

## การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว

### นวัตกรรม OTOP นวัตกรรม จังหวัดนครนายก

THE DEVELOPMENT AND PROMOTION OF CREATIVE TOURISM IN TOURISM COMMUNITIES  
WITH INNOVATIVE WAYS OF OTOP IN MAKHON NAYOK PROVINCE

พัตยศ เพชรวงษ์<sup>1</sup>, ณัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธ<sup>2</sup>,

เสรี วงษ์มณฑา<sup>3</sup> และ ชุษณะ เตชคณา<sup>4</sup>

Patoy Phetwong<sup>1</sup>, Nuttharin Pariwongkhuntorn<sup>2</sup>

Seri Wongmonta<sup>3</sup>, Jusana Techakana<sup>4</sup>

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา<sup>1,2</sup>,

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร<sup>3</sup>, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ<sup>4</sup>

College of Management Bangkok, University of Phayao<sup>1,2</sup>,

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon<sup>3</sup>,

King Mongkut's University of Technology North Bangkok<sup>4</sup>

Email: patyos.p@rmutp.ac.th<sup>1</sup>

Received 2 June 2024; Revised 14 April 2025; Accepted 29 April 2025.



#### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมจังหวัดนครนายก ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความเห็นของแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในจังหวัดนครนายก จำนวน 20 ชุมชน 4 อำเภอ ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลรวม 5 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 30 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า จังหวัดนครนายกได้มีการนำฐานวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ภายในชุมชนหรือท้องถิ่นของคนที่เป็นเอกลักษณ์มาใช้สนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ออกแบบและผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีความโดดเด่น ดังนี้ 1) ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมของอำเภอเมืองนครนายก จะเน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ 2) ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมของอำเภอบ้านนา จะเน้นเรื่องการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นส่วนใหญ่ 3) ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของอำเภอองครักษ์ จะเน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และ 4) ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของอำเภอปากพลี จะเน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะเห็นว่า จังหวัดนครนายกนั้นมีธรรมชาติที่สวยงาม อาหารการกินที่สมบูรณ์ ทั้ง 4 อำเภอ 20 ชุมชน รวมถึงวัฒนธรรมอันดีงามของแต่ละชุมชน ดังนั้น ควรจะต้องมีการจัดโครงการเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดนครนายกให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน เพื่อเป็นการรักษา และต่อยอดให้ผลิตภัณฑ์สินค้า รวมถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกเพิ่มมากขึ้น และยังเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน และช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ และเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น

**คำสำคัญ:** ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การพัฒนาการท่องเที่ยว, การส่งเสริมการท่องเที่ยว

## Abstract

This research aimed to study the guidelines for developing and promoting creative tourism with innovative ways of OTOP in Nakhon Nayok Province. The researcher used a qualitative research method by conducting in-depth interviews with specific stakeholders to obtain real data from representatives of each sector related to the development and promotion of tourism communities with innovative ways of OTOP in Nakhon Nayok Province, with a total of 20 communities in 4 districts. There were 5 groups, of key informants with a total of 25 persons. The data were analyzed by using content analysis to conclude the results of this research. The research results revealed that Nakhon Nayok Province used the cultural base, wisdom, and knowledge within the community or local area of unique people to support tourism activities, especially creative tourism by supporting and promoting the innovative tourism communities of OTOP Nawatwithi. They designed and produced to sale to tourists by transferring knowledge about the culture and identity of the community that are outstanding as follows: 1) The innovative tourism communities of OTOP in Mueang Nakhon Nayok District focused mostly on historical tourism, agricultural tourism, adventure tourism, food tourism, and cultural tourism. 2) The innovative tourism communities of OTOP in Ban Na District focused mostly on cultural tourism and agricultural tourism. Food tourism is the majority. 3) The innovative tourism community OTOP of Ongkharak District will focus on community lifestyle tourism, agricultural tourism, and nature tourism. 4) The innovative

tourism community OTOP of Pak Phli District will focus on religious tourism, nature tourism, cultural tourism, and food tourism. It can be seen that Nakhon Nayok Province has beautiful nature, abundant food dishes. All 4 districts, 20 communities can feature good cultures of each community. Therefore, there should be a project to develop and promote innovative tourism OTOP of Nakhon Nayok Province to be consistent with the identity of each community. The promotion traveled feature the way of life of people in the community for tourists to experience when visiting to Nakhon Nayok Province. It also generates income for people in the community and helps develop the economy of the communities all of there with increase the value of tourism of Nakhon Nayok.

**Keywords:** Innovative tourism community, OTOP, innovative way, creative tourism, tourism development, tourism promotion

## บทนำ

การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเน้นความยั่งยืน มีการผสมผสานวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และความเป็นไทยเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น ภาครัฐและเอกชนได้มีมาตรการสนับสนุนและกระตุ้นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อการกระจายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2564 มีอัตราเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 24.91 ซึ่งมากกว่าปี 2563 ที่ผ่านมาอย่างสูง ทั้งนี้ หากพิจารณาจากสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในช่วงปี 2561 เป็นต้นมานั้น พบว่ามีค่าเฉลี่ยสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองอยู่ที่ร้อยละ 16.3 ซึ่งยังต้องดำเนินการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในเมืองรองมากยิ่งขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดให้มีอัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองหลักร้อยละ 80 และเมืองรองร้อยละ 20 อีกทั้ง ประเทศไทยยังคงต้องให้ความสำคัญในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งกำหนดมาตรการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด - 19 ต่อไป (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05 การท่องเที่ยว, ออนไลน์)

รัฐบาลปัจจุบัน มีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับประเทศ คือ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) เป็นผู้ขับเคลื่อน และมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมการดำเนินงาน OTOP จนถึงปัจจุบัน โดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ

สนับสนุนส่งเสริม ยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้ขายได้ มุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล ทำให้ผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ต่าง ๆ ไม่มีความสุข รายได้ไปตกอยู่กับผู้ประกอบการคนเดียว หรือบางกลุ่มเล็กไม่กระจายถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานราก ไม่ประสบผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร กอปรกับรายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลักของประเทศ ส่วนใหญ่ตกไปอยู่ในกลุ่มทุนเอกชน ไม่ลงไปถึงฐานรากเช่นเดียวกัน ดังนั้น รัฐบาลจึงมีการปรับรูปแบบ OTOP รูปแบบใหม่ เป็นโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นโครงการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 โดยเริ่มขับเคลื่อนการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2561 โดยบูรณาการกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ซึ่งตลอดระยะเวลา 16 ปี ได้มีการส่งเสริมยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม คนในชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถแข่งขันได้ ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ต่าง ๆ อีกทั้งรายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการคนเดียว หรือบางกลุ่มเล็กไม่กระจายถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากไม่ประสบผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร

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

จังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย และเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีชุมชนชนะการประกวดระดับประเทศ และได้นำเอาสินค้า OTOP ของชุมชนที่ชนะการประกวดมาร่วมแสดงในงานนิทรรศการที่เมืองทองธานีด้วย ทางพัฒนาจังหวัดจึงได้มีความพยายามที่จะต่อยอดให้สินค้า OTOP และการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครนายกเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัด โดยจัดให้มีการประชุมปฏิบัติการในกลุ่มของสมาชิกในชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการสินค้า OTOP เพื่อเรียนรู้วิธีการเพิ่มคุณค่าเพิ่มเสน่ห์ให้แก่สินค้า OTOP การพัฒนาสินค้า OTOP ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากสินค้า OTOP ที่มีอยู่ในจังหวัดอื่น อีกทั้งยังได้มีการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก การนำเอาสินค้า OTOP ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่บูรณาการเข้ากับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในจังหวัดต่าง ๆ นั้นนับว่าเป็นการเดินถูกทางของรัฐบาลในการสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน เพราะเสน่ห์ของสินค้า OTOP สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ ในขณะที่เดียวกัน เมื่อมีคนมาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น ก็จะทำให้สินค้า OTOP ขายดีขึ้น ทั้งการซื้อใช้สำหรับตนเอง และซื้อเป็นของฝาก ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง แนวทางการบูรณาการโครงการชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรม OTOP นวัตกรรมี กับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดนครนายก นับเป็นการดำเนินการที่สำคัญยิ่งเพราะเมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านโครงการชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรม OTOP นวัตกรรมี ส่งผลต่อประเทศไทย รวมถึงยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก เกิดความหลงใหลและต้องการเดินทางมาสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น สร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยว ตอบสนองต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ เกิดเป็นห่วงโซ่การผลิตที่เกี่ยวข้องเนื่องกันในทุกด้าน สร้างงานและสร้างรายได้มวลรวมอย่างมหาศาล

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว นวัตกรรม OTOP นวัตกรรมีจังหวัดนครนายก

### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

#### ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน

พจนา สวนศรี (Suansri P., 2013) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน Community based tourism (CBT) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง แผนงานและดำเนินงาน โดยฐานคิดที่ว่าทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว

#### ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติพร้อมทั้งก็ทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจของชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการกำหนด 4 ประการด้วยกัน คือ

- 1) เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา
- 2) เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้คนในชุมชน
- 3) เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชน

4) เพื่อเป็นเครื่องมือการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของวัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิตกับ  
สาธารณชนภายนอก

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวรวมถึงการจัดบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย 1) ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติชุมชน  
ชนบทธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว 2) ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของ  
ประชาชนและชุมชน คำนึงถึงชนบทธรรมนิยมประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว 3) ต้องยอมรับให้  
ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว อย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน 4) ต้อง  
ชี้ นำภายใต้ความต้องการของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้กล่าวว่างค์การท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยว  
แบบยั่งยืนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ว่าลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น “ได้รับการคาดหวังให้นำไปสู่การ  
จัดการ ทรัพยากรทั้งหมด ด้วยวิถีทางที่ ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรีย์ ใน  
ขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณภาพทางวัฒนธรรมกระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็นความหลากหลายทาง  
ชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต” เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**

Richard and Raymond (2000) ผู้เริ่มกล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ให้นิยามไว้ว่า “การ  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็น  
ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจดจำ ประทับใจ และในท้ายที่สุดจะ  
มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ที่ได้ท่องเที่ยว ในนิยามขององค์กรยูเนสโก ได้เน้นย้ำถึงความผูกพันระหว่าง  
นักท่องเที่ยว และเจ้าของบ้าน (Hosts and Guests) ผ่านประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แท้จริง โดยเข้าไป  
มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศิลปะ และมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างใกล้ชิดระหว่าง  
ผู้ท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง อันเป็นการสนับสนุนส่งเสริมการสนทนาระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งจะ  
ช่วยพิทักษ์รักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้สืบเนื่องต่อไป

#### **แนวคิดโครงการและนโยบาย OTOP นวัตกรรม**

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน  
ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และ  
มีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3  
การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขัน  
ในเชิงธุรกิจของภาคบริการ และพันธกิจกระทรวงมหาดไทย ข้อ 4. เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและ  
เศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจน  
ภารกิจอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของ



นิทรรศการที่เมืองทองธานีด้วยทางพัฒนาจังหวัดจึงได้มีความพยายามที่จะต่อยอดให้สินค้า OTOP และการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครนายกเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัด

ความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของ “จังหวัดนครนายก” ทั้งป่าไม้ ภูเขา น้ำตก วัด วาอาราม วิถีชีวิตเกษตรกรรมและอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย อีกทั้งจังหวัดนครนายกยังได้เข้าร่วม “โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี” ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ของ OTOP ที่เกิดจากการบูรณาการระหว่างชุมชน จังหวัดและภูมิภาค เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ชุมชนโดยใช้กระแสการท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจฐานรากมีความมั่นคง

### **แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยวนวัตกรรม OTOP นวัตวิถี**

วิวัฒนาการของ OTOP โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) หรือเรียกย่อว่า โอท็อป (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น ซึ่งมีที่มาจากแนวคิด One Village One Product ของเมืองโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้นโดยการผลิต หรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากรัฐ (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2560)

### **ระเบียบวิธีวิจัย**

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

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาครัฐ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการวางแผน การบริหารจัดการ การกำกับดูแล รับผิดชอบการส่งเสริม และการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวชุมชน นวัตกรรม OTOP นวัตวิถีในจังหวัดนครนายก ได้แก่ ภาครัฐ จำนวน 5 ท่าน

2) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากภาคเอกชน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดนครนายก ที่มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลงทุน การค้า การบริการ การสนับสนุน และให้ความร่วมมือกับภาครัฐ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก จำนวน 5 ท่าน

3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากนักวิชาการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการของจังหวัดนครนายก ที่มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ

การลงทุน การค้า การบริการ การสนับสนุน และอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด นครนายก จำนวน 5 ท่าน

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

5) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบุคคลที่มีเดินทางมาท่องเที่ยวภายในชุมชนท่องเที่ยวนวัตกรรม OTOP นวัตกรรมของจังหวัดนครนายก จำนวน 5 คน

## ผลการวิจัย

แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรม OTOP นวัตกรรมจังหวัดนครนายก ผลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (GBAC Paradigm – กระบวนทัศน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) พบว่า ในแต่ละอำเภอได้มีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแนวทางชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมในจังหวัดนครนายก โดยการพัฒนาหมู่บ้านควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยให้ขายสินค้าอยู่ภายในชุมชน นำเสนอ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์มาแปลงเป็นรายได้ ทำให้รายได้กระจายอยู่ภายในชุมชนอย่างทั่วถึง ตามแต่ละอำเภอ ในแต่ละอำเภอจะมีความแตกต่างในเรื่องของการจัดกิจกรรมแตกต่างกันไป ดังนี้

อำเภอเมืองนครนายก จำนวน 5 ชุมชน แต่ละชุมชนจะเน้นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ได้แก่

1) บ้านเขาทุเรียน หมู่ที่ 5 ตำบลเขาพระ เน้นในเรื่องของการเชิดชูวัฒนธรรมที่งามล้ำด้วยและยังมีการสักการะพระพุทธรูปนิรมิตมงคลและศาลเจ้าพ่อหมื่นโส ณ วัดเขาทุเรียน หรือ วัดสีชมพู 2) บ้านกุดรัง หมู่ที่ 4 ตำบลสาริกา เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การแสดงของควายไทย ร่วมกิจกรรมเรียนรู้การทำนาขั้นตอนต่าง ๆ โดยชาวบ้านได้ร่วมกันพัฒนาสินค้า OTOP ทั้งของกินและของใช้ 3) บ้านเขาแดง หมู่ที่ 11 ตำบลสาริกา เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เพราะมีกิจกรรมแอดเวนเจอร์สุดท้าทายให้กับนักท่องเที่ยว 4) บ้านวังต้น หมู่ที่ 7 ตำบลพรหมณี เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน เพลิดเพลินกับกิจกรรมมากมาย ปั่นจักรยานท่องเที่ยวรอบหมู่บ้าน ล่องเรือชมวิเวมคลอง นั่งรถคุณแต่น และ 5) บ้านศรีวัน หมู่ที่ 1 ตำบลศรีนาวา เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวที่เน้นในเรื่องของการเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพ

อำเภอบ้านนา จำนวน 6 ชุมชน แต่ละชุมชนจะเน้นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) บ้านเกาะไม้สลาย ตำบลพิบูลย์นอก เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) บ้านหนองมะกอก ตำบลบ้านนา เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เรียนรู้วิถีชีวิต

ของคนในชุมชน 3) บ้านใหม่ ตำบลบ้านพริก เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เน้นเที่ยวชมหมู่บ้าน  
สมุนไพร แหล่งปลูกสมุนไพรที่หายาก 4) บ้านเนินสะอาด ตำบลเขาเพิ่ม เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิง  
เกษตรแบบพอเพียง 5) บ้านทุ่งกระโปรง ตำบลป่าเซ เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบผสมผสาน  
และ 6) บ้านน้ำซับ ตำบลศรีกะอาง เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ชมความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

อำเภอองครักษ์ จำนวน 5 ชุมชน แต่ละชุมชนจะเน้นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ได้แก่

1) บ้านหัวหมอนคลอง 15 ตำบลบึงศาล เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชาวมุสลิมในวิถีเกษตร  
ธรรมชาติ 2) บ้านบน ตำบลบางปลากด เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวศาสนา กราบหลวงพ่อใหญ่อุดมโชค  
มงคลลาภ วัดประสิทธิเวช ที่มีอายุ 338 ปี ชมความงดงามของพระมหาเจดีย์กลางน้ำ 3) บ้านคลองศาลเจ้า  
ตำบลทรายมูล เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเน้นในเรื่องของการน้อมนำศาสตร์พระราชามาปรับ  
ใช้เป็นเกษตรวิถีชุมชนเมือง 4) บ้านคลอง 15 เล ตำบลคลองใหญ่ เน้นในเรื่องของการปลูกไม้ดอกไม้ประดับและ  
ยังเป็นหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย 5) บ้านคูต ตำบลบางปลากด เน้นในเรื่องของการ  
ท่องเที่ยวชุมชนวิถีเกษตร และยังเป็นแหล่งรวมไม้ดอกไม้ประดับที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

อำเภอปากพลี จำนวน 4 ชุมชน แต่ละชุมชนจะเน้นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) บ้านหนอง  
หัวลิงใน ตำบลหนองแสง เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และยังมี  
เวิร์คช็อปการทำขนมไทย 2) บ้านเนินหินแร่ ตำบลหนองแสง เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มี  
การผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างไทยพุทธกับไทยพวน 3) บ้านคลองคล้า ตำบลหนองแสง เน้นในเรื่องการท่อง  
เที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4) บ้านเหล่าเดิน ตำบลหนองแสง เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม  
และกำลังพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

โดยสรุปจังหวัดนครนายก เป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครตั้งคำขวัญประจำจังหวัด  
คือ “นครนายก เมืองในฝันใกล้กรุง ภูเขางาม น้ำตกสวย รวยธรรมชาติ ปราศจากมลพิษ” อีกทั้งจังหวัด  
นครนายกมีศักยภาพโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยว เพราะเป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร และเกิดน้ำตกที่สวยงามตาม  
ธรรมชาติหลายแห่ง เช่น น้ำตกลำธาร น้ำตกนางรอง น้ำตกเหวนรก น้ำตกลานรัก เป็นต้น ประกอบกับมีแหล่ง  
ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - ประวัติศาสตร์ เทศกาลงานประเพณีและกิจกรรม  
ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญหลากหลาย กระจายอยู่ตามอำเภอทั้ง 4 อำเภอซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนดึงดูดให้  
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาจังหวัดนครนายกเป็นจำนวนมาก ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มี  
แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว จังหวัดนครนายกขึ้นชื่อเรื่องภูมิประเทศทาง  
ธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งน้ำตก ป่าไม้ และอุทยานแห่งชาติ ความงามทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้เป็น  
จุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับการท่องเที่ยว เหมาะกับการเป็นเมืองที่เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และ  
เป็นเมืองอยู่อาศัยที่มีคุณภาพสูง

## อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก จะต้องมี การดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อนำข้อมูลการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายนอกชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีมาพัฒนา ปรับปรุง ให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบสมบูรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ประภาพร แสนโคตร และพีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ (Saenkot P., and Khamnuansin P., 2020) 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 ของจำนวนหมู่บ้านทั้งหมดซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์สาเหตุของการที่ไม่สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควรนั้นออกมาเป็น 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 ขาดการจัดทำการโฆษณาเพื่อชักชวนหรือเชื้อเชิญนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่สามารถจัดทำเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของแต่ละชุมชน เหตุการณ์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่า การอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลของกรมการพัฒนาชุมชนที่ให้แก่ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP หรือตัวแทนของชุมชน ยังไม่สามารถนำทักษะความรู้ที่ได้รับจากการอบรมหรือความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้มากนัก

3) โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีลักษณะเป็นการใช้ยุทธศาสตร์เดียวกันและสั่งการลงไปทุกพื้นที่ในประเทศไทย ในลักษณะที่มีการอุปมาอุปไมยว่า การกำหนดขนาดเสื้อตัวเดียวให้ใช้ได้กับประชากรทั้ง ประเทศ (one size fits all) โครงการนี้ไม่ได้คำนึงถึงบริบทที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น หรือแต่ละชุมชน กล่าวคือ บางพื้นที่ (5%) ไม่เหมาะแก่การท่องเที่ยวหรือไม่มีแหล่งท่องเที่ยว ในชุมชนเลย จึงไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้ และยังสอดคล้องกับ ชุชนะ เตชคณา (Techakana C., 2022) ได้ทำการวิจัย เรื่อง รูปแบบสมการโครงสร้างเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคิดสร้างสรรค์ยินดีจ่ายราคาที่สูงขึ้นเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ พวกเขาชอบผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์อาวุโสในท้องถิ่นมากกว่าผู้เชี่ยวชาญ

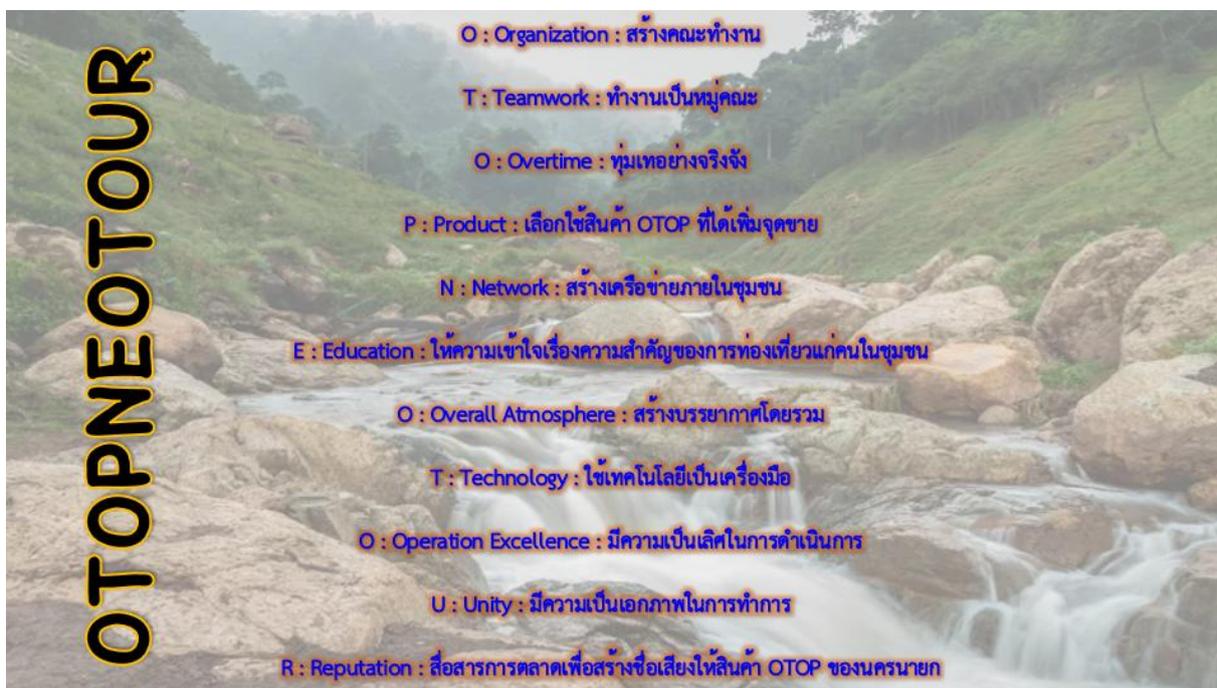
ด้านการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ พวกเขาแสวงหากิจกรรมสร้างสรรค์ที่หลากหลาย พวกเขาต้องการการสนับสนุนบริการในจุดหมายปลายทางที่สร้างสรรค์ ในการเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าดึงดูดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สถานที่นั้นจะต้องเสนอการท่องเที่ยวประเภทอื่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เพลิดเพลินด้วย การทดสอบทางสถิติแสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดการทำ การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต หรือเว็บ Search Engine อย่าง Google หรือ Yahoo ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยจะต้องรู้วิธีใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย

จังหวัดนครนายกมีความโดดเด่นในเรื่องของความงามของธรรมชาติ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่ยังคงได้รับการพัฒนาการส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในส่วนของการตลาดบริการ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะการรับรู้ถึงคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ปัจจุบัน คำว่า OTOP นวัตวิถี ยังเข้าไม่ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือกลุ่มคนในชุมชน ทำให้ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความร่วมมือ สร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณา นิลรัมย์ (Kritsana N., 2020) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างการรับรู้คุณค่าการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า 1. ระดับการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 3. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยบุคคล และด้านการตลาดทางตรงส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 4. แนวทางการรับรู้คุณค่าการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย 4.1 ด้านการโฆษณา ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ทั้งส่วนบุคคล และช่องทางสาธารณะหลักของจังหวัด ทั้งยังอาศัยช่องทางสื่อประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการให้ข้อมูลสินค้ารวมทั้งการสนับสนุนสถานที่ท่องเที่ยวชุมชนนวัตวิถีในจังหวัดกาญจนบุรี 4.2 ด้านการประชาสัมพันธ์ใช้วิธีการที่หลากหลายช่องทาง โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงทางสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนจุดขาย จุดเด่น ความน่าสนใจ และได้รับแรงดึงดูดจากผู้คนภายนอกและนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา 4.3 ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ประกอบการและภาครัฐส่งเสริมชุมชนให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ ผลิต สินค้า และบริการ ควบคู่ไปกับชุมชนการท่องเที่ยว 4.4 ด้านการขายโดยบุคคล ภาครัฐเป็นผู้ส่งเสริมทักษะทางการตลาด ให้ผู้ประกอบการในชุมชนมีจิตวิญญาณ บุคลิกภาพ ทักษะที่ดีในการขายสินค้า 4.5 ด้านการตลาดทางตรง หน่วยงานรัฐจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการได้มีพื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้า เพิ่มช่องทางการขายสินค้า และจากกิจกรรมของภาครัฐเป็นตัวกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้รู้จักสินค้ามากขึ้น และส่งผลให้เกิดการบอกต่อจากนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม งานวิจัยนี้จึงมีข้อเสนอให้ผู้ประกอบการ OTOP และภาครัฐใช้เครื่องมือในการสื่อสารการตลาด

เชิงบูรณาการทุกด้านร่วมกัน เพื่อส่งเสริมคุณค่าการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก จะเกิดขึ้นไม่ได้ หรือพัฒนาต่อไม่ได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน

### สรุปองค์ความรู้

จากการศึกษาจะได้ องค์ความรู้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีจังหวัดนครนายก ชื่อว่า OTOPNEOTOUR มีความหมายดังนี้



### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคนักวิชาการ รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างมีความสำคัญต่อการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดนครนายก ควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว หรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้มากขึ้น และควรมีติดตามและประเมินผล เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้ดีขึ้น

2. กิจกรรมของแต่ละชุมชนล้วนมีเอกลักษณ์และจุดเด่นที่แตกต่างกัน แต่ไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเอง ทำให้เอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชนเลือนหายไป

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและกระบวนการการมีส่วนร่วมของแต่ละชุมชนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้มีความยั่งยืน และมีประสิทธิภาพพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดใกล้เคียง เพื่อนำมาศึกษาถึงรูปแบบในการพัฒนา การมีส่วนร่วม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนา รวมไปถึงการสร้างแรงจูงใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับใช้ให้ตรงตามความต้องการของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

## References

- Department of Community Development. (2020). OTOP Innovative Tourism Community Project. Retrieved December 15, 2023, from <https://www.cdd.go.th/>
- Techakana, C. (2022). Structural equations for the development and promotion of creative tourism in Thailand. *Positive School Psychology Journal* 2022, Vol. 1, No. 6, No. 4, 7730 – 7740
- Chittawattana, B. (2005). *Tourism Industry*. Bangkok: Press and Design.
- Khunprew, P. (2019). OTOP Innovative Tourism Community. *Sripathum Chonburi Academic Journal*, 16(1), 14-22.
- Wongmontha, S. (2019). OTOP Innovative Tourism Community. Retrieved feelings December 15, 2023, from <https://www.thaipost.net/main/detail/27014>
- Hiramatsu, M. (2008). *One Village, One Product Spreading throughout the World*. Oita Japan: Office: Oita OVOP International Exchange Promotion Committee.
- Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R., et al. (Ed.). *Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experience for Travelers Worldwide*, pp.78-90. Santa Fe: Sunstone Press.

