

อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี

THE COMMUNITY IDENTITY OF THE ANCIENT TOWN OF U-THONG, SUPHANBURI PROVINCE

อินทิรา พงษ์นาค (Intira Pongnak)^{*}

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (Suppakorn Disatapunahu)^{**}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์เมืองโบราณอุททอง ซึ่งการศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลมีวิธีการสำคัญ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และ การประชุมสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า คนในพื้นที่เห็นว่าอัตลักษณ์ที่มีลักษณะจำต้องได้ของชุมชนเมืองโบราณ อุททอง ได้แก่ 1) มีผังเมืองโบราณเป็นรูปวงรี มีคูน้ำคันดินล้อมรอบสภาพภูมิศาสตร์ด้านหนึ่งเป็นภูเขาอีกด้านหนึ่งเป็นน้ำ 2) มีหลักฐานที่แสดงถึงการเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาแรกเริ่ม 3) มีโบราณสถาน เช่น เจดีย์ วัด 4) มีโบราณวัตถุ เช่น พระพุทธรูปสมัยทวารวดี ธรรมจักร ลูกปัด 5) มีมรดกทางธรรมชาติ คือสวนหินธรรมชาติขุนนางนาค ส่วนอัตลักษณ์ที่มีลักษณะจำต้องไม่ได้ ได้แก่ 1) มีประเพณีตักบาตรเทโว-โรหณะ ณ วัดเขาทำเทียม 2) มีประเพณีลอยกระทงสวรรค์ 12 นักษัตร ณ วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม 3) มีเทศกาลกินเจ และงานจิ้งของชาวไทยเชื้อสายจีน 4) มีพิธีกรรมไหว้ผีเจ้านาย ผีเทวดาและงานประเพณีแห่ธงสงกรานต์ของลาวครั้ง 5) มีประเพณีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ 5 ชนเผ่าอุททอง ได้แก่ ไทยพื้นถิ่น ไทยจีน ไทยเวียง ไทยทรงดำ และลาวครั้ง

ส่วนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์เมืองโบราณอุททอง มีดังนี้ 1) กลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่ชุมชนเมืองโบราณอุททอง ด้วยการอนุรักษ์ฟื้นฟูตัวโบราณสถาน และสภาพแวดล้อมรอบๆ พื้นที่ การจัดการภูมิทัศน์ในพื้นที่โบราณสถานและชุมชนโบราณ พัฒนาลำน้ำ เพื่อรองรับการล่องเรือชมเมือง เป็นต้น 2) กลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาเรื่องราวที่บ่งบอกอัตลักษณ์เมืองโบราณอุททอง ด้วยการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์ต่างๆ จัดตั้งหมู่บ้านวัฒนธรรม และแหล่งเรียนรู้/พิพิธภัณฑ์ลูกปัด เป็นต้น และ 3) กลยุทธ์สื่อสารเพื่อการตลาด ด้วยการสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวชุมชนเมืองโบราณอุททองให้เป็นที่รู้จัก และใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผสมผสานสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

^{*} นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Graduate students Master of Arts Program in Cultural Management Graduate School, Chulalongkorn University

^{**} อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Advisor Prof. Dr., Department of Cultural Management Graduate School, Chulalongkorn University

คำสำคัญ : อัตลักษณ์, อัตลักษณ์ชุมชน, เมืองโบราณอุทอง, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The Objective of this thesis was to study community identity of the ancient town of U-Thong, Suphanburi province and to study ways of promoting cultural tourism in accordance with community identity of the ancient town of U-Thong. This study used qualitative research method. The employed data collecting methods were in-depth interview ,structured interviews ,participant interview , non-participant interview , focus group discussion.

The study reveals that community identity of the ancient town of U-Thong from the perspective of people in the area that to be tangible identity of the ancient town U-Thong , Suphanburi province as follows 1) town Planning is oval , surrounded by moat , on one side is the mountain and the other side is water 2) has evidence which indicates the center of Buddhism first started. 3) there are historic sites such as the pagoda, temple 4) there are antiques such as Dvaravati period Thammachak Buddha, beads. 5) there is natural heritage such as Phu Nang Nak. The cultural identity is not tangible as follows: 1) Tak Bat Devo tradition at Wat Khao Thamthiem 2) 12 zodiac Loy Krathong tradition at wat Pra Sri Sanphet Yaram 3) vegetarian festival and Chinese drama of Thai- Chinese people 4) the rite to pay respect to the ghost master and ghost angel and the festival of songkran flag parade of Lao Krang 5) ethnics cultural traditions in five tribes such as native Thai , Chinese – Thai Vieng Thai , black Tai and Lao Krang

Promotion Guidelines of cultural tourism in accordance with identity of the ancient town of U-Thong according to strategic management approach and communicate marketing . in the following: 1) Development strategies of urban areas by conservation and restoration historic sites and surrounding areas , management landscapes and ancient archaeological sites in the area to support the development of river cruise, sightseeing and so on. 2) Strategies to promote and develop stories that indicate identity of the ancient town of U-Thong with establishment information center for tourists, establish of various ethnic museum, establish cultural village and learning centers / bead museum 3) Marketing Strategies from tourism brand to be known and integrated marketing communications that combine various media, many media and so on.

Keyword (s): Identity, Community identity, the ancient town of U-Thong, Cultural tourism

บทนำ

เมืองอุททอง เป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำจระเข้สามพัน ตำบลอุททอง อำเภออุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะของเมืองเป็นรูปวงรีหันไปตามแนวทิศตะวันออกเฉียงเหนือ และทิศตะวันตกเฉียงใต้ มีขนาดกว้าง 750 เมตร ยาว 1,650 เมตร เนื้อที่ประมาณ 976 ไร่ มีคูน้ำคันดินล้อมรอบเมือง (กรมศิลปากร, 2545: 26) ภายในตัวเมืองและบริเวณปริมณฑลพบโบราณสถานและโบราณวัตถุในวัฒนธรรมแบบทวารวดีเป็นจำนวนมาก ทั้งยังพบหลักฐานการอยู่อาศัยของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์แบบสังคมเกษตรกรรมยุคหินใหม่ต่อเนื่องถึงยุคโลหะ เมื่อประมาณ 3,000 ปีมาแล้ว (ชิน อยู่ดี, 2509: 44-46) ต่อมาประมาณ 2,000 ปี พบหลักฐานโบราณวัตถุที่แสดงว่าเมืองโบราณอุททองเป็นเมืองท่าศูนย์กลางการติดต่อการค้าขายสำคัญของชุมชนโบราณในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับประเทศสำคัญของโลกในเวลานั้น และเมื่อประมาณ 1,600-1,800 ปีที่ผ่านมา ราว พ.ศ. 800-1000 พบหลักฐานที่แสดงถึงการนับถือพุทธศาสนาในเมืองโบราณอุททอง โดยเฉพาะพุทธศาสนาแบบหินยานหรือเถรวาท ทำให้เมืองอุททองเกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางวัฒนธรรมสู่วัฒนธรรมทวารวดี ซึ่งเป็นวัฒนธรรมสมัยประวัติศาสตร์ยุคแรกสุดบนผืนแผ่นดินไทย (กรมศิลปากร, 2550: 22-23)

จากความสำคัญของเมืองโบราณอุททองที่เป็นจุดเริ่มต้นของประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม คณะรัฐมนตรีจึงมีมติให้ความเห็นชอบประกาศให้เมืองโบราณอุททองเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 โดยมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการ โดยการแปลงทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เพื่อสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นจากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเป็นการเชิญชวนให้เกิดกระแสเศรษฐกิจสร้างสรรค์แพร่ขยายในวงกว้าง (สำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง [ออนไลน์], 20 พฤศจิกายน 2556 แหล่งที่มา www.dasta.or.th/dastaarea7/th)

เมื่อเมืองโบราณอุททองได้รับการพัฒนาจนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมแห่งหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรี ย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาต่างๆ ซึ่งเป็นผลกระทบด้านบวก อย่างไรก็ตามเราคงต้องตระหนักและเตรียมการกับผลกระทบด้านลบที่จะเกิดตามมาด้วย เพราะในระยะเวลาที่ผ่านมาพบว่าชุมชนหลายๆ แห่งที่พัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นได้รับผลกระทบด้านลบ ก่อให้เกิดการทำลายวิถีชีวิตของชุมชน ทำลายความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การเลือนหายของอาชีพดั้งเดิมในท้องถิ่นดังที่ ปานจิตร จินนัทธิ (2556 : 163) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนชาวเกาะพัง พบว่าการท่องเที่ยวแม้จะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศ แต่ก็ได้ทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม เกิดปัญหาขยะในชุมชน มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม กลายเป็นสังคมเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น การพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงควรพัฒนาควบคู่ไปกับการคำนึงถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรม และการสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้ตระหนักถึงความเป็นตัวตน และคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ

อัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ก่อตัวขึ้นมา ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งนั้น ได้ถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในชุมชนนั้นๆ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี

วัฒนธรรม และวิถีชีวิต นำไปสู่การพัฒนาในด้านต่างๆ ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ อันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนเกิดการพัฒนาคืบคลานไปกับการคำนึงถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการจดจำและเกิดความประทับใจ และทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีจุดขายที่ไม่เหมือนใคร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเพื่อค้นหาลักษณะของชุมชนเมืองโบราณอุททองจากมุมมองคนในพื้นที่ และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททอง โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่เจ้าของวัฒนธรรม เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะด้านอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททอง

วิธีวิจัย

การศึกษาอัตลักษณ์เมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรีครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยมีวิธีการศึกษา คือ

1. ศึกษาแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์โบราณคดีของเมืองอุททอง แนวคิดต่างๆ ได้แก่ อัตลักษณ์ชุมชน ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มรดกวัฒนธรรม ภูมิทัศน์วัฒนธรรม ทรัพยากรทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดการเชิงกลยุทธ์ และสื่อสารเพื่อการตลาด

2. ศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) โดยลงพื้นที่สำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตและสัมภาษณ์เป็นหลัก มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 การสังเกต (observation) ซึ่งผู้วิจัยใช้การสังเกต 2 แบบ คือการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมสำหรับสังเกตสภาพทั่วไปของชุมชนในระยะแรกของการวิจัย และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยเข้าไปร่วมกิจกรรมกับกลุ่มคนในชุมชน รวมทั้งซักถามและจดบันทึกข้อมูลระหว่างการสังเกต และหลังการสังเกต

- 2.2 การสัมภาษณ์ (interview) เจาะลึกประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับความเป็นตัวตนที่มีลักษณะโดดเด่นของชุมชนเมืองโบราณอุททอง โดยสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และเป็นกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ 3 แบบ คือ 1) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) ใช้ควบคู่กับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้เห็นภาพและเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมของชุมชนเมืองโบราณอุททองในระยะแรกของการวิจัย 2) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure - interview) เป็นการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลทั่วไปซึ่งเป็นประชาชนในพื้นที่ชุมชนเมืองโบราณอุททอง ประกอบด้วย ราษฎรในพื้นที่ ข้าราชการ พ่อค้าแม่ค้า และเกษตรกร ซึ่งแบ่งเป็นช่วงอายุ คือ กลุ่มเด็กและวัยรุ่นกลุ่มผู้ใหญ่ และกลุ่มผู้สูงอายุ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเมืองโบราณอุททอง ผู้ประกอบการ ในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักวิชาการด้านโบราณคดีที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนเมืองโบราณอุททอง

2.3 การประชุมสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เป็นการระดมสมองและอภิปรายในเรื่องอัตลักษณ์เมืองโบราณอุททอง และแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งผู้เข้าร่วมสนทนาจำนวน 12 คน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงโดยมีผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) จำนวน 1 คน ผู้จดบันทึก (Notetaker) จำนวน 1 คน และผู้ช่วยผู้วิจัย (Assistant) จำนวน 1 คน

นอกจากนั้นยังใช้เครื่องมืออื่นๆ เช่นการจดบันทึกภาคสนาม การบันทึกเสียง และการถ่ายภาพนิ่ง โดยการบันทึกเสียงใช้สำหรับการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนการถ่ายภาพนิ่ง ใช้สำหรับบันทึกภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชน ตลอดจนอัตลักษณ์ต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม เช่น การแต่งกาย อาหารการกิน แหล่งโบราณสถาน แหล่งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ฯลฯ ตามประเด็นของการวิจัย

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมจากแหล่งข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อประกอบการสรุป และอภิปรายผล เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททอง และแนวทางการนำอัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณ อุททองไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) ด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (method triangulation) ซึ่งเป็นการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่มย่อย

ผลการวิจัย

ชุมชนเมืองโบราณอุททอง เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เมืองโบราณ ภายในตัวเมืองและบริเวณปริมณฑลพบโบราณสถานและโบราณวัตถุในวัฒนธรรมแบบทวารวดีเป็นจำนวนมาก ทำให้คนในชุมชนสำนึกและเห็นคุณค่าของความเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ จึงส่งผลให้มองว่าอัตลักษณ์ที่มีลักษณะจำต้องได้ ได้แก่

1) มีลักษณะของผังเมืองโบราณอุททองเป็นรูปวงรี มีคูน้ำคันดินล้อมรอบ แสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นที่สร้างขึ้นในการดำรงชีวิต โดยคำนึงถึงวิถีกักเก็บน้ำให้มากและนานที่สุด ซึ่งจะเห็นได้จากลักษณะของคูเมืองทางด้านทิศตะวันตกเป็นที่สูงจะมีลักษณะแคบและลึก เพื่อสกัดน้ำที่ไหลมาจาก ที่สูงให้ไหลไปตามคูเมืองไม่ให้เข้าท่วมภายในตัวเมือง ส่วนด้านทิศตะวันออกเป็นที่ต่ำคูเมืองจะมีลักษณะกว้างเพื่อกักเก็บน้ำไว้ให้มากที่สุด นอกจากนั้นลักษณะที่ตั้งของเมืองโบราณอุททองนั้นยึดตามแบบแผนการตั้งเมืองตามคติอินเดีย ซึ่งกำหนดว่าการตั้งเมืองจะต้องมีด้านหนึ่งเป็นภูเขาอีกด้านหนึ่งเป็นทะเล จะต้องมียอด สี่ด้าน

2) มีหลักฐานที่แสดงถึงการเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาแรกเริ่ม ได้แก่ ประติมากรรมดินเผารูปพระภิกษุอุ้มบาตร 3 องค์ และประติมากรรมปูนปั้นรูปพระพุทธรูปนาคปรก รวมถึงธรรมจักรและกวางหมอบ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายตอนปฐมเทศนาในป่ากวางที่เมืองสารนาถ และธรรมจักรประดิษฐานบนเสา สื่อความหมายว่าพระพุทธเจ้าเปรียบเสมือนพระอาทิตย์ที่เหนือพระอาทิตย์ ด้วยการตื่น ที่ยิ่งใหญ่และการตรัสรู้ธรรมอันประเสริฐ

3) มีโบราณสถานในวัฒนธรรมทวารวดีที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ถูกสร้างด้วยความเคารพศรัทธา เช่น เจดีย์ วิหาร รวมถึงวัดที่อยู่ท่ามกลางชุมชน เช่น วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม วัดเขาทำเทียม วัดเขาถ้ำเสือ วัดเขากำแพง และวัดเขาดีสลัก เป็นจุดเด่นที่ชาวชุมชนเมืองโบราณอุททอง นำมาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรม “ไหว้พระ 5 ซุนเขา” นอกจากนั้นยังมีศาลเจ้าพ่อพระยาจักรเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวชุมชนเมืองโบราณอุทุมพรพิสัยมาสักการะบูชา จากเหตุการณ์ไฟไหม้ตลาดอุทุมพรแต่เจ้าพ่อ พระยาจักรไม่ได้รับความเสียหาย

3) มีโบราณวัตถุในวัฒนธรรมทวารวดี เช่น พระพุทธรูปสมัยทวารวดี ศิลธรรมจักร พร้อมทั้งพบเสาหินแปดเหลี่ยม และแท่นธรรมจักรสี่เหลี่ยมวางเรียงกันซึ่งอยู่ในสภาพสมบูรณ์ สวยงาม รวมถึงลูกปัดโบราณสมัยประวัติศาสตร์ ที่พบหลายแบบซึ่งจากวัสดุต่างๆ เช่น หิน แก้ว และทอง มีลักษณะหลากหลาย เช่น รูปกลม รูปทรงกระบอก และรูปหลายเหลี่ยม

4) มีมรดกทางธรรมชาติ เช่น พุนางนาด้วยความโดดเด่นทางสภาพภูมิศาสตร์ของเมืองโบราณอุทุมพรพิสัย เป็นภูเขา และมีการค้นพบสวนหินธรรมชาติ พืชพรรณที่มีอายุหลายร้อยปี เช่น ต้นจันทน์ ต้นพลอง รวมถึงดอกสุพรรณิการ์ ทำให้พุนางนาเป็นอีกหนึ่งอัตลักษณ์ที่จับต้องได้จากมุมมองของคนในชุมชน

ส่วนอัตลักษณ์ที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ นั้น เนื่องจากชุมชนเมืองโบราณอุทุมพรพิสัยมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ อันสืบเนื่องจากสงครามสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ (รัชกาลที่ 1 – 3) ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายผู้คนจากประเทศลาวอพยพมาอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของภาคกลาง โดยเฉพาะในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งโปรดให้พระยาราชสุภาวดีคุมทัพไปปราบกบฏเจ้าอนุวงศ์แห่งเวียงจันทน์ และกวาดต้อนประชากรลาวไปไว้ตามหัวเมืองต่างๆ ได้แก่ ลพบุรี สระบุรี สุพรรณบุรี นครชัยศรี (มณฑล) และพนมสนธิคม แต่สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข และมีการจัดกิจกรรมร่วมกัน มีวิถีชีวิตที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน จึงทำให้มุมมองของคนในพื้นที่ที่มอง “ตัวเรา พวกเรา” ในฐานะคนในพื้นที่ชุมชนเมืองโบราณอุทุมพรพิสัย ซึ่งอัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ที่พบคือ

1) มีประเพณีตักบาตรเทโวโรหณะ ณ วัดเขาทำเทียม เป็นประเพณีที่สำคัญของชุมชนเมืองโบราณอุทุมพรพิสัย เนื่องจากเชื่อมโยงกับความสำคัญจากการพบจารึกปุชยศิริที่วัดแห่งนี้ ซึ่งสันนิษฐานว่าเป็นจารึกที่มีอายุประมาณช่วง พ.ศ. 1300-1400 ประกอบกับชาวชุมชนเชื่อว่าเขาทำเทียมเป็นภูเขาศักดิ์สิทธิ์ของเมืองโบราณอุทุมพรพิสัย และยังพบโบราณสถานบริเวณเขาทำเทียมอีกด้วย

2) มีประเพณีลอยกระทงสวรรค์ ณ วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม เป็นประเพณีที่ชุมชนเมืองโบราณอุทุมพรพิสัยจะร่วมใจทำบุญปิดทองพระ และลอยกระทงสวรรค์ 12 นักษัตร วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่สมัยทวารวดี และเป็นທີ່เคารพนับถือของคนในชุมชนเมืองโบราณอุทุมพรพิสัย

3) มีเทศกาลกินเจ และงานจ๊ว ของชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งเทศกาลการกินเจในแต่ละปีนั้น จะจัดงานในช่วงเทศกาลถือศีลกินเจของทุกปีส่วนงานจ๊วจะจัด 2 ช่วง คือประมาณเดือนมกราคม และ พฤษภาคมจัดโดยคณะกรรมการศาลเจ้าพ่อพระยาจักร และด้วยที่คนในชุมชนพื้นที่เมืองโบราณอุทุมพรพิสัยซึ่งตั้งถิ่นฐานบริเวณตลาดนั้น ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายจีนทำให้เทศกาลกินเจและงานจ๊วมีความสำคัญและมีคุณค่าทางจิตใจ

4) มีพิธีกรรมเลี้ยงผีเจ้านาย ผีเทวดา ซึ่งชาวลาวครั้งมีความเชื่อที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ คือความเชื่อผีเจ้านายและความเชื่อผีเทวดา โดยห่างจากหมู่บ้านไปทางทิศเหนือประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งศาลเจ้านายหรือเรียกว่า “หอเจ้านาย” เป็นศาลไม้จำนวน 7 หลัง ศาลเหล่านี้เป็นที่สถิตของผีเจ้านาย ชาวบ้านเชื่อว่าผีเจ้านายคือผู้ปกครองอาณาจักรหลวงพระบางในอดีต ผีเจ้านายจะคอยคุ้มครองรักษาผู้คนในชุมชนให้ปลอดภัยจากอันตราย ในช่วงเดือนมิถุนายนของทุกปีจะจัดให้มีงานเลี้ยงผีเจ้านายด้วยการเซ่นไหว้ด้วยอาหารสำหรับความเชื่อผีเทวดานั้น ในบ้านจะมีการตั้งศาลบูชาผีเทวดาอยู่ในห้อง เชื่อกันว่าผีเทวดา คือวิญญาณของเทวดาอารักษ์

ผู้เคยคุมครองบ้านเมืองในหลวงพระบางมาก่อน การเลี้ยงผีเทวดาจะกระทำภายหลังงานเลี้ยงผีเจ้านายผ่านไป แล้ว ส่วนพิธีแห่งสงกรานต์นั้นเป็นการนำไม้ไผ่ลำยาวมาเป็นแกนสำหรับปักธงตลอดลำไม้ไผ่ รอบลำไม้ติดธงที่นำ ธนบัตรมาพันตามศรธาของชาวบ้าน โดยแข่งขันกันว่าของหมู่บ้านไหนสวยกว่า มีเงินมากกว่า ซึ่งเป็นประเพณี ร่วมกันของชุมชนในหลายหมู่บ้าน ได้แก่ หนองตาสาม บ้านโคก ท่าม้า หนองเสือ ดงเย็น และท่าพระ โดยจัดที่วัด หนองตาสาม

5) มีประเพณีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ 5 ชนเผ่าอุ้งทอง ได้แก่ ไทยพื้นถิ่น ไทยจีน ไทยเวียง ไทยทรงดำ และลาวครั้ง แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชนเผ่าต่างๆ ที่ยังคงอาศัยอยู่ในเขตเมืองโบราณอุ้งทอง และพื้นที่รอบนอก เมืองโบราณอุ้งทองที่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ทางด้านความเชื่อ ภาษา และวัฒนธรรมของแต่ละชาติพันธุ์

สำหรับแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์เมืองโบราณอุ้งทองใช้เทคนิค การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) การวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อองค์กร 5 ประการ (Five Forces) การวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม แมทริกซ์การเจริญเติบโต-ส่วนแบ่งตลาดของบีซีจี (BCG Growth – Share Matrix) และการศึกษาตัวอย่าง การดำเนินการที่ดี (Best Practice) พบว่า ชุมชนเมืองโบราณอุ้งทอง มีความโดดเด่นทางประวัติศาสตร์ในยุค ทวารวดี มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมจำนวนมากทั้งที่เป็นโบราณสถานและ โบราณวัตถุ ตลอดจนประเพณีวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่าง ๆ จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคดังกล่าวข้างต้น พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเมืองโบราณ อุ้งทอง มีความน่าสนใจในการลงทุน และสามารถพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากชุมชนอื่นได้เป็นอย่างดี

สำหรับความน่าสนใจของอุตสาหกรรม จากการวิเคราะห์พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมเมืองโบราณอุ้งทอง มีความน่าสนใจในการลงทุน เพราะสภาพการแข่งขันที่สูง แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมนี้มีการเจริญเติบโตที่สูงเช่นเดียวกัน

ส่วนการเจริญเติบโต – ส่วนแบ่งตลาดของการท่องเที่ยวเมืองโบราณอุ้งทอง มีลักษณะเป็นคำถาม (Question Mark) เนื่องจากปัจจุบันเมืองโบราณอุ้งทองกำลังอยู่ในช่วงของการพัฒนา และยังไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่รู้จักหรือได้รับความนิยมเท่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเมืองโบราณอุ้งทอง มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมมีการเจริญเติบโตสูง ซึ่งเมืองโบราณอุ้งทองมีศักยภาพปัจจัยทางธุรกิจเพียงพอที่จะสามารถพัฒนาให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ ดังนั้น จึงควรมีการผลักดันด้านต่างๆ จากทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการพัฒนา เมืองโบราณอุ้งทองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยใช้กลยุทธ์การขยายตัวเพราะมีความพร้อมทั้ง ด้านงบประมาณ และกำลังคน รวมถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้ออำนวย

จากการวิเคราะห์คุณค่าทรัพยากรทางวัฒนธรรม พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย ใช้อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุ้งทองแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ ระดับแนวคิดหลัก ได้แก่ ความเป็น อารยธรรม ทวารวดี และระดับแนวคิดรอง ได้แก่ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์

โดยมีการจัดการเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

พันธกิจ คือ “อนุรักษ์ พัฒนาเมืองโบราณอุ้งทองแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ สืบสาน วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิม นำเสนออัตลักษณ์ชุมชนแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ”

เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goal) คือ อนุรักษ์ พื้นฟู และพัฒนาพื้นที่เมืองโบราณอุททอง สืบสานวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททอง มีดังนี้

1. เพื่อเสริมสร้างให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ ตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของความเป็นชุมชนเมืองโบราณอุททอง
2. เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายใต้กรอบอัตลักษณ์ชุมชน
3. เพื่ออนุรักษ์ พื้นฟู พัฒนาพื้นที่เมืองโบราณอุททองที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ให้ยั่งยืนสืบไปจากการวิเคราะห์ตามแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ สามารถกำหนดแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้อัตลักษณ์ ดังนี้

- 1) กลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่ชุมชนเมืองโบราณอุททอง
 - อนุรักษ์ฟื้นฟูโบราณสถาน และสภาพแวดล้อมรอบๆ พื้นที่
 - จัดการภูมิทัศน์ในพื้นที่โบราณสถานและชุมชนโบราณ
 - พัฒนาลำน้ำเพื่อรองรับการล่องเรือชมเมืองโบราณอุททอง
 - จัดให้มีรถรางนำเที่ยว
 - จัดให้มีเส้นทางท่องเที่ยวภายในเมืองโบราณด้วยการปั่นจักรยานท่องเที่ยวชมแนวคูเมืองโบราณ และโบราณสถานอารยธรรมทวารวดี
 - จัดให้มีรถสองแถววิ่งรอบเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกและรองรับนักท่องเที่ยว
 - จัดกิจกรรม/โครงการสร้างความรักความผูกพันของคนในชุมชนกับแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์
 - จัดตั้งศูนย์เรียนรู้ภายในชุมชนของตนเองที่เชื่อมโยงกับโบราณสถานและโบราณวัตถุในพื้นที่
- 2) กลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาเรื่องราวที่บ่งบอกอัตลักษณ์เมืองโบราณอุททอง
 - จัดตั้งศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจข้อมูลของเมืองโบราณอุททอง
 - จัดตั้งแหล่งเรียนรู้/พิพิธภัณฑ์ลูกปัด (เป็นสถานที่ที่รวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับลูกปัด/จัดแสดงศิลปหัตถกรรมที่เกิดจากลูกปัดเป็นศูนย์เรียนรู้การร้อยลูกปัดในแบบต่างๆ)
 - จัดทำหลักสูตรท้องถิ่นในโรงเรียนในพื้นที่ ให้เด็กเยาวชน ในพื้นที่มีความรู้เรื่องประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ของเมืองโบราณอุททอง
 - จัดทำหลักสูตรสำหรับมัคคุเทศก์หรือผู้นำชม
 - จัดแสดงวิถีชีวิตของชาติพันธุ์ต่างๆ ในเมืองโบราณอุททอง
 - จัดให้มีลานวัฒนธรรม/ หมู่บ้านวัฒนธรรมเมืองโบราณอุททอง

3) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการตลาด

- จัดทำป้ายบอกทาง/แผนที่ท่องเที่ยวเมืองโบราณอุททอง
- จัดทำชุมประตู่ หรือธรรมจักรขนาดใหญ่ แสดงเขตเมืองโบราณอุททอง
- สร้างเว็บไซต์ของเมืองโบราณอุททองที่รวมแหล่งข้อมูลด้านต่าง ๆ
- จัดโครงการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของสถานที่ต่าง ๆ ในพื้นที่เมืองโบราณอุททอง

- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว ในวันสำคัญและในงานเทศกาลต่างๆ ที่สำคัญภายในอำเภอเมืองอุททอง เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว

4) กลยุทธ์การเชื่อมโยงพื้นที่โดยรอบ/แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในจังหวัดสุพรรณบุรี

- จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งอารยธรรมทวารวดีในจังหวัดอื่นๆ เช่น พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โบราณสถานคูบัว จังหวัดราชบุรี รวมทั้งเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีศูนย์ประสานงานที่สามารถให้ข้อมูลการจัดการท่องเที่ยวทั้งภายใน 1 วัน และแบบพักค้างคืนทั้งเป็นแบบนักท่องเที่ยวทั่วไปที่สนใจในด้านโบราณคดี หรือนักเรียน นักศึกษาที่สนใจจะศึกษาวัฒนธรรมทวารวดี

อภิปรายผล

อัตลักษณ์ของชุมชนเมืองโบราณอุททองส่วนใหญ่ที่พบเป็นอัตลักษณ์ที่มีความเชื่อมโยงกับความเป็นอารยธรรมทวารวดี อาจเป็นเพราะทรัพยากรทางวัฒนธรรมจำนวนมากทั้งที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุส่วนใหญ่อยู่ยุคทวารวดี ทำให้คนในชุมชนเกิดการรับรู้และเกิดสำนึกร่วมในความเป็นคนในพื้นที่ชุมชนเมืองโบราณอุททองที่มีความโดดเด่นในอารยธรรมทวารวดี โดยมุมมองของคนในชุมชนรู้สึกว่าเป็นเรา พวกเขา แตกต่างจากเขา พวกเขา และเข้าใจว่าชุมชนของเรามีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นแตกต่างจากชุมชนอื่นอย่างไรซึ่งเป็นอัตลักษณ์ร่วมของชุมชนนั้นถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกัน สอดคล้องกับ Maclucci (อ้างถึงในวิริยา วิฑูรย์สกุลศิลป์, 2548:21) ได้อธิบายถึงอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มว่าเป็นกระบวนการสร้างสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆ ในสังคมซึ่งสำนึกร่วมดังกล่าวสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม ทำให้การดำรงรักษาและการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เกิดจากบทบาทของสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ กับทั้งอาจเป็นเพราะการที่ผู้คนเข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ตั้งแต่ 2-3 ชั่วคนสืบไป ก็จะเกิดสำนึกร่วมในการเป็นคนท้องถิ่นเดียวกัน ถึงแม้จะมีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ก็ตาม ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวไม่ได้มีลักษณะเพียงหนึ่งเดียว หากแต่ว่ามีหลายอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคมที่คนในชุมชนเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของฮอลล์ (Hall, S., 1997: 1 อ้างถึงใน ฉลาดชาย รมิตานนท์) ที่ได้กล่าวว่าอัตลักษณ์หรือ Identity ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อตัวขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด เวลาหนึ่งซึ่งวัฒนธรรมนั้นก็เป็นโครงสร้างทางสังคม (Social Construct) ที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวและเป็นวงจรซึ่งเรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) โดยอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองโบราณอุททองที่พบเป็นอัตลักษณ์ ร่วมหรืออัตลักษณ์ระดับสังคม อัตลักษณ์ไม่ได้มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะเป็นพลวัตที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยตัวตนหรือสิ่งที่แสดงถึงความตัวตนของชุมชนเมืองโบราณอุททองถูกเชื่อมโยงเข้ากับลักษณะทางกายภาพในการเป็นพื้นที่เมืองโบราณอารยธรรมทวารวดี สอดคล้องกับการวิจัยของแผ่นดิน

อุณจะนา (2552: บทคัดย่อ) ที่พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพ เศรษฐกิจและ สังคม วัฒนธรรมภายในกาตวักควาย หุ่นฟ้าบดมีส่วนสำคัญในการก่อให้เกิดอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาต และจากหลักฐาน มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) ทั้งโบราณสถาน และโบราณวัตถุที่พบโดยทั่วไป ทั้งภายในตัวเมืองโบราณและบริเวณปริมณฑล รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณีที่ถูกเชื่อมโยงกับสถานที่ หรือประเพณี วัฒนธรรมของชาติพันธุ์ ต่างๆ ที่อยู่ในชุมชนเมืองโบราณ อุทอง นั้นถือเป็นทรัพยากรวัฒนธรรม ที่สะท้อนคุณค่าถึงจิตวิญญาณ ประวัติศาสตร์ สังคมของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

ส่วนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทองด้านความเป็น อารยธรรมทวารวดีเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนา ภายใต้กลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่ชุมชนเมือง โบราณอุทอง เช่น อนุรักษ์ฟื้นฟูโบราณสถาน และสภาพแวดล้อมรอบๆ พื้นที่ รวมถึงปรับปรุง ภูมิทัศน์ในพื้นที่ โบราณสถานและชุมชนโบราณ 2) กลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาเรื่องราวที่บ่งบอกอัตลักษณ์เมืองโบราณอุทอง เช่น จัดทำหลักสูตรท้องถิ่นในโรงเรียนในพื้นที่ ให้เด็กและเยาวชนในพื้นที่มีความรู้เรื่องประวัติศาสตร์และ อัตลักษณ์ของเมืองโบราณอุทอง 3) กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการตลาด เช่น จัดทำป้ายบอกทาง ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างเว็บไซต์ และ 4) กลยุทธ์การเชื่อมโยงพื้นที่โดยรอบ/แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และ แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น จัดโปรแกรม การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งอารยธรรมทวารวดี แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของมนัส เผ่าพงษ์ศิลป์ (2554: 139-174) ที่ได้ศึกษาแผนอนุรักษ์และ พัฒนาภูมิทัศน์เมืองโบราณอุทองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ พบว่าเมืองโบราณอุทองมีจุดแข็งที่ควร ส่งเสริมในด้านการอนุรักษ์และท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในสมัยทวารวดี แต่ด้วยในปัจจุบันพบว่าโบราณสถาน มีสภาพที่เสื่อมโทรมจึงสมควรให้มี การอนุรักษ์ ฟื้นฟูตัวโบราณสถาน รวมทั้งควรปรับปรุงภูมิทัศน์ทั้งในและ รอบตัวโบราณสถาน จัดทำป้ายเพื่อสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์ และจัดทำแผนที่และโปรแกรมปฏิทินการ ท่องเที่ยวเมืองโบราณอุทอง เช่นเดียวกับการศึกษาของจุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2551: 204-5) ที่พบว่าแนวทางในการ ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองโบราณอุทองนั้น ควรอนุรักษ์ บำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งโบราณสถาน ศาสนสถาน คูเมืองโบราณ ประชาสัมพันธ์ในสื่อประเภทต่างๆ ให้มากขึ้น และจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และคู่มือ ท่องเที่ยวเมืองโบราณอุทองเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งการศึกษาของธนากร เจริญศร (2557:736) ที่พบว่าแนวทางการจัดการแก้ไขเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทางการท่องเที่ยวนั้น ควรมีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการบริหารจัดการด้านต่างๆ และควรมี การเพิ่มจำนวนป้ายบอกทิศทางและป้ายสื่อความหมาย นอกจากนั้นการที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องการของนักท่องเที่ยว นั้น กลยุทธ์ที่สำคัญประการหนึ่งคือต้องส่งเสริมและพัฒนาเรื่องราวที่บ่งบอกอัตลักษณ์ เมืองโบราณอุทอง เพราะภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทองที่มีความโดดเด่นและมี คุณภาพจะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ และต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว กับทั้งในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีการแข่งขันทางการตลาดสูงขึ้น ดังนั้น กลยุทธ์สื่อสารเพื่อการตลาดด้วยการสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวชุมชน เมืองโบราณอุทองให้เป็นที่รู้จัก และใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ผสมผสานสื่อต่าง จึงเข้ามามีบทบาท สำคัญทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจวรรณ

สุพรรณอ่างทอง (2554) ที่ได้ศึกษาการใช้ อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี พบว่า อัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะที่สำคัญในด้านต่างๆ ของจังหวัดอุดรธานี ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ และจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุดรธานีในครั้งต่อไป

ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยอัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณ อุทงนั้น เป็นการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น สอดคล้องกับการสำนึกร่วม ในความเป็นตัวเราพวกเรา คือการเป็นชุมชนเมืองโบราณอุทงอารยธรรมทวารวดี ที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากชุมชนอื่น ไม่ว่าจะเป็นด้านสถาปัตยกรรม/บ้านเรือน ด้านโบราณสถาน และด้านโบราณวัตถุ การนำอัตลักษณ์ชุมชนมาเป็นแนวทางของการพัฒนาย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกมากกว่าทางลบ เพราะแสดงให้เห็นถึงคุณค่า ทั้งที่เป็นคุณค่าเชิงนัยของอดีตจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เป็นเจดีย์โบราณโบราณวัตถุ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ กับทั้งมีคุณค่าทางวิชาการ ด้วยเมืองโบราณอุทงเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการเรียนรู้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ด้วยวิธีการหาคำตอบจากการศึกษาวิจัยในด้านต่างๆ นอกจากนั้นยังมีคุณค่าด้านความงามหรือสุนทรียะ หลักฐานทางโบราณคดีทั้งที่เป็นโบราณสถาน และโบราณวัตถุของเมืองโบราณอุทงเป็นความงามที่ปรากฏจากร่องรอยของความเก่า ของแท้ดั้งเดิมที่ทรงคุณค่า ตลอดจนคุณค่าทางด้านเศรษฐศาสตร์ อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทงทั้งด้านสถาปัตยกรรม ด้านโบราณสถาน และด้านโบราณวัตถุ เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาเป็นจุดขายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนเมืองโบราณอุทงควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมความเข้มแข็งด้านอัตลักษณ์ชุมชนโดยมีส่วนร่วมจากคนในพื้นที่ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน
2. การพัฒนาชุมชนเมืองโบราณอุทงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยการนำอัตลักษณ์มาเป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทางการพัฒนา

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิหัวหน้าส่วนราชการจังหวัดสุพรรณบุรี และคนในพื้นที่ชุมชนเมืองโบราณอุทง ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าให้สัมภาษณ์ ทำให้ได้รับข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งจนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณ กระทรวงวัฒนธรรมที่ให้ทุนสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้สนับสนุน “ทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์สำหรับนิสิต” ในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมศิลปากร. (2550). **นำชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง และเรื่องราวสุวรรณภูมิ**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อสมรินทร์พรินต์ติ้ง.

_____. (2545). **โบราณคดีเมืองอุทอง**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สหมิตรพรินเตอร์

จุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2550). การศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุทอง จังหวัด **สุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550). **อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา http://www.soc.cmu.ac.th/~wsc/data/identity28_3_05.pdf [12 พฤศจิกายน 2556]

ชิน อยู่ดี. (2509). “เรื่องก่อนประวัติศาสตร์ที่อำเภออุทอง.” ในหนังสือ **โบราณวิทยา เรื่องเมืองอุทอง**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิวิล.

เบญจวรรณ สุพันธ์อุทอง (2555). “การใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของจังหวัด **อุดรธานี**.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ปานจิตร จินธิรัฐ. (2556). “ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนชาวเกาะพัง.” ในบทความวิจัย เสนอในการประชุมหาญวิชาการ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556. การวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย.

แผ่นดิน อุจะนำ. (2552). “การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาต้าวควายทุ่งฟ้าบด เชียงใหม่ **เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน**.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มนัส เผ่าพงษ์ศิลป์. (2554). “**แผนอนุรักษ์และพัฒนาภูมิทัศน์เมืองโบราณอุทองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ สุพรรณบุรี**.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธกร เจริญศร. (2557). “**การจัดการการท่องเที่ยวในพระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม**.” ในวารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ

วิริยา วิฑูรย์สกุลศิลป์ (2548) การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึก **การเดินทาง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำนักงานพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง (2556). “**พื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง**.” [ออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.dasta.or.th/dastaarea7/th>. [20 มกราคม 2557]

สิริธร บุญประเสริฐ และนรภัทร เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา. (2558). “การพัฒนาสื่อการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมกับชุมชนโดยใช้แหล่งการเรียนรู้โบราณคดีหนองราชวัตร จังหวัดสุพรรณบุรี.” ในวารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน. ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ