



การวิเคราะห์ศักยภาพและการออกแบบกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง: กรณีศึกษา จังหวัดนครพนม

ศราวุธ แจ่มใจดี^{1*} เสรี วงษ์มณฑา² ชุษณะ เตชคณา³ กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ⁴

Tourism Potential Analysis and Development Strategy Design for Secondary Cities: A Case Study of Nakhon Phanom Province

Sarawut Jangjaidee^{1*} Seri Wongmonta² Jusana Techakana³ Kannapa Pongponrat Chieochan⁴

Received 24/02/2026 Revised 08/04/2026 Accepted 10/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10499>

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม 2) วิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม 3) เสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร การลงพื้นที่สำรวจ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน จาก 5 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน ประชาสังคม และนักวิชาการ ผลการวิจัยพบว่า นครพนมมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ พระธาตุพนม การเข้าถึงพบว่าระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดยังไม่ครอบคลุม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า ห้องน้ำสาธารณะไม่ได้มาตรฐาน และการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง ขณะที่โปรแกรมท่องเที่ยวและกิจกรรมยังไม่หลากหลาย การบริการเสริมกระจุกตัวในพื้นที่หลัก ขาดการดูแลด้านความปลอดภัยอย่างทั่วถึง สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพพบว่า นครพนมมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม จุดอ่อนคือระบบขนส่งสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครอบคลุม การประชาสัมพันธ์และการบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวขาดความชัดเจน โอกาสมาจากกระแสท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ขณะที่ภัยคุกคามคือข้อจำกัดงบประมาณ การแข่งขันจากจังหวัดข้างเคียง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง และภาวะเศรษฐกิจโลก กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดในฐานะ “เมืองแห่งศรัทธาริมโขง” การสร้างความร่วมมือและการลงทุนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ อาทิ การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้ครอบคลุม ยกกระดับมาตรฐานความปลอดภัย พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: เมืองรอง นครพนม กลยุทธ์การพัฒนา

Abstract

This study aims to: 1) analyze the tourism components of secondary cities in Nakhon Phanom Province; 2) evaluate the tourism potential of these secondary cities; and 3) propose strategic guidelines for tourism development in Nakhon Phanom Province. A qualitative research methodology was employed, incorporating document analysis, field surveys, and in-depth interviews using semi-structured instruments. The sample consisted of 20 key informants representing five sectors: public, private, local residents, civil society, and

^{1,2,3,4} วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

College of Management, University of Phayao

Email: ¹j.sarawut@hotmail.co.th ²seri_wong@yahoo.com ³jusana.t@fba.kmutnb.ac.th ⁴kannapap@hotmail.com

*Corresponding author e-mail: j.sarawut@hotmail.co.th

academia. The findings reveal that Nakhon Phanom possesses significant potential for religious and cultural tourism, with Phra That Phanom serving as a primary attraction. However, accessibility remains a challenge as the internal public transportation system is not yet comprehensive. Regarding facilities, public restrooms do not meet standard requirements, and promotional efforts remain insufficient. Furthermore, tourism programs and activities lack diversity, while ancillary services are concentrated only in major areas, resulting in inadequate safety oversight across all locations. The potential analysis indicates that Nakhon Phanom's strengths lie in its religious and cultural assets. Weaknesses include fragmented public transportation, inadequate facilities, and a lack of clear integrated tourism routes and promotion. Opportunities arise from the growing trend of faith-based tourism and regional cooperation with neighboring countries. Conversely, threats include budgetary constraints, intense competition from adjacent provinces, shifting tourist behaviors, and global economic volatility. Recommended development strategies include establishing a distinct provincial identity as the "City of Faith along the Mekong," fostering integrated public-private partnerships for systematic infrastructure investment—such as expanding transportation networks and elevating safety standards—developing digital platforms for tourism data integration and promotion, and enhancing human capital and administrative efficiency.

Keywords: secondary city, Nakhon Phanom, development strategies

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2568 การท่องเที่ยวสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมรวม 2,701,826.45 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.32 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/ Total GDP) โดยในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยมีผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรวม 357,108,948 คน สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะภาคส่วนหลักในการพัฒนาประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2569)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก เช่น กรุงเทพมหานคร ชลบุรี กาญจนบุรี ภูเก็ต และเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับสูง ส่งผลให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้และความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่ นอกจากนี้ การกระจุกตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองหลักยังเพิ่มความเปราะบางต่อความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อจังหวัดที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นสัดส่วนสูง ทั้งในด้านรายได้ การจ้างงาน และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างฉับพลัน ระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าวจึงได้รับผลกระทบเป็นวงกว้าง สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการกระจายความเสี่ยงและการสร้างความสมดุลในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งภาครัฐเล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น โดยเมืองรองคือจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่เกิน 4,000,000 คนต่อปี ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่ยังมีศักยภาพในการพัฒนาและสามารถรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวได้อีก (ศิริขวัญ วิเชียรเพริศ, 2564) แนวคิดการพัฒนาเมืองรองเป็นประเด็นสำคัญที่ถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาระดับชาติต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก และสร้างความสมดุลในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดยประเด็นการพัฒนาเมืองรองด้านการท่องเที่ยวถูกกล่าวถึงในแผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 - 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (05) การท่องเที่ยว ซึ่งมีการกำหนดเป้าหมาย รายได้จากการท่องเที่ยว ของเมืองรองเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 5 ภายในปี พ.ศ. 2570 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 หมายความว่า 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ในกลยุทธ์ย่อยที่ 2.3 ซึ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวในเมืองรอง โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนานาฐานความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ส่งเสริมแนวคิดการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การพัฒนาระบบและการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างฐานให้ชุมชนมีความรักในท้องถิ่นและรักษา วัฒนธรรมของตนเอง ตลอดจนสร้างเครือข่ายและจัดหาเงินทุน เพื่อบ่มเพาะชุมชนให้ยกระดับเป็นวิสาหกิจ เพื่อสังคมและสตาร์ทอัพ ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม สำหรับแผนระดับที่ 3 ประเด็นการพัฒนาเมืองรองถูกบรรจุในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) กลยุทธ์ที่ 1.2 กระจายรายได้และความเจริญจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ และลดการรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม (Equitable Tourism) โดยในแนวทางที่ 1.2.1 มุ่งส่งเสริมการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังเมืองต่าง ๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ระดับชุมชน (Tourism Distribution) (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566)

จากปัญหาการกระจุกตัวของรายได้และความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่ของเมืองหลักและเมืองรอง การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อยกระดับการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยการศึกษานี้ได้คัดเลือกจังหวัดนครพนมเป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากจังหวัดนครพนมมีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดเมืองรองอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เน้นทรัพยากรธรรมชาติหรือเทศกาลท้องถิ่นเป็นหลัก จังหวัดนครพนมมีความชัดเจนด้านอัตลักษณ์และสามารถพัฒนาต่อยอดเชิงกลยุทธ์ได้หลากหลายมิติ ทั้งด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความเชื่อ จังหวัดนครพนมมีการเติบโตด้านการท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2568 มีผู้เยี่ยมเยือนรวม 2,366,303 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 2,190,993 คน และชาวต่างชาติ 175,310 คน สร้างรายได้รวม 4,362 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2569) ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าจังหวัดนครพนมยังมีช่องว่างในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอีกมาก ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยกระดับจังหวัดนครพนมให้เป็นเมืองรองที่สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม
3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

การทบทวนวรรณกรรม

เมืองรองเป็นนโยบายสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มุ่งกระจายรายได้และงานสู่ท้องถิ่น ลดความแออัดของเมืองหลัก ลดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองและภูมิภาค รวมถึงสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค โดยหน่วยงานหลักที่ผลักดันแนวคิดนี้คือหน่วยงานภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งได้กำหนดกลุ่มจังหวัดเมืองรอง โดยใช้เกณฑ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนไม่เกิน 4,000,000 คนต่อปี โดยการพัฒนาขับเคลื่อนผ่านพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 757) พ.ศ. 2565 ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 757) พ.ศ. 2565 ได้กำหนดจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง ทั้งหมด 55 จังหวัด ดังนี้

ตาราง 1

เมืองรอง

ภาค	จำนวนจังหวัด	จังหวัด
เหนือ	8	เชียงราย น่าน พะเยา แพร่ ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ แม่ฮ่องสอน
ตะวันออกเฉียงเหนือ	18	กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ นครพนม บุรีรัมย์ บึงกาฬ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี เลย
กลาง	14	กำแพงเพชร ชัยนาท นครนายก นครสวรรค์ พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรสงคราม สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรีอ่างทอง อุทัยธานี

ภาค	จำนวนจังหวัด	จังหวัด
ตะวันออก	4	จันทบุรี ตราด ปราจีนบุรี สระแก้ว
ตะวันตก	2	ตาก ราชบุรี
ใต้	9	นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา ปัตตานี

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองได้จัดทำแผนบูรณาการการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองนำเที่ยว 55 จังหวัด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยมีประเด็นการพัฒนา 5 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นการพัฒนาที่ 1 พัฒนาและยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยว มุ่งพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว เสริมสร้างศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมให้มีมาตรฐาน สร้างแรงจูงใจด้านการลงทุนแก่ผู้ประกอบการ และสนับสนุนแหล่งเงินทุนในรูปแบบสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) ประเด็นการพัฒนาที่ 2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มุ่งปรับปรุงและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิม สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเมืองสร้างสรรค์ เมืองมรดกโลก และย่านเมืองเก่า ตลอดจนสำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ (Unseen) ในแต่ละจังหวัด เพื่อเพิ่มทางเลือกและสร้างความหลากหลายให้นักท่องเที่ยว ประเด็นการพัฒนาที่ 3 สร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ผ่านการเชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ และทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว และประเด็นการพัฒนาที่ 4 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งระบบขนส่งมวลชนสาธารณะเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม (Tourism for All) เช่น การเพิ่มเส้นทางและสถานีขนส่ง ปรับปรุงมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย พัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุนการเดินทาง อาทิ แอปพลิเคชันข้อมูลการเดินทาง ระบบ GPS และบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงกำกับดูแลอัตราค่าโดยสารให้เหมาะสมและเป็นธรรม

การวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงศักยภาพและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรมด้านการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า Collier and Harraway (1997) ได้เสนอกรอบแนวคิด 3A ซึ่งอธิบายว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบหลักสามประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และการเข้าถึง (Accessibility) ทั้งนี้ องค์ประกอบดังกล่าวถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานเชิงระบบที่กำหนดขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างแรงจูงใจและการรองรับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว และจากแนวคิดของ Cooper and Boniface (1998) ได้มีการพัฒนาและขยายกรอบแนวคิดดังกล่าวเป็น 4A โดยเพิ่มเติมองค์ประกอบด้านบริการสนับสนุน (Ancillary Services) ซึ่งจะครอบคลุมบทบาทขององค์กร หน่วยงาน และกลไกการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การขยายองค์ประกอบดังกล่าวสะท้อนมิติของการจัดการเชิงสถาบันและโครงสร้างการกำกับดูแลที่มีผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมพบว่า Tourism Western Australia (2008) ได้นำเสนอกรอบแนวคิด 5A ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) ที่พัก (Accommodations) กิจกรรม (Activities) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านที่พักและกิจกรรมในฐานะกลไกสำคัญในการยกระดับประสบการณ์ (Tourist experience) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิด 5 A ได้มีนักวิชาการจำนวนมากนำมาพัฒนาต่อยอด โดยมองมิติการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมขึ้น เช่น แนวคิดของ Buhalis (2000) ได้เสนอกรอบการวิเคราะห์ 6A ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โปรแกรมหรือแพ็คเกจท่องเที่ยว (Available Packages) กิจกรรม (Activities) และบริการสนับสนุน (Ancillary Services) เพื่อสะท้อนองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการสร้างความคุ้มค่า (Value Creation) ผ่านการเชื่อมโยงทรัพยากร การบริหารจัดการ และเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยวอย่างเป็นองค์รวม การพัฒนาการท่องเที่ยวของกรอบแนวคิดตั้งแต่ 3A ถึง 6A แสดงให้เห็นถึงการขยายมิติการวิเคราะห์จากองค์ประกอบพื้นฐานเชิงกายภาพ ไปสู่มิติด้านการบริหารจัดการ เครือข่ายสนับสนุน รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งสะท้อนแนวโน้มของการศึกษาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความเป็นระบบมากขึ้น

การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) และการวางแผนกลยุทธ์ (TOWS) การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) เป็นแนวคิดของ Albert Humphrey ในช่วงทศวรรษ 1960–1970 โดยแนวคิดดังกล่าวพัฒนาขึ้นจากโครงการวิจัยที่ดำเนินการที่ Stanford Research Institute ซึ่งมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของแผนธุรกิจ

โดย SWOT เป็นคำย่อที่มาจากอักษรตัวแรกของคำว่า Strengths (จุดแข็ง), Weaknesses (จุดอ่อน), Opportunities (โอกาส) และ Threats (อุปสรรค/ภัยคุกคาม) SWOT เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพผ่านการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ โดยแยกปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) ออกจากปัจจัยภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) (Puyt, Lie, & Wilderom, 2023) การวิเคราะห์ SWOT ถูกนำมาพัฒนาต่อโดยนำผลจากการวิเคราะห์มาบูรณาการข้อมูลร่วมกันผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix ซึ่งเป็นเครื่องมือเชิงระบบ โดยการวิเคราะห์ TOWS Matrix จะช่วยให้ได้กลยุทธ์ 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) กลยุทธ์เชิงรุก (Strengths-Opportunities: SO) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อตักตวงโอกาส (2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (Weaknesses-Opportunities: WO) เป็นกลยุทธ์ที่พยายามลดจุดอ่อนภายในเพื่อที่จะสามารถคว้าโอกาสจากปัจจัยภายนอก (3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (Strengths-Threats: ST) ใช้จุดแข็งเป็นเกราะเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคาม และ (4) กลยุทธ์เชิงรับ (Weaknesses-Threats: WT) เป็นกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด ลดจุดอ่อนและเลี่ยงภัยคุกคามไปพร้อมกัน (Wehrich, 1982)

การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม การศึกษานี้ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมในหลายมิติ เช่น มนตรี คำวัน และคู่บุญ จารุมณี (2560) ได้ศึกษาโอกาสและความท้าทายในการพัฒนา นครพนมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นครพนมมีพระธาตุพนม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นจุดแข็ง สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการการท่องเที่ยวเป็นจุดอ่อน การเชื่อมโยงประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขงผ่านสะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 3 เป็นโอกาส และการขาดการเชื่อมโยงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอุปสรรค สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ พรหมเทพ และคณะ (2568) ที่กล่าวว่า ศักยภาพของจังหวัดนครพนมคือความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในพื้นที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ มีทิวทัศน์แม่น้ำโขงที่งดงาม มีความสงบแตกต่างจากพื้นที่อื่น และเป็นศูนย์กลางศรัทธา จึงมีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นเมืองพักผ่อน ในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ชัคณัมพร ศิริพัฒน์ และพัสสรณ์ วรภัทร์ธระกุล (2564) ได้ศึกษาความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดนครพนมมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ในการผลักดันการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครพนม และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมแล้ว การทบทวนวรรณกรรมยังได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ เช่น การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดนครพนม นันตพร ศรีวิไล และคณะ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ที่พักและข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม หรือการศึกษาของ อภิไทย แก้วจรัส และคณะ (2567) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวมูเตลูในจังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และภูมิถิ่นกำเนิด มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมูเตลูในจังหวัดนครพนม นอกจากนี้มิติด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดนครพนมแล้ว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่นักวิชาการให้ความสำคัญ โดย การศึกษาของ พัดชา เศรษฐธา และคณะ (2568) ได้ดำเนินการศึกษาการออกแบบเส้นทางทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมชุมชนชาวเหนือนครพนม ผลการศึกษาพบว่า มีชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาผ่านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมตำบลนาถ่อน วิสาหกิจชุมชนชาวม้าหวานบ้านนาถ่อน และวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปข้าวตำบลดันฝั่ง (ข้าวสุข) สอดคล้องกับ การศึกษาของ สุภัทรา เขียวศรี และคณะ (2568) ที่ได้ศึกษาแนวทางพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านนาถ่อนมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชนเผ่าไททกวน แต่มีที่พักไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์และบุคลากรรุ่นใหม่ด้านการบริหารการท่องเที่ยว

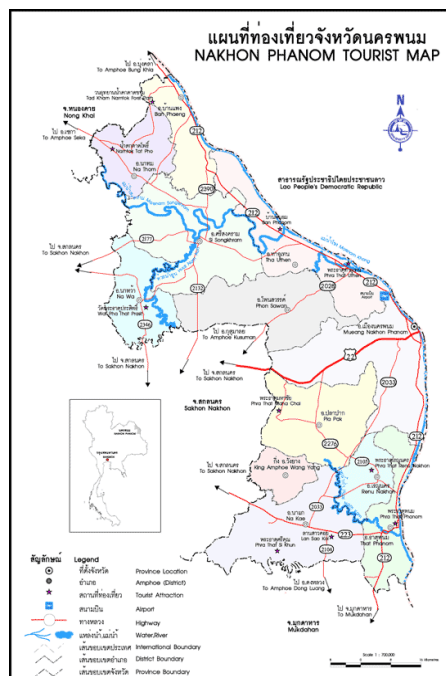
จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าช่องว่างที่สำคัญในการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม คือ (1) การศึกษาของนักวิชาการส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าการพัฒนาในภาพรวมผ่านการใช้นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนา และ (2) พื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ชุมชน ข้อมูลหรือผลการศึกษาอาจไม่ครอบคลุมหรือสามารถใช้เป็นตัวแทนในการออกแบบนโยบายหรือกลยุทธ์การพัฒนาในระดับจังหวัด การศึกษาเพื่อการออกแบบนโยบายหรือกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งจังหวัด ต้องอาศัยการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของครุรวม (Holistic analysis) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลเชิงพื้นที่ ทรัพยากร วัฒนธรรม และศักยภาพเชิง

เศรษฐกิจเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มีความชัดเจน สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมในระยะยาว การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด

พื้นที่ศึกษา จังหวัดนครพนมตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 735 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 5,528.88 ตารางกิโลเมตร (3,474,437 ไร่) พื้นที่ติดกับทางฝั่งด้านขวาของแม่น้ำโขงเป็นระยะทางประมาณ 174 กิโลเมตร ส่งผลให้จังหวัดมีพรมแดนเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์กับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม มีพื้นที่ราบสูงและภูเขากระจายอยู่บางส่วน มีแม่น้ำโขงไหลผ่านพื้นที่จังหวัดนับเป็นแหล่งน้ำที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบนิเวศ เศรษฐกิจ และการดำรงชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ ยังมีลำน้ำสาขาขนาดเล็กที่แยกจากแม่น้ำโขงไหลผ่านภายในพื้นที่จังหวัด ส่งผลให้พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์และเอื้อต่อการประกอบอาชีพด้านการเกษตร ในด้านการปกครอง จังหวัดนครพนมแบ่งเขตการบริหารออกเป็น 12 อำเภอ และ 99 ตำบล โครงสร้างประชากรมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยประกอบด้วยกลุ่มชนสำคัญ 9 เผ่า ได้แก่ ไทยญ้อ ไทยกะเลิง ไทยข่า ไทยแสก ไทยกวน ไทยยโส ไทยส่วย และกูไท รวมถึงประชาชนเชื้อสายจีนและเวียดนาม สะท้อนถึงลักษณะสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม (สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป.)

ภาพ 1

แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม



ที่มา: สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป

ตาราง 2

แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	อุทยานแห่งชาติภูสิงห์ หาดดอนแพง หาดแห่ อุทยานผาเป้า แหล่งท่องเที่ยวลุ่มน้ำ พื้นที่ชุ่มน้ำโลก
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรณีวิทยา	แหล่งรอยตีนไดโนเสาร์ท่าอุเทน ด่านสาวคอย
- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม	พระธาตุพนม พระธาตุท่าอุเทน พระธาตุเรณูนคร พระธาตุประสิทธิ์ พระธาตุมหาชัย พระธาตุศรีคูณ พระธาตุนคร วัดมรุกขนคร วัดโอกาสศรีบัวบาน พระพุทธบาทเวินปลา พระบางวัดไตรภูมิ พิพิธภัณฑ์จวนผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ หมูบ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม พิพิธภัณฑ์ประธานโฮจิมินห์ อนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ศาลจังหวัดนครพนม ประติมากรรมองค์พระยาสัตตนาคราช เรณูนคร ประเพณีสรงน้ำเจ้าแม่กวนอิม ไชยบุรีเมืองแห่งแม่น้ำ 2 สี

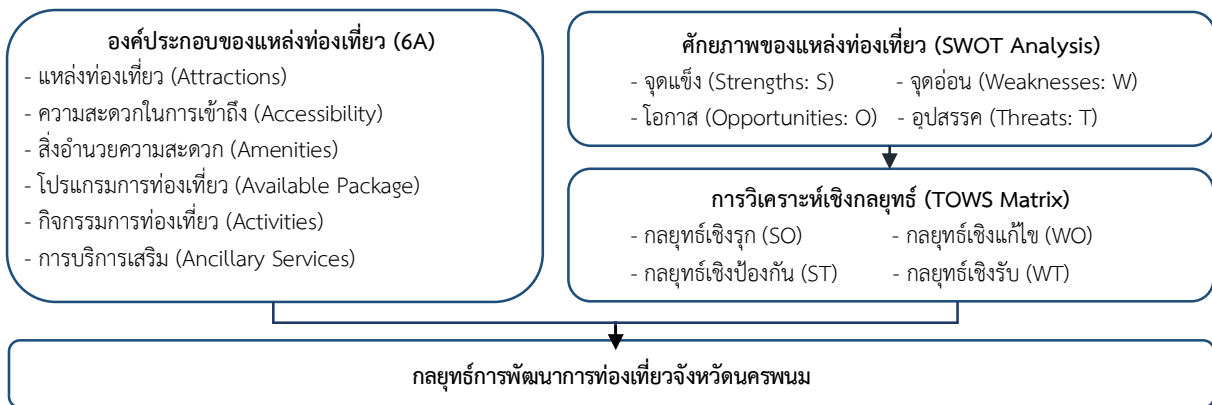
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน	เส้นทางจักรยานเลาะริมโขง อุโมงค์นาคราช สนามกอล์ฟภูกระแต เชื้อนหน้าเมืองนครพนมและอัมรินทร์ลานเดิน - วิ่ง ริมฝั่งแม่น้ำโขง สวนสาธารณะและหาดทรายทองศรีโคตรบูร สวนชมโขง สถานที่จัดแสดงโลกของปลาแม่น้ำโขง อ่างเก็บน้ำหนองญาติ หอเฉลิมพระเกียรติพระราชวงศ์จักรี ถนนสวรรค์ชายโขง

ที่มา: สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป

กรอบแนวคิดการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ภาพ 2

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ประกอบด้วย 5 ภาคส่วนหลัก ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคประชาสังคม และกลุ่มนักวิชาการ ภาคส่วนละ 4 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 3

เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
1. ภาครัฐ	- มีตำแหน่งในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว - มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 ปี
2. ภาคเอกชน	- เป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ - ประกอบกิจการในพื้นที่มากกว่า 5 ปี
3. ประชาชน	อาศัยอยู่ในพื้นที่มากกว่า 5 ปี
4. ภาคประชาสังคม	เป็นผู้แทนกลุ่มเครือข่ายการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยว
5. นักวิชาการ	- เป็นนักวิชาการ อาจารย์ ในพื้นที่ - มีประสบการณ์การทำงานในพื้นที่มากกว่า 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีจากเอกสาร (Documentary Research) ควบคู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured In-Depth Interview) ทั้งนี้ แบบสัมภาษณ์ดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่าน ผลการประเมินพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ รวมถึง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้ผ่านคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

ซึ่งให้การรับรองตามหลักมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH- GCP และ 45CFR 46.101(b)

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผสมผสานการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เข้าด้วยกัน ทั้งนี้ ข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ในพื้นที่ศึกษา ขณะที่ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับประเด็นและวัตถุประสงค์ของการศึกษาอย่างครบถ้วนและรอบด้าน โดยการสัมภาษณ์จะหยุดเมื่อข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เริ่มซ้ำ (Data Saturation)

การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดย 1) ถอดเทปและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2) จัดหมวดหมู่ของข้อมูล และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล 3) สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อนำเสนอเป็นข้อค้นพบเชิงเนื้อหา และ 4) ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อยืนยันความเที่ยงตรงของข้อมูล ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์จะถูกนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ควบคู่กับการยกตัวอย่างข้อความจากการสัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนข้อค้นพบ สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ในวัตถุประสงค์นี้ใช้การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) เพื่อประเมินสถานการณ์ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวใช้การวางแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix) ในการวิเคราะห์ โดยการนำผลการวิเคราะห์ SWOT มาจัดทำเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ

ตาราง 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม	การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม	การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis)
3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม	การวางแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix)

ผลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

1.1 แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

จังหวัดนครพนมมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น พระธาตุพนม ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและความเชื่อท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น อนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์ ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ระหว่างไทย-เวียดนาม ตลอดจนทัศนียภาพริมแม่น้ำโขงที่สามารถมองเห็น สปป. ลาว สะท้อนศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชายแดนและวัฒนธรรมสองฝั่งโขง ปัญหาการท่องเที่ยวเกิดจากการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุม หลายสถานที่มีความศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จัก กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลาย ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวซ้ำเดิม (เน้นไหว้พระ) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติยังไม่ค่อยได้รับความนิยมเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยว ทุกคนต้องไปกราบพระธาตุพนม นอกนั้นก็ไป วัดพระธาตุเรณู วัดพระธาตุท่าอุเทน แล้วก็ถ้ำนาคี อันอื่น ๆ คนยังไม่ค่อยรู้จัก น้ำตกคนไม่ค่อยไป น้ำตกตาดขาว น้ำตกตาดโพธิ์ สวย แต่เค้าไม่ค่อยไปกัน ส่วนใหญ่มากกราบพระธาตุพนมแล้วไปเลย...”

“...ภาครัฐไม่ค่อยได้สนใจประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด อาจจะเพราะไม่มีงบประมาณ ส่วนใหญ่เค้าเอาไปสร้างถนน สร้างอะไรมากกว่า ได้คะแนนมากกว่า...”

1.2 ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)

จังหวัดนครพนมสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางอากาศ โครงข่ายถนนสายหลักเชื่อมต่อจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก มีท่าอากาศยานนครพนมรองรับนักท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจาก สปป. ลาว โดยใช้

สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามระบบขนส่งสาธารณะในจังหวัดยังไม่ครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากขาดงบประมาณในการพัฒนา ซึ่งเป็นผลมาจากเสถียรภาพทางการเมืองท้องถิ่น

“...ถนนในจังหวัดก็ครบ ไปได้ทุกที่ นักท่องเที่ยวเค้ามากันเค้าก็เอารถมากันเอง ไม่มีรถก็ล่าบาทน้อย มันไม่เหมือนกรุงเทพฯ รถเมล์ผ่านหมด พออยาก คนก็ไม่ไปก็อื่น มาแค่พระธาตุพนมแล้วก็อยู่ในเมืองไม่กี่วัน ก็กลับ...”

“...ผู้ว่าฯ สส. หน่วยงานภาครัฐควรทำถนนให้เข้าถึงที่ท่องเที่ยวให้ครบ หารถประจำทางให้เค้า นักท่องเที่ยวบางคนแบกเป้มาคนเดียว เค้าก็ไม่รู้จะไปยังไง...”

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

จังหวัดนครพนมมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริเวณริมแม่น้ำโขงและตัวเมือง ที่พักมีความหลากหลาย ทั้งโรงแรมและโฮมสเตย์ แม้ว่าโรงแรมจะมีไม่มากแต่เพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว สำหรับร้านอาหารท้องถิ่นในพื้นที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นลุ่มน้ำโขง เช่น อาหารอีสาน รวมถึงอาหารเวียดนาม สำหรับห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน ระบบการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้

“...ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวพระธาตุประจำวันเกิดบางแห่งไม่สะอาด มีแมลง ตัวอะไรก็ไม่มี เวลาใช้ก็รู้สึกไม่ค่อยสบายใจ อยากให้มีการดูแลรักษาให้สะอาดกว่านี้หน่อย...”

“...เวลาจะหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด บางทีรู้สึกยากมากเลย บางอย่างก็ไม่ค่อยอัปเดต ทำให้ไม่รู้รายละเอียด บางทีไปถึงละปิด ส่วนใหญ่ใช้ Google map มันจะบอกว่าปิดไม่เปิด บางทีต้องโทรถาม เช่น ร้านกาแฟดังๆ...”

“...โฮมสเตย์ในจังหวัดนครพนมน่ารักมาก เจ้าของใจดีมาก พอมาพักแล้วรู้สึกอบอุ่น อยากให้ที่พักโฮมสเตย์ในนครพนมมีมาตรฐานในระดับนี้ เอาใจใส่นักท่องเที่ยวแบบไม่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอึดอัด...”

1.4 โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package)

โปรแกรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมส่วนใหญ่เน้นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เช่น เส้นทางไหว้พระธาตุประจำวันเกิด และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรมสองฝั่งโขง นอกจากนี้ยังมีโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชุมชน อย่างไรก็ตาม การจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทเข้าด้วยกันยังมีจำนวนจำกัด แพ็คเกจท่องเที่ยวยังไม่หลากหลายและขาดการบูรณาการเส้นทาง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย มาเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าใช้ทัวร์ เค้าแค่ดูในคอมพิวเตอร์ ก็มาเที่ยวเองได้แล้ว บริษัททัวร์ไม่จำเป็นแล้วสมัยนี้...”

“...โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่คือ เส้นทางเดินทางไหว้พระธาตุ นักท่องเที่ยวชอบมาก เค้าไม่เคยเห็น...”

1.5 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมไม่มีความหลากหลาย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ได้แก่ การสักการะพระธาตุ การเข้าร่วมงานประเพณีท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวรูปแบบอื่นมีไม่มากนัก เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่ ได้แก่ กิจกรรมปั่นจักรยานเลียบริมน้ำโขง การล่องเรือชมทัศนียภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ยังไม่ถูกพัฒนาอย่างเป็นระบบ กิจกรรมตามฤดูกาลยังขาดการจัดการต่อเนื่อง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวไปแต่พระธาตุพนมซึ่งมีชื่อเสียงอยู่แล้ว ไม่กระจายตัวไปท่องเที่ยวที่อื่น...”

1.6 การบริการเสริม (Ancillary Services)

การให้บริการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว จังหวัดนครพนมมีศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในเขตตัวเมืองและบริเวณแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีร้านจำหน่ายของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสองฝั่งโขง การบริการเสริมกระจุกตัวอยู่ในเขตตัวเมืองและบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น พระธาตุพนม ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในรอบนอกยังมิบริการสนับสนุนค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะด้านข้อมูลหลายภาษา ระบบดิจิทัลแอปพลิเคชันนำเที่ยว รวมถึงในประเด็นความปลอดภัย ตำรวจท่องเที่ยวยังให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างไม่ทั่วถึง ปัญหาดังกล่าว

ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจในการมาท่องเที่ยวในเมืองรอง เทคโนโลยีดิจิทัล การกระจายบริการ และความปลอดภัย เป็นคอขวดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ยากและลดความเชื่อมั่นในการเดินทาง การพัฒนาการบริการเสริม ควรมุ่งเน้นการบูรณาการข้อมูล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การกระจายบริการสู่ชุมชน เพิ่มความสะดวกและความปลอดภัย

“...บริการเสริมไม่ค่อยมี Wifi ไม่มี นักท่องเที่ยวเค้าก็ใช้อินเทอร์เน็ตเค้า ของเรายังไม่ได้อ...”

“...นักท่องเที่ยวไทยไม่เท่าไร นักท่องเที่ยวต่างชาติเค้าจะงง ไม่มีข้อมูลอะไรให้เค้า ไม่รู้จะถามใคร บางคน ก็เดินไปเนี่ย ตามถนน แดกก็ร้อน ไม่รู้จะไปไหน ถ้าเค้ารู้ว่าที่ไหนไปยังไง มันก็ง่ายขึ้น ดังเค้ามียูแล้ว แต่เค้าไม่รู้จะไปยังไง ไม่รู้จะถามใคร...”

“...ที่นี่ไม่ค่อยมีโจรนะ ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีประเด็นเรื่องความปลอดภัย แต่ตำรวจก็ไม่ค่อยมี เค้าทำงานใน สถานีตำรวจ ไม่ค่อยออกมาดูประชาชน...”

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 กลุ่ม พบว่า ทั้ง 5 กลุ่มมีความเห็นในประเด็นแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการเข้าถึง สอดคล้องกันคือ นครพนมมีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม โดยเฉพาะพระธาตุสำคัญ เป็นจุดขายหลัก ในด้านการเข้าถึงทั้ง 5 กลุ่มมีความเห็นว่า ระบบคมนาคมขนส่งยังไม่ครอบคลุมและเข้าถึงได้ยาก ด้านสิ่งแวดล้อม ภาครัฐเห็นว่าโดยรวมเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนภาคประชาชนและประชาสังคมเห็นว่า สาธารณูปการอย่างห้องน้ำมีปัญหามาตรฐานและไม่เพียงพอ และระบบข้อมูลข่าวสารออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยว ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนเห็น สอดคล้องกันคือไม่มีความหลากหลาย ด้านการบริการเสริม พบว่า ภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มนักวิชาการมองว่าบริการยังไม่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยเฉพาะแอปพลิเคชันต่าง ๆ ส่วนภาคประชาชนให้ความสำคัญกับการเข้าถึง Wifi ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

ตาราง 5

การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) เมืองรอง จังหวัดนครพนม

จุดแข็ง (Strengths: S)		จุดอ่อน (Weaknesses: W)	
S1	จังหวัดนครพนมตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขงซึ่งเป็นเส้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยและ สปป. ลาว	W1	ระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุม ไม่มีระบบรถไฟเชื่อมจังหวัดโดยตรง รถสาธารณะไม่เพียงพอ
S2	แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น พระธาตุพนม พญาศรีสัตตนาคราช ถ้ำนาคี อุทยานแห่งชาติภูสิงห์	W2	จังหวัดนครพนมไม่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เข้าไม่ถึงประชาชนทั่วไป รวมถึงนักท่องเที่ยว
S3	แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เช่น พระธาตุประจำวันเกิด 7 วัน	W3	การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด และพื้นที่จังหวัดข้างเคียงยังไม่ชัดเจน
S4	จังหวัดนครพนมมีทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ เช่น งานนมัสการพระธาตุพนม ประเพณีไหลเรือไฟ	W4	ฤดูกาลท่องเที่ยวค่อนข้างกระจุกตัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ประเพณีไหลเรือไฟ
S5	จังหวัดนครพนมมีโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ท่าอากาศยาน และสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3	W5	การกำหนดภาพลักษณ์ (Brand Identity) จังหวัดยังไม่ชัดเจน
S6	จังหวัดนครพนมเป็นพื้นที่จังหวัดชายแดนที่มีความปลอดภัย ไม่มีปัญหาความไม่สงบเหมือนจังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ ซึ่งมีปัญหาข้อพิพาทชายแดน	W6	ข้อมูลการท่องเที่ยว เช่น เรื่องราวในอดีตของพื้นที่ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น นิทานพื้นบ้านไม่ได้ถูกรวบรวม และใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
S7	ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในจังหวัดมีกลุ่มชาติพันธุ์ 9 ชนเผ่า และ 2 เชื้อชาติ	W7	การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังขาดการกำหนดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ส่งผลให้ชุมชนยังไม่สามารถระบุจุดขายหรือคุณค่าที่โดดเด่นของตนเองในการนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม
		W8	ภาครัฐมีความล่าช้าในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ได้รับผลกระทบทั้งในด้านการวางแผนการดำเนินงาน

โอกาส (Opportunities: O)		อุปสรรค (Threats: T)	
O1	การท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และเชิงศรัทธา เป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน	T1	การกระจายงบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง
O2	ภาครัฐอยู่ระหว่างการดำเนินการเพื่อขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก	T2	การแข่งขันจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น มุกดาหารและบึงกาฬ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ ถ้ำนาคา
O3	ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS)	T3	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น นิยมแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายและทันสมัย
O4	นครพนมเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ	T4	เสถียรภาพเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของประเทศ
O5	นโยบายการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง	T5	การเปลี่ยนแปลงของระดับน้ำโขงจากการสร้างเขื่อนในประเทศต้นน้ำ ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
		T6	การเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองท่องเที่ยวเพื่อนบ้าน เช่น หลวงพระบาง ที่มีภาพลักษณ์ชัดเจน อาจแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด หากนครพนมไม่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

ตาราง 6

การวางแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix) เมืองรอง จังหวัดนครพนม

TOWS Matrix		โอกาส (Opportunities: O)	อุปสรรค (Threats: T)
		กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategies)
จุดแข็ง (Strengths: S)		SO1: พัฒนาจุดขาย “การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง” เชื่อมโยงกับเส้นทางมรดกโลก พระธาตุพนม (S2, S3 + O1, O2)	ST1: สร้างเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Unique Experience) ที่มุกดาหารและบึงกาฬไม่มี เช่น พิธีไหลเรือไฟ (S4 + T2)
		SO2: พัฒนานครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยใช้ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ รองรับนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษและความร่วมมือ GMS (S1 + O3, O4)	ST2: ใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทันสมัยและหลากหลาย เพื่อตอบโต้ภัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (S4 + T3)
		SO3: ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว 7 พระธาตุตามวันเกิด โดยใช้เทคโนโลยี AR/VR เล่าเรื่องราว เชื่อมกับกระแสดูการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (S2, S3 + O1)	ST3: ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ (High-End) ที่ต้องการความสงบและประเพณีดั้งเดิม เพื่อลดความเสี่ยงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป (S4 + T3)
		SO4: พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดึงนักท่องเที่ยวจากฝั่งลาวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (S1 + O3, O4)	ST4: สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการลงทุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ภาครัฐควรสนับสนุนแรงจูงใจ (Incentive) ให้ภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมการลงทุน รวมถึงควรมหาแหล่งทุนใหม่ๆ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการไปโดยลดการพึ่งพาภาครัฐส่วนกลาง (S2, S3, S4, S7 + T1)
		SO5: ส่งเสริมการลงทุนด้านโรงแรมและบริการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยใช้โครงสร้างพื้นฐานที่ดี (ท่าอากาศยาน/สะพานมิตรภาพ) เป็นจุดแข็งในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (S5 + O3, O5)	
		SO6: สร้างอัตลักษณ์ของเมือง (City Branding) โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และเมืองริมโขง ให้ชัดเจน สอดรับนโยบายรัฐส่งเสริมเมืองรอง (S1, S3 + O5)	
		SO7: ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมชนเผ่า จัดกิจกรรมดึงดูดการท่องเที่ยวเมืองรองตลอดทั้งปี (S7 + O5)	ST5: ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) โดยใช้วัฒนธรรมอาหารจาก 9 ชนเผ่า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบความหลากหลาย (S7 + T3)
		SO8: ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว การล่องเรือชมความสวยงามริมฝั่งโขงเชื่อมโยงพญาศรีสัตตนาคราช และถ้ำนาคี (S1, S2 + O1)	
		SO9: ส่งเสริมการสร้างจุดขายเมืองชายแดนที่ปลอดภัย เพื่อเป็นที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว (S6 + O5)	

TOWS Matrix		โอกาส (Opportunities: O)	อุปสรรค (Threats: T)
จุดอ่อน (Weaknesses: W)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategies)		กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategies)
	WO1: ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมให้ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม (W2 + O1)		WT1: พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับจังหวัดข้างเคียง (มุกดาหาร-บึงกาฬ) แทนการแข่งขันเอง เพื่อแก้ปัญหาเรื่องงบประมาณจำกัด (W1 + T2)
	WO2: ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อโซเชียลมีเดีย (Influencer) และผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) (W2 + O1)		WT2: จัดแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (W4 + T4)
	WO3: จัดทำแผนการท่องเที่ยวรองรับการเป็นเป็นมรดกโลกของพระธาตุพนม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม (W5 + O2)		WT3: จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ลดผลกระทบจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลก (W3 + T4)
	WO4: พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยว รองรับการเดินทางเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจ (GMS) เขตเศรษฐกิจพิเศษ นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรอง (W1 + O3, O4, O5)		
	WO5: พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรบริการรองรับการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ และเกิดการบอกต่อ (Word of mouth) (W2 + O1)		
	WO6: นำประวัติศาสตร์และนิทานพื้นบ้านมาสร้างเรื่องราว รองรับเทรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (W6 + O1)		
	WO7: ส่งเสริมการอบรมคนในพื้นที่ให้สามารถถ่ายทอดประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อสร้างจุดเด่นให้การท่องเที่ยวชุมชน (W6, W7 + O5)		

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าจังหวัดนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นจุดแข็ง โดยเฉพาะในมิติของความเชื่อ ความศรัทธา ศาสนา และวัฒนธรรม ซึ่งมีพระธาตุพนมเป็นศูนย์กลางสำคัญ รวมถึงมีพระธาตุประจำวันเกิดครบ 7 วัน สอดคล้องกับการศึกษาของมนตรี คำวัน และคู่บุญ จารุมณี (2560) และการศึกษาของจิราภรณ์ พรหมเทพ และคณะ (2567) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) จังหวัดนครพนมสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางอากาศ แต่ระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดยังมีข้อจำกัด ยังไม่ครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากขาดงบประมาณในการพัฒนา สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว (Amenities) บริเวณริมแม่น้ำโขงและตัวเมืองจังหวัดนครพนมมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก แต่ปัญหาที่ควรเร่งดำเนินการแก้ไขคือห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน และระบบข้อมูลข่าวสารออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งปัญหาข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาของ Pongtanee and Choibamroong (2025) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยว การตลาดและการเข้าถึง ความปลอดภัย และระบบรักษาความปลอดภัย เป็นปัจจัยพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) ยังไม่หลากหลายและขาดการบูรณาการเส้นทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) จังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ได้แก่ การสักการะพระธาตุ และการเข้าร่วมงานประเพณีท้องถิ่น การท่องเที่ยวรูปแบบอื่นมีไม่มากนัก ซึ่งการศึกษาของจินตนา สุริยะศรี (2564) ระบุว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จังหวัดนครพนมจึงควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย การบริการเสริม (Ancillary Services) กระจุกตัวอยู่ในเขตตัวเมืองและแหล่งท่องเที่ยวหลัก ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอรอบนอกยังมีบริการสนับสนุนค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะด้านข้อมูลหลายภาษา ระบบดิจิทัล แอปพลิเคชันนำเที่ยว รวมถึงประเด็นความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ดำรงท่องเที่ยวยังให้บริการนักท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง ทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัย

การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) จังหวัดนครพนมมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม มีเอกลักษณ์ด้านประเพณีที่โดดเด่น สอดคล้องกับการศึกษาของ อรทัย มูลคำ และ ขวลิย์ ณ ถลาง (2563) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุมและไม่ได้มาตรฐาน การประชาสัมพันธ์ การสร้างอัตลักษณ์จังหวัด และการบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวยังขาดความชัดเจน ทำให้กิจกรรมและโปรแกรมท่องเที่ยวยังไม่หลากหลาย โอกาสสำคัญมาจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (GMS) การเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ และนโยบายสนับสนุนเมืองรอง อย่างไรก็ตาม ภัยคุกคามที่สำคัญคือข้อจำกัดด้านงบประมาณ การแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และภาวะเศรษฐกิจโลก

การออกแบบกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix จังหวัดนครพนมมุ่งใช้จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงเป็นฐานในการพัฒนาเมืองรอง กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 7 พระธาตุ ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ของเมือง (City Branding) รองรับกระแสการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ใช้ศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งชายแดนและความร่วมมือ GMS ผลักดันนครพนมเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวอีสานตอนบน ส่งเสริมการลงทุนด้านโรงแรมและบริการโดยอาศัยศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามบินและสะพานมิตรภาพ เพื่อเป็นแรงดึงดูดนักลงทุน กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) มุ่งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด เช่น ประเพณีไหลเรือไฟ เพื่อสร้างความแตกต่างจากจังหวัดคู่แข่ง เน้นพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทันสมัยควบคู่ทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการลงทุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และหาแหล่งทุนใหม่ๆ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารออนไลน์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อโซเชียลมีเดีย (Influencer) และผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) สร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมให้มีความชัดเจน พัฒนาระบบคมนาคม รวมถึงศักยภาพบุคลากรการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับประสบการณ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวเข้าสู่กลยุทธ์เชิงรับ (WT) มุ่งบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง ลดการแข่งขัน และจัดแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว เพื่อลดการกระจุกตัวของการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม มีดังนี้

1) ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เร่งพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้ครอบคลุม พัฒนาโครงสร้างการเชื่อมโยงการเดินทางที่มีศูนย์กลางหลักและมีจุดหมายปลายทางย่อยเชื่อมต่อจากศูนย์กลางนั้น (Hub-and-Spoke) เพื่อกระจายการเดินทางอย่างเป็นระบบ พัฒนาระบบความปลอดภัยที่ครอบคลุมทั้งระบบตั้งแต่ การป้องกัน การตอบสนอง และการสร้างความเชื่อมั่น เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด (CCTV) ในจุดเสี่ยง จัดตั้งศูนย์ควบคุมความปลอดภัย และเพิ่มอัตรากำลังตำรวจท่องเที่ยว พัฒนาและเพิ่มห้องน้ำสาธารณะให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องตามแนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for All) ซึ่งให้ความสำคัญกับการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมมีกลุ่มผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมาก การพัฒนาดังกล่าวควรดำเนินการทั้งในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวหลัก และอำเภอรอบนอก เพื่อลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่

2) พัฒนาระบบดิจิทัลและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จัดทำแพลตฟอร์มกลางของจังหวัดที่รองรับหลายภาษา เชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การจองกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับประสบการณ์ก่อนการเดินทางเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยว โดยพัฒนาแพลตฟอร์มเสมือนจริง (Virtual Platform) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมและศาสนาได้ล่วงหน้า อาทิ การนำเสนอการเยี่ยมชมเสมือนจริงของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น การสักการะพระธาตุประจำวันเกิดทั้ง 7 วัน ตลอดจนการพัฒนาระบบบริการทางศาสนาในรูปแบบดิจิทัล เช่น การทำบุญออนไลน์หรือการแก่นบนออนไลน์ นอกจากนี้ ควรใช้ Influencer และ KOL ในสายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงจิตวิญญาณและศรัทธา ในการสร้างการรับรู้ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3) สร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวให้หลากหลาย กำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดให้ชัดเจนในฐานะ “เมืองแห่งศรัทธาภิรมย์” ควบคู่กับการต่อยอดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

(Gastronomy Tourism) ที่ส่งเสริมการชูจุดเด่นของอาหารชาติพันธุ์ 9 คนเผ่า 2 เชื้อชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยามค่ำคืน เช่น การจัดแสดงแสงสี (Illumination) เล่าเรื่องราวพญานาคริมโขง หรือถนนคนเดินเชิงวัฒนธรรม เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวและเพิ่มเวลาพำนัก

4) เสริมสร้างความร่วมมือและการลงทุนแบบบูรณาการ ส่งเสริมความร่วมมือภาครัฐ เอกชน (Public Private Partnership: PPP) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นการร่วมลงทุนที่ตอบสนองทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาท้องถิ่น เช่น การให้เอกชนร่วมลงทุนสัมปทานรถบัสไฟฟ้า (EV Bus) รอบเมือง เพื่อยกระดับระบบโครงสร้างพื้นฐานให้มีความครอบคลุมและทุกคนสามารถเข้าถึงได้ หรือการร่วมลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันท่องเที่ยว ระบบจองตั๋วออนไลน์ หรือแพลตฟอร์ม Virtual Tour ร่วมกับผู้ประกอบการเอกชน เพื่อสร้างความสะดวกและกระตุ้นความต้องการการเดินทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ความร่วมมือในมิติการลงทุนแล้ว ความร่วมมือในมิติพื้นที่ควรได้รับการส่งเสริมเช่นกัน เช่น เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้านภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและกระจายรายได้ในระดับภูมิภาค

5) พัฒนาศักยภาพบุคลากรและระบบบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น เช่น การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสื่อสารในหลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาลาว และภาษาเวียดนาม รองรับความร่วมมือทางเศรษฐกิจ GMS นอกจากนี้ ควรพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรและชุมชน เช่น การเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และสื่อดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

จากข้อเสนอแนะข้างต้น จังหวัดเมืองรองอื่น ๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกับจังหวัดนครพนม เช่น มีวัฒนธรรมโดดเด่น หรือมีที่ตั้งอยู่ติดชายแดน สามารถนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปปรับใช้ได้ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ รวมถึงสามารถต่อยอดการวิจัยเพื่อให้การออกแบบกลยุทธ์การพัฒนาจังหวัดสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มเติมการศึกษาในเชิงปริมาณเพื่อเป็นการสอบทานข้อมูลให้มีความถูกต้องและแม่นยำ รวมถึง ในการวิจัยครั้งต่อไปควรต่อยอดจากข้อค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น ผ่านการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้อง เช่น การศึกษาปัจจัยเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มศาสนาและวัฒนธรรม การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวสำหรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งแนวทางการศึกษาดังกล่าวจะช่วยรองรับการตัดสินใจและการออกแบบเชิงนโยบาย

รายการอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *แผนบูรณาการการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองนำเที่ยว 55 จังหวัด*.

https://plan.rmutr.ac.th/wp-content/uploads/2024/07/rmutr_plan_PP_310724_01.pdf

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2569). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2568 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2025))*. <https://www.mots.go.th/news/category/808>

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)*.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ฉัตรนัมพร ศิริพัฒน์ และพัสสรณ์ วรภัทร์ธีระกุล. (2564). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดนครพนม. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(2), 66-81.

จินตนา สุริยะศรี. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(3), 67-83.

จิราภรณ์ พรหมเทพ, บุญธรรม ขำขันมะณี, อัจฉรียา ทูมพานิชย์, อภิไทย แก้วจรัส และ ชลิดา ช่วยสุข. (2568). แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน.

วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์, 9(2), 28-49.

- นันทพร ศรีวิไล, ปิยนันท์ โชติวณิช, และจาตุรงค์ ศรีวงษ์วรรณ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดนครพนม. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.*, 6(2), 91-106.
- ประกาศเรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570). (2565, 1 พฤศจิกายน).
- ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง. หน้า 1-149.
- ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 - 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม). (2566, 7 มีนาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 140 ตอนพิเศษ 51 ง. หน้า 1-338.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570). (2565, 1 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง. หน้า 1-177.
- พัตชา เศรษฐาภา, กุลวดี แก้วก่า, มยุรกาญจน์ เดชกุญชร, ลักษณาวดี ทรายขาว, กรรณิการ์ ถนอมสิทธิ์, ธัญลักษณ์ เมืองโคตร, เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล, และบุษกร ครจางค์. (2568). การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรม ชุมชนข้าวเหนียนนครพนม. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 42(1), 208-224.
- พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 757) พ.ศ. 2565, *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอน 69 ก, (6 พฤศจิกายน 2565).
- มนตรี คำวัน และ คู่บุญ จารุมณี. (2560). โอกาสและความท้าทายของการพัฒนานครพนมเป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 7(3), 163-178.
- ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580. (2561). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก. หน้า 1-70.
- ศิริขวัญ วิเชียรเพริศ. (2564). *ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว*. สำนักงานประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานจังหวัดนครพนม. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลทั่วไปจังหวัด*. <https://www2.nakhonphanom.go.th/content/general>
- สุภัทรา เขียวศรี, โอษฐ์ญา บัวธรรม, นันทนา ลาภวิเศษชัย และลินจง โพชารี. (2568). แนวทางพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนบ้านนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม. *วารสารวิชาการการbinการเดินทางและการบริการ*, 4(1), 35-57.
- อภิไทย แกวจรัส, ชลิตา ช่วยสุข, จิราภรณ์ พรหมเทพ และอัจฉริยา ทุมพาณิชย์. (2567). การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวหมู่เกาะของจังหวัดนครพนม. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 5(2), 1-16.
- อรทัย มูลคำ และ ขวสิทธิ์ ณ ถลาง. (2563). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม. *วารสารสังคมศาสตร์*, 9(1), 117-130.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. University of Westminster.
- Collier, A., & Harraway, S. (1997). *Principle of tourism*. Longman.
- Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. Butterworth Heinemann.
- Pongtanee, P., & Choibamroong, T. (2025). Architectural and cultural influences on Thai tourists' revisit intentions: A case study of Koh Perd fishing village, Chanthaburi, Thailand. *Tourism and Hospitality*, 6(5), 228. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6050228>
- Puyt, R.W., Lie, F. B., & Wilderom, C. P. M. (2023). The origins of SWOT analysis. *Long Range Planning*, 56(3), 1-24. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102315>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Tourism Western Australia. (2008). *Five A's of Tourism*. http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart_five%20A's%20of%20TourismLOW.pdf
- Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix: A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(82\)90120-0](https://doi.org/10.1016/0024-6301(82)90120-0)