

Research Article

การจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดอุทัยธานีโดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว
Management of Local Traditions to Promote Cultural Tourism
in Uthai Thani Province Based on the 5A Concept from
Tourists' Perspectives

จूरรัตน์ นองหว้า¹

Jureerat Nongwa

Article History

Received: May 14, 2025

Revised: November 17, 2025

Accepted: November 19, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ที่เดินทางมายังจังหวัดอุทัยธานี ใช้การวิจัยด้วยแบบสอบถาม ข้อมูลถูกรวบรวมผ่านแบบสอบถามและใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งใช้การทดสอบ f-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวในการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ผลการวิจัยโดยรวมแล้ว พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการประเพณีอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดใจ ซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือการเข้าถึงที่มีความสะดวก การมีสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก รวมถึงให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น การมีส่วนร่วม และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำเมื่อ

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Faculty of Management Sciences, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

Email: Jureerat@vru.ac.th

เปรียบเทียบความคิดเห็นตามข้อมูลทั่วไป พบว่า อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และภูมิภาคมีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้สูงจะให้ความสำคัญกับความโดดเด่นของประเพณีมากกว่า ขณะที่กลุ่มอายุน้อยจะให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางมากที่สุด นักท่องเที่ยวจากภาคอีสาน ภาคกลาง และภาคใต้ให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจมากกว่าผู้ที่มาจากภาคเหนือ

คำสำคัญ: การจัดการ ประเพณี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อุทัยธานี แนวคิด 5A

Abstract

This quantitative study examines and compares tourists' perspectives on the application of the 5A framework in managing of local traditions to promote cultural tourism in Uthai Thani Province. A sample of 400 Thai tourists visiting Uthai Thani was selected using convenience sampling. Data were collected via questionnaires and analyzed by descriptive statistics. Moreover, the f-test and one-way ANOVA were employed to examine the differences between groups. Results show that tourists generally have a high to very high opinion of festival management, especially regarding tourism activities and attractions, which scored the highest. Accessibility, facilities, and accommodation were also rated highly. Tourists valued activities reflecting local identity, participation, and memorable experiences. Significant differences in opinions were found based on age, income, education, and region at the 0.05 significance level. Higher-income tourists emphasized the uniqueness of festivals, while younger tourists prioritized travel convenience. Tourists from Northeastern, Central, and Southern regions placed more importance on attractions than those from the Northern region.

Keywords: Management, Tradition, Cultural Tourism, Uthai Thani, 5A Concept

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่สะท้อนให้เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งมุ่งเน้นการสัมผัสประสบการณ์วัฒนธรรมที่มีความเฉพาะเจาะจงและลึกซึ้ง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) การท่องเที่ยวประเภทนี้มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมของชุมชน จังหวัดอุทัยธานีในฐานะเมืองรองที่มีศักยภาพ

และมีความโดดเด่นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่นอันหลากหลาย เช่น วัดที่มีความสำคัญ ๆ รวมถึงวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดเช้า ถนนคนเดินตรอกโรงยา และประเพณีบุญเดือนสามที่ปฏิบัติมากกว่า 120 ปี ซึ่งล้วนแสดงออกถึงมรดกวัฒนธรรมของพื้นที่อย่างเข้มแข็ง ข้อมูลจากปี พ.ศ. 2562 สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนอุทัยธานีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.10 ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.94 (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2565) แต่จังหวัดยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ทั้งด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ช้ากว่าที่คาด รายได้ชุมชนที่ต่ำเนื่องจากสถานะเมืองรอง ความบกพร่องในการประชาสัมพันธ์ประเพณี และการขาดข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเชิงลึกอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความน่าสนใจ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ที่พัก สิ่งสาธิตภูมิปัญญา และกิจกรรมต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวมของประเทศในปี พ.ศ. 2566 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเกือบ 28 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 1.2 ล้านล้านบาท (องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี, 2567) อุทัยธานียังคงมีส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับเมืองรองจังหวัดอื่นที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน ซึ่งชี้ให้เห็นว่าส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวที่น้อยกว่าสะท้อนช่องว่างของการบริหารจัดการและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และจากการวิจัยที่ผ่านมายังคงมีข้อจำกัดในเรื่องของข้อมูลที่ใช้ศึกษา โดยส่วนใหญ่เน้นข้อมูลเชิงทั่วไป เช่น จำนวนผู้มาเยือน จำนวนเงินหมุนเวียนแต่ขาดการเจาะลึกถึงปัจจัยองค์ประกอบที่มีผลต่อทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (attraction) การเข้าถึง (accessibility) ที่พัก (accommodation) กิจกรรม (activities) และสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) หรือที่เรียกรวมกันว่า “5A” ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์และความต้องการจริงของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้าน ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนบริหารจัดการประเพณีและแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความเข้าใจในช่องว่างของข้อมูลอันนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการจัดการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อมูลในการวางกลยุทธ์บริหารจัดการประเพณีและอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมของชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานีโดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานีโดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการจัดการประเพณี

การจัดการประเพณีในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นการพัฒนาในหลายมิติ โดยประสานทั้งภาคชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน มีการบูรณาการทรัพยากรและความรู้เพื่อสร้างคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Richards, 2018) งานวิจัยล่าสุด เช่น กรณิศกาลชักรพระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร สถาบันการศึกษา องค์กรทางศาสนา และชุมชนท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญผ่านการแบ่งบทบาทหน้าที่ในลักษณะ “การกำกับดูแลแบบสาธารณะใหม่” (new public governance) ส่งผลให้การจัดงานประสบความสำเร็จทั้งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การสร้างรายได้แก่ชุมชนและการธำรงอัตลักษณ์วัฒนธรรม

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมุ่งเน้นการสัมผัส เรียนรู้ และเคารพวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น (จิตาวีร์ สุขคร, 2562) นักท่องเที่ยวไม่ได้เพียงเยือน แต่มีส่วนร่วมในกิจกรรมประเพณี การชื่นชม ศิลปวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของชุมชนอย่างลึกซึ้ง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญทั้งในการอนุรักษ์ และส่งเสริมคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม (ชนิษฐา ใจเป็ง, 2566) เช่น การศึกษาชุมชนไทยอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไทยองเพื่อพัฒนาบทบาท “นักสื่อความหมายท้องถิ่น” ในการถ่ายทอด ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญา แนวทางดังกล่าวช่วยเพิ่มความเข้าใจและการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว พร้อมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนควบคู่กัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ นริศรา กรุดนาค (2566) พบว่า การผสมผสานการอนุรักษ์ การจัดการสาธารณะ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในเมืองเก่าเพชรบุรีช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และความยั่งยืน ในขณะที่นักวิชาการต่างประเทศเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในฐานะกลไกซอฟต์พาวเวอร์ (soft power) เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ โดยพัฒนาประสบการณ์ทาง วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ (unique cultural experiences) ที่มีทั้งความลึกซึ้งและยั่งยืน (Xu et al., 2018) สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและการออกแบบประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับคุณค่าทาง วัฒนธรรม

3. แนวคิด 5A ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แนวคิด "5A" ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยว (attractions) 2) การเข้าถึง (accessibility) 3) ที่พัก (accommodation) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) และ 5) กิจกรรม (activities) ซึ่งช่วยวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สมบูรณ์และยั่งยืน

1. แหล่งท่องเที่ยว (attractions) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่เน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Chinawat, 2024) การส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านแหล่งท่องเที่ยวยังช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจและสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (อุมพร แต่งเกลี้ยง, 2565)

2. การเข้าถึง (accessibility) หมายถึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะพื้นที่ห่างไกล การพัฒนาระบบคมนาคมและสาธารณูปโภคที่เหมาะสมเพิ่มความสะดวกสบายและส่งเสริมการเดินทาง (ณทัตย์ มุขดีสุทธรวัฒน์, 2564) ขณะที่องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย และการเข้าถึงบริการพื้นฐานส่งผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยว (เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ, 2564)

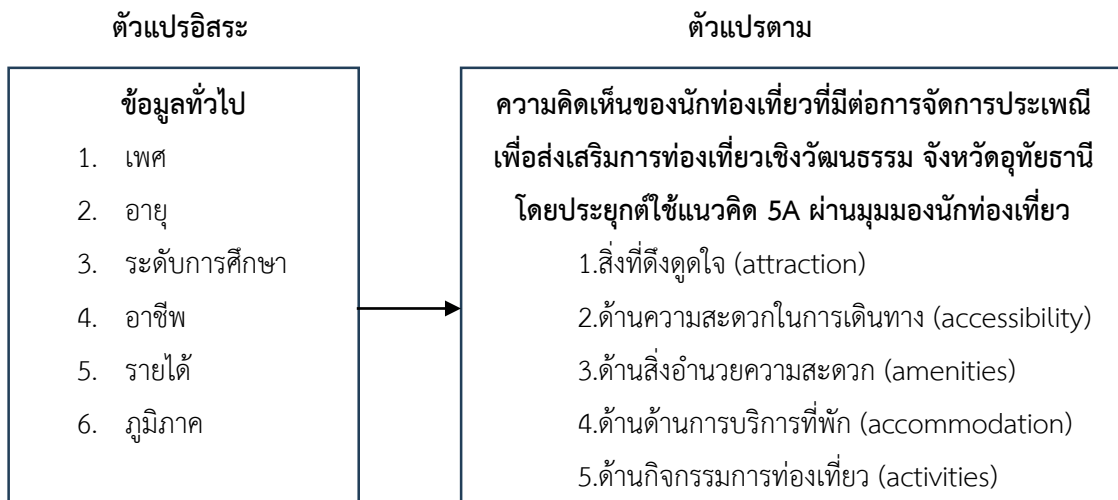
3. ที่พัก (accommodation) หมายถึง ที่พักมีบทบาทสำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เชิงวัฒนธรรม ควรสะท้อนเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างความประทับใจ การออกแบบที่พักที่สอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรมและภูมิสังคมช่วยเพิ่มคุณค่าประสบการณ์นักท่องเที่ยวและสนับสนุนการพัฒนาชุมชน (ชนัญญ์ พงศ์ธราธิก, 2564)

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบตามบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง งานวิจัยไทยยังระบุว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวชนบทและพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (ศุภกิจ เอี่ยมสำอางค์ และคณะ, 2565)

5. กิจกรรม (activities) หมายถึง กิจกรรมที่หลากหลายและสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวสมบูรณ์ นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมประเพณี เรียนรู้ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน หรือทดลองทำอาหารท้องถิ่น ทำให้เข้าใจวิถีชีวิตและค่านิยมของชุมชน (ธนาวดี ปิ่นประจักษ์นันท์ และคณะ, 2565) นักวิชาการต่างประเทศยังเน้นว่าการออกแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและชุมชนช่วยเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ และสร้างความยั่งยืน (McKercher & Du Cros, 2002)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดและออกแบบระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 891,153 คน (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2565) การหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของ Yamane (Ishikawa et al., 2025) สำหรับประชากรที่ทราบจำนวน โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล โดยเน้นเก็บข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวและงานประเพณีที่มีเอกลักษณ์ในจังหวัดอุทัยธานี เช่น วัดสังกัสรัตนคีรี วัดจันทาราม วิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งเลือกเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ (มี 3 กลุ่ม ได้แก่ ชาย หญิง และเพศทางเลือก) อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิภาค ใช้แบบตรวจสอบรายการ (check list)

2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอุทัยธานี เช่น สิ่งดึงดูดใจ (attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) ที่พัก (accommodation) และกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities) ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มีคำตอบ 5 ระดับ และ 3) ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นอิสระ

ทั้งนี้ แบบสอบถามจะถูกนำไปทดสอบก่อนใช้สำรวจข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน โดยดูความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยผู้วิจัยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป (วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ, 2566) และ 2) การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Ravinder & Saraswathi, 2020) เมื่อทำการทดสอบแล้วได้ค่าความเชื่อมั่น 0.95 ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมจากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ข้อมูลแบบทุติยภูมิ ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร ตำรา สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 2) ข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการเก็บออนไลน์ (online) จำนวน 250 ชุด โดยใช้ google forms และแจกแบบสอบถามผ่านโซเชียลมีเดีย (social media) เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เพื่อความสะดวกกับกลุ่มตัวอย่าง และสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้กว้างขวาง และเก็บข้อมูลในพื้นที่ (offline) จำนวน 150 ชุด โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและบริบทจริงของนักท่องเที่ยว โดยกระจายเก็บข้อมูลและเลือกเก็บข้อมูลในสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรืองานประเพณีที่มีอัตลักษณ์ของจังหวัดอุทัยธานี เช่น วัดสังกัสรัตนคีรี วัดจันทาราม วิถีชีวิตชาวแพลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง ทั้งนี้จำนวนแบบสอบถามออนไลน์ (online) มากกว่าข้อมูลในพื้นที่ (offline) เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาในการจัดกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจงและการเข้าถึงนักท่องเที่ยวบางส่วนไม่สะดวกให้ข้อมูลในช่วงเวลาที่มีการจัดงานหรือเทศกาล การใช้แบบสอบถามออนไลน์ ช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมโดยตรงหรือไม่สะดวกให้ข้อมูลในพื้นที่จริง

4. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ส่วนที่เป็นข้อคำถามด้านปัจจัยส่วนบุคคล รูปแบบแบบตรวจสอบรายการ (check list) โดยหาค่าความถี่ และสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ทั้ง 5 ด้าน รูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และใช้มาตรวัดของ likert scale (Jebb et al., 2021) คือ 4.21 - 5.00 มากที่สุด 3.41 - 4.20 มาก 2.61 - 3.40 ปานกลาง 1.81 - 2.60 น้อย และ 1.00 - 1.80 น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สามารถสรุปข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้ดังตารางที่ 1 โดยได้แสดงผลข้อมูลเป็นจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต่อกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 1 แสดงผลข้อมูลทั่วไปเป็นจำนวนและร้อยละ

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1.เพศ : หญิง	244	61.00
2.อายุ : 20 – 35 ปี	232	58.00
3.ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี	263	65.80
4.อาชีพ : รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	119	29.80
5.รายได้ : 15,000 – 25,000 บาท	125	31.30
6.ภูมิภาค : ภาคกลาง	194	48.50

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.00 มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี ร้อยละ 58.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.80 ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 29.80 มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 31.30 และส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง ร้อยละ 48.50

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (attraction) ความสะดวกในการเดินทาง (accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) ที่พัก (accommodation) และกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities) สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ประเพณีท้องถิ่นในจังหวัดอุทัยธานีมีความน่าสนใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว	4.95	0.24	มากที่สุด
2. ประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์	4.95	0.27	มากที่สุด
3. การจัดแสดงและนำเสนอประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีแตกต่างจากที่อื่น	4.90	0.37	มากที่สุด
4. การจัดกิจกรรมประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความหลากหลาย	4.89	0.39	มากที่สุด
5. ประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีสามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำ	4.95	0.27	มากที่สุด
6. การจัดงานประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีสามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น	4.96	0.21	มากที่สุด
7. การจัดงานประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีสามารถสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น	4.91	0.33	มากที่สุด
รวม	4.93	0.26	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.93$, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ ๆ พบว่า การจัดงานประเพณีสามารถสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างโดดเด่นที่สุด ($\bar{X} = 4.96$, S.D. = 0.21) รองลงมาคือ ประเพณีท้องถิ่นมีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.95$, S.D. = 0.24) ความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของประเพณี ($\bar{X} = 4.95$, S.D. = 0.27) และการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ ($\bar{X} = 4.95$, S.D. = 0.27) ตามลำดับ

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ค่า S.D. ต่ำ สะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องสูงของความคิดเห็นนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าประเพณีจังหวัดอุทัยธานี มีความน่าสนใจและโดดเด่น ส่งผลให้ ค่า S.D. ต่ำ (0.21–0.39) จึงสรุปได้ว่า ค่า S.D. ต่ำในที่นี้ไม่ใช่ข้อจำกัด แต่เป็นสัญญาณบวกและหลักฐานที่ยืนยันถึงความสม่ำเสมอและคุณภาพสูงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี มีความโดดเด่นน่าสนใจ และได้รับการยอมรับอย่างสอดคล้องจากนักท่องเที่ยว ไม่ใช่ข้อบกพร่องของข้อมูล

ตารางที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ด้านความสะดวกในการเดินทาง

ความสะดวกในการเดินทาง (accessibility)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1.การเดินทางไปยังสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความสะดวกสบาย	4.39	0.51	มาก
2.ระบบขนส่งสาธารณะที่ใช้ในการเดินทางไปยังสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความเหมาะสม	4.34	0.54	มาก
3.การจัดการประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีการจัดระบบการจราจรที่มีประสิทธิภาพ	4.09	0.80	มาก
4.เส้นทางการเดินทางระหว่างสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความสะดวก	4.09	0.80	มาก
5.การจัดการรถรับส่งในพื้นที่ประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความสะดวก	4.09	0.80	มาก
6.การจัดการที่จอดรถในบริเวณสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความเหมาะสม	4.11	0.79	มาก
7.ข้อมูลที่ใช้สำหรับการเดินทางไปยังสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีเพียงพอ	4.36	0.60	มาก
8.ป้ายบอกทางไปยังสถานที่จัดงานประเพณีมีความชัดเจน	4.35	0.61	มาก
9.การบริการนำเที่ยวหรือแนะนำเส้นทางไปยังสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีเพียงพอ	4.36	0.60	มาก
รวม	4.24	0.26	มาก

จากตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ในด้านความสะดวกในการเดินทาง พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.26) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า การเดินทางไปยังสถานที่จัดงานประเพณีมีความสะดวกสบายในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.51) รองลงมาคือ ข้อมูลสำหรับการเดินทางมีความเพียงพอ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.60) และการบริการนำเที่ยวหรือแนะนำเส้นทางมีความเพียงพอในระดับเดียวกัน ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.60)

ตารางที่ 4 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1.การจัดการความสะอาดในสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีประสิทธิภาพ	4.28	0.47	มาก
2.สถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีห้องน้ำสาธารณะเพียงพอ	4.25	0.50	มาก
3.จุดพักผ่อนและที่นั่งในสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีเพียงพอ	4.25	0.51	มาก
4.จุดบริการข้อมูลและคำแนะนำสำหรับนักท่องเที่ยวในสถานที่จัดประเพณีมีเพียงพอ	4.26	0.48	มาก

ตารางที่ 4 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ต่อ)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
5.การจัดแสงสว่างในสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความเพียงพอ	4.01	0.71	มาก
6.บริการอินเทอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์ในบริเวณสถานที่จัดประเพณีมีเพียงพอ	3.96	0.75	มาก
7.สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการในสถานที่จัดประเพณีมีความเหมาะสม	4.17	0.60	มาก
8.การจัดการความปลอดภัยในสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีประสิทธิภาพ	4.23	0.53	มาก
9.จุดบริการอาหารและเครื่องดื่มในงานประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีเพียงพอ	4.21	0.56	มาก
10.การจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการบริการทางการแพทย์ฉุกเฉินเหมาะสม	4.24	0.52	มาก
11.ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ภายในงาน	4.24	0.53	มาก
รวม	4.19	0.52	มาก

จากตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D.= 0.52) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า การจัดการความสะอาดในสถานที่ประเพณีมีประสิทธิภาพสูงสุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D.= 0.47) รองลงมาคือ จุดบริการข้อมูลและคำแนะนำสำหรับนักท่องเที่ยวมีความเพียงพอ ($\bar{X} = 4.26$, S.D.= 0.48) สถานที่มีห้องน้ำสาธารณะเพียงพอ ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= 0.50) และจุดพักผ่อนพร้อมที่นั่งเพียงพอในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= 0.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ด้านการบริการที่พักแรม

ด้านที่พัก (accommodation)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1.ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีมีความหลากหลาย	4.00	0.74	มาก
2.จังหวัดอุทัยธานีมีที่พักแรมเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงงานประเพณี	4.00	0.74	มาก
3.ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม	4.20	0.56	มาก
4.ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีมีการจัดการความสะอาดและความปลอดภัยที่เหมาะสม	4.21	0.55	มาก
5.บรรยากาศของที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีมีความน่าประทับใจ	4.22	0.55	มาก
6.ที่ตั้งของที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีมีความเชื่อมโยงต่อการเข้าถึงสถานที่จัดประเพณี	4.20	0.55	มาก

ตารางที่ 5 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการบริการที่พักแรม (ต่อ)

ด้านที่พัก (accommodation)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
7.ราคาที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีสอดคล้องกับคุณภาพที่ได้รับ	4.23	0.54	มาก
8.การบริการของพนักงานที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว	4.44	0.55	มาก
9.ผู้ให้บริการในที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการเข้าร่วมประเพณีอย่างเหมาะสม	4.44	0.55	มาก
10.ที่พักแรมในจังหวัดอุทัยธานีมีบริการเพิ่มเติมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การให้ข้อมูลท้องถิ่นหรือการจัดทัวร์	4.44	0.55	มาก
รวม	4.24	0.52	มาก

จากตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านการบริการที่พักแรม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การบริการของพนักงานที่พักสามารถสร้างความประทับใจได้สูง ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.55) เช่นเดียวกับการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการเข้าร่วมประเพณี ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.55) และบริการเสริมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดทัวร์หรือให้ข้อมูลท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.55) โดยรองลงมา คือ ราคาที่พักสอดคล้องกับคุณภาพที่ได้รับ ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.54)

ตารางที่ 6 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1.กิจกรรมประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความหลากหลาย	4.94	0.22	มากที่สุด
2.กิจกรรมประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีความน่าสนใจ	4.94	0.22	มากที่สุด
3.ประเพณีของจังหวัดอุทัยธานีมีการจัดการด้านเวลาสำหรับการร่วมกิจกรรมที่เหมาะสม	4.91	0.28	มากที่สุด
4.กิจกรรมประเพณีของจังหวัดอุทัยธานีมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการทำกิจกรรม	4.83	0.44	มากที่สุด
5.การจัดกิจกรรมประเพณีของจังหวัดอุทัยธานีสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.90	0.30	มากที่สุด

ตารางที่ 6 แสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
6. ประเพณีของจังหวัดอุทัยธานีส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.93	0.25	มากที่สุด
7. กิจกรรมประเพณีของจังหวัดอุทัยธานีสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย	5.00	0.23	มากที่สุด
8. นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมประเพณีของจังหวัดอุทัยธานี	4.94	0.23	มากที่สุด
รวม	4.93	0.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.93$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นข้อ ๆ พบว่า กิจกรรมประเพณีสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.23) รองลงมา คือนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมประเพณีของจังหวัดอุทัยธานี ($\bar{X} = 4.94$, S.D. = 0.23) ความหลากหลายของกิจกรรม ($\bar{X} = 4.94$, S.D. = 0.22) และความน่าสนใจของประเพณี ($\bar{X} = 4.94$, S.D. = 0.22) ตามลำดับ

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ค่า S.D. ต่ำ สะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องสูงของความคิดเห็นนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่ากิจกรรมประเพณีมีคุณภาพและสะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติและประสบการณ์ที่ดีไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นจุดแข็งของการจัดการประเพณีในจังหวัดอุทัยธานี ส่งผลให้ ค่า S.D. ต่ำ (0.22 – 0.44) จึงสรุปได้ว่า ค่า S.D. ต่ำในที่นี้ไม่ใช่ข้อจำกัด แต่เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็น เป็นเอกภาพสูง และสอดคล้องกันอย่างชัดเจน และได้รับการยอมรับอย่างสอดคล้องจากนักท่องเที่ยวไม่ใช่ข้อบกพร่องของข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวตามสมมติฐานการวิจัยที่ว่า “นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งมีลักษณะข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว แตกต่างกัน” โดยอาศัยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วยวิธี LSD ผลสรุปปรากฏในตารางที่ 7 -16 ดังนี้

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ (เพศ มี 3 กลุ่ม:ชาย หญิง และเพศทางเลือก)

ความคิดเห็น	F-test	P-value	สรุปผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction)	1.03	0.35	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility)	1.26	0.28	ไม่แตกต่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	1.23	0.29	ไม่แตกต่าง
ด้านการบริการที่พักแรม (accommodation)	0.75	0.47	ไม่แตกต่าง
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	0.81	0.44	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็น	F-test	P-value	สรุปผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction)	0.72	0.53	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility)	5.04	0.02*	แตกต่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	3.40	0.01*	แตกต่าง
ด้านการบริการที่พักแรม (accommodation)	2.20	0.08	ไม่แตกต่าง
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	0.40	0.74	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว ในด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามอายุ

ด้านความสะดวกในการเดินทาง	< 20 ปี	20-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	55 ปีขึ้นไป
< 20 ปี	-	0.39*	0.45	0.34*	0.19
20-35 ปี		-	0.82	-0.04	-0.19
36-45 ปี			-	0.52	-0.18
46-55 ปี				-	-0.14
55 ปีขึ้นไป					-
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	< 20 ปี	20-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	55 ปีขึ้นไป
< 20 ปี	-	0.27*	0.61	0.26*	0.19
20-35 ปี		-	0.72	-0.01	-0.07
36-45 ปี			-	1.39	0.48
46-55 ปี				-	-0.06
55 ปีขึ้นไป					-

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันจำนวน 4 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility) นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นที่สูงกว่ากลุ่มอายุ 20-35 ปี และกลุ่มอายุ 46-55 ปี มีระดับความคิดเห็นที่สูงกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับความคิดเห็นที่สูงกว่ากลุ่มอายุ 20-35 ปี และกลุ่มอายุ 46-55 ปี

ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็น	F-test	P-value	สรุปผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction)	0.25	0.77	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility)	2.51	0.82	ไม่แตกต่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	1.09	0.33	ไม่แตกต่าง
ด้านการบริการที่พักแรม (accommodation)	1.13	0.32	ไม่แตกต่าง
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	5.98	0.00*	แตกต่าง

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 พบว่า ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว ในกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	0.02	-0.21*
ปริญญาตรี		-	-0.23*
สูงกว่าปริญญาตรี			-

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีระดับความคิดเห็นที่สูงกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และปริญญาตรี

ตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็น	F-test	P-value	สรุปผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction)	1.04	0.38	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility)	1.39	0.23	ไม่แตกต่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	1.14	0.33	ไม่แตกต่าง
ด้านการบริการที่พักแรม (accommodation)	1.34	0.25	ไม่แตกต่าง
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	0.25	0.90	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 พบว่า อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็น	F-test	P-value	สรุปผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction)	2.97	0.01*	แตกต่าง
ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility)	2.06	0.85	ไม่แตกต่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	2.10	0.80	ไม่แตกต่าง
ด้านการบริการที่พักแรม (accommodation)	2.80	0.02*	แตกต่าง
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	1.79	0.13	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่า รายได้ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว ในทุกด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction) และด้านการบริการที่พักแรม (accommodation) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามรายได้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	< 15,000	15,000-25,000	25,001-35,000	35,001-45,000	มากกว่า 45,000
น้อยกว่า 15,000 บาท	-	-0.01	-0.09	-0.08	-0.12*
15,000-25,000 บาท		-	-0.07*	-0.06	-0.11*
25,001-35,000 บาท			-	0.09	-0.03
35,001-45,000 บาท				-	0.04
มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป					-
ด้านการบริการที่พักแรม	< 15,000	15,000-25,000	25,001-35,000	35,001-45,000	มากกว่า 45,000
น้อยกว่า 15,000 บาท	-	0.18*	0.21*	0.24*	0.05
15,000-25,000 บาท		-	0.03	0.05	-0.12
25,001-35,000 บาท			-	0.02	-0.16
35,001-45,000 บาท				-	-0.18
มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป					-

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามรายได้ พบว่า มีความแตกต่างกันจำนวน 6 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000–25,000 บาท 25,001–35,000 บาท และมากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นที่สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และด้านการบริการที่พักแรม (accommodation) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีระดับความคิดเห็นที่สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,000–25,000 บาท 25,001–35,000 บาท และรายได้ 35,001–45,000 บาท

ตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค

ความคิดเห็น	F-test	P-value	สรุปผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction)	3.12	0.02*	แตกต่าง
ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility)	0.34	0.79	ไม่แตกต่าง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities)	1.37	0.25	ไม่แตกต่าง
ด้านการบริการที่พักแรม (accommodation)	1.44	0.22	ไม่แตกต่าง
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities)	1.85	0.13	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 พบว่า ภูมิภาค ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว ในทุกด้านสิ่งดึงดูดใจ (attraction) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามภูมิภาค

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ภาคเหนือ	ภาคอีสาน	ภาคกลาง	ภาคใต้
ภาคเหนือ	-	-0.11*	-0.09*	-0.11*
ภาคอีสาน		-	0.02	0.00
ภาคกลาง			-	-0.02
ภาคใต้				-

หมายเหตุ: * หมายถึง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD จำแนกตามรายได้ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคอีสาน, ภาคกลาง และภาคใต้ มีระดับความคิดเห็นที่สูงกว่ากลุ่มที่มาจากภาคเหนือ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบข้อมูลที่สามารถนำมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.00 มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี ร้อยละ 58.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.80 ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 29.80 มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 31.30 และส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง ร้อยละ 48.50 ซึ่งให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ (attraction) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการจัดงานที่สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมพื้นถิ่น รวมทั้งการพัฒนาประเพณีท้องถิ่นให้โดดเด่นและดึงดูดใจสูงสุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องของความคิดเห็นในระดับสูง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันว่าประเพณีของจังหวัดอุทัยธานี ว่าเป็นมีความโดดเด่นและน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นพรัตน์ ทรงสายชลชัย และคณะ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยตัดสินใจมาท่องเที่ยวจากสิ่งดึงดูดใจเพื่อมาชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมประเพณีที่เน้นคงความเป็นเอกลักษณ์ และมีความต้องการสูงต่อความโดดเด่นของศิลปวัฒนธรรม ความหลากหลายกิจกรรมทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม รวมถึงความงดงามของภูมิทัศน์และสินค้าพื้นถิ่น

3. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านความสะดวกในการเดินทาง (accessibility) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเดินทางไปยังสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีที่มีความสะดวกสบาย และข้อมูลที่ใช้สำหรับการเดินทางไปยังสถานที่จัดประเพณีในจังหวัดอุทัยธานีมีเพียงพอมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดาพิมพ์ สรสุชาติ และคณะ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน พบว่า องค์ประกอบด้านการเดินทางท่องเที่ยว (accessibility) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้ เพราะการคมนาคมเข้าถึงสถานที่ที่สะดวกสบาย เช่น มีรถประจำทางให้บริการถึงที่ มีรถไฟผ่านดิน และข้อมูลการเดินทางทำ

ให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งตอกย้ำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในยุคปัจจุบันคาดหวังประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นและไม่ซับซ้อน

4. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการจัดการความสะอาดในสถานที่จัดประเพณี รวมถึงมีจุดบริการข้อมูลและคำแนะนำที่เพียงพอสำหรับผู้มาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพรถาวรวิสิทธิ์ และ เสรี วงษ์มณฑา (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน พบว่า การจะส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่ดีไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาด มีจุดบริการที่เพียงพอ เช่น ด้านห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ เส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว ที่จอดรถ จุดบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ และด้านการให้บริการพื้นฐาน ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตู้เอทีเอ็ม นอกจากนี้ การมีจุดบริการข้อมูลที่มีเจ้าหน้าที่เพียงพอและสามารถให้คำแนะนำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เพียงแต่ช่วยอำนวยความสะดวกและลดความสับสนของผู้มาเยือน แต่ยังทำหน้าที่ส่งเสริมการขายสินค้าที่ระลึกและบริการอื่น ๆ ในพื้นที่จัดงานด้วย

5. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านที่พักแรม (accommodation) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการบริการของพนักงานที่สามารถสร้างความประทับใจ และคำแนะนำเกี่ยวกับการเข้าร่วมประเพณีได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญ์สินี จิตละเอียด และคณะ (2567) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่าสงขลา พบว่า พนักงานหรือเจ้าของธุรกิจ คือ บุคคลที่มีความสำคัญในการให้บริการแก่ผู้เข้าพัก ผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญกับอัธยาศัยและมารยาทของพนักงาน และความสามารถที่จะให้คำแนะนำ และนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาในพื้นที่ได้ดี สามารถช่วยเหลือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ซึ่งเป็นการยืนยันว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่สนใจวัฒนธรรมมักแสวงหาความเชื่อมโยงที่แท้จริงกับจุดหมายปลายทาง และพนักงาน ที่พักคือหนึ่งในช่องทางสำคัญที่สุดที่จะสร้างความเชื่อมโยงนั้น

6. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (activities) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในกิจกรรมประเพณีของจังหวัดอุทัยธานีสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม และหลากหลายความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณธร เขียรถาวร และ ปภาดา สืบพลาย (2568) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี พบว่า กิจกรรมที่สร้างประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมและชุมชน เช่น learning folk songs, local arts, culture way of life, ศิลปหัตถกรรม ประเพณีท้องถิ่น สามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจประสบการณ์ที่หลากหลายได้

7. เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยประยุกต์ใช้แนวคิด 5A ผ่านมุมมองนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการที่พักและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และภูมิภาค ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรศักดิ์ จินดาบถ และคณะ (2567) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่า เมื่อเปรียบเทียบความต้องการในภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสงขลา ไม่พบความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของอายุ และอาชีพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลพร เสถียรอุดร และ ณัฐนุช จันทวิมล (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกาะเกร็ดแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแนวทางการจัดการประเพณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุทัยธานี ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมในงานประเพณีให้หลากหลายและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง โดยปรับเนื้อหาให้ตอบสนองความสนใจในแต่ละช่วงวัย จัดกิจกรรมเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น ครอบครัว ผู้สูงอายุ วัยรุ่น และกลุ่มสนใจกิจกรรมวัฒนธรรมเฉพาะ เช่น เวิร์กช็อปหัตถกรรมพื้นบ้าน การทำอาหารท้องถิ่น หรือกิจกรรมสะท้อนวิถีชีวิตชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์มีความหมายและน่าจดจำ

2. ในมิติของภูมิภาค พบว่านักท่องเที่ยวจากแต่ละพื้นที่ให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกัน ซึ่งสะท้อนถึงความคาดหวังทางวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนกัน ควรมีการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่เน้นความโดดเด่นเฉพาะประเพณี รวมถึงสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ปรับตามกลุ่มเป้าหมาย และควรปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับภูมิหลังและความสนใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค เพื่อให้สามารถสร้างแรงจูงใจและดึงดูดความสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ผู้นำชุมชน ผู้จัดงาน ผู้ประกอบการท้องถิ่น หรือที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีมิติมากขึ้น และสามารถใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างครอบคลุมและยั่งยืน
2. ศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างจังหวัดที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน เพื่อศึกษาและเรียนรู้แนวทางการจัดการประเพณีที่ประสบผลสำเร็จ และสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดอุทัยธานี

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566, 1 กรกฎาคม). รายงานสถิติการท่องเที่ยว. <https://www.mots.go.th/news/category/796>
- ชนัญฐ์ พงศ์ธราธิก. (2564). การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ [วิทยานิพนธ์ดุสิต บัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- ชิดาวิรุ์ สุขคร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. วารสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน, 1(2), 1–7.
- ชนิษฐา ใจเป็ง. (2566). การพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนไทยอง ตำบล บวกค้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิจัยวิชาการ, 6(5), 283–296. <https://doi.org/10.14456/jra.2023.117>
- ญาณธร เขียรถาวร, และ ปภาดา สืบพลาย. (2568). ศักยภาพของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดอุทัยธานี. วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ, 7(1), 174–187.
- ณนัทย์ มุขดีสุทนต์. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- ธนาวิ ปิ่นประขานันท์, ชมพูนุท ภาณุภาส, และ จุฑาธิปต์ จันทรเอียด. (2565). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อุรักลาโว้ย ในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่. วารสารศิลปการจัดการ, 6(3), 1348-1368.
- ธีรศักดิ์ จินดาบถ, ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์, นนทิภัก เพียรโรจน์, ดวงธิดา พัฒโน, พัชรภรณ์ บุญเลื่อง, และ อรอนงค์ สัตยารักษ์. (2567). การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา. วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี, 8(3), 64–80.

- นพรัตน์ ทรงสายชลชัย, ผกามาศ ชัยรัตน์, และ ชมพูนุช จิตติถาวร. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 14(1), 115-131.
- นริศรา กรุดนาค. (2566). การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ย่านเมืองเก่า” จังหวัดเพชรบุรี [วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- พิชญ์สินี จิตละเอียด, ศิริภัสสร ปฐมนุพงศ์, ภัชรพล ถิ่นกิตติคุณ, และ กานต์พิชชา ดุลยะลา. (2567). แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่าสงขลา. *วารสารวิชาการ การบินการเดินทางและการบริการ*, 3(2), 48-68.
- เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ. (2564). องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].
- วีระยุทธ พรพจน์ธนาศ. (2566). กระบวนการวิจัย: นานาทัศนะสู่การเป็นนักวิจัยมืออาชีพ. *วารสารรามคำแหง ฉบับรัฐประศาสนศาสตร์*, 6(3), 95-147.
- วิไลพร เสถียรอุดร, และ ญัฐนุช จันทวิมล. (2563). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสาร อัล-ฮิกมะฮ์*, 10(20), 45-60.
- ศุภกิจ เอี่ยมสำอางค์, ดรชนิ เอมพันธุ์, และ นววรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เชียว. (2565). แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุบริเวณลานกางเต็นท์ในอุทยานแห่งชาติ. *วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ*, 13(2), 1-13.
- ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์, และ เสรี วงษ์มณฑา. (2564). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(1), 244-256.
- สุดาพิมพ์ สรสุชาติ, สายพิน ปั่นทอง, และ จิรารัตน์ จันทวัชรกร. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 35(2), 164-178.
- สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2565). แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี (พ.ศ. 2566 – 2570). <https://www.uthaithani.go.th/2025/wp-content/uploads/2025/09/Plan66-70update2568.pdf>
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุทัยธานี. (2567). แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566 - 2570). <https://www.uthaipao.go.th/home/wp-content/uploads/2024/05/แผนพัฒนาท้องถิ่น-แก้ไข-12.2567.pdf>
- อุมาพร แต่งเกลี้ยง. (2565). แนวทางการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านเกาะกลาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ*, 4(2), 48-62.
- Chinawat, S. (2024). Community development initiatives and sustainable tourism in rural Thailand: A case study of Chiang Mai. *Journal of World Economy*, 3(1), 19-24.

- Ishikawa, H., Uchida, K., Terasaki, H., Sakamoto, T., Kakinoki, M., Ohji, M., Jujo, J., Takagi, H., Mitamura, Y., Yamada, Y., Takamura, Y., Sugimoto, M., Kondo, M., Yoshida, S., Fukuyama, H., & Gomi, F. (2025). Cystoid macular oedema after flanged intraocular lens scleral fixation using the Yamane technique: A multicentre cohort study. *Scientific Reports*, 15(1), 811. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-85370-y>
- Jebb, A. T., Ng, V., & Tay, L. (2021). A review of key likert scale development advances: 1995–2019. *Frontiers in Psychology*, 12, 637547. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.637547>
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.
- Ravinder, E. B., & Saraswathi, A. B. (2020). Literature review of cronbach alpha coefficient (**A**) and mcdonald's omega coefficient (**Ω**). *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(6), 2943-2949. <https://doi:10.13140/RG.2.2.35489.53603>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Xu, H., Wang, K., & Song, Y. M. (2018). Chinese outbound tourism and soft power. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(1), 34-49. <https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1505105>