



แนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี Promoting Guidelines for Community-Based Tourism Management in Muang Uthai Thani District, Uthai Thani Province

ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล*, ธันยธร ตินภพ, อัจฉรวรรณ สุขเกิด, วิภาวดี ทูปิยะ

Pinyapat Nakpibal, Thanyathon Tinnaphop, Atcharawan Sujkird, Wipawadee Tupiya

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี 13180

Faculty of Management Science, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage,
Pathum Thani 13180 Thailand

*Corresponding author E-mail: pinyapat@vru.ac.th

(Received: July 25 2025; Revised: September 11 2025; Accepted: September 24 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว และส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวคนไทยจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนตามพื้นที่ประกอบด้วย 6 ตำบล (ตำบลหนองแก ตำบลอุทัยใหม่ ตำบลสะแกกรัง ตำบลดอนขวาง ตำบลท่าซุง ตำบลน้ำซึม) โดยมีการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ แกนนำชุมชน วิสาหกิจชุมชน และบุคลากรภาคีเครือข่าย รวมจำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า 1) ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานีอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ เช่น วัดท่าซุงและแม่น้ำสะแกกรัง ขณะที่ด้านกิจกรรมและประสบการณ์ยังพัฒนาได้อีก บุคคลในชุมชนมีบทบาทสำคัญ ทั้งพระสงฆ์ ผู้นำท้องถิ่น ปราชญ์ และเยาวชน ซึ่งช่วยสร้างกิจกรรมและบรรยากาศที่น่าประทับใจ ส่วนสิ่งของ เช่น ตลาดรู้ใจ-ถนนคนเดิน บ้านสวนลูกแชมป์-ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ และโฮมสเตย์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างมีคุณค่าและเข้าถึงง่าย 2) การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix แสดงให้เห็นว่าอำเภอเมืองอุทัยธานีมีจุดแข็งด้านทรัพยากรท่องเที่ยว วัฒนธรรม และบุคลากรในชุมชน ขณะที่จุดอ่อน คือ โครงสร้างพื้นฐานและกิจกรรมที่ยังจำกัด แนวทางส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวควรเน้นการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวระยะสั้นเชื่อมโยงวัดท่าซุงกับวิสาหกิจชุมชน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสื่อประชาสัมพันธ์หลายภาษา ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดกิจกรรมสร้างประสบการณ์ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมผ่านแผนปฏิบัติการชุมชน พร้อมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : แนวทางการส่งเสริม; การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน



Abstract

This research aimed to analyze the potential of communities in managing tourism and to propose guidelines for promoting community-based tourism management in Muang Uthai Thani District, Uthai Thani Province. A mixed methods research approach was employed, involving a Quantitative survey of 400 Thai tourists selected through Quota Sampling in six sub-districts (Nong Kae, Uthai Mai, Sakae Krang, Don Khwang, Tha Sung, and Nam Suem), complemented by qualitative interviews with 18 key informants comprising community leaders, community enterprise members, and representatives of partner organizations. The research instruments consisted of structured questionnaires and in-depth interview guides.

The findings revealed that 1) the capacity for community-based tourism management in Muang Uthai Thani District was at a high level. Notably, the aspect with the highest mean score was tourism resources and attractions, supported by influential individuals such as monks from Wat Tha Sung, community leaders, local scholars, and youth guides, who collectively foster ethics, community identity, and information services. Key resources include renowned sites such as Wat Tha Sung, the Sakae Krang River, Roo Jai Market - the Walking Street, Baan Suan Look Chaem - organic farms, and homestays authentically reflect local identity while remaining accessible and valuable to visitors. 2) Guidelines for promoting community-based tourism management were derived from SWOT and TOWS matrix analyses. The district's strengths include its rich tourism resources, culture, and skilled community members, whereas its weaknesses are limited infrastructure and a restricted scope of activities. The proposed guidelines emphasize designing short travel routes linking Wat Tha Sung with community enterprises, enhancing infrastructure and multilingual promotional media, utilizing local wisdom to create experiential activities, and encouraging participatory planning and ongoing training through community action plans and capacity-building workshops to ensure sustainable competitiveness.

Keywords : Promoting Guidelines; Community-based Tourism Management



บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืน (UNWTO, 2021) อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของจังหวัด มีความพร้อมทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และทุนทางสังคมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เป็นจุดแข็งในการขับเคลื่อนพื้นที่อย่างสมดุลและมีส่วนร่วม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่จังหวัดอุทัยธานีได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน เพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืน สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ประชาชนในทุกกระดับ (สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี, 2566) ในส่วนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2566-2570 มุ่งเน้น “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์” โดยมีเป้าหมายให้ชุมชนในพื้นที่เป็นเจ้าของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง สร้างรายได้อย่างทั่วถึง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ไม่เน้นปริมาณ และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นควบคู่ไปกับการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น (Dangi & Jamal, 2016)

ในบริบทของอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่งที่สะท้อนความหลากหลายของทรัพยากร เช่น แม่น้ำสะแกกรัง วัดสังกัสรัตนคีรี เขาสะแกกรัง ตลาดเก่า ตลอดจนชุมชนวิถีไทยเชิงอนุรักษ์ที่ยังคงรูปแบบชีวิตเรียบง่าย เช่น ชุมชนบ้านน้ำซับ ชุมชนห้วยปาก และชุมชนท่าซุง เป็นต้น ความหลากหลายเหล่านี้สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์เชิงลึก (Experiential Tourism) ทั้งในเชิงวิถีชีวิต อาหารพื้นถิ่น งานหัตถกรรม และกิจกรรมธรรมชาติ (Richards, 2018) ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาแนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี เพื่อนำไปวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สร้างรายได้อย่างทั่วถึง และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการของชุมชน ส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น และรองรับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดอย่างเป็นระบบ ซึ่งนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี
2. เพื่อส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยแนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี คณะผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีระเบียบวิธีวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Infinite Population) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้สูตรการคำนวณของ W. G. Cochran (1953) จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนตามพื้นที่ประกอบด้วย 6 ตำบล (ตำบลหนองแก ตำบลอุทัยใหม่ ตำบลสะแกกรัง ตำบลดอนขวาง ตำบลท่าซุง ตำบลน้ำซึม โดยมีการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ แกนนำชุมชน วิทยากรชุมชน และบุคลากรภาคีเครือข่าย รวมจำนวน 18 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: การวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป โดยเป็นปัจจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลจำนวน 6 ข้อ คือ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้ และ 6) ระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบการเข้าถึงแหล่ง



3) กิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ 4) ด้านการให้บริการที่พนักงานท่องเที่ยว

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)

ใช้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมใน 4 ด้าน คือ 1) ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล รวมถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป โดยการรวบรวมจากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน ส่วนวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามใช้แบบสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) มาวิเคราะห์ตามหลักการโดยแยกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

จากการสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 และเป็นเพศชายจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 ส่วนใหญ่ 51-60 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.50 และส่วนใหญ่อาศัยในชุมชนระยะเวลา 1-5 ปี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยรวม และจำแนกเป็นรายด้าน

	ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว	X	S.D.	ระดับ
1	ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ	3.95	.56	มาก
2	ด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.95	.79	มาก
3	กิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวภายในพื้นที่	3.75	.66	มาก
4	ด้านบริการที่พนักงานท่องเที่ยว	3.94	.58	มาก
	รวม	4.86	.70	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = .70) เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = .75) รองลงมา คือ ด้านบริการที่พนักงานท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = .58) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่น คือ กิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = .66)

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ

บุคคล พระสงฆ์และผู้นำชุมชนวัดท่าซุง มีบทบาทในการสร้างเสน่ห์ให้วัดเป็นศูนย์กลางความศรัทธาปราชญ์ท้องถิ่น เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มแปรรูปปลาแรด/น้ำพริก สร้างอัตลักษณ์ให้สินค้าและกิจกรรมเยาวชนชุมชนตลาดตรอกโรงยา เป็นมัคคุเทศก์น้อย และจัดกิจกรรมบันเทิงในวันหยุด

สิ่งของ วัดท่าซุง มีสถาปัตยกรรมเด่น เช่น ปราสาททอง วิหารแก้ว แม่น้ำสะแกกรัง เป็นภูมิทัศน์ธรรมชาติที่โดดเด่น ตลาดรู้ใจ ถนนคนเดินมีการจัดตกแต่งพื้นที่ถนนวิถีไทยย้อนยุคสวนเกษตรอินทรีย์ เช่น บ้านสวนลูกแชมป์ มีพืชผักและสัตว์เลี้ยง ฟันบ้านให้ชมและเรียนรู้



ด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

บุคคล อสม.หรือจิตอาสาในกลุ่มท่องเที่ยว ช่วยให้ข้อมูลการเดินทางหรือจุดจอดรถ ผู้ประกอบการรถรับจ้าง/สองแถวในพื้นที่ให้บริการเชื่อมต่อระหว่างชุมชนต่าง ๆ

สิ่งของ ถนนลาดยาง สู่แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เชื่อมถึงกัน เช่น วัดท่าซุง ตลาดตอกโรงยา ตลาดรู้ใจมีป้ายบอกทาง แผนที่ชุมชน เริ่มมีติดตั้งในบางพื้นที่ แต่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม ลานจอดรถชั่วคราว บริเวณตลาดและวัด รองรับนักท่องเที่ยววันหยุด

กิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่

บุคคล มีครูภูมิปัญญา สอนทำอาหาร เช่น น้ำพริก ปลาร้า ขนมหอย เจ้าหน้าที่ยุทธศาสตร์เรียนรู้ นำชมกิจกรรมเกษตร ปลูกผัก ดำนา เลี้ยงไก่ กลุ่มศิลปินท้องถิ่น เช่น นักร้องลูกทุ่งพื้นบ้านในงานตลาดคนเดิน

สิ่งของ มีอุปกรณ์ทำอาหาร/เกษตร สำหรับสาธิต เช่น เต้า ถาดครก อุปกรณ์ปลูกผัก เวที/ลานกิจกรรมกลางแจ้ง ใช้แสดงศิลปะพื้นบ้าน พื้นที่ริมแม่น้ำ เหมาะสำหรับนั่งเล่น เดินชมตลาดหรือล่องเรือ

ด้านการให้บริการที่พักนักท่องเที่ยว

บุคคล เจ้าของโฮมสเตย์หรือบ้านพักท้องถิ่น ให้บริการแบบเป็นกันเอง และมักแนะนำกิจกรรมเชิงชุมชน แม่ครัวพื้นบ้าน/ชาวบ้านในโฮมสเตย์ เตรียมอาหารพื้นเมืองต้อนรับนักท่องเที่ยว

สิ่งของ โฮมสเตย์ท้องถิ่นมีบ้านพักที่ออกแบบผสมผสานวัฒนธรรมพื้นที่กับวิถีชีวิตเมือง ใกล้วัดท่าซุง มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ อินเทอร์เน็ต ที่พักเชิงเกษตร มีบรรยากาศธรรมชาติ เงียบสงบ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวสายการใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายแนว Slow Life

2. ส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค ของชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ในบริบทของการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

จุดแข็ง (Strengths): มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและมีอัตลักษณ์ ด้านศาสนา (วัดท่าซุง), เชิงวัฒนธรรม (ตลาดเก่า), เชิงเกษตร (บ้านสวนลูกเขมพ์), และเชิงอาหารพื้นบ้าน (น้ำพริก, ปลาแรด) มีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง แต่ละกลุ่มมีผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเฉพาะตัว และมีความร่วมมือเชิงเครือข่าย เช่น การขายของในถนนคนเดินและตลาดรู้ใจ บุคลากรในชุมชนมีทักษะและภูมิปัญญา มีครูภูมิปัญญา ผู้สูงอายุ และเยาวชนที่เข้าร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การเล่าเรื่องราว ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม การสาธิตการทำอาหาร การพาชมสวนเกษตรอินทรีย์ ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวกเหมาะกับกลุ่มท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนช่วงสั้น (Short-trip Tourism)

จุดอ่อน (Weaknesses): การจัดการด้านข้อมูลและการตลาดยังไม่เป็นระบบ ขาดเว็บไซต์กลางหรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ครบถ้วนและเป็นภาษาอังกฤษ การบริการนักท่องเที่ยวยังไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ไม่มีระบบต้อนรับหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นประจำ ศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานยังจำกัด เช่น ป้ายบอกทาง ลานจอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ และระบบกำจัดขยะ ในบางพื้นที่ยังไม่เพียงพอ ขาดการบูรณาการระหว่างภาคส่วนหน่วยงานรัฐและกลุ่มชุมชนบางแห่งยังทำงานแยกกัน ขาดแผนร่วมในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงพื้นที่

อุปสรรค (Threats): ข้อจำกัดด้านงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ ระบบแสงสว่าง และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวยุคใหม่ต้องการกิจกรรมแบบมีปฏิสัมพันธ์และความรู้สึกเฉพาะตัว ทำให้ต้องพัฒนาโปรแกรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น น้ำท่วม หรือภัยแล้งในฤดูเกษตร ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมเกษตรท่องเที่ยวและระบบนิเวศริมแม่น้ำ

โอกาส (Opportunities):

โอกาสจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ความนิยมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นแท้ (Authentic Experience) เปิดโอกาสให้กิจกรรม เช่น การทำสวนอินทรีย์ การทำน้ำพริก การทำปลาร้า และการชมวิถีชาวแพริมแม่น้ำ กลายเป็นจุดขายใหม่ที่ตรงกับความต้องการตลาด ถนนคนเดินตอกโรงยา และตลาดรู้ใจ มีศักยภาพพัฒนาเป็น “แลนด์มาร์กวัฒนธรรม” ที่สามารถเชื่อมโยงกับเทศกาลหรือกิจกรรมของจังหวัดอุทัยธานีได้

โอกาสจากแหล่งท่องเที่ยวศักดิ์สิทธิ์ วัดจันทาราม (วัดท่าซุง) มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเที่ยวในแต่ละวัน เป็นโอกาสเชื่อมโยงไปยังวิสาหกิจชุมชนใกล้เคียงเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรือจัดเส้นทางท่องเที่ยว โอกาสจัดกิจกรรม “ทัวร์สายบุญ+สายวิถี” ที่รวมการเข้าวัด ทำบุญ ร่วมกับกิจกรรมชุมชน เช่น เรียนทำอาหาร หรือเยี่ยมชมกิจกรรมของศูนย์เรียนรู้

โอกาสจากการเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวแบบวันเดียวหรือค้างคืน แหล่งท่องเที่ยวกระจายตัวอยู่ใกล้กันและใช้เวลาเดินทางน้อย เปิดโอกาสให้พัฒนา “เส้นทางท่องเที่ยวแบบครึ่งวัน, เต็มวัน, 2 วัน 1 คืน” ได้อย่างยืดหยุ่น

โอกาสด้านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ตลาดใหม่ สินค้าท้องถิ่น เช่น น้ำพริกเนินม่วง และปลาแรดแปรรูปพาส์สามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ ต่อยอดเป็น “ของฝากมีเรื่องเล่า” และเข้าสู่ช่องทาง e-commerce หรือขายผ่านแพลตฟอร์มท่องเที่ยวเชิงชุมชน กิจกรรมทดลองทำ (Workshop) เช่น การขมิ้นน้ำพริก ทำอาหารปลาแรด หรือทำข้าวเหนียวใบตอง สร้างโอกาสในการขายสินค้าโดยตรงหลังจบทัวร์



โอกาสจากนโยบายภาครัฐและกระแสเศรษฐกิจฐานราก นโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ BCG Economy ของรัฐบาล เปิดโอกาสให้วิสาหกิจชุมชนได้ยื่นขอทุนพัฒนาเทคโนโลยี ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย กระแส “เที่ยวเมืองรอง” ของ ททท. และโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” ส่งผลดีต่อจังหวัดอุทัยธานี ในภาพรวม โดยอำเภอเมืองมีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ ที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ

การวิเคราะห์แบบเมทริกซ์ (TOWS Matrix)

ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก	
	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
โอกาส (Opportunities)	SO ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส (กลยุทธ์เชิงรุก)	WO ใช้โอกาสลดจุดอ่อน (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
อุปสรรค (Threats)	ST ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	WT แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค (กลยุทธ์เชิงรับ)

Strengths/ Opportunities (SO)

- พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 1-2 วัน ที่เชื่อมโยงวัดท่าซุง กับวิสาหกิจชุมชน เช่น ตลาดรู้ใจ บ้านสวนลูกแพร์ ปลาแรดท่าซุง เกษตรอินทรีย์ ร่วมกับกิจกรรมเชิงเรียนรู้เพื่อเพิ่มมูลค่า
- จัดอบรมเยาวชนเป็นมัคคุเทศก์น้อย และนำเทคโนโลยีเข้าช่วยด้านการตลาด เช่น Live Facebook ตลาดชุมชน

Weaknesses/ Opportunities (WO)

- ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ (เช่น ททท., กรมส่งเสริมวิสาหกิจ) เพื่อจัดทำป้ายทาง สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลายภาษา
- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ ลานกิจกรรม ร่วมกับแผนพัฒนา BCG Economy ระดับจังหวัด
- เชื่อมโยงวิสาหกิจแต่ละกลุ่มผ่าน “แพลตฟอร์มกลาง” เช่น เว็บไซต์ท่องเที่ยวอำเภอหรือเพจเฟซบุ๊ก

Strengths/ Threats (ST)

- ใช้บุคลากรที่มีภูมิปัญญาในพื้นที่ผลิตสื่อกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวระยะสั้น
- พัฒนาแผนจัดการทรัพยากร (น้ำ ขยะ) ด้วยความร่วมมือกับชุมชนเพื่อลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก
- ความศรัทธาที่มีต่อวัดจันทาราม (วัดท่าซุง) มีผลต่อการกระจายคนไปยังชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้รอบเมือง

Weaknesses/ Threats (WT)

- จัดทำแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม เพื่อเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและการเดินทางที่ไม่สม่ำเสมอ
- ส่งเสริมให้แต่ละกลุ่มมีแผนบริหารจัดการตนเอง (Self-management) ลดการพึ่งพาบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
- สร้างระบบฝึกอบรมทักษะการบริการและการตลาดให้องค์กรชุมชนเพื่อรองรับการแข่งขันการท่องเที่ยวในระยะยาว

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ รองลงมา คือ ด้านบริการที่พักนักท่องเที่ยว และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าด้านอื่นคือ กิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวภายในพื้นที่ซึ่งสามารถแจกแจงเป็นบุคคลและของ มีดังนี้

บุคคลในชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานีมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ โดยเฉพาะพระสงฆ์และผู้นำชุมชนวัดจันทาราม (วัดท่าซุง) ที่มีบทบาทเป็นศูนย์รวมศรัทธาและจิตวิญญาณของผู้นำเยือน ช่วยสร้างเสน่ห์ให้วัดกลายเป็นจุดหมายหลักของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในขณะที่เดียวกันปราสาทท้องถิ่น เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มแปรรูปปลาแรด และน้ำพริก ก็มีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์สินค้าให้สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างมีคุณค่า ด้านกิจกรรมและประสบการณ์ท่องเที่ยว กลุ่มเยาวชนในตลาดตรอกโรงยา มีบทบาทเป็นมัคคุเทศก์น้อย จัดกิจกรรมบันเทิงและแสดงความสามารถในวันหยุด ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่ศูนย์เรียนรู้มีบทบาทในการสาธิตและสอนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน การปลูกผัก และเลี้ยงปลา ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์เรียนรู้เชิงปฏิบัติ ขณะเดียวกันกลุ่มศิลปินท้องถิ่น เช่น นักร้องลูกทุ่งในงานตลาดคนเดิน ก็ช่วยสร้างบรรยากาศ ความมีชีวิตชีวา ด้านระบบการเดินทาง อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และจิตอาสาท่องเที่ยวให้ข้อมูลเส้นทาง จุดจอดรถ ขณะที่ผู้ประกอบการรับจ้าง/สองแถวท้องถิ่นทำหน้าที่เชื่อมโยงเส้นทางต่าง ๆ ส่วนด้านการบริการที่พัก เจ้าของโฮมสเตย์และแม่ครัวในชุมชนให้บริการอย่างอบอุ่น พร้อมแนะนำกิจกรรมพื้นบ้านและเตรียมอาหารท้องถิ่นต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรและเข้าถึงง่าย



สิ่งของในพื้นที่อำเภอเมืองอุทัยธานีมีศักยภาพโดดเด่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยเฉพาะในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ เช่น วัดท่าซุงที่มีสถาปัตยกรรมงดงามอย่างปราสาททองและวิหารแก้ว ซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาและศิลปวัฒนธรรม ขณะเดียวกันแม่น้ำสะแกกรังก็เป็นภูมิทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม เหมาะสำหรับกิจกรรมพักผ่อนและล่องเรือ ส่วนตลาดรู้ใจและถนนคนเดินมีการตกแต่งด้วยวัสดุพื้นถิ่นแสดงถึงวิถีชีวิตไทยแบบย้อนยุค และเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมอย่างมีชีวิตชีวา ด้านการเรียนรู้ สวนเกษตรอินทรีย์อย่างบ้านสวนลูกแชมป์ มีพืชผักและสัตว์เลี้ยงพื้นบ้านให้ศึกษาใกล้ชิด ส่วนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนลาดยางสามารถเชื่อมต่อระหว่างแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีป้ายบอกทางและแผนที่ชุมชนในบางจุด รวมถึงลานจอดรถชั่วคราวบริเวณวัดและตลาดที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวช่วงวันหยุดได้ ด้านกิจกรรมเชิงประสบการณ์ มีอุปกรณ์สาธิตการทำอาหารและเกษตร เช่น เต้า ถาด ครก และเครื่องมือปลูกผัก รวมทั้งเวทีกลางแจ้งและลานกิจกรรมที่ใช้แสดงศิลปะท้องถิ่นหรือกิจกรรมเยาวชน พื้นที่ริมแม่น้ำยังเหมาะกับการนั่งเล่น เดินชม หรือจัดกิจกรรมล่องเรือ ด้านการบริการที่พัก โฮมสเตย์มีบ้านพักที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น และที่พักในตัวเมืองใกล้วัดท่าซุงมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบถ้วน ที่พักเชิงเกษตรยังมีบรรยากาศสงบ เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่มองหาความเรียบง่ายตามสไตล์การใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายแนว Slow Life

2. ส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

ผลการวิเคราะห์ (SWOT Analysis) และวิเคราะห์ (TOWS Matrix) มีแนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

2.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสามารถทำได้ผ่านการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวระยะสั้น 1-2 วัน ที่เชื่อมโยงวัดท่าซุงกับวิสาหกิจชุมชน เช่น ตลาดรู้ใจ บ้านสวนลูกแชมป์ และกลุ่มปลาแรดท่าซุง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากจากปลาแรด น้ำพริก และข้าวอินทรีย์ผ่านกิจกรรมเชิงเรียนรู้เพิ่มมูลค่า นอกจากนี้ยังควรจัดอบรมเยาวชนเป็นมัคคุเทศก์น้อย และใช้เทคโนโลยี เช่น Live Facebook โปรโมทตลาดชุมชน เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนควรดำเนินการควบคู่กับการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น ททท. หรือกรมส่งเสริมวิสาหกิจ เพื่อจัดทำป้ายบอกทางและสื่อประชาสัมพันธ์หลายภาษา รองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม พร้อมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ และลานกิจกรรมให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ BCG ระดับจังหวัด ซึ่งเน้นความยั่งยืน และควรเชื่อมโยงกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่เข้าด้วยกัน

ผ่านแพลตฟอร์มกลาง เช่น เว็บไซต์หรือเพจเฟซบุ๊ก เพื่อสร้างเครือข่ายและเพิ่มการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว

2.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนควรใช้บุคลากรที่มีภูมิปัญญาในพื้นที่ในการผลิตสื่อและจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวระยะสั้น เพื่อสร้างความประทับใจและความเข้าใจในวิถีชุมชนอย่างแท้จริง พร้อมทั้งพัฒนาแผนการจัดการทรัพยากร เช่น น้ำและขยะ โดยอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนเพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งควรใช้ศรัทธาที่มีต่อวัดท่าซุงเป็นกลไกในการกระจายคนไปยังแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ รอบเมือง เพื่อลดความแออัด

2.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนควรเริ่มจากการจัดทำแผนจัดการแบบมีส่วนร่วม เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและรูปแบบการเดินทางที่ไม่แน่นอน ส่งเสริมให้แต่ละกลุ่มในชุมชนมีแผนบริหารจัดการตนเอง (Self-Management) เพื่อลดการพึ่งพาบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน พร้อมทั้งสร้างระบบฝึกอบรมทักษะการบริการและการตลาดให้กับองค์กรชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระยะยาวอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

ชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยเฉพาะด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ เช่น วัดท่าซุงที่มีสถาปัตยกรรมโดดเด่น แม่น้ำสะแกกรัง และถนนคนเดินที่สะท้อนวิถีไทยพื้นถิ่น ทั้งยังมีบุคคลสำคัญอย่างพระสงฆ์ ผู้นำชุมชน ราษฎรท้องถิ่น และเยาวชนที่มีบทบาทในการสร้างเสน่ห์และกิจกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีโฮมสเตย์ที่พักเชิงเกษตร ลานกิจกรรมริมแม่น้ำ และอุปกรณ์สำหรับสาธิตการเรียนรู้ ที่ส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวแบบใกล้ชิดธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การสร้างรายได้อย่างยั่งยืน และการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น (Goodwin & Santilli, 2019) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ที่แท้จริงให้กับนักท่องเที่ยว (Pine & Gilmore, 2019) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์, เจริญ สุขเยี่ยม และสุวิมล จันททัย (2564)

2. ส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอเมือง อุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี

การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเมืองอุทัยธานีสามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวระยะสั้น 1-2 วัน โดยเชื่อมโยงแหล่งสำคัญอย่างวัดท่าซุงกับวิถีชีวิตชุมชน เช่น ตลาดรู้ใจ บ้านสวนลูกแม่ป๋ม และกลุ่มปลาแรดท่าซุง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก พร้อมพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝาก เช่น น้ำพริกและข้าวอินทรีย์ ควบคู่กับกิจกรรมเรียนรู้เพิ่มมูลค่า ทั้งนี้ควรอบรมเยาวชนให้เป็นมัคคุเทศก์น้อย และใช้เทคโนโลยี เช่น Live Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดชุมชนอย่างต่อเนื่อง ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ควรขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น ททท. หรือกรมส่งเสริมวิสาหกิจฯ เพื่อจัดทำป้ายบอกทางหลายภาษา และปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ลานกิจกรรม และลานจอดรถ ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนา BCG ระดับจังหวัด นอกจากนี้ควรเชื่อมโยงกลุ่มวิสาหกิจผ่านแพลตฟอร์มกลาง เช่น เว็บไซต์หรือเพจ Facebook เพื่อขยายเครือข่าย และควรใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสร้างกิจกรรมที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับชุมชนอย่างใกล้ชิด พร้อมร่วมกันจัดการทรัพยากร เช่น น้ำและขยะ เพื่อรักษาสีเขียวตลอดโดยอาศัยความร่วมมือของชุมชน และวางแผนจัดการแบบมีส่วนร่วม โดยให้แต่ละกลุ่มมีแผนบริหารจัดการตนเอง และพัฒนาทักษะด้านการบริการและการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในอนาคตอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนันทสิน อินทพัตน์ และคณะ (2565) ที่เน้นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Dang & Jamal (2016) กล่าวถึงการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรภายในชุมชนในการสร้างกิจกรรมที่มีความหมายต่อนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ รวมถึงแนวทางการจัดการที่เน้นการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน โดยเฉพาะในบริบทของการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจในขณะเดียวกัน อัญญาณี เกตุพันธุ์ และคณะ (2566) ยังได้เสนอการบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) ควรถูกนำมาใช้ในระดับพื้นที่อย่างเป็นระบบ เพื่อเชื่อมโยงการอนุรักษ์ทรัพยากร การสร้างรายได้ และการจัดการองค์รวม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาในพื้นที่อำเภอเมืองอุทัยธานีที่เน้นทั้งด้านเศรษฐกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อมควบคู่กันอย่างมีส่วนร่วม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การพัฒนาแผนแม่บทการท่องเที่ยวชุมชนระดับอำเภอ หน่วยงานรัฐควรสนับสนุนการจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวชุมชนที่บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดการประสานงานระหว่างภาคส่วน
2. การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการตลาด ควรให้การสนับสนุนทุนและความรู้ในการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการฝึกอบรมบุคลากรในชุมชนให้มีทักษะการตลาดออนไลน์
3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ป้ายบอกทาง ลานจอดรถ ห้องน้ำสาธารณะ และระบบจัดการขยะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว ควรจัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลางที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างกลุ่มต่าง ๆ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว
2. การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิง ควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น เส้นทางสายบุญ-สายวิถี เส้นทางเชิงเกษตรอินทรีย์ และเส้นทางอาหารพื้นบ้าน
3. การอบรมพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ ควรจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น พัฒนาทักษะการบริการ และความรู้ด้านภาษาอังกฤษเบื้องต้น
4. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน ควรส่งเสริมให้มีการประชุมสัมมนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เพื่อสร้างความร่วมมือที่แข็งแกร่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการท่องเที่ยวชุมชน ควรศึกษาในเชิงลึกถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต่อรายได้ การจ้างงาน และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมในชุมชน
2. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ควรศึกษาในเชิงลึกถึงพฤติกรรม ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น
3. การศึกษาแบบจำลองการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ควรศึกษาและพัฒนาแบบจำลองการจัดการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่น ๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน
4. การศึกษาการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ควรศึกษาถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น Virtual Reality และ Big Data Analytics ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี ขอขอบคุณสำนักงานวิจัยแห่งชาติ และมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สนับสนุนการดำเนินการวิจัย ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลบริบทพื้นที่ และประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขอขอบคุณกลุ่มวิสาหกิจ ผู้นำชุมชน ภาควิชาเครือข่าย และประชาชนในพื้นที่ที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานด้านการท่องเที่ยวชุมชน และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

- นันทนลิน อินทพัฒน์, ธัญญรัตน์ เจนชนบ, และชนิสรา เพชรพิเศษศักดิ์. (2565). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านกระหม่อม จังหวัดสุรินทร์. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี**. 11(2): 1-16.
- นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์, เขียวกา สุขเยี่ยม และสุวิมล จันททัย. (2564). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนปลักไม้ลาย อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**. 4 (2): 1-12.
- สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี. (2566). **ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอุทัยธานี พ.ศ. 2566-2570**. สำนักงานจังหวัดอุทัยธานี.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565).

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจ. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

อัญยานี เกตุพันธุ์, ศศิวิมล ภู่วง และสุทธดา ชัดติยะ. (2566).

ปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการภายใต้แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวตามแบบวิถีชุมชนในจังหวัดเชียงราย.

วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์. 13 (3): 27-39.

Cochran, W. G. (1953). **Sampling techniques**. John Wiley & Sons.

Dangi, T. B., & Jamal, T. (2016). An integrated approach to “sustainable community-based tourism”. **Sustainability**. 8 (May): 475.

Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). **Community-based tourism: a success?**.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2021). **The Experience Economy: Competing for customer time, attention, and money**. Harvard Business Review Press, Boston.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. **Journal of Hospitality and Tourism Management**. 36 (September): 12-21.

UNWTO. (2021). **Community-based tourism for sustainable development: Guidelines and best practices**. World Tourism Organization.