

ศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

The Potential for Cultural Tourism Promotion of Pak Kret District Nonthaburi Province

ปณณนุช ลิ้มหะสุวรรณ¹ ผกามาศ ชัยรัตน์²
Poonyanuch Leelhasuwan, Pakamas Chairatana

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีซึ่งใช้การกำหนดความรู้โดยกระบวนการค้นพบแบบสร้างสรรค์นิยม (Constructivism) หรือกระบวนการค้นพบแบบสังคม (Socially Constructed) ที่ผู้วิจัยจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี จำนวน 23 คน โดยผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและความพร้อมหลายแห่งมีความหลากหลาย และการที่จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร ทำให้การขอความร่วมมือหรือการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในบางพื้นที่ค่อนข้างยาก เพราะมีลักษณะเป็นสังคมเมือง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขาดการดูแลและปรับปรุง พัฒนาเพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีหลายแห่งซึ่งมีพื้นที่ร่วมกันทั้งกับวัด ชุมชน หน่วยงานของรัฐ จึงทำให้การบริหารจัดการและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทำได้ค่อนข้างยาก เพราะต้องเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน แม้จะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ และมีการจัดกิจกรรม และงานประเพณีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทุกปี แต่ก็เป็นที่รู้จักแค่เพียงในเฉพาะท้องถิ่นเท่านั้น ยังไม่สามารถสร้างให้เกิดการรับรู้ได้ในวงกว้าง ดังนั้นศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยจึงได้รูปแบบการพัฒนา 6A's ซึ่งประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว 4) การบริการเบ็ดเตล็ด 5) ที่พักแรม 6) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว

คำสำคัญ (Keywords): ศักยภาพ; การส่งเสริม; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Received: 2022-09-03 Revised: 2022-10-07 Accepted: 2022-10-07

¹ สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม วิทยาการจัดการกรุงเทพ มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao Bangkok Campus. Corresponding Author e-mail: pooniie@gmail.com

² สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม วิทยาการจัดการกรุงเทพ มหาวิทยาลัยพะเยา College of Management University of Phayao Bangkok Campus

Abstract

The purpose of this research is to study the potential of cultural tourism resources in Pak Kret District, Nonthaburi Province. Through qualitative research in grounded theory study, Which use knowledge assignments by constructivism or socially constructed that the researcher must interact with the stakeholders in cultural tourism promotion of Pak Kret District Nonthaburi Province, Which key Informant are stakeholders related to the promotion of cultural tourism in Nonthaburi Province 23 people. By in-depth interview methods revealed that the potential of cultural tourist attractions in Nonthaburi province. Example: The potential and availability of many cultural attractions is diverse and Nonthaburi province is an area adjacent to Bangkok, this makes asking for cooperation or building public participation in some areas quite difficult because they are characterized by an urban society. Cultural tourist sites lack maintenance and improvements to be able to properly accommodate tourists. The area has many cultural attractions that share an area with temples, communities, and government agencies. That makes the management and development of tourist attractions quite difficult. Because it involves many sectors. Despite receiving support from various agencies and organizing activities and various festivals continuously every year, it is known only locally, it has not yet been able to create widespread awareness. Therefore, the potential for promoting cultural tourism in Pak Kret District, Nonthaburi Province. The researcher has a development 6A's model which consists of 1) Attractions 2) Accessibility 3) Amenities 4) Ancillary 5) Accommodation 6) Activities.

Keywords: Potential; Promotion; Cultural tourism

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก การดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแล้วแต่มีความสัมพันธ์กับบริบทโดยรอบในด้านต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหลายประเภท อาทิเช่น อุตสาหกรรมด้านที่พักแรม ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจด้านที่พักแรมเติบโตขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากจำนวนที่พักที่เพิ่มสูงขึ้นตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมขนส่ง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ การเดินทางท่องเที่ยวยังสามารถเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการค้าและบริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร การงานจัดแสดงสินค้า หรือธุรกิจบันเทิง เช่น คลับ บาร์ โรงภาพยนตร์ สวนสนุก งานแสดงศิลปะ

การงานจัดแสดงสินค้า รวมถึงธุรกิจนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบ เช่น การเล่นกีฬา การผจญภัย เดินป่า ปีนเขา ล่องเรือ ฯลฯ

จากบริบทข้างต้นนั้นจึงกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างรายได้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจโลก เช่น รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงินร้อยละ 9.4 ของ GDP โลก (World Travel and Tourism Council : WTTC, 2010) การดำเนินงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการลงทุน เกิดการจ้างงาน เกิดการบริโภคแลกเปลี่ยนสินค้าบริการในธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในวงกว้าง การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างอาชีพได้หลากหลาย เกิดการกระจายรายได้และส่งผลต่อการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ดังนั้น หากประเทศใดมีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ดี มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาก ย่อมทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลมีเงินทุนเพื่อพัฒนาประเทศ ประชาชนก็จะมีรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นผลประโยชน์ตามมา ทั้งนี้จากการคาดการณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand) แนวโน้มการท่องเที่ยวในปี 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยเพียง 6.7 ล้านคนและสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว 3.3 แสนล้านบาท ทั้งจำนวนและรายได้หดตัวร้อยละ 83 (ประมาณการ ณ เดือนตุลาคม 2563) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

อีกทั้งข้อมูลจาก UNWTO ช่วง 8 เดือนแรกปี 2563 พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกหดตัวลง ร้อยละ 70 โดยประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียต่างได้รับผลกระทบระดับใกล้เคียงกัน เช่น ฮองกง (ลดลงร้อยละ 93), ญี่ปุ่น (ลดลงร้อยละ 82), สิงคโปร์ (ลดลงร้อยละ 79), เวียดนาม (ลดลงร้อยละ 71) โดย UNWTO คาดว่า การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกจะกลับเข้าสู่ภาวะปกติอีกครั้งในปี 2566 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) สำหรับประเทศไทย ถือได้ว่าในปี 2563 ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2563 ถือเป็นช่วงวิกฤตของสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศ มีการยกเลิกกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่งผลให้เศรษฐกิจทุกภาคส่วนของประเทศหยุดลงแบบฉับพลัน ภาคธุรกิจทยอยปิดกิจการเป็นจำนวนมาก และการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหยุดชะงัก แต่อย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้ออกมาตรการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการหมุนเวียนของเศรษฐกิจภายในประเทศ ส่งผลให้ประชาชนทยอยออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศภายใต้ 2 โครงการหลัก ได้แก่ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน และโครงการกำลังใจ ผวนกับ ททท. และภาคเอกชนได้ร่วมกันจัดกิจกรรมต่าง ๆ และโปรโมชันแพ็คเกจท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป ตลอดจนเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สร้างรายได้และการจ้างงานให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและได้มีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมสืบเนื่องมาเป็นเวลานาน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่อยู่ไม่ไกลจากเมืองหลวง คือ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เกาะเกร็ดเป็นเกาะขนาดใหญ่

กลางแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นชุมชนที่เจริญมาตั้งแต่ปลายสมัยอยุธยา วัดต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นบนเกาะเป็นโบราณสถานที่สวยงาม สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายทั้งสิ้น มีฐานะเป็นตำบลแบ่งเขตการปกครองเป็นหมู่บ้าน รวมทั้งสิ้น 7 หมู่บ้าน เกาะเกิดเกิดขึ้นจากการขุดคลองลัดลำน้ำเจ้าพระยา ตรงส่วนที่เป็นแหลมยื่นไปตามความโค้งของแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระแห่งกรุงศรีอยุธยา ในปี 2265 เรียกคลองนี้ว่า “คลองลัดเกาะน้อย” ต่อมากระแสน้ำได้เปลี่ยนทิศทางทำให้คลองขยายกว้างขึ้น เพราะถูกแรงของกระแสน้ำเซาะตลิ่งพังจึงกลายเป็นแม่น้ำและมีสภาพเป็นเกาะเช่นปัจจุบัน

การที่เกาะเกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านความสวยงามของธรรมชาติและมีผู้มาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ย่อมทำให้มีความเสี่ยงสูงในการเผชิญปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาความไม่สมดุลในด้านคน สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเพื่อให้จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่มีการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวที่ดียิ่งขึ้นทางจังหวัดจึงควรมีแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรีอย่างเป็นรูปธรรม และจากสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นหลักการและแนวทางในการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริงต่อกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน และนำผลการวิจัยที่ได้เพื่อนำไปเป็นศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อสร้างทฤษฎีซึ่งใช้การกำหนดความรู้โดยกระบวนการที่ค้นแบบสร้างสรรค์นิยม (Constructivism) หรือกระบวนการที่ค้นสร้างสรรค์สังคม (Socially Constructed) ที่ผู้วิจัยจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการ

คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จำนวน 23 คน ได้แก่ ผู้บริหารจากภาครัฐ 9 คน ภาคเอกชน 6 คน ภาคประชาชน 6 คน และภาควิชาการ 2 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) โดยมีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน นอกจากนี้จะพิจารณาคำถาม สร้างคำถาม ปรับคำถาม และพัฒนาคำถามให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ขณะเดียวกันก็พยายามปรับให้คำถามให้เปิดรับกับแนวทางที่จะได้ข้อมูลเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย ทั้งนี้เนื้อหาการสัมภาษณ์จะเกี่ยวข้องกับ 1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 1) การศึกษาชุมชนจังหวัดนนทบุรี 2) การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี 3) การวิเคราะห์ SWOT+TOWS ของการพัฒนาการท่องเที่ยว 4) ศักยภาพของจังหวัดในการพัฒนาการท่องเที่ยว 2. องค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยว 6A's ได้แก่ 1) Attraction คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) Accessibility คือ ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) Amenities คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว 4) Ancillary service คือ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว 5) Accommodation คือ ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว 6) Activities คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 3. ความต้องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว 2) ความต้องการให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคลแบบตัวต่อตัว (Face-to-Face) และเมื่อได้ดำเนินการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นแล้วจึงจัดทำเอกสารผลการสัมภาษณ์ (Transcript) เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ทั้งนี้ในยุทธศาสตร์การวิจัยแบบการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่อง (Constant Comparison Method) โดยเป็นการลงรหัสข้อมูล (Coding) จากเหตุการณ์ที่ศึกษาเพื่อนำมาจัดหมวดหมู่ (Category) และเปรียบเทียบกับข้อมูลจากเหตุการณ์ที่ได้เก็บมาก่อนหน้านี้ ซึ่งจะช่วยให้การสร้างทฤษฎีเป็นระบบมากยิ่งขึ้น วิธีการเปรียบเทียบอย่างต่อเนื่องจะถูกดำเนินการไปจนกระทั่งข้อมูลมีความอิ่มตัวทางทฤษฎี (Theoretical Saturation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi structure) ที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยการระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบที่มีการอ้างอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี โดยมีวิธีการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร 2) วางเค้าโครงการวิเคราะห์ 3) พิจารณาเงื่อนไขแวดล้อมของข้อมูลเอกสาร

และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูล (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2554) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการดำเนินการมาตรวจสอบความถูกต้อง โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอื้อมพร หลินเจริญ, 2554) รวมทั้งใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งกระทำโดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีสามเส้าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง หลังจากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย (Research Results)

1. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี

ผลการศึกษาพบว่า

จุดแข็ง (Strengths) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและความพร้อมหลายแห่งมีความหลากหลายทั้งทางบกและทางน้ำ อาทิ วัดเกาะเกร็ด การเครื่องปั้นดินเผา วิถีชุมชนมอญเกาะเกร็ด การทำทอผ้ามัดหมี่ กะลาของดีปากเกร็ด การล่องเรือไหว้พระ ในเชิงวัฒนธรรมโบราณในกิจกรรมไหว้พระ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติการจัดกิจกรรม และงานประเพณีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทุกปี หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการทำสวนแบบดั้งเดิมของคนในพื้นที่เมืองนนทบุรี รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ

จุดอ่อน (Weaknesses) ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การที่จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร ทำให้การขอความร่วมมือหรือการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในบางพื้นที่ค่อนข้างยาก เพราะมีลักษณะเป็นสังคมเมือง แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขาดการดูแลและปรับปรุงพัฒนา เพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีหลายแห่งซึ่งมีพื้นที่ร่วมกันทั้งกับวัด ชุมชน หน่วยงานของรัฐ จึงทำให้การบริหารจัดการและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทำได้ค่อนข้างยาก เพราะต้องเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน แม้จะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ และมีการจัดกิจกรรม และงานประเพณีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทุกปี แต่ก็เป็นที่รู้จักแค่เพียงในเฉพาะท้องถิ่นเท่านั้น ยังไม่สามารถสร้างให้เกิดการรับรู้ได้ในวงกว้าง

โอกาส (Opportunities) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การมุ่งเน้นส่งเสริมในการท่องเที่ยวที่วัดซึ่งมี 6 ที่เป็นวัดอารามหลวง คือ วัดที่พระมหากษัตริย์หรือพระบรมวงศานุวงศ์ทรงสร้างหรือทรงบูรณปฏิสังขรณ์ หรือมีผู้สร้างน้อมเกล้าน้อมกระหม่อมถวายเป็นวัดหลวง และวัดที่ราษฎรสร้าง หรือบูรณปฏิสังขรณ์ และมีการจัดพิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทานเป็นประจำทุกปี รวมถึงการสร้างความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อส่งเสริม

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของวัดต่าง ๆ และในพื้นที่ปากเกร็ด ควรจัดให้เป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องมาเยือนสักครั้ง โดยสร้างกิจกรรมหรือจุดเด่นที่เกาะเกร็ด ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วให้เป็นรู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน การส่งเสริมการตลาด รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง Facebook Pages, Line Official, Instagram และ Twitter ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างการรับรู้ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรีให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้างได้มากยิ่งขึ้น

อุปสรรค (Threats) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ การที่จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร โดยในจังหวัดนนทบุรีมีลักษณะเป็นกิ่งสังคมเมือง ขาดวิธีการในการสร้างความร่วมมือหรือสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ผ่านมาส่งผลให้การรวมกลุ่มการทำกิจกรรม หรือ การมีนักท่องเที่ยวหรือคนแปลกหน้าเข้ามาในพื้นที่เป็นเรื่องที่ต้องคอยเฝ้าระวังส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติลดลง

นอกจากนี้การศึกษาองค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยว 6A's ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ยังพบว่า จังหวัดนนทบุรีมีองค์ประกอบของศักยภาพการท่องเที่ยว 6A's ที่ประกอบด้วย

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีมีความพร้อม และหลากหลายทั้งทางบกและทางน้ำ มีพื้นที่ใกล้เมืองการเดินทางสะดวก โดยจังหวัดนนทบุรีมีเอกลักษณ์โดดเด่นแต่ก็คล้าย ๆ กับหลายพื้นที่ การดูแลรักษาให้คงอยู่ในสภาพดีก็มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานพุทธศาสนาแห่งชาติ และกรมศิลปากร ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ประสานงานและทำงานร่วมกันกับจังหวัดในการดูแล รักษาสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงชุมชนท้องถิ่น ที่ต้องช่วยกัน และควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้น

2. ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดนนทบุรีมีการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เพราะเป็นพื้นที่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร แต่ในบางพื้นที่การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถโดยสารสาธารณะยังไม่สะดวกมากนัก อาจต้องใช้รถส่วนตัว หรือรถรับจ้างจึงจะสะดวก

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) จังหวัดนนทบุรีมีความเพียงพอ ทั้งในส่วนของที่นั่งพัก จุดชมวิว ป้ายแนะนำสถานที่ ห้องน้ำ ร้านค้าต่าง ๆ แต่ในบางพื้นที่อาจจะมีสภาพที่ชำรุดทรุดโทรม จึงต้องมีการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้ดีอยู่เสมอ

4. ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) จังหวัดนนทบุรี เช่น ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตู้ ATM โรงพยาบาล มีความเพียงพอ แต่ถ้าในบางพื้นที่อาจจะมีจำนวนไม่มากนัก สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2563) กล่าวว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างหนึ่ง คือ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่

ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น และบริการเสริมอื่น ๆ ที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น ไปรษณีย์ ธนาคาร โรงพยาบาล

5. ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) จังหวัดนนทบุรี มีที่พักเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว และส่วนใหญ่การเดินทางมาท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ หรือในรูปแบบ One Day Trip

6. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดนนทบุรีสามารถมีส่วนร่วมทั้งทางบกและทางน้ำ การท่องเที่ยววัดและการล่องเรือ ณ วัดเกาะเกร็ด การเครื่องปั้นดินเผา การทำทอผ้าม่านหม้อกลาของดีปากเกร็ด การล่องเรือไหว้พระ ประเพณีการทำบุญตักบาตรพระร้อยแปด การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติการสัมผัสเสน่ห์ของสายน้ำเจ้าพระยา และวิถีชีวิตชาติพันธุ์ถิ่นเมืองนนท์

สำหรับการศึกษาความต้องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาพบว่า จังหวัดนนทบุรี ควรมุ่งเน้นการจัดการในเรื่องของการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้อยู่ในสภาพที่ดี มุ่งเน้นในเรื่องการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง Facebook Pages, Line Official, Instagram และ Twitter ซึ่งต้องอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนารูปแบบการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีสะดวกมากขึ้น โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี ควรดำเนินการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
2. ด้านราคาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในภาพรวมมีราคาที่เหมาะสม
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อขอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ระหว่างนักท่องเที่ยว กับผู้รับผิดชอบในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง Facebook Pages, Line Official, Instagram และ Twitter ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
5. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดตั้งคณะทำงานที่ประกอบด้วย ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ตัวแทนจากชุมชน เพื่อร่วมกันทำหน้าที่ดูแล รักษา และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ เน้นความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกับที่อื่น ความเป็นธรรมชาติ และสวยงามของพื้นที่
7. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวการรับรองและให้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ซึ่งมีการรับรองมาตรฐานในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม สถานที่พักตากอากาศ (Hotel Standard, Resort Standard) มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว

(Food Service Standard for Tourism) มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล และมาตรฐานเรือรับจ้างนำเที่ยว เป็นต้น

2. การศึกษาศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

จากผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แนวทางการส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีมาทำการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix สังเคราะห์ออกมาเป็นกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) กำหนดเป็น 6 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) คือ การสร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการให้บริการและการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียการสร้างการรับรู้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

กลยุทธ์ที่ 2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ การพัฒนาเส้นทางคมนาคม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวก และเพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

กลยุทธ์ที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) คือ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการให้ได้มาตรฐาน และส่งเสริมความร่วมมือกับวัด ชุมชน หน่วยงานของรัฐ เพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ

กลยุทธ์ที่ 4 การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) คือ การปรับปรุงกระบวนการ ขั้นตอนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ การพัฒนา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หลังจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กลยุทธ์ที่ 5 ที่พักแรม (Accommodation) คือ การสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานความปลอดภัยที่พัก และการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแล ต้องปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 6 กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) คือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และเพื่อศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินมุมมองด้านภายในองค์กร ที่ประกอบด้วย จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) รวมทั้งมุมมองด้านภายนอกองค์กร ที่ประกอบด้วยโอกาส (Opportunities)

และอุปสรรค (Threats) ซึ่งผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและความพร้อมหลายแห่ง มีความหลากหลายทั้งทางบกและทางน้ำ ดังนั้น การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม เพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนที่ใด ดังเช่น วิถีชุมชนมอญ สอดคล้องกับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ได้อธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น

จุดอ่อน (Weaknesses) จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่ที่ติดกับกรุงเทพมหานคร ทำให้การขอความร่วมมือหรือการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในบางพื้นที่ค่อนข้างยาก ดังนั้น สิ่งสำคัญคือต้องสร้างความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในส่วนของผู้ประกอบ ผู้นำชุมชน และคนในชุมชน ต้องร่วมกันวางแผนและกำหนดแนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตนเองให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเกิดความชัดเจนเป็นรูปธรรมเกิดความเข้มแข็ง และให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ อาทิ งบประมาณ บุคลากร และช่องทางการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ (เพียกานต์ นามวงศ์, 2552) การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มต้องครอบคลุมเรื่องการ วางแผน และการกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันซึ่งแต่ละประเด็นจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ และสอดคล้องกันอย่างเป็นวงจร ซึ่งสอดคล้องกับ (ศิริเพ็ญ ตาเพชร และคณะ, 2558) บทบาทสำคัญในการต้อนรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีกหรืออาจชักชวนผู้ไม่เคยมาเยือนให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการแสดงความมั่นใจ ให้ความช่วยเหลือ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเองให้ยั่งยืนต่อไป

โอกาส (Opportunities) การมุ่งเน้นส่งเสริมในการท่องเที่ยวที่วัด รวมถึงการสร้างความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของวัดต่าง ๆ และในพื้นที่ปากเกร็ด ควรจัดให้เป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องมาเยือนสักครั้ง โดยสร้างกิจกรรม หรือ จุดเด่นที่เกาะเกร็ด ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วให้เป็นรู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน การส่งเสริมการตลาด รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวในวงกว้าง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียทั้ง Facebook Pages, Line Official, Instagram และ Twitter ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างการรับรู้ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรีให้เป็นที่รู้จัก

ในวงกว้างได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ (Kantanen & Tikkanen, 2005) การรับรู้เรื่องสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผลต่อการรับรู้และการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งนำไปสู่กระบวนการแนวใหม่ในการสร้างการรับรู้ และดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น และ (Wang, Wu, & Yuan, 2009) บทบาทการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมมีเครื่องมือในการสื่อสารที่สำคัญ 3 ประการ คือ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการขายตรง และส่งเสริมการขาย (ภฤตสร ฤทธิมนตรี, 2551) การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนควรประกอบด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัด เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

อุปสรรค (Threats) จังหวัดนนทบุรีมีลักษณะเป็นกึ่งสังคมเมือง ขาดวิธีการในการสร้างความร่วมมือหรือสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ผ่านมาส่งผลให้การร่วมกลุ่มการทำกิจกรรม หรือการมีนักท่องเที่ยวหรือคนแปลกหน้าเข้ามาในพื้นที่เป็นเรื่องที่ต้องคอยเฝ้าระวังส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติลดลง สอดคล้องกับกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (2564) จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2564 จะอยู่ที่ 3.2 ล้านคน ลดลงจากที่ประมาณการไว้เดิมที่ 5 ล้านคน หรือลดลงประมาณร้อยละ 53 จากปี 2563 และคาดว่าจะรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะลดลงประมาณ 440,000 ล้านบาท จากปี 2563

องค์ความรู้จากการวิจัย (Body of Knowledge)

จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยค้นพบศักยภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ด้วยรูปแบบการพัฒนา 6A's ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนา 6A's เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ที่มา: ปุณยณัฐ ลิขิตสุวรรณ, 2565

กลยุทธ์ที่ 1 สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) คือ การสร้างการรับรู้ การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการให้บริการและการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อโซเชียลมีเดียการสร้างการรับรู้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

กลยุทธ์ที่ 2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ การพัฒนาเส้นทางคมนาคม การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวก และเพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

กลยุทธ์ที่ 3 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) คือ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการให้ได้มาตรฐาน และส่งเสริมความร่วมมือกับวัด ชุมชน หน่วยงานของรัฐ เพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ

กลยุทธ์ที่ 4 การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) คือ การปรับปรุงกระบวนการ ขั้นตอนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการ การพัฒนา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หลังจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กลยุทธ์ที่ 5 ที่พักแรม (Accommodation) คือ การสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานความปลอดภัยที่พัก และการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแล ต้องปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 6 กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) คือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะทั่วไป

หน่วยงานในจังหวัดนนทบุรีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลซ้ำอีกครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้สนใจ ควรทำการศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณและควรทำการศึกษาในมุมมองของนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม โดยใช้ปัจจัยที่ได้ค้นพบจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งต่อไป ทั้งนี้ เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ใหม่และเพื่อให้เกิดการพิสูจน์ตามข้อเสนอที่มีผลกระทบต่องานวิจัย

เอกสารอ้างอิง (Reference)

- กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม. (2564). สกสว. เผยผลการดำเนินตามแผนวิจัย
โปรแกรมที่ 17 แก้วกฤติโควิต 19 พร้อมเดินหน้าแผนวิจัยแก้ปัญหาเร่งด่วนอื่น. สืบค้น 20
มิถุนายน 2565, จาก <https://www.tsri.or.th/th/news/content/662/news>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). รูปแบบการท่องเที่ยว. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2564, จาก
<https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยว. สืบค้น 1
พฤษภาคม 2564, จาก [www.tatreviewmagazine.com/article/คาดการณ์แนวโน้ม
สถานการณ์/](http://www.tatreviewmagazine.com/article/คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์/)
- เพียกานต์ นามวงศ์. (2552). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชนไหล่หิน
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการ
นันทนาการและการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ภฤศสร ฤทธิมนตร์. (2551). การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
อย่างยั่งยืน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช. สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร ธนวัฒน์ ขวัญบุญ และอนงค์พร ไสลวรากุล. (2558). การสร้างเส้นทางการ
ท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 18(18), 226–246.
- เอื้อมพร หลินเจริญ. (2554). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารการวัดผลการศึกษา.
17(1), 17-29.
- Kantanen, T. and Tikkanen, I. (2005). *Advertising in Low and High Involvement
Cultural Tourism Attractions: Four Cases*. Finland: University of Kuopio Press.
- Wang, Y J., Wu, C. and Yuan, J. (2009). The Role of Integrated Marketing
Communications (IMC) on Heritage Destination Visitations. *Journal of Quality
Assurance in Hospitality and Tourism*. 10(3), 218-231.