอาหารว่างที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ขนมปังสังขยา ข้าวเกรียบปลา ข้าวกึ่งกรอบ ขนมกงหนองแก กระยาสารท ผลไม้ คือส้มโอเกาะเทโพ เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเยือนจังหวัดอุทัยธานี เมนูเหล่านี้ต้องเป็นเมนูที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด รสชาติอร่อย ราคาถูก นักท่องเที่ยวสามารถเลือกชิม เลือกซื้อได้ตามอัธยาศัย” (B05, B06, B08)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานี แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีความหลากหลายเป็นอย่างมากที่นักท่องเที่ยวเมื่อมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี สามารถเลือกท่องเที่ยวกันได้ตามอัธยาศัย ทั้งวัดวาอาราม การเดินตลาดเช้าตลาดเย็น การเดินถนนคนเดิน การลองเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพ การไปชมการทอผ้าของชาวลาวเวียง ลาวครั่ง หรือการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชาวอุทัยธานีอย่างแท้จริง

4. ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคเอกชน ต่อการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีพื้นที่ตั้งที่เหมาะสมสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดใกล้เคียง จังหวัดอุทัยธานี มีพื้นที่ตั้งตามหลักภูมิศาสตร์ คือภาคกลางตอนบน ระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานคร 240 กิโลเมตร หรือใช้ระยะเวลาประมาณ 3 ชั่วโมงในการเดินทาง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีสามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง ได้แก่ ถนนสายเอเชีย ซึ่งผ่านจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท และเข้าสู่จังหวัดอุทัยธานี ทางอำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี และทางจังหวัดนครสวรรค์ ถ้ามาจากภาคเหนือ ซึ่งจังหวัดดังกล่าวนี้มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเชื่อมโยงกันกับจังหวัดอุทัยธานี” (B01, B03, B04)

“ทางจังหวัดอุทัยธานีได้จัดเส้นทางทางการเดินทางท่องเที่ยว (Road Trip) เริ่มต้นด้วยอำเภอเมืองอุทัยธานี ไปยังอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และอีกเส้นทางหนึ่งเริ่มต้นด้วยจังหวัดอุทัยธานี นครสวรรค์ กำแพงเพชร และจังหวัดสุโขทัย ซึ่งเป็นการจัดเส้นทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความสำคัญของจังหวัดดังกล่าว โดยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเริ่มต้นจาก วัดท่าซุง วัดอุโปสถาราม วัดสังกัสรัตนคีรี ชุมชนเรือนแพแม่น้ำสะแกกรัง ต่อไปที่วัดศิรีวงศ์ วัดศรีอุทุมพร วัดป่าศิรีวัฒนา ซึ่งอยู่ในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นต่อไปยังอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ซึ่งล้วนแล้วเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของภาคกลางตอนบนทั้งสิ้น” (B02, B06)

“ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า ค่าใช้จ่ายสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีนั้นมีราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดอื่น จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่มีค่าครองชีพถูก อาหารการกินถูกมากๆ ราคา 20 บาทก็สามารถหาซื้อได้ตามตลาดเช้า-ตลาดเย็นสะแกกรัง ค่าที่พักอาศัยหลักๆ ห้างพักรู้ๆ สะอาดๆ ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวกสบาย ก็มีอยู่หลายที่ ในจังหวัดอุทัยธานี เพราะฉะนั้นถ้านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักเงินมาคนละ 1,000 บาทก็สามารถเที่ยว กิน ช้อป จังหวัดของเราได้อย่างสบายๆ ในด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเข้าชมฟรี ถือว่าคุ้มมากๆ ในการมาท่องเที่ยว อาหาร

ตามร้านอาหารที่จังหวัดอุทัยธานี ราคาถูกมากๆ จริงๆ ถ้านักท่องเที่ยวอยากรับประทาน อาหารพื้นบ้าน รสชาติไทยแท้ๆ และเมนูปลาแรด ปลาแม่น้ำอื่นๆ ให้เข้าไปที่ฝั่งเกาะเทพ อำเภอมะเมือง จะมีร้านอาหารมากมาย ซึ่งเมนูปลาสดๆ ราคาถูก รสชาติอร่อย นักท่องเที่ยว สามารถเลือกรับประทานได้เลย” (B07, B08)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในภาคกลางตอนบน ซึ่งการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานีสะดวกสบาย เดินทางเข้าถึงได้หลากหลายเส้นทาง และสามารถเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดใกล้เคียงได้ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า เนื่องจากจังหวัดอุทัยธานีค่าครองชีพค่อนข้างถูก อาหารการกินราคาถูก รสชาติอร่อย ที่พักราคาไม่แพง และมีคุณภาพ เพราะฉะนั้นการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีมีความคุ้มค่า อย่างแน่นอน

5. ด้านการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคเอกชน ต่อการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูล สำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เมืองการท่องเที่ยวหลัก เนื่องจากจังหวัด อุทัยธานีเป็นเพียงจังหวัดเล็กๆ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดให้เป็นเมืองรอง ของการท่องเที่ยวในกลุ่มภาคกลางตอนบน จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เมืองหลักของการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึง ไม่ใช่เมืองผ่านด้วยซ้ำ เพราะนักท่องเที่ยวที่ใช้การเดินทางเส้นทาง ถนนสายเอเชีย จะผ่านจังหวัดอุทัยธานีเพียงระยะทางสั้นๆ เท่านั้น และแหล่งท่องเที่ยวที่ โดดเด่นของจังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่ทางผ่านสำหรับผู้เดินทางถนนสายเอเชีย ส่วนมากผู้ที่เดินทาง มาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาท่องเที่ยวจริงๆ” (B01, B02, B03)

“ขาดการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่มี ความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีการดำเนิน โครงการ กิจกรรม และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดงานกิจกรรมต่างๆ จัดไม่ต่อเนื่องเลยในหลายๆ กิจกรรม เช่น การแข่งเรือยาว การแข่งเรือพื้นบ้าน ก็จัดแบบขาดๆ หายๆ เนื่องด้วยนโยบายในการจัดงานต่างๆ ต้องมีการเกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการ ของจังหวัดจึงทำให้มีข้อจำกัดเกิดขึ้นมากมาย ตามหลักแล้วควรมีการจัดกิจกรรม อย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี เพราะจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้เป็นจำนวนมาก” (B04, B06)

“คนในชุมชนยังขาดทักษะการดำเนินงานและขาดความรู้ในด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้ต้องรอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยในการสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานเหล่านี้ ทั้งนี้ต้องอาศัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหลายๆ ภาคส่วนต้องร่วมด้วยช่วยกันในการดำเนินโครงการในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของจังหวัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดอุทัยธานีมากขึ้น และจะทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพิ่มมากขึ้นด้วย” (B05, B07, B08)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เมืองการท่องเที่ยวหลักจึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่นึกถึงการเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุทัยธานี ขาดการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับโครงการ กิจกรรม และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง คนในชุมชนยังขาดทักษะการดำเนินงานและขาดความรู้ในด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องอาศัยหน่วยงานเกี่ยวกับการเข้าไปส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีเป็นที่รู้จัก และเกิดความยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น

6. ด้านการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคเอกชน ต่อการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “มีเส้นทางการเดินทางที่สะดวกสบายสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่น การเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุทัยธานีในปัจจุบันสามารถเดินทางมาได้ อย่างสะดวกและมีเส้นทางการเดินทางหลากหลายเส้นทาง จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไป จังหวัดอุทัยธานีได้สะดวกหลายเส้นทาง ได้แก่ 1) จากทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท แล้วเลี้ยวซ้ายตรงทางแยกทำน้ำอ้อย บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 206 เข้าทางหลวงหมายเลข 333 ข้ามสะพานแม่น้ำเจ้าพระยา ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร ผ่านหน้าโรงพยาบาล เลี้ยวซ้ายเข้าตลาดอุทัยธานี รวมระยะทางประมาณ 222 กิโลเมตร 2) จากทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประมาณกิโลเมตรที่ 30 เลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 334 และจากนั้น เข้าทางหลวงหมายเลข 309 ไปตามเส้นทาง ข้ามสะพานจังหวัดอ่างทอง แล้วไปตามถนน หมายเลข 311 ผ่านจังหวัดสิงห์บุรี ผ่านจังหวัดชัยนาท ที่อำเภอสรรพยา จากนั้นเลี้ยวเข้า ทางหลวงหมายเลข 3183 เข้าจังหวัดอุทัยธานี ระยะทางประมาณ 283 กิโลเมตร 3) เส้นทาง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี เข้าสู่อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี 4) เส้นทางจาก ภาคเหนือ ผ่านจังหวัดนครสวรรค์ เข้าสู่จังหวัดอุทัยธานี นับว่าเป็นโอกาสที่ดีมากที่พื้นที่ตั้งของ

จังหวัดอุทัยธานีอยู่ใกล้กรุงเทพฯ และตั้งอยู่ภาคกลางบน จึงทำให้การเดินทางเข้าถึงค่อนข้างสะดวกสบาย ไม่ไกลมาก สามารถขับรถมาเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีก่อน แล้วค่อยเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดรอยต่อ หรือเดินทางต่อไปยังจังหวัดอื่นทางภาคเหนือได้อย่างสะดวก” (B01, B05, B08)

“จังหวัดอุทัยธานีได้รับการโปรโมททางสื่อออนไลน์ ได้แก่ ทางเว็บไซต์, Youtube, Facebook, บล็อกเกอร์ รวมไปถึงสื่อทางด้านโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ จึงทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีกันเพิ่มมากขึ้น”(B02, B04, B07)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เส้นทางการเดินทางที่สะดวกสบาย สามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นได้ สามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง พื้นที่ตั้งของจังหวัดอุทัยธานีอยู่ใกล้กรุงเทพฯ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทั้งแบบไปเช้าเย็นกลับ หรือพักค้างแรมได้ และด้วยในปัจจุบันสื่อออนไลน์ค่อนข้างมีอิทธิพลในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

7. ด้านการวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคเอกชน ต่อการวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “นโยบายต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง จังหวัดอุทัยธานี ได้มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวลงในแผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2561-2564 ได้มีการจัดประชุมกันอย่างต่อเนื่องบ่อยครั้ง จะเป็นการประชุมในด้านของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด เช่น การจัดกิจกรรม งานเทศกาลประเพณี การปรับปรุงภูมิทัศน์ การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และการจัดสรรงบประมาณเพื่อนำมาพัฒนาเป็นต้น แต่เมื่อประชุมจบลงแล้ว ก็เหมือนจบไป ในบางเรื่องที่พูดกันว่าจะจัดงาน แต่สุดท้ายแล้วก็ได้ไม่ได้ จัด ทำให้งานกิจกรรม (Event) หลากๆ งานที่ควรจะมีการจัดขึ้นมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและสร้างเม็ดเงินให้กับจังหวัดอุทัยธานี ก็ทำไม่สำเร็จหรือบางกิจกรรม เช่น การแข่งเรือ ก็จัดปีเว้นปี ตามจริงแล้วจังหวัดอุทัยธานีควรจัดทุกปี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นเป็นกิจกรรมประจำปีของจังหวัด และนักท่องเที่ยวก็จะเกิดความจดจำว่าปีหน้าต้องมาในช่วงนี้” (B01, B02, B03, B05)

“มีการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยว ด้วยปัจจุบันการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวแข่งขันกันสูงมาก โดยเฉพาะในด้านของธุรกิจที่พัก และธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม

จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดเล็กๆ แต่มีธุรกิจที่พิกขนาดเล็ก เปิดขึ้นจำนวนมาก และกำลังจะเปิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนมากที่ให้บริการก็เป็นที่พักราคาหลักร้อยมากกว่าที่พักราคาหลักพัน ซึ่งในช่วงปีที่ผ่านมาที่มีธุรกิจที่พิกปิดตัวลงไปเหมือนกัน เพราะดำเนินกิจการต่อไปไม่ไหว เนื่องจากมีที่พักขนาดเล็ก ที่ราคาถูก ใหม่ ทันสมัย เกิดตัวขึ้นอย่างเรื่อยๆ อีกทั้งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวก็จะมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ อาทิตย์ หรือวันหยุดยาว ในวันธรรมดาที่พักแทบจะไม่มีนักท่องเที่ยวเข้าพัก ทางผู้ประกอบการที่พักหลายๆ แห่ง จึงต้องจัดทำโปรโมชั่นให้กับลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์เพจ Facebook โดยมีการจ่ายค่าโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าเห็นโปรโมชั่นเพิ่มมากขึ้น และทางเอเจนซีต่างๆ เช่น ลดราคาห้องพัก เมื่อเข้าพักในวันธรรมดา ซึ่งปกติก็ราคาถูกอยู่แล้วก็ลดเพิ่มไปอีก พร้อมบริการอาหารเช้า และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวด้วย” (BO4, BO6, BO7)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคเอกชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า นโยบายจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง การจัดกิจกรรมในบางกิจกรรมมีการจัดงานที่ไม่ต่อเนื่อง มีการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยวในด้านของผู้ประกอบการด้านที่พัก ทำให้ที่พักบางแห่งสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เนื่องจากส่วนมากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จะมาเที่ยวกันในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จึงทำให้ผู้ประกอบการที่พักบางแห่งไม่ไหวในการที่ดำเนินกิจการต่อไป จึงทำให้ต้องปิดตัวลง

ส่วนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ผลจากการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) กับหน่วยงานภาคชุมชน ได้แก่ ผู้แทนประธานรักษวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี, ผู้แทนประธานชุมชนหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด จำนวน 2 ท่าน ซึ่งสามารถตอบคำถามการวิจัย 7 ข้อ ดังนี้

1. ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคชุมชน ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ที่สำคัญมีมากมาย เช่น ชุมชนเมืองเก่าริมแม่น้ำสะแกกรัง หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด และวัดวาอารามต่างๆ รวมถึงสินค้า OTOP ไม่ว่าจะเป็นผ้าทอลาวเวียง ลาวครั่งที่อำเภอบ้านไร่ ซึ่งสะท้อนความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ล้ำค่าและไม่เหมือนใคร” (CO1, CO2, CO3)

“แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดอุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นวิถีชีวิตของชุมชนที่ยังคงปฏิบัติกันมาช้านาน อีกทั้งแต่ละสถานที่ยังมีเรื่องเล่า มีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครอีกด้วยการคมนาคมมีปรับปรุงให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เพื่อในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการบริการของผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านขายของฝากของที่ระลึก และธุรกิจที่พักแรม เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายและเกิดความประทับใจ อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่เป็นอย่างดี และสามารถแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนอีกด้วย” (C01, C04)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานี มีศักยภาพความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์และสะท้อนความเป็นวัฒนธรรมของจังหวัดที่มีคุณค่าในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีให้เป็นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดความยั่งยืนในทุกๆ ภาคส่วน อีกทั้งความโดดเด่นทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทำให้สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนในจังหวัดอุทัยธานีที่มีการดำรงชีวิตกันมาอย่างยาวนาน ทั้งด้านวัฒนธรรม ประเพณี การละเล่น ชาติพันธุ์ การแต่งกาย อาหาร ของฝากของที่ระลึกท้องถิ่น เป็นต้น

2. ด้านการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคชุมชน ด้านการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัด เน้นการคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ ทั้งที่มีการบูรณะซ่อมแซม เช่น วัดสังกัสรัตนคีรี วัดอุโปสถาราม วัดถ้ำเขาวง แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ตลาดเช้าริมน้ำสะแกกรัง เรือนพาลุ่มน้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา การปั่นจักรยานที่เกาะเทโพ ที่เริ่มมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ครอบครัว หรือแม่แต่วัยรุ่น” (C01, C02)

“แต่ละแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดเด่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างลงตัว และการดึงดูดเด่นนั้นๆ ออกมาทำให้จังหวัดนี้ เกิดมนต์เสน่ห์ที่ไม่เหมือนใคร ใครได้ลองมาสัมผัสแล้วก็ต้องกลับมาอีก บางแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ชู

ความเป็นสมัยใหม่ที่จับต้องได้ แต่เน้นไปในการทำอะไรให้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอื่นโดยไม่ทำลายสิ่งที่มีอยู่มากที่สุดเพราะสิ่งนั้นเองทำให้แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี แตกต่างจากที่อื่นอย่างสิ้นเชิง” (C03)

“ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานี การคมนาคมมีการปรับปรุงให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เพื่อในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการบริการของผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านขายของฝากของที่ระลึก และธุรกิจที่พักแรม เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายและเกิดความประทับใจ อีกทั้งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นคนในชุมชนทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่เป็นอย่างดี และสามารถแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนอีกด้วย” (C04)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีมีการคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทุกแขนงที่สามารถสร้างจุดเด่นให้เกิดความน่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี อีกทั้งการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและ กลับมาเยือนอีกครั้ง

3. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคชุมชน ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “ภายในจังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตั้งแต่สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัดท่าซุง วัดสังกัสรัตนคีรี วัดโบสถ์ วัดถ้ำเขาวง วัดผาทั่ง แต่ละสถานที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ เอาไว้อย่างไม่เสื่อมคลาย ทั้งที่สถานที่ต่างๆ ได้มีการบูรณะซ่อมแซมแต่ก็ยังคงความงดงามไว้เหมือนเดิม สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ประเพณีตักบาตรเทโว ที่จัดขึ้นที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง ที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากของจังหวัดอุทัยธานี” (C01, C03)

“สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนหรือคนในท้องถิ่น เช่น ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง เส้นทางปั่นจักรยานท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะเทโพ ถนนคนเดินตรอกโรงยา อีกทั้งยังมีการพัฒนาหมู่บ้านต่างๆ ให้เข้าร่วมโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ชุมชนชาวเรือนแพแม่น้ำสะแกกรัง ชุมชนหมู่บ้านสะน้า หมู่บ้านชุมชนกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด หมู่บ้านชุมชนอีมาด-อีทราย ชุมชนบ้านหาดทะนง ชุมชนบ้านเกาะลูกมอญ ซึ่งเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของจังหวัดอุทัยธานี” (C02, C04)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี ที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัดวาอารามต่างๆ งานเทศกาลประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนซึ่งเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของจังหวัดอุทัยธานี ที่ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี

4. ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคชุมชน ต่อการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “คนในพื้นที่มีอัธยาศัยดี ด้วยลักษณะนิสัยของคนจังหวัดอุทัยธานีส่วนใหญ่เป็นคนโอบอ้อมอารี ผู้คนจริงใจ มีลักษณะนิสัยใจดี อึดแอ้มแจ่มใส ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และมีการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย คนอุทัยธานีมีลักษณะนิสัยเป็นคนพูดตรงๆ มีความจริงใจ ใจดี อัธยาศัยดี มีความสามัคคีกัน มีการดำรงวิถีชีวิตแบบพิน้องเวลามีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวก็จะทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านกาแฟที่พัก จุดถ่ายรูปสวยๆ เส้นทางเดินทาง ของฝากของที่ระลึก และข้อมูลต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสอบถามอย่างเต็มใจ อีกทั้งยังช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในด้านอื่นๆ เมื่อพบเห็นอีกด้วย” (C01)

“ชุมชนแต่ละชุมชนของจังหวัดอุทัยธานีมีความเข้มแข็ง เช่น ในปี พ.ศ. 2553 ชุมชนตรอกโรงยา ได้มีการฟื้นฟูมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้กลับมามีชีวิต คึกคักอีกครั้ง มาเป็นถนนคนเดินตรอกยา (ถนนสั้น ตำนานยาว) เปิดร้านขายของเคล้าด้วยกิจกรรมทางวัฒนธรรม การแสดง และดนตรี ทุกวันเสาร์ ก็ด้วยพลังความสามัคคี การช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนในชุมชน” (C02)

“มีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นแบบดั้งเดิม จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นแบบดั้งเดิมเอาไว้เป็นอย่างดี ในด้านการรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดอุทัยธานีที่เห็นได้ชัดเจนคือ ชุมชนเรือนแพแม่น้ำสะแกกรัง ที่เป็นเรือนแพที่มีชาวบ้านอาศัยอยู่จริง มีทะเบียนแพหรือทะเบียนทุกหลัง และเรือนแพที่แม่น้ำสะแกกรังยังเป็นเรือนแพที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทยอีกด้วย และยังคงความเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มีเสน่ห์และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมเอาไว้ ปัจจุบันยังดำรงอาชีพของการประมงเป็นหลัก

เลี้ยงปลาในกระชัง เช่น ปลาแรด ปลาเทโพ ปลาสวาย ปลาทับทิม ปลาดุก นอกจากนี้ยังมีการนำมาทำเป็นปลาอย่างรมควัน และปลาตากแห้ง ในชุมชนตรอกโรงยา เดิมคือตรอกโรงฝิ่น ยังมีการรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมในด้านสถาปัตยกรรมบ้านเรือนไม้เอาไว้ ซึ่งมีความยาว 200 เมตร และได้ยังมีการอนุรักษ์โรงฝิ่นเช็กเกียกั้ง ให้เป็นแหล่งข้อมูลความรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มาศึกษาอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีในชุมชนตลาดริมน้ำสะแกกรัง ตึกเก่าโบราณที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นในย่านตลาดสดถูกทาด้วยสีม่วง ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่ตึกในละแวกนี้เท่านั้น แต่เรียกได้ว่าตึกและบ้านเรือนบางหลังในตัวเมืองต่างพร้อมใจกันเปลี่ยนสีตึกเดิมให้เป็นสีม่วง เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมายุ 60 พรรษา เมื่อวันที่ 2 เมษายน 2558” (C03)

“มีสินค้าของที่ระลึกที่มีคุณภาพ จังหวัดอุทัยธานีมีทั้งสิ้น 8 อำเภอ โดยแต่ละอำเภอจะมีสินค้า OTOP เกิดจากของในท้องถิ่นนำมาแปรรูปและสร้างเป็นสินค้าของแต่ละท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานีมีสินค้าของฝากของที่ระลึกจากหลายหมู่บ้าน ปัจจุบันได้มีการสนับสนุนคนในชุมชนทำสินค้า OTOP นวัตกรรม สำหรับสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป ได้แก่ ผ้าทอป่าจำปี ธรรมศิริ ศิลปินเอกด้านการทอผ้าลาวครั่ง ลาวเวียง ผู้มีชื่อเสียงไกลระดับโลกอาเซียนจากรางวัล ASEAN Selection 2016 โดยแหล่งผลิตอยู่ที่พิพิธภัณฑ์เรือนผ้ายายาย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และยังมีอีกหลายหมู่บ้านในอำเภอบ้านไร่ที่เป็นแหล่งทอผ้าที่มีชื่อเสียง มีแม่น้ำสะแกกรังและแม่น้ำเจ้าพระยา คนที่อาศัยอยู่เรือนแพส่วนมากจะมีอาชีพทำการประมงน้ำจืดโดยการเลี้ยงปลาในกระชัง การหาปลา นำไปขายที่ตลาด ร้านอาหาร และนำมาแปรรูปเป็นปลาแห้ง ปลาอย่างรมควัน น้ำพริกปลาต่างๆ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์จากปลาเหล่านี้กลายเป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งแหล่งผลิตจะอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี บริเวณแม่น้ำสะแกกรังมีผักตบชวาจำนวนมาก สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี จึงเข้าไปสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนบ้านเกาะลูกมอญ ให้เป็นชุมชน OTOP ในการทำผลิตภัณฑ์จากผักชวา เพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และเป็นสินค้าให้กับชุมชนที่มีชื่อเสียง มีแหล่งผลิตที่บ้านเกาะลูกมอญ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี นอกจากนี้ยังมีแหล่งผลิตจักสานจากไม้ไผ่ มีแหล่งผลิตอยู่ที่กลุ่มจักสานบ้านท่ารากหวาย เกาะเทโพ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี อีกด้วย” (C04)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การให้ความสำคัญในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อให้การต้อนรับนักท่องเที่ยว และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ในหลายๆ ชุมชนของการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีมีหลายชุมชนที่เกิดความเข้มแข็ง เนื่องจาก

ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการสร้างชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นแบบดั้งเดิมเอาไว้ และมีสินค้าของฝากของที่ระลึกที่มีคุณภาพ

5. ด้านการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคชุมชน ต่อการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “เยาวชนในพื้นที่ละเลยไม่เห็นความสำคัญ จุดอ่อนอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี คือเด็กรุ่นใหม่ เยาวชนหรือเด็กรุ่นใหม่ที่เกิดในจังหวัดอุทัยธานี ส่วนมากจะไปทำงานในต่างจังหวัด มีส่วนน้อยมากที่จะกลับมาพัฒนาบ้านเกิดของตนเอง เนื่องจากไม่มีความเชื่อว่าจังหวัดอุทัยธานีจะมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวกันมากมายได้แบบจังหวัดอื่น เด็กรุ่นใหม่ ที่มีเชื้อสายกระเหรี่ยงโปว์ ในตำบลแก่งมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เริ่มจะไม่พูดภาษากระเหรี่ยงแล้ว เนื่องจากเกิดความเขินอายในการพูดภาษากระเหรี่ยง ส่วนมากเด็กรุ่นใหม่ก็จะพูดภาษาไทยกันมากขึ้น จึงทำให้วัฒนธรรมด้านภาษากระเหรี่ยงค่อยๆ เลือนหายไป” (C01, C02)

“คนในชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญที่เป็นจุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีจุดขายในหลายพื้นที่ แต่คนชุมชนหรือชาวบ้าน ไม่มีความรู้ว่าจะนำออกมาขายให้กับนักท่องเที่ยวอย่างไร ไม่มีความรู้ว่าจะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไร และอีกทั้งคนในชุมชนบางกลุ่มไม่เชื่อว่าจะสามารถทำเป็นการท่องเที่ยวได้จริงทางหน่วยงานภาครัฐ ต้องให้ความร่วมมือในการให้ผู้ที่มีความรู้หรือนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญ เข้าไปให้ความรู้กับคนในชุมชนนั้น เพื่อให้คนชุมชนได้เกิดความรู้ใหม่ๆ และสามารถต่อยอดของดีที่มีอยู่ในชุมชนสามารถทำให้เกิดอาชีพ เกิดรายได้ และเกิดความยั่งยืนในชุมชนนั้น” (C03, C04)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เยาวชนรุ่นใหม่ของจังหวัดอุทัยธานี ไม่ค่อยเห็นความสำคัญในการท่องเที่ยวของตน ส่วนน้อยมากที่จะกลับมาพัฒนาบ้านเกิดของตนเอง คนในชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำมาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ในการสร้างรายได้ และเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

6. ด้านการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทางด้านการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคชุมชน ต่อการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีฤดูหนาวเหมือนทางภาคเหนือของประเทศไทย เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดอุทัยธานี ในอำเภอบ้านไร่ และอำเภอลานสัก เป็นพื้นที่ฝนป่าตะวันตก มีภูเขาสูง และมีธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ จึงทำให้ในช่วงฤดูหนาวของทุกๆ ปี ระหว่างเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ มีอากาศหนาวราวกับภาคเหนือ หมู่บ้านแก่งมะกรูด อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ป่าตะวันตก ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่บนภูเขาสูง ห่างจากอำเภอบ้านไร่ ประมาณ 32 กิโลเมตร ในช่วงฤดูหนาว อากาศหนาวมาก อุณหภูมิเฉลี่ยในช่วงเช้าและช่วงกลางวัน จะอยู่ที่ 10-14 องศาเซลเซียส และเคยอุณหภูมิต่ำสุดในช่วงกลางคืนอยู่ที่ 6 องศาเซลเซียส จึงทำให้จังหวัดอุทัยธานีได้รับโอกาสสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวใกล้กรุงแต่ได้รับบรรยากาศเหมือนทางภาคเหนือ ก็สามารถมาท่องเที่ยวที่อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี รับรองได้ว่าอากาศหนาว อากาศดี เหมือนทางภาคเหนือของประเทศไทยอย่างแน่นอน” (C01, C02)

“การนำสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นไปนำเสนอในระดับสากล ผ้าทอลาวครั่ง ลาวเวียง จัดเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุทัยธานี ผ้าทอของจังหวัดอุทัยธานี ที่มีชื่อเสียงมากที่สุด คือผ้าทอป้าจำปี ศิลปินเอกด้านการทอผ้า ผู้มีชื่อเสียงไกลระดับโลกอาเซียนจากรางวัล ASEAN Selection 2016 รางวัลในงานสุดยอดอาเซียน โดยมีศิลปินหัตถกรรมสิ่งทอจากหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ศิลปินแต่ละประเทศล้วนนำเอาผ้าทอวัฒนธรรมท้องถิ่นมาแสดงให้เห็น ด้วยการทอผ้าที่มีอัตลักษณ์และสอดแทรกเรื่องราวต่างๆ ไว้บนผืนผ้า และป้าจำปี ธรรมศิริ ได้รับรางวัลที่ยิ่งใหญ่ในปี 2016 ซึ่งทำชื่อเสียงให้กับประเทศ และจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยลวดลายของผ้าทอของจำปี ล้วนแล้วกลั่นออกมาจากจิตวิญญาณของป้าจำปี ลวดลายมีความสวยงาม ความประณีต ละเอียดย และเป็นลายที่แปลกตาไม่เหมือนที่ไหน จึงทำให้มีผู้ที่มีชื่อเสียง ทั้งบรรดาศาสนิกการเมืองท้องถิ่น เจ้าของธุรกิจ ดารา นักแสดง นำไปใส่อย่างสวยงาม จึงทำให้ผ้าทอของป้าจำปีมีชื่อเสียง และมียอดการสั่งทออย่างต่อเนื่อง” (C03, C04)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานี อากาศหนาว อากาศดี เหมือนทางภาคเหนือของประเทศไทย ทำให้ในช่วงฤดูหนาวมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอบ้านไร่ จังหวัด

อุทัยธานี เป็นจำนวนมาก เนื่องจากอากาศหนาวเย็น และเดินทางไกลจากกรุงเทพฯ และสินค้าของที่ระลึกของหวัดอุทัยธานีที่มีชื่อเสียงและโด่งดังไปทั่วโลก คือผ้าทอลาวครั่ง ลาวเวียง โดยเฉพาะผ้าทอป้าจำปี ศิลปินเอกด้านการทอผ้า ที่มีลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่มีใครเหมือน ซึ่งเป็นการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็นพิพิธภัณฑ์ และสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่

7. ด้านการวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี

ผลการสัมภาษณ์ข้อคิดเห็นของหน่วยงานภาคชุมชน ต่อการวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า “ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่างๆ เช่น อุทกภัย ภัยแห้งแล้ง ไฟป่า เนื่องด้วยจังหวัดอุทัยธานีพื้นที่ตั้งที่เป็นธรรมชาติรายล้อม มีทั้งแม่น้ำและภูเขา เมื่อฤดูร้อนทำให้เกิดภัยแล้งและไฟไหม้ป่า ในช่วงฤดูฝนทำให้เกิดน้ำท่วมบ่อยครั้ง เป็นอุปสรรคมากสำหรับคนอุทัยธานี ในช่วงที่เกิดภัยแล้งและน้ำท่วม โดยเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่เรือนแพสะแกกรัง บ้านที่อยู่ริมแม่น้ำ รวมถึงพื้นที่ไร่นา และสวนของชาวบ้านที่ทำเกษตร ทำให้ได้รับความเดือดร้อนเป็นอย่างมาก ในส่วนของนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางช่องทางต่างๆ ว่าจังหวัดอุทัยธานี น้ำท่วมก็ไม่กล้าที่จะมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่จองที่พักไว้ ก็ขอเลื่อนวันเข้าพักออกไปก่อน สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการมานั่งเรือเพื่อชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพสะแกกรัง และชมทัศนียภาพของลำน้ำสะแกกรังก็ไม่กล้าที่จะมาท่องเที่ยวกัน เพราะเมื่อน้ำแห้ง เรือมาเที่ยวก็ไม่สามารถออกเรือเพื่อการท่องเที่ยวได้ ทางอำเภอบ้านไร่ อำเภอลานสัก และอำเภอยะคต ของจังหวัดอุทัยธานี เกิดไฟป่าบ่อยครั้ง ในเขตพื้นที่ป่าอนุรักษ์ (เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง) ซึ่งเป็นไฟที่ลามมาจาก เขตทุ่งใหญ่นเรศวร ผังตะวันตก และอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่างๆ ตรงนี้ ก็ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่ดังกล่าว” (C01, C03)

สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานภาคชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีเป็นพื้นที่ตั้งที่เป็นธรรมชาติรายล้อม มีทั้งแม่น้ำ และภูเขา เมื่อฤดูร้อนทำให้เกิดภัยแล้งและไฟไหม้ป่า ในช่วงฤดูฝนทำให้เกิดน้ำท่วม ทำให้ส่งผลกระทบต่อคนในพื้นที่และในด้านของการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ในช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์ดังกล่าว จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเดินทางมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี อีกทั้งยังส่งผลให้ผู้ประกอบการในด้านธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกระทบตามไปด้วย

ตาราง 74 สรุปผลศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) จากผลการสัมภาษณ์ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน

ลำดับ	จุดแข็ง (Strengths)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
1	มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย	✓	✓	✓
2	จังหวัดอุทัยธานีมีพื้นที่ตั้งที่เหมาะสมสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดใกล้เคียง	✓	✓	
3	คนในพื้นที่มีอัธยาศัยดี	✓		✓
4	มีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นแบบดั้งเดิม	✓	✓	✓
5	มีสินค้าของที่ระลึกที่มีคุณภาพ	✓		✓
6	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า	✓	✓	✓
ลำดับ	จุดอ่อน (Weaknesses)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
1	แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม	✓	✓	✓
2	แหล่งท่องเที่ยวห่างไกลกัน	✓		✓
3	จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เมืองการท่องเที่ยวหลัก	✓	✓	✓
4	เยาวชนในพื้นที่ละเลยไม่เห็นความสำคัญ	✓		✓
5	คนในชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓
6	ขาดการดำเนินโครงการด้านท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	✓	✓	✓
ลำดับ	โอกาส (Opportunities)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
1	มีงบประมาณในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	✓	✓	
2	มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง	✓	✓	✓
3	จังหวัดอุทัยธานีมีอุทยานแห่งชาติเขาค้อของประเทศไทย		✓	✓
4	มีเส้นทางเดินทางที่สะดวกสบายสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่น	✓	✓	✓
5	มีการนำสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นไปนำเสนอในระดับสากล	✓		✓
ลำดับ	อุปสรรค (Threats)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
1	การชะลอตัวของเศรษฐกิจทำให้เกิดการท่องเที่ยวลดลง	✓	✓	
2	การโรคระบาด Covid-19 ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนน้อยลง	✓	✓	
3	ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่างๆ เช่น อุทกภัย ภัยแล้ง ไฟป่า เป็นต้น	✓	✓	✓
4	นโยบายต่างๆ จากหน่วยภาครัฐมีการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง	✓	✓	
5	มีการแข่งขันทางการท่องเที่ยว	✓	✓	✓

ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's)

จากข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก 3 ภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และภาคชุมชน จำนวน 17 ท่าน ได้ให้ข้อมูลขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและรวบรวม โดยใช้แนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของพยอม ธรรมบุตร (2549) 6A's โดยได้ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 ท่าน โดยได้ข้อมูล ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี มีความพร้อมที่จะให้ประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรม ประเพณี สามารถดึงดูดใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้แต่ยังขาดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดีเท่าที่ควร” (G01, G05)

“แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ เมืองอุไทยเก่าเป็นที่ตั้งของเมืองอุทัยธานีในอดีต ซึ่งมีโบราณสถานที่สำคัญ และเป็นสัญลักษณ์อยู่ที่วัดแจ้ง และวัดหัวเมือง อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี มีวัดท่าซุง หรือวัดจันทารามถือว่าเป็นวัดที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากของจังหวัดอุทัยธานี เนื่องจากมีหลวงพ่อฤๅษีลิงดำ พระเถระที่มีชื่อเสียง มีวัดโบสถ์หรือวัดอุโปสถาราม ถือว่าเป็นวัดที่มีความสำคัญ มีความโดดเด่น เป็นที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีวัดสังกัสรัตนคีรี ที่ชาวอุทัยธานี ให้ความเคารพและศรัทธาเป็นอย่างมาก พื้นที่วัดมีทั้งส่วนที่ตั้งอยู่บริเวณพื้นราบและส่วนที่อยู่บนยอดเขาสะแกกรัง ซึ่งเป็นสถานที่ในการจัดงานตักบาตรเทโวของทุกๆ ปี มีวัดถ้ำเขาวง อำเภอบ้านไร่ ถือว่าเป็นวัดที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง ของจังหวัดอุทัยธานี เป็นวัดไม้ที่เก่าแก่ท่ามกลางภูเขาหินปูน ตัววัดเป็นสถาปัตยกรรมเป็นแบบไทย 4 ชั้น มีถนนคนเดินตรอกโรงยาเป็นย่านประวัติศาสตร์เก่าแก่ แต่ถูกพลิกโฉมให้มีชีวิตชีวา กลายเป็นย่านค้าขายอีกครั้ง เปิดทุกวันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 16.00–21.00 น. เรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรังจังหวัดอุทัยธานี ถือว่าเป็นมนต์เสน่ห์ที่มีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก เพราะในประเทศไทยถือได้ว่า มีเรือนแพสะแกกรังที่มีผู้อยู่จริงมากที่สุด ในประเทศไทยที่ยังหลงเหลืออยู่ มีชุมชนหมู่บ้านสะนาเป็นชุมชนท่องเที่ยววิถีของอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เป็นชุมชนชาวลาวครั้งโบราณที่อพยพย้ายถิ่นฐานมาตั้งรกรากกันอยู่

ที่นี่ ศูนย์เรียนรู้และอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านท่าโพ อ.หนองขาหย่าง เป็นหมู่บ้านที่มีเพลงพื้นบ้านท่าโพ เป็นศิลปวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งถือได้ว่าจังหวัดอุทัยธานี มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ มีความหลากหลาย และมีความโดดเด่น สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนได้ไม่ยาก” (G02, G03, G04)

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “การเข้าถึงจังหวัดอุทัยธานี และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานี มีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก ถนนหนทางดี และสามารถเข้าถึงได้หลากหลายเส้นทาง จากกรุงเทพมหานครสามารถเดินทางมายังจังหวัดอุทัยธานี เส้นทางแรกคือ จากทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท แล้วเลี้ยวซ้ายตรงทางแยกทำน้ำอ้อยบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 206 เข้าทางหลวงหมายเลข 333 ข้ามสะพานแม่น้ำเจ้าพระยา ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร ผ่านหน้าโรงพยาบาลเลี้ยวซ้ายเข้าตลาดอุทัยธานี รวมระยะทางประมาณ 222 กิโลเมตร เส้นทางที่สองจากทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านอยุธยา ประมาณกิโลเมตรที่ 30 เลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 334 และจากนั้นเข้าทางหลวงหมายเลข 309 ไปตามเส้นทาง ข้ามสะพานจังหวัดอ่างทอง แล้วมาตามถนนหมายเลข 311 ผ่านจังหวัดสิงห์บุรี ผ่านจังหวัดชัยนาทที่อำเภอสรรพยา จากนั้นเลี้ยวเข้าทางหลวงหมายเลข 3183 เข้าจังหวัดอุทัยธานี รวมเป็นระยะทางประมาณ 283 กิโลเมตร” (G01, G02)

“การเข้าถึงจังหวัดอุทัยธานี สามารถเดินทางได้ทั้งรถส่วนตัว ซึ่งเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีที่สะดวกสบาย และได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานีได้ง่าย อีกทั้งยังมีการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง การเดินทางโดยรถตู้โดยสาร การเดินทางโดยรถไฟ นักท่องเที่ยวต้องโดยสารรถไฟไปลงที่สถานีนครสวรรค์ แล้วต่อรถประจำทางมายังจังหวัดอุทัยธานีอีกประมาณ 50 กิโลเมตร เนื่องจากจังหวัดอุทัยธานีไม่มีสถานีรถไฟ ควรมีการปรับปรุงเรื่องป้ายบอกทาง และระยะทางให้ถูกต้อง เพราะป้ายบอกทางในบางแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย และไม่ชัดเจนมีความสับสน แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ในบางเครือข่าย ทำให้การเดินทางโดยใช้ Google Map ไม่สามารถใช้นำทางได้ ซึ่งตอนนี้ก็มีการเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวอยู่เรื่อยๆ” (G03, G05)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “จุดนั่งพักของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานีมีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา แต่ในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้จุดนั่งพักของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่เพียงพอ เช่น วัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดถ้ำเขาวง เป็นต้น ที่นั่งพักภายในแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนักท่องเที่ยว เมื่อได้ไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มักจะหาจุดถ่ายรูปสวยๆ เพื่อทำการเช็คอินลงโซเชียล และเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อที่นั่งพักภายในแหล่งท่องเที่ยวตามวัดวาอารามมีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดของจังหวัดอุทัยธานี เช่น ตลาดเช้าสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา ตลาดข้าวไร่ ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก มีที่นั่งพักไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางท่านต้องการซื้ออาหารท้องถิ่นที่ตลาดและหาที่นั่งรับประทาน ซึ่งที่นั่งดังกล่าวนี้มีจำนวนน้อยในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว” (G01)

“จุดชมวิวของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีมีหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง ตั้งอยู่บนเขาสะแกกรัง อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นจุดชมวิวที่สวยงาม สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ อาคารบ้านเรือนของเมืองอุทัยธานีได้ทั้งหมด วิวแม่น้ำสะแกกรัง บริเวณตลาดเช้าสะแกกรัง และหน้าวัดโบสถ์ ตรงนั้นก็ถ่ายรูปออกมาสวยมาก หรือนักท่องเที่ยวจะขึ้นไปถ่ายรูปบนสะพานข้ามไปวัดโบสถ์ ซึ่งจะเห็นทั้งวิวของวัดโบสถ์ และวิวของบ้านเรือนแพชาวสะแกกรัง บริเวณนั้นก็เป็นที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ถ้าเป็นในตัวเมืองอุทัยธานี ก็จะมีจุดชมวิวที่สวยงามคือบนเขาสะแกกรัง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอุทัยธานีต้องขึ้นไปเที่ยววัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง เพื่อไปไหว้พระและไปถ่ายรูปวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของจังหวัดอุทัยธานี แบบเห็นในมุมกว้าง ยิ่งในช่วงตอนเย็นๆ แดดร่มลมตก ใกล้เคียงอาทิตย์ตก จะเป็นจุดที่สวยงามๆ นอกจากนี้ก็เป็นวิวแม่น้ำสะแกกรัง ยิ่งเป็นจุดที่เห็นบ้านเรือนแพชาวสะแกกรังยิ่งถ่ายรูปออกมาสวย และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างมาก ถ้าไปทางอำเภอบ้านไร่ ก็จะเป็นวัดถ้ำเขาวง ซึ่งเป็นวัดที่ทำจากไม้ และมีภูเขาหินปูนโอบล้อม ถือว่าเป็นจุดชมวิวที่สวยงามอีกที่หนึ่ง เลยขึ้นไปอีกก็จะเป็นหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด ซึ่งบริเวณนั้นจะไปพื้นที่ของผืนป่าตะวันตก ในช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว วิวทิวทัศน์มีความสวยงามมากเลยทีเดียว จุดชมวิวของจังหวัดอุทัยธานีที่นักท่องเที่ยวนิยมไปถ่ายรูปกัน ก็จะมีที่ยอดเขาสะแกกรัง แม่น้ำสะแกกรัง วัดโบสถ์ บ้านเรือนแพชาวสะแกกรัง สะพานแขวนเกาะเทโพ อำเภอเมือง จุดชมวิวบ้านชายเขา

หุบป่าตาด อำเภอปานสัก และวัดถ้ำเขาวง แก่นมะกรูด อำเภอบ้านไร่ แต่ละสถานที่ถือว่าเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดเลย” (G02, G04)

“ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ก่อนเข้าตัวเมืองจังหวัดอุทัยธานี มีป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทางจนมาถึงยังแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ไม่หลงทาง ส่วนป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างอำเภอก็มีตลอดเส้นทางทางการเดินทางเช่นกัน ป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี มีจำนวนเพียงพอ และถือว่ามีส่วนสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีเทคโนโลยี Google Map มาช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น แต่ในบางเส้นทางเล็กๆ ก็ไม่สามารถเชื่อถือได้ ป้ายบอกทางของทางจังหวัดจึงเป็นตัวช่วยที่สำคัญในการเดินทางของนักท่องเที่ยว อีกทั้งป้ายบอกทางยังมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่ไม่สะดวกหรือไม่มีความถนัดในการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวอีกด้วย ป้ายบอกทางของแหล่งท่องเที่ยวตามถนนสายหลัก มีจำนวนมากตั้งแต่ก่อนเข้าตัวเมืองอุทัยธานี แต่พอเข้ามาในตัวเมืองบริเวณตลาดของจังหวัดอุทัยธานี และบริเวณวงเวียน ป้ายบอกทางค่อนข้างน้อย และป้ายมีขนาดเล็ก ทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นไม่ชัดเจน ทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวหลงทางได้” (G03, G05)

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวทางจังหวัดอุทัยธานีมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี ที่นักท่องเที่ยวสามารถโทรเข้ามาสอบถามข้อมูลหรือเดินทางเข้ามาขอข้อมูลหรือแผ่นพับ โบชัวร์ ได้ที่สำนักงานในเวลาทำการ นอกจากนี้ยังมีสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี ที่นักท่องเที่ยวสามารถขอข้อมูลในเรื่องของการท่องเที่ยวได้เช่นกัน ส่วนมากด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันก็จะค้นหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต แต่ก็มีย่านนักท่องเที่ยวจำนวนมากเช่นกันที่ต้องการสอบถามข้อมูลท่องเที่ยว ข้อมูลการเดินทางแบบทันทีทันใด โดยสอบถามข้อมูลจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านขายของที่ระลึก หรือที่พักแรม ซึ่งการสอบถามจากสถานที่ดังกล่าวนี้จะทำให้ทราบข้อมูลแบบชัดเจน และในบางสถานที่ไม่ได้มีอยู่ในอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ก็มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี ที่เป็นศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ประชาชนทุกคนพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมที่จะให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวในด้านการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของ หรือในเรื่องของการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวทุกคน” (G01, G03, G04)

“การบริการทางการเงินและการธนาคาร ในจังหวัดอุทัยธานีมีธนาคารทุกธนาคารอย่างครบครัน จะตั้งอยู่บริเวณตลาดของตัวอำเภอแต่ละอำเภอ ตู้ ATM จะมีบริการที่หน้าธนาคารและหน้าร้านสะดวกซื้อ 7-11 ซึ่งมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวก็สามารถโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารทางโทรศัพท์ได้ ซึ่งส่วนใหญ่ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ที่พักแรม ร้านขายของที่ระลึก หรือร้านสะดวกซื้อ ก็สามารถชำระเงินผ่านทางโอนเงินหรือแสกน QR CODE ได้เช่นกัน จังหวัดอุทัยธานี มีครบทุกธนาคาร มีตู้ ATM เยอะ เพียงพอแน่นอนในการบริการ แต่การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ส่วนมากจะไม่ค่อยมี จะมีแต่ร้านอาหารใหญ่ๆ เช่นร้านอาหารนกน้อย หรือรีสอร์ทใหญ่เท่านั้น และกับปั้มน้ำมัน ที่รับชำระเงินผ่านบัตรเครดิต จังหวัดอุทัยธานี ใน 1 อำเภอก็จะมีที่ตั้งที่เป็นศูนย์รวมของทุกๆ ธนาคาร มีตู้ ATM จำนวนเยอะส่วนใหญ่อีกตั้งอยู่หน้าธนาคารและหน้าร้านสะดวกซื้อ หรือที่ปั้มน้ำมัน และในปัจจุบันนี้ทุกๆ ผู้ประกอบการก็มีการบริการโอนเงิน หรือการแสกน QR CODE สำหรับการชำระเงิน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว” (G02, G05)

5. ด้านที่พัก (Accommodation)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “การควบคุมและตรวจสอบผู้ให้บริการด้านที่พักให้ที่พักได้มาตรฐาน ส่วนมากที่พักแรมของจังหวัดอุทัยธานีจะมีมากในเขตอำเภอเมือง และอำเภอบ้านไร่ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ส่วนอำเภออื่นๆ ของจังหวัดอุทัยธานีมีที่พักจำนวนน้อย ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการสำรวจจำนวนของสถานประกอบการที่ให้บริการด้านที่พัก เพื่อตรวจสอบมาตรฐานของห้องพักที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก และมาตรฐานสุขอนามัย ในสถานการณ์ Covid-19 ในยุคการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว เพราะต่อไปจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ จากสิ่งต่างๆ ที่ได้กล่าวมาจะช่วยสร้างความมั่นใจในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว” (G01, G02)

“ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวต้องทำการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการปกครองท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งนอกจากมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ได้ทำการสำรวจที่พักแรมแล้ว ทางที่พักแรมเองก็ต้องมีการบริการจัดการธุรกิจที่พักแรมของตนเองในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านมาตรฐานของที่พักแรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พัก รวมถึงด้านความสะอาด เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจมากที่สุด นักท่องเที่ยว ที่พักภายในชุมชนของจังหวัดอุทัยธานี ถ้าเป็นในเขตอำเภอเมืองก็จะเป็นเรือนแพ เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ แต่ถ้าเป็นทางอำเภอบ้านไร่ จะมีทั้งเกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ และพื้นที่

ทางเดินท์ ในการบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการเข้ามาตรวจสอบในเรื่องของมาตรฐาน Home stay และ Guest House ให้ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน” (G04, G05)

6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดอุทัยธานี จะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ กิจกรรมไหว้พระขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคล เป็นกิจกรรมที่ส่วนมากนักท่องเที่ยวเมื่อมาถึงจังหวัดอุทัยธานีจะต้องไปไหว้พระที่วัดท่าซุง เพื่อนมัสการหลวงพ่อดำซึ่งมีความงดงามของวิหารแก้ว และปราสาททองคำ นมัสการหลวงพ่อบุญรอดที่วัดสังกัสรัตนคีรี ซึ่งถือได้ว่าเป็นพระคู่บ้านคู่เมืองที่ชาวอุทัยธานีให้ความเคารพนับถือ” (G01)

“กิจกรรมการล่องเรือชมวิถีชีวิตลุ่มน้ำสะแกกรัง มีทั้งเรือลำใหญ่ที่สามารถนั่งได้ 40 ท่านและเรือลำเล็กนั่งได้ 8 ท่าน ล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวแพริมน้ำ ท่องเที่ยวกินลมชมวิวรับประทานปลาแรดที่แม่น้ำสะแกกรัง อีกทั้งดูการเลี้ยงปลาในกระชัง ชมวิถีชีวิตชาวบ้านกับการจับปลาตามธรรมชาติ รับลมเย็นสบาย ชมวัดอุโปสถาราม หรือวัดโบสถ์ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำสะแกกรัง เป็นวัดในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ที่เต็มไปด้วยโบราณสถานอันทรงคุณค่า ซึ่งถาล่องเรือลำใหญ่และรับประทานอาหารบนเรือใช้เวลาประมาณ 2.30 ชั่วโมง ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะล่องเรือในช่วงเย็น เนื่องจากจะเห็นพระอาทิตย์ตกสวยงามมาก เมื่อมาเยือนจังหวัดอุทัยธานี สิ่งแรกที่ต้องทำคือล่องเรือล่องแม่น้ำสะแกกรัง เพื่อชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพที่อาศัยกันอยู่จริงและเป็นเรือนแพที่ยังคงไว้มากที่สุดในประเทศไทยอีกด้วย เส้นทางล่องเรือท่องเที่ยวเริ่มจากบริเวณท่าเรือหน้าวัดโบสถ์ หรือจะขึ้นจากท่าเรือหน้าวัดท่าซุงก็ได้ ล่องชมวิถีชีวิตในลำน้ำ ไปสิ้นสุดที่อำเภอมโนรมย์ จังหวัดชัยนาท จุดที่เราจะได้เห็นแม่น้ำสะแกกรังไหลมาบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นเส้นทางที่ได้สัมผัสเสน่ห์แห่งชุมชนลุ่มน้ำสะแกกรังอย่างเต็มอิ่ม กิจกรรมล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ถือว่าเป็นกิจกรรมไฮไลท์ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดเมื่อมาจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวที่มามากันแบบหมู่คณะก็สามารถใช้บริการเรือลำใหญ่ได้ ซึ่งมีทั้งเรือหางยาวมีหลังคา จุได้ประมาณ 10-12 คน ค่าบริการ 500 บาท/ชั่วโมง หากไปถึงมโนรมย์ ประมาณ 1,500 บาท ติดต่อที่คุณปรีวัชร สิงห์เรือง โทร. 086-790-9749 หากต้องการล่องเรือขนาดใหญ่ราคาเหมาะสมประมาณ 1,800-3,600 บาท นั่งได้ 40 คน สอบถามรายละเอียดได้ที่ คุณวีระ บำรุงศรี บริษัท อุทัย ริเวอร์ เลค โทร. 087-197-5320 หรือนักท่องเที่ยวที่มามากันแบบส่วนตัว

หรือกลุ่มเล็กๆ บริเวณหน้าวัดโบสถ์ก็มีให้บริการ เป็นเรือขนาดเล็กนั่งได้ 8 คน คนละ 50 บาท เท่านั้น” (G01, G02, G04)

“กิจกรรมการเดินชมตลาดสะแกกรัง จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า ตลาดสะแกกรังของจังหวัดอุทัยธานี เปิดทุกวันทั้งในช่วงเช้าและช่วงเย็น สำหรับตลาดเช้า เทศบาลอุทัยธานี ริมน้ำสะแกกรังแห่งนี้ มีอาหารสด ปลาต่างๆ รวมถึงของแห้ง ผักสดๆ จากสวนชาวบ้านมาวางขาย ราคาถูก มีกิจกรรมตักบาตรทางน้ำบริเวณลานสะแกกรัง เพื่อใส่บาตรพระที่บิณฑบาตโดยการพายเรือข้ามมาจากวัดโบสถ์ เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ทางเทศบาลจัดขึ้นทุกวันเสาร์ อาทิตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้สัมผัสกับวิถีแบบดั้งเดิมของชาวอุทัยธานี กิจกรรมจะเริ่มประมาณ 7 โมงเช้า ส่วนตลาดเทศบาลอุทัยธานี ในยามเย็น เต็มไปด้วยพ่อค้า แม่ค้า ที่นำของมาขายทั้งผักพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และที่ขาดไม่ได้ คือ ปลาแม่น้ำตัวโตหลากหลายสายพันธุ์ ทั้งแบบสดและแบบแห้ง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ต้องมาเดินตลาดเช้าริมน้ำสะแกกรัง เนื่องจากเป็นตลาดที่น่ารัก และมีเสน่ห์ถึงความเป็นวัฒนธรรมของเมืองอุทัยธานีเป็นอย่างมาก อาหารการกินราคาถูก และรสชาติอร่อย พ่อค้า แม่ค้า อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส อีกทั้งในช่วงเสาร์ อาทิตย์ มีกิจกรรมการใส่บาตรพระทางน้ำด้วย ตลาดสะแกกรังหรือตลาดลานสะแกตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำสะแกกรัง บรรยายกาศในตลาดคล้ายๆ กับตลาดสด มีพ่อค้าแม่ค้ามาขายของมากมาย โดยบรรดาพ่อค้า แม่ค้าจะมาตั้งร้านขายของกันตั้งแต่เช้าตรู่ขายจนถึงสายๆ ก็เริ่มทยอยเก็บของแยกย้ายกันกลับบ้าน มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ใส่บาตรพระทางบกและใส่บาตรพระทางน้ำ อาคารบ้านเรือนไม้เก่าของตลาดทาสีเป็นสีม่วง สวยงาม และมีการอนุรักษ์อาคารบ้านเรือนเก่าให้คงอยู่ ในช่วงเย็นก็มีตลาดเย็นสะแกกรัง ซึ่งคึกคักไม่แพ้กับตลาดเช้าเลย” (G03, G05)

ส่วนที่ 6 ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's)

ผู้วิจัยได้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 9 ท่าน โดยได้ข้อมูลดังนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคเอกชนต่อองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า “แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัด เน้นการคงความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงเดิม ทั้งที่มีการบูรณะซ่อมแซม อาทิเช่น วัดสังกัสรัตนคีรี, วัดอุโบสถาราม วัดท่าซุง

แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง เรือนแพ ลุ่มน้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตำบลเกาะเทโพ ที่เริ่มมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถ ตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม ผู้สูงอายุ ครอบครัว หรือแม้แต่วัยรุ่นก็ตาม” (B01, B02)

“แต่ละแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีนั้น มีความเป็นเอกลักษณ์ที่นำมาเป็น จุดเด่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างลงตัว และการดึงจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรมออกมาทำให้ เมืองนี้เกิดมนต์เสน่ห์ที่ไม่เหมือนใคร ใครได้ลองมาสัมผัสแล้วก็ต้องกลับมาอีก บางแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ชูความเป็นสมัยใหม่ที่จับต้องได้ แต่เน้นไปในการทำอะไร ให้แหล่งท่องเที่ยวของนั้นๆ ยังคงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นโดยไม่ทำลายสิ่งที่มีอยู่ มากที่สุดนั่นเองทำให้แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองอุทัยธานี แตกต่างจากที่อื่นอย่างสิ้นเชิง” (B03, B04)

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้ กล่าวว่า “การเข้าถึงจังหวัดอุทัยธานี และ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานี มีความสะดวกสบายเป็นมาก ถนนหนทางดีตลอด การเดินทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจะเดินทางด้วย รถส่วนตัว แต่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางด้วยรถสาธารณะก็มีการบริการให้กับนักท่องเที่ยว แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของตารางเวลาการเดินทาง ที่มีจำนวนน้อย มีการเดินทางโดยรถโดยสาร ประจำทาง คือบริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการเดินรถระหว่างกรุงเทพฯ-อุทัยธานีทุกวัน จาก สถานีขนส่งหมอชิต 2 ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง ทั้งรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศตั้งแต่เวลา 04.30-17.50 น. นอกจากนี้จากจังหวัดอุทัยธานียังมีรถโดยสารไปยัง จังหวัดนครสวรรค์ สุพรรณบุรี และนครปฐม การเดินทางโดยรถตู้โดยสาร คือ หจก.ชฎา อุทัยธานีทัวร์ จำกัด มีบริการรถตู้ปรับอากาศขึ้นจากสถานีขนส่งหมอชิต 2 ชานชาลาที่ 3 ราคา 150 บาท มีบริการตั้งแต่เวลา 04.30-18.30 น. และขึ้นที่ท่ารถตู้รังสิต ราคา 200 บาท มี บริการตั้งแต่เวลา 04.30-17.30 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง การเดินทางโดยรถไฟ นักท่องเที่ยวต้องโดยสารรถไฟไปลงที่สถานีนครสวรรค์ แล้วต่อรถประจำทางมายังจังหวัด อุทัยธานีอีกประมาณ 50 กิโลเมตร เนื่องจากจังหวัดอุทัยธานีไม่มีสถานีรถไฟ การเดินทางโดย รถโดยสารภายในจังหวัดอุทัยธานี จะมีทั้งรถสองแถว รถสามล้อ และรถบัสประจำทางวิ่งตาม เส้นทางต่างๆ เช่น อุทัยธานี-หนองฉาง อุทัยธานี-วัดสิงห์ อุทัยธานี-บ้านไร่ ลานสัก-

สว่างอารมณ์-ทัพนัน บ้านไร่-คลองแห้ง เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งรถโดยสารท่องเที่ยวเองภายในจังหวัดอุทัยธานีสามารถใช้บริการได้ แต่มีจำนวนในการให้บริการน้อยและรอนาน ถ้าเป็นสามล้อหรือสองแถวแนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการแบบเหมาคัน จะสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่า เนื่องจากส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว” (B01, B03, B05)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้ กล่าวว่า “ป้ายแนะนำข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี เช่น วัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี ถนนคนเดินตรอกโรงยา ตลาดชาวไร่ วัดถ้ำเขาวง มีป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อ่านเพื่อเป็นความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวนั้น และที่วัดวัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี มี QR CODE ให้นักท่องเที่ยวใช้มือถือสแกนและจะมีข้อมูลเป็นคลิปวิดีโอพร้อมกับเสียงบรรยายถึงข้อมูลที่สำคัญและประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่วนมากป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจะมีเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวกันเยอะๆ เท่านั้น เช่น วัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดถ้ำเขาวง สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้มีอย่างแน่นอน แต่ก็ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในต่างอำเภอ ที่ยังไม่มีป้ายบอกข้อมูลประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ยังไม่มีรวมถึง การสร้าง QR CODE ตามแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายในการได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวด้วย ป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว มีตามแหล่งท่องเที่ยวเด่นๆ ของจังหวัดอุทัยธานี ถึงแม้ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเกือบทุกคนที่เดินทางท่องเที่ยวจะมีโทรศัพท์มือถือ พร้อมกับอินเทอร์เน็ตที่สามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ บนมือถือของตนเองได้ แต่ป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวก็ถือว่ามีความสำคัญในการอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ตรงหน้าพร้อมกับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แท้จริง ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแบบทันทีทันใด โดยไม่ต้องเสียเวลามาค้นหาทางอินเทอร์เน็ตให้เสียเวลา” (B01, B02, B06)

“การบริการอินเทอร์เน็ต ตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ยังไม่มีการบริการ Free Wifi บริการให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งแนวโน้มของแหล่งท่องเที่ยวที่จะมีการบริการอินเทอร์เน็ตฟรีในอนาคต คือที่วัดท่าซุง ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงที่ดำเนินการเพื่อความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ส่วนมากการบริการอินเทอร์เน็ตฟรีให้กับ

นักท่องเที่ยว จะมีบริการตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ และที่พักแรม ส่วนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของทางจังหวัดอุทัยธานี ยังไม่มีการให้บริการในส่วนของการ Free Wifi ปัจจุบันนี้ยังไม่เห็นที่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีมีบริการอินเทอร์เน็ตฟรี เห็นที่มีก็คือที่ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม รีสอร์ทต่างๆ ในส่วนนี้มีอย่างแน่นนอน แต่ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดใช้โทรศัพท์มือถือ พร้อมอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว ซึ่งสัญญาณเครือข่ายทุกระบบที่จังหวัดอุทัยธานีมีความชัดเจน ยกเว้นพื้นที่ทางแก่งมะกรูด อำเภอบ้านไร่ และหุบป่าตาด อำเภอลานสัก เนื่องจากเป็นพื้นที่ป่า ที่มีสัญญาณเฉพาะเครือข่าย AIS เท่านั้น แต่ซึ่งในอนาคตเครือข่ายโทรศัพท์จะเข้าไปถึงอย่างครบถ้วนทุกเครือข่ายแน่นอน” (B01, B03, B04)

“ห้องสุขา ตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะสะดวก เนื่องจากมีการรณรงค์ให้แหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งช่วยกันรักษาความสะอาด มีการแบ่งประเภทห้องน้ำชายหญิง ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และห้องน้ำสำหรับผู้พิการ เช่น ที่วัดท่าซุง วัดสังกัสรัตนคีรี วัดถ้ำเขาวง เป็นต้น ส่วนในช่วงงานเทศกาลหรืองานประเพณี และที่ถนนคนเดินตรอกโรงยา ก็ได้มีการจัดรถสุขาเคลื่อนที่บริเวณสถานที่จัดงานเพื่อไว้รองรับนักท่องเที่ยวด้วย ห้องน้ำที่แหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนเยอะมาก โดยเฉพาะวัดท่าซุง ถือได้ว่าเป็นวัดที่มีห้องน้ำมากที่สุดระดับต้นๆ ของประเทศเลยก็ว่าได้ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ก็ถือว่ามีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ห้องน้ำที่แหล่งท่องเที่ยวตามวัดวาอาราม มีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ที่ตลาดสะแกกรัง และถนนคนเดินตรอกโรงยา ห้องน้ำไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องขอเข้าห้องน้ำตามร้านขายของ ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งบางร้านก็มีการคิดค่าบริการ” (B02, B05, B08)

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีโรงพยาบาลให้บริการในเขตอำเภอเมือง จำนวน 2 แห่ง และมีโรงพยาบาลกระจายอยู่ในอำเภอต่างๆ อีก 8 แห่ง ถือได้ว่ามีโรงพยาบาลที่สามารถรองรับการให้บริการด้านการรักษาพยาบาลอาการเจ็บป่วยได้อย่างเพียงพอ จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า จังหวัดอุทัยธานีมีโรงพยาบาลทุกอำเภอ ส่วนมากเป็นโรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชนจะมีอยู่ 1 แห่งในเขตอำเภอเมือง คนอุทัยธานีถ้าเจ็บป่วยหรือไม่สบายเล็กน้อยจะเข้าคลินิก จึงทำให้จังหวัดอุทัยธานีทุกๆ อำเภอ มีคลินิกเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความเพียงพอในการรองรับเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนประชากร โรงพยาบาล มีจำนวนเพียงพอในการรองรับประชาชนและนักท่องเที่ยวอย่างแน่นนอน อีกทั้งจังหวัดอุทัยธานี ยังมีทั้งคลินิกเวชกรรม คลินิกทันตกรรม จำนวนมาก และ

ในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว จะมีหน่วยรักษาพยาบาลประจำจุดต่างๆ ที่สำคัญเพื่อบริการให้กับนักท่องเที่ยวในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินด้วย” (B01, B03)

“ด้านความปลอดภัย ในด้านความปลอดภัยทางจังหวัดอุทัยธานี ได้มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดอุทัยธานี และมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามถนนเส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีกล้องวงจรปิดที่ดำเนินการติดตั้งประมาณ 100 ตัว กระจายอยู่ตามจุดต่างๆ ซึ่งช่วยสร้างมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดเล็กๆ ที่ค่อนข้างมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว แต่ทางจังหวัดก็นึกถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยการติดกล้องวงจรปิดตามถนนหนทางเส้นทางการเดินทางและตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม รีสอร์ท ก็มีการติดกล้องวงจรปิดเพื่อสร้างปลอดภัยและความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชนได้กล่าวว่า จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดที่มีความปลอดภัย เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ค่อนข้างมีความเรียบง่าย เป็นจังหวัดเล็กๆ ไม่มีสถานบันเทิง ไม่มีห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ แต่แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานที่พักผ่อน ก็มีติดกล้องวงจรปิดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงมีป้อมตำรวจ ของสถานีตำรวจภูธรอุทัยธานี ประจำอยู่ตามจุดต่างๆ และในช่วงวันหยุดยาว หรือช่วงงานเทศกาลประเพณี ก็จะมีเจ้าหน้าที่ตำรวจมาคอยอำนวยความสะดวก และให้การช่วยเหลือนักท่องเที่ยว” (B02, B04, B07)

5. ด้านที่พัก (Accommodation)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า “การก่อสร้างที่พักรองรับนักท่องเที่ยว ปัจจุบันนี้ที่พักของจังหวัดอุทัยธานี มีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา แต่ในวันเสาร์ วันหยุดยาว หรือในช่วงงานเทศกาลประเพณี ที่พักไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว จึงมีผู้ประกอบการดำเนินการสร้างอีกหลายแห่ง ส่วนใหญ่จะเป็นที่พักขนาดเล็ก ทั้งประเภทโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ ตอนนี้จังหวัดอุทัยธานี มีผู้ประกอบการใหม่ๆ สร้างรีสอร์ทขนาดเล็ก ประมาณ 10 ห้องหลายแห่ง สร้างแบบรีสอร์ทสไตล์ลอฟท์ ราคาถูก ห้องพักราคาหลักร้อย ห้องพักราคาหลักพัน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมอาหารเช้า ซึ่งตรงนี้จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้ ตอนนี้กำลังจะมีที่พักแบบเรือนแพ ริมน้ำสะแกกรัง ที่จะเปลี่ยนจากที่พักอาศัยของชาวแพมาเป็นโฮมสเตย์เรือนแพสะแกกรัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาพักแรมและสัมผัสวิถีชีวิตชาวแพอย่างแท้จริง ตรงนี้ก็เป็นจุดขายอีกทางหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบใกล้ชิด” (B02, B03, B08)

6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า “กิจกรรมยอดฮิตคือการเดินถนนคนเดินตรอกโรงยา ตั้งอยู่ที่ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีลักษณะเป็นชุมชนเก่าแก่ มีเรือนแถวไม้เก่าแก่เป็นเอกลักษณ์ ดั้งเดิมที่นี่เป็นชุมชนของชาวจีน สมัยก่อนนั้นมีการเปิดให้สูบผืนอย่างเสรี ผู้คนมากมายต่างมาที่นี่เพื่อซื้อ-ขายและสูบผืน บรรยากาศคึกคักมาก ชาวบ้านจะเรียกที่นี่กันว่า “ตรอกโรงยา” ต่อมาเมื่อมีการออกกฎหมายว่าผืนเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ผู้คนเริ่มห่างหายจากที่นี่ และกลายเป็นชุมชนที่ซบเซาลงในที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม บรรยากาศเก่าๆ ของชุมชน ก็ยังคงน่าหลงใหล หน่วยงานเอกชน พร้อมด้วยหน่วยงานในท้องถิ่น และชาวบ้านในชุมชนจึงได้ร่วมมือกันรื้อฟื้นให้ตรอกโรงยากลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง ด้วยการเปิดถนนคนเดินในช่วงวันเสาร์ตอนเย็น ชาวบ้านก็รวมตัวกันเปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมกับนำของดีของเด่นดั้งเดิมของชุมชนออกมาจำหน่าย ทั้งอาหารท้องถิ่น สินค้าพื้นเมือง ไปถึงสินค้าแฮนด์เมดจากคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับชุมชนเก่าแก่แห่งนี้ได้อย่างลึกซึ้ง ในขณะเดียวกันก็ได้รับความสนุกสนานและเพลิดเพลินกลับบ้านไปด้วย ถนนคนเดินตรอกโรงยาเปิดทุกวันเสาร์ เวลา 15.00-21.00 น. ถนนคนเดินตรอกโรงยาเป็นอีกหนึ่งสถานที่อีกแห่งหนึ่งที่สามารถสะท้อนเรื่องราวและบรรยากาศของความเป็นเมืองอุทัยได้เป็นอย่างดี ใครจะรู้ว่าถนนคนเดินเล็กๆ แห่งนี้แต่ก่อนนั้นเคยเป็นชุมชนที่อยู่อาศัยของชาวจีนอาศัยจำนวนมาก อีกทั้งเป็นแหล่งสูบผืนซึ่งเปิดอย่างถูกต้องตามกฎหมาย บรรยากาศของที่นี่จึงคลาคล่ำไปด้วยผู้คนที่มาซื้อขายและสูบผืนกันอย่างเสรี ทำให้ชาวบ้านในละแวกใกล้เคียงเรียกตรอกนี้จนติดปากว่า “ตรอกโรงยา” ต่อมาเมื่อ พ.ศ.2500 เมื่อรัฐบาลประกาศให้ผืนเป็นสิ่งเสพติดผิดกฎหมาย ตรอกโรงยาจึงซบเซาลงไปโดยปริยาย จนกระทั่งได้ถูกปลูกให้ฟื้นคืนชีวิตขึ้นมาใหม่อีกครั้งให้กลายเป็นถนนคนเดินกลางเมืองอุทัยธานี ที่ยังคงทิ้งร่องรอยของความเจริญรุ่งเรืองในอดีตผ่านบ้านไม้เก่าแก่ที่ได้ถูกปรับปรุงกลายเป็นร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึงร้านขายของที่ระลึก จนทำให้ตรอกโรงยากลับมาคึกคักอีกครั้ง หากนักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนที่พักริมตัวเมือง สามารถขับรถมายังถนนแห่งนี้ได้ ถ้าเป็นรถยนต์ด้านหน้าทางเข้าจะไม่มีที่จอดรถ ส่วนใหญ่จะจอดได้แค่รถมอเตอร์ไซด์และจักรยาน แต่สามารถนำรถไปจอดได้ที่ตลาดสดอุทัยและเดินย้อนมา แต่ที่จอดรถจะมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด ต้องมาถึงก่อนเวลาเปิดซักหน่อย หากพักบริเวณที่พักในละแวกใกล้เคียงซึ่งส่วนใหญ่จะมีจักรยานให้บริการฟรีแนะนำให้ปั่นจักรยานมาจะสะดวกมากกว่า ที่นี่อาหารราคาถูก มีทั้งอาหารท้องถิ่น และสินค้าพื้นบ้านมากมายที่คนอุทัยธานี นำออกมาจำหน่าย สำหรับพ่อค้า

แม่ค้าที่มาขายของที่นี้ ต้องมีทะเบียนบ้านเป็นคนจังหวัดอุทัยธานีเท่านั้น ถึงจะมาตั้งร้านขายของที่นี้ได้” (B01, B02, B03, B04, B06, B08)

“การจัดงานประเพณีตักบาตรเทโว ที่ วัดสังกัสรัตนคีรี เขาสะแกกรัง อ.เมือง จ.อุทัยธานี โดยภายในงานมี การแสดงแสง สี เสียง พร้อมรับประทานอาหารสำหรับคารว-หวาน พิธีตักบาตรเทโว ข้าวสารอาหารแห้ง ข้าวต้มลูกโยน การแสดงโตะหมู่บูชาประดับงาช้าง ประเพณีตักบาตรเทโว เป็นงานประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของจังหวัด การตักบาตรเทโว เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน การตักบาตรเทโวจึงเป็นการระลึกถึงวันที่ พระพุทธองค์เสด็จกลับจากการโปรดพระพุทธมารดาในเทวโลก เป็นประเพณีการทำบุญกุศล เนื่องในวันออกพรรษา วันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๑ ของทุกปี สถานที่จัดงานคือวัดสังกัสรัตนคีรี อำเภอเมืองอุทัยธานี ประเพณีตักบาตรเทโว พระสงฆ์หลายร้อยรูปพร้อมเพรียงเดินลงจาก ยอดเขาสะแกกรัง 449 ชั้น ดูเสมือนหนึ่งพระสงฆ์กำลังลงมาจากยอดเขาดาวดึงส์ ผู้คน เบื้องล่างเตรียมข้าวสารอาหารแห้งมารอใส่บาตรพระสงฆ์ จนเป็นภาพที่จดจำ ทั้งยังช่วย สร้างศรัทธาและสืบสานให้พระพุทธศาสนาดงอยู่สืบไป ประเพณีตักบาตรจัดขึ้นในช่วง วันออกพรรษา หรือเดือนตุลาคมของทุกปีโดยจะมีนักท่องเที่ยวจากทั่วสารทิศเดินทางมา ท่องเที่ยวในงานประเพณีตักบาตรเทโว ที่จังหวัดอุทัยธานีเป็นจำนวนมาก” (B01, B05, B06, B07)

ส่วนที่ 7 ผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's)

ผู้วิจัยได้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาคชุมชน จำนวน 4 ท่าน โดยได้ข้อมูล ดังนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

ผลการสัมภาษณ์ของหน่วยงานภาคชุมชนต่อองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's) พบว่า “แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี วัด สถาปัตยกรรมต่างๆ รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ที่ยังสามารถเห็นความเป็นธรรมชาติ โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไปกัน คือ เขาสะแกกรัง ตลาดสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดโบสถ์ วัดท่าซุง วัดสังกัสรัตนคีรี วัดถ้ำเขาวง วัดทัพทัน วัดผาทั้ง เรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดชาวไร่ ผ้าทอลาวครั้ง-ลาวเวียง หมู่บ้านกระเหรียงแก่น มะกรูด ชุมชนหมู่บ้านสะน้า สะพานโยนเกาะเทโพ พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี และสินค้า OTOP จากหมู่บ้านชุมชนต่างๆ ที่สะท้อนความเป็น

วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร และแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว และยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นวิถีชีวิตของชุมชนที่ยังคงปฏิบัติกันมายาวนานอีกทั้งแต่ละสถานที่ยังมีเรื่องเล่า มีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร” (C01, C02, C03)

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชนได้กล่าวว่า “การคมนาคมมีการปรับปรุงให้สะดวกสบายขึ้น หากเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ค่อนข้างสะดวกสบายมาก โดยข้อดีคือไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ทำให้สามารถเข้าไปเย็นกลับได้เลย ซึ่งเหมาะสมกับคนที่ไม่ค่อยมีเวลา แต่ต้องการจะท่องเที่ยวไหว้พระได้เป็นอย่างดี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการบริการของผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านขายของฝาก หรือที่พัก เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ อีกทั้งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการเป็นคนในชุมชนทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และสามารถ แนะนำแหล่งท่องเที่ยวได้อีกด้วย” (C01, C02)

“การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวครอบคลุมตั้งแต่การเดินทาง การบริการ ที่พักร้านอาหาร ความใส่ใจของชุมชน ซึ่งมันอาจจะไม่ได้ดีไปทั้งหมด แต่ก็สามารถเห็นภาพชัดได้ว่า คนในชุมชนต้องการที่จะดูแลหรือบริการให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้มีความรู้สึกประทับใจต่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ถนนหนทางร้านอาหาร อาจจะซับซ้อนไปบ้างแต่ก็ไม่ยากที่จะเดินทางหรือกล่าวได้ว่า ไม่ได้เป็นอุปสรรคใหญ่ที่ทำให้ส่งผลให้เกิดความไม่ประทับใจ อาจจะส่งผลดีให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับคนในชุมชนมากขึ้น ส่วนในเรื่องป้ายบอกทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะมีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ๆ และมีชื่อเสียง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวเล็กๆ หรือที่ไม่ค่อยมีชื่อเสียง ก็จะมีป้ายบอกทางน้อย ไม่ชัดเจน หรือไม่มีป้ายบอกทางเลย ทำให้นักท่องเที่ยวหลงทางได้” (C03, C04)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชนได้กล่าวว่า “ร้านอาหารในจังหวัดอุทัยธานีมีจำนวนมากเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ทั้งร้านอาหารแบบเต็มรูปแบบหรือร้านอาหารริมทาง ร้านเครื่องดื่มอย่างร้านกาแฟและร้านขนมก็มีจำนวนมาก และที่สำคัญคืออร่อยและราคาไม่แพง นักท่องเที่ยวสามารถเลือกกินได้ตามอัธยาศัยเลย ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จังหวัดอุทัยธานี มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในเขตเมือง และต่างอำเภอ และเริ่มมีเด็กรุ่นใหม่ที่เป็นคนในพื้นที่กลับมาเปิดธุรกิจร้านอาหารและร้านกาแฟกันหลายคน และสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 1 รถบัส ก็สามารถลงเรือลำ

ให้ญาติไปตามลำน้ำสะแกกรังเพื่อรับประทานอาหารกลางวันหรืออาหารเย็นได้ หรือจะนั่งรับประทานร้านอาหารริมแม่น้ำสะแกกรังหรือฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาก็ได้ ส่วนมากเมนูขึ้นชื่อจะเป็นเมนูอาหารท้องถิ่นประเภทปลาแม่น้ำ โดยเฉพาะปลาแรด ที่นักท่องเที่ยวทุกคนที่มาเที่ยวอุทัยธานีต้องได้รับประทาน ร้านอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดอุทัยธานี มีเยอะมากเพียงพอต่อการรองรับของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวเยอะๆ กันในวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ แต่บางร้านในวันเสาร์ก็อาจจะต้องมีการจองคิวหรือต่อคิวกันบ้าง ส่วนวันธรรมดาแต่ละร้านก็คนไม่เยอะ ร้านกาแฟบางร้านปิดวันธรรมดาก็มี” (C01, C04)

“ในด้านของฝากของที่ระลึก ได้มีหน่วยงานสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี โดยกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้จัดทำโครงการหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรม เป็นโครงการที่เป็นรูปธรรมในการขับเคลื่อนการกิจภายใต้โครงการไทยนิยม ยั่งยืน ของรัฐบาล อีกทั้งยังเป็นแนวคิดการพัฒนา OTOP รูปแบบใหม่ โดยการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชนควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ขายสินค้าอยู่ภายในชุมชน นำเสนอ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์มาแปลงเป็นรายได้ ทำให้รายได้กระจายอยู่ภายในชุมชน ทุกคนพร้อมเป็นเจ้าของที่ดี มุ่งเน้นกระจายรายได้สู่ชุมชนและประชาชนอย่างทั่วถึง โดยดำเนินการในพื้นที่ทั้ง 8 อำเภอ ในหมู่บ้านเป้าหมายที่มีความพร้อม จำนวน 35 หมู่บ้าน จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า สอดคล้องสินค้า OTOP ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น อย่างผ้าทอโบราณที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ เสื้อกอกที่สานเป็นกระเป๋ และของที่ระลึก มีดเมืองอุทัยที่มีความแข็งแรง มันทวน อาหารแปรรูปจากปลาแรด ข้าวเกษตรอินทรีย์ และสินค้า OTOP อีกมากมายอีกด้วย จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชนได้กล่าวว่า จังหวัดอุทัยธานีมีตั้งของศูนย์ OTOP ซึ่งรวบรวมของฝากของดีของเด่นของจังหวัดอุทัยธานี อยู่ที่นี่” (C02, C03)

“นอกจากนี้เมื่อทุกคนมาถึงอุทัยธานีจะนึกถึงร้านขนมปังสังขยาซึ่งมีรสชาติอร่อย มีความนุ่มของขนมปังและไส้ทะลัก ซึ่งก็มีอยู่หลายร้าน ร้านที่มีชื่อเสียงมากที่สุดและเป็นเจ้าแรกคือขนมปังสังขยาร้านไพพรรณ และก็มีร้านแม่ปวยลั้ง ร้านสิริกุล ซึ่งแต่ละเจ้าก็มีความอร่อยที่แตกต่างกันออกไป และยังมีของฝากของที่ระลึกอื่นๆ อีกมากมาย เช่น จักสาน ผักตบชวาบ้านเกาะลูกมอญ ซึ่งเป็นสินค้า OTOP ของจังหวัด ปลารมควัน ปลาแห้ง ซึ่งขายที่เรือนแพของชุมชนชาวสะแกกรัง ซึ่งนักท่องเที่ยวที่นั่งเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือนแพจะได้แวะเลือกซื้อกัน นอกจากนี้ ยังมีน้ำพริกแมงดา น้ำพริกปลาร้า น้ำพริกปลาย่าง น้ำพริกปลาช่อน น้ำพริกกากหมู ที่เป็นสินค้าที่โด่งดังในปัจจุบันอีกด้วย” (C01, C02, C04)

“ศูนย์รับแจ้งเหตุ ทางจังหวัดอุทัยธานี ไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องของเหตุร้ายต่างๆ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากอุทัยธานีเป็นจังหวัดเล็กๆ และเป็นจังหวัดที่ไม่มีสถานบันเทิงเริงรมย์ใดๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชื่อมั่นได้ในความปลอดภัยเมื่อมาเที่ยวที่จังหวัดอุทัยธานี แต่ทางจังหวัดก็มีศูนย์บริการในการรับแจ้งเหตุ คือสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ซึ่งมีศูนย์ตั้งอยู่ที่บริเวณหน้าวัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง สถานีตำรวจภูธร อุทัยธานี สำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมือง ตั้งอยู่ที่ศูนย์ OTOP ซึ่งเป็นสถานที่ให้ความช่วยเหลือสำหรับนักท่องเที่ยวได้ ศูนย์รับแจ้งเหตุของจังหวัดอุทัยธานี จะมีทั้งสถานีตำรวจภูธรอุทัยธานี สำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจท่องเที่ยว” (C01, C03)

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชนได้กล่าวว่า “จังหวัดอุทัยธานีมีร้านอาหาร และเครื่องดื่มบริการเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ยกเว้นในช่วงวันหยุดยาว มีนักท่องเที่ยวมาเยือนจำนวนมาก ทำให้บางร้านอาจต้องมีการรอคิว หรือจองคิวล่วงหน้า ตู้ ATM มีจำนวนเพียงพอ แต่การใช้บัตรเครดิต ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะไม่รับบัตรเครดิต นอกจากผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านอาหารขนาดใหญ่ บัมน้ำมัน ที่จะมีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ธนาคารมีจำนวนเพียงพอ และครบครันในการให้บริการ การบริการการเดินทางในพื้นที่จังหวัดเชิงราย จะมีรถสามล้อ รถสองแถว รถเมล์ ให้บริการตามจุดต่างๆ ในจังหวัดอุทัยธานี เช่น ตลาด ถนนคนเดิน สถานีขนส่ง อัตราค่าบริการเริ่มต้นที่ 20 บาท และเพิ่มขึ้นตามระยะทาง หรือจะเหมานำเที่ยวในตัวเมืองอุทัยธานีทั้งวันก็ได้ ในส่วนของการให้บริการข้อมูลกับนักท่องเที่ยวส่วนมากนักท่องเที่ยวจะสอบถามข้อมูลทางการท่องเที่ยวกับร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว ร้านของฝากของที่ระลึก หรือหาข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต เพื่อการท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย” (C01, C03)

5. ด้านที่พัก (Accommodation)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชนได้กล่าวว่า “มีการให้การสนับสนุนในเรื่องที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบางแห่งอยู่ห่างไกลจากอำเภอเมืองอุทัยธานี ใช้ระยะทางไกลหากต้องเดินทางกลับมาในอำเภอเมืองอุทัยธานี ด้วยเหตุนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี จึงมีโครงการในการให้การสนับสนุนชุมชนการท่องเที่ยว ให้ทำบ้านพักโฮมสเตย์ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักแรม ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ในการฟื้นฟูบ้านพักโฮมสเตย์ในชุมชนให้เป็นระเบียบ สะอาด มีการตกแต่งให้สวยงามโดยยังคงความเอกลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนนั้นไว้ อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังได้รับประทานอาหารท้องถิ่นของชุมชน และได้ร่วมทำกิจกรรมของ

ชุมชนอีกด้วย จังหวัดอุทัยธานี มีความโดดเด่นเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น ซึ่งชุมชนที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุทัยธานีมีหลายแห่ง เช่น ชุมชนบ้านท่าโพ ชุมชนหมู่บ้านสะพาน ชุมชนหมู่บ้านกระเหรี่ยง แก่นมะกรูด ชุมชนชาวเขาบ้านอีมาด-อีทราย ซึ่งแต่ก่อนในชุมชนดังกล่าวนี้ก็มีการทำโฮมสเตย์กันอยู่แล้ว แต่ทำกันน้อยเนื่องจากคนในชุมชนขาดความรู้ในการบริหารจัดการ จึงมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความรู้แก่คนในชุมชน สำหรับบ้านที่สนใจทำเป็นโฮมสเตย์ในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งตอนนี้ก็มีจำนวนที่พักประเภทโฮมสเตย์ตามชุมชนต่างๆ เพิ่มขึ้น” (C01, C02)

“ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดวิทยากรเข้ามาอบรมให้ความรู้ในการให้บริการนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชนได้ โดยการนำสิ่งที่มียูมาทำให้เกิดมูลค่า ซึ่งหัวข้อในการอบรมมีทั้งการทำบ้านของตนเองแบ่งพื้นที่ในการจัดทำโฮมสเตย์ หรือบ้านที่ทำเป็นโฮมสเตย์อยู่แล้ว มีวิธีการจัดการอย่างไร ให้นักท่องเที่ยวอยากพักแรม การทำอาหารท้องถิ่น การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาทำเป็นของฝากของที่ระลึก รวมถึงการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งตอนนี้มีชุมชนบ้านท่าโพ ชุมชนหมู่บ้านสะพาน ที่ได้รับการส่งเสริมในการทำที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว” (C03, C04)

6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชนได้กล่าวว่า “ประเพณีแห่เจ้าของชาวจีนเป็นประเพณีของชาวจีนในอุทัยธานีที่จะจัดพิธีแห่เจ้าพ่อและเจ้าแม่ซึ่งประดิษฐานอยู่ตามศาลต่างๆ โดยกำหนดมีงาน ตามการครบปีของเจ้าแต่ละองค์ การแห่เจ้าพ่อปู่เถาंग เจ้าพ่อหลักเมืองอุทัยธานี ประเพณีแห่เจ้าของชาวจีน จะจัดขึ้นประมาณปลายเดือนพฤศจิกายนของทุกปี ภายในงานยังมีการออกร้านอาหารวัฒนธรรมจีนโบราณ” (C01, C02)

“การละเล่นพื้นเมืองบ้านท่าโพ จัดที่อำเภอหนองขาหย่าง จัดขึ้นในเทศกาลตรุษสงกรานต์ คือระหว่างวันที่ 13-14 เมษายน ของทุกปี โดยชาวบ้านในหมู่บ้านท่าโพ และหมู่บ้านพันสี จะมาร่วมกันจัดการละเล่นพื้นเมืองขึ้นที่วัดท่าโพ โดยจะเก็บดอกไม้แห่เข้าโบสถ์แล้วร้องเพลงพืชมงคลในโบสถ์ เสร็จแล้วจะออกมาเล่นเพลงชักกะเย่อ เพลงโลม เพลงรำวงโบราณอย่างสนุกสนาน หรือถ้ามาไม่ตรงกับงานประเพณี ผู้ที่สนใจสามารถติดต่อล่วงหน้าเพื่อเข้ามาชมการแสดง หรือท่องเที่ยวในชุมชนบ้านท่าโพได้” (C03)

“ยังมีกิจกรรมการเดินทางคนเดินตรอกโรงยา ตลาดชาวไร่ ตลาดเช้าสะแกกรัง ล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวเรือแพสะแกกรัง ไหว้พระขอพร เทียววัดชมสถาปัตยกรรมที่สวยงาม

รับประทานอาหาร และขนมท้องถิ่น ปั่นจักรยานชมธรรมชาติ และสวนเกษตรที่ชุมชนเกาะ
เทโพ ทอผ้าที่บ้านป่าจำปี เดินขึ้นเขาปลาร้าเพื่อชมภาพเขียนสีประวัติศาสตร์ ซึ่งแต่ละกิจกรรม
ถือว่าเป็นกิจกรรมที่มีความน่าสนใจของจังหวัดอุทัยธานี” (C01, C02, C04)



ตาราง 75 การแสดงสรุปผลการสัมภาษณ์ด้านองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's)หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชน

ข้อคำถามการวิจัย		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่		ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)
1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ ทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรม ประเพณี	1. แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัด เน้นการคงความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงเดิม	1. แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี วัด สถาปัตยกรรมต่างๆ รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	2. ถนนคนเดิน รอยกโรง ยาน ประวัติศาสตร์เก่าแก่	2. แหล่งท่องเที่ยวในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ยอดนิยมกัน คือ เขาสะแกกรัง ตลาดสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดโบสถ์ วัดท่าซุง วัดสังกัสรัตนคีรี วัดถ้าเขาวง วัดทัพทัน วัดผาทั้ง เรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดชาวไร่ ผ้าทอลาวครึ่ง-ลาวเวียง หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด ชุมชนหมู่บ้านสะน้ำ สะพานโยนเกาะเทโพ พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	3. เรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรังจังหวัดอุทัยธานี ถือว่าเป็นมนต์เสน่ห์ที่มีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก	3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม ผู้สูงอายุ ครอบครัว หรือแม้แต่วัยรุ่น	
4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	4. ชุมชนหมู่บ้านสะน้ำเป็นชุมชนท่องเที่ยววิถีชีวิต	4. แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดเด่นๆของแหล่งท่องเที่ยวอย่างลงตัว	
5. ด้านที่พัก (Accommodation)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	5. ศูนย์เรียนรู้และอนุรักษ์แหล่งพื้นบ้านทำไพ่อ.หนองขาหย่าง เป็นหมู่บ้านที่มีเพลงพื้นบ้านทำไพ่อ เป็นศิลปวัฒนธรรมเพลงพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	5. การดึงดูดเด่นทางด้านวัฒนธรรมออกมาทำให้สิ่งนี้เกิดมนต์เสน่ห์ที่ไม่เหมือนใครใครได้ลองมาสัมผัสแล้วก็ต้องกลับมาอีก	
6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	6. มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ มีความหลากหลาย และมีความโดดเด่น สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนได้		

ตาราง 75 (ต่อ)

ข้อคำถามการวิจัย		ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ภาคชุมชน	
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่		ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)		ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)		ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	
1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)	ด้านแหล่งท่องเที่ยว	1. มีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก ถนนหนทางดี และสามารถเข้าถึงได้หลากหลายเส้นทาง	1. มีความสะดวกสบายเป็นมาก ถนนหนทางดีตลอดการเดินทาง	1. การคมนาคมมีการปรับปรุงให้สะดวกสบายขึ้น หากเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวค่อนข้างสะดวกสบายมาก	1. การคมนาคมมีการปรับปรุงให้สะดวกสบายขึ้น หากเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวค่อนข้างสะดวกสบายมาก	2. ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ทำให้สามารถเข้าไปเยี่ยมกลับได้เลย	
	ด้านความสะดวกสบาย (Amenities)	3. มีการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง การเดินทางโดยรถโดยสาร	3. นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางด้วยรถสาธารณะก็มีการบริการให้กับนักท่องเที่ยว	3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว	3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว		
	ด้านที่พัก (Accommodation)	4. ควรมีการปรับปรุงเรื่องป้ายบอกทาง และระยะทางให้ถูกต้อง	4. นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งรถโดยสารท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ แต่มีจำนวนในการใช้บริการน้อยและรอานาน ถ้าเป็นสามล้อหรือสองแถวแนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการแบบเหมาดินจะสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่า	4. นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งรถโดยสารท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ แต่มีจำนวนในการใช้บริการน้อยและรอานาน ถ้าเป็นสามล้อหรือสองแถวแนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการแบบเหมาดินจะสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่า	4. ป้ายบอกทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีป้ายบอกทางตลอดการเดินทางเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ๆ และมีชื่อเสียง		
	ด้านกิจกรรมทางท่องเที่ยว (Activities)	5. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่เพียงพอ	5. นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งรถโดยสารท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ แต่มีจำนวนในการใช้บริการน้อยและรอานาน ถ้าเป็นสามล้อหรือสองแถวแนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการแบบเหมาดินจะสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่า	5. นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งรถโดยสารท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ แต่มีจำนวนในการใช้บริการน้อยและรอานาน ถ้าเป็นสามล้อหรือสองแถวแนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการแบบเหมาดินจะสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่า	5. นักท่องเที่ยวที่ต้องการนั่งรถโดยสารท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้ แต่มีจำนวนในการใช้บริการน้อยและรอานาน ถ้าเป็นสามล้อหรือสองแถวแนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการแบบเหมาดินจะสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่า		
	ด้านความปลอดภัย	6. ด้านความปลอดภัย	6. ด้านความปลอดภัย	6. ด้านความปลอดภัย	6. ด้านความปลอดภัย		
	ด้านความสะอาด	7. ด้านความสะอาด	7. ด้านความสะอาด	7. ด้านความสะอาด	7. ด้านความสะอาด		

ตาราง 75 (ต่อ)

ขอคำถาถามการวิจัย		ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ภาคชุมชน	
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว		ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว		ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว		ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	
(6A's) ได้แก่		ท่องเที่ยว		ท่องเที่ยว		ท่องเที่ยว	
1. ด้านด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)	1. จุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานีมีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา	1. จุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานีมีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา		1. มีป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อ่านเพื่อเป็นความรู้และมีเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ		1. ร้านอาหารในจังหวัดอุทัยธานีมีจำนวนมากเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม	
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)		2. จุดชมวิวยอดนิยมของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีมีหลายแห่ง		2. ที่วัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี มี QR CODE ให้นักท่องเที่ยวใช้มือถือสแกนและจะมีข้อมูลเป็นคลิปวิดีโอพร้อมกับเสียงบรรยายถึงข้อมูลที่สำคัญ		2. ล่องเรือลำใหญ่ไปตามลำน้ำสะแกกรังเพื่อรับประทานอาหารกลางวันหรืออาหารเย็นได้	
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)		3. มีป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทางจนมาถึงยังแหล่งท่องเที่ยว		3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ		3. ด้านของฝากของที่ระลึก ได้มีหน่วยงานสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี โดยกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้จัดทำโครงการหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรม	
4. ด้านที่พัก (Accommodation)		4. การบริการอินเทอร์เน็ต ตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ยังไม่มีการบริการ Free Wifi		4. มีตั้งของศูนย์ OTOP ซึ่งรวบรวมของฝากของดีของเด่นของจังหวัดอุทัยธานี		4. มีตั้งของศูนย์ OTOP ซึ่งรวบรวมของฝากของดีของเด่นของจังหวัดอุทัยธานี	
5. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)		5. หอสมุดฯ ตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว และสวนใหญ่ตอนข้างสะพาน		5. ศูนย์บริการในการรับแจ้งเหตุ คือสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่บริเวณหน้าวัดท่าซุง สถานีตำรวจภูธร อุทัยธานี สำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมืองตั้งอยู่ที่ศูนย์ OTOP		5. ศูนย์บริการในการรับแจ้งเหตุ คือสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่บริเวณหน้าวัดท่าซุง สถานีตำรวจภูธร อุทัยธานี สำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมืองตั้งอยู่ที่ศูนย์ OTOP	

ตาราง 75 (ต่อ)

ขอคำถ้อยแถลงการวิจัย		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่		ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)
1. ด้านด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)	1. ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ทางจังหวัด อุทยานที่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว คือ ประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี	1. มีความปลอดภัยทางจังหวัดอุทัยธานี ได้มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและตามถนนหนทาง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	1. มีโรงพยาบาลให้บริการในเขตอำเภอเมือง จำนวน 2 แห่ง และมีโรงพยาบาลกระจายอยู่ในอำเภอต่างๆ อีก 8 แห่ง	1. จังหวัดอุทัยธานีมีร้านอาหารและเครื่องดื่ม บริการเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ยกเว้นในช่วงวันหยุดยาวมีนักท่องเที่ยวมาเยือนจำนวนมาก ทำให้บางร้านอาหารต้องมีการรอคิว
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	2. การบริการทางด้านการเงินและการธนาคาร ในจังหวัดอุทัยธานีมีธนาคารทุกธนาคารอยู่อย่างครบครัน	2. การบริการทางด้านการเงินและการธนาคาร ในจังหวัดอุทัยธานีมีธนาคารทุกธนาคารอยู่อย่างครบครัน	2. มีผลิตภัณฑ์ทางการเงินและสินเชื่อที่หลากหลาย	2. ตู้ ATM มีจำนวนเพียงพอ แต่การใช้บัตรเครดิต ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะไม่รับบัตรเครดิต นอกจากผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านอาหารขนาดใหญ่ มีน้ำดื่ม
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)	3. การบริการทางด้านการเงินและการธนาคาร ในจังหวัดอุทัยธานีมีธนาคารทุกธนาคารอยู่อย่างครบครัน	3. การบริการทางด้านการเงินและการธนาคาร ในจังหวัดอุทัยธานีมีธนาคารทุกธนาคารอยู่อย่างครบครัน	3. มีความปลอดภัยทางจังหวัดอุทัยธานี ได้มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและตามถนนหนทาง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	3. ธนาคารมีจำนวนเพียงพอ และครบครันในการให้บริการ
4. ด้านที่พัก (Accommodation)	4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)
5. ด้านที่พัก (Accommodation)	5. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	5. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	5. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	5. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)
6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	6. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	6. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	6. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	6. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)

ตาราง 75 (ต่อ)

ขอคำถ้อยแถลงการวิจัย		ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ภาคชุมชน	
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว		ด้านที่พัก (Accommodation)		ด้านที่พัก (Accommodation)		ด้านที่พัก (Accommodation)	
(6A's) ได้แก่		1. การควบคุมและตรวจสอบผู้ให้บริการด้านที่พักที่ได้มาตรฐาน		1. การก่อสร้างที่พักรองรับนักท่องเที่ยว มีความเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา แต่ในวันเสาร์ วันหยุดยาว งานเทศกาลประเพณี ที่พักไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว		1. การให้การสนับสนุนในเรื่องที่พักแบบโฮมสเตย์	
1. ด้านด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)		2. มีการตรวจสอบมาตรฐานของที่พักที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก และมาตรฐานสุขอนามัยในสถานการณ Covid-19 ในยุคการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal)		2. ส่วนใหญ่จะเป็นที่พักขนาดเล็ก ทั้งประเภทโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์		2. ทำบ้านพักโฮมสเตย์ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักแรม ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)		3. ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวต้องทำการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการปกครองท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี		3. ที่พักราคาถูก หางพักราคาถูก หางพักสอย หางพักสอย พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก		3. คนในชุมชนขาดความรู้ในการบริหารจัดการ จึงมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเขามาให้ความรู้	
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)		4. ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวต้องทำการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการปกครองท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี		4. ที่พักอาศัยของชาวแพมาเป็นโฮมสเตย์เรือนแพและแก่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาพักแรมและสัมผัสวิถีชีวิตชาวแพอย่างแท้จริง		4. ชุมชนหมู่บ้านละน้ำ ที่ได้รับการส่งเสริมในการทำที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยว	
4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)		5. ด้านที่พัก (Accommodation)		6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)			

ตาราง 75 (ต่อ)

ขอคำถวักการวิจัย		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว		ด้านการท่องเที่ยว	ด้านการท่องเที่ยว	ด้านการท่องเที่ยว
(6A's) ได้แก่				
1. ด้านด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)		1. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	1. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	1. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)		2. กิจกรรมไม่ไหวพระขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคล	2. งานประเพณีที่กักบาตรเทโว ที่ วัดสังกัสรัตนคีรี จัดขึ้นในช่วงวันออกพรรษา หรือเดือนตุลาคมของทุกปี	2. การละเล่นพื้นเมืองบ้านท่าโพ หยอ จัดขึ้นในเทศกาลตรุษสงกรานต์ คือระหว่างวันที่ 13-14 เมษายน ของทุกปี
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)		3. กิจกรรมการล่องเรือชมวิถีชีวิตลุ่มน้ำสะแกกรัง		
4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)		4. กิจกรรมการเดินชมตลาดสะแกกรัง		
5. ด้านที่พัก (Accommodation)		5. กิจกรรมการใส่บาตรพระทางน้ำด้วยตลาดสะแกกรังหรือตลาดลานสะแกตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำสะแกกรัง		
6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)				

ส่วนที่ 8 ผลการสัมภาษณ์ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ผู้วิจัยได้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 6 ท่าน โดยได้ข้อมูลดังนี้

1. การต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “ต้องการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนให้ช่วยกันอนุรักษ์ ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในระดับจังหวัดและประเทศ รวมถึงมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมครอบคลุมทั้งในด้านองค์ความรู้ บุคลากร งบประมาณ และจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการงานบุญ งานส่งเสริมทางด้านวัฒนธรรมต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานี งานประเพณีตักบาตรเทโว โครงการแข่งขันเรือยาว โครงการงานจุลกฐิน งานบุญบั้งไฟ งานบุญเดือนสาม เป็นต้น” (G01, G03)

2. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “ความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ควรมีการพัฒนาในด้านความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป พัฒนาในด้านองค์ความรู้ให้กับชุมชนนำไปต่อยอดในชุมชนและนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักอย่างแพร่หลายในด้านข้อมูลทางการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องและทำให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด อีกทั้งมีการส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหม่ๆ โดยเน้นการท่องเที่ยวแบบศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน เน้นสัมผัสกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวอุทัยธานี เพราะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการศึกษาหาความรู้ การอำนวยความสะดวกด้านข้อมูล การประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ” (G02, G04)

3. ด้านการแก้ไข อุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาครัฐได้กล่าวว่า “การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเจ้าของวัฒนธรรม โดยในบางชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่ภาครัฐต้องเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นหลัก ทำให้ในส่วนนี้ขาดความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว บุคลากรในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความรู้ ความรู้ยังน้อยที่จะถ่ายทอดข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ การขาดความต่อเนื่องในการพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ สาเหตุเกิดจากการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน เจ้าของพื้นที่ และงบประมาณ เรื่องของรูปแบบในการจัดงานต่างๆ ของทางจังหวัดอุทัยธานีควรมีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเอาไว้ โดยการใช้ของที่มียู่ในท้องถิ่น มาประดับตกแต่งภายในงาน เพื่อรักษาความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและเป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม” (G01, G05)

ส่วนที่ 9 ผลการสัมภาษณ์ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ผู้วิจัยได้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 9 ท่าน โดยได้ข้อมูลดังนี้

1. การต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า “ได้มีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและบริหารจัดการถนนคนเดินตรอกโรงยา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การร่วมจัดงานเสด็จประพาสต้น ที่จัดขึ้นในเดือนสิงหาคม ของทุกปี โครงการ Green Plus อนุรักษ์พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียวของจังหวัดอุทัยธานี งานเห่เรือ ธงช้างไทย ที่จัดขึ้น บริเวณตลาดเช้าสะแกกรัง การร่วมกันอนุรักษ์เรือนแพสะแกกรังให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ยังมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ แนะนำข้อมูลทางการท่องเที่ยวและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี”(B01, B02, B04)

2. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชนได้กล่าวว่า “การพัฒนาปรับปรุงทางด้านภูมิทัศน์ให้สวยงามน่าท่องเที่ยวในเส้นทางทางท่องเที่ยวทางน้ำและเส้นทางทางท่องเที่ยวทางบก รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมหรือมีภูมิทัศน์ที่ไม่สวยงาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำการสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มในด้านของป้ายบอกทางและป้ายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้หรือปลูกฝังกับเด็กรุ่นใหม่ให้เกิดความรักและหวงแหนในบ้านเกิดของตน รวมไปถึงให้เด็กรุ่นใหม่ช่วยกันสานต่อและอนุรักษ์พื้นที่ของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป” (B03, B04, B06)

3. ด้านการแก้ไข อุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคเอกชน ได้กล่าวว่า “หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาบริหารจัดการในด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีเกิดความยั่งยืน ควรมีเส้นทางทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกในการเดินทาง ซึ่งมีข้อมูลรายละเอียดทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านขายของฝากของที่ระลึก ที่พักแรม และข้อมูลทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สำคัญ และเป็นประโยชน์ แล้วมีการอัพเดทข้อมูลทางสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีอย่างทั่วถึง และที่จอตลอดบริเวณตลาดสะแกกรัง และถนนคนเดินตรอกโรงยามีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อการรองรับของจำนวนนักท่องเที่ยวในวันเสาร์ วันหยุดยาว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบริหารจัดการด้านที่จอตลอดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น” (B01, B04, B08)

ส่วนที่ 10 ผลการสัมภาษณ์ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ผู้วิจัยได้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาคชุมชน จำนวน 2 ท่าน โดยได้ข้อมูลดังนี้

1. การต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชน ได้กล่าวว่า “มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เรือนแพสะแกกรังซึ่งเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทางด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิมของชาวอุทัยธานีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นมรดกตกทอดถิ่นในการถ่ายทอดเรื่องราวด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรวมถึงทางด้านประวัติศาสตร์อีกด้วย มีส่วนร่วมในการจัดโครงการแห่เทียนทางน้ำ ในช่วงวันเข้าพรรษา ซึ่งการแห่เทียนทางน้ำเป็นประเพณีที่เก่าแก่ของชาวเรือนแพสะแกกรังที่มีมาแต่ดั้งเดิม นอกจากนี้ ยังมีส่วนในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และข้อมูลกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดอุทัยธานีได้เพิ่มมากขึ้นด้วย” (C01, C02)

2. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชน ได้กล่าวว่า “การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้เพิ่มเติมและสามารถถ่ายทอดข้อมูลความรู้ทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ ควรมีการจัดโครงการมรดกตกทอด หรือมรดกตกทอดน้อย เพื่อให้ความรู้กับ

นักท่องเที่ยวประจำแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี การพัฒนาได้กลุ่มใหม่ และคนในชุมชนให้มีความรู้ทางการท่องเที่ยวและเห็นว่าการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ และอาชีพให้กับคนในชุมชนได้จริง โดยมีวิทยากรที่มีความรู้เข้ามาให้ความรู้กับชุมชน อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีการถ่ายทอดข้อมูลที่เป็นปัจจุบันหรือข้อมูลสมัยใหม่ที่ทันต่อ การท่องเที่ยวในปัจจุบันให้คนในชุมชนได้เรียนรู้และเข้าใจต่อเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น และสามารถนำไปใช้ได้จริง” (C03)

3. ด้านการแก้ไข อุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ภาคชุมชน ได้กล่าวว่า “ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดสรรอุปกรณ์ บุคลากร งบประมาณ ในการซ่อมแซมเรือนแพชาวสะแกกรัง เนื่องจาก ชาวแพต้องทำการซ่อมแซมเรือนแพอยู่ตลอด เนื่องจากวัสดุที่เป็นไม้ไผ่ก็เสื่อมโทรม ตามกาลเวลา และเกิดจากภัยธรรมชาติ อีกทั้งในปัจจุบันไม้ไผ่หายาก และมีราคาแพง ทำให้ ชาวแพหลายหลังคาเรือนถอดใจในการใช้ชีวิตอาศัยอยู่บนเรือนแพ ด้วยสาเหตุนี้จะทำให้ ผู้ที่อาศัยอยู่เรือนแพมีจำนวนลดน้อยลงเรื่อยๆ” (C01, C04)

ตาราง 76 แสดงสรุปผู้มีส่วนร่วมกับชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดอุทัยธานี จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค
ชุมชน

ข้อคำถามการวิจัย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคชุมชน
1. การต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	1. มีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนให้ช่วยกันอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว 2. มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	1. มีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและบริหารจัดการถนนคนเดินตรอกโรงยา 2. การร่วมจัดงานเสด็จประพาสต้น 3. โครงการ Green Plus 4. การร่วมกันอนุรักษ์เรือนแพสะแกกรัง 5. มีส่วนร่วมในประชาสัมพันธ์แนะนำข้อมูลทางการท่องเที่ยว	1. มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เรือนแพสะแกกรัง 2. เป็นภาคีเครือข่ายท้องถิ่นในการถ่ายทอดเรื่องราวด้านการท่องเที่ยว 3. มีส่วนร่วมในการจัดโครงการแห่เทียนทางน้ำ 4. มีส่วนในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
2. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี	1. การพัฒนาในด้านความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป 2. พัฒนาในด้านองค์ความรู้ให้กับชุมชน 3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักอย่างแพร่หลาย 4. ส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวชุมชนใหม่ๆ	1. พัฒนาปรับปรุงทางด้านภูมิทัศน์ให้สวยงามน่าท่องเที่ยว 2. ควรเพิ่มในด้านของป้ายบอกทางและป้ายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว 3. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้หรือปลูกฝังกับเด็กรุ่นใหม่	1. พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ให้มีความรู้เพิ่มเติม 2. การจัดโครงการมรดกเทศก์หรือมรดกเทศก์น้อย
1. ด้านการแก้ไขอุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี	1. ในบางชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อย 2. บุคลากรในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความรู้ 3. การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ 4. จังหวัดอุทัยธานีควรมีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาบริหารจัดการในด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง 2. ควรมีเส้นทางทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกในการเดินทาง 3. ควรมีการอัพเดทข้อมูลทางสื่อออนไลน์ 4. ควรมีการบริหารจัดการด้านที่จอดรถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	1. ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดสรรอุปกรณ์ บุคลากรงบประมาณในการซ่อมแซมเรือนแพชาวสะแกกรัง

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องเรื่องการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี 2. เพื่อศึกษาความต้องการชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี 3. เพื่อสร้างรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประชากรและนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี เทศบาลเมืองอุทัยธานี สภาวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี หน่วยงานภาคเอกชน ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ หอการค้าจังหวัดอุทัยธานี สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านที่พักแรม ผู้ประกอบการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการสินค้าของที่ระลึก ผู้ประกอบการเรือบริการนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่มีส่วนสำคัญในบทบาทการเป็นผู้นำชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ชุมชน อันเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำคัญ จังหวัดอุทัยธานี และในส่วนของการแบบสอบถามเชิงปริมาณได้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 400 ชุด กำหนดกลุ่มประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีจำนวน 365,767 คน ซึ่งเป็นข้อมูลผู้มาเยือนล่าสุด ในปี พ.ศ. 2560 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% การคำนวณจากสูตร การหานักท่องเที่ยวที่ทราบจำนวนประชากรของ (ละเอียด คีลาน้อย, 2558) สำหรับนักท่องเที่ยวประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นใช้สูตรคำนวณขนาดนักท่องเที่ยว สัดส่วนประชากร (Population Proportion, π)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Closed-end questionnaire) และแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-end questionnaire) โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 6 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ภูมิสำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ
 ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี
 ประกอบด้วย การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว
 ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญและน่าสนใจของจังหวัดอุทัยธานี ตอนที่ 4 ความต้องการของ
 นักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย
 สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตอนที่ 5 รูปแบบและ
 กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย กิจกรรมต่างๆ
 ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คู่มือการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรม
 การท่องเที่ยว ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้าง
 แบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้าง
 ขึ้นมาไปทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability)
 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่
 ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 (Standard deviation) โดยใช้อธิบายความหมายของข้อมูลในลักษณะการบรรยายทั่วไป
 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ทดสอบความตรงของเนื้อหา
 (A test of validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย
 (Index of item objective congruence: IOC) การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test)
 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) จะใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่ การทดสอบ
 ค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน (Analysis of variance) แบบจำแนกทางเดียว
 (One-way ANOVA or f-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคล
 และตัวแปรตาม คือ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกิจกรรมต่างๆ ทางการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรม ความต้องการชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยว
 เชิงวัฒนธรรม และรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถ้าพบความแตกต่าง
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีเปรียบเทียบ
 พหุคูณ (Multiple comparison) ของ Scheffe เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ผู้ศึกษาได้ผลการวิเคราะห์จากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ขอนำเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

เพศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 53.3 และเป็นผู้ชาย 46.8

อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30 – 39 ปีคิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา เป็น 20-29 ปีคิดเป็นร้อยละ 23.0

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาอยู่ในระดับการศึกษา ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 25.5

อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาทำอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 22.3

ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 19.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาทเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา คือ 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.8

สถานภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โสด คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 36.8

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวยส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.8

นักท่องเที่ยวยส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีพร้อมครอบครัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ เพื่อน / กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.8

นักท่องเที่ยวยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี 1-5 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมาคือ 6-10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และ 11-15 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือ ไม่พักแรม คิดเป็นร้อยละ 12.5

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักรีสอร์ท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 17.8

ระยะเวลาที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จำนวน 1 คืน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 44.3

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีในช่วง 2,001 – 4,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0

พฤติกรรมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้าน ประวัติศาสตร์ และ โบราณสถาน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ ชุมชนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 19.5

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านนมัสการขอพร สิ่งศักดิ์สิทธิ์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ ชมวิถีชีวิตชุมชน หมู่บ้านชนเผ่า และ อารยธรรม คิดเป็นร้อยละ 25.5

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี จาก อินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือ การบอกปากต่อปากเป็นร้อยละ 28.3

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจากสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา การส่งเสริมการขาย เอกสารคำแนะนำต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ ลักษณะการท่องเที่ยว เช่น ราคา ค่ำค่า สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 36.8 และอิทธิพลของสังคมบุคคล เช่น สถานภาพ เศรษฐกิจ สังคม ทัศนคติ และค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 10.8

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 17.0

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อพักผ่อน เติมเต็มให้กับชีวิต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา คือ ศึกษาและเรียนรู้ คิดเป็น ร้อยละ 29.0

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อ ชมวิถีชีวิต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ วัฒนธรรมประเพณี คิดเป็น ร้อยละ 10.3

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด อุทัยธานีของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ ทรัพยากรที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 29.0

ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการโดยรวมระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49) เมื่อพิจารณาตามรายชื่อโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามของ ศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.95) รองลงมา ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม (ค่าเฉลี่ย = 4.92) การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.89) ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.78) และความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึกท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย = 4.74) ตามลำดับ

รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นของรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53) เมื่อพิจารณาตามรายชื่อโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ มากที่สุดได้แก่ ลักการะขอพร (หลวงพ่อดำ) และเยี่ยมชมความงดงามของวิหารแก้วและ ประสาททองคำที่วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม (ค่าเฉลี่ย = 5.00) รองลงมา เยี่ยมชม ศาสนสถานเก่าแก่ สถาปัตยกรรมงดงามริมน้ำสะแกกรังที่วัดอุโปสถาราม (ค่าเฉลี่ย = 4.93) ลักการะ พระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดสะแกกรัง (ค่าเฉลี่ย = 4.83) ลักการะขอพร (พระพุทธมงคล) ที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดสะแกกรัง

(ค่าเฉลี่ย = 4.77) และเยี่ยมชมชุมชนเก่า เดินเที่ยวถ่ายรูปกับอาคารเก่าแก่ เลือกลิ้นค้าพื้นเมืองและอาหารท้องถิ่น ที่ถนนคนเดินตรอกโรงยา (ค่าเฉลี่ย = 4.73) ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามเพศ

นักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง ให้ความคิดเห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวมและรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ การบริหารจัดการขยะมูลฝอย และการดูแลน้ำซังในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามอายุ

นักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ให้ความคิดเห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว อายุต่ำกว่า 20 ปี และ 60 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก ความสะดวกของช่วงเวลาในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในระดับมาก ป้ายบอกชื่อของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจนของนักท่องเที่ยว อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในระดับมาก และป้ายแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมจุดที่สำคัญของนักท่องเที่ยว อายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และปริญญาโท ให้ความคิดเห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสาร ป้ายบอกถึงประวัติความเป็นมาโดยย่อของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมจุดที่สำคัญ และการบริหารจัดการขยะมูลฝอย นักท่องเที่ยวระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

อยู่ในระดับมาก ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ นักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และปริญญาโท อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามอาชีพ

นักท่องเที่ยวอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / ราชการ / รัฐวิสาหกิจ นักเรียน / นักศึกษา และพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความคิดเห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการระเบียบของร้านค้าแผงลอย ของนักท่องเที่ยวอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขายและนักเรียน / นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสารความสะดวกของช่วงเวลาในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยของถนน / ท่าเรือป้ายบอกชื่อของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต (WIFI) ให้กับนักท่องเที่ยวโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา อยู่ในระดับมาก ป้ายบอกถึงประวัติความเป็นมาโดยย่อของแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวอาชีพ พ่อบ้าน / แม่บ้าน อยู่ในระดับมาก ป้ายแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมจุดที่สำคัญ ที่นั่งพักสำหรับผู้เยี่ยมชมภายในแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวอาชีพ นักเรียน / นักศึกษาและพ่อบ้าน / แม่บ้าน อยู่ในระดับมาก ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ การดูแลน้ำซังในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / ราชการ / รัฐวิสาหกิจ นักเรียน / นักศึกษา และพ่อบ้าน / แม่บ้าน อยู่ในระดับมาก การบริหารจัดการขยะมูลฝอยของนักท่องเที่ยวอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / นักเรียน / นักศึกษา และพ่อบ้าน / แม่บ้าน อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

นักท่องเที่ยวภูมิลำเนาภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ ภาคตะวันตก ให้ความคิดเห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสารของนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคเหนือ อยู่ในระดับมาก ความเพียงพอของ

จำนวนถึงขยะ การบริหารจัดการขยะมูลฝอย การดูแลน้ำขังในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวภูมิลำนานาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันตก อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

นักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ให้ความคิดเห็น ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสาร ป้ายบอกถึงประวัติความเป็นมา โดยย่อของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของห้องสุขา ความสะอาดของน้ำประปา การจัดระเบียบของสถานที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว ความร่มรื่นของต้นไม้ ดอกไม้ภายใน แหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก ป้ายแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมจุดที่สำคัญ การบริหารจัดการระเบียบของ ร้านค้าแผงลอย ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก มีระบบไฟฟ้าในการบริการนักท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท อยู่ในระดับมาก ความเพียงพอของจำนวนถึงขยะ ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก การบริหารจัดการขยะมูลฝอย การดูแลน้ำขังในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 50,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามสถานภาพ

นักท่องเที่ยวสถานะ โสด สมรส และหย่าร้าง / แยกกันอยู่ ให้ความคิดเห็น ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสถานะ สมรส อยู่ในระดับมาก ความเพียงพอของร้านอาหาร

การให้บริการข้อมูลทางการแหล่งท่องเที่ยวโดยมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการระเบียบของร้านค้า แผงลอย และการจัดระเบียบของสถานที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสถานะ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ อยู่ในระดับมาก ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ การบริหารจัดการขยะมูลฝอย ของนักท่องเที่ยวสถานะ โสด และสมรส อยู่ในระดับมาก การดูแลน้ำชั่งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวสถานะ โสด สมรส และหย่าร้าง / แยกกันอยู่ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามเพศ

นักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีโดยรวม และรายชื่อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามอายุ

นักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี 50-59 ปี และ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานีโดยรวม และรายชื่อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ฮักแซ่ตั้งร้านขายยาจีน ยาฝรั่ง เก้าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี การจัดทำคู่มือเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ 60ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานีที่หมู่บ้านสะแกกรัง ของนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานีของนักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 30-39 ปี และ 50-59 ปี อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง บนลำน้ำสะแกกรัง ของนักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณผาทัง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณโคกหม้อ อำเภอกัปปัน จังหวัดอุทัยธานี เยี่ยมชมหมู่บ้านแก่นมะกรูด หมู่บ้านชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง รับชมการแสดงชุดรำตง ซึ่งเป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้าน และการจัดทำโปรแกรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวอายุ และ 60ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและปริญญาโท ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายชื่อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สภกแช่ตั้ง ร้านขายยาจีน ยาฝรั่ง เก้าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานี ที่หมู่บ้านสะแกกรัง การจัดทำคู่มือเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และปริญญาโท อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามอาชีพ

นักท่องเที่ยวอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / ราชการ / รัฐวิสาหกิจนักเรียน / นักศึกษา และพ่อบ้าน / แม่บ้าน ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายชื่อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สภกแช่ตั้ง ร้านขายยาจีน ยาฝรั่ง เก้าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา และพ่อบ้าน / แม่บ้าน อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานีที่หมู่บ้านสะแกกรัง ของนักท่องเที่ยวอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และพ่อบ้าน / แม่บ้าน อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานีของนักท่องเที่ยวอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน / ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / นักศึกษา และพ่อบ้าน / แม่บ้าน อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมสะพานแขวนเกาะเทโพ เกาะสวรรค์ของคนชอบปั่นจักรยานและใช้ชีวิตที่ดำเนินไปแบบช้าๆ เยี่ยมชมการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง บนลำน้ำสะแกกรัง การจัดทำคู่มือเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี และการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา อยู่ในระดับมาก

เยี่ยมชมหมู่บ้านแก่นมะกรูด หมู่บ้านชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง รับชมการแสดงชุดรำตง ซึ่งเป็น ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ของนักท่องเที่ยวอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สภะตั้ง ร้านขายยาจีน ยาฝรั่งเก่าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวภูมิลำเนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตก อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานีที่หมู่บ้าน สะแกกรัง เยี่ยมชมสะพานแขวนเกาะเทโพ เกาะสวรรค์ของคนชอบปั่นจักรยานและใช้ชีวิต ที่ดำเนินไปแบบช้าๆ ของนักท่องเที่ยว ภาคใต้ อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยว ภูมิลำเนา ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง บนลำน้ำสะแกกรัง ของนักท่องเที่ยวภูมิลำเนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมกรรมวิธีการ ทอผ้าลายโบราณผาทัง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยว ภูมิลำเนา ภาคเหนือ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด อุทัยธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

นักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท ให้ความคิดเห็น รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และ รายข้อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สภะตั้ง ร้านขายยาจีน ยาฝรั่ง เก่าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณโคกหม้อ อำเภอกั๊กพัน จังหวัดอุทัยธานี เยี่ยมชมหมู่บ้านแก่นมะกรูด หมู่บ้านชาวเขาเผ่า กระเหรี่ยง รับชมการแสดง ชุดรำตง ซึ่งเป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานีที่หมู่บ้านสะแกกรัง เยี่ยมชมสะพานแขวนเกาะเทโพ เกาะสวรรค์ของคนชอบปั่นจักรยานและใช้ชีวิตที่ดำเนิน ไปแบบช้าๆ ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัด

อุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณผาทั้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามสถานภาพ

นักท่องเที่ยวสถานภาพ โสด สมรส และหย่าร้าง / แยกกันอยู่ ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวม และรายชื่อทุกข้ออยู่ในระดับ มากที่สุด ยกเว้น เยี่ยมชมวิถีชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานี ที่หมู่บ้านสะแกกรัง เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณผาทั้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณโคกหม้ออำเภอกัณฑ์ จังหวัดอุทัยธานี เยี่ยมชมหมู่บ้านแก่นมะกรูด หมู่บ้านชาวเขาเผ่า กระเหรี่ยง รับชมการแสดงชุดรำตง ซึ่งเป็นศิลปการแสดงพื้นบ้าน ของนักท่องเที่ยวสถานภาพ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ อยู่ในระดับมาก เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวสถานภาพ โสด สมรส และหย่าร้าง / แยกกันอยู่ อยู่ในระดับมาก การจัดทำคู่มือเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ของนักท่องเที่ยวสถานภาพ สมรส อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

**ความแปรปรวนเปรียบเทียบความพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่**

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวอายุต่ำกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยว อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี อายุ 40-49 ปี อายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยว อายุ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

**ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา
เป็นรายคู่**

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษา ปริญญาตรี และปริญญาโท ส่วนนักท่องเที่ยวระดับการศึกษาที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

**ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่**

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยวอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยว อาชีพราชการ / รัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับนักท่องเที่ยวอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยวอาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคเหนือ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคตะวันตก ส่วนนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคกลาง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันภาคตะวันตก ส่วนนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันภาคใต้ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวสถานภาพ โสด มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวสถานภาพ สมรสและหย่าร้าง / แยกกันอยู่ ส่วนนักท่องเที่ยวสถานภาพ สมรส มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวสถานภาพหย่าร้าง / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวอายุ 30-39 ปี ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบมีต่อความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และ พ่อบ้าน / แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบมีต่อความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคเหนือ ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวสถานภาพ โสด ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวสถานภาพ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ ส่วนนักท่องเที่ยวสถานภาพสมรส ให้ความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกับกับนักท่องเที่ยวสถานภาพ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้ ความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันใน การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวอายุ 20-29 ปี ให้ความคิดเห็นความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวอายุ 30-39 ปี ให้ความคิดเห็นความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปี ให้ความคิดเห็นความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 60 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวภาคเหนือ ให้ความคิดเห็นต่อความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวภาคใต้ และนักท่องเที่ยวภาคใต้ ให้ความคิดเห็นต่อความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวภาคตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวยุคใหม่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ให้ความคิดเห็นต่อความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวยุคใหม่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความต้องการของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันทำให้รูปแบบและกิจกรรมแตกต่างกันกับทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ด้านอายุเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 60 ปีขึ้นไป นักท่องเที่ยวอายุ 20-29 ปี ให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี นักท่องเที่ยวอายุ 40-49 ปี ให้ความคิดเห็นให้ความคิดเห็นรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวอายุ 50-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ความแปรปรวนเปรียบเทียบรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ผลการทดสอบพบว่านักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นต่อรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แตกต่างกันกับนักท่องเที่ยวระดับการศึกษา ปริญญาตรีและปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน

สรุปผลข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า

1. ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า จังหวัดอุทัยธานี มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจาก มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและโดดเด่นเป็นอย่างมาก มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี เรือนแพ ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดเช้าสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดถ้ำเขาวง ตลาดชาวไร่ ชุมชนบ้านสะนา หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี มีชาติพันธุ์กระเหรี่ยงโปว์ ลาวเวียง ลาวครั่ง ทางอำเภอบ้านไร่ และอำเภอยะคต ของจังหวัดอุทัยธานี

2. ด้านการเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป้าหมายเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์ มีการตั้งบาตรทางน้ำบริเวณตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งเป็นพระภิกษุสงฆ์ที่พายเรือมาจากฝั่งวัดโบสถ์ เพื่อมาบิณฑบาตทางน้ำ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก

3. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญมากมาย และมีการคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ของจังหวัดอุทัยธานี จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวศาสนา เนื่องจากเป็นเมืองที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก คือวัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง วัดอุโปสถาราม วัดลังกัสนครคีรี หลวงพ่อพุทธมงคลศักดิ์สิทธิ์เป็นพระคู่บ้านคู่เมือง สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก บนเขาสะแกกรัง มีจุดชมวิวกุฏิทัศน์ที่สวยงาม วัดผาทั้ง วัดถ้ำเขาวง วัดคูเมือง วัดหัวเมือง วัดหนองสะแก ผ้าทอบ้านผาทั้ง ผ้าทอบ้าจำปี ผ้าทอบ้านนาตาโพธิ์ สะพานโยนไม้ (เกาะเทโพ) เรือนแพสะแกกรัง แม่น้ำสะแกกรัง หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด ชุมชนหมู่บ้านสน่า ชุมชนหมู่บ้านอีมาด-อีทราย ถนนคนเดินตรอกโรงยา ตลาดเช้า และตลาดเย็นสะแกกรัง ตลาดชาวไร่ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ล้วนแล้ว เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ และมีความน่าสนใจของจังหวัดอุทัยธานี

4. ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า จังหวัดอุทัยธานีมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกระจายตัวอยู่ใน 8 อำเภอ มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์สืบต่อกันมานาน ที่เป็นประเพณีที่สังคมหรือชุมชนปฏิบัติร่วมกัน และประเพณีท้องถิ่น ได้แก่ ประเพณีตักบาตรเทโว มีชุมชนเรือนแพแม่น้ำสะแกกรัง ที่มีรูปแบบวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์หนึ่งเดียวของประเทศไทย จังหวัดอุทัยธานีมีพื้นที่ตั้งที่เหมาะสมสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดใกล้เคียง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า มีราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จังหวัดอื่น

5. ด้านการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า จังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่เกิดความเสื่อมโทรมเนื่องด้วยแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งของจังหวัดอุทัยธานี ขาดการดูแลรักษาของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวห่างไกลกัน ส่วนมากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวกัน คืออำเภอเมืองอุทัยธานี และอำเภอบ้านไร่ ซึ่งมีระยะทางห่างกัน 90 กิโลเมตร จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เมืองการท่องเที่ยวหลัก และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดให้เป็นเมืองรองของการท่องเที่ยวในกลุ่มภาคกลางตอนบน จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เมืองหลักของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึง และขาดการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง คนในชุมชนยังขาดทักษะการดำเนินงานและขาดความรู้ในการท่องเที่ยว

6. ด้านการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า มีงบประมาณในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว จึงได้มีการจัดสรรงบประมาณไปยังภาคส่วนต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะภาคส่วนของการพัฒนาสินค้าของจังหวัดอุทัยธานี มีเส้นทางการเดินทางที่สะดวกสบายสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่น การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีในปัจจุบันสามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวกและมีเส้นทางการเดินทางหลากหลาย จังหวัดอุทัยธานีได้รับการโปรโมททางสื่อออนไลน์ ได้แก่ ทางเว็บไซต์, Youtube, Facebook, บล็อกเกอร์ รวมไปถึงสื่อทางด้านโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ จึงทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

7. ด้านการวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า การชะลอตัวของเศรษฐกิจทำให้เกิดการท่องเที่ยวน้อยลงในปัจจุบันเนื่องด้วยค่าครองชีพต่างๆ แพงมากขึ้น ทั้งในส่วนของค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าอาหาร ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวยากขึ้น โรคระบาด Covid-19 ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนน้อยลง และนโยบายต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี (6A's)

1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี มีความพร้อมที่จะให้ประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ ทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรม ประเพณี แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัด เน้นการคงความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงเดิม ทั้งที่มีการบูรณะซ่อมแซม อาทิเช่น วัดสังกัสรัตนคีรี, วัดอุโบสถาราม วัดท่าซุง แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง เรือนแพลุ่มน้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พบว่า การเข้าถึงจังหวัดอุทัยธานี และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานี มีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก ถนนหนทางดี และสามารถเข้าถึงได้หลากหลายเส้นทาง การเข้าถึงจังหวัดอุทัยธานี สามารถเดินทางได้ทั้งรถส่วนตัว ซึ่งเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีที่สะดวกสบาย และได้รับความนิยมมากที่สุด มีการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง คือบริษัท ขนส่ง จำกัด มีบริการเดินรถระหว่างกรุงเทพฯ-อุทัยธานีทุกวัน การเดินทางโดยรถตู้โดยสาร คือ หจก.ชฎาอุทัยธานีทัวร์ จำกัด มีบริการรถตู้ปรับอากาศขึ้นจากสถานีขนส่งหมอชิต 2

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) พบว่า จุดนั่งพักของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานีมีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา แต่ในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้จุดนั่งพักของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่เพียงพอ จุดชมวิวของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีมีหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง ตั้งอยู่บนเขาสะแกกรัง ป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ก่อนเข้าตัวเมืองจังหวัดอุทัยธานี มีป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทางจนมาถึงยังแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อ่านเพื่อเป็นความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว นั้น มี QR CODE ให้นักท่องเที่ยวใช้มือถือสแกนและจะมีข้อมูลเป็นคลิปวิดีโอพร้อมกับเสียงบรรยายถึงข้อมูลที่สำคัญ

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) พบว่า ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ทางจังหวัดอุทัยธานีมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยว คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวบางคนการสอบถามข้อมูลจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านขายของที่ระลึก หรือที่พักแรม ซึ่งการสอบถามจากสถานที่ดังกล่าวนี้จะทำให้ทราบข้อมูลแบบชัดเจน การบริการทางการเงินและการธนาคาร ในจังหวัดอุทัยธานีมีธนาคารทุกธนาคารอยู่ครบครัน

5. ด้านที่พัก (Accommodation) พบว่า การควบคุมและตรวจสอบผู้ให้บริการด้านที่พักให้ที่พักได้มาตรฐาน ส่วนมากที่พักแรมของจังหวัดอุทัยธานีจะมีมากในเขตอำเภอเมือง และอำเภอบ้านไร่ ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวต้องทำการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการปกครองท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี ที่พักภายในชุมชนของจังหวัดอุทัยธานี ถ้าเป็นในเขตอำเภอเมืองก็จะเป็นเรือนแพ เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ แต่ถ้าเป็นทางอำเภอบ้านไร่ จะมีทั้งเกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ และพื้นที่กางเต็นท์ ในการบริการนักท่องเที่ยว

ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการเข้ามาตรวจสอบในเรื่องของมาตรฐาน Home stay และ Guest House ให้ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ กิจกรรมไหว้พระขอพรเพื่อความเป็นสิริมงคล กิจกรรมการล่องเรือชมวิถีชีวิตลุ่มน้ำสะแกกรัง กิจกรรมการเดินชมตลาดสะแกกรัง กิจกรรมตักบาตรทางน้ำบริเวณลานสะแกกรัง การจัดงานประเพณีตักบาตรเทโวที่วัดสังกัสรัตนคีรี เป็นงานประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของจังหวัด

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า

1. การมีส่วนร่วมในการส่งเสริม สนับสนุนชุมชนให้ช่วยกันอนุรักษ์ ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมถึงมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมครอบคลุมทั้งในด้านการจัดความรู้ บุคลากร งบประมาณ และจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการงานบุญ งานส่งเสริมทางด้านวัฒนธรรมต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานี งานประเพณีตักบาตรเทโว โครงการแข่งขันเรือยาว โครงการงานจุลกฐิน งานบุญบั้งไฟ งานบุญเดือนสาม เป็นต้น มีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและบริหารจัดการถนนคนเดินตรอกโรงยา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การร่วมจัดงานเสด็จประพาสต้น การร่วมกันอนุรักษ์เรือนแพสะแกกรังให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ยังมีส่วนร่วมในประชาสัมพันธ์ แนะนำข้อมูลทางการท่องเที่ยวและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

2. ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พบว่า การพัฒนาในด้านความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป พัฒนาในด้านองค์ความรู้ให้กับชุมชนนำไปต่อยอดในชุมชนและนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักอย่างแพร่หลายในด้านข้อมูลทางการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องและทำให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด การพัฒนาปรับปรุงทางด้านภูมิทัศน์ให้สวยงามน่าท่องเที่ยวในเส้นทางทางการท่องเที่ยวทางน้ำและเส้นทางทางท่องเที่ยวทางบก รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมหรือมีภูมิทัศน์ที่ไม่สวยงาม ให้มีความสวยงามน่าท่องเที่ยวมากขึ้น

3. ด้านการแก้ไข อุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พบว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเจ้าของวัฒนธรรม โดยในบางชุมชนมีส่วนร่วม

ในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อย ทำให้ในส่วนนี้ขาดความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว บุคลากรในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความรู้ ความรู้ยังมีน้อยที่จะถ่ายทอดข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ การขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ สาเหตุเกิดจากการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน เจ้าของพื้นที่ และงบประมาณ เรื่องของรูปแบบในการจัดงานต่างๆ ของทางจังหวัดอุทัยธานีควรมีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเอาไว้ โดยการใช้องค์ที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาประดับตกแต่งภายในงาน เพื่อรักษาความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และเป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม

การอภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี และวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อสร้างรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

จากผลการศึกษา การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อยู่ในช่วงอายุ 30 – 39 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคกลาง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาท สถานภาพส่วนใหญ่ โสด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ผกามาต ชัยรัตน์, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว จังหวัดอุตรธานี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด และไม่มีคุณสมบัติสอดคล้องในด้านอายุระหว่าง 20-29 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 20,000-29,999 บาท/เดือน

นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ครั้งแรก มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี พร้อมครอบครัว มีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี 1-5 คน พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่พักรีสอร์ท ระยะเวลาที่พักรแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 1 คืน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีในช่วง 2,001 – 4,000 บาท ส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ชลธิชา เนียมนาภา, 2557) การศึกษาเรื่อง “แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิทัศน์พื้นที่คำชะโนด อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี” พบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยวอุดรธานีครั้งแรกมากับครอบครัว จำนวน 3-5 คน ส่วนใหญ่นอนค้างคืนในจังหวัดอุดรธานีระยะเวลาในการพักรแรมจำนวน 1 คืน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีประมาณ 4,000 บาท

นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้าน ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านนันทนาการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานีจาก อินเทอร์เน็ต ตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจากสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อพักผ่อนเติมเต็มให้กับชีวิต มีสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อชม วิถีชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล, 2553) การศึกษาเรื่อง “ทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญใน จังหวัดปทุมธานี” พบว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้าน ประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่งอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ดู่สามโคก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ธง ตะขบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน และพัฒนาเส้นทาง การเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกันตลอดจนพัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการมากที่สุด ในด้านความเป็นเอกลักษณ์ และความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายของสินค้า และของที่ระลึกท้องถิ่น ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ประพัทธ์ชัย ไชยนอก, 2553) การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาย่านบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ และปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวบ้านด่านซ้าย คือสถานที่สำคัญต่างๆ ทางประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรม และประเพณีบางอย่างที่ได้รับการปฏิบัติสืบต่อกันมา

นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่อรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สักการะขอพร (หลวงพ่อกษิณสิงห์) และเยี่ยมชมความงดงามของวิหารแก้วและประสาททองคำที่วัดท่าซุง หรือวัดจันทาราม เยี่ยมชมศาสนสถานเก่าแก่ สถาปัตยกรรมงดงามริมน้ำสะแกกรังที่วัดอุโปสถาราม สักการะพระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกนาถ วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดสะแกกรัง สักการะขอพร (พระพุทธรูปมงคล) ที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดสะแกกรัง และเยี่ยมชมชุมชนเก่า เดินเที่ยวถ่ายรูปกับอาคารเก่าแก่ เลือกสินค้าพื้นเมือง และอาหารท้องถิ่น ที่ถนนคนเดินตรอกโรงยา ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ศศิธร เชิงหอม, 2554) การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านพันทน ตำบลพันทน อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร” การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของบ้านพันทน เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มา

ท่องเที่ยวบ้านพินาส่วนมากมาสักการะกู่พินา เยี่ยมชมคิวงสิงค์ หอเจ้าแม่นางคำเหลือง
สักการะปู่ตาคำ พิพิธภัณฑสถานบ้าน ปิงคำอ้อ ประเพณีบุญข้าวเจี๋ยกซ์ อนุรักษ์ปราสาทขอม
และสินค้าพื้นเมือง หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า

จังหวัดอุทัยธานี มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจาก
มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและโดดเด่น มีแหล่งท่องเที่ยว
ทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี เรือนแพ
ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดเช้าสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดถ้ำเขาวง ตลาดชาวไร่
ชุมชนบ้านสะน้า หมู่บ้านกระเหรียงแก่นมะกรูด มีชาติพันธุ์กระเหรียงโปว์ ลาวเวียง ลาวครั่ง
ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัด
อุทัยธานีได้เป็นอย่างมาก แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดอุทัยธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยว
ที่ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นวิถีชีวิตของชุมชน
ที่ยังคงปฏิบัติกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ระพีพรธณ ทองห่อ และคณะ,
2549) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัดของกลุ่ม
จังหวัดภาคกลางตอนบน ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่ม
จังหวัดภาคกลางตอนบน โดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เนื่องจากมีความต่อเนื่อง
ทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันมาอย่างยาวนาน และเกี่ยวกับพุทธศาสนาอย่างแน่นแฟ้น อีกทั้ง
ยังมีความหลากหลายเรื่องชาติพันธุ์และเอกลักษณ์มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ เนื่องจาก
มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก

จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถ
เป็นเป้าหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ที่น่าสนใจเป็นจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา
แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑสถาน มีประเพณีตักบาตร
เทโว ที่จัดขึ้นที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ จัดขึ้นในช่วง
วันออกพรรษาของทุกๆ ปี มีการตักบาตรทางน้ำบริเวณตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง
เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นจำนวนมากเมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี
คนอุทัยธานีมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (วรภาพ วงศ์รอด, 2559) ได้ศึกษา
เรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนวัฒนธรรม
ไททรงดำบ้านหนองเนิน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพ

การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านพื้นที่มีศูนย์วัฒนธรรมท้องถิ่นบ้านจำลองทรงไต่ดำ เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น มีโรงเรียนบ้านหนองเนินต่อยอดกิจกรรม และ หลักสูตรท้องถิ่น ด้านกิจกรรมมีการสืบทอดประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน ความเชื่อ ภาษา การแต่งกาย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกลุ่มอาชีพที่มีเอกลักษณ์ ด้านการจัดการตามคุ้มบ้าน อาศัณฐานทรัพยากรและผู้นำ และด้านการมีส่วนร่วมมีการประสานความร่วมมือระหว่างผู้นำ แกนนำชุมชน องค์กรท้องถิ่น สถานศึกษา ส่วนราชการในกิจกรรมของชุมชนในส่วนศักยภาพ ชุมชนแกนนำมีการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ด้านวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นอัตลักษณ์ ปรับปรุงและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ตระหนักคุณค่าของทรัพยากรสืบสาน ประเพณีและวัฒนธรรม ศึกษาดูงานชุมชนต้นแบบ การอบรมเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม มีส่วนร่วมการเรียนรู้ในกิจกรรมชุมชนต่อเนื่อง สำหรับการพัฒนาแนวทาง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการจัดทำแผนพัฒนาชุมชนวัฒนธรรม การจัดตั้ง คณะทำงานในชุมชน การประสานความร่วมมือกับผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน องค์การบริหาร ส่วนตำบลและเครือข่ายการจัดระบบข้อมูลข่าวสาร การจัดภูมิทัศน์ชุมชนชนพัฒนา ศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้าน และการจัดตั้งกองทุนชุมชนวัฒนธรรมและนาร่องการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม

จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และมีการคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ จังหวัดอุทัยธานี จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวศาสนา เนื่องจากเป็นเมืองที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก คือวัดจันทาราม หรือวัดท่าซุง วัดอุโปสถาราม หรือ วัดโบสถ์ วัดสังกัสรัตนคีรี มีหลวงพ่อพุทธมงคลคักดีสิทธิ์เป็นพระคู่บ้านคู่เมือง, สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนก บรมเสกสรรค์ มีจุดชมวิวกุฏิที่สวยงาม ชุมชนตลาดที่เป็น ที่อยู่อาศัยของชาวจีน มีถนนคนเดินตรอกโรงยาทุกเย็นวันเสาร์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ของชาวจังหวัดอุทัยธานี โดยการนำสินค้าพื้นเมืองมาขายแต่งกายย้อนยุคให้คงสภาพ ความดั้งเดิมของชุมชน อีกทั้งยังมีตลาดยามเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง ให้นักท่องเที่ยวได้บาตร พระริมน้ำ และจับจ่ายของกินที่เป็นของชาวบ้านในชุมชนอย่างแท้จริงในยามเช้าอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องหลักการของ (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี, 2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยวภายในอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี แบ่งออกเป็น โบราณสถาน/โบราณวัตถุ ประกอบไปด้วย มณฑลแปดเหลี่ยม วัดอุโปสถาราม อำเภอเมือง มณฑลพระพุทธรูปจำลอง บรมยอดเขา สะแกกรัง ตำบลน้ำซึม อำเภอเมือง หลวงพ่อพุทธมงคลคักดีสิทธิ์วัดสังกัสรัตนคีรี ตำบล น้ำซึม อำเภอเมือง ภาพจิตรกรรมฝาผนัง วัดพิชัยปุณาราม ถนนศรีอุทัย

ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมือง และพลับพลาอนุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกบนยอดเขาสะแกกรัง ตำบลน้ำซึม อำเภอเมือง ส่วนสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย วัดจันทาราม (วัดท่าซุง) ยอดเขาสะแกกรัง ลำน้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ตำบลเกาะเทโพ และพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี

ในส่วนขององค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่ 1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) 4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) 5. ด้านที่พัก (Accommodation) 6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) จังหวัดอุทัยธานีมีศักยภาพความพร้อมทางการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี มีความพร้อมที่จะให้ประสบการณ์ที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ ทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรม ประเพณี แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัด เน้นการคงความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงเดิม ทั้งที่มีการบูรณะซ่อมแซม อาทิเช่น วัดสังกัสรัตนคีรี, วัดอุโบสถาราม วัดท่าซุง แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง เรือนแพลุ่มน้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา ซึ่งสอดคล้องหลักการของ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) การท่องเที่ยว ในปัจจุบันมีกิจกรรมเกิดขึ้นอย่างมากมายเพื่อส่งเสริมหรือเป็นทางเลือกเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดของประเภทการท่องเที่ยวไว้หลากหลายประเภท แบ่งออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด น้ำตก ถ้ำ เกาะแก่งต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานั้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สามารถเลือกกิจกรรมที่ชื่นชอบเป็นพิเศษตามที่สนใจ และเนื่องจากอุทัยธานีเป็นเมืองที่มีความเป็นธรรมชาติและประชาชนท้องถิ่นมี ความเป็นกันเอง ถือว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งในการเดินทางมาพักผ่อน อีกทั้งมีการจัดหมู่บ้านที่เกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือในแบบโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้พักและมีกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน นอกจากนี้ควรมีจุดบริการ/เจ้าหน้าที่ ที่สามารถให้ความรู้ หรือแนะนำนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรม ควรมิกิจกรรมส่งเสริม ให้ความรู้กับชาวบ้าน หรือบุคคลในจังหวัดให้ทราบ ความหมายที่แท้จริงของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พบว่า การเข้าถึงจังหวัดอุทัยธานี และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดอุทัยธานี มีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก ถนนหนทางดี และสามารถเข้าถึงได้หลากหลายเส้นทาง การเข้าถึงจังหวัดอุทัยธานี สามารถเดินทางได้ทั้งรถส่วนตัว มีการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง การเดินทางโดยรถตู้โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ประพัทธ์ชัย ไชยนอก, 2553) พบว่า ระบบการคมนาคมขนส่งเพื่อเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย การพัฒนาระบบการคมนาคมให้มีความเพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว ในด้านเส้นทางการเดินทางส่วนใหญ่มีปลอดภัย และมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนส่งผลต่อ การดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ยังให้ความร่วมมือในการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และวางแผนนโยบาย ป้องกันเหตุอันตรายที่จะเกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความสะดวกและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) พบว่า จุดนั่งพักของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานีมีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในวันธรรมดา แต่ในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้จุดนั่งพักของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่เพียงพอ จุดชมวิวของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานีมีหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง มีป้ายบอกทางมายังแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทางจนมาถึงยังแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้อ่านเพื่อเป็นความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว นั้น มี QR CODE ให้นักท่องเที่ยวใช้มือถือสแกนและจะมีข้อมูลเป็นคลิปวิดีโอพร้อมกับเสียงบรรยายถึงข้อมูลที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องหลักการของ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) ได้นำเสนอที่มีองค์ประกอบของการท่องเที่ยว กล่าวว่า บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

4. ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) พบว่า ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวทางจังหวัดอุทัยธานีมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาสำนักงานจังหวัดอุทัยธานี นักท่องเที่ยวบางคนการสอบถามข้อมูลจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านขายของที่ระลึก หรือที่พักแรม ซึ่งการสอบถามจากสถานที่ดังกล่าวนี้จะทำให้ทราบข้อมูลแบบชัดเจน การบริการทางด้านการเงินและการธนาคาร ในจังหวัดอุทัยธานีมีธนาคารทุกธนาคารอย่างครบครัน ซึ่งสอดคล้องหลักการของ (สุจิตราภา พันธวิไล และคณะ, 2550) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวนั้น จะต้องคำนึงถึงภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี รวมไปถึงการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

5. ด้านที่พัก (Accommodation) พบว่า การควบคุมและตรวจสอบผู้ให้บริการด้านที่พักให้ที่พักได้มาตรฐาน ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวต้องทำการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานการปกครองท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี ที่พักภายในชุมชนของจังหวัดอุทัยธานี ถ้าเป็นในเขตอำเภอเมืองก็จะเป็นเรือนแพ เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ แต่ถ้าเป็นทางอำเภอบ้านไร่ จะมีทั้งเกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ และพื้นที่กางเต็นท์ ในการบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการเข้ามาตรวจสอบในเรื่องของมาตรฐาน Home stay และ Guest House ให้ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (มนกันต์ ถิ่นนคร, 2554) ทำการวิจัย เรื่องการพัฒนาแหล่งที่พักคิวิวงศ์จังหวัดนครศรีธรรมราชสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสู่แหล่งที่พักโฮมสเตย์ ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัยด้านการจัดการ และด้านสิ่งแวดล้อม จากผลการประเมิน ของคณะกรรมการต่อการพัฒนามาตรฐานที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชน พบว่า มาตรฐานด้านการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุง ทั้งนี้ เนื่องจากมีบางหลังคาเรือนยังไม่ได้มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ ป้ายบอกทาง แผนที่การเดินทาง ไม่เพียงพอ ดังนั้น ทางกลุ่มควรเร่งดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น

6. ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวส่วนมากจะเป็นการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ กิจกรรมไหว้พระขอพรเพื่อความบริสุทธิ์มงคล กิจกรรมการล่องเรือชมวิถีชีวิตลุ่มน้ำสะแกกรัง กิจกรรมการเดินชมตลาดสะแกกรัง กิจกรรมตักบาตรทางน้ำบริเวณลานสะแกกรัง การจัดงานประเพณีตักบาตรเทโวที่วัดสังกัสรัตนคีรี เป็นงานประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ประพัทธ์ชัย ไชยนอก, 2553) พบว่า การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ส่งผลให้การจัดกิจกรรมมีการปรับเปลี่ยนแต่การจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวยังคงเน้นเผยแพร่ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่เคยเป็นมาในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมบางอย่างอาจมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และกิจกรรมการท่องเที่ยวอาจส่งผลให้แหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี พบว่า

การต้องการมีส่วนร่วมในการส่งเสริม สนับสนุนชุมชนให้ช่วยกันอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่นั้นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมถึงมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมครอบคลุมทั้งในด้านองค์ความรู้ บุคลากร งบประมาณ และจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่องมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและบริหารจัดการถนนคนเดินตรอกโรงยา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การร่วมจัดงานเสด็จประพาสต้น การร่วมกันอนุรักษ์เรือนแพสะแกกรังให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ยังมีส่วนร่วมในประชาสัมพันธ์ แนะนำข้อมูลทางการท่องเที่ยวและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งสอดคล้องหลักการของ (เจตน์สฤษฎ์ อังศุกาญจนกุล, 2557) ทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชนอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า 1) ความเป็นมาของตลาดน้ำชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่าตลาดน้ำชุมชนเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่มานาน และอยู่ริมน้ำอาศัยการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำต่อมาได้รับผลกระทบจากการพัฒนาการคมนาคมทางบก ส่งผลให้กิจกรรมตลาดน้ำแบบดั้งเดิมลดน้อยถอยลงซึ่งกระทบต่อความเป็นอยู่ของชุมชน ดังนั้นชุมชนต้องแก้ไขปัญหาโดยการรวมตัวกันพัฒนาตลาดน้ำชุมชนขึ้นมาใหม่เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตลาดน้ำชุมชนอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างแท้จริง 2) การบริหารจัดการตลาดน้ำ

ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่ามีการบริหารจัดการในรูปของ คณะกรรมการชุมชน โดยมีกลุ่มผู้นำชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐโดยให้บริการสถานที่จำหน่ายสินค้า อาหาร ขนม ของที่ระลึก บริการ ล่องเรือ บริการที่จอดรถ ห้องน้ำ การรักษาความปลอดภัย ภายใต้เงื่อนไข ของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ คือควรอยู่ใกล้กรุงเทพฯ หรือแหล่งท่องเที่ยวหลัก มีทรัพยากรธรรมชาติ สังคมฐานวัฒนธรรมที่เป็นจุด ขายโดดเด่น โดยระดับความคิดเห็น ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดน้ำชุมชนโดย ภาพรวมและรายด้าน

การพัฒนาในด้านความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป พัฒนาในด้าน องค์ความรู้ให้กับชุมชนนำไปต่อยอดในชุมชนและนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักอย่างแพร่หลายในด้านข้อมูลทางการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง และทำให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด การพัฒนาปรับปรุงทางด้านภูมิทัศน์ให้สวยงามน่าท่องเที่ยว ในเส้นทางทางท่องเที่ยวทางน้ำและเส้นทางทางท่องเที่ยวทางบก รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่เสื่อมโทรมหรือมีภูมิทัศน์ที่ไม่สวยงาม ให้มีความสวยงามน่าท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้อง หลักการของ วงศ์ธีรวิ สุวรรณิน และคณะ, 2557 ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เช่น ประปา ไฟฟ้าถนนหนทาง ห้องสุขา และระบบรักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากวัดในจังหวัดปทุมธานี มีจำนวน นักท่องเที่ยวน้อยกว่าจังหวัดอื่น ส่วนร้านค้าขายจะมีอยู่ตามชุมชนรอบๆ วัด วัดส่วนใหญ่ มีภูมิทัศน์ที่สวยงามและมีพื้นที่โล่งกว้าง ส่วนทรัพยากรด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี พบว่าวัดส่วนใหญ่มีโบสถ์และพระพุทธรูปที่สำคัญ ชุมชนจะจัดประเพณี ร่วมกับวัด เช่น ตักบาตรทำทานและเวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา พร้อมทั้งการรณรงค์ ให้ประชาชนรักษาศิลปะวัฒนธรรมในวันพระและวันสำคัญทางศาสนา สำหรับวัด ที่มีนักท่องเที่ยวทางวัดจะจัดมัคคุเทศก์หรือบุคลากรพาชมวัด ส่วนที่ต้องปรับปรุง คือ จุดประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยทั้งบริเวณนอกวัดและในวัด

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเจ้าของวัฒนธรรม โดยในบางชุมชนมีส่วนร่วม ในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อย ทำให้ในส่วนนี้ขาดความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว บุคลากร ในการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความรู้ ความรู้ ยังมีน้อยที่จะถ่ายทอดข้อมูลทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ การขาดความต่อเนื่อง ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ สาเหตุเกิดจาก การมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน เจ้าของพื้นที่ และงบประมาณ เรื่องของรูปแบบในการจัดงาน

ต่างๆ ของทางจังหวัดอุทัยธานีควรมีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเอาไว้ โดยการ
ใช้ของที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาประดับตกแต่งภายในงาน เพื่อรักษาความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น
และเป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม ซึ่งสอดคล้องหลักการของ
(อรรธรณ เกิดจันทร์, 2557) ได้เสนอหลักการ ในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบไปด้วย
การอนุรักษ์และลดการใช้ทรัพยากรให้น้อยลงลดของเสีย จากการบริโภคที่ไม่จำเป็น
ดูแลและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มี
กิจกรรมนันทนาการรองรับ ความร่วมมือชนในท้องถิ่นการประสานความร่วมมือ ระหว่าง
ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่นองค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องเป็นการฝึกอบรมบุคลากร
ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม
และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และการวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพ
ในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไข
ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อีกทั้งยังยังขาดความจริงจังในการโปรโมท
ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดไม่เป็นที่รู้จักของคนในประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยว
จำนวนน้อย และไม่มีจุดที่เด่นชัดเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แถมยังมี
แหล่งท่องเที่ยวจำนวนไม่กี่ที่เป็นที่นิยม นอกจากนี้ยังมี อุปสรรคจากภัยธรรมชาติด้วย

ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวถูกระบุความสำคัญไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาที่มุ่งสู่
การเปลี่ยนประเทศไทยจากประเทศที่มีรายปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง
มั่งคั่ง และยั่งยืน สำหรับในด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ได้กำหนดแนวทางด้านการปรับโครงสร้างการผลิตของภาคบริการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง
เกิดการเชื่อมโยงเครือข่าย ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มี
ความทันสมัย ยกกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยสู่สากล รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว
ให้สามารถแข่งขันได้กับนานาชาติ รวมถึงควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยว และส่งเสริม
การท่องเที่ยวต่างๆ พัฒนาเชิงพื้นที่ในลักษณะกลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยว ให้ทุกพื้นที่
ที่มีความเชื่อมโยงทั้งทางกายภาพ วิถีชีวิตท้องถิ่น และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 , 2 และ3 มาวิเคราะห์ จุดแข็ง
จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) การวิเคราะห์ TOWS Matrix และนำเสนอ
แนวทางของการร่างรูปแบบและกิจกรรมออกมาเป็นคู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดอุทัยธานี เพื่อเป็นการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัด
อุทัยธานี ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

2. การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปเป็นการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

3. การร่างรูปแบบและกิจกรรม โดยนำเสนอเป็นคู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี เพื่อเป็นการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

การวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี มีข้อมูลดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) :

1. มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย
2. จังหวัดอุทัยธานีมีพื้นที่ตั้งที่เหมาะสมสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดใกล้เคียง
3. คนในพื้นที่มีอัธยาศัยดี
4. มีการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นแบบดั้งเดิม
5. มีสินค้าของที่ระลึกที่มีคุณภาพค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความคุ้มค่า

จุดอ่อน (Weaknesses) :

1. แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
2. แหล่งท่องเที่ยวห่างไกลกัน
3. จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เมืองการท่องเที่ยวหลัก
4. เยาวชนในพื้นที่ละเลยไม่เห็นความสำคัญ
5. คนในชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว
6. ขาดการดำเนินโครงการด้านท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

โอกาส (Opportunities) :

1. มีงบประมาณในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
2. มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง
3. จังหวัดอุทัยธานีมีอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏของประเทศไทย
4. มีเส้นทางการเดินทางที่สะดวกสบายสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่น
5. มีการนำสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นไปนำเสนอในระดับสากล

อุปสรรค (Threats) :

1. การชะลอตัวของเศรษฐกิจทำให้เกิดการท่องเที่ยวน้อยลง
2. การโรคระบาด Covid-19 ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนน้อยลง
3. ปัญหาจากภัยธรรมชาติต่างๆ เช่น อุทกภัย ภัยแห้งแล้ง ไฟป่า เป็นต้น
4. นโยบายต่างๆ จากหน่วยภาครัฐมีการดำเนินการไม่ต่อเนื่อง
5. มีการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำไปเป็นการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี มีข้อมูลดังนี้

กลยุทธ์จุดแข็ง-โอกาส (กลยุทธ์เชิงรุก S-O)

1. แผนการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุน
3. ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อสินค้า OTOP
4. สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น
5. เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น
6. ถ่ายทอดสดวีดีโอบน Facebook Live ในกิจกรรมและเทศกาลงานประเพณีที่มีชื่อเสียงของจังหวัด

กลยุทธ์จุดอ่อน-โอกาส (กลยุทธ์เชิงแก้ไข W-O)

1. สำรวจแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้ง
2. มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
3. จัดการฝึกอบรมผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวระดับชุมชน ในเรื่องบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
4. ประชุมเพื่อหาแนวทางการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นทำกิจกรรมในชุมชนแต่ละชุมชนให้เป็นระบบและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

กลยุทธ์จุดแข็ง-อุปสรรค (กลยุทธ์เชิงป้องกัน S-T)

1. จัดการบรรณารักษ์ผ่านโครงการสร้างจิตสำนึกรักและหวงแหนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และยั่งยืน
2. เน้นการร่วมเครือข่ายธุรกิจชุมชนให้มากขึ้น เพื่อช่วยเหลือเศรษฐกิจชุมชน และลดความรุนแรงจากภาวะการถดถอยทางเศรษฐกิจ

กลยุทธ์จุดอ่อน-อุปสรรค (กลยุทธ์เชิงรับ W-T)

1. วางแผนการสร้างการค้าขายของที่ระลึกในแหล่งชุมชนต่างๆ ระหว่างแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน
 2. สร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- การร่างรูปแบบและกิจกรรม โดยนำเสนอเป็นคู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เพื่อเป็นการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี มีข้อมูลดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดอุทัยธานี
2. อาณาเขตที่ตั้ง
3. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี
4. โปรแกรมท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี
5. เทศกาลและงานประเพณี
6. ที่พักจังหวัดอุทัยธานี
7. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
8. ของฝากของที่ระลึกจังหวัดอุทัยธานี
9. หมายเลขโทรศัพท์ที่สำคัญ
10. แผนที่ตัวเมืองจังหวัดอุทัยธานี
11. แผนที่จังหวัดอุทัยธานี

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

1. ควรสนับสนุนให้เพิ่มป้ายแนะนำประวัติและความเป็นมาเพิ่มขึ้น โดยให้การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกอาทิเช่น ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยว อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น
2. ควรอัปเดตสถานที่ท่องเที่ยวในเว็บไซต์ ให้เป็นปัจจุบัน และควรแจ้งเพิ่มเติมเรื่องการเดินทาง การปฏิบัติตามกฎต่างๆ แนะนำแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อเพิ่มยอดการท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงให้เพิ่มมากขึ้นด้วย นักท่องเที่ยวอาจจะเพิ่มขึ้นในอนาคตข้างหน้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. ควรจัดสรรราคาของวัตถุมงคลให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น



ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ นอกจากผลการศึกษาที่ได้รับแล้วผู้ศึกษาได้พบประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจที่คาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้สนใจนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปขยายเพื่อเป็นประเด็นศึกษาต่อในโอกาสต่อไป จึงขอเสนอแนะ

1. ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี เพื่อนำผลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างๆ ในประเทศไทยด้วย
2. ศึกษาผลกระทบต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี ในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง เรือนแพสะแกกรัง ภัตตาคารจัดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่แท้จริง และนำไปปรับปรุง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตานักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ได้ทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดความยั่งยืนต่อไป



บรรณานุกรม

- กนกพร ฉิมพล. (2559). **แนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุ ตำบลตะคุ อำเภอบักกงชัย จังหวัดนครราชสีมา**. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, นครราชสีมา.
- กรวรรณ สังขกร. (2556). **การท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปี พ.ศ.2558-2562**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก [https://www.mots.go.th/mots_cio/download/pdf_upload/MOTSMP_Report3_Plan_Final_V2-1%20\(1\).pdf](https://www.mots.go.th/mots_cio/download/pdf_upload/MOTSMP_Report3_Plan_Final_V2-1%20(1).pdf)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **สำนักงานสถิติ จังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2562, จาก https://uthaithani.mots.go.th/more_graph.php
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). **แถลงข่าว สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2561**. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2562, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11273
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). **แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2563, จาก <https://uthaithani.mots.go.th/>
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2559). **รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ ปี พ.ศ. 2559**. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2561, จาก http://library.dmr.go.th/Document/DMR_Technical_Reports/2559/22476.pdf
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2555). **อนุสัญญามรดกโลก**. สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.thaiwhic.go.th/convention.aspx>
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานอุทัยธานี ศาลากลางจังหวัดอุทัยธานี. (2559). **ตลาดเช้าอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2562, จาก <http://thebest.uthaithani.go.th/th/tour/sakaekrang-river.html>
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานอุทัยธานี ศาลากลางจังหวัดอุทัยธานี. (2559). **วิถีชีวิตชาวแพ ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง**. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2562, จาก <http://thebest.uthaithani.go.th/th/tour/sakaekrang-river.html>
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2556). **ประวัติจังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2562, จาก http://www.uthaithani.go.th/history_uthai.html
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2560). **บ้านสะแกกรัง**. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2562, จาก http://www.uthaithani.go.th/history_uthai.html
- กอบกาญจน์ เหวียนทอง. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม, สมุทรสงคราม.

- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **โอกาสการลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอุตสาหกรรมสำคัญอันหนึ่งของประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2562, จาก <http://library.dip.go.th/multim6/ebook/IV%2051%20%E0%B8%AA1.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). **เที่ยวใหญ่ เปิดประตูสมอง**. กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลอร์ ชาแนล.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุดภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุดภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวทางพิพิธภัณฑ์**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุดภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **ทรัพยากรการท่องเที่ยวไทย ชุดภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). **แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน จังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2563, จาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/อุทัยธานี/116>
- โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. (2550). **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <https://thaicommunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/2012/01/cbtnetworkhandbook.pdf>
- จรัสนันท์ สิทธิเจริญ. (2551). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จริญญา เจริญสดี. (2544). **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- เจตน์สฤษฏี อังศุกาญจน์กุล. (2557). **ตัวแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชนอย่างยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์ (รป.ด.(รัฐประศาสนศาสตร์)), มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. (2547). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภารพิมพ์.
- ฉอาน วุฒิกรรมรักษา. (2546). **ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนรวมของประชาชนในโครงการงานในชนบท: ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการที่ได้รับรางวัลดีเด่นของตำบลคุงพยอม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นัตราพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลอร์เน็ต.
- ชลธิชา เนียมมาภา. (2557). **แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิทัศน์พื้นที่คำชะโนด อ.บ้านดุง จ.อุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชิดจันทร์ หังสุต. (2542). **หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2559). **ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ชูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล. (2544). **การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการจัด Homestay**. จุลสารการท่องเที่ยว.
- ณรงค์ วาริชล. (2551). **การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาเทศบาลเมืองน้อยอยู่.กรณีศึกษาเทศบาลตำบลบางพระ**. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ณรงค์ เส็งประชา. (2548). **พื้นฐานวัฒนธรรมไทย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ทักษ์อักษร.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ดุขฎี ช่วยสุข. (2559). **การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษา บ้านชีทวน**. วารสารวิถีสังคมมนุษย์, 4(2 กรกฎาคม - ธันวาคม), 296-309.
- ทวีทอง หงส์วิวัฒน์. (2547). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: คัดดีโสภณการพิมพ์.
- ทานตะวัน อินทร์จันทร์. (2546). **การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนย่อยในเขต เทศบาลเมืองลำพูน**. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ที่ทำการปกครองจังหวัดอุทัยธานี. (2558). **เขตการปกครองจังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <https://uthaidopa.com/>
- ที่ทำการปกครองจังหวัดอุทัยธานี. (2558). **สภาพภูมิประเทศจังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <https://uthaidopa.com/>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2550). **การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน จุดเริ่มต้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน เอกสารในการสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว** (pp. 102-115): ม.ป.ท.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). **วาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธนวัฒน์ คากีลานนท์. (2550). **การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองคูคต จังหวัดปทุมธานี**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11)**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญ บีซีเนสอาร์แอนด์ดี.

- นิคม จารุมณี. (2546). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิศา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1)**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิศากร บุญเลิศ. (2556). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ (ศศ.ม.), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. (2553). **เอกสารคำสอนวิชา 01390331 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 5)**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. (2554). **กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ มนุษยศาสตร์ในทศวรรษใหม่ พลวัตแห่งองค์ความรู้กับพหุลักษณะทางวัฒนธรรม (หน้า 33-35). ณ อาคารวชิราวุธ มหาวชิราวุธวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- บุญเลิศ จิตตังวัฒนา (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตังวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 1)**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตังวัฒนา. (2548). **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. (2553). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์ การพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
- ปรัชญา เวสารัชช์. (2548). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรีดา เจษฎารางกุล. (2550). **การมีส่วนร่วมของกรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกาจังหวัดปทุมธานี**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการปกครองท้องถิ่น, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ปรีดา ไชยา. (2558). **องค์ประกอบของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ปาริฉัตร อึ้งจะนิล. (2554). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบตลาดเก่า กรณีศึกษาตลาดคลองสวน 100 ปีจังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ผกามาต ชัยรัตน์. (2560). **ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยพะเยา
- แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี. (2561). **แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี ปี พ.ศ. 2561-2564**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.uthaithani.go.th/basedata/statigyplan61-64.pdf>

พจนานวนศรี. (2546). เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 8-15 การจัดการนันทนาการและ
การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พจนานวนศรี. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 1). เชียงใหม่:
สถาบันการท่องเที่ยวชุมชน.

พยอม ธรรมบุตร. (2548). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน จังหวัดปทุมธานี. ปรินญาณินพนธ์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต.
สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ

พัทธา สายหู. (2544). ปัจจัยที่กำหนดลักษณะที่อยู่อาศัย.บริบททางสังคม. ในบัณฑิตจุลาลัย
(บรรณาธิการ), บ้านไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้าน
โคกไคร จังหวัดพังงา. ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร,
ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2557).

พิรพล ไชยพงศ์. (2549). การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับชีวิต
ร่างกายและทรัพย์สินของประชาชน:ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลอ้อมน้อยอำเภอก
กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิตสาขาพัฒนาสังคม,
คณะพัฒนาสังคม, สถาบันพัฒนาบัณฑิตบริหารศาสตร์

เพ็ญกานต์ นามวงศ์. (2552). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรม ชุมชนไหลหิน
อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ไพรัตน์ เตชะรินทร์. (2547). การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการบริหารท้องถิ่น: ศึกษาเฉพาะกรณี
อำเภอดงจังหวัดนครศรีธรรมราช. ปรินญาณินพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขารัฐศาสตร์, คณะ
รัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง. (2545). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษา หมู่บ้านห้วยโป่ง
ผาสด อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มนกันต์ ถิ่นนคร. (2554). แนวทางการพัฒนาแหล่งที่พักบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช
สู่ไฮมสเตย์มาตรฐานไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มนัส สุวรรณ. (2548). นิเวศวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
โอเดียนสโตร์.

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2557). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร.
ปรินญาณินพนธ์ สาขาวิชาการท่องเที่ยว.คณะวิทยาการจัดการ,
มหาวิทยาลัยศิลปากร

- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). การท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/travel.html
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). ปัญหาและอุปสรรคในการอยู่แพ. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/live.html
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). ลักษณะของเรือนแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/untitled.html
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). วิถีชีวิต. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/live.html
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). วิถีชีวิตชาวแพ แม่น้ำสะแกกรัง. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/home.html
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). วิถีชีวิตชาวแพ ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ประวัติความเป็นมา. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/profile.html
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). วิถีชีวิตชาวแพ ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง สภาพภูมิประเทศ. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/home.html
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2558). ศรีวิภา วิบูลย์รัตน์. วิถีชีวิตชาวแพ ลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง. สืบค้นเมื่อ 26 ธันวาคม 2562, จาก http://www.nsrui.ac.th/ksru/web_data/Life_raft_SakaeKrangRiver/live.html
- มัสลิน วุฒิสันธุ์. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกแบบผสมผสานในชุมชน : กรณีศึกษาชุมชน ตำบลท่าข้าม จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 11, 2 (เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2560).
- มาศศุภา นิมบุญจาช. (2558). การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสันหนอกวัว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม). วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มิวเซียมไทยแลนด์. (2562). แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.museumthailand.com/th/museum/Hok-Sae-Tueng-Museum>
- ยุทธนา คาพา. (2559). องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว เขาชีจรรย์ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน. มหาวิทยาลัยบูรพา
- ยุพิน ระพิพันธุ์. (2544). ความรู้ ทัศนคติและการจัดการที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการจำแนกประเภทมูลฝอยที่ใช้ในชีวิตประจำวันก่อนทิ้งในเขตเทศบาลเมืองพนัส อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาชุมชน,

- คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. (2549). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัดของกรุงเทพมหานครกลางตอนบน**. สถาบันวิจัยและพัฒนา, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ราณี อลิชัยกุล. (2546). **เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ละเอียด คิลาน้อย. (2558). **วิธีวิทยาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ**. กรุงเทพฯ: บางกอกบลูพริ้นต์.
- วงศ์ธีรา สุวรรณิน และคณะ. (2557). **การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในจังหวัดปทุมธานี**. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
- วรภาพ วงศ์รอด. (2559). **การพัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนวัฒนธรรมไททรงดำบ้านหนองเนิน อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์**. สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์. (2550). **ปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการครอบครัวและชุมชนพัฒนา: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนดวงแข เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ**. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรัญญา ภัทรสุข. (2554). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง. (2553). **การมีส่วนร่วมของชุมชนและผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อพื้นที่เกาะล้านตา จังหวัดกระบี่**. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. การจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร
- วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ. (2557). **การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่**. สาขาการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยพะเยา
- วิชสุตา ร้อยพิลา. (2558). **องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์**. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
- วิไลวรรณ ทวีศรี. (2560). **อัตลักษณ์ชุมชน : แนวคิดและการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหลักพุทธสันติวิธีของเทศบาลตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย** วารสารศิลปการจัดการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2560).
- วีระพล ทองมา. (2547). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้**. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc>.
- ศศิธร เชิงหอม. (2554). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2558). **การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ศิริมาลย์ วัฒนา และคณะ. (2559). **ศักยภาพชุมชนกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่**. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- ศูนย์ประสานงานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน เชื่อมโยงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้. (2555). **หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2562, จาก <https://thaicomunitybasedtourismnetwork.wordpress.com/cbt/>
- ศูนย์เรียนรู้และอนุรักษ์เพลงพื้นบ้านท่าโพ. (2562). **แหล่งท่องเที่ยวชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2563, จาก http://cbt.nawatwithi.com/view_detail_place.php?place_id=229
- สมชาติ อุอิน. (2552). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน**. นครปฐม: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมบูรณ์ ธรรมลังกา. (2556). **รูปแบบการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นฐานในจังหวัดเชียงราย**. วารสารศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร
- สาธิตา รุ่งฟ้าพัฒนพงศ์. (2558). **องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต พัฒนามนุษย์และสังคม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). **แถลงข่าว ภาพเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สาม**. สืบค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2562, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=5180
- สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดอุทัยธานี. (2560). **ประวัติความเป็นมาจังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2562, จาก <http://uthaithani.cdd.go.th/>
- สำนักงานพัฒนาชุมชน. (2561). **แหล่งท่องเที่ยวชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2563, จาก <https://uthaithani.cdd.go.th/otop-นวัตวิถี-อุทัยธานี>
- สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). **การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี**. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2546). **อยุธยาสมัยฟ้า (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: มติชน.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2556). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- หมู่บ้านบ้านนาเลี้ยว นาวัง. (2546). **ท่องเที่ยวบ้านนาเลี้ยว นาวัง สู่ความยั่งยืน ปี พ.ศ. 2554**. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2562, จาก <http://bannaseaw120.blogspot.com>

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิมัย พรหมจรรยา และคณะ. (2543). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนเกาะยวน้อย จังหวัดพังงา**. โครงการจัดตั้งคณะอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- อรพรรณ ภาณุวรรณ. (2544). **การมีส่วนร่วมของสมาชิกนิคมในการจัดการนิคมสร้างตนเองเพื่อการพึ่งพาตนเอง : ศึกษาในนิคมสร้างตนเองภาคใต้ตามแผนถนนสภาพนิคม**. วิทยานิพนธ์สังคมสังเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, คณะสังคมสังเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อุษณีย์ ศรีภูมิ. (2544). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าหิบบ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2554). **เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ**. วารสารการวัดผลการศึกษาปีที่ 17 ฉบับที่ 1 (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- โอเชียนสไมล์. (2562). **แผนที่จังหวัดอุทัยธานี**. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.oceansmile.com/N/Uthaithani/Uthai1.htm>
- Bywater, M. (1993). **The Market for Cultural Tourism in Europe**. Travel and Tourism Analyst, 6, 30–46.
- Cooperative Research Center for Sustainable Tourism. (2008). **Culture and Heritage Tourism a Growing and Evolving Industry in Australia**. Retrieved from 25 December 2019 http://www.sustainabletourisonline.com/awms/Upload/Resource/CRC20801220Culture20and20Heritage20bk_LoRes.pdf
- Davies, B. a. M. J. (1992). **Family Expenditure on Hotels and Holidays**. Annals of Tourism Research(19), 691–699.
- Engle, J. F., Blackwell Roger D และMiniard Paul W. (1990). **Consumer Behavior**. Hinsdale, Illinois The Dryden Press.
- Goeldner and Ritchie. (2009). **Tourism: Principles, Practices and Philosophies**. NY: John Wiley and Sons.
- Inskeep Edward. (1991). **Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach** (pp. 310–316). New York: Van Nostrand Reinhol.
- Ismail, R. (2008). **Development of a normative model for cultural tourism on the Cape Flat (Master's dissertation): Cape Peninsula University of Technology**.
- Ivanovic Cooper and Wanhill. (2008). **Cultural tourism**. Cape Town, South Africa: Juta & Company.
- Leu, W. (2000). **Public–Private Partnership in Tourism Development between Wish and Reality**. Paper presented at the Paper Presented at the ESCAP/TAT/WTO Asia–Pacific

- Seminar on Public– Private Partnership in Tourism Development (9–10). United Nations Conference Center Bangkok.
- McIntosh, R.W, Goeldner, C.R, Ritchie and J.R. (1995). **Tourism: Principles, Practices** (7th ed). Chichester: John Wiley.
- Motloch, J. L. (2001). **Introduction to Landscape Design** (Vol. 2). New York: John Wiley & Sons.
- Peleggi Maurizio. (1996). National Heritage and Global Tourism in Thailand. **Annals of Tourism Research**, 23, 432–448.
- Pizan, A และ Mansfeld. (1999). **Consumer Behavior in Travel and Tourism**. Oxford: The Haworth Press
- Richards G. (1995). **Cultural Tourism in Europe**. UK: Biffles Ltd.
- Saleem, N. (1994). **The Destination Capacity Index.” In A.V. Seaton, Tourism The State of The Art** (pp. 144–151). West Sussex: John Wiley & Sons.
- Smith, M. K. (2003). **Issues in Cultural Tourism Studies**. London: Routhledge.
- Smith, M. K. (2009). **Issues in Cultural Tourism Studies**. New York: Routledge
- Stankey, G. D. e. a. (1985). **The Limits of Acceptable Change (LAC) System for wilderness Planning**. Utah: USDA.
- Swarbrooke, J. (1999). **Sustainable Tourism Management**. London: CABI.
- Swarbrooke J and Horner S. H. (1999). **Consumer Behavior in Tourism**. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Theobald, W. F. (1994). **Global tourism: The next decade**. Oxford: Butterworth–Heinemann.
- Wurzburger, R., Aagesen, T., Pattakos, A., and Pratt, S.,. (2009). **Creative Tourism A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide**. Paper presented at the Paper Presented at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe, New Mexico, USA.
- Ximba, E. Z. (2009). **Cultural and heritage tourism development and promotion in the Ndwedwe municipal area : perceived policy and practice**. University of Zululand



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา และผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นข้อมูลในการเขียนการศึกษาค้นคว้าคุณูปการซึ่งเป็นประโยชน์ทางวิชาการในสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจและครบถ้วนทุกข้อ

นางสาวนพรัตน์ ทรงสายชลชัย

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลพื้นฐานการเดินทางท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2) 20 -29 ปี

☐ 3) 30 -39 ปี

☐ 4) 40 -49 ปี

☐ 5) 50 -59 ปี

☐ 6) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ปริญญาตรี

☐ 3) ปริญญาโท

☐ 4) ปริญญาเอก

4. อาชีพ

☐ 1) พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 2) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ 3) ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 4) นักเรียน/นักศึกษา

☐ 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน (ระบุจังหวัด).....

☐ 1) ภาคเหนือ

☐ 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ 3) ภาคกลาง

☐ 4) ภาคตะวันออก

☐ 5) ภาคใต้

☐ 6) ภาคตะวันตก

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

☐ 2) 15,001 - 30,000 บาท

☐ 3) 30,001 - 50,000 บาท

☐ 4) มากกว่า 50,000 บาท

7. สถานภาพ

☐ 1) โสด

☐ 2) สมรส

☐ 3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี

☐ 1) ครั้งแรก	☐ 2) จำนวน 2 ครั้ง
☐ 3) จำนวน 3 ครั้ง	☐ 4) มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของท่านในครั้งนี้

☐ 1) ครอบครัว	☐ 2) หน่วยงาน
☐ 3) เพื่อน / กลุ่มเพื่อน	☐ 4) บริษัทนำเที่ยว
☐ 5) คนเดียว	
3. จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีกับท่านในครั้งนี้

☐ 1) 1-5 คน	☐ 2) 6-10 คน
☐ 3) 11-15 คน	☐ 4) 16 คนขึ้นไป
4. ท่านพักแรมหรือนอนค้างคืน ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีครั้งนี้หรือไม่

☐ 1) พักแรม	☐ 2) ไม่ได้พักแรม
------------------------------------	--
5. ประเภทที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของท่านครั้งนี้

☐ 1) โรงแรม	☐ 2) รีสอร์ท
☐ 3) เกสต์เฮาส์	☐ 4) บ้านญาติและบ้านพักรับรอง
☐ 5) บ้านเรือนแพ	☐ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ)
6. ระยะเวลาที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของท่านครั้งนี้

☐ 1) 1 คืน	☐ 2) 2 คืน	☐ 3) 3 คืนขึ้นไป
-----------------------------------	-----------------------------------	---
7. ค่าใช้จ่ายต่อคนในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีครั้งนี้
(เฉพาะค่าใช้จ่ายในจังหวัดอุทัยธานี)

☐ 1) ต่ำกว่า 2,000 บาท	☐ 2) 2,001-4,000 บาท
☐ 3) 4,001-6,000 บาท	☐ 4) มากกว่า 6,000 บาทขึ้นไป
8. ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีอีกหรือไม่

☐ 1) กลับมา	☐ 2) ไม่กลับมา
------------------------------------	---------------------------------------

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ท่านสนใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีในครั้งนี้

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน | ☐ 2) ชุมชนโบราณ |
| ☐ 3) ประเพณีและงานเทศกาล | ☐ 4) หัตถกรรมและงานศิลป์ |
| ☐ 5) อารยธรรมและชนเผ่า | ☐ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ) |

.....

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีที่ท่านสนใจคือข้อใด

- | |
|---|
| ☐ 1) นมัสการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ |
| ☐ 2) ชมดนตรีพื้นเมือง รำชนเผ่า และศิลปกรรม |
| ☐ 3) ชมวิถีชีวิตชุมชน หมู่บ้านชนเผ่า และอารยธรรม |
| ☐ 4) ชมงานเทศกาล และงานประเพณี |
| ☐ 5) ผ้าพื้นเมือง ของฝาก และอาหารท้องถิ่น |

3. แหล่งข้อมูลที่ท่านรับทราบเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีในครั้งนี้

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) การบอกปากต่อปาก | ☐ 2) เอกสาร / สิ่งพิมพ์ |
| ☐ 3) อินเทอร์เน็ต | ☐ 4) โทรทัศน์ / วิทยุ |
| ☐ 5) บริษัทนำเที่ยว | ☐ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ) |

4. การตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของท่านในครั้งนี้

- | |
|--|
| ☐ 1) สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา การส่งเสริมการขาย |
|--|

เอกสารคำแนะนำต่างๆ

- | |
|---|
| ☐ 2) อิทธิพลของสังคมและบุคคล เช่น สถานภาพ เศรษฐกิจ สังคม ทักษะ |
|---|

และค่านิยม

- | |
|--|
| ☐ 3) ปัจจัยภายนอก เช่น ความมั่นใจของธุรกิจนำเที่ยว ภาพพจน์ของ |
|--|

แหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ฯลฯ

- | |
|--|
| ☐ 4) ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ราคา คุณค่า สิ่งอำนวยความสะดวก |
|--|

กิจกรรมการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ

5. สิ่งที่ท่านพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีในครั้งนี้

- ☐ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย
- ☐ 2) ความเป็นมิตรของผู้คน
- ☐ 3) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
- ☐ 4) การบริการที่ดี
- ☐ 5) ความคุ้มค่า ค่ำราคาในการท่องเที่ยว

6. ความต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีในครั้งนี้

- ☐ 1) พักผ่อนเต็มอิ่มให้กับชีวิต
- ☐ 2) สังคมการทำงาน
- ☐ 3) การสร้างสัมพันธภาพ
- ☐ 4) ศึกษาและเรียนรู้
- ☐ 5) อื่นๆ (โปรดระบุ)

7. สิ่งดึงดูดในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของท่านในครั้งนี้

- ☐ 1) วิถีชีวิต
- ☐ 2) วัฒนธรรมและประเพณี
- ☐ 3) ประชุม สัมมนา และธุรกิจ
- ☐ 4) ศรัทธา ความเชื่อ และศาสนา
- ☐ 5) เยี่ยมญาติ

8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีของท่านในครั้งนี้

- ☐ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
- ☐ 2) ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว
- ☐ 3) ค่าครองชีพถูก
- ☐ 4) ครอบครัว เพื่อน และสังคมการทำงาน
- ☐ 5) มีความตั้งใจอยากเดินทางมา

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับ

ความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับมาก

3 หมายถึง มีระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับน้อย

1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว					
2. การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึกท้องถิ่น					
4. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม					
5. ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว					
6. การอนุรักษ์ทางด้านสถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยว					
7. สภาพของถนนในเส้นทางที่เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
8. ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
9. ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสาร					
10. ความสะดวกของช่วงเวลาในการเข้าชมเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว					
11. ความปลอดภัยของถนน / ท่าเรือ					
12. การจัดการด้านจราจรในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
13. ความเพียงพอของที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ					
14. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว					

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
15. ความเพียงพอของร้านอาหาร					
16. ความสมเหตุสมผลของราคาอาหารและเครื่องดื่ม					
17. ร้านจำหน่ายสินค้าของฝากของที่ระลึก					
18. ป้ายบอกชื่อของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน					
19. ป้ายบอกถึงประวัติความเป็นมาโดยย่อของแหล่งท่องเที่ยว					
20. ป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมตามจุดที่สำคัญ					
21. ที่นั่งพักสำหรับผู้เยี่ยมชมภายในแหล่งท่องเที่ยว					
22. การให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวโดยมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
23. การดูแลความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
24. ความสะอาดของห้องสุขา					
25. ความสะอาดของน้ำประปา					
26. มีระบบไฟฟ้าในการบริการนักท่องเที่ยว					
27. มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต (WIFI) ให้กับนักท่องเที่ยวโดยไม่เสียค่าบริการ					
28. ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ					
29. การบริหารจัดการดูแลขยะมูลฝอย					
30. การดูแลน้ำขังในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว					
31. การบริหารจัดการระเบียบของร้านค้าแผงลอย					
32. การจัดระเบียบของสถานที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว					
33. ความร่มรื่นของต้นไม้ ดอกไม้ภายในแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับ

ความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. สักการะขอพร (หลวงพ่อบุญเหลือ)และเยี่ยมชมความงดงามของวิหารแก้วและปราสาททองคำที่วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม					
2. เยี่ยมชมศาสนสถานเก่าแก่ สถาปัตยกรรมงดงามริมน้ำ สะแกกรังที่วัดอู่โปสถาราม					
3. สักการะขอพร (พระพุทธรูปมงคล) ที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง					
4. สักการะ พระบรมรูปสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกนาถ ที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง					
5. ร่วมงานประเพณีตักบาตรเทโว ที่วัดสังกัสรัตนคีรี หรือวัดเขาสะแกกรัง					
6. เยี่ยมชมชุมชนเก่า เดินเที่ยวถ่ายรูปกับอาคารเก่าแก่ เลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองและอาหารท้องถิ่น ที่ถนนคนเดินตรอกโรงยา					
7. เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ฮกแซตติ้ง ร้านขายยาจีน ยาฝรั่ง เก้าแก่ของจังหวัดอุทัยธานี					
8. เยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชนชาวเรือนแพของจังหวัดอุทัยธานีที่หมู่บ้านสะแกกรัง					
9. เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี					

รูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
10. เยี่ยมชมสะพานแขวนเกาะเทโพ เกาะสวรรค์ของคนชอบปั่นจักรยานและใช้ชีวิตที่ดำเนินไปแบบช้าๆ					
11. เยี่ยมชมกรรมวิธีการแปรรูปปลาย่างของชาวบ้านบนเกาะเทโพ					
12. ลองเรือเพื่อรับประทานอาหาร ชมทัศนียภาพ และวิถีชีวิตชาวเรือนแพของลำน้ำสะแกกรัง					
13. เยี่ยมชมกรรมวิธีการทำหัตถกรรมจักรสานพัด ที่บ้านโรงน้ำแข็ง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น					
14. เยี่ยมชมการเลี้ยงปลาแรดในกระชัง บนลำน้ำสะแกกรัง					
15. เยี่ยมชมวิถีชีวิตยามเช้าที่ตลาดเขาลานสะแกกรัง เลือกซื้ออาหารพื้นบ้านและสินค้าท้องถิ่น					
16. เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณบ้านผาตั้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี					
17. เยี่ยมชมกรรมวิธีการทอผ้าลายโบราณบ้านโคกหม้อ อำเภอทัพทัน จังหวัดอุทัยธานี					
18. เยี่ยมชมหมู่บ้านแกนมะกรูด หมู่บ้านชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง รับชมการแสดงชุดรำตง ซึ่งเป็นศิลปการแสดงพื้นบ้าน					
19. เยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรมชาวเขาน้ำอิมมาด-อีทราย ชมวิถีชีวิตชาวเผ่ากระเหรี่ยง งานไหว้เจดีย์ งานไหว้ต้นโพธิ์ ซึ่งเป็นประเพณีดั้งเดิม					
20. เยี่ยมชมวัดถ้ำเขาวง ศาลาวิไลด้วยไม้ทั้งหลัง เป็นเรือนไทยทรงโบราณที่มีความสวยงาม					
21. การจัดทำคู่มือเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี					
22. การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

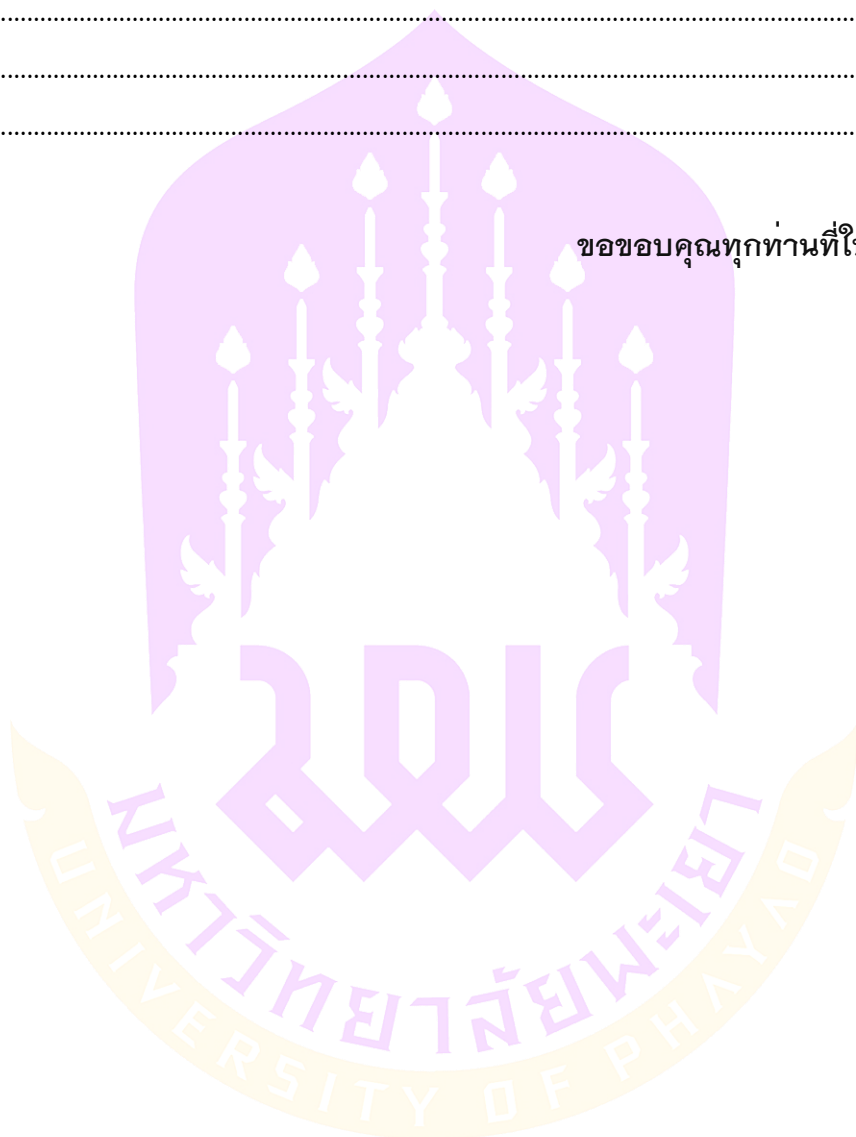
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ



ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
เรื่อง การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

ชื่อผู้วิจัย นางสาวนพรัตน์ ทรงสายชลชัย

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ชื่อ-สกุล).....

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

เบอร์โทรศัพท์..... Email.....

ประสบการณ์ในการทำงาน.....

วัน/เดือน/ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี

1. ท่านคิดว่าศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี
เป็นอย่างไร

2. ท่านคิดว่าจังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้หรือไม่ อย่างไร

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีที่สำคัญในความคิด
ของท่านคือแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง

4. จุดแข็งทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีในความคิดของท่านคืออะไร
5. จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีในความคิดของท่านคืออะไร
6. โอกาสทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีในความคิดของท่านคืออะไร
7. อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีในความคิดของท่านคืออะไร

ตอนที่ 3 องค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี (6A's)

1. ท่านคิดว่าสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีเอกลักษณ์โดดเด่นอย่างไร และมีการดูแลรักษาให้คงอยู่ในสภาพดีหรือไม่ อย่างไร
2. ท่านคิดว่าการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ของจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ของจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างไร เพียงพอหรือไม่ เช่น ศาลา ที่นั่งพัก จุดชมวิว ป้ายแนะนำสถานที่ ป้ายสื่อความหมาย อินเทอร์เน็ต ห้องสุขา ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์รับแจ้งเหตุ ฯลฯ
4. ท่านคิดว่าการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ของจังหวัดอุทัยธานีมีเพียงพอหรือไม่ เช่น ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตู้ ATM โรงพยาบาล ฯลฯ
5. ท่านคิดว่าที่พักแรม (Accommodation) ของจังหวัดอุทัยธานีเป็นอย่างไร เพียงพอหรือไม่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ จุดกางเต็นท์ เป็นต้น และมีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนหรือไม่อย่างไร และมีหน่วยงานใดกำกับดูแล
6. ท่านคิดว่ากิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี (กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น กิจกรรมการต้อนรับประทับใจในรูปแบบพื้นถิ่น) ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม มีกิจกรรมอะไรบ้าง และท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี หรือการท่องเที่ยวในช่วงงานเทศกาลหรืองานประเพณีสำคัญของจังหวัดอุทัยธานี

ตอนที่ 4 ความต้องการของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

1. ท่านต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี อย่างไรบ้าง
2. ท่านต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ได้รับการพัฒนาในด้านใด เพราะเหตุใด
3. ท่านคิดว่าการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีส่วนใดที่ต้องยังต้องแก้ไข มีอุปสรรคอะไรบ้าง และเกิดจากสาเหตุใด

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ



ภาคผนวก ค ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ



ภาพ 46 คุณสุชาร์ตน์ แสงอรุณ
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 47 คุณพูลศิลป์ รัตนประเสริฐ
ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบาย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 48 คุณสุรยุทธ รุทธระกาญจน์
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 49 ดร.พลภัทร โตสัม
ตำแหน่ง รองปลัดเทศบาลเมืองอุทัยธานี



ภาพ 50 จำสืบเอก ยงยุทธ ภาครัตน์
ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ สำนักปลัดเทศบาลเมืองอุทัยธานี



ภาพ 51 คุณกิตติพัฒน์ อธิวัฒน์ธนาวงศ์
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 52 คุณชะลอ โนรี
ตำแหน่ง ประธานหอการค้าจังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 53 คุณกฤตพล พรพิบูลย์
ตำแหน่ง เลขาธิการ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 54 คุณณานิศา เทศนา
ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการ ร้านบ้านจรัล จังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 55 คุณกนิษฐา กอบกัยกิจ
ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการที่พัก อยู่แพ แพสเตย์ อุทัยธานี



ภาพ 56 คุณวิทวัส เมฆสุด
ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ เจ้าของผู้ประกอบการที่พัก อุทัยริเวอร์เลค รีสอร์ท



ภาพ 57 คุณวันนพ ขอสุข
ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการที่พัก ไร่อยู่ก๊อ



ภาพ 58 จำลิบเอก ยงยุทธ ภาครัตน์
ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการเรือนำเที่ยว (วัดโบสถ์) จังหวัดอุทัยธานี



ภาพ 59 คุณอรรคภพ ทองตะนาว
ตำแหน่ง เจ้าของผู้ประกอบการสินค้าของที่ระลึก ทองตะนาวเครื่องหอมไทยเดิม



ภาพ 60 คุณปนัดดา คำภักดี
ตำแหน่ง ประธานกลุ่มฝีมือจักตบชาวบ้านเกาะลูกมอญ จังหวัดอุทัยธานี



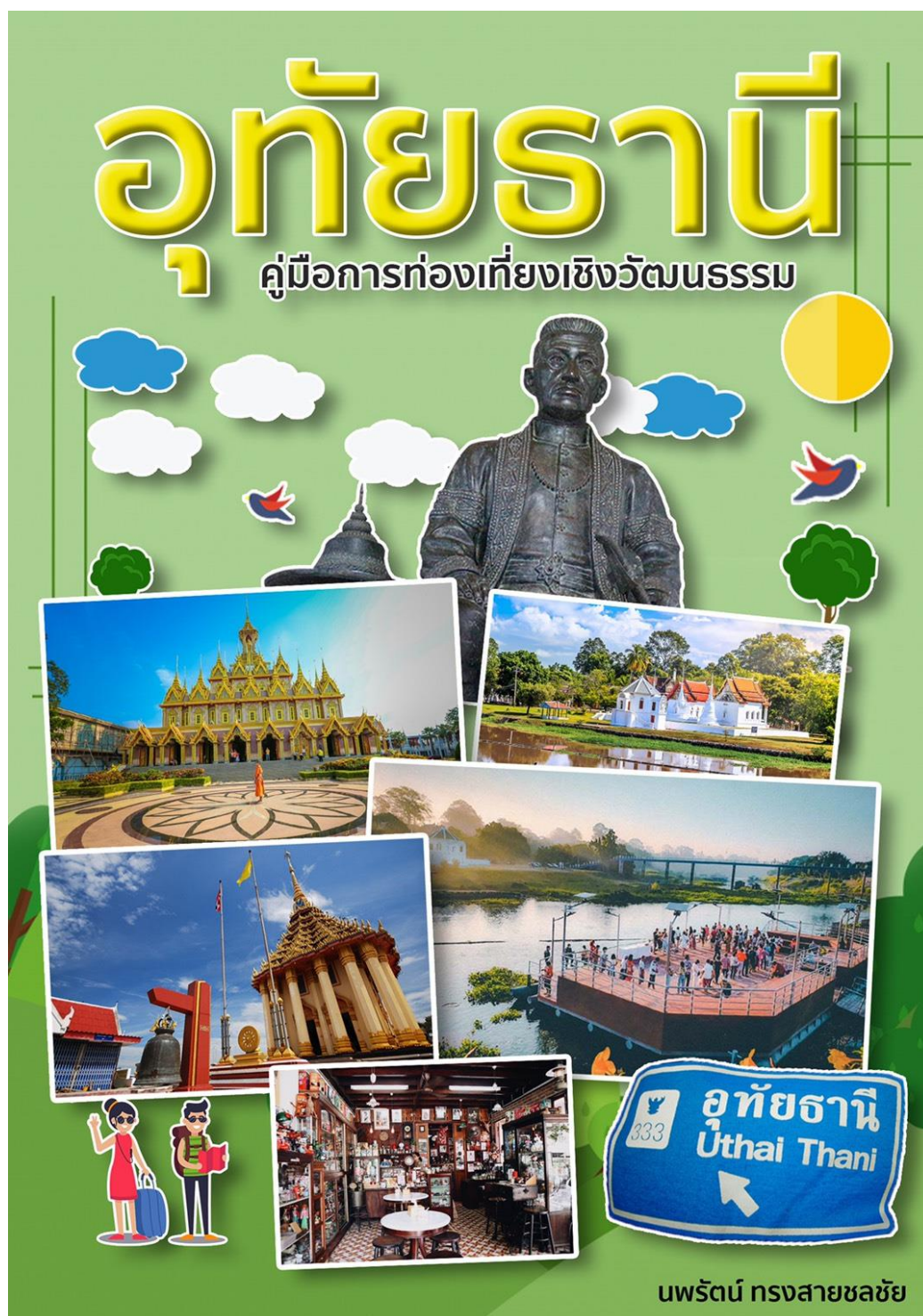
ภาพ 61 พ.อ.จเร ศรีสุก
ตัวแทนผู้นำชุมชนเมืองอุทัยธานี



ภาพ 62 คุณวันนพ ขอสุข
ตัวแทนผู้นำชุมชนหมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด



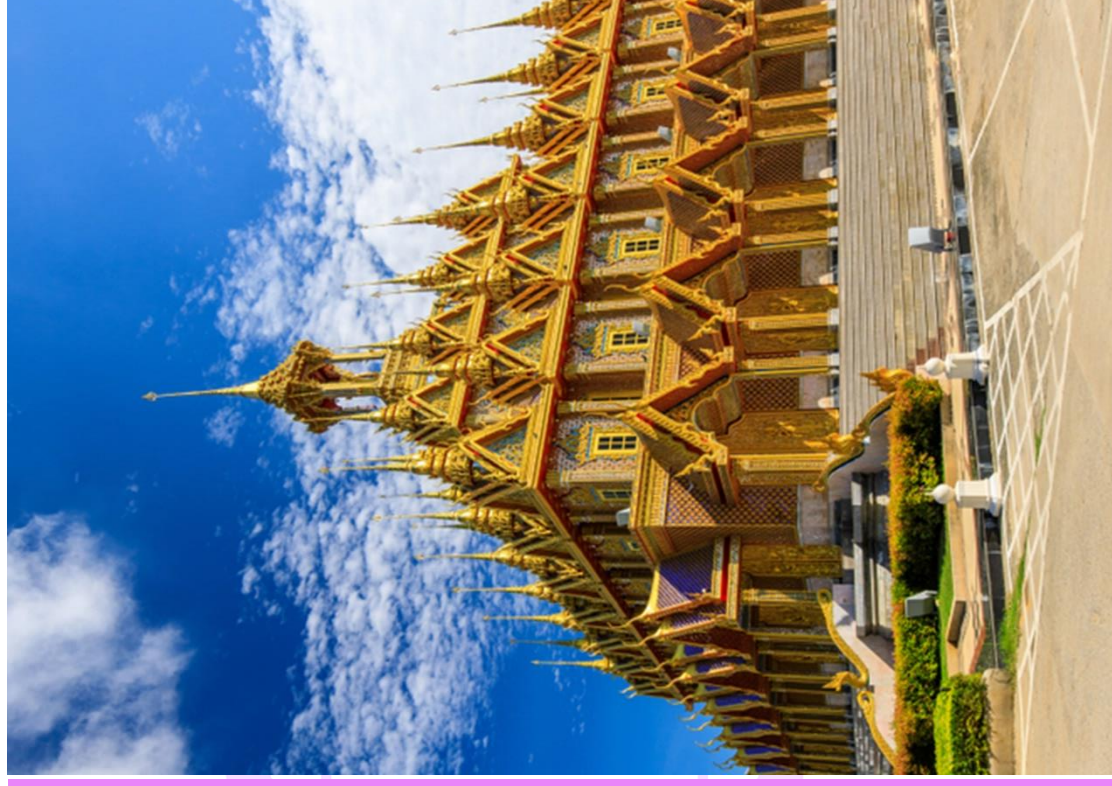
ภาคผนวก ง คู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอุทัยธานี



ภาพ 63 คู่มือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอุทัยธานี

สารบัญ

หน้า	
4	ประวัติจังหวัดอุทัยธานี
5	อาณาเขต
6	แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
23	โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงจังหวัดอุทัยธานี
27	เทศกาลและงานประเพณี
29	ที่พัก จังหวัดอุทัยธานี
31	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
35	ของฝากอุทัยธานี
36	หมายเลขโทรศัพท์ที่สำคัญ
37	แผนที่เที่ยวเมืองจังหวัดอุทัยธานี
38	แผนที่จังหวัดอุทัยธานี



A collage of 12 photographs showcasing various aspects of Myanmar. The images include: a large golden Buddha statue in a temple; people in traditional pink and white clothing; a traditional wooden house with a thatched roof; a large crowd of people in traditional dress; a large golden pagoda; a traditional wooden house; a large golden pagoda; a traditional wooden house; a large golden pagoda; a traditional wooden house; a large golden pagoda; and a traditional wooden house.

A large crowd of people is gathered on a hillside for a religious festival. In the background, a tall, ornate stupa stands prominently against a backdrop of lush green trees. The crowd is dense, and many people are holding colorful umbrellas, suggesting a sunny day. The scene is vibrant and festive, with people dressed in traditional and modern attire.

A photograph of a statue of a man in a dark suit, seated and holding a book. A small black hat is placed on a stand in front of the statue. The background features a wall with horizontal stripes in green, yellow, and red.



วัดธรรมโศภิต
(วัดโสมนัส)

ถ้าเขาไม่ช่วย

[illegible]

จำนวนจริง

[illegible]

ວັດຄຳເຂາວ

[illegible]

พิพิธภัณฑ์เรือนผ้า้าย
(ผ้าทอป่าจำป)

[illegible]

วัดป่าทั้ง

[illegible]

ဂလမ္မဝေလ္လဏံ

[illegible]

เทศกาลและงานประเพณี

ประเพณีตักบาตรเทโว (วัดสังกัสรัตนคีรี)



ถือเป็นประเพณีสำคัญและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งจะจัดขึ้นในวันที่ 14 เดือน 11 (กลางเดือน) ของทุกปี พระสงฆ์ทุกรูปจะพากันตักบาตรเทโวขึ้นเขาส่งเคราะห์ 200-300 รูป จะคอยรับอาหารที่ตักบาตรเทโวขึ้นเขาส่งเคราะห์ และจะนำอาหารที่ตักบาตรเทโวขึ้นเขาส่งเคราะห์มาแจกจ่ายแก่ชาวบ้านที่มาร่วมพิธี

งานไหว้พระพุทธรูปมงคลศักดิ์สิทธิ์ (วัดสังกัสรัตนคีรี)



เป็นงานที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันที่ 3-8 เดือน 4 ของทุกปี เป็นงานที่ประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ เป็นงานที่ชาวเมืองอุทัยธานีและนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกต่างพากันมาร่วมพิธี และใช้โอกาสนี้มาชมความงามของเมืองอุทัยธานี

งานประจำปีวัดหนองขุนชาติ อำเภอหนองขาหย่าง

โดยจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันที่ 12-14 เดือน 3 ของทุกปี เป็นงานที่มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมของชาวหนองขาหย่าง และมีการประกวดนางงามประจำปี



การเล่นพื้นเมืองที่ขำทำไฟ อำเภอหนองขาหย่าง



ถือเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยจะจัดขึ้นในวันที่ 13-14 เมษายน โดยชาวบ้านจะนำเทียนมาจุดและเล่นไฟกัน โดยจะเล่นไฟกันเป็นวงกลมและเล่นไฟกันเป็นแถว และจะมีการประกวดนางงามประจำปี

การละเล่นของชาวกะเหรี่ยง อำเภอบ้านไร่



ถือเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยจะจัดขึ้นในวันที่ 13-14 เมษายน โดยชาวบ้านจะนำเทียนมาจุดและเล่นไฟกัน โดยจะเล่นไฟกันเป็นวงกลมและเล่นไฟกันเป็นแถว และจะมีการประกวดนางงามประจำปี

งานแห่เจ้าของชาวจีนในอุทัยธานี



เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยจะจัดขึ้นในวันที่ 13-14 เมษายน โดยชาวบ้านจะนำเทียนมาจุดและเล่นไฟกัน โดยจะเล่นไฟกันเป็นวงกลมและเล่นไฟกันเป็นแถว และจะมีการประกวดนางงามประจำปี



ที่พัก จังหวัดอุทัยธานี

(อำเภอเมือง)

- พญาณี รีสอร์ท โทร. 081-674-1982
- My Urban Hotel โทร. 081-262-8936
- S ville โทร. 081-282-9789

(อำเภอหนองขาหย่าง)

- Solarcel Uthai Thani Homestay โทร. 062-385-3779
- Comeneteer Uthai โทร. 086-652-7749
- อุทัยเดสตัน โทร. 056-980-044
- สมบัติเจ้า โทร. 062-415-4965
- กายาปวีร์เจ้า อุทัยธานี โทร. 090-781-4564
- เรนูปทุม ไผแดง โทร. 081-870-4066
- บ้านเขมร รีสอร์ท โทร. 094-979-8897
- บ้านปทุม อุทัยธานี โทร. 086-400-4445
- Ban Sumeema โทร. 086-674-9484
- Araga Cottage โทร. 062-415-4965
- River marina Resort โทร. 081-043-0142
- บ้านปทุม โทร. 093-254-2289
- บ้านปทุม โทร. 089-533-7558
- บ้านปทุม โทร. 096-419-6626
- บ้านปทุม โทร. 080-969-4256
- U Pae PaeStay UthaiThani โทร. 086-674-9484
- The Sun House Uthai Thani โทร. 081-973-3552
- SS house อุทัยธานี โทร. 092-414-9824
- เรนูปทุม รีสอร์ท โทร. 061-357-2465
- The Sun House Uthai Thani โทร. 085-075-2274
- U Pae PaeStay UthaiThani โทร. 086-674-9484
- ModernLoft Homestay โทร. 081-284-8191
- Rahangdao Uthai Thani โทร. 080-085-1100
- บ้าน กุญ (อุ) โทร. 095-353-1188
- เลิ เบล วา ZEN NUN WAO โทร. 094-364-1652
- อิม่า รีสอร์ท โทร. 054-980-199

(อำเภอบ้านไร่)

- Ban Rai Nal Suan โทร. 089-267-6174
- คลังวัด - Cliff View โทร. 096-991-3708
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 080-115-6224
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 056-586-164
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 080-838-8789
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 056-539-060
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 081-953-1532
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 081-981-1945
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 092-048-5302
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 056-539-200
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 081-867-4967
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 082-561-6224
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 089-906-7689
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 087-015-1796

(อำเภอทัพทัน)

- สวนเกษตรอินทรีย์ รีสอร์ท BN Organic Farm Resort โทร. 081-280-6410
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 086-603-1122
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 093-301-2230
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 081-973-0577
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 081-280-6410

(อำเภอสามโก้)

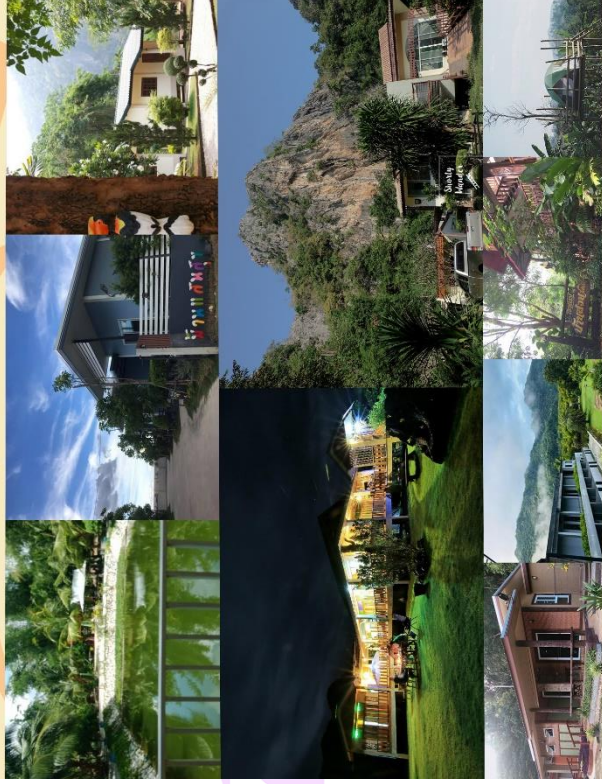
- 3a 4 รีสอร์ท โทร. 081-037-6714
- Sawang Guesthouse โทร. 089-577-3189
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 080-982-4759
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 086-368-8426
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 087-413-6882
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 089-856-3224

(อำเภอห้วยคต)

- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 086-345-7917
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 093-104-7766
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 080-028-1054
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 061-219-1936

(อำเภอสามโก้)

- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 081-037-6714
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 089-577-3189
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 080-982-4759
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 086-368-8426
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 087-413-6882
- บ้านไร่ รีสอร์ท โทร. 089-856-3224



ร้านอาหารและเครื่องดื่ม จังหวัดอุทัยธานี

(อำเภอเมือง)

- เลี่ยม รื่นอุทัย	โทร. 081-972-1175	- ร้าน ตราไก่	โทร. 056-502-555
- เจริญ นนทบุรี	โทร. 064-995-6163	- ร้านพรส Saw steak cafe	โทร. 056-524-654
- ร้านพรสริ่งราย	โทร. 056-980-085	- ร้านพรสวัง	โทร. 089-288-6505
- ร้านพรสพงษ์	โทร. 056-512-707	- ร้านพรสพด	โทร. 056-514-558
- ร้านพรสพิภพ พรสพด	โทร. 081-042-8932	- ร้านปด	โทร. 056-513-044
- ร้านพรสพด	โทร. 081-042-8932	- ร้านปด	โทร. 081-675-2436
- ร้านพรสพด	โทร. 082-405-9193	- ร้านปด	โทร. 056-513-095
- ร้านพรสพด	โทร. 056-511-996	- ร้านปด	โทร. 089-230-9353
- ร้านพรสพด	โทร. 089-644-5650	- ร้านปด	โทร. 082-164-6603
- ร้านพรสพด	โทร. 056-571-409	- ร้านปด	โทร. 087-203-7481
- ร้านพรสพด	โทร. 085-651-2013	- ร้านปด	โทร. 085-210-8012
- ร้านพรสพด	โทร. 089-958-7871	- ร้านปด	โทร. 082-416-4492
- ร้านพรสพด	โทร. 056-511-952	- ร้านปด	โทร. 056-970-109
- ร้านพรสพด	โทร. 088-283-9284	- ร้านปด	โทร. 098-750-0868
- ร้านพรสพด	โทร. 084-571-0088	- ร้านปด	โทร. 087-200-4988
- ร้านพรสพด	โทร. 086-445-8906	- ร้านปด	โทร. 085-159-2626
- ร้านพรสพด	โทร. 056-571-648	- ร้านปด	โทร. 081-697-8005
- ร้านพรสพด	โทร. 084-621-1611	- ร้านปด	โทร. 089-586-2987
- ร้านพรสพด	โทร. 081-962-0911	- ร้านปด	โทร. 089-216-9568
- ร้านพรสพด	โทร. 056-502-595	- ร้านปด	โทร. 089-029-3936
- ร้านพรสพด	โทร. 087-276-0785	- ร้านปด	โทร. 082-353-9443
- ร้านพรสพด	โทร. 089-802-6533	- ร้านปด	โทร. 083-176-3767
- ร้านพรสพด	โทร. 085-639-6669	- ร้านปด	โทร. 082-882-6377
- ร้านพรสพด	โทร. 081-727-9421	- ร้านปด	โทร. 089-295-6955
- ร้านพรสพด	โทร. 056-512-887	- ร้านปด	โทร. 095-478-9652
- ร้านพรสพด	โทร. 081-283-1512	- ร้านปด	



(อำเภอหนองขาหย่าง)

- ร้านพรสพด	โทร. 064-550-5765	- ร้านพรสพด	โทร. 090-003-3991
- ร้านพรสพด	โทร. 081-149-9669	- ร้านพรสพด	โทร. 084-647-9597
- ร้านพรสพด	โทร. 080-966-2328	- ร้านพรสพด	โทร. 056-532-094
- ร้านพรสพด	โทร. 085-737-2773	- ร้านพรสพด	โทร. 085-466-5859
- ร้านพรสพด	โทร. 085-737-2773	- ร้านพรสพด	โทร. 085-462-9712
- ร้านพรสพด	โทร. 085-866-5050	- ร้านพรสพด	โทร. 083-197-5658
- ร้านพรสพด	โทร. 094-184-5517	- ร้านพรสพด	โทร. 089-856-1884
- ร้านพรสพด	โทร. 086-462-1515	- ร้านพรสพด	โทร. 083-162-1588
- ร้านพรสพด	โทร. 056-511-040	- ร้านพรสพด	โทร. 081-727-3768
- ร้านพรสพด	โทร. 085-075-2274	- ร้านพรสพด	โทร. 082-971-4928
- ร้านพรสพด	โทร. 089-464-6818	- ร้านพรสพด	โทร. 082-978-5517
- ร้านพรสพด	โทร. 082-365-3779	- ร้านพรสพด	โทร. 082-525-0824
- ร้านพรสพด	โทร. 086-492-8877	- ร้านพรสพด	โทร. 083-837-4405
- ร้านพรสพด	โทร. 093-901-5550	- ร้านพรสพด	โทร. 083-105-7549
- ร้านพรสพด	โทร. 092-416-4492	- ร้านพรสพด	โทร. 086-206-3832
- ร้านพรสพด	โทร. 056-970-109	- ร้านพรสพด	โทร. 082-483-7715
- ร้านพรสพด	โทร. 098-750-0868	- ร้านพรสพด	โทร. 081-661-6146
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 085-832-2950
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 088-003-1787
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 083-970-3988
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 080-041-0198
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 081-727-3768
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 056-532-139
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 082-929-5216
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 088-425-3565
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 086-461-7080
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 086-765-6516
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 089-130-2000
- ร้านพรสพด		- ร้านพรสพด	โทร. 056-532-269



(ร้านกาแฟ)	- ร้านสวนน้ำ นวนคร	โทร. 081-208-8438	- Soumate cafe&garden	โทร. 081-720-8470
	- Bunthan cafe	โทร. 084-118-5318	- สวนผักคนเมือง	โทร. 089-906-7889
	- Refill station Nongchang	โทร. 091-495-8417	- 99 Owl's Cafe & Bar	โทร. 083-189-4245
	- Al นวนครจันทบุรี	โทร. 084-770-8258	- Loom Cafe	โทร. 084-829-5419
	- นงคราญ coffee	โทร. 080-801-4415	- สวนผักบ้านไร่	โทร. 085-484-8321
	- LOVE COFFEE INOY	โทร. 083-688-7015	- Panta Cafe-นันทพูน	โทร. 087-850-6225
	- จันทน์ ไร่ (English Cafe&25)	โทร. 082-882-5483	- Buddy&coffee	โทร. 095-916-2897
	- Coffee ไร่	โทร. 080-840-9823	- สวนนันทพูน	โทร. 095-964-5844
	- Farm coffee inoy	โทร. 081-767-1043	- สวนมะลิ	โทร. 080-811-2921
			- สวนนันทนา ไร่	โทร. 081-497-1809
(ร้านอาหาร)			- Sunum Cafe ร้านอาหาร ไร่ไม้ดอกไม้	โทร. 081-335-0527
	- จันทนา	โทร. 081-408-3865	- สวนพริกสวนมะลิ	โทร. 090-914-6101
	- สวนพริกสวน	โทร. 088-782-6845	- ไร่ Cafe & Restaurant	โทร. 089-565-3867
	- สวนพริกสวน	โทร. 086-673-4514	- สวนไร่	โทร. 098-392-1614
	- สวนพริกสวน	โทร. 088-864-1258		
	- สวนพริกสวน	โทร. 080-115-6224	(ร้านอาหาร)	
	- สวนพริกสวน	โทร. 095-963-6367	- สวนพริกสวน	โทร. 089-448-0596
	- สวนพริกสวน	โทร. 081-361-0005	- สวนไร่ ไร่ ไร่	โทร. 088-712-7587
	- สวนพริกสวน	โทร. 089-546-8237	- สวนไร่	โทร. 056-540-129
	- สวนพริกสวน	โทร. 089-202-6165	- ไร่ ไร่ ไร่ (ไร่)	โทร. 080-115-8845
(ร้านอาหาร)	- สวนไร่	โทร. 086-211-5804	- สวนไร่ (ไร่)	โทร. 036-036-8822
	- สวนไร่	โทร. 056-596-0726	- สวนไร่	โทร. 056-942-1722
	- สวนไร่	โทร. 089-906-7889	- สวนไร่	โทร. 092-418-1856
	- สวนไร่	โทร. 081-953-1870	- สวนไร่	โทร. 088-816-0747
	- สวนไร่	โทร. 089-272-2845	- สวนไร่	โทร. 087-374-6353
	- สวนไร่	โทร. 089-483-3482	- สวนไร่	โทร. 088-558-3156
	- สวนไร่	โทร. 084-785-4228	- สวนไร่	โทร. 082-983-3442
	- สวนไร่	โทร. 086-211-1325	- สวนไร่	โทร. 089-723-3887
	- สวนไร่	โทร. 081-453-5172	- สวนไร่	โทร. 087-014-0446
	- สวนไร่	โทร. 088-864-1258		



(ร้านอาหาร)	- สวนไร่	โทร. 089-907-5657	- สวนไร่	โทร. 084-942-7233
	- สวนไร่	โทร. 080-074-8322	- สวนไร่	โทร. 056-537-074
	- สวนไร่	โทร. 086-658-6359	- สวนไร่	โทร. 082-884-5607
	- สวนไร่	โทร. 083-010-8377	- สวนไร่	โทร. 088-878-0880
	- สวนไร่	โทร. 099-353-2022	- สวนไร่	โทร. 088-201-7749
	- สวนไร่	โทร. 089-473-6448	- สวนไร่	โทร. 087-845-0181
	- สวนไร่	โทร. 076-263-475	- สวนไร่	โทร. 081-534-4315
	- สวนไร่	โทร. 081-380-9490	- สวนไร่	โทร. 082-789-3724
	- สวนไร่	โทร. 082-408-2398	- สวนไร่	โทร. 089-253-8446
	- สวนไร่	โทร. 093-188-1388	- สวนไร่	โทร. 087-952-8377
(ร้านอาหาร)	- สวนไร่	โทร. 086-338-6383	- สวนไร่	โทร. 085-615-7341
	- สวนไร่	โทร. 085-804-0100	- สวนไร่	โทร. 081-045-3915
	- สวนไร่	โทร. 081-864-1783	- สวนไร่	โทร. 088-429-4481
	- สวนไร่		- สวนไร่	โทร. 091-736-5036
	- สวนไร่		- สวนไร่	โทร. 087-943-5001
	- สวนไร่		- สวนไร่	โทร. 083-459-4917
	- สวนไร่		- สวนไร่	โทร. 081-267-1043
	- สวนไร่		- สวนไร่	โทร. 081-902-7175
	- สวนไร่		- สวนไร่	โทร. 081-267-1043
	- สวนไร่		- สวนไร่	โทร. 085-625-0608
(ร้านอาหาร)	- สวนไร่	โทร. 082-800-5085	- สวนไร่	โทร. 089-509-1387
	- สวนไร่	โทร. 087-848-7311	- สวนไร่	โทร. 081-281-7281
	- สวนไร่	โทร. 089-270-8497	- สวนไร่	โทร. 088-385-2889
	- สวนไร่	โทร. 093-316-8346	- สวนไร่	โทร. 081-303-8801
	- สวนไร่	โทร. 085-589-2529	- สวนไร่	โทร. 056-989-544
	- สวนไร่	โทร. 086-202-0444		
	- สวนไร่	โทร. 081-833-2511		
	- สวนไร่	โทร. 087-104-5225		
	- สวนไร่	โทร. 098-580-0044		
	- สวนไร่			



ของฝากอุทัยธานี

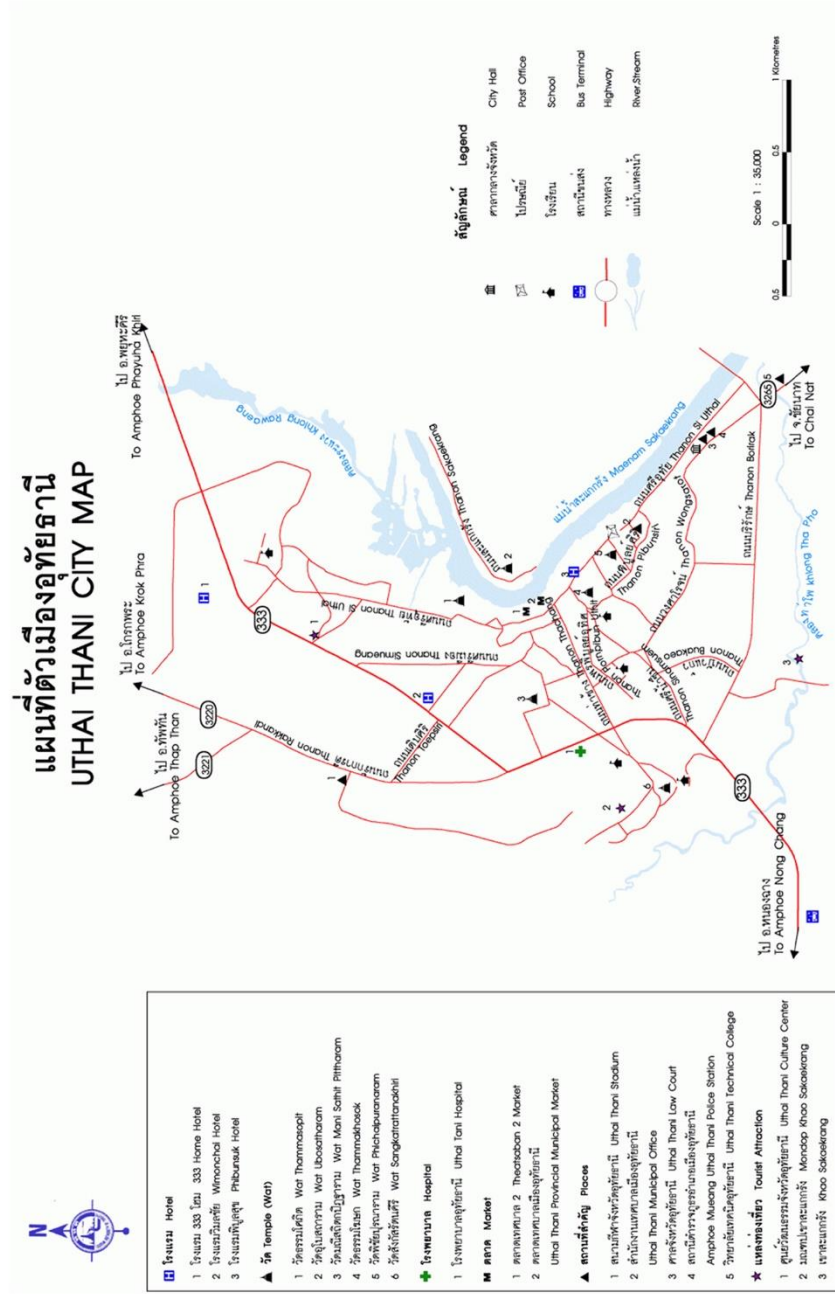
- บุบผิกลอง นิลพวงระย้าทองคำ โทร. 056-380-854
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-511-680
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-511-775
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-511-712
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-511-389
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-511-314
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-524-035
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 001-888-1410
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 003-166-2839
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-380-578
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 001-888-6413
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 090-744-207
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 001-473-2931
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 001-470-521
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 005-732-7377
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-542-460
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-546-125
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 056-539-412
- ไร่พวงระย้า นิลพวงระย้า โทร. 086-277-3382



หมายเลขโทรศัพท์ที่สำคัญ จังหวัดอุทัยธานี

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุทัยธานี โทร. : 056-514-651
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุทัยธานี โทร. : 056-503-080
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุทัยธานี โทร. : 056-511-915
- เทศบาลเมืองอุทัยธานี โทร. : 056-511-061
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี โทร. : 056-511-287
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี โทร. : 056-511-290
- หัวหน้างานเมืองอุทัยธานี โทร. : 056-511-062
- โรงพยาบาลอุทัยธานี โทร. : 056-511-081
- สถานีตำรวจภูธรเมืองอุทัยธานี โทร. : 056-511-275
- ท่าอากาศยานเมืองอุทัยธานี โทร. : 056-511-087
- สถานีตำรวจภูธร โทร. : 056-296-184
- ตำรวจท่องเที่ยวอุทัยธานี โทร. : 056-511-205
- รถฉุกเฉิน โทร. : 1182





จัดทำโดย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี
องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี
เทศบาลเมืองอุทัยธานี
สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุทัยธานี
นพรัตน์ ทรงสายชลชัย นิธิปริญญากุล วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.ผศ.มาศ ชัยรัตน์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.ชนพูน จิตติถาวร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.สันติธร กุริภัคดิ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



คำขวัญประจำจังหวัดอุทัยธานี

อุทัยธานี เมืองพระชนกจักรี ปลาแรดรสดี ประเพณีเทโว ส้มโอบ้านน้ำตก
มรดกโลกห้วยขาแข้ง แหล่งต้นน้ำสะแกกรัง ตลาดนัดดังโคกระบือ



Academic Journal of Thailand National Sports University

333 Moo 1, Sukhumvit Road, Nongmaidang district, Muang, Chonburi,
20000, Thailand Tel: +66 38054217, E-mail: journalipe@hotmail.com

12 ตุลาคม 2563

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความลงวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

เรียน นางสาวนพรัตน์ ทรงสายชลชัย

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัด อุทัยธานี” เพื่อเผยแพร่ในวารสาร วิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ นั้น บัดนี้ กองบรรณาธิการ ยินดีรับ บทความดังกล่าวซึ่งจะลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติปีที่ 14 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – เมษายน 2565 (Academic Journal of Thailand National Sports University, Volume 14 No.1 January - April, 2022)

กองบรรณาธิการ ขอขอบพระคุณที่ท่านให้เกียรติส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิชาการของประเทศสืบไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานะ ภู่อลัม)

บรรณาธิการวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

www.tnsu-journal.com



ที่ นบท. 179/2563

18 พฤศจิกายน 2563

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย

เรียน คุณนพรัตน์ ทรงสายชลชัย, คุณผกามาศ ชัยรัตน์, คุณชมพูนุช จิตติถาวร

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี” กองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความโดยเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (Peer Review) พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์ในการนี้กองบรรณาธิการขอแจ้งให้ท่านทราบว่าบทความวิจัยที่ท่านส่งมาได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองเรียบร้อยแล้วและอยู่ในขั้นตอนการตีพิมพ์ในวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น ปีที่ 7 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 และขอขอบคุณที่ท่านส่งบทความวิจัยมาเพื่อเผยแพร่คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับบทความที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์จากท่านเพื่อนำลงตีพิมพ์ในวารสารฉบับต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนูวัต กระสังข์)

บรรณาธิการวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น

สำนักงานวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น

เลขที่ 99/173 หมู่ที่ 1 ตำบลลำไทร อำเภอลำไย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170 โทรศัพท์ 08-28723538

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/index>

E-mail: selaphum.academic@gmail.com

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นพรัตน์ ทรงสายชลชัย
วัน เดือน ปี เกิด	25 มกราคม 2530
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2555 ศศ.ม (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัย นเรศวร
ที่อยู่ปัจจุบัน	พ.ศ. 2552 ศศ.บ. (ธุรกิจท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 50/336 ซอยเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งเหนือ 8 แขวงหนองแขม เขต หนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ผลงานตีพิมพ์	นพรัตน์ ทรงสายชลชัย, ผกามาศ ชัยรัตน์ และชมพูนุช จิตติถาวร. (อยู่ ระหว่างการตีพิมพ์). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี. วารสารวิชาการ. มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ. 14(1). นพรัตน์ ทรงสายชลชัย, ผกามาศ ชัยรัตน์ และชมพูนุช จิตติถาวร. (อยู่ ระหว่างการตีพิมพ์). ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี. วารสารการบริหาร นิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 7(4). นพรัตน์ ทรงสายชลชัย. (2560). ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: โฮมสเตย์ชุมชนบ้านเกาะเกิด อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยธนบุรี. นพรัตน์ ทรงสายชลชัย. (2561). การเปิดรับสื่อและความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบริษัทจัดการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว เชิงผจญภัย จังหวัดเลย. มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.