

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วม ของชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี*

ปริยานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์¹ ชลอรัตน์ ศิริเชตรกรณ์²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง (2) เพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง และ (3) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน จำนวน 30 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทำการวิเคราะห์เนื้อหา และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า สภาพบริบทชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของพื้นที่ตรงตามองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง และด้านการมีส่วนร่วม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ให้ความสำคัญด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ แนวทางในการพัฒนาควรได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักวิจัยใช้โมเดล 4 ส ซึ่งประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อสาร ส่วนร่วม และเสริมกิจกรรม

คำสำคัญ: รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว; การมีส่วนร่วมของชุมชน; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; วิถีชุมชน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ปริยานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์ และชลอรัตน์ ศิริเชตรกรณ์. (2567). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 14(1), 160-175.

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
398 หมู่ 9 ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 60000, ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: preeyanan.p@nsru.ac.th

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

* ทุนวิจัยงบประมาณด้าน ววน. ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2566 (ผ่านหน่วยงาน)

The Model of Cultural Tourism Management with the Participation of Sakaekrang River Community, Uthai-Thani Province*

Preeyanan Phosirawat¹ Chalorat Sirikhetkon²

Abstract

This research article aims to study (1) the context of the community and cultural attractions of the Sakae Krang River basin (2) increase tourism potential by promoting public relations for cultural tourism in the Sakae Krang River Basin and (3) develop a cultural tourism model with the participation of communities in the Sakae Krang River basin. This mixed method. The sample consisted of 30 community stakeholders using a specific selection method and 385 tourists and random sampling methods were used. Data were collected using a structured interview form, conduct a content analysis, and use the questionnaire as a tool. The statistics used in the analysis were percentage, frequency, mean, and standard deviation.

Findings are as follows: The context of the community in the Sakae Krang River basin, Uthai Thani province is a cultural tourist attraction with the potential of the area by 4 tourist attraction elements: attractions, amenities, accessibility, and community participation. The results of the factors affecting tourists' decisions in the Sakae Krang River basin found that most of the respondents had the tourism behavior of tourists who come for cultural tourism in the Sakae Krang River basin, Uthai Thani province in terms of tourism attraction, followed by community participation, tourist accessibility, and destination amenities. Guidelines for development should receive cooperation from all sectors in promoting and developing tourist attractions. Researchers used the 4 S model, which consists of Facilitate, Communicate, Engage, and Enhance activities.

Keywords: Model of Tourism Management; Community Participation; Cultural Tourism; Community Way

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Phosirawat, P., & Sirikhetkon, C. (2024). The model of cultural tourism management with the participation of Sakaekrang river community, Uthai-Thani province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 14(1), 160-175.

¹ Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University
398 Moo 9, Nakhon Sawan Tok, Muang Nakhon Sawan, Nakhon Sawan 60000, Thailand
Corresponding Author: E-mail: preeyanan.p@nsru.ac.th

² Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University

* Scholarship Support from Fundamental Fund Nakhon Sawan Rajabhat University, Fiscal Year 2023

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ภาครัฐให้การผลักดันและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสามารถนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ตามภูมิภาคจนทำให้เกิดการสร้างสรรคและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานให้กับภูมิภาคเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว แต่เนื่องด้วยสภาพการณ์ด้านการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยเฉพาะหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การท่องเที่ยวถือได้ว่าได้รับผลกระทบโดยตรง ดังนั้นการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวจะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการอนุรักษ์และรักษาสภาพแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จที่ผ่านมาจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม (Tourism Authority of Thailand, 2021) อุทัยธานีเป็นจังหวัดในเขตภาคกลางของประเทศไทยที่เต็มไปด้วยธรรมชาติ วัด และวิถีชีวิตของคนริมฝั่งแม่น้ำสะแกกรังที่มีมายาวนานกว่าพันปี แม่น้ำสะแกกรัง เส้นเลือดสำคัญที่หล่อเลี้ยงชีวิตของคนอุทัยธานี ในอดีตเคยเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญ ทั้งเป็นเส้นทางสัญจรและเป็นเส้นทางขนส่งสินค้านานาชนิด รวมถึงเป็นแหล่งทำการค้าที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของภาคกลาง ซึ่งจะเห็นภาพความสวยงามของแม่น้ำที่ยังสะอาดใสดูสบายตาและยังเป็นที่ตั้งของชุมชนเรือนแพในแม่น้ำสะแกกรัง อันเป็นเอกลักษณ์หนึ่งเดียวที่ยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตกลางน้ำ โดยแม่น้ำบริเวณตลาดหน้าวัดอุโบสถารามเป็นที่อยู่อาศัยของชุมชนชาวแพกันมาหลายชั่วอายุคน อีกทั้งยังมีการทำสวนต้นเตย เพาะเลี้ยงปลาแรดในกระชัง ซึ่งเป็นปลาที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุทัยธานี ที่แสดงให้เห็น

ถึงความเป็นไปของวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนชาวแพ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม ของดีลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง รวมทั้งศาสนสถานต่างๆ สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างวิถีแม่น้ำกับผู้คน กลายเป็นวัฒนธรรมชุมชนลุ่มแม่น้ำที่ปัจจุบันกลายเป็นทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่สนใจมาเยี่ยมชมเยือนได้

คณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงศักยภาพและความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงสนใจศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี เพื่อศึกษาศักยภาพและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติโดยชุมชน อันจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่ในการสร้างรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม และความเข้มแข็งในชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมและสำนึกรักบ้านเกิดให้กับคนในชุมชน ตลอดจนมีรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ดีให้กับชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปร ครอบคลุมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชน สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ตำบลสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี ได้แก่ ตัวแทนชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมตัวอย่างจำนวน 30 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี ตัวอย่างจำนวน 385 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา คือ ชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการเก็บข้อมูลนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 ถึงเดือนกันยายน 2566

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ทราบสภาพทั่วไป บริบทชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

2. สามารถเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

3. นำผลการศึกษามาพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากถิ่นฐานที่พักอาศัยเป็นระยะเวลาสั้นๆ หรือเป็นระยะเวลาชั่วคราวเพื่อไปสถานที่ใดสถานที่หนึ่งด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามด้วยความสมัครใจ เช่น การพักผ่อน เยี่ยมญาติ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น อาจมีการพักแรมหรือไม่พักแรมก็ได้ ทั้งนี้การเดินทางนั้นจะต้องไม่แสวงหารายได้หรือประกอบอาชีพต่างๆ ให้ได้มาซึ่งมูลค่าของผลประโยชน์นั้นๆ โดยการจัดการท่องเที่ยว คือ กระบวนการในการจัดการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสม ภายใต้อสภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้นๆ โดย Jittangwatana (2012) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวเป็นการวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการจัดองค์การการบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมอย่างเหมาะสมเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้พร้อมทั้งมีการประเมินผลการท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

Bhatia (1986) กล่าวว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) สิ่งดึงดูดใจ (attraction) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรม เช่น โบราณสถานสิ่งก่อสร้างที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น วิวทัศน์ และภูเขา (2) สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) ถือเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นส่วนที่เสริมให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ได้แก่ โรงแรมและสถานที่พักผ่อน และ (3) การเข้าถึง (accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงจุดที่น่าสนใจได้ ได้แก่ การคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย ส่วน Burkart and Medrink (1981) สรุปว่าแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 3 ประการ

ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (attractions) การเข้าถึง (accessibility) และสิ่งอำนวยความสะดวก (amenity) ขณะที่ Manirochana (2017) สรุปว่าเมืองประกอบ 3 ด้าน ดังนี้ (1) สิ่งดึงดูดใจ (2) ผู้นำองค์กรชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน และ (3) การจัดการอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มุ่งเรียนรู้จากวัฒนธรรมอื่นๆ เพื่อให้เกิดโลกทัศน์ใหม่ๆ ที่กว้างไกล จากการมีประสบการณ์ในแหล่งวัฒนธรรมที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่ง Jittangwatana (2012) สรุปการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และได้รับความรู้จากการศึกษา ความเชื่อ ความเข้าใจ ต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสมดุล แห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน

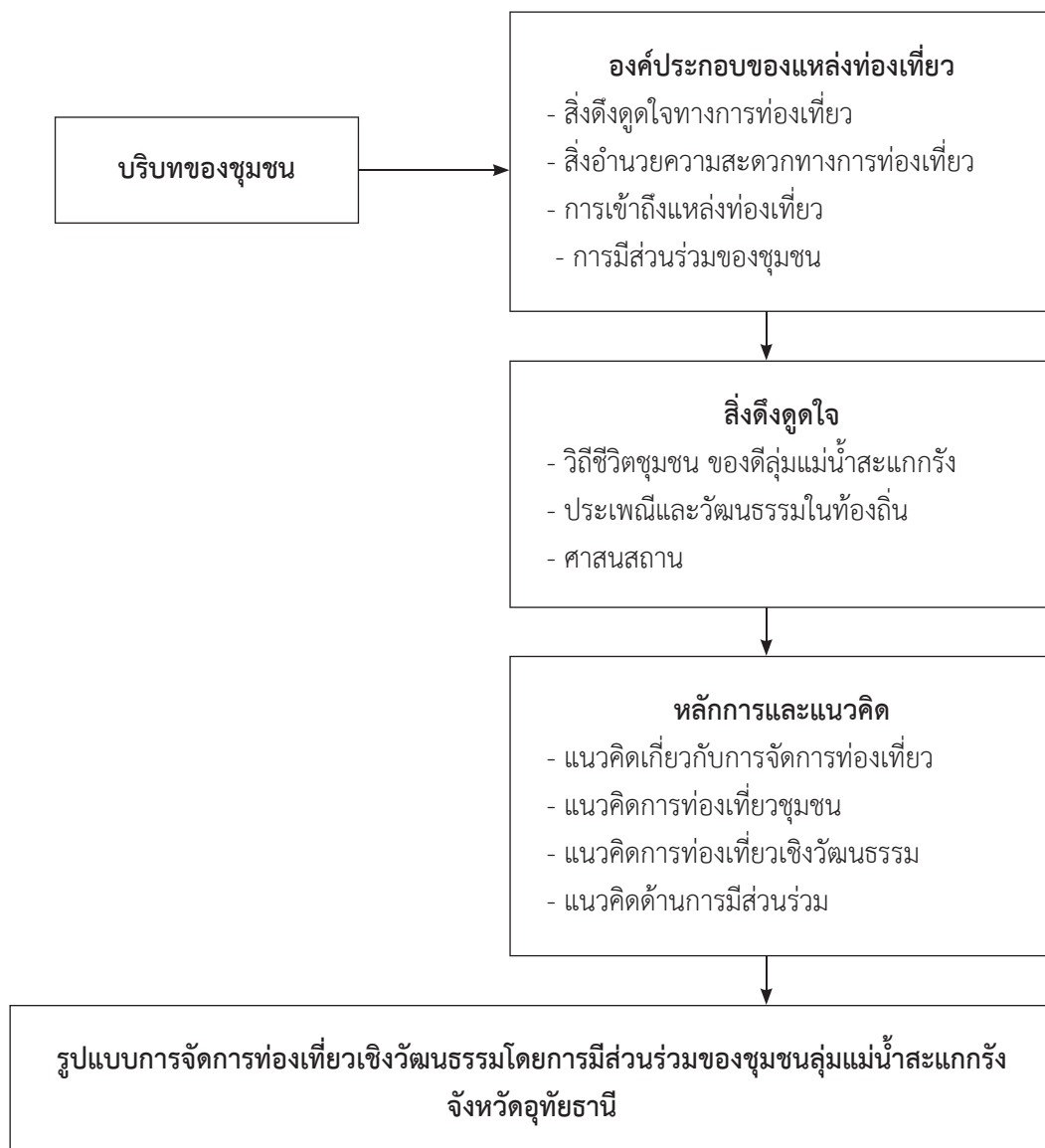
การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมและความผูกพันของชุมชนผู้เป็น

เจ้าของพื้นที่ในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และความยั่งยืนของสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่ง Manirochana (2017) สรุปว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ (1) สิ่งดึงดูดใจ (2) ผู้นำองค์กรชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน และ (3) การจัดการอย่างยั่งยืน

แนวคิดด้านการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม เป็นการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล มีโอกาสแสดงความคิดเห็น เสนอแนะ รับรู้หรือมี โอกาสลงมือปฏิบัติตัดสินใจอย่างมีเหตุและผลในการ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมหรือกระบวนการ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ การแก้ปัญหา การรับผิดชอบ และการรับผลประโยชน์ที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน ซึ่ง Siroros et al. (2003) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็น กระบวนการที่ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมี โอกาสแสดงทัศนะแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น เพื่อแสวงหาทางเลือกและการตัดสินใจต่างๆ เกี่ยวกับ โครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกันทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งถึงการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้ การเรียนรู้ การปรับเปลี่ยนโครงการร่วมกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อ ทุกฝ่าย

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว

ประชากรและตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง มีการกำหนดตัวอย่างเป็นจำนวน 2 กลุ่ม การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มที่ 1 คือ ตัวแทนชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรังและผู้นำชุมชน จำนวน 20 คน ผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า จำนวน

5 คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน จำนวน 5 คน โดยผู้ให้ข้อมูลต้องยินยอมเข้าร่วมโครงการโดยสมัครใจ รวมเป็นจำนวน 30 คน โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มที่ 2 คือนักท่องเที่ยวใช้สูตรการคำนวณตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรใช้วิธีของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นได้ 5 เปอร์เซนต์ ซึ่งได้ตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 385 คน และเป็นการคัดเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (nonprobability sampling) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จำแนกกลุ่มที่เลือกเฉพาะเจาะจง คือ ตัวแทนชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) มีการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้า ทดสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (data triangulation) ให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบ เสนอแนะปรับปรุงในข้อคำถามว่าตรงประเด็น ครบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ลักษณะคำถามปลายเปิดและปลายปิดมีเกณฑ์ การให้คะแนนคำตอบระดับการวัด 5 ระดับ ตามแบบของ Likert scale (Likert, 1932) การตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุ ประสงค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 โดยผลการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.966 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์และสามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้ (1) การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง และผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ และศึกษาข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (close-ended questions) และคำถามปลายเปิด (open-ended questions) ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับ ตรวจสอบความสมบูรณ์และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป และ (2) การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดอุทัยธานี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี เป็นต้น

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และสรุปผลการวิเคราะห์แบบความเรียง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพบริบทชุมชน

จากการศึกษาด้านสภาพบริบทชุมชน พบว่าชุมชนหมู่บ้านสะแกกรัง สมัยสุโขทัยเรียก "อุไทย" หมายถึง ที่อยู่ของคนไทย ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ บ้านสะแกกรังจึงขยายตัวใหญ่ขึ้นและมีความเจริญรุ่งเรืองจนกลายเป็นเมืองใหญ่ ในปี พ.ศ. 2453

ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว บ้านสะแกกรังถูกยกขึ้นเป็นเมืองอุทัยธานี และได้ชื่อว่าเป็นเมืองพระชนกจักรี เนื่องจากเป็นที่ประสูติของพระราชบิดาของรัชกาลที่ 1 ปัจจุบันตำบลสะแกกรังตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง มีการดำเนินชีวิตอยู่อย่างเรียบง่าย ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกัน ทำให้คนในชุมชนอยู่อย่างสงบสุข ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงโดยการเลี้ยงปลาในกระชัง และการหาปลาในลำน้ำด้วยวิธีต่างๆ เช่น หว่านแห ดักข่าย และยกยอ เป็นต้น เพื่อนำไปบริโภคและจำหน่ายที่ตลาดสดของเทศบาลเมือง นอกจากนี้ยังนำไปแปรรูปเป็นปลาอย่าง ปลาร้า ปลาสาม เพื่อการถนอมอาหารและเพิ่มมูลค่าของสินค้า

จากผลการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวภายในอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเส้นทางท่องเที่ยวตามลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ซึ่งประกอบด้วย วัดสังกัสรัตนคีรี พระปฐมบรมมหาชนก หมดโลก วัดขวิด วัดจันทาราม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ตลาดเช้าริมแม่น้ำสะแกกรัง เรือนแพของคนในชุมชนริมน้ำ การล่องเรือแม่น้ำสะแกกรัง ตักบาตรตอนเช้า ถนนคนเดินตรอกโรงยา บ้านจรงัก และพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเน้นความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงเดิม ซึ่งส่งผลให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ครอบครัว วัยทำงาน หรือวัยรุ่น พร้อมทั้งยังมีการส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปควบคู่กัน

2. การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

2.1 จากการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด

ศักยภาพการท่องเที่ยวฯ สรุปผลการวิจัย ได้ 4 ด้าน ดังนี้

2.1.1 ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดเล็กๆ ที่อยู่แถบภาคกลางตอนบนมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง มีเอกลักษณ์และความโดดเด่น มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ภายในเมืองมีความเงียบสงบ ลักษณะการอยู่อาศัยเป็นชุมชนชาวแพ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ และสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมที่มีประวัติความเป็นมา เช่น วัดสังกัสรัตนคีรี ซึ่งมีพระพุทธรูปขนาดใหญ่เป็นพระเนื้อสัมฤทธิ์ปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 3 ศอก จากบริเวณลานวัดสังกัสรัตนคีรี มีบันไดขึ้นจำนวน 449 ขั้น ไปสู่ยอดเขาสะแกกรัง เป็นที่ตั้งของมณฑปประดิษฐานรอยพระพุทธรูปจำลอง ส่วนวัดท่าซุงสำหรับจุดเด่นสำคัญคือ “มหาวิหารแก้ว 100 เมตร” ซึ่งเป็นวิหารสำคัญที่หลวงพ่อกุศลิ่งดำสร้างไว้ก่อนมรณภาพ ภายในประดับด้วยกระจกและโมเสกแก้วใสสวยงาม และวัดอุปถาราม หรือวัดโบสถ์ เป็นวัดเก่าแก่อยูริมลำน้ำสะแกกรัง สิ่งที่น่าสนใจได้แก่จิตรกรรมฝาผนังในโบสถ์และวิหาร เป็นภาพเขียนสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ภายในวัดมีเสมาหินสีแดง หนัโบสถ์ มีอาคารสถาปัตยกรรมเก่าแก่ เช่น มณฑปแปดเหลี่ยม เป็นอาคารแปดเหลี่ยม สองชั้น มีบันไดวนอยู่ด้านนอกอาคาร ที่มีลักษณะผสมแบบตะวันตก เป็นต้น

2.1.2 ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดเล็กๆ แต่มีกระแสรักธรรมชาติและท่องเที่ยว ทำให้เกิดที่พัก โฮมสเตย์ ร้านอาหารคาเฟ่ภายในจังหวัดมากขึ้น ราคาที่พัก ค่ารถไม่แพง อาหารราคาถูก มีร้านขายของที่ระลึกและของฝาก และจุดบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

2.1.3 ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี เป็นพื้นที่ที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ สามารถขับรถไปกลับได้ภายใน 1 วัน มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกหลายเส้นทาง หากไม่สะดวกในการขับรถส่วนตัวสามารถนั่งรถตู้โดยสารสาธารณะได้ โดยในพื้นที่ได้ดำเนินการสร้างเป็นถนนคอนกรีตและลาดยาง โดยเส้นทางคมนาคมที่ใช้ ประกอบด้วย สะพานคอนกรีต ถนนลาดยางจึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรังไม่ยากลำบาก มีป้ายบอกตลอดเส้นทาง ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอุทัยธานีได้ง่าย

2.1.4 ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมโดยนำสินค้าในท้องถิ่นที่ผลิตขึ้นมาเพื่อนำมาจำหน่าย โดยใช้พื้นที่บริเวณวัดตลาด ถนนคนเดินตรอกโรงยา และชุมชนได้รับการประสานงานจากหน่วยงานในการจัดพื้นที่ทำกิจกรรมที่เน้นการท่องเที่ยวโดยวิถีชุมชน ได้รับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อในรูปแบบเดียวกันในการทำกิจกรรมของชุมชน

2.2 จากผลการวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดศักยภาพการท่องเที่ยว พบว่า

2.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 มี

สถานภาพสมรส จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า จำนวน 20,000 บาท จำนวน 158 คน มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20

ผลการวิจัยด้านข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว รองลงมาคือ ท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน โดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือ เดินทางโดยรถเช่า/รถตู้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการท่องเที่ยว/พักผ่อน รองลงมาคือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน ซึ่งส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมงในการท่องเที่ยว รองลงมาคือ 30 นาที-1 ชั่วโมง ทราบข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยหลัก รองลงมาคือ ญาติ/เพื่อนๆ โดยมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวครั้งหนึ่งเป็นจำนวนเงิน ระหว่าง 1,501-2,000 บาท รองลงมาคือ ระหว่าง 1,001-1,500 บาท

2.2.2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ด้านภาพรวมทั้งหมด และวิเคราะห์เป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถแสดงได้ดังตาราง 1

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

(n = 385)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	4.35	0.58	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	4.06	0.62	มาก
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.11	0.56	มาก
4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	4.21	0.59	มาก
รวม	4.18	0.58	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.35 รอง

ลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.21 และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

ตาราง 2

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. แหล่งท่องเที่ยวมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์	4.30	0.58	มาก
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวเล็กๆ ที่มีทัศนียภาพสวยงาม	4.36	0.59	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่าน่าประทับใจ	4.35	0.60	มาก
4. แหล่งท่องเที่ยวมีที่ที่เหมาะสมในการเดินทางไปท่องเที่ยว	4.37	0.59	มาก
5. แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	4.39	0.58	มาก
หลีกเลี่ยงความวุ่นวาย			
รวม	4.35	0.58	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.39 รองลงมา คือ

แหล่งท่องเที่ยวที่มีที่ตั้งเหมาะสมในการเดินทางไป
ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.37 และ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวเล็กๆ ที่มีทัศนียภาพสวยงาม
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ

ตาราง 3

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. มีบริการน้ำดื่ม	3.95	0.64	มาก
2. ห้องน้ำมีความสะดวกเพียงพอ	3.94	0.61	มาก
3. ที่จอดรถมีความเพียงพอกับความต้องการและปลอดภัย	3.88	0.63	มาก
4. มีระบบการสื่อสารที่ดี เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต สัญญาณโทรศัพท์ เป็นต้น	4.10	0.60	มาก
5. ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและของฝาก	4.27	0.58	มาก
6. จุดบริการนักท่องเที่ยวและการให้ข้อมูล	4.21	0.63	มาก
รวม	4.06	0.62	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยรวม
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อ พบว่า ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและของ
ฝาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.27

รองลงมาคือ จุดบริการนักท่องเที่ยวและการให้ข้อมูล
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.21 และมีระบบการ
สื่อสารที่ดี เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต สัญญาณโทรศัพท์
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ตาราง 4

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. เหมาะสมทุกฤดูกาล	4.06	0.60	มาก
2. ความปลอดภัยในการเดินทาง	4.12	0.50	มาก
3. คุณภาพของถนนและ/ หรือเส้นทางน้ำใช้ได้ตลอดปี	4.13	0.57	มาก
4. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง	4.16	0.58	มาก
รวม	4.11	0.56	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.16 รองลงมาคือ

คุณภาพของถนนและ/หรือเส้นทางน้ำใช้ได้ตลอดปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.13 และความปลอดภัยในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ

ตาราง 5

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. การได้ร่วมทำกิจกรรม เช่น การเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์ชีวิตชุมชน	4.26	0.57	มาก
2. การมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินให้กับแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.60	มาก
3. การบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว	4.12	0.57	มาก
4. การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	4.46	0.62	มาก
รวม	4.21	0.59	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.46 รองลงมาคือ การได้ร่วมทำกิจกรรม เช่น การเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์ชีวิตชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.26 และการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.12 ตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. สภาพทั่วไป ข้อมูลบริบทชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง
ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไป บริบทชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภายในพื้นที่ชุมชนลุ่มน้ำสะแกกรัง มีบริบทศักยภาพของพื้นที่ตรงตามองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Burkart and Medrink (1981); Manirochana (2017) ดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ที่พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวโบราณสถานต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ ภายในวัดมีจิตรกรรมสถาปัตยกรรมต่างๆ ที่รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เช่น วัดอุโปสถาราม วัดจันทารามหรือวัดท่าซุง และวัดขวิด ซึ่งถือเป็นศิลปวัฒนธรรมที่มี

เอกลักษณ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พบว่า มีการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิต มีสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักครบครัน มีร้านอาหาร คาเฟ่ ด้านการเข้าถึงนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถตู้โดยสารสาธารณะ โดยเส้นทางคมนาคมที่ใช้ประกอบด้วย สะพานคอนกรีตถนนลาดยาง มีป้ายบอกตลอดเส้นทาง ทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า คนในชุมชนมีส่วนร่วมโดยนำสินค้าในท้องถิ่นที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายโดยใช้พื้นที่บริเวณวัด ตลาด ถนนคนเดินตรอกโรงยา มีหน่วยงานภาครัฐช่วยจัดพื้นที่ทำกิจกรรมที่เน้นการท่องเที่ยวโดยวิถีชุมชน ได้รับการสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Tanchaen (2018) ที่พบว่า ชุมชนมีจิตสำนึกในการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง มีความพยายามในการเรียนรู้ มีการรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งในชุมชน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ด้วยรถยนต์ส่วนตัว และเดินทางเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Somjai and Na Lamphoon (2020) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเป็นการพักผ่อนเพื่อใช้เวลาว่างกับครอบครัวใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง และทราบข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ญาติ/เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Klungprasri and Poomlaochaeng (2019) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์ สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ ทีวีจากพื้นที่ Facebook สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อบุคคลจากคำบอกเล่าของญาติ

2. ผลการศึกษาการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง

โดยวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดศักยภาพการ

ท่องเที่ยวๆ สามารถอธิบายได้ว่า มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเพราะเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความเป็นมาด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน การอนุรักษ์ภูมิปัญญา มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้ เข้าถึงสะดวก และบรรยากาศชุมชนเอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Somjai and Na Lamphoon (2020) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วางแผนเดินทางเพื่อท่องเที่ยวในวันหยุดเป็นการพักผ่อนเพื่อใช้เวลาว่างกับครอบครัว ใช้ยานพาหนะในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ชุมชนลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพียงพอแต่ต้องพัฒนาให้ดีขึ้น สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมีที่พัก โฮมสเตย์ ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและของฝาก จุดบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Thongtumsiri and Buatham (2021) ที่พบว่า ชุมชนมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการออกแบบสอดคล้องกับวิถีชีวิตในชุมชน ด้านที่พัก ชุมชนมีการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิต ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักครบครัน

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกหลากหลาย มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำสะแกกรังได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ Bhatia (1986) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงจุดที่น่าสนใจได้ ได้แก่ การคมนาคม

ขนส่งที่เข้าถึงอย่างสะดวกสบายก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวได้

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน มีการวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น เดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ คูวิถีชีวิตชุมชน คนในชุมชนมีส่วนร่วมโดยนำสินค้าในท้องถิ่นที่ผลิตขึ้นนำมาจำหน่าย มีการเพิ่มรายได้และส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Inpuwa and Nawalak (2019) ด้านการบริหารจัดการที่พบว่า ชุมชนมีการเข้าร่วมประชุมเพื่อวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีส่วนร่วมในการจัดอบรมให้ความรู้กับชุมชน มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก ส่วนด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตสินค้าพื้นเมืองจัดจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ในครัวเรือน

3. จากการศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง สามารถอภิปรายได้ว่า ชุมชนกลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ควรมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและคนในชุมชน มีการจัดการประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชน วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน รวมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย จัดทำฐานข้อมูลของชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ คู่มือสำหรับการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว จัดทำเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Dabphet (2018) ที่พบว่า การพัฒนาศักยภาพการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน รวมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ควรประชุมหารือร่วมกัน

วางแผนบริหารกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการกระตุ้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมของชุมชน ควรสนับสนุนให้เพิ่มบุคลากรและเยาวชนในพื้นที่เพื่อทำหน้าที่ในการแนะนำข้อมูลและให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย รวมทั้งการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับการศึกษาของ Thongtumsiri and Buatham (2021) ที่พบว่า แนวทางในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จะต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน ในการประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ภายในชุมชน ภาครัฐและภาคเอกชนต้องช่วยเหลือด้านงบประมาณการทุนบำรุงอาคาร สถานที่ คนในชุมชนต้องมีการวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมในชุมชนให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น จากการศึกษาถอดบทเรียนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนกลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง ผู้วิจัยจึงเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฯ โดยใช้โมเดล 4 ส ซึ่งประกอบด้วย

1. สิ่งอำนวยความสะดวก ควรเพิ่มจุดบริการของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่จอดรถเพื่อรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว และมีจุดรับส่งบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
2. สื่อสาร ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อที่มีความหลากหลาย เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากหน่วยงานหรือสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยเฉพาะสื่อบุคคลซึ่งควรมีการพัฒนาในเรื่องการถ่ายทอด มีการเพิ่มเครือข่ายด้านการสื่อสาร เป็นต้น
3. ส่วนร่วม ควรเพิ่มการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในชุมชนในการพัฒนา

ศักยภาพของชุมชนโดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าของชุมชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างจุดเด่นภายในชุมชน

4. เสริมกิจกรรม ควรมีการเพิ่มกิจกรรมภายในจังหวัดทุกเทศกาล วันสำคัญ โดยขอความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานี และหน่วยงานอื่นๆ ในการส่งเสริมให้มีกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรจะมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และคนในชุมชนด้านการจัดการประชาสัมพันธ์ถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชน ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว วางแผนการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย จัดทำฐานข้อมูล จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ คู่มือสำหรับการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูล จัดทำเว็บไซต์ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น และสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันในชุมชน ควรประชุมหารือร่วมกันวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยว การกระตุ้นให้ผู้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมของชุมชนที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ให้เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ควร

สนับสนุนให้เพิ่มบุคลากรและเยาวชนในพื้นที่เพื่อทำหน้าที่ในการแนะนำให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย และสามารถสรุปประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการมีส่วนร่วม ควรมีการส่งเสริมอย่างจริงจังให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง ส่งเสริมให้ความรู้ในเรื่องการถ่ายทอดเรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มแม่น้ำสะแกกรัง จังหวัดอุทัยธานี

2. ควรมีการพัฒนาและส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลายมีการประยุกต์ใช้ Digital transformation โดยการสนับสนุนและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อออนไลน์ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ มาใช้ในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยว จึงจะเกิดการบอกต่อ แนะนำ แชร์ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้ความช่วยเหลือ และความรู้ในการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว สนับสนุนงบประมาณในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนสนับสนุนในเรื่องของการทำการตลาด เพื่อจำหน่ายสินค้า ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม และภูมิปัญญาด้านอาชีพของชุมชน อันเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น

References

- Bhatia, A. K. (1986). *Tourism development: Principles and practices* (4th ed.). Sterling.
- Burkart, A. J., & Medrink, S. (1981). *Tourism: Past, present and future* (2nd ed.). Butterworth Hrenemann.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Dabphet, S. (2018). Tourism attributes and communication channels of tourism image for future tourists: Case study of Phitsanulok province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 11(1), 79-98. [In Thai]
- Inpuwa, R., & Nawalak, N. (2019). The roles of public participation in the conservation of cultural tourism: A case study of Nakhon Phanom province. *Ramkhamhaeng Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 22(2), 73-83. [In Thai]
- Jittangwatana, B. (2012). *Marketing management for tourism industry*. Press & Design. [In Thai]
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-55.
- Manirochana, N. (2017). Community based tourism management. *Journal International Thai Tourism*, 13(2), 25-46. [In Thai]
- Siroros, P. (2003). *Handbook of public participation*. Master of Political Science Foundation, Thammasat University. [In Thai]
- Somjai, U., & Na Lamphoon, P. (2020). Behavior and needs of tourists towards cultural tourism Bangchalong sub-district, Bangpli district, Samutprakan province. *Liberal Arts Review*, 15(2), 13-27. [In Thai]
- Klungprasri, S., & Poomlaochaeng, K. (2019). *The development of tourism management communication in Kaedam community, Kaedam district, Maha Sarakham province*. Rajabhat Maha Sarakham University, Faculty of Management and Science. [In Thai]
- Tancharoen, S. (2018). Community based tourism management for sustainable tourism development. In *1st National Conference on Management Science, NCMS 2017: Managing for Economic Growth and Social Development in the Age of Technology Evolution* (pp. 187-199). Ban Somdet Chaopraya Rajabhat University. [In Thai]
- Thongtumsiri, T., & Buatham, O. (2021). Guideline for development of cultural tourism in the local area to experience the old town district of Buriram province. *Journal of Management Science Udon Thani Rajabhat University*, 3(1), 21-34. [In Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *9 New trends in the future of tourism*. Retrieved from https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf [In Thai]