



กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอบรพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี*

Received: 2 April 2024

Revised: 9 June 2024

Accepted: 6 January 2025

พิมใจ กาฬภักดิ์**

ร่ำไพ ภูวราห์***

สุภากรณ์ ประสงค์ทัน****

พนิต เข้มทอง*****

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหากลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอบรพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยการสำรวจ การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดประชุมกลุ่ม ประเมินคุณภาพเครื่องมือเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis และนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยใช้เครื่องมือ TOWS matrix ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 33 คน ประกอบด้วย (1) กลุ่มผู้นำชุมชน (2) ผู้แทนจากองค์กรภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (3) ผู้แทนจากภาคประชาชน ซึ่งเป็นตัวแทนสมาชิกในแต่ละกลุ่มกิจกรรมที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ ตรวจสอบคุณภาพความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการศึกษาพบว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหัวป่าควรพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานโดยใช้ 4 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

กลยุทธ์;
แนวทางการพัฒนา;
การท่องเที่ยวโดยชุมชน;
ตำบลหัวป่า อำเภอบรพบุรี
จังหวัดสิงห์บุรี

* งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จากสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และสำนักพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รหัสโครงการวิจัย YF(KU)29.66

** นักวิชาการเกษตรชำนาญการ ฝ่ายพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ สำนักพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: pimjai.sit@ku.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

*** นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ ฝ่ายพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ สำนักพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: eatrps@ku.ac.th

**** รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: s_prasongthan@hotmail.com

***** รองศาสตราจารย์ ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ติดต่อได้ที่: fedupnk@ku.ac.th

การท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ 1) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 2) การพัฒนาศูนย์เรียนรู้ไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือศึกษาดูงาน 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงมาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพิบูลทอง วัดอัมพวัน ค่ายบางระจัน และ 4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ 1) การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว 2) การสร้างแนวเขื่อนกันน้ำจากแม่น้ำเจ้าพระยา และ 3) การจัดทำแผนป้องกันและรับมือภัยธรรมชาติ กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีทดแทนการพึ่งพาแรงงาน 2) การพัฒนาทักษะในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และ 3) อบรมให้ความรู้และจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และกลยุทธ์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายนอกกับชุมชน ได้แก่ 1) สร้างเครือข่ายความร่วมมือและมอบหมายผู้ประสานงาน และ 2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือและเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์เพื่อลดช่องว่างในการติดต่อสื่อสาร

ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทของชุมชนต่อไป



Strategies and Guidelines for Potential Development of Community Based Tourism, Hua Pa Sub district, Phrom Buri District, Sing Buri Province*

Received: 2 April 2024

Revised: 9 June 2024

Accepted: 6 January 2025

Pimjai Karnpakdee **

Rampai Phuwara ***

Supaporn Prasongthan ****

Panit Khemtong *****

The purposes of this study were to examine strategies and guidelines for developing the tourism potential of the community in Hua Pa Sub District, Phrom Buri District, Sing Buri Province. The tools used to collect data included surveys, observation, in-depth interviews and focus groups. The quality of the research tools was assessed by 5 experts to check content validity and to conduct an analysis of the situation environment (SWOT Analysis) of community tourist attractions. SWOT analysis tool was used to analyze tourism environments, and TOWS matrix tool was used to exhibit strategies and guidelines for potential development of community-based tourism. Thirty-three key informants were chosen by purposive sampling method consisting of (1) a group of community leaders, (2) representatives from government organizations and local administrative organizations, and (3) representatives from the public sector involving tourism development. The accuracy of data was validated by data triangulation. The results indicated

Research Article

Abstract

Keywords

strategies;
guideline for developing;
community based tourism;
Hua Pa sub district,
Phrom Buri district,
Sing Buri province

* Research funding support from Kasetsart University Research and Development Institute, KURDI, and Lifelong Learning Development Office, Kasetsart University, research project code YF(KU)29.66

** Agricultural Research Officer (Professional Level), Learning Innovation Development Division, Lifelong Learning Development Office, Kasetsart University, e-mail: pimjai.sit@ku.th (corresponding author)

*** Agricultural Research Officer (Senior Professional Level), Learning Innovation Development Division, Lifelong Learning Development Office, Kasetsart University, e-mail: eatrps@ku.ac.th

**** Associate Professor, Department of Tourism and Hospitality Industry, Faculty of Humanities, Kasetsart University, e-mail: s_prasondthan@hotmail.com

***** Associate Professor, Department of Vocational Education, Faculty of Education, Kasetsart University, e-mail: fedupnk@ku.ac.th

4 strategies to support community-based tourism management operational potential. Strategy 1: Upgrading the communication and public relations for community tourism, involving 1) communication and public relations for tourism; 2) developing learning centers towards agricultural or educational tourism; 3) promoting tourism linked to famous tourist attractions such as Wat Phikun Thong, Wat Amphawan, Bang Rachan Camp; and 4) promoting ecotourism. Strategy 2: Developing and improving the landscape of community-based tourist attractions, consisting of 1) improving the landscape of tourist attractions; 2) dam development on riverbank to block water from the Chao Phraya River; and 3) establishing an emergency plan to prevent and deal with natural disasters. Strategy 3: Enhancing personnel competency in community-based tourism management, comprising 1) promoting the use of alternative technology to substitute reliance on labor; 2) developing skills in managing community-based tourism; and 3) training and organizing a forum to exchange knowledge. And Strategy 4: Creating a network of cooperation between the community and external agencies, consisting of 1) establishing a network of cooperation and assign a network coordinator; and 2) creating a network of cooperation to increase public relations channels that help decrease communication gap.

The results of this study can be used as a guideline for tourism management that is consistent and appropriate with the context of the community.

1. บทนำ

ตำบลหัวป่าตั้งอยู่ในอำเภอรพรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี เป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านสภาพดินเหมาะสำหรับการเพาะปลูก เกษตรกรรม ตำบลหัวป่าเป็นชุมชนต้นกำเนิดของคำว่า “แม่ครัวหัวป่า” เพราะเมื่อคราวรับเสด็จประพาสต้นล้นเกล้ารัชกาลที่ 5 พระองค์ทรงโปรดเครื่องเสวยทั้งสำรับหวานที่ชาวบ้านหัวป่าทำถวายเป็นอย่างมาก จึงพระราชทานชื่อคณะแม่ครัวว่า “แม่ครัวหัวป่า” ในครั้งนั้นพระองค์โปรดแกงบวนเนื่องจากมีรสชาติอร่อยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว “แกงบวน” จึงเป็นอาหารที่ขาดไม่ได้ในสำรับอาหารตำรับแม่ครัวหัวป่า (ไทยรัฐออนไลน์, 2566) ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชนตำบลหัวป่ามาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 จนถึงปัจจุบัน ผลการวิเคราะห์ชุมชนพบว่าคนในชุมชนมีความต้องการพัฒนาศักยภาพไปสู่ชุมชนท่องเที่ยว โดยที่ผ่านมาตำบลหัวป่าเคยมีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรม ซึ่งเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยรัฐบาลมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมการดำเนินงาน ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากไม่ประสบผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร (กระทรวงมหาดไทย, กรมการพัฒนาชุมชน, 2561, น. 2) อีกทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และแหล่งท่องเที่ยวบางจุดเข้าสู่ระยะเสื่อมโทรม เนื่องจากไม่ได้รับการพัฒนา จากข้อมูลพบว่าใน พ.ศ. 2566 จังหวัดสิงห์บุรีมีจำนวนนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี จำนวน 749,436 คน เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2565 คิดเป็น 21.72% และมีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 1,059 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567, น. 1) อีกทั้งปัจจุบัน คณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติได้ผลักดันโครงการซอฟต์แวร์ใน 11 สาขา ซึ่งพบว่าในสาขาเฟสดีวิล อาหารและการท่องเที่ยวได้รับงบประมาณสูงถึง 2,758.84 ล้านบาท คิดเป็น 52.14% ซึ่งมากกว่าครึ่งหนึ่งของงบประมาณในการขับเคลื่อนทั้งหมด (ฐานเศรษฐกิจออนไลน์, 2567) จึงแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและมุ่งหวังให้ซอฟต์แวร์เป็นอีกพลังสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศ

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสดีที่จะฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้กลับมามีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังนั้น จึงควรดำเนินการศึกษาสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนาซอฟต์แวร์ของไทย เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลหัวป่า ดำเนินการจัดประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานในปัจจุบัน การสัมภาษณ์และการจัดประชุมกลุ่ม (focus group) โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 33 คน ได้แก่

- 1) กลุ่มผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 5 คน
- 2) ผู้แทนจากองค์กรภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานพัฒนาชุมชน อสม. อบต. อบจ. และนักการเมืองท้องถิ่น จำนวน 8 คน
- 3) ผู้แทนจากภาคประชาชน ซึ่งเป็นตัวแทนสมาชิกในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเห็ด กลุ่มน้ำพริก กลุ่มจักสาน ผักตบชวา กลุ่มเกษตรปลอดภัย และกลุ่มกิจกรรมที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ จำนวน 20 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การสำรวจ (survey) การสังเกตการณ์ (observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการจัดประชุมกลุ่ม (focus group) ประเมินคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลหัวป่า ใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงและน่าเชื่อถือ มีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 33 คน โดยเนื้อหาการสัมภาษณ์มีประเด็นเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยวตามแนวคิดของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552, น. 14-15)

2) การศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินงานและสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จัดประชุมกลุ่มครั้งละ 8-15 คน เพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ร่วมกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จำแนกผู้ให้ข้อมูลหลักตามสถานภาพบุคคล กลุ่มอาชีพและกิจกรรมที่ดำเนินการ

3) การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ด้วยเครื่องมือ TOWS matrix และเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสำรวจ (survey) การสังเกตการณ์ (observation) ในพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการจัดประชุมกลุ่ม (focus group)

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด ทฤษฎีเอกสาร บทความวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการวิจัย อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจและนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) และตรวจสอบคุณภาพความถูกต้องของข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation method) ได้แก่ 1) การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่และบุคคล เพื่อพิจารณาว่าถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ 2) การตรวจสอบข้อมูลว่าถ้าเปลี่ยนผู้เก็บข้อมูลจะได้ข้อมูลที่ตรงกันหรือไม่ และ 3) การตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูลว่าวิธีที่ต่างกัน เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์และการใช้เอกสารจะได้ผลเหมือนเดิมหรือไม่และนำเสนอในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

4. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ซอฟต์แวร์ (Soft power)

ซอฟต์แวร์ (Soft power) หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดหรือสร้างการมีส่วนร่วมโดยปราศจากการข่มขู่ผ่านการเผยแพร่วัฒนธรรม เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีอิทธิพลเหนือความคิดของประชาชน และสังคมภายในประเทศอื่น ความสำเร็จของซอฟต์แวร์ขึ้นอยู่กับชื่อเสียงและการไหลของสารนิเทศระหว่าง

ประเทศ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2567) ทั้งนี้ ผลการสำรวจ “Global Soft Power Index 2024” โดย Brand Finance พบว่าประเทศไทยอยู่อันดับที่ 40 ของโลกและเป็นอันดับที่ 3 ของอาเซียนรองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย ด้วย 44.8 คะแนน โดยคะแนนมาจากตัวชี้วัดหลัก 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความคุ้นเคย (Familiarity) 2) ชื่อเสียง (Reputation) และ 3) อิทธิพลที่มีต่อประเทศอื่น (Influence) (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2567) ปัจจุบันคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติได้ผลักดันโครงการซอฟต์แวร์ใน 11 สาขา ประกอบด้วยสาขาเฟสทีล อาหาร การท่องเที่ยว ภาพยนตร์ ละครและซีรีส์ กีฬา ศิลปะ เกม แฟชั่น การออกแบบดนตรีและหนังสือ ซึ่งนำร่องในสาขาอาหารและการท่องเที่ยวโดยมีภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม พบว่าใน พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 28 ล้านคน และใน พ.ศ. 2567 รัฐบาลมีการยกระดับงานสงกรานต์ให้เป็นอีเวนต์ระดับโลกและเชื่อมั่นว่าจะเป็นอีกส่วนสำคัญที่ทำให้จีดีพีไทยขยายตัวได้ประมาณ 3.2% และช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยสู่เป้าหมาย 35 ล้านคน (ฐานเศรษฐกิจออนไลน์, 2567)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร

SWOT Analysis เป็นการค้นหาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) (ปัจจัยภายใน) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) (ปัจจัยภายนอก) ที่เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงานสู่อนาคต (Vision) หลักการสำคัญของ SWOT คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ ภายในและภายนอก (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนเพื่อให้รู้ตนเอง รู้จักสภาพแวดล้อมและวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กรธุรกิจ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป จากนั้นนำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับโอกาส-อุปสรรคจากภายนอก โดยใช้เครื่องมือ TOWS matrix เพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ TOWS matrix องค์กรจะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบ ได้แก่ สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive-Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และหาประโยชน์อย่างเต็มที่ สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญกับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อขจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่างๆ และสถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป สามารถเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่นๆ แทน (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะเกษตรศาสตร์, 2567, น. 1-2)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community based tourism)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยเป็นการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการและเป็นเจ้าของกิจกรรม โดยมีความโดดเด่นของเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน โดยที่ไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตเดิมหรือทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่เดิม (ปุ่นยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล และคณะ, 2563, น. 25-26; ศศิชา หม่อมมลทิล, 2567, น. 2) หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism: CBT) ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา สร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมมีดังนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) ชุมชนยังคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนในท้องถิ่น 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน ทั้งนี้องค์ประกอบหลักของ CBT มีอยู่ 4 ด้าน คือ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ และ 4) การเรียนรู้ การทำให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการข้างต้นได้จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ในขณะเดียวกันต้องรณรงค์และกระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550 น. 20-22) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรีดังนี้

ราไพ ภูวราห์ และคณะ (2561, น. 152) พบว่าการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตำบลหัวป่า มีสัดส่วนที่น้อยเพียงร้อยละ 13.8 และพบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในวันเสาร์อาทิตย์มากที่สุด ร้อยละ 77.6 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุดคือวัด รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตลาด พิพิธภัณฑ์ โบราณสถานและสวนสาธารณะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจตามลำดับ โดยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 81.3 สอดคล้องกับฉวีจิตา ชวนเกริกกุล (Chuankekul, 2019, p. 65) พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลและไม่พักค้างคืน ได้เสนอแนะทางว่าผู้บริหารจังหวัดควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อจูงใจและชักจูงนักท่องเที่ยวและปรับปรุงการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ให้น่าสนใจ เช่นเดียวกับสุพาดา สิริกุตตา (2557, น. 216) ได้เสนอว่าหน่วยงานภาครัฐควรกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท และลพบุรี และควรบรรจุเทศกาลกินปลาในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด นอกจากนี้ศรีณพร ชวนเกริกกุล และปริณู ลักษิตามาต (2562, น. 9) ได้เสนอว่าควรส่งเสริมและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น พัฒนาป้ายบอกทางให้มีความชัดเจน ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การจ้างชาวสาร การเพิ่มพูนศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวด้วยการจัดอบรมทักษะ การปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ สอดคล้องกับอริบ จันทรสุริย์ และคณะ (2563, น. 142) พบว่าควรให้ความสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับพ่อค้า แม่ค้าและชุมชน การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในการส่งเสริมการสร้างมูลค่าให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยกวิณธิดา ลอยมา (2563, น. ก) พบว่า

การเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยและด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามียุทธศาสตร์ต่อการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากที่สุด โดยนำเสนอแนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาดังนี้

- 1) การเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบความปลอดภัย
- 2) การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับคนในพื้นที่
- 3) การเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถประจำทางให้ครอบคลุมการเดินทาง
- 4) การเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและควบคุมการเข้ามาของแรงงานต่างชาติในภาคบริการ และ
- 5) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดการเรียนรู้

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดสิงห์บุรีเป็นจังหวัดที่น่าสนใจและมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งวัฒนธรรม อาหารและการเกษตร ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแนวทางเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนตำบลหัวป่าได้ต่อไป

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการศึกษาศภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

จากการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ผลการศึกษพบว่าปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตำบลหัวป่าทั้ง 4 หมู่บ้าน ประกอบด้วย 4 รูปแบบ ดังแสดงในภาพที่ 1 ได้แก่ 1) ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วยวัด พิพิธภัณฑสถานเมืองพรหมบุรี ศาลพ่อปู่ปากน้ำโพ กิจกรรมแห่หลวงพ่อม้วนในวันสงกรานต์ กิจกรรมวันเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5 และผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา 2) ด้านอาหาร ประกอบด้วยอาหารตำรับแม่ครัวหัวป่า น้ำพริกแม่สุวรรณ แม่ครัวหัวป่า 3) ด้านการเกษตร ประกอบด้วยศูนย์การเรียนรู้เกษตรปลอดภัยและศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง และ 4) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประกอบด้วยหนองหัวดอนและหนองสาหร่าย ซึ่งเป็นหนองสาธารณะในเขตหมู่ที่ 1 ถึงหมู่ที่ 4 มีสภาพเป็นธรรมชาติ บรรยากาศร่มรื่น ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่าตำบลหัวป่าสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดยมีทั้งอาหารตา อาหารปาก อาหารใจและอาหารสมองและยังมีกำลังคนที่มีพร้อมในการพัฒนาศักยภาพไปสู่การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อนโยบายรัฐบาลในปัจจุบันที่กำลังผลักดันซอฟต์แวร์ ให้กลายเป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดคนทั่วโลกให้เข้ามาเที่ยว มาทำงานและมาใช้ชีวิตในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่าตำบลหัวป่ามีทรัพยากรที่ตอบสนองต่อนโยบายซอฟต์แวร์ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ การท่องเที่ยว (วัด พิพิธภัณฑสถาน ศูนย์เรียนรู้ หนองหัวดอนและหนองสาหร่าย) อาหาร (ตำรับแม่ครัวหัวป่า) เฟสติวัล (กิจกรรมวันเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5 และแห่หลวงพ่อม้วนในวันสงกรานต์) และแฟชั่นการออกแบบ (ผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวา) ซึ่งสามารถพัฒนาศักยภาพไปสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืนได้

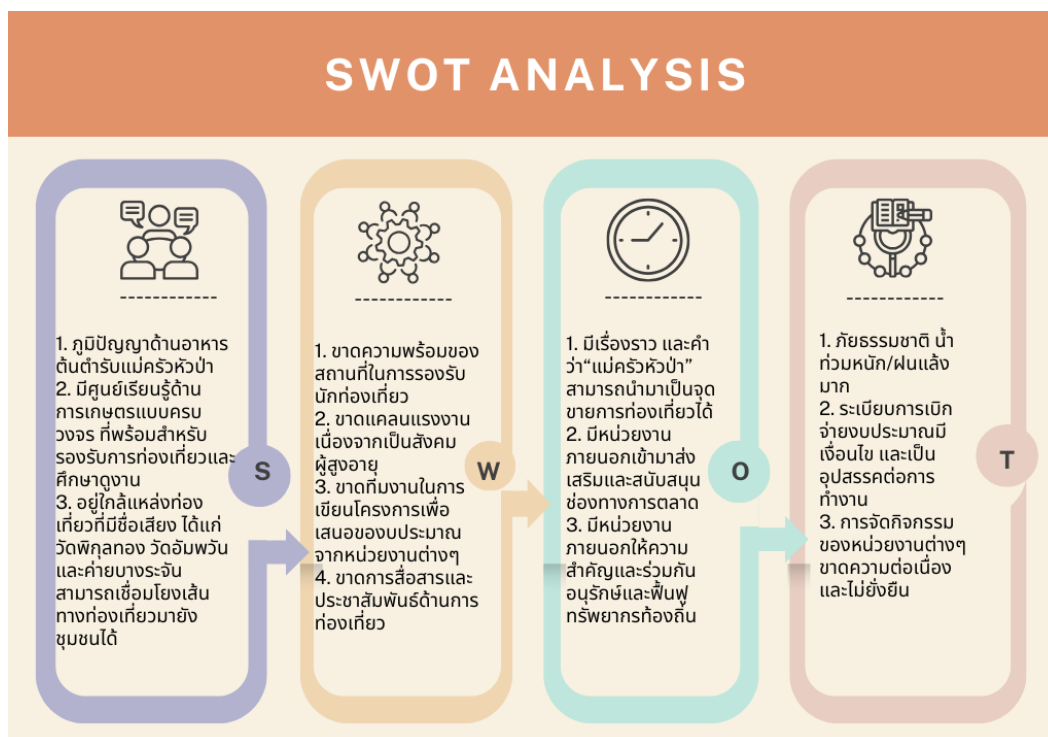


ภาพที่ 1. ทรัพยากรท่องเที่ยวตำบลหัวป่า อำเภอรพรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

5.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตำบลหัวป่า อำเภอรพรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการระดมความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในปัจจุบันและร่วมกันประเมินศักยภาพตนเองต่อการพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT Analysis ร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าสถานการณ์ปัจจุบันด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลหัวป่ามีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพ สามารถสรุปข้อมูลได้ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2. ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (SWOT Analysis)

ตำบลหัวป่า อำเภอพรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

5.3 ผลการหากลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

หลังจากดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วย SWOT analysis แล้ว จึงนำข้อมูลมาร่วมกันหาแนวทางและกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยใช้เครื่องมือ TOWS matrix ได้แนวทางในการพัฒนาศักยภาพในกลยุทธ์เชิงรุก จำนวน 3 แนวทาง กลยุทธ์เชิงแก้ไข จำนวน 5 แนวทาง กลยุทธ์เชิงป้องกัน จำนวน 3 แนวทาง และกลยุทธ์เชิงรับ จำนวน 4 แนวทาง โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1 แสดงกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหัวป่า อำเภอพรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน จึงสรุปได้ว่าการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหัวป่าควรมีกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับการสื่อสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

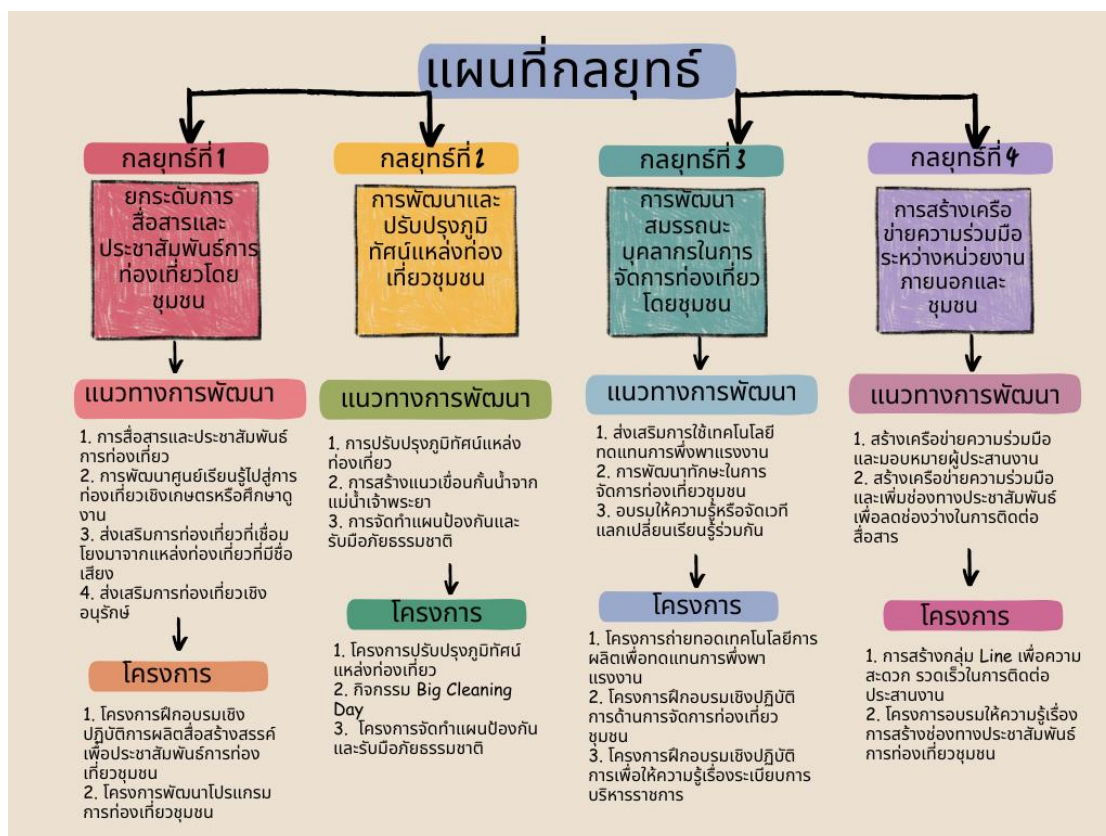
กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายนอกกับชุมชน

จากข้อมูลกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาเรียบเรียงและเชื่อมโยงจัดทำเป็นแผนที่กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหัวป่า อำเภอพรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์แผนงาน โครงการและกิจกรรมดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง Strengths (S)	จุดอ่อน Weaknesses (W)
	S1 ภูมิปัญญาด้านอาหารของคนรุ่นเก่า ต้นตำรับแม่ครัวหัวป่า S2 มีศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรแบบ ครบวงจรที่พร้อมสำหรับรองรับ การท่องเที่ยวและศึกษาดูงาน S3 อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดพิบูลทอง วัดอัมพวัน และค่ายบางระจัน สามารถเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวมายังชุมชนได้	W1 ขาดความพร้อมของสถานที่ ในการรองรับนักท่องเที่ยว W2 ขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากเป็น สังคมผู้สูงอายุ W3 ขาดทีมงานในการเขียนโครงการ เพื่อเสนอของบประมาณ จากหน่วยงานต่างๆ W4 ขาดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยว
โอกาส Opportunities (O) O1 มีเรื่องราวและคำว่า “แม่ครัวหัวป่า” เป็นที่รู้จัก ของตลาด สามารถนำมา เป็นจุดขายการท่องเที่ยวได้ O2 มีหน่วยงานภายนอกเข้ามา ส่งเสริมและสนับสนุนช่องทาง การตลาด O3 มีหน่วยงานภายนอก ให้ความสำคัญและร่วมกัน อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากร ท้องถิ่น	กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา เชิงรุก (SO) S1-O1 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว S2-O3 การพัฒนาศูนย์เรียนรู้ไปสู่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือศึกษาดูงาน S3-O2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง มาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น วัดพิบูลทอง วัดอัมพวัน ค่ายบางระจัน	กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา เชิงแก้ไข (WO) W1-O1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ W1-O3 การปรับปรุงภูมิทัศน์ แหล่งท่องเที่ยว W2-O3 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีทดแทน การพึ่งพาแรงงาน W3-O3 การพัฒนาทักษะ ด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน W4-O1,2 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว
อุปสรรค Threats (T) T1 ภัยธรรมชาติ น้ำท่วมหนัก/ ฝนแล้งมาก T2 ระเบียบการเบิกจ่ายงบประมาณ มีเงื่อนไขและเป็นอุปสรรค ต่อการทำงาน T3 การจัดกิจกรรมของหน่วยงาน ต่างๆ ขาดความต่อเนื่อง และไม่ยั่งยืน	กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา เชิงป้องกัน (ST) S1-T1 การจัดทำแผนป้องกันและรับมือ ภัยธรรมชาติ S1,2,3-T2 อบรรมให้ความรู้หรือจัดเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน S2,3-T2,3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือ และมอบหมายผู้ประสานงาน เพื่อลดช่องว่างในการติดต่อสื่อสาร	กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา เชิงรับ (WT) W1-T1 การสร้างแนวเชือกกันน้ำ จากแม่น้ำเจ้าพระยา W2-T1 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีทดแทน การพึ่งพาแรงงาน W3-T2 อบรรมให้ความรู้หรือจัดเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน W4-T3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือ และเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3. แผนที่กลยุทธ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

6. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลหัวป่า พบว่าปัจจัยภายในของชุมชนหัวป่านั้นมีจุดแข็งที่สำคัญคือ คำว่า “แม่ครัวหัวป่า” และภูมิปัญญาด้านอาหารของคนรุ่นเก่า คนในชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม มีศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรแบบครบวงจรที่พร้อมสำหรับรองรับการท่องเที่ยวและศึกษาดูงาน ที่สำคัญคืออยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ วัดพิบูลทอง วัดอัมพวันและค่ายบางระจัน จึงสามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวมายังชุมชนได้ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมจังหวัดสิงห์บุรี พ.ศ. 2562 ที่พบว่าจังหวัดสิงห์บุรีมีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หลายยุคหลายสมัย ได้แก่ เมืองโบราณบ้านคูเมือง เต่าแม่น้ำน้อย ค่ายบางระจันและแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา มีวัดที่มีเกจิชื่อดัง เป็นแหล่งปฏิบัติธรรมและมีโบราณสถาน มีการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม และที่สำคัญพื้นที่สิงห์บุรีเป็นที่ราบลุ่ม ทรัพยากรดินมีความอุดมสมบูรณ์ปานกลาง พื้นที่ปลูกข้าวมีความเหมาะสมและมีระบบชลประทานครอบคลุมพื้นที่การเกษตรของจังหวัด ร้อยละ 83 อีกทั้งมีโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนด้านการเกษตรและการแปรรูปผลผลิตอีกด้วย เช่นเดียวกับสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 (ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง) พบว่าจุดแข็งของพื้นที่คือ มีองค์ความรู้ด้านการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งศูนย์วิจัยด้านข้าว พืชไร่ ปศุสัตว์ ประมงและศูนย์ปราชญ์ชาวบ้าน มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการคมนาคมขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำ สามารถเชื่อมโยงกระจายสินค้าและมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ธรรมชาติ เกษตรและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

สำหรับจุดอ่อนของชุมชน คือ ขาดความพร้อมของสถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมค่อนข้างแคบและไม่สามารถขยายเส้นทางได้ รวมทั้งมีปัญหาเรื่องขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากเป็นสังคมผู้สูงอายุ และขาดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดี ซึ่งจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมจังหวัดสิงห์บุรี พ.ศ. 2562 พบว่าการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไม่ครอบคลุมและไม่เชื่อมโยงเพียงพอ แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญยังไม่โดดเด่น และยังขาดเรื่องเล่าและองค์ความรู้มาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมภายในจังหวัดบางส่วนยังไม่ได้มาตรฐานและขาดความปลอดภัย ประชากรผู้สูงอายุ คนพิการ เด็กพิการและผู้ด้อยโอกาสขาดการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกับสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 พบว่าจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ คือ ขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในวงกว้างแก่ชาวไทยและชาวต่างชาติและกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลายและจูงใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

สำหรับปัจจัยภายนอก พบว่าชุมชนมีโอกาสนในการใช้คำว่า “แม่ครัวหัวป่า” ในการสร้างจุดขายการตลาดและการท่องเที่ยวได้ ซึ่งในปัจจุบันมีหลายหน่วยงานเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนช่องทางการตลาดให้ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญและร่วมกันอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรท้องถิ่น สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมจังหวัดสิงห์บุรี พ.ศ. 2562 พบว่านักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อสูงขึ้นและมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้าวัฒนธรรมมากขึ้น ก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาดสำหรับสินค้าท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และสุดท้ายพบว่าชุมชนมีอุปสรรคที่สำคัญคือ ปัญหาภัยธรรมชาติ น้ำท่วมหนัก ฝนแล้งมาก ผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหาย ส่งผลต่อการประกอบอาชีพและรายได้ครัวเรือน นอกจากนี้การจัดกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ มักขาดความต่อเนื่องและไม่ยั่งยืน สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมจังหวัดสิงห์บุรี พ.ศ. 2562 พบว่าภัยคุกคามที่สำคัญคือ ภัยธรรมชาติ (อุทกภัย ภัยแล้ง การแพร่ระบาดของศัตรูพืช) และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่นเดียวกับสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 รายงานว่าอุปสรรคของพื้นที่คือการจัดการน้ำ ต้นทุนในอนาคตมีผลกระทบทำให้จังหวัดมีปัญหาเรื่องน้ำ ทั้งปัญหาน้ำท่วม ภัยแล้งและภาวะโลกร้อน

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลักได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis มาร่วมกันหาแนวทางและกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยใช้เครื่องมือ TOWS matrix นำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จัดกลุ่มและลำดับความสำคัญของเนื้อหา วิเคราะห์ จำแนกและสรุปประเด็นสำคัญ ผลการศึกษาพบว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหัวป่าควรพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานโดยใช้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับการสื่อสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน สอดคล้องกับชนินทร์ สาธณภักดี (2561, น. 39) ที่พบว่าการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีควรเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและมีการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับเส้นทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับศรัณพร ชวนเกริกกุล และปริญ ลักษิตามาต (2562, น. 9) ที่พบว่าแนวทางการยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยชุมชนควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการรณรงค์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน สอดคล้องกับศรัณพร ชวนเกริกกุล และปริญ ลักษิตามาต (2562, น. 9) ที่พบว่าแนวทางการยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี

โดยชุมชนควรมีการส่งเสริมและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น พัฒนาป้ายบอกทางให้มีความชัดเจนและการปรับปรุงภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่นเดียวกับชนินทร์ สวณภักดี (2561, น. 39) ที่พบว่าควรมีการปรับปรุงด้านการคมนาคมขนส่งสาธารณะ การปรับปรุงและเพิ่มจำนวนร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการกระจายรายได้และจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นต่อไป

กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สอดคล้องกับอริป จันท์สุริย์ และคณะ (2563, น. 142) ที่เสนอว่าควรให้ความสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับพ่อค้า แม่ค้าและชุมชน ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอก สอดคล้องกับสุพาดา สิริกฤตดา (2557, น. 216) ที่ได้ศึกษาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี ผลการวิจัยพบว่าความคุ้มค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ ร้อยละ 32.6 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการบอกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี ร้อยละ 38.4 และเสนอว่าหน่วยงานภาครัฐควรกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 4 จังหวัดรวมกันได้แก่ จังหวัดอ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท และลพบุรี นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและผู้ที่มีส่วนได้เสียของจังหวัดสิงห์บุรีควรจัดหาสถานที่เพื่อสร้างพิพิธภัณฑ์และนำวัตถุโบราณวัฒนธรรมหนังใหญ่ วัฒนธรรมชาวไทยพวน มาเก็บสะสมไว้และควรจัดเทศกาลกินปลาและขนมเปี๊ยะร่วมกันและนำไปรวมบรรจุลงในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ สังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และการจัดประชุมระดมความคิดเห็น พบว่าตำบลหัวป่าเป็นชุมชนเกษตรกรรมและมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สามารถนำชื่อเสียงของคำว่า “แม่ครัวหัวป่า” มาสร้างจุดขายทางการตลาดได้ จึงควรพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับสถานที่ที่มีชื่อเสียง หรือพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบการศึกษาดูงาน ทั้งนี้ จริยา สุพรรณ และคณะ (2566, น. 285) พบว่าแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชนบทสามารถจัดกลุ่มแนวคิดตามบริบทของชุมชนได้เป็น 5 แนวคิดที่สำคัญ คือ 1) การท่องเที่ยวเพื่อการสืบทอดภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรม 2) การท่องเที่ยวเพื่อการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน 3) การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4) การท่องเที่ยวเพื่อสร้างความภาคภูมิใจในวิถีชุมชนจากการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก 5) การท่องเที่ยวเพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพและทักษะความรู้ของคนในชุมชน ทั้งกลุ่มเด็ก เยาวชนและกลุ่มผู้ใหญ่ สอดคล้องกับกวีนิธิดา ลอยมา (2563, น. ก) ที่ได้ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองของไทย กรณีศึกษาจังหวัดสิงห์บุรี และเสนอแนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ดังนี้ 1) แนวทางการเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบความปลอดภัย 2) แนวทางการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับคนในพื้นที่ 3) แนวทางการเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถประจำทางให้ครอบคลุมการเดินทาง 4) แนวทางการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและควบคุมการเข้ามาของแรงงานต่างชาติในภาคบริการ และ 5) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดการเรียนรู้ ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

7. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

7.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนาซอฟต์แวร์ของไทย 4 กลยุทธ์ โดยควรเริ่มจากกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเข้าสู่ระยะเสื่อมโทรมและขาดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยงบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเขียนโครงการให้ผู้เกี่ยวข้องเพื่อเสนอของบประมาณต่อไป เมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมแล้ว จึงดำเนินการต่อในกลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีให้กับคนในชุมชน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตรและสถานศึกษาต่างๆ โดยสามารถดำเนินงานไปพร้อมกับกลยุทธ์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายนอกกับชุมชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในการขอความอนุเคราะห์วิทยากรมาอบรมให้ความรู้และขอความร่วมมือในการมาใช้ประโยชน์พื้นที่ เช่น การใช้ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงและศูนย์การเรียนรู้เกษตรปลอดภัยเป็นสถานที่ศึกษาดูงาน หรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน เมื่อพัฒนาพื้นที่พัฒนาคนและสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งแล้ว จึงดำเนินการในกลยุทธ์ที่ 1 ยุทธศาสตร์สื่อสารและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งตำบลห้วยป่ามีจุดแข็งคือชื่อเสียงของคำว่า “แม่ครัวห้วยป่า” ซึ่งสามารถนำมาสร้างจุดขายทางการตลาดได้ ดังนั้นจะเห็นว่าตำบลห้วยป่านี้มีศักยภาพในการเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร อาหารและวัฒนธรรมที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมาจากแหล่งท่องเที่ยวหลักที่มีชื่อเสียงและมีศักยภาพในการตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนาซอฟต์แวร์ของไทย ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

7.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้และการวิจัยต่อไป ดังนี้

1) การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตการณ์ การประชุมกลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกควรแบ่งกลุ่มบุคคลให้มีสถานภาพใกล้เคียงกัน เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีอิสระทางความคิดและสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่แท้จริงจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อรับทราบความรู้สึกและความพึงพอใจ สภาพปัญหาที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนด ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนานโยบายต่อไปในอนาคต

2) ภาครัฐควรประสานทุกหน่วยงานให้ร่วมมือและให้การสนับสนุนหมู่บ้านท่องเที่ยว เช่น การกำหนดสถานที่ในการศึกษาดูงาน ควรมีการไปเยี่ยมชมหมู่บ้านท่องเที่ยวด้วย เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งควรกำชับให้ทุกส่วนราชการให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือทั้งเครื่องมือ บุคลากรและการประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยเหลือการดำเนินงานของหมู่บ้านท่องเที่ยวให้ดำเนินการด้วยความสะดวกราบรื่นมากยิ่งขึ้น

3) ควรนำผลการศึกษามาทดลองปฏิบัติ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนที่มีต่อกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เพื่อดูแนวโน้มของความพึงพอใจของบุคคลแต่ละประเภทที่มีต่อสถานที่และโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชน

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (25 มีนาคม 2567). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2567. <https://www.mots.go.th/news/category/760>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2550). คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. ศรีเมืองการพิมพ์.
- กระทรวงมหาดไทย. กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). คู่มือการบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี. กองแผนงาน กรมการพัฒนาชุมชน.
- กวนธิดา ลอยมา. (2563). แนวทางการเสริมสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเมืองรองของไทย กรณีศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จริยา สุพรรณ, รกัส ศิลป์ศรีกุล, พิมพ์นันทน์ รอดทุกข์, และสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2566). ถอดบทเรียนการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชนบทผ่านมุมมองชุมชนท้องถิ่น. วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ, 30(2), 267-290.
- ชนินทร สอนภักดี. (2561). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรี. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 9(1), 39-50.
- ฐานเศรษฐกิจออนไลน์. (2567, 10 มกราคม). “อาหาร-ท่องเที่ยว”หนุน “ซอฟต์แวร์”เพิ่มรายได้ประเทศ 4 ล้านล้าน. <https://www.thansettakij.com/business/economy/585432>
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. วิทยาลัยพัฒนาการปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566, 2 กุมภาพันธ์). เปิดตัว “แม่ครัวหัวป่า” คำนี้มีความหมายที่สิงห์บุรี. <https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/thaitravel/1421800>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2567, 8 มีนาคม). เปิดอันดับโลกด้านซอฟต์แวร์ อเมริกาครองแชมป์ประเทศไทยอยู่ที่ 40. <https://www.prachachat.net/d-life/news-1517922>
- ปุ่นยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล, ขวัญ ฤกษ์, ชมพูนุช จิตติถาวร, และสหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล. (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 10(3), 22-33.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะเกษตรศาสตร์. (2567, 12 กุมภาพันธ์). หลักการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis). <https://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/uploadSWOT.pdf>
- จำเริญ ภูวราช, สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, รกัส ศิลป์ศรีกุล, รัตนพล ชื่นคำ, วัชรภรณ์ อาจหาญ, วิมลวรรณ ไสยมรรคา, จุไรรัตน์ อินทรโอสธ, และจุฑารัตน์ พนาสุวรรณ์รัตน์. (2561). การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0 (น. 149-157). คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2567). ซอฟต์แวร์. <https://th.wikipedia.org/wiki/ซอฟต์แวร์>
- ศรินทร์พร ขวณิกกุล, และปริญ ลักษิตามาต. (2562). การยกระดับตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีโดยชุมชน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 9(2), 9-17.

- ศศิชา หมดมลทิล. (2567, 12 มีนาคม). *ท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีสู่ความยั่งยืน*. หน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจฐานราก ส่วนเศรษฐกิจฐานรากศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2019/10/GR_report_travel_detail.pdf
- สุพาดา สิริภูตดา. (2557). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 17, 215-230.
- อชิป จันท์สุริย์, สุดสันต์ สุทธิพิศาล, และขวัญฤกษ์ ฆนออนคราม. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลาดไทยย้อนยุคบ้านระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. *วารสารที่ทัศนวัฒนธรรม*, 19(2), 141-162.
- Chuankrerkkul, S. (2019). Guidelines for enhancing the cultural tourism marketing in Singburi province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 12(2), 65-72.