



แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยววิถกรรม OTOP นวัตกรรม จังหวัดนครนายก
Guidelines for Integrating OTOP Innovative Community Tourism Projects
in Nakhon Nayok Province

พัตยศ เพชรวงษ์*

ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร*

เสรี วงษ์มณฑา**

ชูษณะ เตชคณา***

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา*

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร**

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**

Patoy Phetwong*

Nuttharin Pariwongkhuntorn*

Seri Wongmonta**

Jusana Techakana***

College of Management Bangkok, University of Phayao*

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon**

King Mongkut's University of Technology North Bangkok***

Email: patyos.p@rmutp.ac.th1

วันที่รับบทความ: 24 กุมภาพันธ์ 2568; วันที่แก้ไขบทความ 4 เมษายน 2568; วันที่ตอบรับบทความ: 5 เมษายน 2568

Received: February 24, 2025; Revised: April 4, 2025; Accepted: April 5, 2025

บทคัดย่อ

แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยววิถกรรม OTOP นวัตกรรม กับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดนครนายก เป็นการดำเนินการที่สำคัญยิ่งเพราะเมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านโครงการชุมชนท่องเที่ยววิถกรรม OTOP นวัตกรรม ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย รวมถึงยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก เกิดความหลงใหลและต้องการเดินทางมาสัมผัส สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยววิถกรรม OTOP นวัตกรรม จังหวัดนครนายก 2) ส่งเสริมให้นครนายกเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องแบบเฉพาะเจาะจงจากตัวแทน จำนวน 20 ชุมชน 4 อำเภอ มีผู้ให้ข้อมูลรวม 5 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 25 คน วิเคราะห์ผลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและประชุมกลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยววิถกรรม OTOP นวัตกรรม จังหวัดนครนายก ในภาพรวมจากผลการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 5 กลุ่ม มีความเห็นเรื่องของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า OTOP

ให้มีมาตรฐาน ปรับปรุงภูมิทัศน์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีมาตรฐานเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว 2) พัฒนาส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละชุมชน ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในทุกช่วงวัย ต้องพัฒนาการโฆษณาการตลาดในการประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดนครนายก ทั้ง 20 ชุมชน 4 อำเภอในทุก ๆ แพลตฟอร์มให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย และแนวคิดในการสร้างโมเดลทางการท่องเที่ยว “OTOPNEOTOUR” เป็นกรอบในการดำเนินแนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยว นวัตวิถี OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก นำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวภายในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีในจังหวัดอื่น ๆ ได้

คำสำคัญ: ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี; การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์; การบูรณาการ

Abstract

The integration of the OTOP Innovative Community Tourism Project with the development and promotion of creative tourism in Nakhon Nayok Province is an important operation because when the creative tourism industry in the OTOP Innovative Community Tourism Project has an impact on Thailand, it can also be used as a public relations tool to attract both Thai and international tourists to be fascinated and want to travel to experience tourist attractions in Thailand more. The objectives are to study 1) the integration of the OTOP Innovative Community Tourism Project in Nakhon Nayok Province 2) to promote Nakhon Nayok as an OTOP Innovative Community Tourism. The researcher used a qualitative research method by conducting in-depth interviews with specific stakeholders 20 communities in 4 districts, with 5 groups of informants totaling 25 people. The results were analyzed using a semi-structured interview and focus group meeting to analyze qualitative data using content analysis techniques.

The research results found that 1) The integration approach for the OTOP innovative tourism community project in Nakhon Nayok Province Overall, from the interview results of all 5 stakeholder groups, especially the development of the quality of OTOP products to meet standards, including improving the landscape of various tourist attractions to have complete facilities, standards, and sufficient for tourists. 2) Developing and promoting creative activities in each community to be appropriate for tourists of all ages. Advertising and marketing must be developed to publicize the 20 OTOP innovative tourism communities in Nakhon Nayok Province in 4 districts on every platform to be easily accessible to attract tourists to travel.

The concept of developing the 'OTOPNEOTOUR' tourism model serves as a framework for integrating the OTOP Nawatwithi community-based tourism innovation project in Nakhon Nayok Province. This model can be adapted for use in OTOP Nawatwithi tourism communities in other provinces as well.

Keywords: Innovative Tourism Community OTOP; Creative Tourism; Integration

บทนำ

การพัฒนาท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต้องมีการสื่อสารตลาดเชิงบูรณาการเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ ซึ่ง Boone and Kurtz (1995) ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการว่า กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดทั้งหมดทุกชนิด เช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง นำมาประสมประสานกัน เพื่อให้เป็นข่าวสาร เพื่อส่งเสริมการตลาดที่มีลักษณะความเป็นหนึ่งเดียว มุ่งเน้นที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อชวนเชิญโน้มน้าวให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมให้คล้อยตามคำเชิญชวนเหล่านั้น โดยใช้สื่อทุกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมาย และทำให้เกิดการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งการรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีความชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีต่อไป โดยผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจะต้องนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวผ่านทางคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (รัชชัย สุวรรณสาร, 2556; เพ็ญโสภา ปิ่นพงศา, 2554)

จังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านจังหวัดนครนายกเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทางอื่น อีกทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในด้านการตลาดทางการท่องเที่ยวยังน้อย จากสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และเดินทางมาเยี่ยมเยือนภายในจังหวัดนครนายก ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยว รวม 1,895,928 คน แต่มีผู้เข้าพักภายในจังหวัดนครนายก จำนวน 1,130,253 คนอีกทั้งจังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย และเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีชุมชนชนบทการประกวดระดับประเทศ และได้นำเอาสินค้า OTOP ของชุมชนที่ชนะการประกวดมาร่วมแสดงในงานนิทรรศการที่เมืองทองธานีด้วย ทางพัฒนาจังหวัดจึงได้มีความพยายามที่จะต่อยอดให้สินค้า OTOP และการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครนายกเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัด โดยจัดให้มีการประชุมปฏิบัติการในกลุ่มของสมาชิกในชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการสินค้า OTOP เพื่อเรียนรู้วิธีการเพิ่มคุณค่าเพิ่มเสน่ห์ให้แก่สินค้า OTOP การพัฒนาสินค้า OTOP ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากสินค้า OTOP ที่มีอยู่ในจังหวัดอื่น อีกทั้งยังได้มีการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก การนำเอาสินค้า OTOP ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ

พื้นที่บูรณาการเข้ากับการส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากสินค้าที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จังหวัดนครนายกยังมีสินค้า OTOP ที่น่าสนใจอีกมากมาย เช่น ไข่เค็มดินจอมปลวก ไข่เค็มมะดัน และขนมต่าง ๆ ที่หาซื้อที่อื่นไม่ได้ สินค้า OTOP ของนครนายกไม่ได้มีเพียงของกินเท่านั้น แต่ก็มีของใช้ เช่น โต๊ะอเนกประสงค์ ที่เป็นนวัตกรรมของการออกแบบที่ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง และยังมีของตกแต่งบ้าน ผ้าสไบ ผ้าขาวม้า สินค้าทั้งหลายที่กล่าวมานี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันที่มีขายในพื้นที่อื่น ดังนั้น หากนักท่องเที่ยวสนใจสินค้าที่กล่าวมาข้างต้นก็จะต้องตัดสินใจที่จะไปเยือนนครนายก เอาจังหวัดนครนายกเป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายที่สมควรจะไปเยือนเมื่อมีเวลา ขณะนี้การท่องเที่ยวของไทยกำลังส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครนายกจึงเป็นหนึ่งในเมืองรองที่ควรจะไปเยือน เพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวมาก มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำมากมาย มีสถานที่ให้เรียนรู้วัฒนธรรม มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และที่สำคัญ คือ มีสินค้า OTOP ที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาเป็นของฝากได้อย่างหลากหลาย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยววันวัฒนธรรม OTOP นวัตกรรมจังหวัดนครนายก
2. เพื่อส่งเสริมให้จังหวัดนครนายกเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม

การทบทวนวรรณกรรม

1. รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ
 1. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวปกติของชุมชน
 2. ศึกษาดูงาน เป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งมีทั้งการบรรยาย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้ผู้มาศึกษาดูงานได้เข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทหรือวัตถุประสงค์ของการศึกษาดูงาน
 3. จิตอาสา เป็นกิจกรรมเพิ่มเติมสำหรับอาสาสมัครที่ต้องการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Principles of CBT)

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนในท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

Philip Kotler and Gary Armstrong (2012) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า การสื่อสารทางการตลาดเกี่ยวข้องกับการโฆษณา (Advertising) ประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร (Public Relations and Publicity) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) โดยองค์กรหรือธุรกิจใช้ในการโน้มน้าวใจ การชักจูงลูกค้า การสื่อสารเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เพราะเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามมุ่งให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ

ฉลอมศรี พิมลสมพงษ์ (2555) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคโบราณ มีการเดินทางเพื่อไปค้าขาย พบปะญาติ พี่น้อง เยี่ยมชมเคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ไปเล่นกีฬา และไปด้วยเหตุผลต่าง ๆ เป็นการเฉพาะตามความประสงค์ของผู้เดินทางในแต่ละช่วงเวลาในเวลาต่อ ๆ มาจนถึงยุคปัจจุบันวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวจึงกลายเป็น กิจกรรมเชื่อมโยงระหว่างการเดินทาง การท่องเที่ยว และการพักผ่อนหย่อนใจ นักวิชาการการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวจากนานาทัศนะที่ทำให้เห็นความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงถึงระยะทางว่าใกล้หรือไกล อาจมีการพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ จุดประสงค์ของการท่องเที่ยวอาจมีการเตรียมการและตั้งใจไว้นานแล้ว อาจเป็นจุดประสงค์ที่เกิดขึ้นกระทันหันจากแรงจูงใจบางอย่างที่ได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอก องค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อาทิ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ตั้งแต่ปี ค.ศ.1963 ว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เดินทางด้วยความสมัครใจ และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การบูรณาการแนวคิดจากทฤษฎีระบบการท่องเที่ยวกับศาสตร์ต่าง ๆ ทั้งทางด้านสังคมศาสตร์ และทางด้านวิทยาศาสตร์ นักวิชาการการท่องเที่ยวได้นำมากำหนดเป็นรายวิชา หรือหัวข้อที่ยังคงที่มาจากแนวคิดและหลักการที่นำมาศึกษา แต่ต้องมีการศึกษาในเชิงประยุกต์ มีการศึกษาและมีการฝึกปฏิบัติอย่างชัดเจนควบคู่กันไป เพื่อให้เป็นองค์ความรู้เฉพาะทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแสงทิพย์ พรหมอักษร (2564) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ข้อเสนอแนะการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานกรมการพัฒนาชุมชน เพื่อให้ส่งเสริมบทบาทของชุมชน กรณีศึกษา การดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พบว่า การดำเนินการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีเป็นโครงการที่มีจุดเริ่มต้นผู้บริหารระดับสูง ได้ใช้กลไกการทำงานโดยดึงรูปแบบคณะกรรมการของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาเป็นคณะทำงานขับเคลื่อน โดยกำหนดกระบวนการทำงานเพื่อขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ทั้งในระดับภูมิภาค และระดับหมู่บ้าน เกิดขึ้นจากคณะกรรมการส่วนกลางเป็นผู้ออกแบบกระบวนการทำงานการดำเนินการที่การก่อตัวของโครงการและมีรูปแบบการทำงาน ที่เป็นลักษณะของการนำนโยบายไปปฏิบัติในลักษณะจากบนลงล่าง (Top-down Theories of Implementation) โดยหมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการฯ ที่ยังคงมีการดำเนินการ พบว่า หมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการมีทุนทางสังคมเดิมที่ค่อนข้างมีความเข้มแข็งประกอบกับชุมชนมีกระบวนการบริหารจัดการตนเอง

ภายในชุมชน และชุมชนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการในการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ทำให้ชุมชนสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับข้อเสนอแนะการดำเนินงานของกรมการพัฒนาชุมชนที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างบทบาทของชุมชน กรมการพัฒนาชุมชนควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ พันธกิจของกรมฯ ให้สอดคล้องและปรับเปลี่ยนให้ตรงตามความเหมาะสมในระดับพื้นที่ รวมถึงควรมีงบประมาณที่เพียงพอ และระยะเวลาการขับเคลื่อนที่ไม่เร่งรัดจนเกินไปเพื่อสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชน อีกทั้ง ให้ส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในระดับพื้นที่สามารถเป็นผู้กำหนดโครงการ และออกแบบแผนการดำเนินงานเองได้ นอกจากนี้ ควรปรับเปลี่ยนบทบาทของตัวเองจากการเป็นเพียงแค่ผู้ขายโครงการให้กับชุมชนไปเป็นตัวกลางในการส่งเสริมให้ชุมชนสามารถออกแบบและเสนอโครงการของชุมชนเองได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การบูรณาการแนวคิดจากทฤษฎีระบบการท่องเที่ยวกับศาสตร์ต่าง ๆ

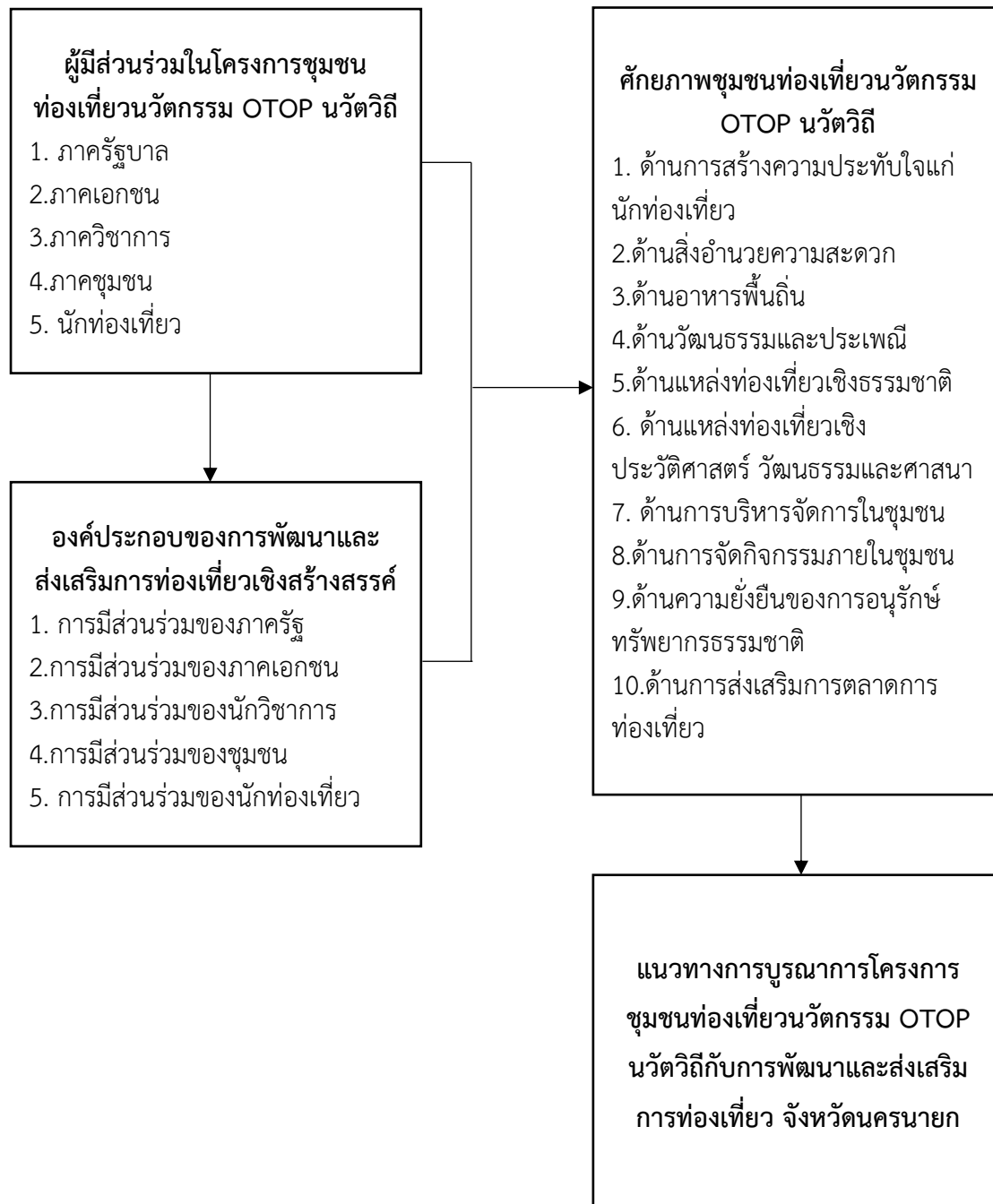
ศาสตร์ / สาขาวิชา	หัวข้อ / รายวิชาทางการท่องเที่ยว
จิตวิทยา	จิตวิทยาการบริการ จิตวิทยาและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
มานุษยวิทยา สังคมวิทยา และรัฐศาสตร์	ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือนวัฒนธรรมการท่องเที่ยว โลกที่ปราศจากพรมแดน เสรีภาพในการเดินทางท่องเที่ยว พัฒนาการของการ ปกครองและกระจายอำนาจ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน การพัฒนาท้องถิ่น แบบมีส่วนร่วม
เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ	เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวและผลกระทบ การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลได้ของการลงทุน โอกาสและภาวะการแข่งขัน การตลาด การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวการจัดการ การอุปสงค์ และอุปทานทางการท่องเที่ยว การจัดการองค์กรทางการท่องเที่ยว

ที่มา: ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2555)

การบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ กับองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวทำให้ได้มุมมองของการบูรณาการแนวคิด และการทำงานร่วมกันใน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักวิชาการในสาขาต่าง ๆ กับ นักวิชาการทางการท่องเที่ยวในรูปแบบของการวิจัย การสัมมนา การผลิตผลงานทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อ ชุมชนแบบสหวิทยาการ ฯลฯ 2) การประยุกต์ใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานระหว่างนักวิชาการการท่องเที่ยวกับ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนในรูปแบบของการฝึกปฏิบัติงานในฐานะพนักงานชั่วคราว และการฝึกงานพนักงาน (on the job training) ซึ่งเป็นการส่งเสริมและเติมเต็มความรู้ซึ่งกันและกัน โดยผ่านการพัฒนา นิสิตนักศึกษาของสถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาครัฐกิจที่ให้ความร่วมมือ 3) การนำเสนอแนวคิดในการจัดการ การวางแผน และการพัฒนาระหว่างนักวิชาการการท่องเที่ยว หน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน และหน่วยงาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาครัฐ ในรูปแบบของการเป็นคณะกรรมการการพัฒนาทำงานร่วมกันตามแนวนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระดับมหภาค และระดับจุลภาค การบูรณาการความร่วมมือ จากทุกฝ่ายเหล่านี้เป็นการนำองค์ความรู้เชิงประยุกต์มาเป็นองค์

ความรู้ทางวิชาชีพที่ตอบสนองการขยายตัวของการท่องเที่ยวทุกรูปแบบในยุคใหม่ ทำให้เกิดการขยายองค์ความรู้อย่างกว้างขวางเข้าสู่การพัฒนาระบบการ ท่องเที่ยว และเข้าสู่การดำรงชีวิตจริงของมนุษย์

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยแนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยววิถีนวัตกรรม OTOP นวัตกรรมกับการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดนครนายก ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในจังหวัดนครนายก ซึ่งคัดเลือกผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการ หรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมายแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อเป็นกลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง อันประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 25 คน สามารถจำแนกออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาครัฐ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการวางแผน การบริหารจัดการ การกำกับดูแล รับผิดชอบการส่งเสริม และการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวชุมชน นวัตกรรม OTOP นวัตกรรมในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ภาครัฐ จำนวน 5 ท่าน

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคเอกชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง กับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดนครนายก ที่มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลงทุน การค้า การบริการ การสนับสนุน และให้ความร่วมมือกับภาครัฐ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก จำนวน 5 ท่าน

3. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง กับภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดนครนายก ที่มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลงทุน การค้า การบริการ การสนับสนุน และอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก จำนวน 5 ท่าน

4. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคชุมชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนนวัตกรรม OTOP นวัตกรรมของจังหวัดนครนายก เป็นผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้านต่อการบริการและการพัฒนาส่งเสริม และอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว มรดก ภูมิปัญญา และสิ่งล้ำค่าที่มีในชุมชนท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดนครนายก จำนวน 5 ท่าน

5. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบุคคลที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวภายในชุมชนท่องเที่ยววิถีนวัตกรรม OTOP นวัตกรรมของจังหวัดนครนายก จำนวน 5 คน

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้ ใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายโดยการระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบ โดยได้มีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ได้มีการกำหนดโครงสร้างแบบสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) โดยผู้วิจัยมีลำดับการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่

1.1 การติดต่อประสานงานและนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant)

1.2 การขอเอกสารทางราชการจากฝ่ายวิชาการและงานวิจัย วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง “ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดนครนายก” และนำเอกสารไปให้วันสัมภาษณ์

1.3 การลงพื้นที่การวิจัยตามวัน เวลา และสถานที่ที่นัดหมายโดยผู้วิจัยได้เดินทางไปยังสถานที่ให้ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกซึ่งจะเป็นสถานที่ทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์ และแหล่งท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้นักศึกษา จำนวน 2 คน เป็นผู้ช่วยในการจดบันทึกข้อมูล และบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารบทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้กำหนดแนวทางการวิจัย อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจ และสามารถนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

1. แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก พบว่าควรพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า OTOP ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภคให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น รวมถึงปรับปรุงภูมิทัศน์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม ร้านขายของฝากและร้านขายของที่ระลึก ให้มีมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration) ตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการยกระดับมาตรการความปลอดภัยหรือความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และพัฒนาส่งเสริมกิจกรรมกรรมเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละชุมชนให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวทุกวัย รวมถึงการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางการตลาดในทุกแพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของจังหวัด, เว็บไซต์ของชุมชน, Facebook ของจังหวัด, Facebook ของแต่ละชุมชนท่องเที่ยว OTOP

นวัตกรรมนี้ ให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และอยากเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ และมีจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น

2. การส่งเสริมให้จังหวัดนครนายกเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พบว่า ควรพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก ให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก รูปแบบใหม่ พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า พัฒนาแพคเกจการขายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายกแบบครบวงจรและส่งเสริมกิจกรรมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อสร้างค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายกทั้งระบบให้มีขีดความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล และการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาดแรงงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนให้บุคลากรเพื่อสมรรถนะขั้นพื้นฐานและได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานตามลักษณะของตำแหน่งงาน พัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและทักษะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายกภายใต้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอย่างยั่งยืน ให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายกที่มุ่งเน้นความยั่งยืน จัดทำแผนและออกแบบกิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตใจ มีการติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและนำผลประเมินมาปรับปรุง จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการสะท้อนอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก ส่งเสริมการจัดนิทรรศการหมุนเวียน (Travelling Exhibition) นิทรรศการภาพถ่าย (Photo Exhibition) รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านของผลิตภัณฑ์และเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีตัวอย่าง

ผลสรุปจากการให้สัมภาษณ์ในภาพรวมของแต่ละตัวแทนกลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้ องค์ประกอบของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พบว่า ควรพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า OTOP ทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภคให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น รวมถึงปรับปรุงภูมิทัศน์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม ร้านขายของฝากและร้านขายของที่ระลึก ให้มีมาตรฐาน SHA (Amazing Thailand Safety & Health Administration) ตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานจากทั้งภาครัฐและ

ภาคเอกชนในการยกระดับมาตรการความสะอาดหรือความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และพัฒนาส่งเสริมกิจกรรมกรรมเชิงสร้างสรรค์ในแต่ละชุมชนให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวทุกวัย รวมถึงการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางการตลาดในทุกแพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ของจังหวัด, เว็บไซต์ของชุมชน, Facebook ของจังหวัด, Facebook ของแต่ละชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และอยากเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ และมีจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก พบว่า จะต้องมีการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อนำข้อมูลการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีมาพัฒนา ปรับปรุง ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบสมบูรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ประภาพร แสนโคตร และพีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ (2563) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ผลการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดมหาสารคาม พบว่า การดำเนินการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถีในจังหวัดมหาสารคามมีทั้งหมด 41 แห่ง สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและบรรลุวัตถุประสงค์ของการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการ แต่ขณะเดียวกันเมื่อนำข้อมูลจากการรายงานของเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนที่รายงานเข้าสู่ระบบข้อมูลของกรมการพัฒนาชุมชนกลับพบว่า จำนวนหมู่บ้านที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจริงมีเพียง 15 หมู่บ้านเท่านั้น หรือคิดเป็นเพียงร้อยละ 36.6 ของหมู่บ้านทั้งหมด ข้อมูลเดียวกันจากรายงานนี้ ได้ชี้ให้เห็นเพิ่มเติมว่า มีจำนวนหมู่บ้านที่มีนักท่องเที่ยวเท่าเดิมหรือลดน้อยลงถึง 26 หมู่บ้าน หรือคิดเป็นร้อยละ 63.4 ของจำนวนหมู่บ้านทั้งหมด ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์สาเหตุของการที่ไม่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรนั้นออกมาเป็น 3 สาเหตุ

1. ผู้ประกอบการด้านการขายสินค้า OTOP ในชุมชน (และ/หรือบุคคลในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีที่ทำหน้าที่รับผิดชอบด้านเทคโนโลยีดิจิทัล) ยังขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ สะท้อนให้เห็นว่า โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีความสำคัญกับการจัดหาและ สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ให้แก่ชุมชน และความถูกต้องตามกระบวนการจัดซื้อครุภัณฑ์มากกว่า เป้าหมายของการถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2. ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ไม่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้นั้นเกิดจากการขาดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ ขาดการจัดทำการโฆษณาเพื่อชักชวนหรือเชิญนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่สามารถจัดทำเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของแต่ละชุมชน เหตุการณ์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่า การอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของกรมการพัฒนาชุมชนที่ให้แก่ เจ้าหน้าที่

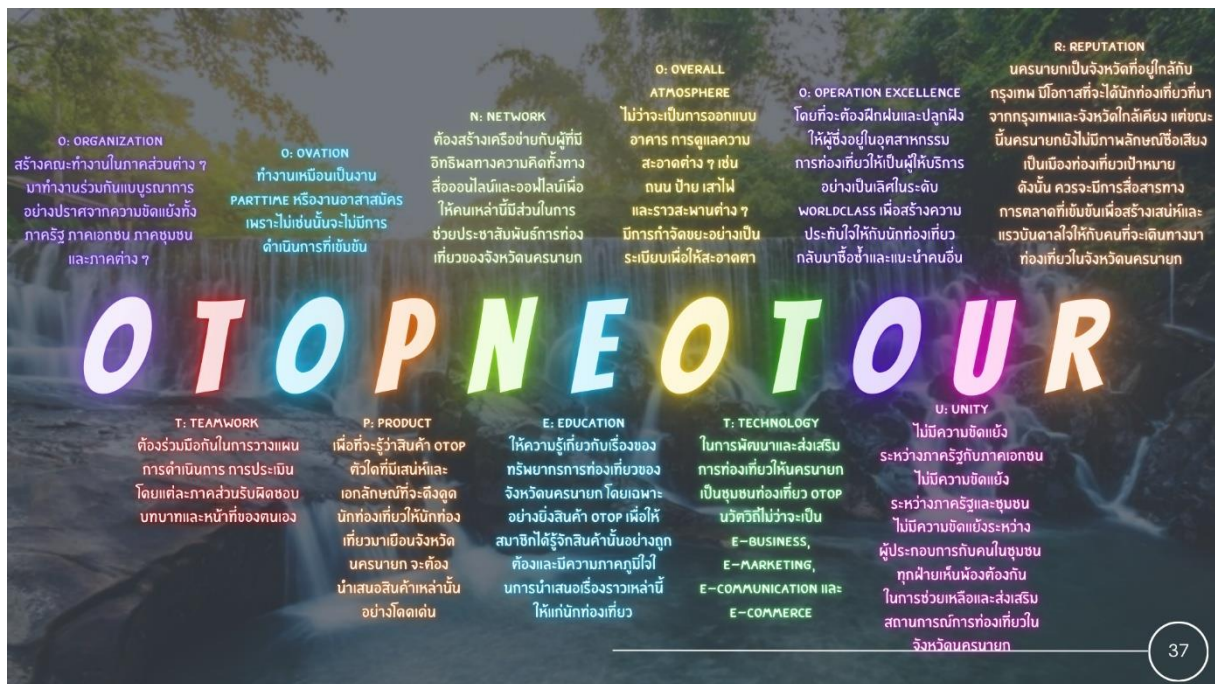
พัฒนาชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP หรือตัวแทนของชุมชน ยังไม่สามารถนำทักษะความรู้ที่ได้รับจากการอบรมหรือความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้มากนัก

3. โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีลักษณะเป็นการใช้ยุทธศาสตร์เดียวกันและสั่งการลงไปทุกพื้นที่ในประเทศไทย ใน ลักษณะที่มีการอุปมาอุปไมยว่า การกำหนดขนาดเสื้อตัวเดียวให้ใช้ได้กับประชากรทั้ง ประเทศ (one size fits all) โครงการนี้ไม่ได้คำนึงถึงบริบทที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น หรือแต่ละชุมชน กล่าวคือ บางพื้นที่ (5%) ไม่เหมาะแก่การท่องเที่ยวหรือไม่มีแหล่งท่องเที่ยว ในชุมชนเลย จึงไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้ และยังสอดคล้องกับ ชุณณะ เดชคณา (2565) ได้ทำการวิจัย เรื่อง รูปแบบสมการโครงสร้างเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดสร้างสรรค์ยินดีจ่ายราคาที่สูงขึ้นเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ พวกเขาชอบผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์อาวุโสในท้องถิ่นมากกว่าผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์รุ่นเยาว์ พวกเขาแสวงหากิจกรรมสร้างสรรค์ที่หลากหลาย พวกเขาต้องการการสนับสนุนบริการในจุดหมายปลายทางที่สร้างสรรค์ ในการเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สถานที่นั้นจะต้องเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เพลิดเพลินด้วย การทดสอบทางสถิติแสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิด SEM ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยจะต้องรู้วิธีใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย

2. การส่งเสริมให้จังหวัดนครนายกเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พบว่า ควรพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก ให้ได้มาตรฐาน ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพิ่มความหลากหลายของเส้นทางและสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก รูปแบบใหม่ พัฒนาความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า พัฒนาแพคเกจการขายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP สอดคล้องเสรีวงษ์มณฑา และวรสุวิทย์ โพธิ์สัตย์ (2561) ศึกษาแนวทางในการเสริมสร้างคุณค่าสินค้า OTOP และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน: กรณีศึกษาอำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยเชิงคุณภาพ แบบผู้สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observers) ในการประชุมกลุ่ม (Focus Group) และการประชุมปฏิบัติการ (Workshop) ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ อำเภอศรีสวัสดิ์ ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการเมือง ภาคชุมชน พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้เป็นจุดขายการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอศรีสวัสดิ์ แนวทางในการสร้างคุณค่าให้สินค้า OTOP การใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบูรณาการการส่งเสริมสินค้า OTOP และพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ผลการวิจัยชี้ว่า อำเภอศรีสวัสดิ์ มีสินค้า OTOP หลากหลายทั้งอาหาร ผักอินทรีย์

ผลไม้ หัตถกรรมจักสาน ลวดประดิษฐ์ และมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้นมา แนวทางการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าให้สินค้า OTOP ของอำเภอศรีสวัสดิ์ ต้องใช้การตลาดและแนวทางในการใช้ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ควรจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว สามารถนำเสนอการท่องเที่ยวได้หลากหลาย รูปแบบ ควรจัดทำปฏิทินท่องเที่ยว 12 เดือน ทั้งสินค้า OTOP และการท่องเที่ยวต้องการการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ เล่าเรื่องราวและตำนานต่าง ๆ ที่สามารถนำมาเป็นเนื้อหาในการสร้างคุณค่าให้สินค้า OTOP และสร้างเสน่ห์ให้ศรีสวัสดิ์เป็นเมืองท่องเที่ยวเป้าหมายโดยต้องใช้หลายช่องทาง ทั้งสื่อสารมวลชน สื่อดิจิทัล สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม

ผู้วิจัยขอนำเสนอกระบวนทัศน์ (Paradigm) ที่ประกอบด้วยแนวความคิดที่เป็นกรอบในการดำเนิน ยุทธศาสตร์ของการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัด นครนายก ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรม OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก
ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1.1 ควรทำการศึกษาต่อเนื่องทุกปี เพื่อความความเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก



1.2 ควรศึกษาการท่องเที่ยวในแบบอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นต้น งานวิจัยในอนาคตมุ่งศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ เช่น ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านการพัฒนาแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก

2.2 ควรทำการศึกษาต่อเนื่องทุกปี เพื่อความความเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก

2.3 ควรศึกษาการท่องเที่ยวในแบบอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นต้น

2.4 ควรมีงานวิจัยในอนาคตมุ่งศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ เช่น ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก

2.5 ควรมีการศึกษากการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดยุคดิจิทัลของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก

เอกสารอ้างอิง

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2555). การท่องเที่ยว: มิติแห่งศาสตร์บูรณาการ. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7(1), 1-14.

ชัชชนะ เตชะคณา. (2565). รูปแบบสมการโครงสร้างเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย. *Journal of Positive School Psychology*, 6(4), 7730-7740.

ธวัชชัย สุวรรณสาร. (2556). ยกระดับแบรนด์ ด้วยการสร้างคุณค่าให้แบรนด์ของคุณ. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก http://www.coachtawatchai.org/2013/08/blogpost_18.html.

ประภาพร แสนโคตร, & พิรสิทธิ์ คำนวนศิลป์. (2563). ผลการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดมหาสารคาม. *Journal of Graduate MCU KhonKaen Campus*, 7(4), 299-310.

เพ็ญโสภา ปิ่นพงศา. (2554). องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และความตระหนักรู้ (Brand Awareness) ในตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มชูกำลัง เอ็ม 150 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.



เสรี วงษ์มณฑา, & วรสุวิทย์ โพธิ์สัตย์. (2561). แนวทางในการเสริมสร้างคุณค่าสินค้า OTOP และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน: กรณีศึกษา อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารรัชต์ภาคย์, 12(25), 1–24.

แสงทิพย์ พรหมอักษร. (2564). ข้อเสนอแนะการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานกรมการพัฒนาชุมชนเพื่อให้ส่งเสริมบทบาทของชุมชน กรณีศึกษา การดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี. การค้นคว้าอิสระ ร.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). **Marketing management** (14th ed.). Pearson Education.