



ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
จังหวัดอุทัยธานี

Opinions and Needs of Tourists in Cultural Attractions
Uthai Thani Province

นพรัตน์ ทรงสายชลชัย¹ ผกามาศ ชัยรัตน์² ชมพูนุช จิตติถาวร³

Nopparat Songsaichonchai¹ Pakamas Chairatana² Chompunuch Jittithavorn³

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี 2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี ขอบเขตของประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีจำนวน 365,767 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% การคำนวณจากสูตร การหากลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรของผู้วิจัยสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอยู่ในช่วงอายุ 30 – 39 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคกลาง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 15,001 - 30,000 บาท สถานภาพส่วนใหญ่ โสด 2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้านประวัติศาสตร์และโบราณสถาน สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านนมัสการขอพรสิ่ง

Received: 2020-10-26 Revised: 2020-11-17 Accepted: 2020-11-18

^{1 2 3}หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา Doctor of Philosophy Program Tourism and Hotel Management Program College of Management University of Phayao. E-mail: nopparat9291@yahoo.com

ศักดิ์สิทธิ์ รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานีจากอินเทอร์เน็ต ตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจากสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อพักผ่อนเติมเต็มให้กับชีวิต มีสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อชมวิถีชีวิต 3. นักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการมากที่สุด ในด้านความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวและความหลากหลายของสินค้าของที่ระลึกท้องถิ่นตามลำดับ

คำสำคัญ (Keywords): ความคิดเห็น; ความต้องการ; แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; อุทัยธานี

Abstract

This research aims to 1. To study the opinions of tourists in cultural attractions Uthai Thani Province. 2.To study the needs of tourists in cultural attractions Uthai Thani Province. This research is a quantitative research. The data was collected from the questionnaire of Thai tourists traveling to cultural attractions of Uthai Thani Province. Population boundaries for the quantitative research were data collection using questionnaires. The researcher determined the population group for this research is 365,767 Thai tourists traveling to cultural attractions in Uthai Thani Province. (Ministry of Tourism and Sports, 2018) With the 95% confidence value calculated from the formula. Calculation from the formula Finding a sample with a known population of the researcher to survey the sample. Is 400 Thai tourists who come to cultural tourism sites in Uthai Thani Province. The research results were found that 1. Basic information of tourists Traveling to Uthai Thani Province Most of them were women in the 30-39 age range with a bachelor's degree in private companies. The present domicile in the central region has an average monthly income of 15,001 - 30,000 baht. Most of the status is single. 2. Most tourists are interested in cultural attractions. History and historic sites Interested in cultural tourism activities Worship side wishes for sacred things Get information on Uthai Thani cultural tourism sites from the Internet. Decide to travel

to Uthai Thani Province from tourism stimuli such as advertisements, want to travel to Uthai Thani Province to relax and fulfill life. There is an attraction in traveling Uthai Thani Province to see the way of life. 3. Tourists have the highest demand levels. In the uniqueness and beauty of the arts and culture of the tourist attractions Diversity of cultural tourism activities and traditional community lifestyles Exposure to the way of life of the community in the tourist area The beauty of the overall landscape of the tourist attraction and the variety of merchandise and local souvenirs respectively.

Keywords: Opinion; Needs; Cultural tourism; Uthai Thani.

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย การส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์อันสวยงาม การรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศไทย และในปี พ.ศ.2561 ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน หรือ Amazing Thailand Tourism Year 2018 เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อหนุนในส่วนของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ความมั่นคง รวมไปถึงการต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนเพื่อนำไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่เจริญเติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทยโดยนាំรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

การท่องเที่ยวถูกกระทุความสำคัญไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-พ.ศ.2564) มีวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกัน อย่างมีความสุข และนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ระยะยาว “มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน” และในด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฯ กำหนดแนวทางพัฒนาด้านการปรับโครงสร้างการผลิตของภาคบริการ และจัดทำกฎหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่ระดับสากลและรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ รวมถึงการควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ การพัฒนาเชิงพื้นที่ในลักษณะกลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยวโดยสนับสนุนพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงทั้งทางกายภาพ วิถีชีวิต วัฒนธรรม

ท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558)

ท่ามกลางการแข่งขันของตลาดการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงได้รับความสนใจที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย (กาญจนา แสงลัมสุวรรณ และศรัณยา แสงลัมสุวรรณ, 2555) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ยังเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม คัดค้าน คัดค้าน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ชี้ให้เห็นว่า ส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรมการศึกษา ลักษณะการแต่งกาย และเทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural and Traditional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่อันประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องรับผิดชอบต่อปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

จังหวัดอุทัยธานีเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งใน ส่วนของการรักษาและดำรงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่น จังหวัดอุทัยธานี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น ล่องเรือแม่น้ำสะแกกรัง วัดท่าซุงหรือวัดจันทาราม วัดอุโปสถาราม วัดถ้ำเขาวง ตรอกโรงยา เขาสะแกกรัง วัดผาทั่ง ศูนย์ผ้าทอลายโบราณบ้านผาทั่ง ถ้ำพุหวาย ถ้ำเขาพระยาพายุเรือ บ้านกระเหรี่ยงแก่นมะกรูด หุบป่าตาด ต้นไม้ยักษ์บ้านสนับตา สะพานแขวนเกาะเทโพ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง และน้ำตกผาร่มเย็น มีแม่น้ำที่สำคัญคือ แม่น้ำสะแกกรัง (แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี,

2561) แต่ทั้งนี้ยังไม่มี การส่งเสริมหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ให้เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการวิจัยในเรื่องความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เพื่อนำไปสู่ศักยภาพของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไปในอนาคต (แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี, 2561) บทความวิจัยนี้จะนำเสนอความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยข้อมูลดังกล่าวจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Method)

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยออกแบบรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี มีจำนวน 365,767 คน ซึ่งเป็นข้อมูลผู้มาเยือนล่าสุด ในปี พ.ศ. 2561 ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% การคำนวณจากสูตร การหากลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรของ (ละเอียด ศิลา น้อย, 2558) ผู้วิจัยสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม - ตุลาคม พ.ศ. 2563

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

แบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Closed-end questionnaire) และแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-end questionnaire) โดแนแบบสอบถาม ประกอบด้วย หัวข้อคำถามหลัก ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย หัวข้อคำถาม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ท่านสนใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งข้อมูลที่ท่านรับทราบเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว การตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว สิ่งที่ท่านพึงพอใจในการเดินทาง ความต้องการในการเดินทาง สิ่งดึงดูดในการเดินทาง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย หัวข้อคำถาม ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามของศิลปวัฒนธรรม การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ความหลากหลายของสินค้า ความหลากหลายของกิจกรรม ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ทดสอบความตรงของเนื้อหา (A test of validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) จะใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน (Analysis of variance) แบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA or f-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี โดยการแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และเป็นผู้ชายจำนวน 187 คน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

2. ช่วงอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาเป็น 20-29 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อายุ 40 - 49 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

3. ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาอยู่ในระดับการศึกษา ปริญญาโท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาเอก จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

4. อาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาทำอาชีพราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

5. ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ภาคกลาง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ ภาคเหนือ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ภาคภาคตะวันตก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด มี 2 ภาคเท่า ๆ กัน คือ ภาคตะวันออกและภาคใต้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา คือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

7. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โสด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี มีดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมที่สนใจ			
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน	260	65.0	1
ชุมชนโบราณ	78	19.5	2
ประเพณีและงานเทศกาล	29	7.3	3
หัตถกรรมและงานศิลป์	18	4.5	4
อารยธรรมและชนเผ่า	11	2.8	5
อื่นๆ	4	1.0	6
รวม	400	100.0	
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม			
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
นมัสการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์	213	53.3	1
ชมดนตรีพื้นเมือง ราชชนเผ่า	23	5.8	4
ชมวิถีชีวิตชุมชน หมู่บ้านชนเผ่า	102	25.5	2
ชมงานเทศกาล และงานประเพณี	19	4.8	5
	43	10.8	3
รวม	400	100.0	
แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม			
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
การบอกปากต่อปาก	113	28.3	2
เอกสาร สิ่งพิมพ์	4	1.0	5
อินเทอร์เน็ต	266	66.5	1
โทรทัศน์ วิทยุ	6	1.5	4
บริษัทนำเที่ยว	11	2.8	3
อื่นๆ	0	0.00	6
รวม	400	100.0	
การตัดสินใจในการ เดินทาง			
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
สิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา การส่งเสริมการขาย	196	49.0	1
อิทธิพลของสังคมบุคคล เช่น สถานภาพ เศรษฐกิจ สังคม	43	10.8	3
ปัจจัยภายนอก เช่น ความมั่นใจ ของธุรกิจนำเที่ยว	14	3.5	4
ลักษณะการท่องเที่ยว เช่น ราคา	147	36.8	2

คุ่มค่า สิ่งอำนวยความสะดวก			
รวม	400	100.0	
สิ่งที่พึงพอใจในการ			
เดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	211	52.8	1
ความเป็นมิตรของผู้คน	52	13.0	4
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	68	17.0	2
การบริการที่ดี	7	1.8	5
ความคุ้มค่า	62	15.5	3
รวม	400	100.0	
ความต้องการในการ			
เดินทาง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
พักผ่อนเติมเต็มให้กับชีวิต	254	63.5	1
สังคมการทำงาน	3	0.8	5
การสร้างสัมพันธภาพ	23	5.8	3
ศึกษาและเรียนรู้	116	29.0	2
อื่นๆ	4	1.0	4
รวม	400	100.0	
สิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง			
จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ	
วิถีชีวิต	312	78.0	1
วัฒนธรรมและประเพณี	41	10.3	2
ประชุม สัมมนา และธุรกิจ	30	7.5	3
ศรัทธา ความเชื่อและศาสนา	17	4.3	4
เยี่ยมญาติ	0	0.00	5
รวม	400	100.0	
ปัจจัยที่มีผลต่อการ			
ตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ทรัพยากรที่หลากหลาย	116	29.0	2
ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว	126	31.5	1
ค่าครองชีพ	50	12.5	4
ครอบครัว เพื่อน และสังคม	59	14.8	3
มีความตั้งใจอยากเดินทางมา	49	12.3	5
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวลำน้ำสะแกกรังและพื้นที่เชื่อมโยง จังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้าน ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ ชุมชนโบราณ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ประเพณีและงานเทศกาล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบน้อยที่สุด คือ อื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี

ความต้องการของนักท่องเที่ยว	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามของศิลปวัฒนธรรม	4.95	0.22	มากที่สุด	1
การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.89	0.31	มากที่สุด	3
ความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึกท้องถิ่น	4.74	0.44	มากที่สุด	5
ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.92	0.28	มากที่สุด	2
ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว	4.78	0.41	มากที่สุด	4
การอนุรักษ์ทางด้านสถาปัตยกรรมของแหล่งท่องเที่ยว	4.66	0.47	มากที่สุด	7
สภาพของถนนในเส้นทางที่เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.44	0.54	มากที่สุด	17
ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.24	0.43	มากที่สุด	25
ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่งโดยสาร	4.27	0.50	มากที่สุด	24
ความสะดวกของช่วงเวลาในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว	4.51	0.50	มากที่สุด	14
ความปลอดภัยของถนน / ท่าเรือ	4.53	0.50	มากที่สุด	12
การจัดการด้านการจราจรในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.54	0.50	มากที่สุด	11
ความเพียงพอของที่จอดรถตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	4.58	0.54	มากที่สุด	9

. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว	4.50	0.50	มากที่สุด	15
. ความเพียงพอของร้านอาหาร	4.44	0.50	มากที่สุด	17
. ความเหมาะสมผลของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	4.42	0.49	มากที่สุด	19
. ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึก	4.43	0.50	มากที่สุด	18
. ป้ายบอกชื่อของแหล่งท่องเที่ยวมีความชัดเจน	4.52	0.50	มากที่สุด	13
. ป้ายบอกถึงประวัติความเป็นมาโดยย่อของแหล่งท่องเที่ยว	4.32	0.58	มากที่สุด	21
. ป้ายแนะนำของแหล่งท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมจุดที่สำคัญ	4.31	0.64	มากที่สุด	22
. ที่นั่งพักสำหรับผู้เยี่ยมชมภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.41	0.54	มากที่สุด	20
. การให้บริการข้อมูลทางการแหล่งท่องเที่ยว	4.44	0.56	มากที่สุด	17
. การดูแลความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.56	0.55	มากที่สุด	10
. ความสะอาดของห้องสุขา	4.48	0.50	มากที่สุด	16
. ความสะอาดของน้ำประปา	4.44	0.50	มากที่สุด	17
. มีระบบไฟฟ้าในการบริการนักท่องเที่ยว	4.43	0.50	มากที่สุด	18
. มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต (WIFI) ให้กับนักท่องเที่ยว	4.69	0.73	มากที่สุด	6
. ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ	4.14	0.35	มาก	28
. การบริหารจัดการขยะมูลฝอย	4.20	0.40	มาก	26
. การดูแลน้ำซังในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.15	0.42	มาก	27
. การบริหารจัดการระเบียบของร้านค้าแผงลอย	4.27	0.44	มากที่สุด	23
. การจัดระเบียบของสถานที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.50	0.50	มากที่สุด	15
. ความร่มรื่นของต้นไม้ ดอกไม้ภายในแหล่งท่องเที่ยว	4.61	0.49	มากที่สุด	8
รวม	4.49	0.21	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยรวมระดับความต้องการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49) เมื่อพิจารณาตามรายชื่อโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความเป็นเอกลักษณ์และความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.95) รองลงมา คือความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม (ค่าเฉลี่ย = 4.92) การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.89) ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นน้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก คือ ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ (ค่าเฉลี่ย = 4.14)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานีมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอยู่ในช่วงอายุ 30 – 39 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน ภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ภาคกลาง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 15,001 - 30,000 บาท สถานภาพส่วนใหญ่ โสด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุฑารัตน์ จันทวิญญูสุทธิ์ (2554) การศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากที่สุดอยู่ในช่วงระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษามากที่สุด คือ ปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดระหว่าง 15,000 - 30,001 บาท

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้าน ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านนมัสการขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รับทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุทัยธานีจาก อินเทอร์เน็ต ตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีจากสื่อกระตุ้นทางการท่องเที่ยว เช่น โฆษณา ต้องการเดินทางมา

ท่องเที่ยวจังหวัดอุทัยธานีเพื่อพักผ่อนเติมเต็มให้กับชีวิต มีสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานีเพื่อชม วิถีชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพ็ญพิชา ชนวงษ์ (2554) การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว พบว่านักท่องเที่ยวต้องการเห็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนชุมชน คงไว้ซึ่งวัฒนธรรม และธรรมชาติ ไม่ต้องปรับปรุงเพื่อแข่งขันกันประกอบวิชาชีพเน้น วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนให้มากที่สุด

3. ผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความต้องการมากที่สุด ในด้านความเป็นเอกลักษณ์และความงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวและความหลากหลายของสินค้าและของที่ระลึกท้องถิ่นตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวบ้านด่านซ้าย คือสถานที่สำคัญต่าง ๆ ทางประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรมและประเพณีบางอย่างที่ได้รับการปฏิบัติสืบต่อกันมา

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ควรสนับสนุนให้เพิ่มป้ายแนะนำประวัติและความเป็นมาเพิ่มขึ้น โดยให้การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิเช่น ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยว
2. ควรอพยพสถานที่ท่องเที่ยวในเว็บไซต์ ให้เป็นปัจจุบัน ควรแจ้งเพิ่มเติมเรื่องการเดินทาง การปฏิบัติตามกฎต่างๆ แนะนำแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเพื่อเพิ่มยอดการท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงให้เพิ่มมากขึ้นด้วย นักท่องเที่ยวอาจจะเพิ่มขึ้นในอนาคตข้างหน้า
3. ศึกษาความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี เพื่อนำผลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้ท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่างๆ ในประเทศไทยด้วย

4. ควรมีการศึกษาปัจจัยศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). แลงข่าว สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2561, [ออนไลน์].แหล่งที่มา: www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11273, [25 สิงหาคม 2563.]
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2561, [ออนไลน์].แหล่งที่มา: www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=531, [28 สิงหาคม 2563.]
- กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ และ ศรัญญา แสงลิ้มสุวรรณ. (2555). “การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน”. วารสารการจัดการ. (2555). ครั้งที่ 4. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- จุฑารัตน์ จันทวิญญูสุทธิ. (2554). “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี”. (2554). สารนิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. (2553). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย”. สารนิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา.
- แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี ปี พ.ศ. 2561-2564 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว จังหวัดอุทัยธานี, [ออนไลน์].แหล่งที่มา: www.uthaithani.go.th/basedata/statigyplan61-64.pdf, [3 กันยายน 2563.]

- แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี. (2561). **แผนพัฒนาจังหวัดอุทัยธานี ปี พ.ศ. 2561-2564**, [ออนไลน์].แหล่งที่มา: www.uthaithani.go.th/basedata/statigyplan61-64.pdf, [5 กันยายน 2563.]
- เพ็ญพิชา ชนะวงศ์. (2554). “พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา”. **สารนิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว**, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). **แถลงข่าว ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สาม**, [ออนไลน์].แหล่งที่มา: www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=5180, [28 สิงหาคม 2563.]