

การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตร ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่านในเขตภาคเหนือ

ประกาศรี ศรีประดิษฐ์ พิระศักดิ์ ฉายประสาท วศิน ปัญญาวัชรตระกูล และพุทธพงษ์ สร้อยเพชรเกษม

บทคัดย่อ

ผลการศึกษา พบว่า การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ แปลงปลูกทุเรียนหลงและหลินลับแล ลางสาด ลองกอง มังคุด มะไฟ กาแฟ จังหวัดอุดรดิตถ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว อุทยานแห่งชาติคลองตรอน อุทยานแห่งชาติลำน้ำน่าน วนอุทยานสักใหญ่ เชื่อนสิริกิติ์ และน้ำตกแม่พูล การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ พิธีอัฐรมีบูชา วัดพระบรมธาตุทุ่งยั้ง อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก วัดธรรมาธิปไตย วัดพระยืนพุทธบาทยุคล วัดพระฝางสว่างคุณาราม วัดท่าถนนวน บ่อเหล็กน้ำพี้ และเมืองลับแล

การศึกษาอุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรดิตถ์ คือ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของ ร้านให้เช่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายประมาณ 4,001-6,000 บาท ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการที่นักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมมากที่สุด คือ ของฝาก/ของที่ระลึก ร้านอาหารพื้นบ้านของจังหวัดอุดรดิตถ์ สถานที่ซื้อปิ้ง เติญซื้อของ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ เดือนธันวาคม มกราคม และกุมภาพันธ์

การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์มากที่สุดคือ 5 ครั้ง ระยะเวลาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ จำนวน 1 วัน จำนวนผู้ร่วมเดินทางมากที่สุดคือ จำนวน 1 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาเอง ประเภทของที่ฝากและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ฝากค้างคืน พักโรงแรมมากที่สุดคือ จำนวน 1 คืน พักรีสอร์ท/บังกะโลมากที่สุดจำนวน 5 คืน พักบ้านญาติ/บ้านเพื่อนมากที่สุดคือ จำนวน 2 คืน พักในอุทยานแห่งชาติจำนวน 1 คืน และมีนักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างแรมเหตุผลที่ไม่พักค้างแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ไป-กลับสะดวก ระยะเวลาไม่ไกลและน้อยที่สุดคือ มาทำธุระ และไม่ระบุการพักค้างแรม การวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชอบมาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์มากที่สุด เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ มาพักผ่อนและท่องเที่ยวทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง

การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ ศูนย์วิจัยพืชสวนแพร่ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหม้อห้อมบ้านทุ่งไธ้ง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา ได้แก่

แพะเมืองผี อุทยานแห่งชาติแม่ยม อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย บ่อน้ำพุร้อนแม่จอก อุทยานแห่งชาติดอยผากลอง ภูเขาหินปะการัง ถ้ำเอราวัณ และน้ำตกห้วยโรง การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์เมืองแพร่ โกมลผ้าโบราณ อุทยานลิลิตพระลอ คุ่มเจ้าหลวง บ้านประทับใจ คุ่มวงศ์บุรี วัดศรีดอนคำ วัดพระธาตุสุโทนมงคลคีรีสามัคคีธรรม วัดพระนอน วัดแสง วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร วัดหลวง พระธาตุซ่อแฮ วัดพระธาตุดอยเล็ง และวัดพระธาตุจอมแจ้ง

การศึกษาอุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในจังหวัดอุตรดิตถ์ คือ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร ร้านขายของ ที่พัก ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายประมาณ 2,000-4,000 บาท ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการที่นักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมมากที่สุดคือ ของฝาก/ของที่ระลึก ร้านอาหารพื้นเมือง สถานที่ซื้อปิ้ง/เดินเที่ยว ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ธันวาคม มกราคม และกุมภาพันธ์

การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาเที่ยว 1 วัน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 1 วัน ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางมาด้วยมากที่สุดคือ จำนวน 4 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเอง ประเภทของที่พักและจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักค้างคืน ที่พักโรงแรมพักรีสอร์ท/บังกะโลนอน ที่พักเกสท์เฮาส์ และพักในอุทยานแห่งชาตินอนค้างคืนมากที่สุดจำนวน 1 คืน พักบ้านญาติ/บ้านเพื่อนนอนค้างคืนมากที่สุดคือ จำนวน 2 คืน เหตุผลที่ไม่พักค้างแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ไปกลับสะดวก ระยะทางไม่ไกลและน้อยที่สุดคือ ไม่ระบุการพักค้างแรม การวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชอบมาแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณสถานมากที่สุด เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ พักผ่อน และท่องเที่ยวทั่วๆ ไป ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวมากจากญาติพี่น้อง

การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน พบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สถานิพัฒนาการเกษตรที่สูงตามพระราชดำริภูพยัคฆ์ ศูนย์ภูฟ้าพัฒนา สาหร่ายโก กลุ่มแม่บ้านเกษตรหนองบัว ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชนวัดโป่งคำ และส้มสีทอง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา ได้แก่ อุทยานแห่งชาติขุนน่าน อุทยานแห่งชาติขุนสถาน อุทยานแห่งชาติดอยภูคา อุทยานแห่งชาติถ้ำสะเกิน อุทยานแห่งชาตินันทบุรี อุทยานแห่งชาติแม่จริม อุทยานแห่งชาติศรีน่าน และดอยผาฮู้ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานบ้านพระเกิด วัดสวนตาล ประเพณีแข่งเรือ บ่อเกลือสินเธาว์ วัดภูมินทร์ วัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดหัวข่วง พระธาตุแช่แห้ง วัดพระธาตุเขาน้อย วัดศรีพันต้น วัดมิ่งเมือง วัดบุญยืน วัดหนองบัว หอศิลป์ปริมานัน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ และกระซิบรักเมืองน่าน

การศึกษาอุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการในจังหวัดน่าน คือ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของ และสปา ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสินค้า/บริการต่อการมาท่องเที่ยว 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายประมาณ 2,000-

4,000 บาท ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อสินค้า/บริการที่นักท่องเที่ยวสอบถามเพิ่มเติมมากที่สุด คือ ร้านอาหารพื้นบ้านของจังหวัดน่าน ของฝาก/ของที่ระลึก สถานที่ซื้อปิ้ง เดินเที่ยวซื้อของ และไกด์นำเที่ยว ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงวันในสัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวมาอุดหนุนสินค้า/บริการมากที่สุดคือ เดือนธันวาคม มกราคม และกุมภาพันธ์

การศึกษารูปสงค์การท่องเที่ยวของจังหวัดน่าน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาเยือนหรือจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่าน มากที่สุดคือ เคยมา 1 ครั้ง ระยะเวลาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 3 วัน ส่วนใหญ่เดินทางมาเอง ประเภทของที่พกและจำนวนนักท่องเที่ยวที่พกค้างคืน ส่วนใหญ่ไม่แจ้งรายละเอียดจำนวนวันเข้าพัก และการพักที่อื่นๆ เหตุผลที่ไม่พักค้างแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ไป-กลับสะดวก ระยะทางไม่ไกล การวางแผนการเดินทางมาท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชอบมาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุด เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่านมากที่สุดคือ มาท่องเที่ยวทั่วๆ ไป นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมาจากเอกสาร/แผ่นพับ

นอกจากนี้การศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวแต่มีจุดอ่อนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ การเดินทางไม่สะดวก ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูล ขาดศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวควรดำเนินการตลอดทั้งช่วงเวลาที่มียกท่องเที่ยวมาก (High Season) และนักท่องเที่ยว (Low Season)
2. ควรสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ในช่วงฤดูร้อนและฝน เพราะในช่วงดังกล่าวมีนักท่องเที่ยว (Low Season)
3. การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ในจุดที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้สะดวก

The Study of Ecotourism, Agrotourism and Art Cultural Tourism Potentials at Uttaradit, Phrae, and Nan Province in the Lower Northern Part of Thailand

Praparsri Sripradit, Peerasak Chaiprasart, Wasin Panyawuttakun,
and Puttapon Sroypatkasam

Abstract

The results showed that in Uttaradit, agricultural tourism destinations include tropical fruit orchards such as durian, mangosteen, langsat, longan and coffee. Ecology tourism includes Phusoidao National Park, Khlongtron National Park, Nan River National Park, Sakyai Forest Park, Sirikit Dam, and Maepool Waterfall. Art and cultural tourism was Wat Phar Borom That Thung Yang Buddha's Relics temple, the Monument of Phrayaphichai, Thammathipatai temple, Phra Phutthabatyukhon temple, Phrafangsawangkhauri Muneenat Temple, Thatanon temple, Bo Leknamphi and Mueang Laplae.

The survey on the supply sides found that entrepreneurs were restaurant business, resident, shop, and rental service respectively. The expense of tourists was 4,001-6,000 baht/service. Souvenir, unique product, local food, shopping area, walking street were often enquiry requested. The tourists were crowded on the weekend and holidays mostly in December, January and February.

The survey on the attitude of tourists found that tourists were 5 times sightseeing experience, 1 day maximum stay, 1 accompany person, driving own vehicle while maximum staying at hotels for 1 nights, relative house for 2 nights, and natural parks for 1 night, a preference for historical tourism along with relaxation and general travel purposes, and receiving tourism information through relatives. The main reason for no staying was convenient transportation and short distance from their habitat.

In Phrae, Agricultural tourism sites included the Horticulture Research Centre Phrae, Mohom Community Enterprise, Ban Thunghong and Pheamerpee. Ecology tourism destinations were Maeyom National Park, Wiangkosai National park, Mae-jok Hot Springs, DoiPhaklong National Park, Mount Coral, Erawan Cave and Hoylong Waterfall. Art and cultural tourism events and locations were Songkran Festival, Komon Old Fabric

Museum, Lilitphralo Cultural Park, Khum Chao Luang, Ban Patubjai, Khum Wongburi, Sridonkham temple, Phrathatsuthon Mongkhonkhirisamakkhitham temple, *Pranon* Temple, Salang temple, Phrabatmingmuang temple, *Loung* temple, Phrathatchohae, and *Doileng* temple.

The survey on the supply sides found that entrepreneurs were restaurant business, resident, shop, and rental service respectively. The expense of tourists was 2,000-4,000 baht/service. Souvenir, unique product, local food, shopping area, walking street were often enquiry requested. The tourists were crowded on the weekend and holidays mostly in November, December, January and February.

The survey on the attitude of tourists found that tourists were 1 times sightseeing experience, 1 day maximum stay, 4 accompany person, driving own vehicle while maximum staying at hotels for 1 nights, relative house for 2 nights, and natural parks for 1 night, a preference for historical tourism along with relaxation and general travel purposes, and receiving tourism information through relatives. The main reason for no staying was convenient transportation and short distance from their habitat.

In Nan, Agricultural tourism were Phuphayak Royal Uplands Agricultural Development Station, Phufa Development Center, Green algae (Kai), and Wang Phrai Si Thong Orange Orchard. Ecology tourism included places such as Khunnnan National Park, Khunsathan National Park, Doi Phukha National Park, Thumsakern National Park, Nanthaburi National Park, Maecharim National Park, Sinan National Park, and Doiphachu. Art and cultural tourism destinations include Ban Phrakeid Museum, Suantan temple, traditional Nan boat racing, Phumintemple, Chang Kham Worawihan temple, Hua Kuang temple, Phrathatchahe temple, Phrathatkhaonoi temple, Si Phantom temple, Mingmuang temple, Boonyeun temple, Nongbua temple, Nan Riverside Art Gallery, the National Museum, Boklua Salt Well, and Kasiblukmuangnan.

The survey on the supply sides found that entrepreneurs were restaurant business, resident, shop, and spa respectively. The expense of tourists was 2,000-4,000 baht/service. Souvenir, unique product, local food, shopping area, walking street and tour guide were often enquiry requested. The tourists were crowded on the weekend and holidays mostly in December, January and February.

The survey on the attitude of tourists found that tourists were 1 time sightseeing experience, 3 day maximum stay, not informed accompany person, driving own vehicle while not informed staying place, a preference for natural tourism along with relaxation

and general travel purposes, and receiving tourism information through brochure and tourist information. The main reason for no staying was convenient transportation and short distance from their habitat.

Policy recommendations were created through stake holder collaboration with tourism management, investment support for SME, sustainable tourism development, infrastructure development for foreigner and Thai tourists, service and souvenir development for tourism, human resource development for tourism, tourist business and guide registration offices in this region, year-round tourism promotion, tourism quality and standards, aggressive marketing and branding strategies, and tourism research such as tourist behavior, tourist attitude, tourism marketing, tourism promotion, hospitality service and tourism management.