

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

นพรัตน์ ทรงสายชลชัย ผกามาศ ชัยรัตน์ และ ชมพูนุช จิตติถาวร
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี 2.เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี และ 3.เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 17 คน ดังนี้ เจ้าหน้าที่หน่วยงานของภาครัฐ ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานเทศบาลเมืองอุทัยธานี สมาคมวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี หน่วยงานภาคเอกชนที่มีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ หอการค้าจังหวัดอุทัยธานี สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ผู้ประกอบการด้านที่พักแรม ผู้ประกอบการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการด้านสินค้าของที่ระลึกผู้ประกอบการด้านเรือบริการนักท่องเที่ยว และภาคชุมชน ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนสำคัญในบทบาทการเป็นผู้นำชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ชุมชน อันเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำคัญจังหวัดอุทัยธานี โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้มีการกำหนดโครงสร้างไว้ ขณะเดียวกันมีการปรับคำถามให้เปิดแนวทางที่รับรู้ข้อมูลเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - structure) ที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงบรรยาย โดยการระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบ

ผลการวิจัยพบว่า 1.แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ วัดสังกัสรัตนคีรี (วัดเขาสะแกกรัง) วัดจันทาราม (วัดท่าซุง) วัดอุโปสถาราม (วัดโบสถ์) วิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง แหล่งเที่ยวเกาะเทโพ ถนนคนเดินตรอกโรงยา วัดถ้ำเขาวง หมู่บ้านกระเหรียงแก่นมะกรูด คงความเป็นเอกลักษณ์ สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น 2.ปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เกิดจากเศรษฐกิจเติบโตอย่างช้า ๆ เนื่องจากรายได้ในชุมชนน้อย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ไม่มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องและจริงจัง ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ด้านการให้ความรู้ที่ถูกต้องในการใช้เทคโนโลยี มีความเสี่ยงต่อภัยธรรมชาติ คนรุ่นใหม่ไม่มาสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 3.แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พัฒนาให้เป็นเมืองที่รักษาความเป็นมรดกของท้องถิ่นไว้ ส่งเสริมงานประเพณีที่ขึ้นชื่อของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเพื่อสร้างจุดสนใจ ช่วยกันสร้างวัฒนธรรมที่มีอยู่แต่เดิมให้มีความโดดเด่นเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายเข้าถึงง่ายโดยการร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและคนในท้องถิ่น ส่งเสริมสินค้า OTOP เพื่อเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สมบูรณ์และยั่งยืน

คำสำคัญ: แนวทาง; การพัฒนา; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; จังหวัดอุทัยธานี

GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM, UTHAITHANI PROVINCE

Nopparat Songsaichonchai, Pakamas Chairatana, and Chompunuch Jittithavorn

College of Management, University of Phayao

Abstract

This research aims to 1. study cultural tourism destinations in Uthai Thani Province. 2. study the problems and obstacles of cultural tourism of Uthai Thani Province, and 3. find ways to develop cultural tourism of Uthai Thani Province. This research is a qualitative research, by using the method of interviewing a specific sample group of 17 people as follows; government agencies officials playing a role in promoting tourism, namely Tourism Authority of Thailand, Uthai Thani Provincial Office, Office of Tourism and Sports, Uthai Thani Province, Uthai Thani Provincial Administrative Organization, Uthai Thani City Municipality Office, Cultural Council of Uthai Thani Province; private agencies playing a role in promoting tourism including the Uthai Thani Province Chamber of Commerce, Uthai Thani Tourist Business Association, Operators Accommodation, food and beverage operators, entrepreneurs and souvenirs, tourist service boat operators, The community sector is the key player in a community leadership role or owner of community area which is the location of important cultural attractions in Uthai Thani Province. The tool used in this qualitative research was in-depth interviews. The questions used in the interview was structured. At the same time, the questions were adjusted to open up informed guidelines in response to research objectives. Qualitative data analysis method in depth interviews and semi – structured interview obtained from informants were brought to analyze the qualitative data by using content analysis techniques which is a descriptive analysis by systematically identifying the characteristics of the message.

The research results were found that 1. Major Cultural tourism attractions in Uthai Thani Province included Wat Sangkas Ratanakiri (Wat Khao Sakae Krang), Wat Chantaram (Wat Tha Sung), Wat Uposatharam (Wat Bot), The way of life of the people of the Sakae Krang River Basin, Koh Thepo, Trok Rong ya walking street, Wat Tham Khao Wong, Karen Village Kaen Ma kood which were unique and reflected the lifestyle of the local people. 2. Problems and obstacles of cultural tourism in Uthai Thani Province resulted from slow economic growth, because the income in the community was less as a secondary city tourist attraction. There was no continuous and serious publicity. lack of support from related agencies, both public and private, and providing knowledge about the correct use of technology. There was a risk of natural disasters. The new generation did not inherit the local culture. 3. Guidelines for the development of cultural tourism in Uthai Thani Province

were found that it should be developed to be a city maintaining the local heritage, promoting the famous traditions of the tourist attractions to be unique in the province to create a point of interest, creating a culture that is unique and preferred by tourists, increasing public relations channels to be widespread and easy to access by cooperating with the government private sectors and local people, and promoting OTOP products to be the main product in cultural tourism that is rich and sustainable.

Keywords: Guidelines, Development, Cultural tourism, Uthaithani Province

บทนำ

ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย การส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์อันสวยงาม การรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย และในปี พ.ศ. 2561 ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน หรือ Amazing Thailand Tourism Year 2018 เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อหนุนในส่วนของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ความมั่นคง รวมไปถึงการต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนเพื่อนำไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่เจริญเติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทยโดยนารายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน (Ministry of Tourism and Sports, 2018)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถูกบรรจุความสำคัญไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564) มีวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกัน อย่างมีความสุข และนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ระยะยาว “มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน” และในด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฯ กำหนดแนวทางพัฒนาด้านการปรับโครงสร้างการผลิตของภาคบริการ เร่งพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นโครงข่าย การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมมีความทันสมัย และจัดทำกฎหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่ระดับสากลและรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ รวมถึงการควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ การพัฒนาเชิงพื้นที่ในลักษณะกลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวโดยสนับสนุนพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยง ทั้งทางกายภาพ วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมการสร้างเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคระดับอาเซียน (Office of the National Economics and Social Development Board, 2015)

ท่ามกลางการแข่งขันของตลาดการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงได้รับความสนใจที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน (Kanchana Sanglimsuwan, & Saranya Saenglimsuwan, 2012) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ยังเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพาไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ชี้ให้เห็นว่า ส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรมการศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง (Chanwit Kasetsiri, 1997)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural and Traditional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ อันประกอบด้วย การเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องรับผิดชอบ ต่อปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Boonlert Jittangwattana, 2005)

จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น ล่องเรือแม่น้ำสะแกกรัง วัดท่าซุง หรือวัดจันทาราม วัดอุปถาราม วัดถ้ำเขาวง ตรอกโรงยา เขาสะแกกรัง วัดผาทั้ง ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทั้ง ถ้ำพุนพวย ถ้ำเขาพระยาพายุเรือ บ้านกระเหรียงแก่นมะกรูด หุบป่าตาด ต้นไม้ยักษ์บ้านสน่าน้ำ สะพานแขวน เกาะเทโพ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และน้ำตกผาร่มเย็น สภาพพื้นที่ของจังหวัดอุทัยธานี เป็นทิวเขาสูงสลับ ซับซ้อน เป็นป่า ภูเขาสูง และมีพื้นที่ราบทางการเกษตร มีแม่น้ำที่สำคัญ คือ แม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งแยกออกเป็นคลองแม่ไร่ - แม่วัง คลองชุมทรัพย์ คลองเพนียดน้อย คลองท่าโพ คลองอีเต็ง เป็นต้น (Development Plan of Uthai Thani Province, 2018)

จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในส่วนของ การรักษาและดำรงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่น แต่ทั้งนี้ ยังไม่มีการส่งเสริมหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ให้เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการวิจัยในเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานี ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ได้ผลของการศึกษาเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไปในอนาคต (Development Plan of Uthai Thani Province, 2018)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการวิจัย คือ พื้นที่ทั้ง 8 อำเภอ ในจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ได้แก่ อำเภอเมืองอุทัยธานี อำเภอทัพทัน อำเภอสว่างอารมณ์ อำเภอหนองฉาง อำเภอหนองขาหย่าง อำเภอบ้านไร่ อำเภอลานสัก และอำเภอห้วยคต

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานี โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ SWOT Analysis ทัศนียภาพของพื้นที่

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ที่ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐจำนวน 7 คน โดยมีหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดอุทัยธานี องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี สำนักงานเทศบาลเมืองอุทัยธานี สภาวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี ผู้แทนจากภาคเอกชนจำนวน 7 คน โดยมีหน่วยงานหอการค้าจังหวัดอุทัยธานี สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ผู้ประกอบการด้านที่พักแรม ผู้ประกอบการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการด้านสินค้าของที่ระลึก ผู้ประกอบการด้านเรือบริการนักท่องเที่ยว และผู้แทนชุมชนจำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนสำคัญในบทบาทการเป็นผู้นำชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ชุมชน อันเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำคัญ จังหวัดอุทัยธานี รวมทั้งสิ้น 17 คน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

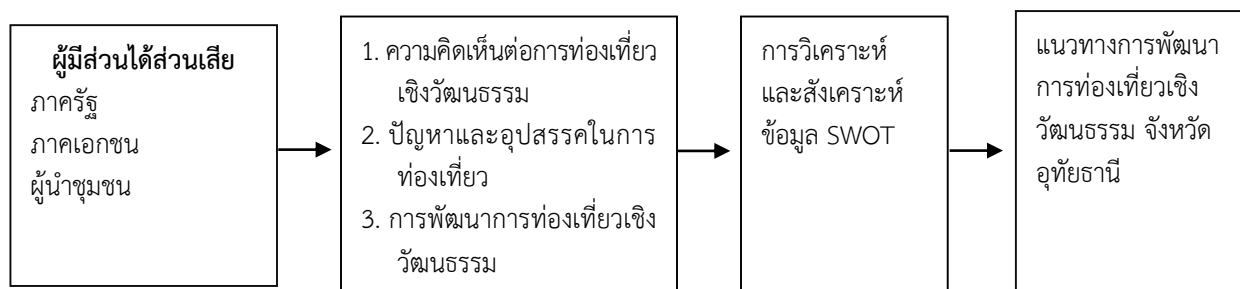
4. ขอบเขตระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้เวลาในการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ในหัวข้อเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ใช้เวลาในการลงพื้นที่ประมาณ 2 เดือน ตั้งแต่เดือน มิถุนายน - กรกฎาคม 2563

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐ เอกชน คนในชุมชน นำผลวิจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ไปพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายได้อย่างเหมาะสม
2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปวางแผน พัฒนาแผนการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมจำนวน 17 ราย (McMillan, & Schumacher, 1997) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของทุกภาคส่วน ทั้งระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการในพื้นที่ ได้แก่

1. ภาครัฐ ผู้แทนจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี ประชาสัมพันธ์จังหวัด พัฒนาการจังหวัดอุทัยธานี สภาวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 7 คน

2. ภาคเอกชน ผู้แทนจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ หอการค้าจังหวัด สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการด้านสินค้าของที่ระลึก ผู้ประกอบการด้านเรือบริการนักท่องเที่ยว จำนวน 7 คน

3. ผู้นำชุมชน ผู้แทนจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในชุมชน จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - structure) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ว่ามีข้อคำถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมและสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน

การรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นตลอดจนถึงการคมนาคมขนส่ง และการประกอบอาชีพของประชาชนในพื้นที่ จังหวัดอุทัยธานี

การเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่จริง โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน โดยการจัดทำหนังสือจากมหาวิทยาลัยไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขออนุญาตในการนัดหมายเข้าสัมภาษณ์ จัดบันทึกข้อมูล และบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ซึ่งเนื้อหาการสัมภาษณ์จะครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ระบุอยู่ในเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าหน้าที่บุคลากรของภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และตัวแทนภาคชุมชน ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ในแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะถูกนำมาเชื่อมโยงเพื่อวิเคราะห์ ประมวลผลว่ามีความสอดคล้องหรือมีความขัดแย้งกันภายในและภายนอกของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ถ้ามีข้อมูลใดที่มีการขัดแย้งกันทางผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เพิ่มเติมถึงประเด็นดังกล่าวเพื่อให้ได้ถึงความถูกต้องของข้อมูลให้ได้มากที่สุด และนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอก และภายใน (SWOT) โดยมีข้อคำถามหลัก คือ

1. ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานี
 - 1.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดอุทัยธานี
 - 1.2 สภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานี มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวสถานที่อื่นหรือไม่
 - 1.3 ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานี
 - 1.4 ความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่นต่อแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานี
 - 1.5 การประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
2. ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานี เป็นอย่างไร
3. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายในจังหวัดอุทัยธานี อย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

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

1. กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร เป็นการกำหนดให้ชัดเจนว่า ผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารประเภทใด เพื่อมาทำการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยจะต้องตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นมาเองในการคัดเลือกเอกสารและหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์ให้ชัดเจน โดยในการวิจัยครั้งนี้ เอกสารที่ใช้ คือ บันทึกการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - structure) จากกลุ่มตัวอย่าง

2. วางเค้าโครงการวิเคราะห์ เป็นการจัดระบบการจำแนกคำ หรือข้อความในเนื้อหาสาระของเอกสาร บทความวิชาการ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดระบบการจำแนกให้ชัดเจนว่าจะจำแนกโดยใช้คำหรือข้อความใดบ้าง ระบบการจำแนกที่ชัดเจนนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำเนื้อหาใดมาวิเคราะห์ และจะตัดเนื้อหาใดออกไป

3. พิจารณาข้อมูลและเอกสาร เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลเอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้องมีความครอบคลุมมากที่สุด โดยลักษณะของข้อมูลที่พิจารณาได้แก่ แหล่งที่มาของข้อมูล ช่วงเวลาในการบันทึกข้อมูล บุคคลที่ผู้ให้ข้อมูลประสงค์จะส่งข้อมูลถึง ซึ่งลักษณะเหล่านี้ของข้อมูลจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงอธิบายข้อมูลในเอกสารได้ดีขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนับความถี่ของคำหรือข้อความที่จำแนกไว้ภายใต้ระบบการจำแนกที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ เชื่อมโยง สรุป บรรยายข้อมูลที่จำแนกได้และอ้างอิงไปสู่ข้อมูลทั้งหมดในเอกสารนั้น ๆ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน (SWOT) พบว่า จุดแข็ง (Strengths) คือ เอกลักษณ์ของวัด ชุมชนเมื่อเก่า และเรือนแพแม่น้ำสะแกกรัง ที่บ่งบอกถึงประวัติความเป็นมาของจังหวัดอุทัยธานี มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และทำให้คนรู้จักจังหวัดอุทัยธานีอีกทั้ง คือ ความสงบ การท่องเที่ยวอย่างเนิบช้า เหมาะแก่การมาพักผ่อนหย่อนใจ มีความปลอดภัย ผู้คนอัธยาศัยดี ค่าครองชีพถูก ที่พักราคาไม่แพง อาหารการกินราคาถูก จุดอ่อน (Weaknesses) คือ การขาดการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ไม่มีการวางแผนท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ไม่ว่าจะเป็นป้ายแนะนำ หรือแผนพับที่ยังมีน้อย อีกทั้งยังเป็นเมืองรองที่ยังไม่ค่อยมีคนรู้จักว่ามีที่เที่ยวนิยมตรงไหน นอกจากนี้ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ส่วนโอกาส (Opportunities) คือ สามารถเดินทางได้ง่าย ใช้เวลาจากกรุงเทพฯ ประมาณ 3 ชั่วโมง ถนนเดินทางสะดวกสบาย อีกทั้งยังมีการท่องเที่ยวรูปแบบเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยในแต่ละชุมชนจะเปิดจะเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปศึกษาหาความรู้และเที่ยวชม นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์มากขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว และอุปสรรค (Threats) คือ ขาดการช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัดอุทัยธานี นอกจากนี้ก็ไม่มีมีการประชาสัมพันธ์จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังไม่มีการวางแผนได้ดีเท่าที่ควรจะเป็น และจังหวัดอุทัยธานี มีการเกิดภัยธรรมชาติ

บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นน้ำท่วมและไฟไหม้ป่า ทำให้คนในพื้นที่ และพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ รวมถึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ตามประเด็นความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานี

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ภายในจังหวัดอุทัยธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตั้งแต่สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา เช่น วัดท่าซุง วัดสังกัสรัตนคีรี วัดโบสถ์ วัดถ้ำเขาวง แต่ละสถานที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ เอาไว้อย่างไม่เสื่อมคลาย ทั้งที่สถานที่ต่าง ๆ ได้มีการบูรณะซ่อมแซม แต่ก็ยังความงามดงามไว้เหมือนเดิม สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ประเพณีตักบาตรเทโว ที่จัดขึ้นที่วัดสังกัสรัตนคีรี สถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนหรือคนในท้องถิ่น เช่น ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง เส้นทางปั่นจักรยานท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะเทโพ ถนนคนเดินตรอกโรงยา อีกทั้งยังมีการพัฒนาหมู่บ้านต่างๆ ให้เข้าร่วมโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องหลักการของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี (Uthai Thani Provincial Cultural Office, 2018a) กล่าวว่า การท่องเที่ยวภายในอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี แบ่งออกเป็น โบราณสถาน/โบราณวัตถุ ประกอบไปด้วย มณฑลแปดเหลี่ยม วัดอุโปสถาราม มณฑป พระพุทธรูปบาทจำลองบนยอดเขาสะแกกรัง หลวงพ่อพุทธมงคลศักดิ์สิทธิ์วัดสังกัสรัตนคีรี ภาพจิตรกรรมฝาผนัง วัดพิชัยปุณาราม และพลับพลาอนุสาวรีย์สมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกบนยอดเขาสะแกกรัง ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวประกอบไปด้วย วัดจันทาราม (วัดท่าซุง) ยอดเขาสะแกกรัง แม่น้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะเทโพ และพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี

2. สภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า จังหวัดอุทัยธานี มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวของสถานที่อื่น คือ มีความคงเอกลักษณ์และดั้งเดิมอย่างแท้จริง โดยมีความลงตัวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็นวัดต่าง ๆ วิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง กิจกรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวยังอยู่ใกล้กรุงเทพฯ การเดินทางคมนาคมสะดวกสบายเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวเมืองรอง เน้นการพักผ่อน การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ ซึ่งสอดคล้องหลักการของ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี (Uthai Thani Provincial Cultural Office, 2018b) กล่าวว่า ประเพณีงานตักบาตรเทโว วัดสังกัสรัตนคีรีเป็นประเพณีสำคัญในวันออกพรรษาของชาวอุทัยธานี ซึ่งจะจัดขึ้น ในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 พระสงฆ์ประมาณ 200 - 300 รูป จะเดินลงบันไดจากยอดเขาสะแกกรัง นำด้วยพระพุทธรูปปางเสด็จจากดาวดึงส์ ลงมารับบิณฑบาตข้าวสารจากพุทธศาสนิกชนที่ลานวัด โดยสมมติมณฑปบนยอดเขาสะแกกรัง เป็น "สิริมหายาภูคาร" ที่พระพุทธเจ้าทรงเทศนาโปรดมารดา แล้วเสด็จกลับสู่โลกมนุษย์ลงบันได 449 ขั้น ซึ่งถือเป็นบันไดแก้วสู่สรวง คือ บริเวณวัดสังกัสรัตนคีรี

3. ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวพบว่า การคมนาคม การเดินทางสะดวกสบาย ถนนหนทางดี แต่ถ้านักท่องเที่ยวมีน้อย ในตลาดมีการบริการเป็นรถสองแถว รถสามล้อ รถรับจ้างในการให้บริการไม่ค่อยมี ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะขับรถส่วนตัวมาท่องเที่ยวเอง แต่โดยรวมด้านการบริการเพียงพอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวและมีการบริการที่เป็นกันเองส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ นอกจากนี้ที่พักต่าง ๆ

มีราคาไม่สูง สะอาด และมีความเป็นกันเองในการบริการต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องหลักการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand, 2018) ได้นำเสนอที่มืองค์ประกอบของการท่องเที่ยวกล่าวว่า บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่น ๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

4. ความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่นต่อแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ใช้ประชาชนเป็นตัวขับเคลื่อน โดยต้องการที่จะธำรงความเป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชนและเอกลักษณ์ของจังหวัดอุทัยธานีไว้ และได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากภาครัฐที่จัดตั้งโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง โดยการใช้ประโยชน์จากพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพิ่มรายได้และส่งเสริมอาชีพที่ส่งผลชัดเจน คือ อำเภอเมืองและอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองที่คนในชุมชนมีความเป็นกันเองต่อนักท่องเที่ยว ทำให้ภาพลักษณ์โดยรวมของจังหวัดอุทัยธานีมีการประชาสัมพันธ์ไปอย่างแพร่หลาย ซึ่งสอดคล้องหลักการของ อรวรรณ เกิดจันทร์ (Orawan Kerdchan, 2014) ได้เสนอหลักการในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะต้องดูแล และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) เป็นการช่วยเหลือของคนในพื้นที่ที่จะให้ความร่วมมือในการดูแลและช่วยกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

5. การประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ในขณะนี้เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลเป็นส่วนใหญ่ เพราะสมัยนี้เทคโนโลยีผ่านอินเทอร์เน็ตไม่ได้ใช้ต้นทุนสูงและสามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถอธิบายความลงตัวของแหล่งท่องเที่ยวแบบหลากหลาย ซึ่งตรงนี้เป็นมนต์เสน่ห์ตัวหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวอุทัยธานีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และยังมีการเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น เช่น การออกบูธเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง หรือของดีของจังหวัดอุทัยธานี เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องหลักการของ สุจิตราภา พันธวิไล และ ชีรเทพ ชนโมตรี (Suchitrapa Punwilai, & Teeratthep Chonmaitree, 2007) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวนั้น จะต้องคำนึงถึงภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี รวมไปถึงการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

6. ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า เป็นเมืองรองหรือเป็นเมืองปิดยังไม่มีคนรู้จักเท่าไร และบางคนไม่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและชัดเจน คนในชุมชนยังคงความเป็นธรรมชาติและดั้งเดิม ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจในการที่จะช่วยกันประชาสัมพันธ์ อีกทั้งสภาพพื้นที่ของจังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่เป็นที่ลุ่มน้ำ ติดกับแม่น้ำสายหลักเป็นสำคัญ ทำให้ในช่วงฤดูฝนมีโอกาสน้ำท่วมเป็นอย่างมาก ทำให้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งสอดคล้องหลักการของ Kikeri, Nellis, & Shirley (1992) ได้นำเสนอหลักการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กล่าวว่า อนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่ดูแล รับผิดชอบการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีวิธีการ

บริหารจัดการการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้เพียงพอประหยัดและมีประสิทธิภาพอย่างที่สุด อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงคุณค่าของทรัพยากรเหล่านั้นที่มีปัจจัยสำคัญประกอบอยู่ด้วย การพัฒนานั้นยังต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมไว้ให้มากที่สุดและเกิดผลกระทบน้อยที่สุด โดยใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีใหม่ ๆ การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมสามารถทำให้ธุรกิจนั้นยืนยาวได้

7. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ต้องการให้จังหวัดอุทัยธานีเป็นเมืองที่รักษาความเป็นมรดกของตัวเองไว้ ยังคงความเป็นความดั้งเดิมของตนเองไว้ ไม่ต้องการความทันสมัยแต่ก็ไม่ล้าหลัง และพยายามจะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวที่คงทนหรือยั่งยืนเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุทัยธานีไว้อย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ตามประเด็นความคิดเห็นของกลุ่มองค์กรภาคเอกชนต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานี

1. แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัดเน้นการคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ทั้งที่มีการบูรณะซ่อมแซม เช่น วัดสังกัสรัตนคีรี วัดอุโปสถาราม วัดถ้ำเขาวง แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ตลาดเช้าริมน้ำสะแกกรัง เรือนแพลุ่มน้ำสะแกกรัง ถนนคนเดินตรอกโรงยา การปั่นจักรยานที่เกาะเทโพ ที่เริ่มมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ครอบครัว หรือแม้แต่วัยรุ่น ซึ่งสอดคล้องหลักการของจิตาภา บำรุงศิลป์ (Thitapa Bamrungsil, 2016) ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษพบว่า ความคิดเห็นของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม 6 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาด้านการอนุรักษ์มากที่สุดส่วนความต้องการของชุมชนต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า ชุมชนมีความต้องการต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการจัดการและด้านการเข้าถึงพื้นที่มากที่สุด

2. สภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า แต่ละแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดเด่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างลงตัว และการดึงดูดเด่นนั้น ๆ ออกมาทำให้จังหวัดนี้เกิดมนต์เสน่ห์ที่ไม่เหมือนใคร ใครได้ลองมาสัมผัสแล้วก็ต้องกลับมาอีก บางแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ชูความเป็นสมัยใหม่ที่จับต้องได้ แต่เน้นไปในการทำอะไรให้แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นโดยไม่ทำลายสิ่งที่มีอยู่มากที่สุดเพราะสิ่งนั้นเองทำให้แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี แตกต่างจากที่อื่นอย่างสิ้นเชิง ซึ่งสอดคล้องหลักการของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (National Office of Buddhism, 2018) จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดเล็กจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าและภูเขาสูงสภาพป่าไม้อุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่ประมาณ 6,730 ตารางกิโลเมตร สภาพป่าไม้ของจังหวัดอุทัยธานีอุดมสมบูรณ์มีความหลากหลายทางธรรมชาติจนทำให้เขตรักษาพันธุ์ห้วยขาแข้งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก อีกทั้งยังมีหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์ของกรมศิลปากรยืนยันไว้ว่า เป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ เมื่อประมาณ 3,000 ปี มาแล้ว โดยพบหลักฐานยืนยันในหลายพื้นที่ เช่น โครงกระดูก เครื่องมือหินกะเทาะจากหินกรวด และภาพเขียนสมัยก่อนประวัติศาสตร์เขาปลาร้า เป็นต้น

3. ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ครอบครัวตั้งแต่การเดินทาง การบริการ ที่พัก ร้านอาหาร ความใส่ใจของชุมชน ซึ่งอาจจะไม่ได้ดีทั้งหมด แต่ก็สามารถเห็นภาพชัดได้ว่าคนในชุมชนต้องการที่จะดูแลหรือบริการให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้มีความรู้สึกประทับใจต่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ถนนหนทาง ร้านอาหาร อาจจะซับซ้อนแต่ก็ไม่ยากที่จะเดินทางหรือกล่าวได้ว่า ไม่ได้เป็นอุปสรรคใหญ่ที่ทำให้ส่งผลให้เกิดความไม่ประทับใจ อาจเป็นการส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับคนในชุมชนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องหลักการของ อานนท์ สีดาเพ็ง (Anon Sidapheng, 2016) จำแนกองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท 1. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง เช่น การเดินทางด้วยเครื่องบิน รถไฟ รถยนต์ส่วนตัวรถโดยสาร และเรือ 2. ที่อยู่อาศัยระหว่างการท่องเที่ยว (Accommodation) คือ สถานที่ที่จัดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการ เช่น โรงแรม บ้านพัก รีสอร์ท และสถานที่พักที่จัดให้นักท่องเที่ยวต่าง ๆ 3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทางเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มี ความโดดเด่น 4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities และ Recreational activities) ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึง การเดินทางไปชมความงดงามของธรรมชาติหรือการเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นโบราณสถานเท่านั้น ยังรวมไปถึงการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมด้วย 5. ร้านค้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยว (Ancillary) เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านค้า ห้องสุขา เป็นต้น

4. ความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่นต่อแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมค่อนข้างดี อาจจะขาดความรู้ความเข้าใจ แต่ถือเป็นมนต์เสน่ห์หรือเป็นจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาร่วมปลูกฝังให้คนในชุมชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นว่าจะช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อย่างไรให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องหลักการของ อรวรรณ เกิดจันทร์ (Orawan Kerdchan, 2014) ได้เสนอหลักการในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จะต้องการประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้ง และร่วมแก้ปัญหา

5. การประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า มีค่อนข้างน้อย แต่ก็ดีขึ้นมากกว่าสมัยก่อนและยังมีการพยายามประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นโดยการรวมตัวของหน่วยงานหลายภาคส่วนตลอดจนคนในชุมชนเอง โดยเน้นการใช้สื่อออนไลน์เป็นตัวหลักต้น เนื่องจากสื่อชนิดนี้เข้าถึงได้ง่าย หน่วยงานต่าง ๆ สามารถจัดทำได้ แต่ก็ยังคงการประชาสัมพันธ์แบบเดิม คือ การทำป้ายประกาศต่างๆ เพื่อเจาะกลุ่มบางกลุ่มที่ไม่ได้ใช้อินเตอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องหลักการของ สุจิตราภา พันธวิไล และธีรเทพ ชนโมตรี (Suchitrapa Punwilai, & Teeratthep Chonmaitree, 2007) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี รวมไปถึงการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

6. ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต่อเนื่องของหน่วยงานต่าง ๆ การแยกกันบริหารจัดการที่ไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันส่งผลต่อภาพรวม ผู้ประกอบการจากหลาย ๆ ภาคส่วนยังไม่ได้มีความคิดไปในทิศทางเดียวกัน แต่เนื่องด้วยจังหวัดอุทัยธานี มีความเป็นเอกลักษณ์และคนในชุมชนรวมถึงผู้ประกอบการมีเป้าหมายเดียวกัน จึงทำให้สามารถทำมาแก๊ไขจุดบกพร่องตรงนี้ได้ ซึ่งสอดคล้องหลักการของ กชศร จิราภิรมย์กร (Kotchasmorn Chirapiromkorn, 2016) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัญหาและอุปสรรคด้านการส่งเสริมการตลาดระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับปัญหาและอุปสรรคในด้านผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพ ราคา ปัญหา สถานที่ กระบวนการ และบุคลากรในระดับน้อย ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา คือ มีจัดเตรียมยาสามัญประจำบ้านที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ การจัดเวรยามดูแลเพื่อรักษาความปลอดภัย ชนิดของอาหาร และการประกอบอาหาร น้ำดื่มและน้ำใช้มีความสะอาด สถานที่รับประทานอาหารมีความสะอาด มีบ้านหรือศูนย์รวมที่แสดงถึงวัฒนธรรมดั้งเดิม และมีผลิตภัณฑ์จากชุมชน แต่เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันคือ บริการที่พักราคามีความเหมาะสมในการให้บริการกิจกรรมต่าง ๆ มีราคาเหมาะสมในการให้บริการ เช่น บริการมัคคุเทศก์นำเที่ยว กิจกรรมอื่น ๆ

7. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายในจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ควรรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเอาไว้ มีการอบรมบุคลากรทุก ๆ ภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการร้านค้า ที่พัก เจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูล คำนิ้งถึงความสะอาดสบายของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ปรับปรุงดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามแต่คงความเอกลักษณ์ไว้คงเดิม อีกทั้งยังต้องการความร่วมมือระหว่างรัฐ และเอกชนเพื่อช่วยกันพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สวยงามและยั่งยืน

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาจากบทสัมภาษณ์ดังปรากฏบทสัมภาษณ์ตามประเด็นความคิดเห็นของภาคชุมชนต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานี

1. แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ที่สำคัญมีมากมาย เช่น ชุมชนเมืองเก่าริมแม่น้ำสะแกกรัง หมู่บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด และวัดวาอารามต่าง ๆ รวมถึงสินค้า OTOP ไม่ว่าจะเป็นผ้าทอลาวเวียง ลาวครั้งที่อยู่บ้านไร่ ซึ่งสะท้อนความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ล้ำค่าและไม่เหมือนใคร ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี (Uthai Thani Provincial Cultural Office, 2018a) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. วัดจันทาราม (วัดท่าซุง) 2. ยอดเขาสะแกกรัง 3. ลำน้ำสะแกกรัง 4. ถนนคนเดินตรอกโรงยา 5. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเกาะเทโพ 6. พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดอุทัยธานี

2. สภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นวิถีชีวิตของชุมชนที่ยังคงปฏิบัติกันมายาวนาน อีกทั้งแต่ละสถานที่ยังมีเรื่องเล่า มีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องหลักการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports, 2019) อธิบายว่า จังหวัดอุทัยธานีจึงถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อยู่มากมายทั่วทั้งจังหวัดไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ทางศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนต่าง ๆ ภายในจังหวัด อีกทั้งตัวเมืองอุทัยธานีเองยังเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีวิถีชีวิตแบบโบราณที่เป็นเอกลักษณ์มีแม่น้ำสะแกกรังเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงชีวิตชาวอุทัยธานีมาตั้งแต่สมัยโบราณเป็นตลาดการค้าสำคัญของเมืองอุทัยธานีมาแต่สมัยก่อนจนกลายเป็นชุมชนและเมืองใหม่อุทัยธานี แต่ถึงอย่างไรก็ตามจังหวัดอุทัยธานีก็ยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ยังคงเปรียบเสมือนเมืองทางผ่านสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดต่าง ๆ ในภาคเหนือ บางคนยังคงไม่ทราบว่าจังหวัดนี้มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้

3. ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า การคมนาคมมีปรับปรุงให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เพื่อในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการบริการของผู้ประกอบการร้านอาหาร ร้านขายของฝากของที่ระลึก และธุรกิจที่พักแรม เพื่อที่จะให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายและเกิดความประทับใจ อีกทั้งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนทำให้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่เป็นอย่างดี และสามารถแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องหลักการของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand, 2002) กล่าวว่า บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

4. ความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่นต่อแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่นต่อแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างดี มีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อจะพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวสินค้า OTOP ต่าง ๆ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อต่อยอดให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องหลักการของ องค์การการค้าโลก (The World Trade Organization (WTO), 2004) หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 1. การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด 2. การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน 3. การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว

5. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีพบว่า มีหลากหลายช่องทางแต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย เนื่องจากมีสิ่งที่น่าสนใจค่อนข้างน้อย แต่ในปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทางสื่อออนไลน์จำนวนมากและได้รับความนิยม ซึ่งสอดคล้องหลักการของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand, 2018) กล่าวว่า กระบวนการในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวที่ควรจะดำเนินการในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบลว่ามี 5 การกิจหลักดังนี้ 1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ 2. การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นการสำรวจหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 3. การปรับปรุงและการพัฒนา 4. การบริหารแหล่งท่องเที่ยวเป็นการกำหนดแนวทางในการบริหาร

และจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด 5. การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว

6. ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ความไม่หลากหลายและจริงจังในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ส่งผลให้ไม่เป็นที่รู้จักของคนในประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนน้อยและไม่มีจุดเด่นที่ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคจากภัยธรรมชาติด้วย ซึ่งสอดคล้องหลักการของ อรรวรรณ เกิดจันทร์ (Orawan Kerdchan, 2014) ได้เสนอหลักการในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบไปด้วย การอนุรักษ์และลดการใช้ทรัพยากรให้น้อยลงลดของเสียจากการบริโภคที่ไม่จำเป็น ดูแลและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมนันทนาการรองรับ ความร่วมชุมชนในท้องถิ่นการประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่นองค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้องเป็นการฝึกอบรมบุคลากรข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และการวิจัยและติดตามผล เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อีกทั้งยังขาดความจริงใจในการโปรโมทให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดไม่เป็นที่รู้จักของคนในประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนน้อย และไม่มีจุดที่เด่นชัดเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากที่ไม่เป็นที่นิยม นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคจากภัยธรรมชาติด้วย

7. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายในจังหวัดอุทัยธานีพบว่า ต้องการหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการนำเสนอจุดเด่นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพื่อสร้างให้เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมแนวทางการประชาสัมพันธ์ทำอย่างไรให้คนรู้จักจังหวัดอุทัยธานี เพื่อจะดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ให้ออกไปเที่ยวจังหวัดเล็ก ๆ นี้ เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมากขึ้นก็จะส่งผลให้รายได้ของคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้นด้วย

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

1. การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ครอบครัว หรือแม่แต่วัยรุ่น
2. การพัฒนาด้านเอกลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการดึงดูดคนนั้นออกมาทำให้จังหวัดนี้ เกิดมนต์เสน่ห์ที่ไม่เหมือนใคร
3. การพัฒนาหมู่บ้านต่างๆ ให้เข้าร่วมโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
4. การพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีมากยิ่งขึ้น
5. การพัฒนาด้านความรู้ทางการท่องเที่ยวให้กับคนในชุมชนท่องเที่ยว เพื่อที่จะต่อยอดให้แหล่งท่องเที่ยวของตนเป็นที่รู้จัก และเกิดความยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจุบันประเทศไทยมีธุรกิจการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้ประเทศในแต่ละปีเป็นอันดับหนึ่ง โดยถ้ารัฐบาลหรือคนในท้องถิ่นช่วยกันสร้างวัฒนธรรมที่มีอยู่แต่เดิมให้มีความโดดเด่นก็จะทำให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานีได้ไม่ยาก
2. จากการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมพื้นถิ่นของจังหวัดอุทัยธานี เล็งเห็นว่า วัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ซึ่งสามารถสร้างให้เป็นจุดเด่นได้ไม่ยาก ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัด แต่ต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์

References

- Anon Sidapheng. (2016). *Golf tourism management: Model by applying social exchange theory*. Chonburi: Burapha University.
- Boonlert Jittangwattana. (2005). *Cultural tourism*. Bangkok: Press and Design Co., Ltd.
- Chanwit Kasetsiri. (1997). *Cultural tourism*. Retrieved from <https://www.trf.or.th/>
- Development Plan of Uthai Thani Province. (2018). *Uthai Thani Province Development Plan, 2018 - 2021*. Retrieved from <http://www.uthaithani.go.th/>
- Kanchana Sanglimsuwan, & Saranya Saenglimsuwan. (2012). Sustainable cultural heritage tourism. *Journal of Management*, 32(4), 139 - 146.
- Kikeri S., Nellis J., & Shirley M. (1992). *Privatization: The lessons of experience*. The World Bank Publications.
- Kotchason Chirapiromkon. (2016). *Marketing factors having influencing on the decision – making to choose eco – tourism of tourists: A case study of Mae Kampong Village, Mae on District, Chiang Mai Province* (Master's thesis), Mae Jo University.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. S. (1997). *Research in education: A conceptual introduction*. New York: Longman.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *Amazing Thailand Tourism Year 2018*. Retrieved from <https://www.mots.go.th/>
- Ministry of Tourism and Sports. (2019). *Action Plan to Drive Sustainable and Creative Community Based Tourism 2018 - 2022 and 303 Community Selection Criteria*. Retrieved from <https://www.mots.go.th/>
- National Office of Buddhism. (2018). *Uthai Thani Province*. Retrieved from <http://www.onab.go.th/>
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2015). *National Economic and Social Development Plan No.12*. Retrieved from <https://www.nesdc.go.th/>
- Orawan Kerdchan. (2014). *The Participation of Local Community in Eco – tourism management at Klongkon mangrove forest in Samut Songkhram Province* (Master's thesis), Dhurakij Pundit University.

- Suchitrapa Punwilai, & Teerathep Chonmaitree. (2007). *Potential and needs to plan and manage Community tourism in Chiang Rai Province*. Chiang Rai: Mae Fah Luang University.
- Thitapa Bamrungsilp. (2016). *Creative tourism model for conserving ethnic culture in Sisaket Province*. Chiang Rai: University of Phayao.
- Tourism Authority of Thailand. (2002). *Study project for the Krabi, Trang, Satun and Phatthalung tourism development action plan*. Bangkok: National Institute of Scientific and Technological Research.
- Tourism Authority of Thailand. (2018). *Elements of tourism*. Retrieved from <https://www.tat.or.th/th>
- Uthai Thani Provincial Cultural Office. (2018a). *Cultural tourism Uthai Thani Province*. Retrieved from <https://www.m-culture.go.th/>
- Uthai Thani Provincial Cultural Office. (2018b). *Festival Uthai Thani Province*. Retrieved from <https://www.m-culture.go.th/>
- The World Trade Organization (WTO). (2004). *World trade report*. Important principles and concepts of sustainable tourism.

Received: Aug 19, 2020

Revised: Sep 11, 2020

Accepted: Oct 12, 2020

Academic Journal
of
Thailand National Sports University