



การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว
โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ
“หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ของจังหวัดนนทบุรี

Strategies for tourism development by promoting local identity in
Nonthaburi Province as part of the project
“One destination, one local experience”

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรท้องถิ่นผ่านการขับเคลื่อนโครงการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า ภายใต้ความร่วมมือของภาครัฐและภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ถือเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจฐานราก งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยวหนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี พร้อมทั้งประเมินผลการดำเนินงานของโครงการเพื่อสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต ระเบียบวิธีวิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 คน ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ภาครัฐและตัวแทนชุมชนในพื้นที่ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Thematic Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า โครงการดังกล่าวสามารถดึงศักยภาพด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี โดยเฉพาะวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ วิถีชาวสวน และตลาดพื้นถิ่น มาพัฒนาเป็นเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยว โดยการพัฒนาและอบรมเยาวชนในชุมชนให้เป็นนักสื่อความหมายเชิงท้องถิ่น โดยใช้กระบวนการเล่าเรื่อง (Storytelling) เป็นเครื่องมือสื่อสารนำไปสู่การสร้างเสน่ห์ของพื้นที่และความประทับใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ โครงการยังส่งผลให้เกิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในชุมชนอย่างชัดเจน และประชาชนในพื้นที่เกิดการมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาโครงการท่องเที่ยวในระยะต่อไป ได้แก่ การส่งเสริมเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน การพัฒนาตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และการเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : กลยุทธ์ การพัฒนาท่องเที่ยว อัตลักษณ์ท้องถิ่น นนทบุรี

Abstract

The development of local personnel capacity through the implementation of value-based tourism projects through collaboration between government agencies and tourism networks serves as a crucial mechanism for strengthening the grassroots economy. This study aims to explore strategies for developing the tourism economy by promoting the distinctive local identity under the “One destination, One Local Experience” initiative in Nonthaburi Province. It also seeks to evaluate the implementation outcomes of the initiative in order to synthesize policy recommendations for sustainable tourism development in the future. A qualitative research methodology was employed involving in-depth interviews and focus group discussions with 20 key informants, including government officials and local community representatives. Data were analyzed using thematic analysis.

The findings reveal that the project effectively leveraged Nonthaburi’s unique local identities, such as riverside lifestyles, orchard-based ways of life, and traditional local markets, as core elements in designing valuable tourism routes and activities. One aspect of the project, the training of local youth to become cultural interpreters through the use of storytelling as a communication tool, enhanced the attractiveness of the area and enriched tourist experiences. Additionally, the initiative contributed to the establishment of a more systematic tourism management structure, clarified community roles, and fostered active local participation.

Policy recommendations for future tourism project development include enhancing cultural tourism linkages, promoting creative tourism activities, upgrading local products and services, developing niche markets, and continuously building the capacity of local tourism entrepreneurs.

Keywords: Strategies, tourism development, local identity, Nonthaburi province

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้
อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ของจังหวัด
นนทบุรี สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ในการนี้ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักให้การให้ข้อมูล ได้แก่
ภาคชุมชนในจังหวัดนนทบุรี นักวิชาการ และหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง (ท่องเที่ยวกีฬานนนทบุรี)
ที่ยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย ร่วมกิจกรรมวิจัย และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่งานวิจัย ทำให้งานวิจัยเสร็จ
สมบูรณ์ตามเป้าหมายการวิจัยที่วางไว้

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้จัดสรรงบประมาณกองทุน
เพื่อการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประจำปีงบประมาณ 2567 ให้แก่ผู้วิจัยเพื่อพัฒนา
องค์ความรู้จากงานวิจัย และนอกจากนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มทร.พระนคร
และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ประสานงานการพิจารณาจัดสรรทุน
ดังกล่าว เพื่อให้แก่นักวิจัยได้พัฒนางานวิชาการร่วมกับชุมชน ส่งมอบผลวิจัย และเผยแพร่ผลวิจัยอันเป็น
ประโยชน์ในเชิงวิชาการและเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้วิจัย

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 กลยุทธ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวไทย	5
2.2 แนวคิดด้านการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์	10
2.3 บริบทพื้นที่วิจัย: การท่องเที่ยววิถีชีวิต จังหวัดนนทบุรี	16
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
3. วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย เวลา สถานที่ทำการทดลอง	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บข้อมูล	28
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
3.4 สรุปรูปแนวทางระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์	30
3.5 จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	30

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4. ผลการวิจัย	
4.1 ผลสรุปการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้ อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี	31
4.2 ประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และสรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	40
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปกระบวนการวิจัย	49
5.2 สรุปผลการวิจัย	50
5.3 การอภิปรายผล	53
5.4 ข้อเสนอแนะ	57
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	63
ประวัติผู้วิจัย	66



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 เกณฑ์การคัดเลือกเข้า (คุณลักษณะ) ของกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 สรุปแนวทางระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์	29



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	3
2.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์	13
2.2 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี	17
2.3 ตลาดวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี	18
2.4 แหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	19
2.5 พิพิธภัณฑ์นนทบุรี ชุมชนทำน่านนท์	21



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในเชิงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว นอกจาก สถานที่ท่องเที่ยวหรือสินค้าท่องเที่ยว ที่เป็นรูปธรรม สามารถจับต้องได้แล้วนั้น ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวท้องถิ่น (Local experience) ก็นับว่ามีความสำคัญในเชิงสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนมีพลังในด้านการเป็น Soft power ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามารับประสบการณ์จากวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ ซึ่งปัจจุบัน ได้มีการจัดทำโครงการ หนึ่งหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ของแต่ละจังหวัดท่องเที่ยว ซึ่งโครงการดังกล่าว เน้นการสร้างเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการนำเสนออัตลักษณ์จุดเด่นของท้องถิ่น ต้นทุนทางวัฒนธรรมเดิมด้านประเพณี และมีความเชื่อมโยงกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรืออัตลักษณ์การท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น หรือ Soft power ของจังหวัด มาวางแผน รวบรวมนำเสนอ เป็นรายการนำเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวประทับใจ ประโยชน์ของโครงการดังกล่าวนี้ ในเชิงการพัฒนาท่องเที่ยว นับว่าเป็นกลไกทางการตลาดที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่คนในจังหวัดท่องเที่ยว ในเชิงการพัฒนาเศรษฐกิจ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ช่วยสร้างอาชีพทางการท่องเที่ยวให้ชุมชนท้องถิ่น ในมิติของการทำงานร่วมกัน โครงการนี้นับว่ามีส่วนช่วยส่งเสริมภาคีเครือข่ายคนท้องถิ่นให้มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวอีกด้วย (สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ 2566)

จังหวัดนนทบุรี เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีความหลากหลาย มีความน่าสนใจในการสร้างประสบการณ์ จากอัตลักษณ์ของเมืองนนท์ (Soft power) นนทบุรี โดยนนทบุรี แบ่งออกเป็น 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง และอำเภอไทรน้อย จากข้อมูลโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2566) กล่าวถึงจุดเด่นของเมืองนนทบุรี ว่ามีทำเลที่ตั้งโดดเด่น สะดวกในการเดินทางจากกรุงเทพฯ เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกัน การขนส่งสาธารณะเชื่อมต่อจากใจกลางเมืองหลักในกรุงเทพฯ แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ดิตริมแม่น้ำเจ้าพระยา จึงมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นทั้ง วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และด้วยภูมิศาสตร์ท่าทำเลดี จึงเหมาะกับการทำสวนผลไม้ พื้นฐาน รวมถึงสวนทุเรียนนนท์อันขึ้นชื่อจังหวัด และมีความทันสมัยในเชิงโครงสร้างพื้นฐานท่องเที่ยว เทียบเคียงกับกรุงเทพมหานคร และสำหรับโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” โดยสำนักงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนนทบุรี (2566) ได้เริ่มต้นทำการเปิดตัวเส้นทาง

ท่องเที่ยว “ริมคลองอ้อมนนท์” ในช่วงเดือนพฤษภาคม ปี 2566 โดยเริ่มต้นการจัดกิจกรรมอบรมสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวริมฝั่งคลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี โดยเน้นทุนวัฒนธรรม ประเพณีวิถีริมคลอง การส่งเสริมการใช้ Soft power ประโยชน์ของโครงการดังกล่าว เป็นการช่วยส่งเสริมศักยภาพท่องเที่ยว กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว และการบูรณาการทำงานท่องเที่ยวภายในภาคีเครือข่ายท่องเที่ยวเมืองนนท์ (สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ 2566)

จากแนวคิดและประโยชน์ของโครงการดังกล่าวในการใช้ทุนวัฒนธรรม และอัตลักษณ์มาส่งเสริมการท่องเที่ยว และศักยภาพของจังหวัดนนทบุรี กอปรกับ ความต้องการของผู้วิจัยในการค้นคว้าเพื่อพัฒนาความรู้ประเด็นเศรษฐกิจท่องเที่ยว และการจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลวิจัยที่สะท้อนมุมมองด้านการพัฒนาท่องเที่ยว สามารถมอบเป็นประโยชน์แก่ภาครัฐหรือชุมชนเพื่อกำหนดแนวทางนโยบายพัฒนาท่องเที่ยวจังหวัดได้จริง จึงทำให้ผู้วิจัย มีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่นตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และประเมินความสำเร็จของโครงการดังกล่าว ตลอดจนขอเสนอแนะ เพื่อให้ผู้สนใจ นักวิชาการที่ต้องการพัฒนาท่องเที่ยว นำข้อมูลไปใช้ในเชิงการจัดโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว หรือต่อยอดในการพัฒนาจังหวัดนนทบุรี หรือเป็นต้นแบบให้จังหวัดอื่นๆ ได้พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเข้มแข็ง และยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี และสรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

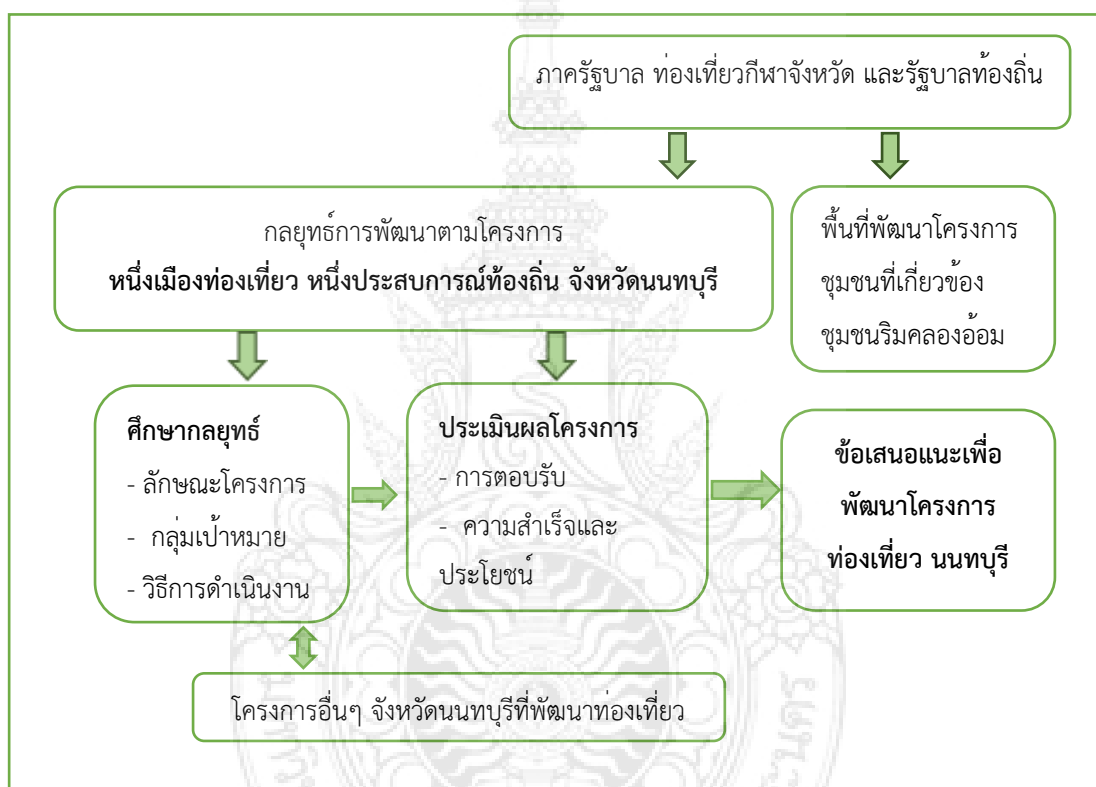
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาวิจัย สำหรับกรอบเนื้อหาในงานวิจัย คณะวิจัยได้ศึกษา และทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี และเส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายใต้การจัดการโครงการท่องเที่ยวเมืองนนทบุรีโดยภาครัฐบาล

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยศึกษาพื้นที่ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งนนทบุรีนับเป็นพื้นที่วิจัยในเครือข่ายการพัฒนาวิชาการและวิจัย ของ มทร.พระนคร

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากร และผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มชุมชนและคนท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญอันเป็นตัวแทนของภาครัฐ และชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัยดังกล่าวจำนวน 20 ท่าน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา โครงการวิจัยนี้กำหนดภายใต้กรอบระยะเวลาสัญญา จำนวน 12 เดือน (งบประมาณ 2567) และขยายระยะเวลาวิจัยจนระยะเวลาวิจัยสิ้นสุดกันยายน 2568

1.4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1.1 ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการศึกษาที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์กลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินโครงการพัฒนาท่องเที่ยวโดยหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีชุมชนเป้าหมาย ได้แก่ ชุมชนริมคลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่ศึกษา ทั้งนี้ การวิจัยมุ่งเน้นการศึกษารายละเอียดและลักษณะของกลุ่มเป้าหมายตามแนวทางของโครงการ "หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น" ตลอดจนประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการดังกล่าว นอกจากนี้ ยังมีการวิเคราะห์โครงการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ อันจะช่วยวางแนวทางในการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีอย่างยั่งยืน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ ได้ทราบถึงกลยุทธ์ และวิธีการจัดการโครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ผ่านการศึกษาวิจัยตาม หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และนำองค์ความรู้ในเชิงกลยุทธ์ การวางแผนโครงการของภาครัฐนี้ ไปสรุปผล เพื่อเผยแพร่เป็นบทความวิจัย เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้สนใจศึกษาค้นคว้า

2. ประโยชน์เชิงนโยบาย ภาครัฐบาลและชุมชนที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลสรุปวิจัย เกี่ยวกับโครงการ และผลประเมินความสำเร็จของโครงการท่องเที่ยว ตลอดจนข้อมูลต่างๆ เพื่อพัฒนาโครงการท่องเที่ยว หรือการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ไปเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาต่อไปได้

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีหรือกระบวนการ ในการพัฒนาสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น พัฒนาสังคม โดยการจัดทำกลยุทธ์เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบโดยผู้นำ หรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐบาล หรือความร่วมมือกันระหว่างภาคี เพื่อวางแนวทางวิธีในการพัฒนาร่วมกัน

การพัฒนาท่องเที่ยว หมายถึง การบริหารจัดการทุนทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนสังคม รวมถึงมิติการพัฒนาบนพื้นฐานการอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

อัตลักษณ์ท้องถิ่น หมายถึง วัฒนธรรมของท้องถิ่นดั้งเดิม ที่สืบทอดมาจากภูมิปัญญา หรือบรรพชน เป็นสิ่งที่สะท้อนตัวตนของกลุ่มคนหรือชุมชน อาทิ ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี หรือวิถีชีวิต โดยสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เป็นรากฐานในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มคนหรือชุมชนนั้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ของจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี และเพื่อประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี ตลอดจนสรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวตามกรอบการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมในประเด็นต่อไปนี้

- 2.1 กลยุทธ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวไทย
- 2.2 แนวคิดด้านการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์
- 2.3 บริบทพื้นที่วิจัย: การท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กลยุทธ์ และการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวไทย

2.1.1 สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2565 -2567

งานวิเคราะห์การตลาดในประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2566) ได้สรุปสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการตลาดของการท่องเที่ยวไทยในช่วงปี 2565-2566 ว่าแม้จะมีอุปสรรคต่างๆ อาทิ การผันผวนของราคาน้ำมัน อัตราเงินเฟ้อ และรอบเศรษฐกิจเฟื่องพลิกฟื้น แต่การท่องเที่ยวก็นับมีการเติบโตขึ้นอย่างเป็นระยะ โดยยอดจำนวนตัวเลข ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยมีจำนวน 151.45 ล้านคน คิดเป็นอัตราร้อยละ 88 นับว่าก้าวกระโดดจากช่วงสภาวะโควิด-19 เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งมีรายได้ทางการท่องเที่ยวอยู่ที่ 641,554 ล้านบาท พื้นที่อยู่ที่ร้อยละ 59 (กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2566) ทั้งนี้ จากยอดตัวเลขเศรษฐกิจดังกล่าว กระทรวงการท่องเที่ยวการกีฬา ตลอดจนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดเศรษฐกิจการท่องเที่ยว อาทิ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เฟส 5 มุ่งเน้นกลุ่มประชาชนคนไทยท่องเที่ยวไทย และเน้นการกระตุ้นยอดการขายของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร เพื่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายตัวทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีโครงการที่มุ่งเน้นยอดการเข้ามาท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่ “Visit Thailand Year 2023 : Amazing New Chapters” เน้นการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและความหมายให้นักท่องเที่ยวต่างชาติประทับใจ เน้นการขาย

Soft power ผ่านการตลาดดิจิทัล เน้นการสื่อสารตลาด “เที่ยวเมืองไทย Amazing ยิ่งกว่าเดิม” “การท่องเที่ยวไทย เที่ยวได้ทุกวัน” ซึ่งแคมเปญต่างๆ นี้ นอกจากเน้นการเพิ่มวันใช้จ่าย วันค้างคืน หรือการมาเที่ยวซ้ำ และบอกต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ยังเน้นนักท่องเที่ยวไทยอีกด้วย (กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสกลนคร 2566)

สำหรับสถานการณ์ปี 2567 จากข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2567 ข้อมูลโดยข่าว THE STANDARD WEALTH โดย ปิติพัฒน์ และวาราดา (2568) พบว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาจำนวนทั้งสิ้น 35.54 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาในอัตราร้อยละ 26.3 ส่งผลให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวรวมกว่า 1.67 ล้านล้านบาท แม้ว่าตัวเลขดังกล่าวจะมีแนวโน้มฟื้นตัวที่ดี แต่ยังไม่ถึงระดับก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งเคยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดอยู่ที่ 39.9 ล้านคน และสร้างรายได้รวมกว่า 1.91 ล้านล้านบาท ในด้านโครงสร้างของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนยังคงครองสัดส่วนสูงสุด โดยมีจำนวนกว่า 6.73 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 91.2 รองลงมาคือกลุ่มจากมาเลเซียและอินเดีย ซึ่งมีอัตราการเติบโตในระดับที่น่าพอใจเช่นกัน ขณะเดียวกัน ภาคนโยบายภาครัฐได้มีความพยายามในการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องผ่านมาตรการสนับสนุน เช่น การยกเว้นวีซ่า การส่งเสริม Soft Power ทางวัฒนธรรม อาหาร และการกระจายตัวสู่เมืองรอง เพื่อสร้างสมดุลและลดความแออัดของเมืองท่องเที่ยวหลัก อย่างไรก็ตาม มีข้อท้าทายที่สำคัญ อาทิ ราคาห้องพักเฉลี่ย (ADR) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นกว่า 30% ต่อปี ซึ่งอาจกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม นักวิเคราะห์จากภาคธุรกิจคาดการณ์ว่าการฟื้นตัวอย่างเต็มรูปแบบน่าจะเกิดขึ้นภายใน ปี 2568 โดยมีเป้าหมายสำคัญของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการผลักดันจำนวนนักท่องเที่ยวให้ถึง 40 ล้านคน และนำรายได้จากภาคการท่องเที่ยวกลับสู่ระดับสูงสุดก่อนวิกฤตการณ์โควิด-19 (ปิติพัฒน์ และวาราดา 2568)

โดยสรุป จากสถานการณ์ท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วงปี 2565-2567 จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีทิศทางฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องหลังจากสถานการณ์โควิด-19 หลังจากสถานการณ์เริ่มคลี่คลาย ภาคการท่องเที่ยวและการบริการกลับมาเคลื่อนไหวมากขึ้น ทั้งจากการเปิดประเทศและการเดินทางขนส่งระหว่างประเทศที่สะดวกและเป็นปกติขึ้น ข้อสำคัญจะเห็นได้ว่า ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น การยกเว้นวีซ่าและการผลักดันอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย (นโยบาย Soft Power) รวมถึงการส่งเสริมเมืองรองเพื่อกระจายรายได้ นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศกลับมาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มจากเอเชีย ชาวจีน ซึ่งเป็นตลาดหลัก การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในช่วงหลังวิกฤตการณ์

2.1.2 กลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวประเทศไทย

เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทางรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาคีรัฐบาลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ปรับปรุงนโยบาย เพื่อกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในช่วงปี 2566-2567 สรุปได้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. นโยบายการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นยอดนักท่องเที่ยว ในช่วงปีงบประมาณ 2567-2568 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการตลาด โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดทิศทางนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการกระตุ้นการเดินทางทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอ “เสน่ห์ไทย” และการยกระดับ “เมืองน่าเที่ยว” เพื่อสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย แคมเปญสำคัญในปี 2567 ได้แก่ “สุขท้าลอง 72 สไตล์” ซึ่งรวบรวมเส้นทางท่องเที่ยวใน 77 จังหวัด ผ่านแนวคิด 5 มิติ คือ Must Taste, Must Try, Must Buy, Must Seek และ Must See โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลและผู้มีอิทธิพลทางสังคม (KOLs) เพื่อกระตุ้นการเดินทางและการใช้จ่ายในชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) นอกจากนี้ ททท. ยังได้เปิดตัวแคมเปญ “Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year 2025” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและกีฬาของภูมิภาค โดยเน้นการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสิทธิพิเศษด้านบริการ (Grand Privilege) สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ กลยุทธ์เหล่านี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวเชิงปริมาณไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ยั่งยืน อันสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกในยุคหลังโควิด-19 (ผู้จัดการออนไลน์ 2568)

2. การยกเว้นวีซ่า และเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกแก่ชาวต่างชาติ ในช่วงปี 2567 รัฐบาลไทยได้ดำเนินมาตรการด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการยกเว้นวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวจากกว่า 90 ประเทศ ให้สามารถพำนักในประเทศไทยได้สูงสุด 60 วันโดยไม่ต้องขอวีซ่าล่วงหน้า จากนโยบายดังกล่าว สะท้อนถึงการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในเวทีโลก พร้อมกันนี้ ยังมีการพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ระบบ Electronic Travel Authorization (ETA) สำหรับผู้ที่ได้รับการยกเว้นวีซ่า ให้สามารถลงทะเบียนออนไลน์ล่วงหน้า เพื่อยืนยันตัวตนและตรวจสอบประวัติการเดินทาง ซึ่งช่วยให้กระบวนการอนุมัติสะดวกรวดเร็วภายใน 24 ชั่วโมง โดยยกเว้นค่าธรรมเนียม หรือมีค่าธรรมเนียมในระดับต่ำ ตลอดจนมีการปรับปรุงระบบตรวจคนเข้าเมือง โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาใช้ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการเข้าออกประเทศของนักท่องเที่ยว ระบบมีความแม่นยำและความรวดเร็วในการผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง มีเจ้าหน้าที่บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งหมด

นี้สะท้อนถึงเจตนารมณ์ของรัฐบาลไทยในการเสริมสร้างความสามารถด้านการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืน (Electronic Travel Authorization, 2567; สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2567)

3. ความร่วมมือทางภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยภาครัฐมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย มาตรการสนับสนุน โครงสร้างพื้นฐาน และการตลาดในระดับประเทศ ขณะที่ภาคเอกชนเป็นกลไกสำคัญและแรงขับเคลื่อนในเชิงปฏิบัติ ผ่านการลงทุน และพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการเพื่ออำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ทันสมัย รวมถึงพัฒนา บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ร่วมทุนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว

ในปี 2566-2567 ที่ผ่านมา มีโครงการที่ภาครัฐบาล ร่วมมือกับเอกชน เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด ภายใต้แนวคิด “Festival Hub” ซึ่งมีเป้าหมายในการจัดกิจกรรมและเทศกาลตลอดทั้งปีในทุกภูมิภาคของประเทศ ผ่านโครงการ “365 วัน มหัศจรรย์เที่ยวเมืองรอง” ในช่วงปี 2567 ตลอดทั้งปี โดยเน้นการใช้ Soft Power ของท้องถิ่น อาทิ ศิลปวัฒนธรรม อาหารพื้นถิ่น วิถีชีวิต และภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศและกระจายรายได้อย่างเสมอภาคสู่ชุมชน เน้นการตลาดสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ตลอดจนยกระดับภาพลักษณ์เมืองรองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (กรมประชาสัมพันธ์, 2566)

พร้อมกันนี้ ภาครัฐมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านคมนาคม ที่พัก ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวและยกระดับประสบการณ์การเดินทาง พร้อมทั้งสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นผ่านสิทธิประโยชน์ทางภาษี การพัฒนาทักษะ และมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อดิจิทัล และผลักดันแหล่งท่องเที่ยวของไทยเข้าสู่การรับรองในระดับมรดกโลก เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีสากล (ไทยรัฐออนไลน์, 2567)

จะเห็นได้ว่า การบูรณาการความร่วมมือในลักษณะ “Public-Private Partnership” (PPP) ช่วยลดข้อจำกัดด้านงบประมาณ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินโครงการ และเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในกระบวนการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นด้านการท่องเที่ยวชุมชน เทศกาลท้องถิ่น เมืองรอง หรือการยกระดับมาตรฐานบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ความร่วมมือดังกล่าวยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจฐานราก ลดความเหลื่อมล้ำ และผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกในระยะยาว

4. การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว

ภาครัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ทั้งในระดับประเทศ ธุรกิจ และชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการ สร้างความเข้มแข็งในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน โดยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) รัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนา “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกที่มีความยั่งยืน” โดยเน้นการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ ทั้งในมิติของ การเสริมสร้างทักษะวิชาชีพ (Upskilling) และ การยกระดับศักยภาพใหม่ (Reskilling) ให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ดำเนินโครงการฝึกอบรมพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และเยาวชนในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริม การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนให้เกิด มีคฤตศาสตร์ท้องถิ่น ที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหาร และวิถีชีวิต ซึ่งเป็นโครงการที่ถ่ายทอดประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น ผ่านตัวแทนชุมชนสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และสร้างเสน่ห์แก่ท้องถิ่นชุมชน ทั้งนี้ มีตัวอย่างนโยบายสำคัญ เช่น โครงการ “ยกระดับทักษะและสร้างอาชีพด้านการท่องเที่ยวและบริการ (Tourism & Hospitality Upskill Program)” ที่ภาครัฐบาลได้มีการพัฒนาโครงการต่างๆ ร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานท้องถิ่น และองค์กรเอกชน เพื่อพัฒนา และยกระดับแรงงานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้มีมาตรฐานสากล และสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ การจัดการข้อมูลนักท่องเที่ยว และการสร้างคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนโยบายเหล่านี้ยังสอดคล้องกับเป้าหมายของ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (พ.ศ. 2561–2580) ซึ่งระบุให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก โดยส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีบทบาทเป็น “เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว” อย่างแท้จริง

กล่าวโดยสรุป นโยบายภาครัฐมีส่วนสนับสนุนในด้านการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและภาคบริการ โดยยกระดับบุคลากรทั้งทางด้านทักษะอาชีพ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมั่นคงและยั่งยืน

5. แคมเปญส่งเสริม Soft Power และภาพลักษณ์ประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (2565) ให้ความหมายของ Soft Power ว่าเป็นพลังอำนาจเชิงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมที่สามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่น “ต้องการ” และ “ยอมรับ” ในสิ่งที่เสนอโดยปราศจากการบังคับ จุดเด่นของ Soft Power คือความสามารถในการดึงดูดใจ ทำให้เกิดการยอมรับโดยสมัครใจ ซึ่งส่งผลให้ลดแรงต้านและเปิดรับสิ่งใหม่โดยธรรมชาติ ทั้งนี้ Soft Power มิใช่เพียงการเผยแพร่

วัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่เป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่ใช้วัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างความน่าสนใจ และมูลค่าทางเศรษฐกิจ ดังที่ตร.ธัญยศ โล่ห์พัฒนานนท์ และ Nye (2004) ชี้ให้เห็นว่า Soft Power มีบทบาทสำคัญในช่วงฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเฉพาะในบริบทของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเน้นการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่มีรากฐานจากวัฒนธรรมและองค์ความรู้ของสังคม มาต่อยอดพัฒนาสินค้า บริการ และธุรกิจในรูปแบบใหม่

สำหรับนโยบายในประเทศไทย Soft Power เป็นพลังทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมอัตลักษณ์และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลได้กำหนดแนวทางการขับเคลื่อนผ่าน 11 ด้านหลัก ได้แก่ อาหารไทย ภาพยนตร์ แฟชั่น มวยไทย เทศกาล ดนตรี การท่องเที่ยว ศิลปะ วรรณกรรม การออกแบบ และการทูตแอนิเมชัน ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบที่สะท้อนความเป็นไทย และสามารถดึงดูดความสนใจจากนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการใช้วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และนวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2565; กระทรวงวัฒนธรรม 2566)

จากประเด็นกลยุทธ์ต่างๆ ที่ภาครัฐบาลได้ สนับสนุนเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยนั้น ยังมีประเด็นกลยุทธ์การส่งเสริม และกระตุ้นต่างๆ อีกมากมาย อาทิ เปิดรับกลุ่มดิจิทัลโนเมดและผู้ทำงานทางไกล เป็นการขยายวีซ่าให้แก่ต่างชาติที่มาพำนักในไทยเพื่อทางธุรกิจและครอบครัว อีกทั้งยังมีการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยว (Tourism Sandbox) การสนับสนุนเทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงอัจฉริยะ (Smart Tourism Infrastructure) และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการเติบโตของระบบนิเวศทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับการพัฒนาประเทศ

2.2 แนวคิดด้านการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

คำว่า การตลาด ในเชิงประสบการณ์ ได้ถูกนิยามโดยนักการตลาดที่มีชื่อเสียง Kotler (2012) โดย Kotler กล่าวว่า “การตลาดเชิงประสบการณ์” (Experiential Marketing) เป็นรูปแบบหนึ่งของการทำการตลาดในประเด็นการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ลูกค้า จดจำ ประทับใจ หรือเรียกว่าสร้างประสบการณ์แก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ถูกต้อง ประทับใจแล้ว ก็จะนำไปสู่ความผูกพัน หรือความภักดีในตัวสินค้าหรือองค์กร สร้างความเชื่อมั่นให้องค์กร ทั้งนี้จากนิยามแนวคิด ในเชิง การพัฒนาการตลาดเชิงประสบการณ์ มีงานวิจัยที่เชื่อมโยงทางประเด็น การท่องเที่ยว บนพื้นฐานการออกแบบประสบการณ์ดังนี้

เขมิกา อีรพงษ์ (2563) ศึกษาประเด็นการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการออกแบบประสบการณ์ โดยการศึกษาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงของการใช้วัฒนธรรมในชุมชน มาออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว เพื่อสร้างการสื่อสารทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมไปสู่ นักท่องเที่ยว และช่วยพัฒนา

ให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มวัฒนธรรม มีความเข้าใจในการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ในประเด็นของ ประสบการณ์เพื่อการท่องเที่ยว มีการสรุปเนื้อหาสำคัญว่า ไม่เพียงแต่เน้นการสื่อสารวัฒนธรรมให้กับกลุ่ม นักท่องเที่ยว ในเชิงสื่อดิจิทัลในวงแคบเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการสร้างการจัดงาน หรือสถานการณ์ต่างๆ และการ ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆ เพื่อการสื่อสาร ทักษะ ความเข้าใจในเรื่องนั้น โดยทั้งนี้สามารถใช้เทคโนโลยีในการช่วย ส่งเสริมได้ ในมิติของการจัดการท่องเที่ยว มีส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบประสบการณ์ อ่างถึง ทฤษฎีของ Hilary McLellan (2000) ได้แก่ เนื้อเรื่องที่จะสื่อสาร การใช้เทคโนโลยี และพื้นที่ที่จะสื่อสาร และมีการสรุป ขั้นตอนในการสื่อสารสร้างประสบการณ์แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (ประเมินศักยภาพและผลกระทบ) กำหนดเส้นทางท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมาย สร้างการมีส่วนร่วมชุมชนในการ ออกแบบประสบการณ์ สำหรับแนวโน้มการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยว จะมีประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องราว เกี่ยวกับ การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวเพื่อมุ่งสู่การอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวนั้น

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ (2561) ศึกษาเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ อำเภอดอนจานจังหวัดสระแก้ว โครงการวิจัยดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา สำนวจศักยภาพการท่องเที่ยวใน ลักษณะของการท่องเที่ยวประสบการณ์ เพื่อใช้มากำหนดแนวทางการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ของอำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว วิธีการวิจัยเป็นแบบวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิค SWOT ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยมีประเด็นที่สำคัญได้แก่ ด้านศักยภาพทางการท่องเที่ยวของอำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว มีความ หลากหลาย และครบครันทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และโดดเด่นด้วยวิถีชีวิตชุมชน ตัวอย่างเช่น พื้นที่ปลูก ข้าวหอม เชื้อน อ่างเก็บน้ำ พื้นที่ในโครงการพระราชดำริ ศูนย์วิจัยและประมงสระแก้ว มีเทศกาลดูผีเสื้อ ณ อุทยานแห่งชาติปางสีดา และมีพื้นที่ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ น้ำตก สำหรับประเด็นในการออกแบบการ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่น่าสนใจ ได้แก่ (1) พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว เพิ่มเรื่องเล่าทางการท่องเที่ยว (2) พัฒนาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางเชื่อมโยง (3) ส่งเสริมที่พักแบบวิถีชนบทธรรมชาติ (4) พัฒนาป้ายสื่อ ความหมาย (5) ทำเส้นทางแบบแยกประเภทตามกลุ่มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม (6) เน้นการมีส่วนร่วมชุมชน เครือข่ายภายในและภายนอกชุมชน และ (7) การพัฒนาฐานข้อมูลชุมชน ด้านการ ท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

จากตัวอย่างงานวิจัยดังกล่าว จะเห็นได้ว่า มีประเด็นเชื่อมโยงกับการออกแบบ ประสบการณ์ให้ นักท่องเที่ยวในเชิงความเชื่อมโยงกับพื้นฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวบนพื้นฐาน ความรับผิดชอบต่อทรัพยากรของตนเอง ความโดดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถออกแบบกิจกรรม ตามความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

โดยการตลาดเชิงประสบการณ์ ในแหล่งท่องเที่ยว จะเน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง การสื่อสารกับเจ้าบ้าน และการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมอย่างใกล้ชิด ซึ่งกิจกรรมที่ชุมชนออกแบบนั้นไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงหรือพักผ่อนเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมการสร้างคุณค่า การตระหนักรู้ และความยั่งยืนในมิติทางสังคมและวัฒนธรรมด้วย ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงประสบการณ์ของชุมชนควรตั้งอยู่บนฐานของการมีส่วนร่วม (participatory process) และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างสมดุล เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกพันและประทับใจในประสบการณ์ที่ได้รับ อันจะนำไปสู่การบอกต่อการกลับมาเยือนซ้ำ และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนในระยะยาว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ท้องถิ่น ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การรับรส การดมกลิ่น และการสัมผัส เพื่อสร้างการรับรู้เอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว (ณรงค์ พลธิรักษ์ และปริญญา นาคปฐม, 2560) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อังสุมาลิน จำนงชอบ และณัฐพัชร์ มณีโรจน์ (2561) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสในการมีส่วนร่วมทำกิจกรรม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ต่าง ๆ ในเชิงลึกผ่านการลงมือปฏิบัติจริง อันนำมาสู่การได้รับประสบการณ์โดยตรงจากเจ้าของพื้นที่ หรือ วัฒนธรรมนั้น ๆ และ สุรริรัตน์ เครือคนโท (2565) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ คือ การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น นอกจากนี้ Dalimunthe (2021) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ของพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง และ Yiannakou, Apostolou, Birou-Athanasidou, Papagiannakis, and Vitopoulou (2022) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการนำเสนอกิจกรรมที่ออกแบบจากทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์ของพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ อาทิ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ ประเพณี อาหาร วิถีชีวิต เป็นต้น เพื่อสร้างประสบการณ์อันมีคุณค่าทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจให้กับนักท่องเที่ยวอันนำมาสู่การสร้างแบรนด์ของพื้นที่ต่าง ๆ แบบพลวัต

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) คือการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์อันมีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การรับรส การดมกลิ่น และการสัมผัส เพื่อสร้างการ

รับรู้ในเอกลักษณ์ของพื้นที่ต่าง ๆ ในเชิงลึก และทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว

2.1.2 ลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยว

ไพฑูรย์ มนต์พานทอง และวรวิทย์ สุเมธ (2563) กล่าวว่า ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวแตกต่างจากประสบการณ์ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เนื่องจาก นักท่องเที่ยวต้องเดินทางโดยใช้ร่างกาย จิตใจ และความรู้สึกนึกคิดในการสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยว โดยประกอบไปด้วย 3 ลักษณะสำคัญดังนี้

1) ประสบการณ์การท่องเที่ยว กล่าวคือ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางไปสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ หรือสถานการณ์ที่มีความพิเศษ อาทิ การเที่ยวที่เป็นสิ่งมหัศจรรย์ของโลก เป็นต้น ซึ่งความแปลกใหม่เหล่านี้ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละบุคคล เนื่องจาก สถานที่บางแห่งอาจมีความน่าสนใจ และแปลกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่ง ในขณะที่เดียวกัน อาจไม่มีความพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่ง

2) การเที่ยวชม กล่าวคือ การรับรู้ถึงสิ่งต่าง ๆ ที่มีความหมายกับคนในพื้นที่ในเชิงความคิด หรือ วัฒนธรรม และปรากฏการณ์ สถานที่ หรือความเป็นอยู่ของผู้คนจากการเที่ยวชม ซึ่งการเที่ยวชมช่วยสร้างความเข้าใจในเชิงลึกของพื้นที่ที่ไปเยือนผ่านการรับฟังเรื่องราวที่มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมารุ่นสู่รุ่นของแต่ละพื้นที่

3) มุมมองที่แปลกใหม่ กล่าวคือ การพบเห็นมุมมอง วิถีชีวิต หรือสถานการณ์ที่แตกต่างจากชีวิตประจำวัน อาทิ การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในอดีต หรือ คนในชุมชน เป็นต้น ซึ่งการได้รับมุมมองที่แปลกใหม่จะสร้างประสบการณ์ และความเข้าใจถึงความแตกต่างของแต่ละช่วงเวลา และพื้นที่ จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยวพื้นที่ที่แตกต่างจากภูมิลำเนา

จึงกล่าวได้ว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ความเข้าใจเชิงลึกจากการเที่ยวชม และมุมมองที่แปลกใหม่จากการไปเยือนสถานที่ที่แตกต่างจากภูมิลำเนาของตนเอง การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จึงมีลักษณะพิเศษ คือ การส่งเสริมความเข้าใจ และเกิดมุมมองที่แปลกใหม่กับนักท่องเที่ยว ผ่านการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความพิเศษ และแตกต่างจากภูมิลำเนา

2.1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

Yadav et al. (2023) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ (ภาพที่ 2.1) ได้แก่



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

ที่มา: Yadav et al. (2023)

1) การลงมือทำ (Active Learning) กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ต้องเกิดประสบการณ์จากการลงมือทำกิจกรรมจริงกับคนในพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างความรู้ และความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวในอดีตที่มุ่งเน้นการฟังการบรรยาย หรือเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ เพียงอย่างเดียว

2) ความจริงแท้ (Authenticity) กล่าวคือ ประสบการณ์ที่ส่งมอบกับนักท่องเที่ยวต้องมาจากคนในพื้นที่จริง เพื่อสร้างการรับรู้ถึงตัวตนที่แท้จริงของคนในชุมชนผ่านการใช้เรื่องราว เรื่องเล่า และกิจกรรมเป็นเครื่องมือ

3) ประสาทสัมผัส (Senses) กล่าวคือ ประสบการณ์ที่ส่งมอบให้นักท่องเที่ยวควรสร้างประสบการณ์ต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน ความรู้สึก และการรับรส โดยประสบการณ์เหล่านี้จะสร้างความประทับใจที่นำจดจำให้กับนักท่องเที่ยว และนำมาสู่การยินดีจ่าย (Willingness to Pay) ในราคาที่สูงขึ้น

4) อัตลักษณ์ (Uniqueness) กล่าวคือ องค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการสร้างตัวตนของพื้นที่ โดยแต่ละพื้นที่จะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่ตั้ง และการนำเสนอ อาทิ ชายหาด ร้านอาหาร พิพิธภัณฑ์ ภูเขา เป็นต้น ตลอดจนส่งเสริมความเป็นอัตลักษณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว

5) ความท้าทายในการเข้าถึง (Exclusive Access) กล่าวคือ จุดหมายปลายทางที่ยากต่อการเข้าถึงสามารถส่งมอบประสบการณ์ได้มากกว่าจุดหมายปลายทางที่เข้าถึงง่าย เนื่องจาก นักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกท้าทายตลอดการเดินทาง และเกิดเป็นความทรงจำที่มีคุณค่า

6) การนำกลับ (Take Aways) กล่าวคือ ภายหลังจากการท่องเที่ยววันท่องเที่ยวจะนำประสบการณ์เหล่านี้กลับไปด้วย และกลายเป็นความทรงจำที่มีคุณค่า ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้สามารถเกิดจากตัวของนักท่องเที่ยวเอง หรือการส่งมอบประสบการณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวลงมือทำจริง สร้างการรับรู้ความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยว และประสาทสัมผัสทั้ง 5 ตลอดจน จุดหมายปลายทางต้องมีอัตลักษณ์มีความท้าทายในการเข้าถึง และสามารถสร้างประสบการณ์อันมีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นความยินดีจ่ายของนักท่องเที่ยว

2.1.4 กระบวนการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

Dimitrova (2023) กล่าวว่า การนำการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นเครื่องมือในการส่งมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ควรดำเนินการตามกระบวนการ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1) ดำเนินการด้วยความยั่งยืน กล่าวคือ การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของพื้นที่โดยส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

2) กำหนดทรัพยากรและจุดแข็งของจุดหมายปลายทาง กล่าวคือ การมองหาทรัพยากรที่โดดเด่นของพื้นที่ที่สามารถนำมาขายระดับ เพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ และส่งมอบประสบการณ์อันมีคุณค่าสู่นักท่องเที่ยว

3) การมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน กล่าวคือ การมีส่วนร่วมกับคนในชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้ประสบความสำเร็จ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรสนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเป็นกลไกหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เนื่องจาก คนในชุมชนรู้จักศักยภาพของพื้นที่มากที่สุด

4) สร้างพันธมิตรระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน กล่าวคือ พันธมิตรมีส่วนสำคัญสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์หลายประการ อาทิ การพัฒนาจุดหมายปลายทาง สิ่งอำนวยความสะดวก กำหนดรูปแบบการบริการ ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

5) ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการเชิงประสบการณ์ กล่าวคือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่แสดงให้เห็นถึงตัวตนของชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างการรับรู้ตัวตนของชุมชน และสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อกลางต่าง ๆ อาทิ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ประชาชนชุมชน เป็นต้น

6) การสื่อสารทางการตลาด กล่าวคือ การสื่อสารทางการตลาด และเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดที่เหมาะสม อาทิ การเลือกใช้ช่องทางทางการตลาด การสร้างเครือข่ายทาง การท่องเที่ยว เป็นต้น มีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ตัวตนของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จึงควรเข้าใจบริบทของโลกและพื้นที่ เพื่อส่งเสริมชุมชนอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

กล่าวสรุปได้ว่า การนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ การดำเนินการทางการท่องเที่ยวโดยยึดหลักความยั่งยืน จากนั้นมองหาทรัพยากรที่มีศักยภาพของชุมชนมากระดับให้กลายเป็นจุดแข็งเพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าสู่นักท่องเที่ยว ซึ่งการดำเนินการคนในชุมชนต้องเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน โดยมีเครือข่ายทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนเป็นผู้ร่วมพัฒนา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชนแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อผลิตภัณฑ์และการบริการมีความพร้อมจึงส่งเสริมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ตัวตนของชุมชนสู่นักท่องเที่ยว

2.3 บริบทพื้นที่วิจัย: การท่องเที่ยววิถีชีวิต จังหวัดนนทบุรี

2.3.1 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต

แหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเยือน โดยปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว อาทิ ความจริงแท้ (Authenticity) ความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) ชื่อเสียง (Famous) เป็นต้น (Santos, Moreira, Ferreira, & Silveira, 2020) ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2561) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้สอดคล้องกับ Cambridge (n.d.) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยว คือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยความสนใจ โดยส่วนใหญ่มักเดินทางในช่วงวันหยุด และ รจนกร ทรัพย์ประเสริฐ (2565) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยว คือ จุดหมายปลายทางที่มีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน อาทิ ทรัพยากร กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เป็นต้น เช่นเดียวกันกับ Novitaningtyas et al. (2022) อ้างถึงใน Cahyani, Lukman, Lestari, Janah, and Trimah (2023) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยว คือ จุดหมายปลายทางที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาทิ ความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรม, และสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น ที่ทำให้นักท่องเที่ยวบรรลุวัตถุประสงค์และงานวิจัยของ Haryadi (2023) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยว คือ จุดหมายปลายทางที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมชมเยือนเพื่อบรรลุความต้องการในด้านต่าง ๆ และดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวภายในพื้นที่

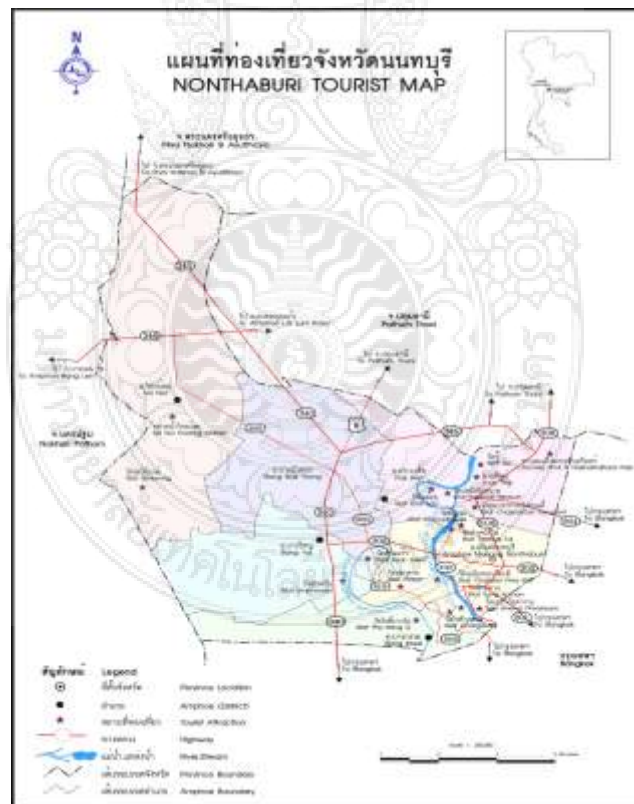
วิถีชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตของคนในพื้นที่ รวมไปถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ ที่อยู่อาศัย อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค และความรู้ที่สั่งสมมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และพฤติกรรม (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2554) ที่กล่าวว่า วิถีชีวิต หมายถึง แนวทางในการดำเนินชีวิต ซึ่ง คมสัน เพ็ชรสิทธิ์ (2563) กล่าวเพิ่มเติมว่า วิถีชีวิต หรือ วัฒนธรรมการอยู่อาศัย หมายถึง การกระทำตามกิจวัตรของผู้คนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอาชีพ วัฒนธรรม และถิ่นที่อยู่อาศัย และวรรณพร อนันตวงศ์ เกิดถวา บุญปรากฏ และปัญญา เทพสิงห์ (2561) กล่าวว่า วิถีชีวิต คือ แนวทางการดำเนินชีวิตของผู้คนที่แตกต่างกันตามพื้นที่ โดยพฤติกรรมของคนในพื้นที่จะแสดงให้เห็นถึงค่านิยม ทศนคติ วัฒนธรรม ประเพณี

คุณธรรม และศีลธรรม จนเกิดเป็นแบบแผนที่ปฏิบัติร่วมกันของแต่ละพื้นที่ ในขณะที่ พิชญานี เจริญชัย นารีนารถ วงษ์ปรีดา และสิริวิทย์ สุขกันต์ (2564) กล่าวว่า วิถีชีวิต คือ การรวมกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะชาติพันธุ์ เชื้อชาติ วัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อ และการดำรงชีวิตที่คล้ายคลึงกันมาจัดตั้ง หรือ เลือกทำเลที่ตั้งร่วมกัน

ด้วยเหตุนี้ แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตจึงหมายถึง จุดหมายปลายทางที่มีลักษณะความเป็นอยู่ของผู้คน ในแต่ละพื้นที่ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเยือน หรือเยี่ยมชม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการ เดินทาง ซึ่งงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นไปที่แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็น ถึงความเป็นอยู่ของคนในจังหวัดนนทบุรี

2.3.2 แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต จังหวัดนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรี เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดกับกรุงเทพมหานคร นครปฐม ปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา (ภาพที่ 2.2) พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีคลองเชื่อมโยงกันหลายสายคล้ายใยแมงมุม คนในพื้นที่ส่วนใหญ่ จึงประกอบอาชีพเกษตรกร และค้าขาย (โยชิตา เพ็ชรดี, 2562) โดยแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตของจังหวัดนนทบุรี มีความหลากหลาย แต่ในงานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นไปที่ตลาดน้ำ และชุมชนท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.2 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

ที่มา: โอเซียนสไมล์ทัวร์ (ม.ป.ป.)

ตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี

ตลาดน้ำ เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนนทบุรี เนื่องจาก จังหวัดนนทบุรีมีคลอง เชื่อมโยงกันหลายสาย จึงทำให้คนนนทบุรีมีความผูกพัน และคุ้นเคยกับการเดินทาง การละเล่น การใช้ชีวิต และ การขายสินค้าทางน้ำ โดยตัวอย่างตลาดน้ำของจังหวัดนนทบุรี คือ

1) ตลาดน้ำบางคูเวียง ตลาดน้ำที่เปิดเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์ มีการขายสินค้า ผลไม้ และอาหาร มากมายจากชาวบ้านในพื้นที่ทั้งบนบกและทางเรือ หนึ่งในจุดน่าสนใจของตลาดน้ำแห่งนี้ คือ การบินทबाटทางน้ำ ของพระสงฆ์ (True ID, 2564)

2) ตลาดริมน้ำวัดใหญ่สว่างอารมณ์ ตลาดน้ำที่อยู่ติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา และวัดใหญ่สว่างอารมณ์ หนึ่งในวัดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนนทบุรี โดยบริเวณท่าน้ำริมน้ำจะมีการขายสินค้าจำนวนมาก อาทิ ผัก ผลไม้ ขนม อาหารสินค้า OTOP เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเห็นวิถีชีวิตการเดินทาง และใช้ชีวิตของคนริมน้ำ (สำนักงานจังหวัดนนทบุรี, ม.ป.ป.ข)

3) ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตลาดน้ำที่เกิดขึ้นจากหลวงปู่แย้ม ที่มีความต้องการนำเสนอวิถีชีวิตของคน นนทบุรีให้ดีต่อคนรุ่นใหม่ เพื่อสืบทอดวิถีชีวิตของคนริมน้ำให้คงอยู่ต่อไปอย่างยาวนาน โดยภายในตลาดน้ำมีการ ขายสินค้าทั้งบนฝั่ง และทางน้ำจากคนในพื้นที่ ตัวอย่างสินค้าเช่น ผลไม้ตามฤดูกาล เป็ดพะโล้ ก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถทำกิจกรรม ในระหว่างท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านริมคลองได้ อาทิ การปั่นจักรยานน้ำ การล่องเรือชมวิถีชีวิต เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดนนทบุรี, ม.ป.ป.ก)



ภาพที่ 2.3 ตลาดวัดตะเคียน จังหวัดนนทบุรี

ที่มา: เว็บไซต์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2568)

ชุมชนท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรี

ปัจจุบันหลายพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรี ได้นำแนวคิดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน มาเสริมกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์บนพื้นฐานวัฒนธรรม มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับคนในพื้นที่ โดยตัวอย่างชุมชนที่น่าสนใจ มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี มีดังนี้

1) ชุมชนเกาะเกร็ด เป็นชุมชนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยาในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นทางวัฒนธรรมจากการเป็นถิ่นฐานของชาวมอญตั้งแต่สมัยอยุธยา วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น สะท้อนผ่านงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาแบบมอญ อาหารพื้นถิ่น พิธีกรรม และสถาปัตยกรรมทางศาสนา โดยเฉพาะวัดปรมัยยิกาวาส ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน ชุมชนเกาะเกร็ด นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเด่นชัดสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวไทยมอญ ภายในชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวมอญในการปั้นเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดที่มีชื่อเสียง และมีเอกลักษณ์ (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2564ก) โดยนักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมและเรียนรู้การทำเครื่องปั้นดินเผาและนำกลับบ้านได้

นอกจากนี้ ภายในชุมชนยังขึ้นชื่อเรื่องการทำขนมอาหารว่าง ขนมไทย และขนมไทยโบราณตามสูตรชาวมอญ นักท่องเที่ยวสามารถล่องเรือรอบเกาะ ไปเยี่ยมชมจุดบ้านทำขนมหวาน ร่วมเรียนรู้และลงมือทำขนมหวานด้วยตนเอง หรือเลือกซื้อตามอัยยาศัย และสัญลักษณ์สำคัญอันเป็นศูนย์รวมใจชาวไทย-มอญ ที่อยู่คู่เกาะเกร็ดตามที่กล่าวเบื้องต้น ได้แก่ วัดปรมัยยิกาวาส วัดที่มีเจดีย์เอียงอันเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมไทย-มอญ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)



ภาพที่ 2.4 แหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2568)

2) ชุมชนริมคลองอ้อมนนท์ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอบางกรวยและบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับวิถีชีวิตริมน้ำ โดยคลองอ้อมนนท์เคยเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาสายเดิมที่มีการขุดคลองลัดขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา ส่งผลให้เกิดชุมชนที่พัฒนาขึ้นตามแนวสายน้ำเดิม

(จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560) พื้นที่ริมคลองมีลักษณะโดดเด่นทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งในด้านศาสนา ประเพณี และการประกอบอาชีพ โดยมีวัดเก่าแก่กว่า 20 แห่ง ตลาดน้ำ สวนผลไม้ และบ้านเรือนทรงไทยดั้งเดิมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน (กรมประชาสัมพันธ์, 2567)

ปัจจุบัน ชุมชนได้ร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น โครงการ “ล่องเรือไหว้พระ 9 วัด วิถีถิ่น” และการส่งเสริมกิจกรรมที่เน้นการเรียนรู้วิถีชีวิตริมคลอง เช่น การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น การนั่งเรือชมสวน หรือการเดินชมวัดวาอารามในชุมชน ซึ่งล้วนสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ที่เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน (สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม, 2566) กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน แต่ยังช่วยรักษาอัตลักษณ์และความยั่งยืนของวิถีชีวิตริมน้ำ ซึ่งมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างยิ่ง

3) ชุมชนปลายบาง เป็นชุมชนเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะภูมิประเทศอยู่ติดกับคลองมหาสวัสดิ์ ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สำคัญในอดีต ภายในชุมชนยังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตเกษตรกรรมดั้งเดิม เช่น การปลูกผักสวนครัวแบบผสมผสาน การเลี้ยงผึ้งชันโรงเพื่อผลิตน้ำผึ้งคุณภาพสูง และการใช้เรือในการค้าขายหรือสัญจรในชีวิตประจำวัน (Jutaluk, 2019) ลักษณะเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและการดำรงอยู่ร่วมกับสายน้ำอย่างยั่งยืน ชาวบ้านในพื้นที่ยังคงดำรงชีวิตด้วยความเรียบง่าย สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้อย่างชัดเจน

จากบริบทดังกล่าว ชุมชนปลายบางจึงมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงประสบการณ์ (Experiential and Cultural Tourism) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตจริงของชาวบ้าน เช่น การเรียนรู้การปลูกผัก การสาธิตการเลี้ยงผึ้งชันโรง การล่องเรือชมวิถีชีวิต และการชิมอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม พร้อมทั้งช่วยรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไม่ให้สูญหายไปตามกระแสความเปลี่ยนแปลงของเมือง

3) ชุมชนทำน่านนท์ นับเป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีบทบาทสำคัญต่อจังหวัดนนทบุรีมาอย่างยาวนาน โดยภายในชุมชนมีจุดเด่นคือ การนำเสนอวิถีชีวิตของชาวบ้านบางตะนาวศรีที่มีชื่อเสียงในการปั้นเครื่องปั้นดินเผาที่สืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2564ข)

สำหรับบริบทในเชิงการท่องเที่ยวปัจจุบัน ชุมชนทำน่านนท์ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตเทศบาลเมืองนนทบุรี เป็นจุดเชื่อมต่อการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญและมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการเดินทางและพาณิชย์ของพื้นที่ โดยเชื่อมโยงกับระบบขนส่งสาธารณะหลายรูปแบบ เช่น เรือด่วน เรือข้ามฟาก และระบบขนส่งมวลชนบนบก ทำให้พื้นที่นี้กลายเป็นจุดศูนย์กลางความคึกคักทางเศรษฐกิจและสังคมในบริเวณโดยรอบอย่างชัดเจน

นักท่องเที่ยวจำนวนมากทั้งชาวไทยและต่างชาติ ได้ใช้บริการจุดเชื่อมต่อการคมนาคมทางน้ำ เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ บริเวณชุมชนทำน่านนท์ นอกจากนี้ ชุมชนยังคงรักษาและถ่ายทอดวิถีชีวิตริมน้ำที่ผสมผสานระหว่างความเป็นชุมชนเก่าแก่และความเปลี่ยนแปลงของเมืองสมัยใหม่อย่างลงตัว โดยมีตลาดท้องถิ่น ร้านค้า ร้านอาหาร และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สะท้อนประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

นอกจากบทบาทด้านการคมนาคมและพาณิชย์แล้ว ชุมชนทำน่านนท์ยังเป็นแหล่งที่ตั้งของอาคารโบราณสำคัญหลายแห่งซึ่งสะท้อนประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่น อาคารเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นอาคารไม้สมัยรัชกาลที่ 5 ที่ยังคงสภาพดีและได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อสะท้อนลักษณะสถาปัตยกรรมแบบไทยดั้งเดิม รวมถึงเป็นสัญลักษณ์ของความรุ่งเรืองในอดีตของพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีวัดโบราณและศาลเจ้าที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมและกิจกรรมทางศาสนาที่สำคัญของชุมชน อาคารโบราณเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์เท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนทำน่านนท์ และเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืน

ในแง่ของการพัฒนา การบริหารจัดการพื้นที่ทำน่านนท์ได้มีการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและสัมผัสประสบการณ์ความเป็นชุมชนริมน้ำอย่างแท้จริง ผ่านการเดินทางด้วยเรือชมเส้นทางริมน้ำและการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จัดขึ้นในพื้นที่โดยภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องท้องถิ่น ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรักษาอัตลักษณ์และส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่อย่างสมดุล

ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอวิถีชีวิตของชาวบ้านริมน้ำ การทำการเกษตร และการปั้นเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และเป็นจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 2.5 พิพิธภัณฑน์นนทบุรี ชุมชนทำน่านนท์
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2568)

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า ในบริบทพื้นที่วิจัย จังหวัดนนทบุรีมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบตลาดน้ำและการท่องเที่ยววิถีชุมชน ซึ่งต่างมีศักยภาพในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ โดยเฉพาะชุมชนที่มีบทบาทสำคัญต่อโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองนนท์และเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ ชุมชนเกาะเกร็ด ซึ่งมีชื่อเสียงด้านเครื่องปั้นดินเผาและการสืบทอดวัฒนธรรมชาวมอญ ชุมชนปลายบางที่นำเสนอรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเกษตรวิถีและการเลี้ยงผึ้งชันโรง ชุมชนริมคลองอ้อมนนท์ที่สะท้อนภาพวิถีชีวิตชาวคลองอย่างเรียบง่าย และชุมชนทำน่านนท์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางพาณิชย์ คมนาคม และแหล่งรวมอาคารไม้เก่าแก่พร้อมกิจกรรมทางวัฒนธรรมหลากหลาย ชุมชนเหล่านี้ถือเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถผสมอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างมีส่วนร่วม ภายใต้แนวทาง “วิถีน้ำ วิถีนนท์” ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการยกระดับเมืองนนทบุรีสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ยั่งยืน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากโครงการวิจัยที่เกี่ยวกับประเด็นการพัฒนาโครงการท่องเที่ยว และประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

กุลภา และคณะ (2567) ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินผลลัพธ์และผลกระทบโครงการวิจัยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ งานวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลักในการประเมินด้านผลลัพธ์ และผลกระทบของโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมจำนวนทั้งหมด 39 โครงการ เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ ผลการวิจัย สามารถสรุปวิเคราะห์ในเชิงผลผลิตการวิจัย ได้แก่ ส่วนใหญ่ผลผลิตวิจัย มีการพัฒนาในรูปแบบ โปรแกรมการพัฒนาสุขภาพ การปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว การตลาดเพื่อสื่อสารท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์ สำหรับผลประโยชน์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ในเชิงวิชาการ ได้เกื้อหนุนความวิจัยเผยแพร่องค์ความรู้ คู่มือท่องเที่ยว สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ มีการปรับแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานการท่องเที่ยวให้มีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม ผลการวิจัย พบว่า โครงการวิจัยดังกล่าว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และมีความคุ้มค่า การตอบแทนทางสังคมในระดับที่ดีขึ้น นับเป็นโครงการที่คุ้มค่าแก่การลงทุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในด้านข้อเสนอแนะงานวิจัยที่น่าสนใจ ได้แก่ เติบโตขยาย ประเด็นหัวข้อโครงการวิจัยเพื่อการพัฒนา ควรมุ่งเน้นที่การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นชุมชนเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก เน้นการส่งเสริมสมรรถนะคนในชุมชนท้องถิ่น หรือผู้ประกอบการขนาดเล็กในชุมชนให้มีทักษะเพิ่มขึ้น งบประมาณมุ่งเน้นการพัฒนาคน และการจัดทำมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว และควรมีภาคีเครือข่ายความร่วมมือในการจัดทำโครงการวิจัยหรือโครงการต่างๆ โดยเฉพาะร่วมพัฒนาภาคเอกชน ซึ่งจะช่วยพัฒนาสินค้า เศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และเข้มแข็งมากขึ้น

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อังสุมาลิน จำนงชอบ และณัฐพัชร มณีโรจน์ (2562) ศึกษางานวิจัยเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ตำบลศรีนาวา จังหวัดนครนายก โดยศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 25 คน ผ่านการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการในการรวบรวมข้อมูล จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับถัดไป เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ เพื่อเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนชาติพันธุ์ ลาวเวียงประกอบไปด้วยด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรม ด้านมหรรรรมประเพณี และด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า จุดแข็งของชุมชนคือ การอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร และค่าครองชีพต่ำ มีโอกาส คือ กระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และท่องเที่ยวธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ในขณะที่มีจุดอ่อน คือ การบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อยในปัจจุบัน และการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น จึงทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกมีบทบาทน้อยลง จึงเป็นอุปสรรคที่ยากต่อการรับมือ ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ การเข้าถึงพื้นที่สะดวก ที่พักตรงตามมาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว และบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงให้ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

สุรรัตน์ เกรือบคนโท (2565) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางการจัดการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าจังหวัดบุรีรัมย์ งานวิจัยนี้ศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านทอผ้า ได้แก่ หมู่บ้านเจริญสุข หมู่บ้านโคกสูง และหมู่บ้านหัวสะพาน จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน และเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยแบบสัมภาษณ์กับคนในชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และนักพัฒนาชุมชน โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ F-test ผลจากการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ มีศักยภาพ 3 ด้านได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และการมีส่วนร่วม โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ หมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ควรออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้

นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยออกแบบจากวัฒนธรรมท้องถิ่น และพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อังสุมาลิน จำนงชอบ และณัฐพัชร์ มณีโรจน์ (2561) ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ จังหวัดสระแก้ว โดยศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์กับบุคลากรภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ จำนวน 23 ราย จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับถัดไป ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว มีศักยภาพทั้งด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของพื้นที่ประกอบไปด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และการจัดการ

เบญจรงค์ พันธ์สะอาด (2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนฐานทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรม กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด ซึ่งมีแบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการวิจัยพบว่า ทุนทางสังคมของชุมชนเกาะเกร็ด คือ เครือข่ายกลุ่มต่าง ๆ ที่ประสานความร่วมมือในการพัฒนาชุมชน ส่วนทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ด คือ วัฒนธรรมชาวมอญ วัฒนธรรมชาวพุทธ และวัฒนธรรมชาวไทยมุสลิม สำหรับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเกาะเกร็ด ได้แก่ การออกแบบเส้นทางเครื่องปั้นดินเผาและเส้นทางสุขภาพของชุมชน และส่งเสริมเรียนรู้การทำขนมไทย การทำผ้าบาติก ขนมมุสลิม และสายน้ำสายวัฒนธรรมผ่านกิจกรรม

ไตรภพ สดประเสริฐ (2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี งานวิจัยนี้ศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สันจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว เกาะเกร็ด ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยองค์ประกอบ

ของการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ที่พัก การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม และด้าน
ประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้
อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ของจังหวัด
นนทบุรี มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้
อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัด
นนทบุรี และเพื่อประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยวของโครงการดังกล่าว

ประโยชน์สำคัญที่ได้รับ ผลวิจัยจะได้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับ กลยุทธ์การพัฒนาโครงการท่องเที่ยว
จังหวัดนนทบุรี โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว
หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และการประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว
หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี สามารถเป็นกรณีศึกษา (Best practice) ให้แก่ หน่วยงาน
ต่างๆ ที่ต้องการจัดทำโครงการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงข้อสรุปและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้ได้มา
ซึ่งผลวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยมีระเบียบขั้นตอนในการศึกษาวิจัยดังนี้

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย เวลา สถานที่ทำการทดลอง

3.1.1. วิธีการดำเนินการวิจัย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เครื่องมือวิจัย
เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบประชุมกลุ่มย่อย มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่
กลุ่มแรก เป็น ภาครัฐบาลท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวตาม
โครงการ ในเขตพื้นที่วิจัย (อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี) ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด
นนทบุรี สำหรับกลุ่มที่สอง เป็นตัวแทนภาคชุมชน บริเวณอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ที่เกี่ยวข้องกับการ
ให้บริการท่องเที่ยว และอยู่ในบริเวณชุมชนที่จัดทำโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์
ท้องถิ่น”

จากกลุ่มประชากรขั้นต้น ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants)
จำนวน 20 ท่าน แบ่งเป็น ภาครัฐบาล 6 ท่าน และผู้แทนชุมชน 14 ท่าน โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบ
เฉพาะเจาะจง (Purposive Simple Sampling) เนื่องจาก การสุ่มตัวอย่างดังกล่าว ช่วยให้ผู้วิจัยได้รับ

ข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงตามวัตถุประสงค์ กรอบระยะเวลาวิจัยที่มีจำกัด จำนวน 1 ปี งบประมาณ อีกทั้งประกอบด้วย ผู้วิจัย (หัวหน้าโครงการวิจัย) มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาการจัดการสาขาวิชาการท่องเที่ยว จึงสามารถประสานงานโดยตรงกับส่วนงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้ข้อมูล อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยได้

จากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (ผู้ให้ข้อมูลหลัก) ตามคุณลักษณะดังตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การคัดเลือกเข้า (คุณลักษณะ) ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (20 คน)	เกณฑ์การคัดเลือกเข้า (คุณลักษณะ)
กลุ่มที่ 1 ภาครัฐบาล 6 ท่าน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นข้าราชการประจำ หรือปฏิบัติหน้าที่ประจำการหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัด (ท่องเที่ยวและกีฬา) 2. ปฏิบัติงานในส่วนงานการพัฒนายุทธศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยว (ตามโครงสร้าง) ไม่น้อยกว่า 3 ปี 3. ยินดีและเต็มใจ เข้าร่วมงานวิจัย ให้ข้อมูลในงานวิจัย ตามกระบวนการวิจัย
กลุ่มที่ 2 ภาคชุมชน หรือตัวแทนชุมชน 14 ท่าน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นผู้นำชุมชน หรือผู้แทนชุมชน ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในบริเวณพื้นที่วิจัย (อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี) 2. มีบทบาทหน้าที่ในการรับผิดชอบ หรือดูแล จัดการ การท่องเที่ยวภายในบริเวณชุมชน หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน รอบพื้นที่วิจัย ไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือ อาจเป็นชุมชน ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า บริการ ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย ไม่น้อยกว่า 3 ปี 3. ยินดีและเต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

3.1.2 ระยะเวลาในการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนประเภทงบรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2567

กำหนดระยะเวลาในการวิจัย กรอบระยะเวลาในการทำวิจัยตามสัญญา 12 เดือน

วันที่เริ่มต้น 1 ตุลาคม 2566 วันที่สิ้นสุด 30 กันยายน 2567

ทั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ จึงได้ขยายระยะเวลา 30 กันยายน 2568

ได้รับอนุมัติการขยายเวลาจากหน่วยงานทุนเรียบร้อยแล้ว

3.1.3 สถานที่ทำการทดลอง (พื้นที่วิจัย)

ผู้วิจัยศึกษาพื้นที่ ชุมชนท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งจังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่วิจัยในเครือข่ายการพัฒนาวิชาการและวิจัย ของ มทร.พระนคร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บข้อมูล

3.2.1 เครื่องมือวิจัย วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีกระบวนการเก็บข้อมูลวิจัยโดยการ สัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย เครื่องมือวิจัย มีดังนี้

1. **แบบสัมภาษณ์ (Interview form)** จากการทบทวนวรรณกรรม และค้นคว้าข้อมูล ผู้วิจัย สร้างแบบสัมภาษณ์ตามประเด็นวัตถุประสงค์วิจัย ประเด็นหัวข้อ กลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี โดยมีรายละเอียดข้อคำถาม 6 ข้อย่อยทางด้าน ศักยภาพพื้นที่วิจัยในนนทบุรี อัตลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจตามโครงการ รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ และข้อเสนอแนะโครงการ

2. **แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group form)** จากประเด็นข้อมูลสัมภาษณ์ ดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย ทางด้าน ผลสรุป และความสำเร็จของการจัดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และข้อเสนอแนะเพื่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีในอนาคต

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation method) โดยตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลในการตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูล อาทิ ไปทดลอง สัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน ในพื้นที่ชุมชนเดียวกัน จะให้ข้อมูลเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้ แน่ใจว่าคำถามเหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล และผู้ให้ข้อมูลเข้าใจในข้อคำถามวิจัย หลังจากนั้นส่งตรวจประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาการท่องเที่ยวจำนวน 2 ท่านตรวจสอบ และนำเครื่องมือที่ได้ ไปทดลองเก็บ Try out จำนวน 2 ครั้ง ได้ค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.98 และปรับแก้รอบสุดท้าย ก่อนนำ เครื่องมือไปลงพื้นที่จริง

3.2.2 กระบวนการเก็บข้อมูล

(1) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการนัดหมายกลุ่มตัวอย่างตามกำหนดระยะเวลาเบื้องต้น ส่งแบบสัมภาษณ์และแบบยินยอมในการให้ข้อมูลแก่กลุ่มตัวอย่าง เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบรับการนัดหมาย เพื่อสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลตามนัดหมาย ดำเนินกิจกรรมการสัมภาษณ์: สัมภาษณ์ทีละ ท่าน ตามนัดหมายเวลาและสถานที่ ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 40-60 นาทีต่อ 1 ท่าน สำหรับ สถานที่ ในการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ มีรายละเอียดดังนี้ ภาครัฐบาล เก็บข้อมูล สัมภาษณ์ ณ ห้องประชุมท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัด สำหรับภาคชุมชน เก็บข้อมูลสัมภาษณ์ ณ พื้นที่ห้องประชุมชุมชน (เช่าพื้นที่) ภายใน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

(2) การประชุมกลุ่มย่อย (focus group) ผู้วิจัยนัดกลุ่มตัวอย่าง ตามจำนวนที่ได้คัดเลือก แบบเจาะจง เข้าสู่กระบวนการประชุมกลุ่มย่อย ส่งแบบประชุมกลุ่มย่อยและนัดหมาย หัวข้อในการ ประชุมไปยังกลุ่มตัวอย่างที่จะเข้าร่วมกิจกรรม โดยกิจกรรมในการประชุมกลุ่มย่อย เป็นลักษณะกิจกรรม

การประชุม ใช้เวลาประมาณ 60 นาที นำโดยผู้วิจัย และให้กลุ่มตัวอย่าง หรือตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ตามหัวข้อจากแบบการประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยทำการบันทึกข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และเรียบเรียงรายงานวิจัย สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การบันทึกเสียง ผู้วิจัยมีการบันทึกเสียงในกิจกรรมสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่มย่อย โดยผู้วิจัยทำการขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลก่อน หลังจากนั้น ผู้วิจัยกำหนดบันทึกไฟล์เป็นรหัส Code แทนชื่อของผู้ให้ข้อมูล (อาทิ P01) ไฟล์บันทึกเสียงดังกล่าว ถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้วิจัย และตั้งรหัสลับในการเข้าถึงไฟล์ เมื่อผู้วิจัยเรียบเรียงข้อมูล ส่งรายงานวิจัยแล้ว ไฟล์ดังกล่าวจะถูกทำลายไปภายในระยะเวลา 1 ปี นับจากสิ้นสุดการวิจัย

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล โครงการวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการกระบวนการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Thematic Analysis) ตามวิธีการของงานวิจัยแบบคุณภาพ ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล มาถอดเทป (Transcribe) นำข้อมูลมาเรียบเรียงชุดข้อมูลเป็นประเภท หมวดหมู่ ตามคำสำคัญ (Keywords)
2. เรียงหมวดหมู่จากคำสำคัญวิจัย กำหนดเป็นรหัสข้อมูล Initial code แต่ละหัวข้อ และกำหนด Code แทนชื่อรายบุคคลที่ให้สัมภาษณ์
3. จัดลำดับหมวดหมู่ของข้อมูลวิจัย ตัดข้อมูลที่ไม่น่าสนใจออก ทำการตีความ (Interpret)
4. ทำการสรุป โดยหาข้อเชื่อมโยงผลวิจัยที่ได้รับ เพื่อตอบวัตถุประสงค์วิจัยแต่ละข้อ
5. วิเคราะห์ และอภิปรายผลการวิจัย เรียบเรียงสรุปผล จัดทำรายงานข้อมูลผลวิจัย

3.4 สรุปแนวทางระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์

จากกระบวนการวิจัยข้างต้น สามารถสรุปตารางกรอบวิธีการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วิธีการวิจัย: วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) สัมภาษณ์เชิงลึก แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประชุมกลุ่มย่อย (Focus group)

ตารางที่ 3.2 สรุปแนวทางระเบียบวิธีวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	เครื่องมือวิจัย วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย 20 ท่าน
1. เพื่อศึกษาผลกระทบการพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมือง	แบบสัมภาษณ์	ภาครัฐบาล 6 ท่าน และตัวแทนชุมชน ในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 14 ท่าน

ท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของ จังหวัดนนทบุรี	- ดำเนินการสัมภาษณ์กับผู้ให้ ข้อมูล จำนวน 20 ท่าน ตาม ขั้นตอนนี้ดหมาย	รวมจำนวน 20 ท่าน
2. เพื่อประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่ง เมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่นของ จังหวัดนนทบุรี และสรุปข้อเสนอแนะเพื่อ พัฒนาการท่องเที่ยว	<u>แบบบันทึกประชุมกลุ่มย่อย</u> - จัดเวทีประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสรุป ข้อมูล ประเมินโครงการ วิเคราะห์ และสรุปผล	ตัวแทนจากภาครัฐบาลและภาค ชุมชน รวมจำนวน 10 ท่าน

3.5 จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ งานวิจัยเล่มนี้ ได้ผ่านกระบวนการพิจารณาจริยธรรมวิจัยตาม ข้อกำหนดโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ดำเนินการ ให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP ณ วันที่ 19 กรกฎาคม 2567



บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลวิจัย ตามโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ของจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

4.1. ผลสรุปการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิจัย สรุปวิเคราะห์สถานการณ์ และกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี ได้เป็นรายข้อดังนี้

(1) สถานการณ์ภาพรวม และจุดเด่นของการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

สำหรับสถานการณ์ภาพรวมการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี (ในช่วงปีวิจัย 2567-2568) จังหวัดนนทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยลักษณะครอบครัว ลักษณะการท่องเที่ยวเป็นแบบลักษณะเที่ยวไป-กลับ ไม่ค้างคืน นิยมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีตลาดจำหน่ายอาหารในหลายจุดแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เช่น ตลาดทำนายนนทบุรี ตลาดต้นสัก ตลาดอาหารพระราม 5 ตลาดบางใหญ่ และตลาดใกล้ชุมชน ริมน้ำตามเทศกาลต่างๆ ดังผลวิจัยจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“เมืองนนท์เรามีแหล่งท่องเที่ยวเยอะ ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเน้นการท่องเที่ยวไหว้พระ สายมู ตามวัดต่างๆ ในเมืองนนท์ มีเส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระ ล่องคลองเยอะ มีท่าเรือ เดินทางสะดวก” (P02)

“ส่วนใหญ่คนมาเที่ยวเป็นคนไทย มากันเป็นครอบครัว แบบวันเดียว ไม่ค่อยมีคนมาค้างคืน เว้นแต่มาสัมมนา แยกกลุ่มราชการต่างๆ ส่วนฝรั่งจะเน้นล่องเรือมาขึ้นที่ท่าทำนายนนท์ และต่อไปเที่ยวเกาะเกร็ด” (P05)

“คนมาเที่ยวและมาซื้อปิ้งซื้ออาหารในเมืองนนท์เยอะ เมืองนนท์มีร้านอาหาร มีก๊วยเตี๋ยวท้องถิ่น อร่อยๆ เยอะ คาเฟ่ก็เกิดขึ้นเยอะ แข่งขันกันทางธุรกิจ”(P10)

“ส่วนใหญ่ที่เห็น นักท่องเที่ยวคนไทยจะมาเที่ยวตามเทศกาลท่องเที่ยวต่างๆ ที่เมืองนนท์จัด เช่น เทศกาลไหว้พระ ล่องคลอง หรือมาเที่ยวตามตลาดที่ขายอาหารเยอะๆ มาเป็นครอบครัว มาตลาดมาแวะคาเฟ่ ตลาดหลักๆ จะเป็นท่าทำนายนนท์ ที่ท่าทำนายนนท์จะมีต่างชาติมาด้วยบ้าง เพราะล่องเรือมาจากในเมือง” (P12)

ในด้านกาารท่องเที่ยววัฒนธรรม จังหวัดนนทบุรี เน้นสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัด ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต และวัดบางแห่งมีประวัติเชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ รวมถึงเป็นศูนย์รวมใจความเคารพศรัทธาของชุมชน

ในเชิงทางด้านกาารท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ผลวิจัยสะท้อนว่า จังหวัดนนทบุรีเป็นอีกหนึ่งแหล่งที่มีศักยภาพในเชิงกาารท่องเที่ยวสุขภาพ เฉพาะด้านการนวดแผนไทยและสปา เนื่องจาก มีโรงเรียนแพทย์แผนไทย ของกระทรวงสาธารณสุข ภายในจังหวัดนนทบุรี ที่รวบรวมองค์ความรู้ และผลิตแพทย์แผนไทย รวมถึงดูแลจัดการมาตรฐานทางการแพทย์แผนไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อให้ ในเขตจังหวัดนนทบุรี มีสถานสุขภาพ ประเภท สปาและการนวดแผนไทย มากมายสำหรับนักท่องเที่ยว ดังปรากฏผลวิจัยจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“ส่วนใหญ่คนมาเที่ยววัดในเมืองนนท์เยอะ บางแห่งมาด้วยความศรัทธา บางกรุ๊ปมาแบบสายมู ส่วนใหญ่จะมาเที่ยวไหว้พระ 5 วัด 9 วัดตามสะดวก รวมถึงมีวัดป่า สถานปฏิบัติธรรมในเมืองนนท์ด้วย” (P04)

“ที่เมืองนนท์เรา มีร้านสปา ร้านนวดเยอะ เพราะเป็นแหล่งสร้างแพทย์แผนไทย เป็นไปตามมาตรฐานของกรมแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุขที่ตั้งในจังหวัดนนท์” (P05)

“...ตามโรงแรมต่างๆ เริ่มพัฒนาโปรแกรมกาารท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เน้นสปา ในสวนเมืองนนท์ที่ร่มรื่น มีทั้งนักท่องเที่ยวยไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสนใจ เพราะราคาไม่แพง คุณภาพบริการดีสะอาด”(P07)

ทั้งนี้จากสถานการณ์กาารท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีดังกล่าว สามารถสรุปความโดดเด่น ของท้องถิ่นจังหวัดนนทบุรีได้เป็นรายข้อดังนี้

(1) จุดเด่นด้านทำเลที่ตั้ง: นนทบุรี มีความโดดเด่นทางด้านทำเลที่ตั้ง ที่ไม่ไกลจากตัวเมือง (กรุงเทพมหานคร) และนับได้ว่า เมืองมีการพัฒนาเทียบเคียงกับกรุงเทพฯ มีการคมนาคมและจุดเชื่อมต่อที่สะดวกจากตัวเมือง ทั้ง รถโดยสารสาธารณะ รถไฟฟ้า และการโดยสารเรือ ทำให้ นนทบุรี เป็นเมืองท่องเที่ยวแบบวันเดียวไปกลับได้ ประกอบกับการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันเทียบเท่าในเมือง มีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้งทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์คนสมัยใหม่ ด้วยองค์ประกอบต่างๆ รวมกันเหล่านี้ จึงทำให้ นนทบุรี มีจุดเด่นในการเป็นแหล่งแวะเที่ยวระยะสั้น สำหรับเพื่อน และครอบครัวในวันหยุด ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลดังนี้

“นนทบุรี ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เดินทางก็ง่ายมีทั้งรถไฟฟ้าเข้าถึง สะดวก มีห้างทันสมัย และมีร้านอาหาร คาเฟ่ อร่อยมากมายในเมืองนนทบุรี” (P05)

“ตั้งแต่มีรถไฟฟ้า การเดินทางมานนทบุรีง่ายและสะดวกมาก ในแผนที่มีการระบุถึงแหล่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละสถานี่ในนนทบุรีด้วย” (P07)

“มีตลาดที่รองรับการจับจ่ายของนักท่องเที่ยวมากมาย ทั้งตลาดเดินตอนกลางวัน มีอาหาร มีของกินถูกใจนักท่องเที่ยว มีตลาดตอนกลางคืนที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเลือกซื้อและชิมอาหารอร่อยๆตลอดปี” (P20)

“ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางง่าย สะดวก มีทั้งเรือและรถไฟฟ้า เที่ยวได้หลายที่ในวันเดียว” (P12)

(2) มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และวิถีริมแม่น้ำ นนทบุรีมีจุดเด่นที่การท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิต ที่ผสมผสานความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวแบบล่องคลอง นั่งเรือล่องแม่น้ำเจ้าพระยา รวมถึงมีวัดหลายแห่งที่มีความสวยงาม และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เมืองนนทบุรีเป็นอีกแหล่งที่นักท่องเที่ยวมาโปรแกรมไหว้พระ 9 วัด นอกจากนี้ ยังมีการท่องเที่ยววิถีชีวิตที่มีเสน่ห์ และอัตลักษณ์เฉพาะ เนื่องจากมีวิถีริมน้ำ ล่องเรือชมวิถีชีวิต ล่องเรือไหว้พระ หรือวัฒนธรรมชาวไทย-มอญ ที่เกาะเกร็ด เป็นต้น

(3) มีอาหารที่หลากหลายขึ้นชื่อ รวมถึงผลไม้ขึ้นชื่อ (ทุเรียน) ดึงดูดนักท่องเที่ยวในเทศกาลนนทบุรี นับเป็นอีกแหล่งที่ครบครันด้วยร้านอาหารที่หลากหลาย ร้านอาหารที่ขึ้นชื่อ คาเฟ่หลากหลายสไตล์ตลอดจนศูนย์รวมตลาดขายอาหารขนาดใหญ่หลายแห่งที่ขึ้นชื่อ อีกทั้ง ทุเรียนเมืองนนทบุรี ขึ้นชื่อในระดับประเทศ และมีราคาสูง สร้างรายได้ให้เกษตรกรรายย่อยสวนทุเรียนเมืองนนท์เป็นอย่างมาก ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลดังนี้

“เมืองนนท์เรามีแหล่งท่องเที่ยวเยอะ ทั้งทางบกทางน้ำ มีความเจริญเหมือนกรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวสะดวก เลือกชมเลือกชิมอาหารหลายเจ้าอร่อยได้ในเมืองนนท์”(P01)

“ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว จะมีการล่องเรือไหว้พระ 9 วัด และลงพื้นที่ชุมชน ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจะเป็นชาวไทย ครอบครัวและผู้สูงอายุ ชาวเมือพูดถึงชาวต่างชาติก็เริ่มมีมาบ้างแล้ว” (P03)

“เมื่อพูดถึงท่องเที่ยวนนท์ จะขาดเกาะเกร็ดไม่ได้ เกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อลำดับต้นๆ ของนนทบุรี ใครมานนทบุรีต้องไปเช็คอินเกาะเกร็ด เป็นศูนย์รวม วัฒนธรรม ไทย-มอญ ที่ขึ้นชื่อ มีร้านอาหารอร่อยและโปรแกรมเรือนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องไปเช็คอิน” (P04)

“ร้านอาหารและคาเฟ่เยอะมากในเมืองนนท์ ร้านก๋วยเตี๋ยวและอาหารอร่อยๆ ขึ้นชื่อเยอะ และตลาดในเมืองนนท์ก็มีของกินอร่อยๆ เยอะสำหรับนักท่องเที่ยว ตลาดทำน่านนนท์เป็นศูนย์รวม

แหล่งของกินของใช้ที่นักท่องเที่ยวต้องไป และปัจจุบัน มีตลาดต้นสัก ตลาดพระรามห้า นับเป็น ศูนย์รวมอาหารดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยชาวต่างชาติได้ดี” (P09)

“ถ้าขึ้นชื่อสุด จะเป็นทุเรียนเมืองนนท์ เราอาจไม่มีส่วนเยอะเท่าทางจันทบุรี มีเฉพาะพื้นที่ เป็น สายพันธุ์เฉพาะของที่นี่ ราคาต่อลูก มีตั้งแต่กิโลละหลักพันถึงหลักหมื่น รวมๆ หนึ่งลูกราคาเกือบ แสนก็มี เวลาจะซื้อต้องจองข้ามปี และขายหมดในช่วงฤดูกาลทุกปี” (P13)

(4) อัตราค่าครองชีพ ไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับเมืองกรุง ถึงแม้ว่า เมืองนนทบุรี จะเป็นเมืองที่การพัฒนาใกล้เคียงเทียบเท่ากรุงเทพมหานครแล้วก็ตาม ระดับค่าครองชีพเมื่อเทียบกับกรุงเทพ ยังนับว่าไม่สูงเท่าในเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวได้เต็มที่ บางพื้นที่ยังเป็นวิถีชีวิตริมคลอง และชาวสวนผลไม้ ซึ่งยังมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เป็นเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

(5) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ครอบคลุมมาตรฐานการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดนนทบุรี เข้าถึงได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วทั้งทางบกและทางน้ำ การจราจรทางบก มีรถไฟฟ้าเชื่อมต่อเส้นทางเมืองนนทบุรี เข้าสู่ใจกลางเมือง ในกรุงเทพ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลดังนี้

“ราคาค่าใช้จ่ายต่อหัวนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองนนท์ ถูกมาก และคุ้มค่า เดินทางสะดวกจาก กรุงเทพ ทำให้นักท่องเที่ยวชอบมาเที่ยวในวันหยุดกับครอบครัวแบบไปเช้าเย็นกลับ” (P08)

“สินค้าตามตลาดที่เมืองนนท์ราคาไม่แพง เทียบกับราคาอาหารและสินค้าในเมือง นักท่องเที่ยว จับจ่ายใช้สอยได้ง่าย กินเที่ยวได้อย่างเต็มที่เมื่อมาเที่ยวเมืองนนท์ จึงคิดว่าสิ่งนี้เป็นข้อดี”(P09)

“เดินทางสะดวกสบาย ราคาดีโดยสารไม่แพง การจราจรโดยรวมสะดวก สบาย นักท่องเที่ยว เดินทางมาได้สบายๆ แบบไปเช้า เย็นกลับ มีแหล่งท่องเที่ยว และระบบภายในแหล่งท่องเที่ยวดี” (P10)

โดยสรุป จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในระดับที่สามารถรองรับ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากรุงเทพมหานคร แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีความหลากหลาย ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสุขภาพ โดยรูปแบบ การท่องเที่ยวยอดนิยม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม (การไหว้พระและเยี่ยมชมวัดสำคัญ) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและอาหาร (ตลาดพื้นถิ่นและอาหารท้องถิ่น) ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สปาและการนวดแผนไทย) ทั้งนี้ การจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่ดีขึ้นจากการพัฒนาโครงการที่เน้น การบูรณาการระหว่างชุมชนกับหน่วยงานท้องถิ่น โดยใช้อัตลักษณ์ของพื้นที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว

(1) กลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี

จากการเก็บข้อมูลวิจัย ทางด้านโครงการที่ต้องการศึกษาเฉพาะ ตามโครงการ “ 1 เมืองท่องเที่ยว 1 ประสบการณ์ท้องถิ่น (One destination, One Local experience)” ของจังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียด ข้อมูลโครงการดังต่อไปนี้

ผู้รับผิดชอบโครงการ: โครงการดังกล่าว เป็นโครงการที่จัดทำโดย สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดของแต่ละจังหวัด ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากส่วนรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง (กรมการท่องเที่ยว และกีฬา) โดยมีเป้าประสงค์ของโครงการโดยภาพรวม มุ่งเน้นให้ แต่ละจังหวัด ดึงศักยภาพทางด้านอัตลักษณ์ของตนเอง มาชูเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด มุ่งเน้นสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ผ่านการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่จังหวัดนั้นมีความโดดเด่น

สำหรับจังหวัดนนทบุรี ได้สร้างสรรค์โครงการ ภายใต้ชื่อ “1 เมืองท่องเที่ยว 1 ประสบการณ์ท้องถิ่น (One destination, One Local experience)” มุ่งเน้น กิจกรรม “อบรมสื่อความหมายท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฝั่งริมคลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี” ซึ่งโครงการที่จัดทำขึ้นดังกล่าว สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 -2570) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) ในรายละเอียดกลยุทธ์ย่อยที่ 1.2 ทางด้านการกระจายรายได้และความเจริญทางการท่องเที่ยว ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ลดอัตราการรั่วไหลของการท่องเที่ยว ส่งเสริมการกระจายรายได้การท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม (Equitable tourism) ในแนวทางที่ 1.2.1 เน้นการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังเมืองต่างๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว สู่ระดับชุมชน (Tour Distribution) และนอกจากนี้ รายละเอียดโครงการดังกล่าว ยังสอดคล้อง กับแผนปฏิบัติราชการรายปี (ในปีที่จัดทำโครงการ ปีงบประมาณ 2566 หรือ ช่วงปฏิบัติการโครงการ 2566-2567) คือ มุ่งเน้นยุทธศาสตร์ที่ 2 ในด้านการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย มีเป้าประสงค์ให้ ชุมชนท้องถิ่นและวิสาหกิจรายย่อยท้องถิ่นเกิดการ พัฒนา มีโอกาสสร้างรายได้ผ่านการท่องเที่ยวมากขึ้น อละพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของท้องถิ่นและชุมชนจากรายได้ที่มาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬา อีกทั้งโครงการดังกล่าว ยังสอดคล้องกับประเด็น แผนปฏิบัติราชการของสำนักงานปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ทางด้านสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา โดยมีการบูรณาการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว และยังสนับสนุนการเกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกีฬา ในส่วนกลางทั้งระดับจังหวัด และภูมิภาค

โดยที่มาและหลักการของโครงการดังกล่าว สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ของรัฐบาลที่ต้องการพลิกฟื้นประเทศผ่านการท่องเที่ยว ซึ่งภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) จะเน้นการท่องเที่ยวที่คุณภาพมากกว่าปริมาณ ให้การท่องเที่ยวเป็นตัวพลิกฟื้นเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนเป็นการแสดงถึงความพร้อมของการเปิดประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นชุมชน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ มีคุณค่า ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน) จึงจัดทำโครงการดังกล่าวขึ้น (โครงการ 1 เมืองท่องเที่ยว 1 ประสบการณ์ภูมิภาค) และโครงการดังกล่าว ยังส่งเสริมการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว พลิกฟื้นกิจกรรมการท่องเที่ยวและพัฒนาภาคบริการการท่องเที่ยว ในส่วนของจังหวัดนนทบุรี เดิมจะมีการกำหนดแนวทาง “นนทบุรี 6 ดี สู่มืองน่าอยู่ (Livable city)” ซึ่งจะประกอบไปด้วย เศรษฐกิจดี สะดวกดี สะอาดดี ปลอดภัยดี สิ่งแวดล้อมดี และคุณภาพชีวิตที่ดี สำหรับแนวทางนโยบายของจังหวัดนนทบุรีที่ส่งเสริมเศรษฐกิจดี เน้นที่เศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง (ส่งเสริมการตลาด พัฒนาสินค้าและบริการ และผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน) เน้นการส่งเสริมท่องเที่ยววิถีชีวิตและอัตลักษณ์จังหวัด “วิถีน้ำ วิถีนนท์” ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ BCG ตลอดจนมีแนวทางการขับเคลื่อนและพัฒนา พื้นฟู แก้ไขปัญหาแหล่งน้ำนนทบุรี โดยโครงการของจังหวัดนนทบุรี จึงเลือกหมุดหมายที่ “คลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี” โดยการดูแลของ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

ตามเป้าหมายของโครงการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีดังกล่าว เน้นไปที่ความพร้อมของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน ไปพร้อมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ดังนั้นนนทบุรีจึงได้จัดโครงการ “๑ เมืองท่องเที่ยว ๑ ประสบการณ์ท้องถิ่น (One destination, One Local experience) อบรมสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฝั่งริมคลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี” โดยวัตถุประสงค์ของโครงการ ประการแรก เพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาทักษะในการเป็นนักสื่อความหมายของบุคลากรท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี ประการที่สองเพื่อให้เกิดการเดินทางซ้ำของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวให้น่าจดจำ และเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเกิดรายได้มากขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายของโครงการ เป็นบุคลากร และผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ตลอดจน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี รวมจำนวน 40 ท่าน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าโครงการดังกล่าว มุ่งเป้าในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวอย่างจริงจังเพื่อให้บุคลากรท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในด้านการเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยว สื่อความหมายและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สู่นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม พัฒนาทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยวดีขึ้น ผลประโยชน์ปลายทางตามโครงการ ได้แก่ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรทางการท่องเที่ยวในเมืองนนทบุรี เป็นนักสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ประทับใจและเกิดการท่องเที่ยว

ซ้ำ นำไปสู่เป้าหมายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้ คนในชุมชน เกิดความเข้มแข็ง สำนักรักบ้านเกิด ภูมิใจในการนำเสนอภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเมืองนนทบุรี และรายได้จากการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ยั่งยืน

(2) กลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น จังหวัดนนทบุรี ผ่านโครงการ เทศกาลท่องเที่ยวต่างๆ

จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลวิจัย พบว่า นอกเหนือจากโครงการดังกล่าว เมืองนนทบุรี ยังมีโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่น่าสนใจ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่

1. โครงการ “กินเที่ยว สายมู ณ เมืองนนท์” จัดขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความเชื่อ ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวแบบ One Day Trip ในรูปแบบ “สายมูเตลู” โดยมุ่งเน้นการสักการะ สิ่งศักดิ์สิทธิ์และเยี่ยมชมวัดสำคัญ เช่น วัดบัวขวัญ และวัดชมพูเวก ควบคู่กับการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชนผ่านการท่องเที่ยวตลาดพื้นบ้าน นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังมีการส่งเสริมเยาวชนและบุคคลทั่วไป ให้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยการประกวดการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบคลิปวิดีโอเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนแนวคิดการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวตามแนวทางการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Marketing) และการใช้ Soft Power ด้านวัฒนธรรมและความเชื่อเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ตลอดจนเพิ่มศักยภาพของเมืองนนทบุรีในฐานะจุดหมายปลายทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์

2. โครงการเกี่ยวกับการส่งเสริมผลไม้เมืองนนท์ที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ทุเรียนเมืองนนท์ มะม่วงยายกล่ำ และมะปรางท่าอิฐ กล่าวคือ จังหวัดนนทบุรีเป็นแหล่งผลิตผลไม้พื้นเมืองคุณภาพสูงที่มีความสำคัญทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยเฉพาะทุเรียนนนท์ มะม่วงยายกล่ำ และมะปรางท่าอิฐ ซึ่งล้วนเป็นพันธุ์ดั้งเดิมที่มีลักษณะเฉพาะทางรสชาติ กลิ่น และคุณภาพที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ร่วมกันส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาศักยภาพของผลไม้เหล่านี้ ผ่านการจัดงานส่งเสริมการตลาด พัฒนามาตรฐานคุณภาพ เช่น GI และ GAP รวมถึงการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้จุดเด่นของผลไม้ท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวและชิมผลไม้เมืองนนท์ โดยการส่งเสริมผลไม้เมืองนนท์ นับเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับท้องถิ่น ตลอดจนรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่ของจังหวัดนนทบุรี

3. ส่งเสริมโครงการท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ โครงการ “วิถีน้ำ วิถีนนท์” เป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี มีเป้าหมายเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมน้ำ และประเพณีท้องถิ่นให้สอดคล้องกับ คำขวัญของจังหวัด “วิถีน้ำ วิถีนนท์” รูปแบบกิจกรรมเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านการแวะสักการะ

วัดสำคัญในเส้นทางน้ำ เช่น วัดปรากฏหลวง ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ที่มีอายุยาวนานกว่า 100 ปี และเป็นจุดเด่นของเส้นทางท่องเที่ยวสายบุญ นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและอาชีพในชุมชนควบคู่ไปกับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผ่านการสื่อสารออนไลน์และกิจกรรมสาธารณะเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ โครงการนี้สะท้อนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การใช้ทุนทางวัฒนธรรม และการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่นควบคู่ไปกับการรักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น

4. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเกาะเกร็ด ถือเป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงของจังหวัดนนทบุรี การจัดโครงการ มุ่งเน้นการอนุรักษ์และส่งเสริมพหุวัฒนธรรมไทย-มอญ ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน พื้นฐานเกาะเกร็ดเป็นชุมชนชาวไทย-มอญดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา (งานศิลป์ปั้นดินเผา) ซึ่งสืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ นอกจากนี้ สไบมอญยังเป็นหัตถกรรมที่สำคัญของเกาะเกร็ด มีคุณค่าและราคาสูง ทั้งนี้จะผลิตตามคำสั่งหรือในช่วงเทศกาลสำคัญเท่านั้น ภายในเกาะเกร็ดมีอาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อมากมายดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น ทอดมันหน่อกล้วย ขนมหวานไทยหลากหลายรูปแบบ นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหารไทยขึ้นชื่อหลายแห่งภายในเกาะเกร็ด สำหรับโครงการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดดังกล่าวเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยว และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้และรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่อย่างยั่งยืน

5. โครงการ “วันเดียว เที่ยวเมืองนนท์” เป็นโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบ One Day Trip ที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่มีเวลาจำกัดและไม่ต้องการค้างคืนในจังหวัด. โครงการนี้เน้นการเดินทางทททที่สะดวกสบายด้วยระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้าสายสีม่วง ซึ่งเชื่อมต่อสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ ในจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้ตามโครงการ ได้ทำความร่วมมือกับร้านอาหาร โรงแรม และคาเฟ่ต่าง ๆ ในจังหวัด เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการนี้ได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจังหวัดนนทบุรีมากยิ่งขึ้น

สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวแบบ One Day Trip ในจังหวัดนนทบุรีถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองความสนใจที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว โดยประกอบด้วยโปรแกรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น ทริปเส้นทางเจ้าพระยา ซึ่งเน้นการล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยา พร้อมสักการะพระศรีอริยเมตไตรยและพระอินทร์แปลง พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ ณ วัดเขมาภิรตารามราชวรวิหาร และวัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร นอกจากนี้ ยังมีทริปเส้นทางคลองอ้อมนนท์ ที่ให้นักท่องเที่ยวล่องเรือหางยาวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมฝั่งคลอง พร้อมแวะสักการะองค์หลวงปู่ทวดองค์ใหญ่และหลวงพ่อดิลกแดง ณ วัดคงคาและวัดโบสถ์บน สำหรับ

นักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตชุมชน ยังมีทริปเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชนปลายบางและสวนเกษตรลัดดาวัลย์ พร้อมชมการสาธิตการทำลูกประคบสมุนไพรและยาสมุนไพรพื้นบ้าน อีกทั้งยังมีทริปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นการเยี่ยมชมปราสาท เวลเนสคลินิก ศูนย์สุขภาพแพทย์แผนไทย-จีน ที่นำศาสตร์การรักษาแบบบูรณาการอันมีประวัติยาวนานกว่าสองร้อยปีมาใช้ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งใหม่ของจังหวัดนนทบุรี

6. โครงการ “เสน่ห์ใกล้กรุง” จัดในช่วงกรกฎาคม 2567 เป็นโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ นครปฐม สมุทรปราการ และปทุมธานี ผ่านมหกรรมการจัดงาน “เสน่ห์ใกล้กรุง” ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เวสเกต จังหวัดนนทบุรี การจัดงานดังกล่าว อยู่ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และยั่งยืน โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ภายในงาน มีร้านค้าขึ้นชื่อของแต่ละจังหวัดมาจัดแสดงขายอาหารและสินค้าต่างๆมากมาย การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การสาธิตงานศิลปะต่างๆ และอาหาร การ Workshop งานหัตถศิลป์ต่างๆ จำหน่ายของที่ระลึกที่มีจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ซึ่งโครงการดังกล่าว สะท้อนถึงความร่วมมือกันเชิงพันธมิตรการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด โดยเน้นจังหวัดที่ใกล้เมืองกรุง มีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมประเพณี หรือ Soft Power ที่น่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การจัดงานดังกล่าว นอกจากเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจสำหรับท้องถิ่นแล้ว ยังเป็นพื้นที่ให้ชุมชนเกิดการพบปะแลกเปลี่ยน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนอีกด้วย ทั้งนี้ความร่วมมือในการส่งเสริมการจัดงานดังกล่าว มีความสำเร็จอย่างมากในเชิงกระตุ้นเศรษฐกิจและพัฒนาความร่วมมือทางการท่องเที่ยว

7. โครงการ “เสน่ห์ใกล้กรุง” มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ โดยเฉพาะบริเวณคลองพระพิมล อันเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนา “โครงการรักษัคลองพระพิมล” ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างจังหวัดนนทบุรีและนครปฐม โดยใช้ลำน้ำสายสำคัญสองสาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำท่าจีน เป็นแกนกลางในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม โครงการนี้มีเป้าหมายในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างสองจังหวัด ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของภูมิภาคใกล้กรุงเทพมหานคร (นนทบุรี - นครปฐม)

ภายใต้กรอบโครงการฯ มีกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ (1) การพัฒนาและยกระดับทักษะมัคคุเทศก์เยาวชน (มัคคุเทศก์น้อย) เพื่อเสริมสร้างบทบาทในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น (2) การส่งเสริมผู้ประกอบการชุมชน SME ให้สามารถสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อการตลาดสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) กิจกรรม "วันเดียวเที่ยวสองเมือง" ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงนนทบุรี-นครปฐม ผ่านเส้นทางเรือและวิถีเกษตรอินทรีย์ (4) การจัดตลาดประชารัฐ ณ ตลาดน้ำไทระน้อย ส่งเสริมการค้าและวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านร้านค้า OTOP และการแสดงศิลปวัฒนธรรม พร้อม

กิจกรรมแข่งขันเซฟชุมชน และ (5) การประกวดภาพถ่ายเมืองนนทบุรี เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวผ่านมุมมองสร้างสรรค์และศิลปะภาพถ่าย ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวนับเป็นการบูรณาการพลังของภาครัฐ ชุมชน และภาคเอกชน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ

โดยสรุป จากผลการวิจัย สะท้อนว่า โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีภายใต้กรอบกิจกรรมหลักทั้ง 5 ด้าน เป็นตัวอย่างของการบูรณาการการทำงานแบบมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยเน้นการส่งเสริมศักยภาพมนุษย์และทุนวัฒนธรรมในท้องถิ่น ให้กลายเป็นแรงขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กิจกรรมพัฒนามัคคุเทศก์น้อยถือเป็นกลยุทธ์การสร้างเจ้าบ้านที่ดี และปลูกฝังอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้กับเยาวชน ขณะที่การส่งเสริมผู้ประกอบการชุมชน SME ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยอาศัยองค์ความรู้ด้านแบรนด์และการตลาดดิจิทัลควบคู่กัน หรือกิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างนนทบุรี-นครปฐม รวมถึงตลาดประชารัฐและการประกวดภาพถ่ายเมือง เป็นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวและส่งเสริมภาพลักษณ์เมืองอย่างมีจุดยืนทางวัฒนธรรม ทั้งยังเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างหลากหลาย ทั้งด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสื่อสาร ชุมชน และการใช้ทุนทางสังคม โดยรวม โครงการนี้สะท้อนแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศและแนวทางวิชาการด้านการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

4.2 ประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และสรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

จากการประเมินความสำเร็จของโครงการท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถสรุปผลได้เป็นรายประเด็น แต่ละข้อดังนี้

1. ภาพรวมความสำเร็จของโครงการ อยู่ในระดับดี สะท้อนจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลในชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยว และได้เข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ พบว่าผู้เข้าร่วมสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม การเป็นเจ้าบ้านที่ดี ทั้งในด้านข้อมูลความรู้ วิธีการให้ข้อมูล เทคนิคมารยาทการต้อนรับนักท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น ขณะเดียวกันกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ และชุมชนบางส่วน ได้รับความรู้ และมีความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของการเล่าเรื่อง (Storytelling) ซึ่งช่วยเพิ่มเสน่ห์และอัตลักษณ์ให้กับชุมชน โดยสามารถเชื่อมโยงเรื่องเล่ากับวิถีชีวิตท้องถิ่นได้อย่างมีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวให้เป็นระบบมากขึ้น มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ระหว่างสมาชิกในชุมชนชัดเจน ส่งผลให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวมีความพร้อม และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวในระยะยาว

2. บทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมโครงการ อยู่ในระดับโดดเด่น โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนในท้องถิ่นที่แสดงความกระตือรือร้นและให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ เยาวชนตามกลุ่มเป้าหมายโครงการได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นยุวมัคคุเทศก์ ทั้งด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทักษะการสื่อสาร และการนำเสนอข้อมูลอย่างสร้างสรรค์ ทำให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างน่าสนใจ นอกจากนี้ โครงการยังได้ส่งเสริมบทบาทของเยาวชนในการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการท่องเที่ยวริมคลองอ้อมนนท์ ซึ่งกลายเป็นต้นแบบของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงระหว่างชุมชนและเยาวชนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. ระยะเวลาในการดำเนินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว การดำเนินโครงการท่องเที่ยวในภาพรวมมีความเหมาะสมทั้งในด้านระยะเวลาและการวางแผนที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และฤดูกาลท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดช่วงเวลาดำเนินโครงการให้ตรงกับฤดูกาลท่องเที่ยวหลักของพื้นที่ ช่วยส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การคัดเลือกวิทยากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ตรงในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนาศักยภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้อย่างมีคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้อย่างตรงจุด ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการยังมีความหลากหลายและสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ และการสร้างนวัตกรรมหรือแนวทางใหม่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

4. โครงการสอดคล้องกับนโยบายและสถานการณ์ท่องเที่ยว จากกลยุทธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีปี 2567 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยเฉพาะวิถีชาวสวนและวิถีริมน้ำ สามารถสะท้อนให้เห็นว่า “โครงการส่งเสริมความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวครบตามเป้าหมาย” กล่าวคือ ได้รับการดำเนินการอย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพ โครงการสามารถผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น โดยเฉพาะเยาวชนที่ได้รับการพัฒนาเป็นยุวมัคคุเทศก์ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนควบคู่กับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมและแคมเปญ และงานเทศกาลท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนนทบุรีมีความเข้มแข็ง ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตามเป้าหมายของจังหวัด

5. ความสำเร็จในเชิงการพัฒนาการท่องเที่ยวและพัฒนาสังคม ชุมชน โครงการดังกล่าวมีผลสำเร็จในเชิงการพัฒนาท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และการกระจายรายได้ กล่าวคือ การอบรมในโครงการ ประเด็นพัฒนานักสื่อความหมายการท่องเที่ยวนนทบุรี เป็นกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้าง

ความรู้ ทักษะ และความมั่นใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านการถ่ายทอดเรื่องราวและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่น่าสนใจ จากผลสำเร็จโครงการดังกล่าว ยังมีการเชื่อมโยงกับกิจกรรมและโครงการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดนนทบุรี ผ่านการทำงานร่วมกันของภาคีเครือข่ายต่าง ๆ เช่น หน่วยงานภาครัฐ ชุมชน สถานศึกษา และผู้ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งภาคีทั้งหมดดำเนินงานอย่างบูรณาการ โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการส่งเสริมและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน ช่วยให้เศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดเติบโตควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพคนในท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี จากการประเมินโครงการทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีดังกล่าว ผลวิจัยพบข้อเสนอแนะเพื่อจัดทำโครงการท่องเที่ยวเมืองนนทบุรีแยกเป็นรายประเด็นได้ดังนี้

1. พัฒนาโครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นจังหวัดนนทบุรีในลักษณะเส้นทางเชื่อมโยง และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี

โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการออกแบบเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางวัฒนธรรม อาทิ วัดโบราณ ตลาดพื้นบ้าน และชุมชนที่มีเอกลักษณ์ทางด้านหัตถกรรมโดดเด่นของจังหวัดนนทบุรี เช่น ชุมชนเกาะเกร็ด เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเพิ่มความหลากหลายของประสบการณ์ที่ได้รับ การเชื่อมโยงเชิงพื้นที่เช่นนี้จะช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะเจ้าบ้านทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการจัดกิจกรรมหรือเทศกาลท่องเที่ยวในลักษณะต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้นการเดินทางซ้ำและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง การวางแผนอย่างบูรณาการระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสามารถสร้างจุดขายทางการท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นได้อย่างชัดเจน

2. การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับชุมชน

การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นให้เกิดประสบการณ์มีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าบ้าน โดยมุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ การเรียนรู้ และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งช่วยให้การท่องเที่ยวมีคุณค่าเชิงจิตใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของพื้นที่ จากผลการสัมภาษณ์ในงานวิจัย พบว่าจังหวัดนนทบุรีมีศักยภาพในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านชุมชนที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น อาทิ ชุมชนตลาดทำนายนนทบุรี ชุมชนบางศรีเมือง ชุมชนบางกรวย และชุมชนเกาะเกร็ด ซึ่งแต่ละแห่งมีทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรที่สามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ เช่น การจัดเส้นทางท่องเที่ยวแบบ One Day Trip ที่ผสมกิจกรรมเชิงเรียนรู้ ได้แก่ การทำขนมไทยพื้นบ้าน การสาธิตและทดลอง

ทำเครื่องปั้นดินเผา การสานจักสาน หรือการล่องเรือชมวิถีริมน้ำ เป็นต้น การพัฒนาในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง หากยังช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

3. การยกระดับผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

การพัฒนาสินค้าชุมชนให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างชัดเจนถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น งานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ขนมไทยพื้นบ้าน ผลไม้พื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากการจักสาน การยกระดับสินค้าดังกล่าวควรดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบที่ทันสมัย การสร้างเรื่องราว (storytelling) ที่สะท้อนความเป็นมาของชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมช่องทางการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาอัตลักษณ์และความยั่งยืน โดยภาครัฐและเอกชนควรมีบทบาทในการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี และเครือข่ายการตลาด เพื่อให้สินค้าชุมชนสามารถแข่งขันได้ในระดับภูมิภาคและสากลอย่างมีประสิทธิภาพ

ในมิติการพัฒนาสินค้าชุมชน ชุมชนสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีรากฐานมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ผลไม้พื้นเมือง ขนมไทย และงานหัตถกรรมจักสานต่าง ๆ ซึ่งล้วนเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการถ่ายทอดเรื่องราวและความภาคภูมิใจของชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยว การบูรณาการการท่องเที่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชนในลักษณะนี้ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในฐานะแหล่งเรียนรู้และวัฒนธรรม การออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการผลิต เช่น การสาธิตหรือทดลองทำเครื่องปั้น การทำขนม หรือการตกแต่งผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ไม่เพียงสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ แต่ยังเป็นโอกาสในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างมีชีวิตชีวา

ทั้งนี้ การพัฒนาสินค้าชุมชนในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรได้รับการส่งเสริมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ การเสริมสร้างศักยภาพด้านการออกแบบ การสร้างเรื่องราวสินค้า (storytelling) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การเชื่อมโยงกับตลาดยุคใหม่ รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้สามารถสื่อสารคุณค่าของสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนอย่างแท้จริง

4. วางแผนกลยุทธ์โครงการท่องเที่ยวสำหรับ กลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ในจังหวัดนนทบุรี ควรมุ่งเน้นไปที่การวางแผนเพื่อเข้าถึงกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะทาง และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สม่ำเสมอ และมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (loyal visitors) การวางแผนเชิงกลยุทธ์จึงควรมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเหล่านี้ และยกระดับสินค้าและบริการให้ตรงกับความคาดหวังของตลาดเฉพาะมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างของกลุ่มตลาดเฉพาะในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ได้แก่

- กลุ่มชมรมคนพายเรืออนุรักษ์วิถีคลอง ซึ่งเป็นกลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และกิจกรรมทางน้ำ การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวคลองและการจัดกิจกรรมพายเรือร่วมกับชุมชนจึงเป็นแนวทางสำคัญ ซึ่งจากผลสัมภาษณ์พบว่าโครงการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ได้รับการตอบรับและเข้าร่วมกิจกรรมจากกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก

- กลุ่มผู้สูงอายุที่นิยมไหว้พระและทำบุญ เป็นอีกกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับโครงการท่องเที่ยวเมืองนนทบุรี นนทบุรีมีวัดสำคัญที่ชุมชนศรัทธาเป็นจำนวนมาก และที่ผ่านมาจากท่องเที่ยวก็เข้าร่วมกับเครือข่ายภาคีท่องเที่ยวระดับจังหวัด ได้จัดโครงการท่องเที่ยวล่องคลองไหว้พระ ได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย (สูงอายุ) เป็นอย่างดี ดังนั้นควรจัดทำโครงการเส้นทางท่องเที่ยวสายวัดและวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านอาหาร (Food Tourism) ซึ่งนิยมตามร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดนนทบุรีที่ขึ้นชื่อหลากหลายตลาดและร้านอาหาร ภายในจังหวัดนนทบุรี มีทั้งร้านอาหารหลากหลายรูปแบบ ร้านอาหารประเภท Street food หรือ อาหารริมคลอง ริมแม่น้ำที่อร่อยอย่างหลากหลาย รวมถึงประเภทคาเฟ่ตามความนิยม ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า จังหวัดนนทบุรีมีศักยภาพสูงในการรองรับกลุ่มนี้ เพราะมีวัตถุดิบพื้นถิ่นและอาหารพื้นบ้านจำนวนมาก อีกทั้งยังเดินทางสะดวกทั้งรถส่วนตัว และรถสาธารณะ

- กลุ่มนักท่องเที่ยวสายสุขภาพ (Wellness Tourism) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นิยมบำบัดสุขภาพด้วยวิธีการนวดแผนไทย สปา และสมุนไพร ซึ่งจังหวัดนนทบุรีถือเป็นหนึ่งในศูนย์กลางด้านแพทย์แผนไทยของประเทศ เนื่องจากเป็นที่ตั้งของกระทรวงสาธารณสุข ทำให้มีมีแพทย์แผนไทย หรือ Therapist รวมถึงสถานประกอบการตามมาตรฐานแพทย์แผนไทยและสปาอยู่เป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาโครงการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มตลาดเฉพาะดังกล่าว ควรใช้แนวคิดการตลาดแบบสร้างคุณค่า (Value-Based Marketing) โดยเน้นจุดเด่นที่มีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมเฉพาะพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากกำลังแสวงหา ประกอบกับการสื่อสารการตลาดที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ กลุ่มผู้สูงอายุ หรือกลุ่มที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารและวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการรับรู้และสร้างความประทับใจได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ การพัฒนาเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (Brand Story) ที่น่าสนใจ ช่วยสร้างอารมณ์ร่วมและความผูกพันของนักท่องเที่ยวต่อชุมชน ซึ่งสามารถถ่ายทอดผ่านสื่อดิจิทัล เว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดียให้เข้าถึงง่ายและน่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งการเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ยังช่วยให้สามารถวางแผนกิจกรรมและประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ได้ตรงจุด เช่น การจัดเวิร์กช็อปงานฝีมือ การเข้าร่วมพิธีกรรมท้องถิ่น หรือการลิ้มรสอาหารพื้นบ้าน ทั้งนี้ การพัฒนาโครงการดังกล่าวควรเป็นความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาครัฐ และเอกชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม และทำให้การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ให้กับคนในพื้นที่อย่างแท้จริง

5. การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี

การพัฒนาโครงการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผล จะต้องมีการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ซึ่งมีความจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนา ศักยภาพของบุคคลท้องถิ่น ชุมชน หรือผู้ประกอบการท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในด้าน ทักษะการให้บริการทางการท่องเที่ยวทั่วไป เช่น การต้อนรับ การสื่อสาร รวมถึงทักษะที่สำคัญ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นพื้นฐาน เพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ร่วมจัดทำโครงการการท่องเที่ยว และพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับภาครัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และยั่งยืน ตลอดจนสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในประเด็นด้านความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว การวางแผนบริการ และการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตรและมีจิตบริการ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความประทับใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวอีกด้วย อีกหนึ่งประเด็นสำคัญคือ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและบุคลากรท้องถิ่นมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และสร้างความมั่นใจในการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องสำหรับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดนนทบุรี

ในขณะเดียวกัน การสร้างความเข้าใจในประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างลึกซึ้ง จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถถ่ายทอดคุณค่าของพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ และสร้างความแตกต่างที่เป็นจุดขายในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ยกตัวอย่างเช่น โครงการอบรม “มัคคุเทศก์น้อย” ของจังหวัดนนทบุรีที่ได้จัดโครงการไปจนแล้วเสร็จ ถือเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการเสริมสร้างบทบาทของเยาวชนในท้องถิ่น โดยเยาวชนจะได้เรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ฝึกทักษะการสื่อสาร และได้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในระยะยาวทางด้านการพัฒนาบุคลากรท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการดำเนินโครงการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นกลไกในการถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างรุ่น อีกทั้งยังสามารถจุดประกายให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง ในขณะเดียวกัน ก็ควรขยายขอบเขตการฝึกอบรมไปยังกลุ่มไกด์ท้องถิ่น ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ชุมชน ให้มีทักษะด้านการนำเสนอข้อมูล การดูแลนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการจัดการความขัดแย้งและข้อร้องเรียนอย่างมืออาชีพ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของชุมชนให้เป็นจุดหมายปลายทางที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวในทุกมิติอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

อีกประเด็นสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการในท้องถิ่นควรได้รับการส่งเสริมและอบรมให้สามารถใช้งานช่องทางดิจิทัลพื้นฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การสร้างและดูแลเพจ Facebook การจัดทำเว็บไซต์ การใช้ Instagram และ TikTok เพื่อการเผยแพร่ภาพถ่ายหรือคลิปวิดีโอที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งควรมีการอัปเดตข้อมูลตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวใน Google Maps อย่างถูกต้อง เช่น วันเวลาเปิดให้บริการช่องทางติดต่อ หรือรีวิวจากนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาเยือน

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรได้รับความรู้ด้านการตลาดเนื้อหา (Content Marketing) และการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อสร้างเนื้อหาที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ที่มักค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางดิจิทัลและนิยมรีวิวจากผู้ใช้งานจริง การเข้าร่วมแพลตฟอร์มรีวิว เช่น TripAdvisor, Google Reviews หรือเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่าง ๆ จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการขายสินค้าชุมชน หรือบริการจองกิจกรรมท่องเที่ยวล่วงหน้าได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความสะดวกและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

ท้ายที่สุด การพัฒนาเทคโนโลยีควรดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างความเข้าใจด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) และการจัดทำคู่มือการสื่อสารออนไลน์ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ โดยภาครัฐและหน่วยงานการศึกษาสามารถมีบทบาทสนับสนุนผ่านการจัดตั้งคลินิกดิจิทัลหรือการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ชุมชนสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ

6. ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการในชุมชนท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชนในจังหวัดนนทบุรี มีผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่ม อาทิ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น มะม่วงบางสีทอง ทุเรียนเมืองนนท์ มะพร้าวหวานทำอัฐ หน่อกล้วยตากเคาะเกร็ด รวมถึงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและแปรรูปในชุมชน เช่น เครื่องปั้นดินเผาเคาะเกร็ด เครื่องเบญจรงค์ลายทองของอำเภอบางกรวย กล้วยตาก และผลไม้แปรรูปต่าง ๆ สินค้าเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรม แต่ยังสามารถต่อยอดเชิงเศรษฐกิจผ่านการยกระดับมาตรฐานและการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในระดับกว้าง ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทในการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP และ SME ผ่านการจัดอบรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ การสร้างเรื่องราวสินค้า (storytelling) ตลอดจนการใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน และส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สำหรับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว ในมิติของการให้บริการในชุมชน แหล่งท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความประทับใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น เช่น เมืองนนทบุรี ซึ่งมีเสน่ห์จากวิถีชีวิตชาวสวนและริมน้ำ การจัดบริการในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโฮมสเตย์ อาหารและเครื่องดื่มพื้นบ้าน หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงควรพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่ โดยไม่กระทบต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน การพัฒนาโฮมสเตย์ควรยึดหลัก “ความเป็นเจ้าบ้าน” ที่อบอุ่นและเป็นกันเอง มากกว่าการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกแบบโรงแรม เพื่อรักษาบรรยากาศท้องถิ่นและความเรียบง่ายที่เป็นเสน่ห์เฉพาะของพื้นที่

นอกจากนี้ การบริการอาหารพื้นบ้านควรเน้นใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น และสอดแทรกเรื่องราวของอาหารกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การจัดโต๊ะอาหารแบบพื้นบ้าน หรือการมีพิธีการเล็กๆ ที่สื่อถึงวัฒนธรรมเมืองนนท์ ทั้งนี้ ควรมีการอบรมพัฒนาทักษะการบริการเบื้องต้นให้กับสมาชิกในชุมชน ทั้งในด้านสุขอนามัย การต้อนรับ และความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่

ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวควรมีการออกแบบอย่างรอบคอบ โดยเฉพาะกิจกรรมทางน้ำ เช่น ล่องเรือหรือพายเรือชมวิถีชุมชน ควรคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ พร้อมทั้งมีแนวทางบริหารจัดการ ความเสี่ยงที่เหมาะสม การพัฒนาเหล่านี้ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานความพอดี และไม่พัฒนาแบบล้าสมัยเกินไป จนทำลายอัตลักษณ์ดั้งเดิม เพราะเสน่ห์ที่แท้จริงของการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อย่างนนทบุรี คือการได้สัมผัสชีวิตเรียบง่าย ความอบอุ่นของผู้คน และเรื่องราววิถีชีวิตริมน้ำที่หาชมได้ยากในเมืองใหญ่ ทั้งหมดนี้จะนำไปสู่การสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริงต่อคนในชุมชน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ของจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และเพื่อประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และสรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ผลวิจัยใช้ประโยชน์ในเชิงข้อเสนอแนะเพื่อนโยบายที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

5.1 สรุปกระบวนการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบประชุมกลุ่มย่อย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มแรก เป็น ภาครัฐบาลท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดทำโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวตามโครงการ ในเขตพื้นที่วิจัย (อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี) ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี สำหรับกลุ่มที่สอง เป็นตัวแทนภาคชุมชน บริเวณอำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี ที่เกี่ยวกับการให้บริการท่องเที่ยว และอยู่ในบริเวณชุมชนที่จัดทำโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ทั้งนี้จากกลุ่มประชากรชั้นต้น ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) จำนวน 20 ท่าน แบ่งเป็น ภาครัฐบาล 6 ท่าน และผู้แทนชุมชน 14 ท่าน สถานที่หลักในการวิจัย คือ บริเวณชุมชนท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งจังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่วิจัยในเครือข่ายการพัฒนาวิชาการและวิจัย ของ มทร.พระนคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบประชุมกลุ่มย่อย สร้างเครื่องมือโดยการทบทวนประเด็นวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและนโยบายการท่องเที่ยว หรือการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จากเครื่องมือวิจัย มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation method) ในเบื้องต้น หลังจากนั้นแก้ไขเครื่องมือวิจัย และส่งประเมินแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญงานวิจัยการท่องเที่ยวจำนวน ท่องเที่ยวจำนวน 2 ท่านตรวจสอบและนำเครื่องมือที่ได้ ไปทดลองเก็บ Try out กับกลุ่มชุมชนจำนวน 5 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.98 ปรับแก้เครื่องมือวิจัยรอบสุดท้ายให้สมบูรณ์ ก่อนนำเครื่องมือดังกล่าวไปลงพื้นที่จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล วิจัยทำการนัดหมายกลุ่มตัวอย่างตามกำหนดระยะเวลาเบื้องต้น ส่งแบบสัมภาษณ์และแบบยินยอมในการให้ข้อมูลแก่กลุ่มตัวอย่าง เมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบรับการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลตามนัดหมาย ตามสถานที่ และกำหนดเวลาที่ผู้วิจัยประสานแจ้งกับกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกเสียง สำหรับการประชุมกลุ่มย่อย (focus group) ผู้วิจัยนัดกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างอีกครั้งแบบเจาะจง เข้าสู่กระบวนการกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย ส่งแบบประชุมกลุ่มย่อยและนัดหมาย หัวข้อในการประชุมไปยังกลุ่มตัวอย่าง ที่จะเข้าร่วมกิจกรรม เก็บข้อมูลโดยการประชุม ผู้วิจัยดำเนินการหลัก และให้กลุ่มตัวอย่างหรือตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ตามหัวข้อจากแบบการประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยทำการบันทึกข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ผลวิจัย

สำหรับการบันทึกเสียงจากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามหลักจริยธรรมการวิจัย ฟิล์บันทึกเสียงดังกล่าว ถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้วิจัย ตั้งรหัสลับเข้าถึง และไฟล์ดังกล่าว จะถูกทำลายไปภายในระยะเวลา 1 ปี หลังสิ้นสุดงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการกระบวนการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) ตามวิธีการของงานวิจัยแบบคุณภาพ ได้แก่ นำข้อมูลมาถอดเทป (Transcribe) ด้วยตัวผู้วิจัยเอง นำข้อมูลมาเรียบเรียงชุดข้อมูลเป็นประเภท หมวดหมู่ ตามคำสำคัญ (Keywords) จากนั้น เรียงหมวดหมู่ จากคำสำคัญวิจัย กำหนดเป็น Code แต่ละหัวข้อ และทำการวิเคราะห์โดยผู้วิจัย จัดลำดับหมวดหมู่ของข้อมูลวิจัย ทำการตีความ (Interpret) เพื่อสรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

จริยธรรมการวิจัย งานวิจัยเล่มนี้ ได้ผ่านกระบวนการพิจารณาจริยธรรมวิจัยตามข้อกำหนด โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่ายภูมิภาค มหาวิทยาลัยนเรศวรดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP วันที่ 19 กรกฎาคม 2567

5.2 สรุปผลการวิจัย

จากกระบวนการวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปผลวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี ผลวิจัย พบว่า จังหวัดนนทบุรี มีศักยภาพในการท่องเที่ยวระดับที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติได้ไม่แพ้กรุงเทพมหานคร มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย แต่ที่ได้รับความนิยมจะเป็น การท่องเที่ยวไหว้พระ การท่องเที่ยววิถีชีวิต (ตลาดท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร) และการท่องเที่ยว

ในเชิงส่งเสริมสุขภาพ (สปาและนวดแผนไทย) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อบูรณาการระหว่างชุมชนและท้องถิ่น รวมถึงนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

สำหรับกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น จังหวัดนนทบุรี มีรายละเอียดโครงการดังนี้ จังหวัดนนทบุรี ได้สร้างสรรค์โครงการ ภายใต้ชื่อ “1 เมืองท่องเที่ยว 1 ประสบการณ์ท้องถิ่น (One destination, One Local experience)” มุ่งเน้น กิจกรรม “อบรมสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฝั่งริมคลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี” ซึ่งโครงการที่จัดทำขึ้นดังกล่าว สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2566 -2570) และนอกจากนี้ รายละเอียดโครงการดังกล่าว ยังสอดคล้อง กับแผนปฏิบัติการราชการ รายปี (ในปีที่จัดทำโครงการ ปีงบประมาณ 2566 หรือ ช่วงปฏิบัติการโครงการ 2566-2567) คือ มุ่งเน้น ยุทธศาสตร์ที่ 2 ในด้านการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย มีเป้าประสงค์ให้ชุมชนท้องถิ่นและวิสาหกิจรายย่อยท้องถิ่นเกิดการพัฒนามีโอกาสสร้างรายได้ผ่านการท่องเที่ยวมากขึ้น อบรมพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของท้องถิ่นและชุมชน จากรายได้ที่มาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬา อีกทั้งโครงการดังกล่าว ยังสอดคล้องกับประเด็นแผนปฏิบัติการของสำนักงาน ปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ทางด้านสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา

ตามเป้าหมายของโครงการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีดังกล่าว เน้นไปที่ความพร้อมของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน ไปพร้อมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ดังนั้นนนทบุรีจึงได้จัดโครงการ “1 เมืองท่องเที่ยว 1 ประสบการณ์ท้องถิ่น (One destination, One Local experience) อบรมสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฝั่งริมคลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี” โดยวัตถุประสงค์ของโครงการ ประการแรก เพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาทักษะในการเป็นนักสื่อความหมายของบุคลากรท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี ประการที่สองเพื่อให้เกิดการเดินทางซ้ำของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวให้น่าจดจำ และเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเกิดรายได้มากขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายของโครงการ เป็นบุคลากร และผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว ตลอดจน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี รวมจำนวน 40 ท่าน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าโครงการดังกล่าว มุ่งเป้าในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวอย่างจริงจังจึงทำให้บุคลากรท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในการเตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยว สื่อความหมายและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สู่นักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความสำเร็จของโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี และสรุปข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

สรุปผลวิจัย ภาพรวมความสำเร็จของโครงการ อยู่ในระดับดี สะท้อนจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลในชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยว และได้เข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ พบว่าผู้เข้าร่วม

สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี ทั้งในด้านข้อมูลความรู้ วิธีการให้ข้อมูล เทคนิคมารยาทการต้อนรับนักท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น

กลุ่มเยาวชนในท้องถิ่นที่แสดงความกระตือรือร้นและให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ เยาวชนตามกลุ่มเป้าหมายโครงการได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการเป็นยุวมัคคุเทศก์ ทั้งด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ทักษะการสื่อสาร และการนำเสนอข้อมูลอย่างสร้างสรรค์ ทำให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างน่าสนใจ

การดำเนินโครงการท่องเที่ยวในภาพรวมมีความเหมาะสมทั้งในด้านระยะเวลาและการวางแผนที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และฤดูกาลท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดช่วงเวลาดำเนินโครงการให้ตรงกับฤดูกาลท่องเที่ยวหลักของพื้นที่ ช่วยส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มโอกาสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การคัดเลือกวิทยากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ตรงในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนาศักยภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้อย่างมีคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้

โครงการสอดคล้องกับนโยบายและสถานการณ์ท่องเที่ยว จากกลยุทธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี ปี 2567 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน การอนุรักษ์วัฒนธรรมและการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยเฉพาะวิถีชาวสวนและวิถีริมน้ำ

สำหรับข้อเสนอแนะโครงการ แบ่งเป็นรายประเด็นย่อย 6 ข้อหลักดังนี้

1. พัฒนาโครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นจังหวัดนนทบุรีในลักษณะเส้นทางเชื่อมโยง และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี เน้นการออกแบบเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางวัฒนธรรม อาทิ วัดโบราณ ตลาดพื้นบ้าน และชุมชนที่มีเอกลักษณ์ทางด้านหัตถกรรมโดดเด่นของจังหวัดนนทบุรี เช่น ชุมชนเกาะเกร็ด เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเพิ่มความหลากหลายของประสบการณ์ที่ได้รับ การเชื่อมโยงเชิงพื้นที่เช่นนี้จะช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะเจ้าบ้านทางการท่องเที่ยว

2. การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นให้เกิดประสบการณ์มีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าบ้าน โดยมุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ การเรียนรู้ และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งช่วยให้การท่องเที่ยวมีคุณค่าเชิงจิตใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของพื้นที่ อีกทั้ง จังหวัดนนทบุรี ยังมีหลายชุมชนและพื้นที่ เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ให้นักท่องเที่ยว

3. การพัฒนาสินค้าชุมชนให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างชัดเจนถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น งานเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ขนมไทยพื้นบ้าน ผลไม้พื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากการจักสาน การยกระดับสินค้าดังกล่าวควรดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบที่ทันสมัย การสร้างเรื่องราว (storytelling) ที่สะท้อนความเป็นมาของชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมช่องทางการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น

4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ในจังหวัดนนทบุรี ควรมุ่งเน้นไปที่การวางแผนเพื่อเข้าถึงกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะทาง และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สม่ำเสมอ และมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (loyal visitors) การวางแผนเชิงกลยุทธ์จึงควรมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเหล่านี้ ตัวอย่างกลุ่มเฉพาะทางการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มชมรมคนพายเรืออนุรักษ์วิถีคลอง กลุ่มผู้ที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มสูงวัยที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยววิถีชีวิตไหว้พระ

5. พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น การพัฒนาโครงการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผล จะต้องมีการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ซึ่งมีความจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนา ศักยภาพของบุคคลท้องถิ่น ชุมชน หรือผู้ประกอบการท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในด้าน ทักษะการให้บริการทางการท่องเที่ยวทั่วไป เช่น การต้อนรับ การสื่อสาร รวมถึงทักษะที่สำคัญได้แก่ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขั้นพื้นฐาน เพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยว

6. ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการในชุมชนท่องเที่ยว โดยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและชุมชนในจังหวัดนนทบุรี มีผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่ม อาทิ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น มะม่วงบางสีทอง ทุเรียนเมืองนนท์ มะพร้าวหวานทำอิฐ หน่อกะลาเกาะเกร็ด รวมถึงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและแปรรูปในชุมชน เช่น เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด เครื่องเบญจรงค์ลายทองของอำเภอบางกรวย กล้วยตาก และผลไม้แปรรูปต่าง ๆ

5.3 การอภิปรายผล

1. ประเด็นเรื่องการพัฒนาศักยภาพชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในจังหวัดนนทบุรีที่มีการดำเนินโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ที่ส่งเสริมกลุ่มเยาวชนในชุมชนให้สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างมีเสน่ห์และยั่งยืน ผ่านกลไกของภาคีเครือข่ายและความร่วมมือในระดับพื้นที่ ทั้งนี้การดำเนินการโครงการพัฒนาดังกล่าว สอดคล้องกับ แผนนโยบาย

ภาครัฐในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ที่ได้ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างสมรรถนะบุคลากรทุกระดับ ทั้งในด้านการยกระดับทักษะเดิม (Upskilling) และการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ (Reskilling) ให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2566) นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังจัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแก่เยาวชน ผู้นำชุมชน และวิสาหกิจชุมชนเพื่อถ่ายทอดเสน่ห์ของพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารการตลาดท้องถิ่นผ่านโครงการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

เช่นเดียวกับ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ดำเนินโครงการฝึกอบรมพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน และเยาวชนในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนให้เกิด มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหาร และวิถีชีวิต ซึ่งเป็นโครงการที่ถ่ายทอดประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่น ผ่านตัวแทนชุมชนสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และสร้างเสน่ห์แก่ท้องถิ่นชุมชน ทั้งนี้ มีตัวอย่างนโยบายสำคัญ เช่น โครงการ “ยกระดับทักษะและสร้างอาชีพด้านการท่องเที่ยวและบริการ (Tourism & Hospitality Upskill Program)” ที่ภาครัฐบาลได้มีการพัฒนาโครงการต่างๆ ร่วมกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานท้องถิ่น และองค์กรเอกชน เพื่อพัฒนา และยกระดับแรงงานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้มีมาตรฐานสากลและสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ การจัดการข้อมูลนักท่องเที่ยว และการสร้างคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนโยบายเหล่านี้ยังสอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (พ.ศ. 2561–2580) โดย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2561) ซึ่งระบุให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก โดยส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีบทบาทเป็น “เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว” อย่างแท้จริง

แนวทางการพัฒนาดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของ Dimitrova (2023) ซึ่งเสนอกรอบการดำเนินงาน 6 ขั้นตอนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ การยึดหลักความยั่งยืน การระบุจุดแข็งของพื้นที่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของคนในชุมชน การสร้างพันธมิตรกับภาคีเครือข่าย การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ และการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการสร้างเรื่องเล่า (Narrative) และภาพจำของพื้นที่ผ่านกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และปราชญ์ชุมชน ซึ่งล้วนเป็นกลไกที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับประสบการณ์ท้องถิ่นได้อย่างลึกซึ้ง ทั้งยังตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ ผลการศึกษาโดย กุลภา และคณะ (2567) ซึ่งมุ่งประเมินผลลัพธ์และผลกระทบของโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จอยู่ที่การเสริมสร้างสมรรถนะของคนในชุมชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย ผ่านงบประมาณที่มุ่งเน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ การจัดทำมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว และการมีภาคีเครือข่ายในการพัฒนาโครงการร่วมกับภาคเอกชน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการยกระดับสินค้าเศรษฐกิจชุมชน และศักยภาพการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างรวดเร็วและยั่งยืน

2. ประเด็นเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ จากการจัดโครงการ“หนึ่งเมืองท่องเที่ยวหนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” และโครงการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จากผลการศึกษา พบว่า หน่วยงานภาครัฐบาลและภาคีเครือข่าย มุ่งประเด็น การดึงอัตลักษณ์ของวิถีเมืองนนท์ มาส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในจังหวัดนนทบุรี เน้นการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างคุณค่าประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว เช่น จุดเด่นวัฒนธรรมอาหารไทย-มอญ วิถีชาวสวนผลไม้ วิถีน้ำวิถีเมืองนนท์สองฝั่งคลอง ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ นิยมการเดินทางแบบ One Day Trip เป็นอย่างมาก จึงสะท้อนได้ว่า การจัดโครงการที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยวเดิมได้เป็นอย่างดี

การจัดโครงการดังกล่าว สอดคล้องกับ นโยบายของภาครัฐบาล จะเห็นได้ว่า ช่วงปี 2566–2567 รัฐบาลได้มีนโยบายเร่งรัดการพัฒนาเมืองรองเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก โดยเฉพาะผ่านโครงการ “365 วัน มหัศจรรย์เที่ยวเมืองรอง” ภายใต้ยุทธศาสตร์ “Festival Hub” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เน้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดทั้งปีผ่าน Soft Power ด้านศิลปวัฒนธรรม อาหาร วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของจังหวัดนนทบุรีที่มีทุนวัฒนธรรมและกิจกรรมท้องถิ่นที่สามารถนำเสนอเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย ทั้งการทำขนมไทย การสักการะวัดริมแม่น้ำเจ้าพระยา หรือกิจกรรมทางน้ำในชุมชนริมน้ำ

การพัฒนาโครงการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ดังกล่าวยังสะท้อนถึงการนำหลักการของการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยอิงจากแนวคิดของ Kotler ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ที่สร้างความรู้สึก ประทับใจ และจดจำให้นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างความผูกพันและความภักดีต่อแบรนด์หรือแหล่งท่องเที่ยว ในทำนองเดียวกัน ไพฑูรย์ มนต์พานทอง และวรวิรัช สุขเสมอ (2563) ได้เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มีความแตกต่างจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการใช้ประสาทสัมผัสทางร่างกาย ความรู้สึกนึกคิด และจิตวิญญาณร่วมกันในการเดินทาง โดยประกอบด้วยองค์ประกอบ

สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การเกิดความเข้าใจในบริบทของพื้นที่ที่เยี่ยมชม และการเกิดมุมมองใหม่ที่แตกต่างจากบริบทเดิมของตนเอง

ในกรณีของจังหวัดนนทบุรี ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เช่น การลงมือทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน การเรียนรู้วิถีชีวิตริมคลอง และการมีส่วนร่วมกับพิธีกรรมท้องถิ่น ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในทุนวัฒนธรรมของตนเอง กล่าวโดยสรุป การออกแบบประสบการณ์เชิงท่องเที่ยวที่มีความหมายและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นของนนทบุรี ไม่เพียงแต่ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืนเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับชุมชน และส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงทางสังคมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าบ้านอย่างเป็นรูปธรรม

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจรงค์ พิณสะอาด (2565) ที่ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทุนทางสังคมของชุมชนเกาะเกร็ด ได้แก่ เครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ภายในชุมชน อาทิ กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน เป็นต้น ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนทุนทางวัฒนธรรมประกอบด้วยความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ ได้แก่ ชาวมอญ ชาวพุทธ และชาวไทยมุสลิม ซึ่งมีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาที่สามารถต่อยอดสู่กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีเอกลักษณ์ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนเกาะเกร็ด จึงมุ่งเน้นที่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ เช่น เส้นทางเครื่องปั้นดินเผา เส้นทางสุขภาพ กิจกรรมเวิร์กช็อปทำขนมไทยและขนมมุสลิม การทำผ้าบาติก การพายเรือชมวิถีริมแม่น้ำ และกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับสายน้ำและวัฒนธรรมประจำถิ่น กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมสู่คนในชุมชน และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในทุนวัฒนธรรมของตนเอง

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในจังหวัดนนทบุรี ไม่เพียงแต่ยกระดับคุณภาพของประสบการณ์ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังสามารถตอบโจทย์การพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านการใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม อีกทั้งยังเป็นกรณีตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นศักยภาพของการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีในมิติของการจัดการแบบองค์รวม และสามารถต่อยอดเชิงนโยบายในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากการการวิจัย ในการลงพื้นที่วิจัยครั้งนี้ นักวิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนดังนี้

- ควรส่งเสริมความร่วมมือและการบูรณาการระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เดียวกัน เพื่อให้สามารถจัดทำโครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน จะช่วยสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและครบวงจร

- การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการขยายศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยวเดิม โดยการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ รวมถึงการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และกิจกรรมเสริมที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์และความหลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้จะช่วยยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวและเพิ่มเวลาการพักอาศัยในพื้นที่

- การส่งเสริมมาตรการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดนันทบุรีที่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำ การบริหารจัดการความปลอดภัยทั้งด้านกายภาพและด้านบริการ เช่น การติดตั้งป้ายเตือน การจัดอบรมพนักงานบริการให้รู้วิธีช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีฉุกเฉิน รวมถึงการควบคุมความหนาแน่นของนักท่องเที่ยว จะช่วยสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว

5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาวิจัยต่อไป

จากกรอบประเด็นการวิจัยเล่มนี้ ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากนักวิจัยเพื่อการดำเนินงานวิจัยในอนาคต ได้แก่ การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุดในการเดินทาง นอกจากนี้ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานองค์ความรู้ท้องถิ่นและภูมิปัญญาชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมให้จังหวัดนันทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีความแตกต่างในเชิงวัฒนธรรมและนวัตกรรมอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์ (2566). โฆษกรัฐบาลเผย ททท. ต่อยอดความสำเร็จ ชูโครงการ “365 วัน มหัศจรรย์เที่ยวเมืองรอง”. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2566, สืบค้นจาก https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/244669?utm_source=chatgpt.com
- กรมประชาสัมพันธ์ (2567). วิถีชุมชนริมน้ำนนท์ เส้นทางสายน้ำ สัมผัสวิถีไทยแท้ริมคลองอ้อมนนท์. วันที่สืบค้น 15 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://nonhaburi.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/166751>
- กรมประชาสัมพันธ์ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสกลนคร (2566). มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวฟื้นเศรษฐกิจไทย. วันที่สืบค้น 15 ตุลาคม 2567, สืบค้นจาก <https://sakonnakhon.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/153872>
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2558). วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) วันที่สืบค้น 12 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/JVs3x>
- กองกฤษฎีการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2566). สถานการณ์ท่องเที่ยวการตลาดในประเทศ 2565. วันที่สืบค้น 15 ตุลาคม 2567, สืบค้นจาก <https://tatreviewmagazine.com/article/situation2022-domestic/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2567). สุขทำลอง 72 สไตล์. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Articles/happiness72styles>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2568). เกาะเกร็ด. วันที่สืบค้น 20 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B9%87%E0%B8%94>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2568). ตลาดวัดตะเคียน. วันที่สืบค้น 20 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%95%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2568). *พิพิธภัณฑน์นทบุรี*. วันที่สืบค้น 20 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B8%98%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%93%E0%B8%91%E0%B9%8C%E0%B8%99%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B5>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *สัมผัสเสน่ห์เกาะเกร็ด นนทบุรี*. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Articles/สัมผัสเสน่ห์เกาะเกร็ด-นนทบุรี>
- เขมิกา อีรพงษ์ (2563). การพัฒนาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการออกแบบประสบการณ์. *ศิลปกรรมสาร*. 13(1). หน้า 1-15.
- คมสัน เพ็ชรสิทธิ์. (2563). *วิถีชีวิตริมทางแบบไทยร่วมสมัย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อังสุมาลิน จำนงชอบ และณัฐพัชร์ มณีโรจน์. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*, 10(2), 156-187.
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อังสุมาลิน จำนงชอบ และณัฐพัชร์ มณีโรจน์. (2562). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ตำบลศรีนาวา จังหวัดนครนายก. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, 5(1), 1-18.
- จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จำนงชอบ, และ ณัฐพัชร์ มณีโรจน์ (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่อำเภอวัฒนานครจังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*. 10(2), หน้า 156-187.
- ณรงค์ พลธิ์รักษ์และปริญญา นาคปฐม. (2560). *การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ไตรภพ สดประเสริฐ. (2566). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ไทยรัฐออนไลน์ (2567). *นโยบายการท่องเที่ยวใหม่ของไทยปี 2567 ยกกระดับเมืองรองสู่ศูนย์กลางเทศกาล*. วันที่สืบค้น 15 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2792383>
- ปิติพัฒน์ ชูปลี้ม และวาราดา ทองจำนงค์ (2568). *สรุป 'ท่องเที่ยวไทย 2567' ดึงดูดต่างชาติ 35.54 ล้านคน โภจรายได้ 1.91 ล้านล้านบาท จับตาทิศ 1-2 ปีข้างหน้าพื้นที่ระดับก่อนโควิด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://thestandard.co/thai-tourism-2024-summary/>

- ผู้จัดการออนไลน์ (2568). ททท. จุดพลัง Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year 2025 อวดเสน่ห์ไทยเมืองน่าเที่ยวไฮซีซั่นทั้งปี. วันที่สืบค้น 15 เมษายน 2568, สืบค้นจาก <https://mgronline.com/onlinesection/detail/9680000031677>
- พิชญานี เชิงศิริ ไชยยะ นารีนารถ วงษ์ปรีดา และสิริวิทย์ สุขกันต์. (2564). วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(3), 75-85
- ไพฑูริย์ มนต์พานทอง และวรัรักษ์ สุขเสมอ. (2563). แนวทางการเพิ่มมูลค่าเชิงสร้างสรรค์จากการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำของประเทศไทย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- โยษิตา เพ็ชรดี. (2562). แนวทางการพัฒนาย่านตลาดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- รจนกร ทรัพย์ประเสริฐ. (2565). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดกระบี่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- วรรณพร อนันตวงศ์ เกิดถวา บุญปรากฏ และปัญญา เทพลิงห์. (2561). วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนคีรีวง. ใน *การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 9*, สงขลา.
- วิไลพร เสถียรอุดร. (2561). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2561). องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*, 11(1), 79-98
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2564ก). เกาะเกร็ด. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://wikicomunity.sac.or.th/community/358>
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2564ข). ตลาดทำนายนนทบุรี. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://wikicomunity.sac.or.th/community/2254>
- สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ (2566). จังหวัดนนทบุรีเปิดโครงการ 1 เมืองท่องเที่ยว 1 ประสบการณ์ท้องถิ่น (One Destination One Local Experience) อบรมสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวริมฝั่งคลองอ้อมนนท์. วันที่สืบค้น 20 ตุลาคม 2567, สืบค้นจาก <https://thainews.prd.go.th/news/detail/TCATG230525190235805>

- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2567). ผลงานรัฐบาล กระตุ้นการท่องเที่ยวไทยทุกมิติฟื้นเศรษฐกิจ. วันที่สืบค้น 15 ตุลาคม 2567, สืบค้นจาก <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/346512>
- สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (ม.ป.ป.ก). ตลาดน้ำวัดตะเคียน. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://ww2.nonthaburi.go.th/travel/detail/9/data.html>
- สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (ม.ป.ป.ข). สถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดใหญ่สว่างอารมณ์. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://ww2.nonthaburi.go.th/travel/detail/10/data.html>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (2565). *Soft Power อำนาจแห่งความสร้างสรรค์ เพื่อสรรค์สร้างเศรษฐกิจไทย*. วันที่สืบค้น 20 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://www.businesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-of-creativity-to-build-the-thai-economy>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน. วันที่สืบค้น 12 มกราคม 2568, สืบค้นจาก <https://www.nesdc.go.th/nscr/ns/>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570). วันที่สืบค้น 12 มกราคม 2568, สืบค้นจาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF
- สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม. (2566). *รองผู้ว่าฯ นนทบุรี ชวนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองอ้อมนนท์*. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://www.chorsaard.or.th/content/70274>
- สุริรัตน์ เครือคนโท. (2565). *การจัดการส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม
- โอเชียนสไมล์ทัวร์. (ม.ป.ป.). สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี. วันที่สืบค้น 20 ธันวาคม 2567, สืบค้นจาก <https://www.oceansmile.com/K/Nontaburi/Nontaburi1.htm>
- Cahyani, F. A., Lukman, L. A., Lestari, D. W., Janah, A. N., & Trimah, S. (2023). The Influence of Tourist Attraction and Service Quality on the Interest of Visiting Tourists on TLK Ecopark. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 2(2), 401-408.

- Cambridge. (n.d.). Tourist Attraction. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tourist-attraction>
- Dalimunthe, G. (2021). Experiential Tourism: A Conceptual Framework. 12, 889-890.
doi:10.17762/turcomat.v12i8.2927
- Dimitrova, M. (2023). Experiential Tourism. Retrieved from <https://www.crowdaid.it/wp-content/uploads/2023/12/Manual-on-Experiential-Tourism.pdf>
- Electronic Travel Authorization (2567). *โครงการระบบการอนุญาตการเดินทางแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. วันที่สืบค้น 15 ตุลาคม 2567, สืบค้นจาก <https://eta.in.th/th>
- Haryadi, D. (2023). Market Analysis on Man-Made Tourist Attraction in Indonesia. Paper presented at the Proceedings of the 7th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2022), Indonesia.
- Jutaluk, M. (2019). ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กับวิถีคนปลายบาง. Retrieved from <https://th.readme.me/p/23439>
- Kotler, P. (1999). *Kotler on marketing*. The Free Press.
- McLellan, H. (2000). Experience design. *CyberPsychology and Behavior*, 3(1), 59-69.
<http://doi.org/10.1089/109493100316238>
- Santos, N., Moreira, C. O., Ferreira, R., & Silveira, L. (2020). Sea Tourism Heritage in Portuguese Coastal Territory: IGI Global Scientific Publishing.
- True ID. (2564). 6 ตลาดน้ำนนทบุรี ตลาดน้ำเที่ยวใกล้กรุงเทพ เที่ยววันเดียวก็ชิลได้. Retrieved from <https://travel.trueid.net/detail/9xk3Lax4b3e>
- Yadav et al. (2023). Profile of Modern Tourism. New Delhi: Indira Gandhi National Open University
- Yiannakou, A., Apostolou, A., Birou-Athanasidou, V., Papagiannakis, A., & Vitopoulou, A. (2022). Branding Places through Experiential Tourism: A Survey on the Features of the Experiential Product and Enterprises in Greek Regions. *Tourism and Hospitality*, 3(2), 435-450.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย





โครงการวิจัย

งบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ปีงบประมาณ 2567

- ชื่อวิจัย (ภาษาไทย)** การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ “หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น” ของจังหวัดนนทบุรี
- ชื่อวิจัย (ภาษาอังกฤษ)** Strategies for tourism development by promoting local identity in Nonthaburi Province as part of the project “One destination, one local experience.”

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ (Interview form)

คำชี้แจง: แบบสัมภาษณ์ มีข้อความแบ่งออกเป็น 1 ตอน รวมจำนวน 6 ข้อ ข้อคำถามเป็นลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended questions)

1. ข้อมูลชุดเครื่องมือสัมภาษณ์ดังกล่าว ใช้สัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูล (Key Participants) ตามจำนวนระบุในระเบียบวิธีวิจัยเท่านั้น
2. ข้อมูลที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะไม่ระบุตัวตนผู้ให้สัมภาษณ์ และคำตอบจากการสัมภาษณ์จะถูกกำหนดเป็น Code ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เรียบเรียง ประมวลผลตามระเบียบวิธีวิจัยที่กำหนด มีเพียงผู้วิจัยที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้
3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นี้ จะถูกเก็บเป็นระยะเวลา 1 ปี ที่หัวหน้าโครงการวิจัยเท่านั้นและถูกทำลาย

เครื่องมือวิจัย (ต่อ)

ตอนที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น ตามโครงการ หนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี

- 1.1 ท่านคิดว่า จังหวัดนนทบุรี มีการท่องเที่ยวที่โดดเด่น และมีอัตลักษณ์ในการท่องเที่ยว แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ อย่างไรบ้าง
- 1.2 ขอให้ท่านอธิบาย ถึงแนวคิดและรายละเอียดในการจัดทำโครงการท่องเที่ยว ตามโครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี
- 1.3 ท่านคิดว่า โครงการดังกล่าวมีส่วนช่วยสนับสนุนอัตลักษณ์ในการท่องเที่ยวเมืองนนทบุรีอย่างไรบ้าง
- 1.4 โครงการดังกล่าวมีการประชาสัมพันธ์อย่างไร และกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักสำหรับโครงการเป็นใคร
- 1.5 ท่านคิดว่า มีปัจจัยใดที่เกื้อหนุนให้โครงการดังกล่าว ประสบผลสำเร็จในการจัดดำเนินการโครงการ
- 1.6 ท่านมีข้อเสนอแนะต่างๆ ของโครงการ เพื่อการจัดทำโครงการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวต่อไปอย่างไร

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามสำหรับประชุมกลุ่มย่อย (Focus group)

- คำชี้แจง:**
1. แบบประชุมกลุ่มย่อย มีข้อคำถามแบ่งออกเป็น 1 ตอน รวมจำนวน 6 ข้อ ข้อคำถามเป็นลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended questions) เพื่อการเสนอความคิดเห็น
 2. ก่อนเริ่มดำเนินการประชุม ผู้วิจัยกล่าวสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อดำเนินรายการประชุมกลุ่มย่อย ทั้งนี้ ข้อมูลสรุปดังกล่าวมิได้เปิดเผยชื่อหรือตัวตนผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ หากมีการอ้างถึงข้อมูล จะถูกกำหนดด้วยรหัส Code เช่น P01- P02
 3. ข้อมูลที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะไม่ระบุตัวตนผู้ให้สัมภาษณ์ และคำตอบจากการสัมภาษณ์จะถูกกำหนดเป็น Code ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เรียบเรียง ประมวลผลตามระเบียบวิธีวิจัยที่กำหนด มีเพียงผู้วิจัยที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และจะถูกเก็บเป็นระยะเวลา 1 ปี ที่หัวหน้าโครงการวิจัยเท่านั้น ก่อนถูกทำลาย

แบบข้อคำถามเพื่อการประชุม

- 2.1 จากข้อมูลสรุปการสัมภาษณ์ดังกล่าว ท่านมีข้อคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับผลสรุป และความสำเร็จของการจัดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว โครงการหนึ่งเมืองท่องเที่ยว หนึ่งประสบการณ์ท้องถิ่น ของจังหวัดนนทบุรี
- 2.2 เพื่อความสมบูรณ์ของการจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ท่านมีข้อเสนอแนะใดเพิ่มเติม อย่างไรบ้าง

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ นามสกุล (ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตินันท์ ศรีสุวรรณ

ชื่อ นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Asst. Prof. Dr. Nitinan Srisuwan

2. ตำแหน่งปัจจุบัน

- ตำแหน่งบริหาร : -

- ตำแหน่งทางวิชาการ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก

- หน่วยงาน : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

- สถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก : 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กทม 10300

- หมายเลขโทรศัพท์มือถือ : 098 8971750

- E-mail : nitinan.s@rmutp.ac.th

4. ประวัติการศึกษา

2559 ปริญญาเอก Doctor of Professional Studies (Tourism)

Central Queensland University, Sydney, Australia

2551 ปริญญาโท ศศ.ม. (การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว)

มหาวิทยาลัยนเรศวร

2547 ปริญญาตรี ศ.บ. (การท่องเที่ยว)

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

สาขางานบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

7.1 หัวหน้าโครงการวิจัย

2566 โครงการศึกษาต้นแบบความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ณ ชุมชนบ้านบางพลับ จังหวัดสมุทรสงคราม งบประมาณเงินรายได้ มทร.พระนคร

2564 การพัฒนาระบบเทคโนโลยีเฝ้าอัจฉริยะในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อพัฒนา เศรษฐกิจจังหวัดสมุทรสงคราม งบประมาณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

- 2562 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรองจากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จังหวัดสมุทรสงคราม งบประมาณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ
- 2561 แนวทางการอนุรักษ์ขนบดั้งเดิมในพระพุทธศาสนา เมื่อนำมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งบประมาณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ
- 2560 แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยทุนสนับสนุนวิจัยโดยงบรายได้ประจำปี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร งบประมาณเงินรายได้

7.2 ผู้ร่วมวิจัย

- 2567 การส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามกรอบมาตรฐาน Community-Based Tourism CBT Model และพัฒนาระบบเทคโนโลยีชุมชน เพื่อส่งเสริมการตลาดและเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งยั่งยืน จังหวัดสมุทรสงคราม ภายใต้ แผนงานวิจัย การยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบจากทุนทรัพยากรท้องถิ่น ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและพัฒนาคุณภาพชีวิต งบประมาณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- 2566 การจัดการต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จังหวัดอุทัยธานี ผู้ร่วมวิจัย (หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 3) เรื่อง โครงการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน งบประมาณด้าน ววน. ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2566 (ผ่านหน่วยงาน) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

7.3 ผลงานตีพิมพ์เผยแพร่

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ, พรกนก ศรีงาม, และ เจนจิรา บ.ป.สูงเนิน. (2566). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองรองจากชุมชนเล็กเชื่อมโยงสู่ชุมชนใหญ่ด้วยสื่อดิจิทัล จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*, 6(1), 190-222.

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ. (2565). แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการค้าขายในชุมชนท้องถิ่นเพื่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม กรุงเทพมหานคร. *วารสารลวะศรี*, 6(2), 117-130.

นิตินันท์ ศรีสุวรรณ และ ปรีชญญาวิทย์ ธนนาถเขาวรินทร์. (2568). การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดอุทัยธานี. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 20(1), 77-102.