

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

Development of Cultural Tourism Uthai Thani Province

ชุตติภา ทะสะภาค¹, สุรมน จันทรเจริญ² และสหัสชัย มหาวีระ³

Chutipapha Tasapak¹, Suramon Chancharoen² and Sahaschai Mahaweera³

สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Development Administration Program, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

Email: 61584917039@ssru.ac.th¹

Received: 2023-09-07; Revised: 2023-09-29; Accepted: 2023-09-30

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 2) อิทธิพลของอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี และ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 360 คน คัดเลือกแบบเจาะจง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติแบบพรรณนาและแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถในการบริหาร การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรง จำนวน 15 คน คัดเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยและนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก 2) อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมมีอิทธิพลโดยรวมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 3) แนวทางการพัฒนา ได้แก่ (1) การพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวทุกประเภทอย่างเป็นระบบ ครบวงจร (2) การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทแบบครบวงจร (3) การสนับสนุนสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (4) การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยว (5) การเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงรุก และ (6) การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การพัฒนา, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, จังหวัดอุทัยธานี



Abstract

This research was aimed to study: 1) the level of cultural tourism and cultural identity, collaborative integration, provincial tourism policy, and potential of cultural tourist attractions. 2) the influence of cultural identity, collaborative integration, provincial tourism policy, and potential of cultural tourist attractions, that affect the development of cultural tourism in Uthai Thani, and, 3) the development approaches in development of cultural tourism in Uthai Thani. The mixed methods research, for quantitative research, the samplings were 360 tourists in Uthai Thani. The purposive sampling and data collection by questionnaire, the data analysis by descriptive statistics and structural equation modeling SEM. For qualitative research, the in-depth interviewing the key-informants who are knowledgeable in development administration for tourism directly 15 samplings from Local Alike Co. Ltd., and, Central Pattana Public Company Limited, by purposive sampling, to make the conclusion as inductive and present the qualitative data as descriptive combination with quantitative data.

The research findings suggested: 1) development of cultural tourism, cultural identity, collaborative integration, provincial tourism policy, and potential of cultural tourist attraction were in high level, 2) cultural identity influence as a whole to cultural tourism in high level, next below was collaborative integration, provincial tourism policy, and potential of cultural tourist attraction, 3) the approaches of development were: (1) the complete development of all tourism data base, (2) the complete revival of all tourism infrastructures and facilities, (3) the support in tourism goods and services, (4) the creation of tourism innovations, (5) increasing effectiveness in offensive tourism marketing, and (6) the collaborative integration between public and private sectors in tourist attractions and tourism personnel strengthening.

Keywords: Development, Cultural Tourism, Uthai Thani Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการเที่ยวแบบผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญมากอันหนึ่งที่ก่อให้เกิดการสืบทอด ฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่นทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั้งเจ้าของที่ดินและนักท่องเที่ยวช่วยลดช่องว่างของสังคม จะเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศ ทั่วโลก รัฐบาลจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิง ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น การกิจด้านการ

ท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผลักดันกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) สอดคล้องกับแนวคิดของ Anholt (2004) ที่ระบุว่า มิติด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถดึงดูดผู้คนได้ทั่วโลกโดยการสื่อสารทางการตลาดก็จะทำให้มิติด้านการท่องเที่ยวสร้างภาพลักษณ์ประเทศนั้น ๆ ได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ

รูปแบบการท่องเที่ยวยอดนิยม คือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้กำหนดขึ้นอย่างชัดเจนในการประชุมสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites: ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ดเมื่อ ค.ศ. 1969 (Koster, 1996) โดยมีจุดมุ่งเน้นคือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสังเกต เรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วม และตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ ประเพณีขนบธรรมเนียม และกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อให้เกิดมิตรภาพและสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO, 2006, p.18)

จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีทรัพยากรสำคัญ 3 โลก คือ โลกที่ 1 คือป่าห้วยขาแข้ง ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก (กระทรวงวัฒนธรรม, 2565) โลกที่ 1 คือผ้าฝ้ายทอมือด้วยกี่โบราณ ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) จากประกวดแข่งขันผ้าทอทั่วโลก และ โลกที่ 3 มีหมุดโลกที่ 2 อยู่บนยอดเขาสะแกกรัง หลักที่ 91 (หมุด 1 อินเดียมหลักที่ 90 และหมุด 3 เวียดนาม หลักที่ 92) (นิตดาวดี บุญญะเดช และ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง, 2562) ภาพการดำรงวิถีชีวิตเหล่านี้นี้ยังคงดำเนินมาจนถึงปัจจุบัน ประชาชนยังคงใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ตรงกับคำว่า Slow life ไม่มีสถานบันเทิงในยามค่ำคืน ไม่มีห้างสรรพสินค้า เช่น แมคโคร โลตัส ให้เดินจับจ่ายซื้อของ แต่ทว่าวิถีการดำเนินชีวิตแบบนี้กลับกลายเป็นที่นิยมของคนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองที่โหยหาความเป็นธรรมชาติอันแสนเรียบง่าย (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2564)

ผู้บริหารจังหวัดอุทัยธานีได้นำเอาจุดอ่อนคือความไม่เจริญ มาเป็นจุดแข็งเพื่อและเป็นจุดขายการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้เล็งเห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเข้ามาสัมผัสศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่หาได้ยากขึ้น และยังสอดคล้องกับศาสตร์ของพระราชา คือคำว่า เศรษฐกิจพอเพียง อีกด้วย ประเด็นสำคัญนี้ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดอุทัยธานีเพิ่มขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่า จังหวัดอุทัยธานีไม่ใช่เส้นทางผ่านในการเดินทางของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัญหา และอุปสรรคที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมองข้ามจังหวัดอุทัยธานี รวมถึงปัญหาโลจิสติกส์ เส้นทางขนส่งสินค้าที่ยังไม่สะดวกเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังพบว่ามีปัญหาใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คือ โรคระบาดโควิด-19 ในยุควิถีชีวิตใหม่ (New Normal) รวมถึงปริมาณนักท่องเที่ยวยังคงมีไม่ถึง 6 ล้านคนต่อปี จึงเป็นจังหวัดที่จัดอยู่กลุ่มเมืองรอง (Less Visited Area) ซึ่งหมายถึงว่าเป็นจังหวัดที่ไม่ได้เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก หรือยังมีนักท่องเที่ยวไม่มากนัก การกระจายรายได้ไปยังชุมชนท้องถิ่นมีความแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวหลัก ตลอดจนการมีบทบาทในการให้



ความร่วมมือของภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคประชาสังคมอย่างบูรณาการที่ไม่ชัดเจน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

ด้วยเหตุผลสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานีให้สอดคล้องกับยุคสมัยและสถานการณ์ปัจจุบันในมิติวิถีใหม่ (New Normal) อันนำไปสู่สัมฤทธิ์ผลเชิงสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจของชุมชนอย่างเป็นเชิงประจักษ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

สมมติฐานของการวิจัย

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขึ้นกับอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
2. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ขึ้นกับอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด
3. การบูรณาการความร่วมมือ ขึ้นกับอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด
4. นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด ขึ้นกับอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ความเชื่อ ความคาดหวัง และค่านิยมร่วมกันของหมู่คณะ มีการถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน และเป็นการระบุดนตรีธรรมที่ได้รับการยอมรับจากอดีตสู่ปัจจุบัน เป็นการถ่ายทอดเอกลักษณ์จากรุ่นสู่รุ่น และยังสามารถสร้างความรักความผูกพันได้เป็นอย่างดี โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) (วิจิตรา บุญแล, เสรี วงษ์มณฑา, ขวลิ้ง ฌ กลาง และ กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์, 2564)

สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล (2561) กล่าวว่า การพัฒนา คือ การปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือสร้างขึ้นมาใหม่ให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งก็ตามที่ผู้พัฒนาต้องการจะพัฒนามีคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นไม่ว่า

จะด้านใดก็ตาม อีกทั้ง กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีในท้องถิ่น ทั้งนี้การท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสภาพแวดล้อม และรวมถึงการจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบไปด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งด้านท่องเที่ยว การจัดการการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึกในเรื่องของคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรม และการจัดการท่องเที่ยวอีกทั้งยังคงอนุรักษ์ไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า หมายถึง การดำเนินงานพัฒนาเพื่อเพิ่มความสามารถเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นด้านประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมประเพณี ศิลปะหัตถกรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละแหล่ง โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดและถ่ายทอดเรื่องราวบริบทในชุมชน กระบวนการพัฒนาจะส่งผลถึงความมั่นคง เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ทำให้สังคมมีความสุข สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2564) ระบุถึงการท่องเที่ยวในมิติของความคุ้มค่า ประเทศไทยเช่นเดียวกับประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย กล่าวคือเศรษฐกิจของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป โดยพลิกผันจากสังคมเกษตรมาเป็นกึ่งอุตสาหกรรม เป็นเศรษฐกิจทันสมัยแบบทุนนิยมซึ่งในด้านบวกก็ทำให้เกิดผลดีหลายประการ เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มสูงขึ้น มีสาธารณูปโภคที่ตีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลของการพัฒนาได้สร้างจุดอ่อนหลายประการที่ทำให้ฐานะเศรษฐกิจของไทยขาดความมั่นคงและไม่ยั่งยืน เช่น ความไม่ทั่วถึง ด้านการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนา ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้ของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญว่ามีสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการ คือ 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง 4) ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา 6) ดนตรีการแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่าง ๆ 7) ภาษา และวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ขนบธรรมเนียม การรับประทานอาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ และ 10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2560; Richards & Wilson, 2006)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friend: ENVI)

ธนวิทย์ เพียรดี และวนิดา อ่อนละมัย (2564) ให้ความเห็นว่า การท่องเที่ยวสีเขียว หมายถึง การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายธรรมชาติ และสร้างความยั่งยืนให้กับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว โดยเน้นสร้างความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และนำไปสู่การ



ปฏิบัติทั้งของธุรกิจการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ชุมชน ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดเพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

Fakhra & Zafran (2020) นำเสนอแนวคิดด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในมุมมองประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมที่องค์กรธุรกิจต้องระวังมิให้เกิดการเข้าใจผิดต่อนักท่องเที่ยว นั้น ควรประกอบด้วย การระบุประโยชน์จากสภาพแวดล้อม การอธิบายลักษณะสภาพแวดล้อม การอธิบายผลประโยชน์ที่พึงจะได้รับ ความแตกต่างต้องชัดเจน ปัจจัยเชิงลบต้องนำมาพิจารณาตัดสินใจ ควรใช้คำที่มีความหมายและรูปภาพเท่านั้น เมื่อธุรกิจพยายามสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมความเสี่ยงต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในปัจจุบันซึ่งอาจจะมีผลอันตรายในอนาคตได้ และขณะที่รัฐบาลสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการตัดสินใจหรือเพื่อจูงใจให้ใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมย่อมยากต่อการนำนโยบายทุกประเด็นของสภาพแวดล้อม ดังนั้นธุรกิจต้องได้ตอบการแข่งขันมิฉะนั้นผู้ตามจะปฏิบัติธุรกิจผิดพลาดเช่นผู้นำด้านธุรกิจ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลวัดเนื่องจากความเป็นภววิสัยและอัตวิสัยที่เกิดจากการให้ความหมายของคนและสังคม เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่สัมพันธ์ไปกับกระบวนการรับรู้ที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นอดีตและปัจจุบันที่หล่อหลอมความเป็นบุคคลขึ้น อันได้แก่สถานที่ ที่ว่าง และสินทรัพย์ที่มีประโยชน์ต่อความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการในด้านชีววิทยา จิตวิทยาสังคม และวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของถิ่นที่จึงไม่ได้เกิดจากการประเพณีของความซ้ำ ของหน่วย หรือการประเพณีจากปัจเจกบุคคลในเวลาใดเวลาหนึ่ง หากแต่อัตลักษณ์ของถิ่นที่เป็นความผูกพันทางอารมณ์ของคนที่มีต่อสภาพแวดล้อมที่เขาเหล่านั้นอยู่อาศัยและครอบครอง (พิริยา บุญประสงค์, 2565)

พระมหาพรชัย สิริวิโร และคณะ (2563) ให้ความหมายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหนึ่งสิ่งหนึ่ง โดยมีความโดดเด่นหรือแตกต่างจากสิ่งอื่นเป็นรูปแบบที่บุคคลชุมชนท้องถิ่น และสังคมสร้างขึ้นและมีความสำคัญต่อชีวิตประกอบด้วย วัฒนธรรมประเพณีที่กลุ่มชนหรือสังคมสร้างสรรค์ขึ้นให้เกิดความงอกงามทางด้านจิตใจแนวทางการดำเนินชีวิตตั้งแต่เกิดจนตายภูมิปัญญาที่สั่งสมประสบ การณ์และสืบทอดกันไปตามยุคสมัย

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการความร่วมมือ

ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ และ อัญญา ณ ระนอง (2563) กล่าวว่า การบูรณาการความร่วมมือ หมายถึง ความร่วมมือด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจจะเป็นเครือข่ายระหว่างภาครัฐส่วนภาคเอกชนมีความร่วมมือกับภาครัฐทั้งแบบหุ้นส่วนภาคีและแบบเครือข่าย ส่วนประเภทความร่วมมือด้านการศึกษาระหว่างภาครัฐหรือเอกชนด้วยกันจะเป็นเครือข่ายแต่ละระดับ แต่ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนมักเป็นแบบหุ้นส่วนภาคีหรือทวิภาคี สำหรับความร่วมมือด้านกระบวนการยุติธรรมของภาครัฐมักเป็นอัตโนมัติที่ผูกโยงด้วยภารกิจนโยบายและกฎหมาย ซึ่งพบเห็นความร่วมมือแบบประสานงานกัน (Coordination) ตามกระบวนการสำหรับความร่วมมือภาครัฐและประชาสังคมจะเป็นแบบเครือข่ายที่ภาครัฐเข้าไปจัดตั้งกลไกการทำงานความร่วมมือ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การบูรณาการความร่วมมือ คือการทำงานร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานี รวมถึงการวางระบบความสัมพันธ์และประสานความร่วมมือระหว่างราชการบริหาร ส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีคุณสมบัติที่เคยท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานี ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 เท่า ของตัวแปรสังเกตได้ (Grace, 2008) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ศึกษาคือ ผู้บริหารของราชการและกลุ่มเอกชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) (สุภางค์ จันทวานิช, 2553) กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 15 คน (Creswell, 2009) แบ่งตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. รัฐมนตรีช่วยว่าการเกษตรและสหกรณ์ 2. ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม 3. สมาชิกวุฒิสภา จังหวัดอุทัยธานี 4. สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดอุทัยธานี 5. ผู้ว่าราชการจังหวัดอุทัยธานี 6. วัฒนธรรมจังหวัด จังหวัดอุทัยธานี 7. ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จ.อุทัยธานี จำนวน 5 คน 8. ประธานบริษัท Local Alike จำกัด 9. ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี 10. ตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยสร้างข้อคำถามเป็นแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) (Likert, 1961) แบ่งเป็น 5 ลำดับ ใน 5 ประเด็น ดังนี้ 1) มาตรการวัดอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม (CULIDE) 2) มาตรการนโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด (POLTOU) 3) มาตรการวัดการบูรณาการความร่วมมือ (INTEGR) 4) มาตรการวัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (POTATT) และ 5) มาตรการวัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (DEVICUL)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้คำถามสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม (CULIDE) 2) นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด (POLTOU) 3) การบูรณาการความร่วมมือ (INTEGR) 4) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (POTATT) และ 5) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม(DEVICUL)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานกับชุมชนและนักท่องเที่ยวผู้มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานี จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1) ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองไปยังกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด 2) นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ และ 3) บันทึกการหาคำตอบในแบบสอบถามเพื่อประเมินผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และดำเนินการดังนี้ 1) เตรียมประเด็นและความพร้อมในการสัมภาษณ์ (โดยใช้แบบสัมภาษณ์) 2) นัด วัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์แจ้งไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3) ทำการสัมภาษณ์และบันทึกเสียง 4) ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่จะบันทึก 5) ทำการถอดเทปผลการสัมภาษณ์เพื่อเสริมข้อมูลบันทึก 6) หากมีข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือยังไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ในส่วนที่ขาดเพิ่มเติมอีกครั้ง โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์หาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม (CULIDE) นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด (POLTOU) การบูรณาการความร่วมมือ (INTEGR) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (POTATT) และ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม(DEVICUL) ค่าสถิติสำคัญในการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง ได้แก่ (1) ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square Statistic) (2) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (relative fit index) (3) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสมบูรณ์ (Absolute Fit Index) (4) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน ในรูปความคลาดเคลื่อนพิจารณาค่า RMR และค่า RMSEA (5) Q-plot ต้องมีความชันมากกว่าเส้นในแนวทแยง (สุภมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์, 2557)

การวิจัยเชิงคุณภาพ เมื่อได้ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้วผู้วิจัยจำแนกข้อมูลแล้วทำการเปรียบเทียบข้อมูลและสร้างข้อมูลแบบอุปนัย (Inductive Conclusion) จากนั้นนำเสนอเชิงบูรณาการเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1) การรวบรวมข้อมูล และจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเรียงข้อมูลเฉพาะประเด็นสำคัญเท่านั้น 2) จำแนกข้อมูลตามประเด็นสำคัญ 3) พิจารณาความสอดคล้อง ความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลที่ได้โดยการสรุปและตีความรูปแบบการพรรณนาตามกรอบแนวคิดของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ และ

4) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเอกสาร บทความ รายงานการวิจัย และอื่น ๆ มาช่วยในการอภิปรายผล และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

1. ระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.11	0.46	มาก
อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	4.11	0.46	มาก
การบูรณาการความร่วมมือ	4.06	0.48	มาก
นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด	4.10	0.50	มาก
ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.07	0.47	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมของ จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม ในภาพรวมของ จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) การบูรณาการความร่วมมือ ในภาพรวมของ จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด ในภาพรวมของ จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10) และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในภาพรวมของ จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

2. อิทธิพลของอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด การบูรณาการความร่วมมือและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีต่อ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยการทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ด้วยเทคนิคแบบจำลองสมการโครงสร้าง สามารถสรุปตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขึ้นอยู่กับ อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับ อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ และนโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

3) การบูรณาการความร่วมมือ ขึ้นอยู่กับ อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม และ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน

4) นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด ขึ้นอยู่กับ อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน



ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของปัจจัยต่าง ๆ

อิทธิพลของตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล		
	ทางตรง	ทางอ้อม	ผลรวม
อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม	0.92**	0.15	1.07**
นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด	0.66**	0.01	0.67**
การบูรณาการความร่วมมือ	0.89**	0.05	0.94**
ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	0.25**	-	0.25**

*มีนัยสำคัญที่จุด 0.05 **มีนัยสำคัญที่จุด 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่าอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมมีอิทธิพลโดยรวมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า พบว่าอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมส่งผลอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดรองลงมาเป็น การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมพบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ได้แก่ อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ และนโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดไม่มีอิทธิพลทางสถิติต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

พบว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี สรุปได้ดังนี้ การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เสริมสร้างความเข้มแข็งของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ภาครัฐเป็นพื้นฐานในการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน ชี้แจงถึงภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจนว่าหากนักท่องเที่ยวมีปัญหาอะไร ควรจะติดต่อหน่วยงานใด โดยใช้การมีส่วนร่วมของภาครัฐและภาคประชาชนทั้ง ได้แก่

จังหวัดอุทัยธานี (กำกับดูแลนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม)

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี (อนุรักษ์ ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม)

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุทัยธานี (เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาพรวมของจังหวัด)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุทัยธานี (เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด)

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุทัยธานี (การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด)

สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดอุทัยธานี (กำกับดูแลศาสนสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ)

หน่วยงานในสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น ป่าห้วยขาแข้งแหล่งมรดกโลก อุทยานแห่งชาติ วนอุทยานแห่งชาติ ป่าสงวนแห่งชาติ ฯลฯ)

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี (แหล่งท่องเที่ยวชุมชน จุดเช็คอินในชุมชน แหล่งจำหน่ายของฝาก OTOP)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม)

หน่วยงานท้องที่ อบต. ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน

ภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี (กำกับดูแลธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านของฝาก เป็นต้น)

ประชาชนชาวจังหวัดอุทัยธานีทุกคน (เป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว) และองค์กรอิสระต่าง ๆ

โดยมีภารกิจดังนี้

- 1) การพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวทุกประเภทอย่างเป็นระบบครบวงจร
- 2) การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทแบบครบวงจร
- 3) การสนับสนุนสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว
- 4) การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยว
- 5) การเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงรุก
- 6) การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม ในภาพรวมของ จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านคุณภาพชีวิตชุมชนมีมากกว่าด้านอื่น ๆ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวช่วยให้คุณภาพชีวิตชุมชนมีชีวิตที่ดีขึ้นซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดของ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2564) ที่มีความพยายามที่จะผลักดันการท่องเที่ยวกระแสรองในรูปแบบของ Communities Benefitting through Tourism: CBTT ที่มุ่งเน้นการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน ให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่งดงาม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความเป็นอัตลักษณ์และยากต่อการลอกเลียนแบบ และยกระดับฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเพื่อคนในชุมชนได้มีรับความสำเร็จ มีความสุข อยู่ดีกินดีในแบบวิถีพอเพียง

การบูรณาการความร่วมมือ จังหวัดอุทัยธานี มีการสนับสนุนของภาคชุมชน/ท้องถิ่น มากกว่าด้านอื่น ๆ จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ถึงความเอื้ออาทรต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนจนเกิดความประทับใจในวิถีชีวิตชุมชนเมื่อได้รับความช่วยเหลือจากคนในชุมชนด้วย



ความเต็มใจ และได้รับการต้อนรับจากคนในชุมชนอย่างอบอุ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mertayasa, Subawa, Agustini & Wahyuni (2021) ที่ศึกษาพบว่า บทบาทของชุมชนท้องถิ่นในฐานะเจ้าบ้านที่ได้กำหนดเป้าหมาย ความต้องการ และความสามารถมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวต้องพึ่งพาและต้องการความร่วมมือจากชุมชนเพื่อสร้างสถานการณ์ของเจ้าบ้านสำหรับผู้อยู่อาศัยในการยอมรับการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนก็เป็นการประยุกต์ความสามารถของสังคม

นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด จากผลการวิจัยพบว่า ด้านนโยบายไปปฏิบัติมากกว่าด้านอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามนโยบายของรัฐด้านการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด ซึ่งรัฐตรวจสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยว ควรจัดงบประมาณสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้จ่ายได้คล่องตัว และควรสนับสนุนให้เกิดชุมชนท่องเที่ยวที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการรองรับท่องเที่ยว รวมถึงการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ในรายงานวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ที่มีแนวทางวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย และยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์และก้าวทันการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้การขับเคลื่อนวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 หรือในอีกระยะเวลา 20 ปีข้างหน้า บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความพร้อมของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล้วนแล้วแต่เป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวของไทย

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากผลการวิจัยพบว่า ด้านการพัฒนาพื้นที่พักมากกว่าด้านอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า จังหวัดอุทัยธานีมีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการบริการครบวงจรภายในที่พัก และเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีความหลากหลายด้านราคาตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดของ Tourism Western Australia (2008) ที่ระบุว่า สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา และการบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัย

2. อิทธิพลของอัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ผลการวิจัยสมมติฐาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขึ้นกับ อัตลักษณ์ของวัฒนธรรม การบูรณาการความร่วมมือ นโยบายการท่องเที่ยวจังหวัด และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกัน และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบมากที่สุด เนื่องจาก ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ คุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยววิเคราะห์ได้จากสิ่งดึงดูดใจของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงสถานที่ รวมถึงภาพพจน์ต่าง ๆ เช่น ความมีชื่อเสียง ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ ความสะอาดความปลอดภัย โอกาสในการเรียนรู้และเพิ่มประสบการณ์ (Burkart & Medlik, 1974) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็น

ว่า นักท่องเที่ยวตระหนักถึงศักยภาพในด้านต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความพร้อมในคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือน โดยคุณลักษณะดังกล่าว จะแตกต่างกันไปตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น ๆ

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ผลการวิจัย พบว่ามีการกิจ 6 ประการสำคัญ คือ 1) การพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวทุกประเภทอย่างเป็นระบบครบวงจร 2) การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทุกประเภทแบบครบวงจร 3) การสนับสนุนสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 4) การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยว 5) การเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดด้านท่องเที่ยวเชิงรุก และ 6) การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ดังนั้น การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มีแนวทางที่นำเสนอเป็นไปตามยุทธศาสตร์ในงานวิจัยของ วลัยลิกา เจริญศิลป์ (2561) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่ายุทธศาสตร์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ที่ 2 ฟื้นฟูทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาคุณภาพสินค้าการบริการและสร้างการรับรู้ และยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับบุคลากรทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. นโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ควรสานองค์ความรู้ของทุกหน่วยงาน และชุมชนอย่างบูรณาการ เพื่อการร่วมกันค้นหาอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมในจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นที่สุดเพียงหนึ่งเดียว และนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพและคุณภาพต่อไป

2. ควรคณนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดีไว้ เพื่อรักษาวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมในชุมชน ขณะเดียวกันอัตลักษณ์ทางสังคมนั้นต้องเป็นที่น่าสนใจหรือสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

3. ควรจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบขององค์กรส่วนท้องถิ่นแทนการบริหารจัดการจากหน่วยงานใหญ่ส่วนกลาง เพื่อให้คนในพื้นที่สามารถบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี โดยอาศัยการประสานงานและเชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ ของชุมชนในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม

4. ภาครัฐควรพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในลักษณะการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของท้องถิ่น ชุมชน และสถาบันการศึกษาเพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากจังหวัดอุทัยธานีเท่านั้น จึงควรมีการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองอื่น ๆ เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบเพื่อค้นหาแนวทางพัฒนาที่ดีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้โดดเด่นได้ต่อไป เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมเป็นตัวแปรสำคัญอย่างมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมิติอื่น ๆ จากประสบการณ์ของผู้วิจัย น่าจะมีตัวแปรศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยอื่น ๆ เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด การสร้างเครือข่ายชุมชน ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงเศรษฐกิจและสังคมให้ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *ททท. เปิดแคมเปญ Amazing Thailand Go Local เร่งกระแสท่องเที่ยว 55 เมืองรอง หลังรัฐบาลประกาศลดหย่อนภาษี หวังรายได้สู่ ชุมชนไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท พร้อมสร้างการเติบโตรอบด้านอย่างสมดุล*. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2565, จาก https://www.tatnewsthai.org/news_detail.php?newsID=4670
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *รายงานวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ธนวิทย์ เพียรดี และวนิดา อ่อนละมัย. (2564). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่แหล่งท่องเที่ยวสีเขียวอย่างมีความรับผิดชอบ: กรณีศึกษาบ้านเกาะเคียม ตำบลกันตังใต้ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง*. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 4(1), 24-38.
- นัตดาวดี บุญญะเดช และเกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง. (2562). *การออกแบบภาพลักษณ์ อุทัยธานีโมเดล เมืองแห่งสุนทรีย์วัฒนธรรม (ปริญญานิพนธ์ปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2560). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระมหาพรชัย สิริวิโร, พระมหาขวัญชัย กิตติเมธี, ไช่มุก เหล่าพิพัฒนา และเพ็ญพรรณ เฟื่องฟูลอย. (2563). *อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. *วารสารพุทธมอค์ ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม*, 5(1), 1-14.
- พริยา บุญประสงค์. (2565). *การแสดงบทบาททางอัตลักษณ์ในการเปลี่ยนแปลงการใช้สอยของตึกแถว บริเวณกรุงรัตนโกสินทร์*. *วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/การผังเมือง*, 19(1), 1-20.

- วิจิตร บุญแล, เสรี วงษ์มณฑา, ชวลี ญ กลาง และกาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดจันทบุรี. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 192-101.
- วัลย์ลีลา เจริญศิลป์. (2561). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 1(2), 22-33.
- ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ และอัญญา ณ ระนอง. (2563). ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในจังหวัดชายแดนใต้. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 31(1), 1-16.
- สุกัญญา วงศ์เจริญชัยกุล. (2561). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมืองจังหวัดอุทัยธานี (ปริญญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิภา ภิญญานันท์. (2557). สถิติการวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคง.
- สุภางค์ จันทวนิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2561 – 2564*. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2565, จาก <http://www.uthaithani.go.th/basedata/statigyplan61-64.pdf>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2564). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- Anholt, S. (2004). Brands and Branding. In *Branding places and nation*. edited by R. Clifton, J. Simmons, and S. Ahmad, Princeton. New Jersey: Bloomberg Press.
- Burkart, A. J. & Medlik, S. (1974). *Tourism Past, Present and Future*. London: Cox and Wyman Ltd.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Fakhra, A. & Zafran, R. (2020). Sustainable Cultural Tourism Development: A Strategic for Revenue Generation in Local Communities. *Journal of Economic and Tropical Life Science (JETLS)*, 4(2), 47-56.
- Grace, J. B. (2008). Structural Equation Modeling for Observational Studies. *Journal of Wildlife Management*, 72(1), 14-22.
- Koster, E. H. (1996). Science Culture and Cultural Tourism. In Mike Robinson, Nigel Evans and Paul Callaghan, eds. *Tourism and Cultural Change: Tourism and Culture towards the*



21st Century, pp. 227–238. Sunderland: The Center for Travel and Tourism and Business Education.

Likert, R. (1961). *New Pattern of Management*. New York: McGraw – Hill.

Mertayasa, I. N. E., Subawa, I. G. B., Agustini, K., & Wahyuni, D. S. (2021). Impact of cognitive styles on students' psychomotoric abilities on multimedia course practicum. *Journal of Physics: Conference Series*, 1810(1), 012056.

Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.

Tourism Western Australia. (2008). *5A's of Tourism*. Retrieved February 3, 2022, from www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2006). *Tourism, Culture and Sustainable Development*. Retrieved January 15, 2022, from <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578E.pdf>