

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า
ในจังหวัดชัยนาท*
(Developing Slow Tourism Potential in
Chai Nat Province)

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม**
(Puriwaj Dachum)
ดลฤทัย เจียรกุล***
(Dolruthai Jiarakul)

Received: September 8, 2023
Revised: November 21, 2023
Accepted: January 4, 2024

บทความวิจัย
-
วิชาการ

* บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.).

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Assistant Professor, Tourism Management, Faculty of Humanities, Kasetsart University).

*** อาจารย์ประจำสาขาวิชาการสร้างสรรค์การบริการเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Lecturer, Program in Service Creation for Tourism Business, Faculty of Humanities, Kasetsart University).

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) รวบรวมฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว และประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยนาทโดยใช้แนวคิด การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า 2) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจังหวัดชัยนาท 3) รวบรวมและคัดสรรภูมิปัญญาท้องถิ่นของ จังหวัดชัยนาทที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าเพิ่ม ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 4) เสนอแผนพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าใน จังหวัดชัยนาท โดยรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ศึกษา ข้อมูลเชิงคุณภาพจาก ผู้แทนหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยว และข้อมูลเชิงปริมาณ จากตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 430 ตัวอย่าง แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ พื้นฐานประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ควบคู่กับการวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลเชิง คุณภาพและสังเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัยพบว่า 1) ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทมีจำนวน 38 แห่ง ศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเพียง 6 แห่ง ที่มีศักยภาพมากที่สุดและมากตามลำดับ ได้แก่ ตลาดเก่า สรรพยาและวัดสรรพยาวัฒนาราม เขื่อนและพื้นที่บริเวณเขื่อนเจ้าพระยา ตัวเมือง ชัยนาท ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ป่วย อึ้งภากรณ์ ทวดพันชัยนาท และวัดเทพศิรินทร์ 2) นักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทต้องการให้พัฒนาองค์ประกอบด้าน กิจกรรมท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านที่พัก และด้านบริการ อำนวยความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนความต้องการด้านกิจกรรม ท่องเที่ยวเนิบช้าจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแบ่งเป็น 4 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางวัดท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น ธรรมชาติท้องถิ่น และวิถีชีวิตท้องถิ่น 3) จังหวัด ชัยนาทมีแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมทั้งสิ้น 56 แห่ง และมีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท 2 แห่ง โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นมี 5 เรื่อง ได้แก่ ส้มโอบางแก้ว วิถีตาล หน่อไม้รวกเทียนทอง ตำราสมุนไพรหลวงปู่ศุข และ

ผ้าทอชาติพันธุ์ลาว ภูมิปัญญาท้องถิ่นส้มโอขาวแตงกวานับว่าโดดเด่นเป็นที่รู้จักและเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด จึงเหมาะจะนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 4) แผนพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทเป็นแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ 3 ประการ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและภาคการเกษตร และ ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความเข้มแข็งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าโดยภาคประชาชนจังหวัดชัยนาท

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า, การพัฒนาศักยภาพ, ความยั่งยืน, จังหวัดชัยนาท

ABSTRACT

This research 1) gathered tourism resource databases and evaluated the tourism resource potential of Chai Nat Province; 2) studied tourist needs to develop slow tourism routes; 3) collected local lore supporting sustainable tourism and added value for local products; and 4) proposed a slow tourism development plan. Data was assembled by field study, qualitatively from tourism stakeholders and quantitatively from 430 Thai tourists, and descriptively analyzed by frequency, percentage, average, standard deviation, exploratory factor analysis (EFA), and content analysis. Data was subsequently synthesized.

Results revealed 1) 38 items in the Chai Nat tourism resource database, with overall low slow tourism potential; six resources had high potential: Sappaya Old Market and Sappaya Wattanaram Temple; Chao Phraya Dam and vicinity; Chai Nat City, Ungphakorn Learning Center, Tuad Pan Chai Nat, and Thephirun Temple; 2) Chai Nat slow tourists sought related activities developed primarily, followed by accommodations, facilities, amenities, and activity routes, including local temples, food, nature, and lifestyles; 3) 56 local lore sites and two Chai Nat local lore product stores were identified, pertaining to five categories: the Khao Tangwa pomelo; sugar palm lifestyle; Rao Thien Thong bamboo shoots; Lhuang Phu Sok herbals; and Laos ethnic woven fabric. Khao Tangwa pomelo local lore was considered the best - known provincial identity suitable for exploitation as a community product to promote sustainable tourism; and; 4) a slow tourism three - year development action plan (2020 - 2022) comprised three strategies: 1) destination image branding; 2) local community product promotion integrated with the

agricultural sector; and 3) strengthening construction by Chai Nat civil society.

Keywords: Slow tourism, Potential development, Sustainability, Chai Nat Province

บทนำ

การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าหรือการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ (slow tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่สำคัญตั้งแต่ช่วงก่อนสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 อันเนื่องมาจากภาวะสังคมสมัยใหม่ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต้องใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ จนเกิดภาวะขาดสมดุลในการทำงาน ครอบครัว และการพักผ่อน (Esichaikul 2014) จนกระทั่งหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 คลี่คลายลง การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเป็นการท่องเที่ยวกระแสหลักและแนวโน้มการท่องเที่ยวที่สำคัญควบคู่กับกระแสความยั่งยืน (sustainability) โดยเฉพาะในมิติของเวลาที่ใช้ในจุดหมายปลายทางนานขึ้น รวมถึงการใช้ชีวิตและทำงานไปพร้อมกัน (digital nomad) ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว (Sookkong 2022)

การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสำคัญกับเรื่องราวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เน้นการเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม สภาพสังคมหรือชุมชนที่เข้าไปสัมผัส โดยไม่คำนึงถึงเวลาที่ใช้กับการท่องเที่ยวมากนัก จึงเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวให้น้อยลง ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวกระจายสู่ชุมชนผ่านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาสัมผัสอย่างใกล้ชิด จนอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้ความสำคัญทั้งมิติการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในฐานะอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (tourism demand) และมิติช่องทางให้ธุรกิจขนาดเล็กจำหน่ายสินค้าและบริการในฐานะอุปทานทางการท่องเที่ยว (tourism supply) (Aneksuk 2017) การท่องเที่ยวแบบเนิบช้ามีหลากหลายรูปแบบทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น การเดินเที่ยว การขี่จักรยานท่องเที่ยว การล่องเรือ การท่องเที่ยวทางรถไฟ การท่องเที่ยวในเขตเมือง การอาบป่า ฯลฯ โดยเมืองย่าน และชุมชนที่หนาแน่นน้อยและมีความเป็นเมืองไม่มากมักดึงดูดนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าได้มากกว่า โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในกลุ่ม baby - boomers และ silver hair ซึ่งใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวยาวนาน มีกำลังซื้อสูง และมักเดินทางกับครอบครัว (Lunkam & Liangchan 2021) รวมถึงความนิยมการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองที่ไม่หนาแน่นเท่ากับเมืองท่องเที่ยวหลักในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเป็นกลไกการกระตุ้นการฟื้นตัวของการ

ท่องเที่ยว ดังเห็นได้จากรายได้จากการท่องเที่ยวรวมในเมืองท่องเที่ยวรองพื้นตัวประมาณร้อยละ 85 ซึ่งเร็วกว่าเมืองท่องเที่ยวหลักที่พื้นตัวเพียงร้อยละ 62 อีกทั้งยังส่งผลให้รายได้ภาคการท่องเที่ยวในภาพรวมกระจายไปยังเมืองท่องเที่ยวรองมากขึ้นกว่าในอดีต (Mahawanakul & Prasongsak 2023) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในบริบทประเทศไทยอาจครอบคลุมถึงการขับริยยนต์ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (road trip) ทั้งมอเตอร์ไซด์ รถยนต์ รถตู้ รถบ้านเนื่องจากยืดหยุ่นต่อการปรับแผนการเดินทางสะดวกต่อการเดินทางเป็นครอบครัวหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ในระยะใกล้ และโครงข่ายถนนที่เอื้อต่อการขับร้อมมากกว่าการใช้ระบบขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว

จังหวัดชัยนาทเป็นเมืองท่องเที่ยวรองที่ตั้งอยู่ในเขตภาคกลางตอนบนหรือพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและอยู่ไม่ห่างไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าด้านทรัพยากรธรรมชาติ จังหวัดชัยนาทมีแม่น้ำ 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน และแม่น้ำน้อย พื้นที่จึงประกอบด้วยหนอง บึง ภูเขา ถ้ำ และป่าไม้อันอุดมด้วยสัตว์ป่าหลากหลายพันธุ์ ด้านวัฒนธรรม เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและยังคงมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้มากมาย เช่น เมืองแพรกศรีราชา เมืองสรรคบุรี เมืองอุตะเกา เมืองนครน้อย เมืองดงคอน นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ตำนานเขาสรรพยา ตำนานเมืองสรรคบุรี ตลอดจนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรมประเพณีที่สามารถประยุกต์เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ทรัพยากรเหล่านี้ล้วนเป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า โดยเฉพาะในช่วงหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 เพื่อพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศและรักษาสมดุลทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจากการลดการพึ่งพาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มากเกินไปจนเกิดความเปราะบางทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเปรียบกับตัวชี้วัดหลักระยะ 5 ปี ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) คือระยะเวลาพำนักรถของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ต่ำกว่า 3 วัน อาจสะท้อนว่า จังหวัดชัยนาทยังคงเป็น “เมืองผ่าน” ไม่ใช่เมืองท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักมากนัก ทำให้จังหวัดชัยนาทมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่พำนักค้างคืนไม่มาก (ประมาณร้อยละ 19 - 22) เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวแบบไป

เข้าเย็นกลับเนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ หรือแวะเที่ยวเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ก่อนเดินทางต่อไปยังจังหวัดอื่น ๆ ประเด็นที่วาทนีถือเป็นโจทย์และความท้าทายสำคัญของการศึกษาวิจัยนี้ กล่าวคือ คณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่าแม้จังหวัดชัยนาทยังไม่มีสภาพเป็นเมืองท่องเที่ยวเต็มรูปแบบก็ตาม แต่มีทุนทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่พร้อมจะพัฒนาสู่การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเพื่อตอบสนองการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติและความเปลี่ยนแปลงภายหลังสถานการณ์โรคระบาดโควิด - 19 ประกอบกับจังหวัดชัยนาทมีแผนพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และวิถีชุมชน ดังนั้น หากพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทอย่างเป็นรูปธรรมได้ จะเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คุณประโยชน์ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคมจะตกอยู่กับชุมชน ในขณะเดียวกัน ชุมชนและธุรกิจบริการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องยังสามารถรักษาและเพิ่มคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อคุณประโยชน์ในระยะยาวควบคู่กันได้ นอกจากนี้จังหวัดชัยนาทยังเชื่อมต่อกับเมืองท่องเที่ยวรองใกล้เคียง ได้แก่ จังหวัดอุทัยธานี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และนครสวรรค์ โดยเฉพาะจังหวัดนครสวรรค์นั้นถือเป็นเมืองท่องเที่ยวรองที่มีอัตราการพักค้างสูงและด้วยโครงข่ายคมนาคมที่เชื่อมโยงกันระหว่างเมืองหลัก เช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทำให้อัตราการท่องเที่ยวระหว่างกันอยู่ในระดับสูงมาก จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพสู่กลุ่มเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. รวบรวมฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวและประเมินศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยนาทโดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า
2. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจังหวัดชัยนาท
3. รวบรวมและคัดสรรภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน
4. เสนอแผนพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสุนทรียภาพทางการท่องเที่ยว ความละเอียดละไม การเรียนรู้ ตลอดจนปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและสังคมของชุมชนในเมืองท่องเที่ยว โดยไม่คำนึงถึงเวลาที่ใช้กับการท่องเที่ยวมากนักและมักจะพักค้างในเมืองท่องเที่ยวนั้นอย่างน้อย 1 คืน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีเวลามากพอที่จะใส่ใจ สัมผัสประสบการณ์อย่างใกล้ชิด และเกิดจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ดังนั้น การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจึงเปรียบเสมือนเป็นยาแก้พิษของการท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourism) แต่ก็ใช่ว่าการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจะกลายเป็นการท่องเที่ยวตลาดเฉพาะ (niche market) อย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยเสมอไป เพียงแต่ชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการนำความช้าหรือความไม่เร่งรีบมาประยุกต์กับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การดำเนินธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคได้ (Heitmann Robinson & Povey 2011)

Chitkati (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง *การท่องเที่ยวเนิบช้ากับราคาที่เปลี่ยนแปลง: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน* ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ามาไม่น้อยกว่าหนึ่งทศวรรษ ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวและเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าอย่างน้อย 2 มิติ ได้แก่ (1) slow cost ด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวแบบมวลชนมีต้นทุนสูง หลายครั้งเกิดการใช้ต้นทุนในการผลิตเกินความจำเป็น โดยที่ต้นทุนดังกล่าวยังรวมถึงต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น เมื่อกิจกรรมท่องเที่ยวถูกดำเนินการด้วยความเนิบช้า ไม่เร่งรีบจนเกินพอดี ต้นทุนที่ถูกใช้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจะลดลงซึ่งหมายถึงความยั่งยืนที่เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน (2) slow money การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในสิ่งที่ควรจ่าย ไม่ฟุ่มเฟือย ในขณะที่ธุรกิจนักท่องเที่ยวก็ไม่หวังประโยชน์จากนักท่องเที่ยวจนมากเกินไปและผลประโยชน์จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวควรกระจายไปสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง ดังนั้น สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจึงควรเป็นสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นนั่นเอง (Tongsong 2015; Esichaikul 2014; Dickinson & Lumsdon 2010)

นอกจากนี้ยังอธิบายไว้อย่างชัดเจนว่า แม้ว่าจังหวัดน่านพัฒนาเข้าสู่การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเต็มรูปแบบและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยเป็นหลักเช่นเดียวกับยุโรปที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยก่อนประเทศไทย แต่จังหวัดน่านก็ไม่ได้ปฏิเสธนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างสิ้นเชิง เนื่องจากจังหวัดน่านยังมีจุดหมายปลายทางอื่นที่ตอบสนองความต้องการอันหลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวทางธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติที่มีมากถึง 6 แห่ง ดังนั้น ตลาดเป้าหมายของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าอาจครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว รวมถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงาน

ในแง่ความหมายของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในปัจจุบันนั้น มิได้จำกัดเพียงการบริโภคอาหารแบบเนิบช้าดังเช่นเมื่อคริสต์ทศวรรษที่ 1970 แต่ยังรวมถึงกิจกรรมที่ใช้เวลานานเพียงพอที่จะเรียนรู้และเกิดความเข้าใจในลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นได้ดียิ่งขึ้น เช่น การเดินชมตึกโบราณ ตลาดโบราณ หรือชิมอาหารที่มีขายตามถนนหรือในตลาด (Yupet 2012) ต่อมา มีนักวิชาการอีกหลายท่านได้ขยายความและอธิบายความหมายเพิ่มเติมด้วยมุมมองที่หลากหลาย อาทิ Matos (2004) มองในแง่ของการใช้เวลาและการพักอยู่ในสถานที่ใดที่หนึ่งเป็นเวลานาน Dickinson, Robbins & Lumsdon (2010) ได้เพิ่มประเด็นการใช้ความเร็วซึ่งหมายถึงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางนอกเหนือจากการใช้เวลาสอดคล้องกับมุมมองของ Caffyn (2009) ที่มองถึงประเด็นการใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรให้น้อยที่สุด อีกทั้งยังต้องเป็นการเดินทางที่ดีต่อสภาพแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนและดีสำหรับตนเองและคนในท้องถิ่น รวมถึงความจริงแท้ รวมถึงมุมมองของ Lumsdon and McGrath (2011) ที่ชี้ว่าเป็นการเดินทางที่ต้องการลดจำนวนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวลง โดยเน้นประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจากคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ (1) การเลือกใช้พาหนะที่มีปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ (Mode of Travel) (2) การทำให้เกิดความช้า (Slowness) (3) เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว (Travel Experience) (4) เกิดความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Consciousness) และ (5) สำนึกต่อถิ่นที่ (Sense of Place) เช่น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า (รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส)

ในบริบทของประเทศไทย Esichaikul & Sunthornwong (2012) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป โดยศึกษาสภาพ การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบและเสนอความหมายไว้ว่า การเดินทางที่เนิบช้าเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดและเสริมสร้างพลังงาน โดยใช้เวลาและโอกาสในการสัมผัสประสบการณ์ ในขณะที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้จากธรรมชาติ วิธีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นและสถานที่ใหม่ด้วยการสัมผัสทั้ง 5 ประสาท แทนที่จะสัมผัสด้วยการมองเห็นเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นตัวแบบของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าที่มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ มีเวลาและโอกาส ใช้นานพาหนะไม่เร่งรีบ สัมผัสธรรมชาติ เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมและเกื้อกูลชุมชน เน้นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ หลายมิติ / หลายสัมผัส มีเรื่องราว มีการสื่อความหมาย กิจกรรมไม่ต้องใช้แรงมาก และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

จากความหมายที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น เห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าและมีผลต่อการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (Yurtseven & Kaya 2011) ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มความช้า (slowness) เน้นใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยว (2) กลุ่มประสบการณ์การท่องเที่ยว (travel experience) เน้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน (3) กลุ่มที่ให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อม (environment consciousness) เน้นการใช้นานพาหนะคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ และ (4) กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Robinson et.al. 2011) อย่างไรก็ตาม หากหันมามองมิติอุปทานทางการท่องเที่ยว ปัจจัยทางกายภาพของพื้นที่ท่องเที่ยวมีส่วนเกื้อหนุนให้เกิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเช่นเดียวกัน Boonyanupong & Sangkakorn (2012) ศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่า มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 139 แห่ง จาก 681 แห่งที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ส่วนใหญ่มีศักยภาพระดับปานกลาง แหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบริการไม่เพียงพอและไม่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ และยังขาดกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism หรืองานวิจัยของ Phakdee (2019) เรื่อง *ลักษณะเฉพาะเชิงพื้นที่ เมืองเดินเท้าท่องเที่ยว*

พัทยว พบว่า พื้นที่พิทยากลาง - ใต้ มีองค์ประกอบเชิงกายภาพสอดคล้องกับการส่งเสริมการเดินเท้าท่องเที่ยวมากกว่าพื้นที่พิทยาเหนือ องค์ประกอบที่ว้านั้นประกอบ 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) การมีระบบขนส่งมวลชนสีเขียว (2) จำนวนประตูเปิดสู่ถนนสาธารณะ (3) การใช้ประโยชน์อาคารแบบผสมผสาน และ (4) การมีระบบล็อกเมืองที่เหมาะสมต่อการเดินเท้า การเดินเท้าท่องเที่ยววนั้นนอกจากจะสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าและการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำโดยตรงแล้ว ยังสัมพันธ์กับการพัฒนาโครงข่ายการสัญจร การใช้ประโยชน์อาคาร การขึ้นำตำแหน่งสถานที่หยุดรณรง การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และการตัดถนนเพื่อลดขนาดบล็อกของเมืองให้เหมาะสมต่อการเดินด้วย

นอกจากนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวแบบเนิบช้ายังมีความหลากหลายและคาบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นจำนวนมาก (Aneksuk 2017) แต่ส่วนมากเป็นกิจกรรมที่ใช้การเดินทางหรือการเชื่อมโยงการเดินทางกับแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเป็นหลัก (Dickinson & Lumsdon 2010) ได้แก่ การเดินเท้าท่องเที่ยว การขี่จักรยานท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางรถไฟ การเดินทางโดยรถประจำทาง การเดินทางทางน้ำ การท่องเที่ยวในเขตเมือง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวแทบทั้งหมดให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระดับปัจเจกบุคคล เน้นการมีส่วนร่วมมากกว่าการชมอย่างผิวเผิน และอาศัยสำนึกต่อถิ่นที่ (sense of place) เป็นองค์ประกอบสำคัญ โดยเฉพาะเมืองเนิบช้า (slow city) ขนาดเล็กที่มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวเนิบช้า (Aneksuk 2017; Srisanga 2018)

ความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

เส้นแบ่งระหว่างนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้ากับนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมแบบผิวเผินและไม่ต้องออกแรงมาก (passive) กิจกรรมแบบมีส่วนร่วมและกระตือรือร้น (active) กับลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourist) นักท่องเที่ยวอิสระ (individual tourist) (Dall'Aglio 2011) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวแบบเนิบช้ามีลักษณะโดยทั่วไป กล่าวคือ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เน้นการเดินทางด้วยตนเอง และต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมและ

กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงโดยไม่เร่งรีบ

การศึกษาความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) สิ่งเร้าภายนอก เช่น ความเปลี่ยนแปลงรอบตัว การเคลื่อนไหว ขนาด การเกิดซ้ำ ความเข้มข้นหรือหนักเบา ฯลฯ และ (2) สิ่งเร้าภายใน เช่น ความต้องการ ความสนใจ คุณค่า ความหมาย ฯลฯ ทั้งสองส่วนมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไม่ต่างกันมาก ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด - 19 โดย Kieanwatana et al. (2022) ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยการขนส่งในด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยวและความปลอดภัย กับปัจจัยการท่องเที่ยวเนิบช้าในมิติระยะเวลา มิติอารมณ์ความรู้สึกและมิติการลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด - 19 ในขณะที่ส่วนหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้เชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปของ Esichaikul & Sunthornwong (2012) พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการการสื่อความหมายในรูปแบบสิ่งพิมพ์และป้ายแนะนำมากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตอบคำถาม ผลการวิจัยทั้งสองฉบับเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นว่า สิ่งเร้าทั้งสองส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน และประกอบสร้างเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและการรับรู้ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ “ความไม่เร่งรีบ” เป็นกรอบหลักของสิ่งเร้าทั้งสองส่วนและความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงไม่ผูกขาดว่านักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าต้องเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ แต่อาจเป็นนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันอื่นหรือหลายเจนเนอเรชันผสมกัน

Rattanawaraha & Sarawong (2022) ศึกษาเกี่ยวกับฉลากทัศนียภาพและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ผลจากการกวาดสัญญาณและข้อสรุปแนวโน้มการท่องเที่ยวในประเด็นสำคัญอันเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า คือ การเดินทางท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและประสบการณ์เพิ่มขึ้น แนวโน้มดังกล่าวนี้เป็นแนวโน้มสำคัญ

ของการท่องเที่ยวหลังยุคสมัยใหม่ เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร หรือลึกซึ้งมากขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสพัฒนาตนเองหรือค้นหามุมมองใหม่ในชีวิต นักท่องเที่ยว ย่อมมีแนวโน้มเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางที่ไม่ค่อยมีคนรู้จัก การ เดินทางลักษณะดังกล่าวเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) และเจนเนอเรชั่น Z (Generation Z) ซึ่งจะเป็นประชากรส่วนใหญ่ของวัยทำงานในอีก 20 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวมีแนวโน้มเป็นกลุ่มเล็กหรือเป็นกลุ่มทัวร์ ที่สามารถออกแบบได้ด้วยตนเอง และเน้นการเดินทางกับคนรู้จักเป็นหลัก เช่น กลุ่ม เพื่อน ครอบครัว สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวตามวิถีปกติใหม่ที่เสนอโดย World Travel & Tourism Council (2020) ในประการสำคัญที่ว่าการท่องเที่ยวต้องการความ เป็นส่วนตัวและประสบการณ์ส่วนตัวมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการแยกตัวออกจาก ผู้อื่นมากขึ้นในระหว่าง การเดินทางท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแบบหรูหราของกลุ่มผู้มี รายได้สูง และด้วยแนวโน้มดังกล่าว จึงก่อให้เกิดบุคลิก (persona) ของนักท่องเที่ยว ในอนาคต (หลังสถานการณ์โควิด - 19 ประมาณ 1 - 2 ปี) อย่างน้อย 6 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ชอบสัมผัสสัมผัสรูปแบบไทย (the Thai toucher) (2) ผู้ชอบสานสัมพันธ์ (the relationship builder) (3) ผู้พัฒนาตัวเองเชิงสุขภาพ (the pamperer) (4) ผู้พัฒนา ตัวเองสายอาชีพ (the enhancer) (5) ผู้หนีหนีมืองไปสู่ประสบการณ์เชิงลึก (the in - depth escaper) (6) ผู้มีกิจกรรมเคลื่อนไหวตลอดเวลา (the motion - based wanderer) (Thanapet 2022)

บุคลิกของนักท่องเที่ยวในอนาคตข้างต้นล้วนอยู่ภายใต้กรอบแห่งความไม่เร่ง รีบทั้งสิ้น ส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยวในอนาคตมีความหลากหลายและยืดหยุ่นมากขึ้นทั้ง ในเชิงพื้นที่ (จากเมืองท่องเที่ยวหลักสู่เมืองท่องเที่ยวรอง) เวลา (ใช้เวลาติดต่อกับการ ท่องเที่ยว) และพฤติกรรม (เที่ยวอิสระ เที่ยวกลุ่มเล็กลง เที่ยวกับคนรู้จัก)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าแทบทั้งหมดกล่าวถึงความเป็นท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งมีที่มาจากจากภูมิปัญญา มรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนประวัติศาสตร์ของชุมชนหรือเมืองจุดหมายปลายทาง อาจกล่าวได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าที่สามารถส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยว ผ่านการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและประสาทสัมผัสทั้งห้าด้าน ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวกับผู้คนและสถานที่ที่ไปเยือนในระดับที่ลึกซึ้งและมีคุณภาพ ในขณะที่เดียวกันยังเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวรับผิดชอบต่อการบริโภคทรัพยากรของท้องถิ่นที่อาจเปราะบางและหายาก

Choibamroong (2011) อธิบายความหมายของ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” (local wisdom) ไว้อย่างชัดเจนและครอบคลุมมากที่สุดว่า หมายถึง ความรู้ของคนในท้องถิ่นซึ่งได้มาจากประสบการณ์และความริเริ่มของคนในท้องถิ่น รวมถึงความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และเปลี่ยนแปลงพัฒนา สูญสลายหายไปบ้างและเกิดใหม่เป็นความรู้ใหม่ตามยุคสมัย หรืออาจกล่าวได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือความรู้ในท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นซึ่งเป็นชุดความรู้ใหม่ ดังนั้นหากพิจารณาร่วมกับความหมายของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าโดยนัย การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจึงอาจเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสงวนรักษาและสืบทอดภูมิปัญญา โดยเฉพาะการปรับ ประยุกต์ เปลี่ยนแปลง และพัฒนาไปสู่ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับบริบทการบริโภคทางการท่องเที่ยวในเชิงประสบการณ์ ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ในมิติความยั่งยืนตามปรัชญาของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

การแบ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นมีหลายลักษณะขึ้นอยู่กับหน่วยงานและพันธกิจที่เกี่ยวข้อง สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (Office of the National Education Commission 1998) แบ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ 10 สาขา ได้แก่ (1) เกษตรกรรม (2) อุตสาหกรรมและหัตถกรรม (3) การแพทย์แผนไทย (4) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (5) กองทุนและธุรกิจชุมชน (6) สวัสดิการ (7) ศิลปกรรม (8) การจัดการ (9) ภาษาและวรรณกรรม และ (10) ศาสนาและประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขาต่าง ๆ ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

จุดขาย และเป็นที่แพร่หลายในประเทศและทั่วโลกดังเช่นผลผลิตจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับชุมชนและดึงดูดการท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ ทั้งในรูปแบบการเรียนรู้ และการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้กระบวนการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ เช่น การประเมินความต้องการของลูกค้า การออกแบบ การพัฒนาทักษะและการผลิต การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยกระบวนการในเชิงเทคนิค มีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญ เพื่อให้พึ่งพาตนเองได้ในระยะยาวและสะท้อนเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างแท้จริง

นอกเหนือจากมิติความยั่งยืนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบแล้ว ภูมิปัญญาท้องถิ่นยังเกี่ยวข้องกับเนื้อหา (content) และการสร้างสรรค์ / นำเสนอเรื่องราว (storytelling) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยว การศึกษาของ Tourism Authority of Thailand (2020) กล่าวถึงนักท่องเที่ยวแบบเสพเรื่องราว โดยเริ่มต้นจากการอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวแบบเสพเรื่องราวว่าการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้เรื่องราวตลอดการเดินทางไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวของสถานที่ ผู้คน วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ ตลอดจนวิถีคิด วิิธีทำ ที่มาที่ไปต่าง ๆ ที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งที่มองเห็นหรือใช้บริการมากกว่าจะไปท่องเที่ยวเพื่อดื่มด่ำบรรยากาศ เข้าร่วมกิจกรรม หรือเพียงซื้อสินค้าและใช้บริการ ข้อค้นพบสำคัญมีหลายประเด็นที่คาบเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเรื่องราวเป็นแรงจูงใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมีถึงร้อยละ 66.49 มีพฤติกรรมการเสพเรื่องราวหลายระดับ และมีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนและอยากอุดหนุนสินค้าและบริการของชุมชน

2. นักท่องเที่ยวแบบเสพเรื่องราวมีหัวใจเคารพธรรมชาติ ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และรักษามรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ท่องเที่ยวแบบเสพเรื่องราว

3. ระดับการของการเสพเรื่องราวสัมพันธ์กับระยะเวลาการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เรื่องราวเป็นตัวกระตุ้นหรือส่งผลให้นักท่องเที่ยวเพิ่มระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจะใช้เวลามากกว่า 3 วันขึ้นไป และใช้เงินมากกว่า 2,000 บาท / วัน ซึ่งสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

4. แนวสินค้าที่สัมพันธ์กับเรื่องราวในการท่องเที่ยวมี 12 กลุ่ม แบ่งเป็น 3 หมวด ได้แก่ (1) หมวดสินค้าท่องเที่ยวเชิงกายภาพ ประกอบด้วยธรรมชาติ อาหาร และแหล่งวัตถุดิบ ศาสนสถานและวัด (2) หมวดสินค้าท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม ประกอบด้วยกิจกรรมและการเรียนรู้ สุขภาพ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ (3) หมวดสินค้าท่องเที่ยวเชิงเรื่องราว ประกอบด้วยประวัติศาสตร์ การเสริมพลัง ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและภูมิปัญญา และประสบการณ์เหนือธรรมชาติ โดยหมวดสุดท้ายสามารถเป็นส่วนเสริมเรื่องราวของหมวดแรกและหมวดที่สองได้เป็นอย่างดี

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เหมาะสมกับการกระตุ้นด้วยเรื่องราวมมี 7 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวสายลุย คนรักการท่องเที่ยว นักเดินทางผู้มีความเชื่อมั่นและรักอิสระ นักท่องเที่ยวแบบเสพเรื่องราว นักเดินทางค้นหาแรงบันดาลใจ และนักท่องเที่ยวสายชิลล์ โดยแต่ละกลุ่มมีคุณค่า ปัจจัยดึงดูด เนื้อหา และช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันเฉพาะกลุ่ม

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในเชิงพื้นที่ ภาคกลางแทบไม่มีแนวสินค้าใดที่ถูกนึกถึงเป็นอันดับหนึ่งเลยหากเปรียบเทียบกับภาคอื่น ๆ โดยภาคกลางถูกนึกถึงเป็นอันดับ 3 ด้วยเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เรื่องเล่าย้อนอดีต หวนรำลึก ศาสนสถานและวัด และความเชื่อความศรัทธา ในขณะที่ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ และภาคตะวันออกมีความโดดเด่นของเรื่องราวที่ชัดเจน ได้แก่ ความเชื่อความศรัทธา (ภาคเหนือและภาคอีสาน) ธรรมชาติที่เป็นทะเล อาหารและวัตถุดิบ และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ภาคใต้และภาคตะวันออก) ดังนั้น การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจึงต้องคำนึงถึงเรื่องราวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นทุนเดิมด้วย

ศักยภาพการท่องเที่ยว

ศักยภาพการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับความสามารถหรือความพร้อมด้านคุณลักษณะในการบริการการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือนและเอื้ออำนวยต่อการจัดการทั้งด้านการปรับปรุง การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น (Hamthong 2000; Jittangwattana 2005) ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวหรือเมืองท่องเที่ยวแต่ละแห่งย่อมมีศักยภาพแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์การจัดการ โดยแหล่งท่องเที่ยวหรือเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจะได้รับการจัดการเป็นลำดับแรก มีการศึกษาสภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ก่อนวางแผนพัฒนาหรือส่งเสริมใด ๆ เพื่อให้การดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวภายใต้วัตถุประสงค์การจัดการได้อย่างหนึ่งอาศัยการกำหนดปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบและหลักเกณฑ์การพิจารณาที่เหมาะสม โดยใช้เครื่องมือประเมินที่น่าเชื่อถือเพื่อให้การนำข้อมูลศักยภาพไปใช้ประโยชน์มีความแม่นยำและกำหนดกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อไป การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยคุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้ (Jittangwattana 2005; Boonyaphak 2007; Srirathu 2008)

1. ความน่าดึงดูดใจที่สะท้อนคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยจุดใจหลักของนักท่องเที่ยว เช่น ความสวยงาม ลักษณะเด่นหรือลักษณะเฉพาะ ความเก่าแก่ บรรยากาศ ความสำคัญทางศาสนาและความเชื่อ ภูมิทัศน์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม เช่น สภาพเส้นทาง ลักษณะการเดินทาง ระยะทางระหว่างศูนย์กลางกับแหล่งท่องเที่ยว ฤดูกาล ความปลอดภัยในการเข้าถึง
3. ความประทับใจ เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงบวกที่นักท่องเที่ยวได้รับก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้เกิดการตอบสนอง จดจำ และบอกต่อไปยังผู้อื่น
4. การบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวและการจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้า โรงพยาบาล ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต การรักษาความปลอดภัย

การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับ

5. สภาพแวดล้อม เป็นลักษณะทางกายภาพ เช่น ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว

6. กิจกรรมท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ที่พัฒนาขึ้นโดยเฉพาะเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เช่น การพักผ่อนและความเพลิดเพลิน การเรียนรู้ การลิ้มลองอาหารท้องถิ่น การศึกษาประวัติศาสตร์

7. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน เช่น ความเป็นที่รู้จัก การปรากฏในสื่อ จำนวนนักท่องเที่ยว

8. การมีส่วนร่วม เป็นการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและควบคุมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในท้องถิ่น รวมถึงความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ความสามารถในการรวมกลุ่ม การร่วมจัดกิจกรรมท่องเที่ยวหรือบริการนักท่องเที่ยว ปฏิบัติการที่มีต่อนักท่องเที่ยว ความสนใจหรือความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวในระดับแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังอาจพิจารณาในระดับเมืองควบคู่กัน เพื่อให้ครอบคลุมบริบทเชิงพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันในภาพรวม เมืองเนิบช้า (slow city) เป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า โดยมากมักหมายถึงเมืองที่มีขนาดเล็กและบริหารจัดการภายใต้หลักการสำคัญ ดังนี้ (Cittaslow 2016)

1. การส่งเสริมนโยบายสิ่งแวดล้อมในเมือง เช่น การนำเศษขยะกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น

2. นโยบายพื้นที่ต้องรักษาอาณาเขต ไม่ยึดครองดินแดน

3. การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและพื้นที่อาณาเขต

4. การส่งเสริมการผลิตและใช้สินค้า อาหารที่มาจากธรรมชาติและกรรมวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่นับรวมสินค้าที่เกี่ยวข้องเทคโนโลยีชีวภาพหรืออาหารเสริม

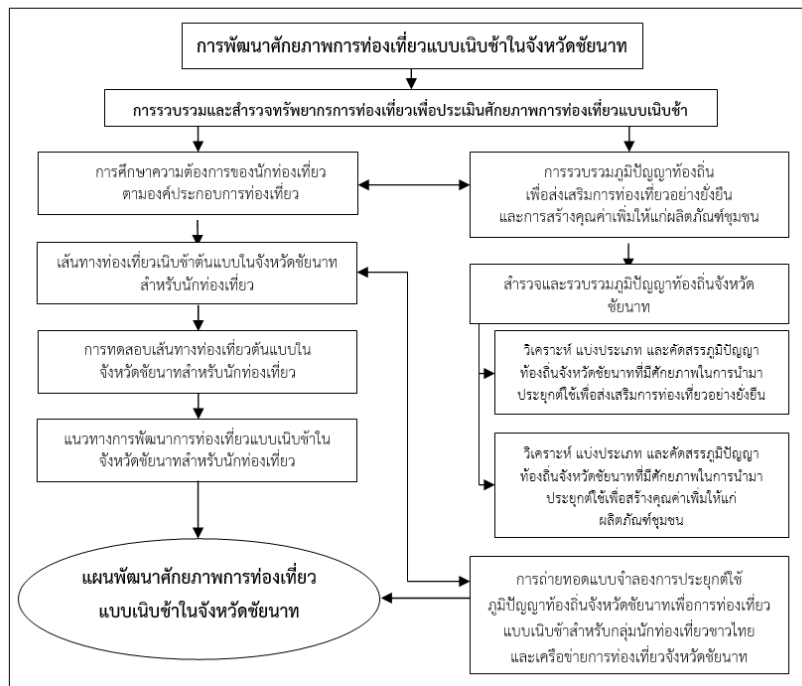
5. การให้อำนาจคุ้มครอง บำรุงรักษาขนบธรรมเนียมมีความเก่าแก่มากที่สุดและความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการมีคุณภาพ

6. การส่งเสริมการบริการและความสะดวกสบายแก่ชาวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

7. การส่งเสริมให้ผู้คนและผู้ประกอบการการท่องเที่ยวตระหนักถึงการใช้ชีวิตและผลกระทบต่าง ๆ ในเมืองเนิบช้า รวมถึงสร้างเสริมแผนการอบรมให้เยาวชนรุ่นใหม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองเนิบช้า

ในบริบทการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า จึงอาจสรุปความหมายและศักยภาพของเมืองเนิบช้าได้ว่าเป็นเมืองหรือชุมชนขนาดเล็กที่ประกอบขึ้นด้วยสถานที่ท่องเที่ยวที่สงบ มีกลิ่นอายของท้องถิ่นที่มีความสมดุลของวิถีชีวิตอันเรียบง่าย เนิบช้า ประชากรไม่หนาแน่น ชาวบ้านหรือผู้คนในท้องถิ่นยังดำรงชีวิตตามรูปแบบของตนเอง มีความเป็นมิตรสูง วิถีชีวิตมีความแตกต่างจากสถานที่อื่นและแสดงเอกลักษณ์ของพื้นที่อย่างเห็นได้ชัด (Tongsong 2015) ในขณะเดียวกัน มีโครงสร้างพื้นฐานเอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว มีมาตรฐานการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และทรัพยากรธรรมชาติ (Srisanga 2018) จนทำให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้ผู้คนมาเยือน ทั้งนี้ Mayer & Knox (2010) ยังชี้ให้เห็นศักยภาพสำคัญว่า ความเคลื่อนไหวของเมืองเนิบช้าเป็นทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวและการพัฒนาเมืองที่ยั่งยืน การผลิตสินค้าขนาดเล็ก การแกะสลัก การทอผ้า การย้อมผ้า ธุรกิจการค้าขายของครอบครัวในท้องถิ่นเป็นที่น่าสนใจ เมืองเนิบช้าจึงสามารถสร้างเสริมให้ชุมชนเข้มแข็ง เกิดการกระจายรายได้ทั่วถึงทุกครัวเรือนในท้องถิ่น

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ศักยภาพการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยวเนิบช้า และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า คณะผู้วิจัยกำหนดกรอบการศึกษาวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบการศึกษาวิจัยและขั้นตอนการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีขอบเขตการวิจัยด้านพื้นที่ คือ จังหวัดชัยนาทซึ่งครอบคลุม 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองชัยนาท มโนรมย์ วัดสิงห์ สรรพยา สรรคบุรี หันคา หนองมะโมง และเนินขาม โดยจังหวัดชัยนาทเป็นส่วนหนึ่งกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ขอบเขตด้านเวลา ใช้เวลารวบรวมข้อมูลทั้งหมดตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ถึงมกราคม พ.ศ. 2562 รวม 1 ปี ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ผู้แทนชุมชน (ปราชญ์ท้องถิ่นและเจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่น) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้ มีวิธีการวิจัยแบ่งตามประเด็นศึกษา ดังนี้

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจังหวัดในจังหวัดชัยนาท

ประเด็นศึกษาส่วนแรกเป็นการรวบรวมและการวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท และปูทางไปสู่ประเด็นศึกษาส่วนที่สองและสาม ทั้งนี้ เมื่อได้ข้อสรุปในรายละเอียดครบถ้วนแล้ว จึงสังเคราะห์ข้อมูลและจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท รวมถึงผลผลิตอื่น ๆ ต่อไป

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และผู้แทนชุมชน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 14 ตัวอย่าง เพื่อเข้าร่วมประชุมรับฟังความคิดเห็นเบื้องต้นและสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท ก่อนลงพื้นที่เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวตามฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทที่จัดทำโดยคณะผู้วิจัยและการเสนอแนะเพิ่มเติมโดยผู้เข้าร่วมประชุม

เครื่องมือวิจัย มี 2 ส่วน ได้แก่

1) แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด จำนวน 5 ข้อ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ เนิบช้าในจังหวัดชัยนาท

2) แบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ามี 5 ตัวชี้วัด (ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ท่าเลที่ตั้ง ความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวก) และองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ามี 6 ตัวชี้วัด (กิจกรรมท่องเที่ยวแบบเนิบช้า การจัดบริเวณในการนั่งเล่นและพักผ่อน ร้านอาหารท้องถิ่น เส้นทางท่องเที่ยวที่ใช้การเดิน เส้นทางจักรยาน และโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในพื้นที่) รวมทั้ง 11 ตัวชี้วัด การประเมินศักยภาพประกอบด้วยค่าคะแนนศักยภาพ เกณฑ์การประเมิน และค่าน้ำหนัก เพื่อนำไปสู่การหาค่าเฉลี่ยจากการประเมินโดยผู้ประเมิน 3 คน โดยพิจารณาควบคู่กับการสังเกตสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวที่ประเมินศักยภาพ ทั้งนี้ ระดับศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้ามี 5 ระดับ ได้แก่ ศักยภาพมากที่สุด ศักยภาพมาก ศักยภาพปานกลาง ศักยภาพน้อย และแทบไม่มีศักยภาพ

3) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้องเหมาะสมของสำนวนภาษาที่ใช้ในเกณฑ์การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 ส่วน ได้แก่

1) ข้อมูลจากการประชุมรับฟังความคิดเห็นเบื้องต้นและสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสรุปและประมวลข้อมูลตามประเด็นศึกษา

2) ข้อมูลจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย และเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท

ประชากรและตัวอย่าง มี 2 ส่วน ได้แก่

1) นักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (convenience sampling) และ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรของ Cohen และเพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนและแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ คณะผู้วิจัยจึงรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 430 ตัวอย่าง โดยตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทย

ต้องเป็นผู้ที่พักค้างในจังหวัดชัยนาทอย่างน้อย 1 คืน

2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 7 ตัวอย่าง จากผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงานที่มีผลต่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ศึกษาโดยตรง

เครื่องมือวิจัย มี 2 ส่วน ได้แก่

1) แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนคำถามปลายปิด ประกอบด้วยพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า และข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว และส่วนคำถามปลายเปิด ประกอบด้วยข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นที่เกี่ยวข้อง

2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (structured interview) ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล และส่วนประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท

3) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองรวบรวมข้อมูล จำนวน 40 ชุด และนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่า Cronbach's Alpha Coefficient และกำหนดเกณฑ์ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป ทั้งนี้ ค่าความเชื่อมั่น (R) ของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.895 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงสำนวนภาษาของคำถามให้สมบูรณ์และนำไปรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 ส่วน ได้แก่

1) ข้อมูลจากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis) เพื่อจัดกลุ่มเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท โดยมีค่า Kaiser - Meyer - Olkin = 0.959 (มากกว่า 0.50), ค่าประมาณการทางสถิติ Chi - square = 1372.427 และค่า Significant = 0.000 (น้อยกว่า

0.05)

2) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปในลักษณะการบรรยายตามหมวดหมู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท และตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าทั้งในด้านข้อมูล ทฤษฎี และวิธีรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปต่อไป

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้แทนชุมชนหรือคนในท้องถิ่น ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน พระสงฆ์ ผู้นำชุมชน ผู้อาวุโสในท้องถิ่น และกลุ่ม / องค์กรชุมชนที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ส่วนประเด็นคำถามเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท ส่วนประเด็นคำถามเกี่ยวกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน และความคิดเห็นเพิ่มเติมในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเกตการณ์จากการลงภาคสนาม ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาโดย การจัดกลุ่ม ใช้แนวคิดทฤษฎีประกอบการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาตามหลักวิชาการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท สามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยและประเด็นศึกษา ดังนี้

1. ฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวและผลประโยชน์ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทโดยใช้แนวคิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชัยนาทมีจำนวนทั้งสิ้น 38 แห่ง จากการสำรวจสภาพปัจจุบัน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมืองชัยนาท (11 แห่ง) รองลงมา คือ อำเภอสรรคบุรี (7 แห่ง) อำเภอดัดสิงห์ และอำเภอมโนรมย์ (5 แห่ง) ตามลำดับ แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอดังอยู่ไม่ห่างกันมากนักและสามารถเดินทางเข้าถึงด้วยรถยนต์อย่างสะดวกสบายเนื่องจากมีถนนสายรองและถนนสายย่อยเชื่อมโยงทั่วถึงกันหมด แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวัดวาอาราม แต่ก็ เป็นวัดวาอารามที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัดที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองโบราณ เช่น เมืองแพรกศรีราชา (ปัจจุบัน คือ อำเภอสรรคบุรี) ส่วนวัดทั่วไปมักมีสิ่งดึงดูดเพื่อเสริมสร้างความน่าสนใจ เช่น รูปเคารพของเทพเจ้า สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และพระเกจิอาจารย์ ตลาดชุมชน พิพิธภัณฑ์หรือศูนย์เรียนรู้ ฯลฯ แต่ในภาพรวมกลับพบว่า แหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากยังขาดระบบการสื่อความหมายหรือการจัดแสดงเรื่องราวที่ชัดเจน ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่จำเป็น เช่น ห้องสุขา ที่จอดรถ ระบบป้ายบอกทาง รวมถึงขาดการดูแลรักษาให้คงสภาพที่สวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชนยังมีข้อจำกัดในเรื่องวันเวลาเปิดให้บริการ ส่วนใหญ่เปิดบริการเฉพาะวันเสาร์อาทิตย์เท่านั้น หากต้องการมาเยี่ยมชมในวันธรรมดา นักท่องเที่ยวต้องแจ้งให้ชุมชนทราบล่วงหน้าซึ่งมักเป็นการเดินทางมาศึกษาดูงานเป็นหมู่คณะมากกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป

เมื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าด้วยแบบประเมินที่จัดทำขึ้นพบว่า ในภาพรวม แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทมีศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในระดับ “น้อย” (ค่าเฉลี่ย = 2.55) มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 16 แหล่ง (ร้อยละ 42.10) มีศักยภาพในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย และมีแหล่งท่องเที่ยวเพียง 6 แห่งที่มีศักยภาพตั้งแต่ระดับมากขึ้นไป ได้แก่ (1) ตลาดเก่าสรรพยาและวัดสรรพยาวัฒนาราม (มีศักยภาพมากที่สุด) (2) เชื้อนเจ้าพระยา โบสถ์หลวงพ่อหิน วัดกรุณาเก่า

(มีศักยภาพมาก) (3) ตัวเมืองชัยนาท (มีศักยภาพมาก) (4) ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนป่วย อังภากรณ์ (มีศักยภาพมาก) (5) ทวดพันชัยนาท (มีศักยภาพมาก) และ (6) วัดเทพ หิรัญย์ (มีศักยภาพมาก)

แหล่งท่องเที่ยวแบบเนิบช้าที่ควรให้ความสำคัญในลำดับต้น ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไปจนถึงศักยภาพมากที่สุด (จำนวน 16 แห่ง) ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพน้อยลงมานั้น จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ เพิ่มเติมในอนาคต โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกกิจกรรมท่องเที่ยวแบบเนิบช้า และโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในพื้นที่ ข้อค้นพบดังกล่าวนี้สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวที่ว่า หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาในส่วนอุปทานทางการท่องเที่ยวก่อน (สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งแวดล้อม มาตรฐานการบริการ ผลิตภัณฑ์ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี) แล้วจึงส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

แหล่งท่องเที่ยวแบบเนิบช้าที่มีศักยภาพตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไปนำไปสู่การสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทที่ครอบคลุมทั้งมิติกิจกรรมท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่จำเป็น

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้า จังหวัดชัยนาท

จากการสอบถามความต้องการของตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าที่พักค้างในจังหวัดชัยนาทตั้งแต่ 1 คืนขึ้นไป ทั้งด้านกิจกรรมท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ทำให้พบว่า โครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวหลักเชื่อมโยงกับจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดนครสวรรค์ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวรองกลุ่มที่ 3 เช่นเดียวกับจังหวัดชัยนาท นอกจากนี้ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวตลอดโครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวเริ่มตั้งแต่ 1 วัน 1 คืน จนกระทั่งถึง 3 วัน 2 คืน นักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าส่วนใหญ่เดินทางมาจากพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดในเขตภาคกลาง ซึ่งมีระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวไม่มากนักและต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลเกินไป เน้นเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถตู้โดยสารเป็นหลัก โดยใช้

ถนนสายหลักที่เชื่อมระหว่างจังหวัดและถนนสายรองในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดชัยนาท

ลักษณะสำคัญของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท คือ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสดในสัดส่วนที่มากกว่าสมรสเพียงเล็กน้อย อายุระหว่าง 15 - 45 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป เป็นวัยรุ่นและวัยทำงานที่นิยมท่องเที่ยวกับครอบครัว ญาติ และกลุ่มเพื่อนเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เพียง 5 - 10 คน และมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเป็นหลัก นอกเหนือจากการค้นหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังใช้ข้อมูลจากคนรู้จัก เพื่อน และคนในครอบครัวประกอบการตัดสินใจ

เมื่อนำข้อมูลความต้องการของตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจังหวัดชัยนาท จำนวน 430 ตัวอย่างมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) พบว่า สามารถจัดกลุ่มตัวแปรได้ 4 องค์ประกอบ และนำไปสู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท จำนวน 4 เส้นทาง ได้แก่ (1) เส้นทาง “วัดท้องถิ่น” เน้นการเที่ยวชมวัดวาอารามต่าง ๆ ในท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อเสริมสิริมงคลตามความเชื่อของพุทธศาสนิกชน (2) เส้นทาง “อาหารท้องถิ่น” เน้นการลิ้มลองชิมอาหารท้องถิ่นทั้งอาหารคาวและอาหารหวานเพื่อเปิดประสบการณ์การลิ้มรสอาหารที่แปลกไปจากเดิม (3) เส้นทาง “ธรรมชาติท้องถิ่น” เน้นชมธรรมชาติท้องถิ่นและวิถีเกษตรอันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดชัยนาทโดยมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากกว่าเพียงแค่การซื้อผลผลิต และ (4) เส้นทาง “วิถีชีวิตท้องถิ่น” เน้นการสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนแบบดั้งเดิม ความเชื่อและความศรัทธา และธรรมเนียมปฏิบัติของผู้คนที่แตกต่างจากวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นสำคัญ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวต้องการองค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเฉพาะกิจกรรมที่สัมผัสบรรยากาศหรือวิถีชีวิตของคนในพื้นที่รองลงมา คือ ด้านที่พัก เช่น การตกแต่งที่เข้ากับบรรยากาศของพื้นที่ / ชุมชน การสนับสนุนการประหยัดพลังงาน ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการอำนวยความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ถึงขยะที่เพียงพอ

ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ฯลฯ ส่วนองค์ประกอบอีกสามด้านที่เหลือเป็นสิ่งที่ต้องการในระดับใกล้เคียงกัน คือ ด้านความประทับใจ ด้านความสามารถในการเข้าถึง และด้านสิ่งดึงดูดใจตามลำดับ ในขณะที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ความสำคัญกับความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ทำให้มองภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหลัก การพัฒนา การท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานมากกว่ากิจกรรมท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในรายละเอียดปลีกย่อย โดยมีงบประมาณของภาครัฐที่จัดสรรในแต่ละปีเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา นอกจากนี้ยังมองว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเร่งดำเนินการเพื่อให้จังหวัดชัยนาทเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน

จังหวัดชัยนาทมีแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมทั้งสิ้น 56 แห่ง ครอบคลุมทั้ง 8 อำเภอ สอดคล้องกับภูมิปัญญารายสาขา 9 สาขา จากทั้งหมด 10 สาขา ได้แก่ เกษตรกรรม อุตสาหกรรมและหัตถกรรม แพทย์แผนไทย การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กองทุนและธุรกิจชุมชน ศิลปกรรม การจัดการ ภาษาและวรรณกรรม และศาสนาประเพณี นอกจากนี้ยังพบว่ามีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้า OTOP บริเวณศาลากลางจังหวัดชัยนาท และศูนย์ OTOP ภายในสวนนกชัยนาท

ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทที่สามารถนำมาประยุกต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีทั้งหมด 5 เรื่อง ได้แก่ (1) “ส้มโอขาวแตงกวา” ในอำเภอมโนรมย์และอำเภอเมืองชัยนาท (2) “วิถีตาล” ในอำเภอสรรคบุรี และอำเภอสรรพยา (3) “หน่อไม้เขาราวเทียน” ในอำเภอหันคา (4) “ตำรายาสมุนไพรหลวงปู่ศุข” ในอำเภอวัดสิงห์ และ (5) “ผ้าทอชาติพันธุ์ลาว” ในอำเภอเนินขามและอำเภอหนองมะโมง โดยภูมิปัญญาท้องถิ่น “ส้มโอขาวแตงกวา” นับว่าโดดเด่นเป็นที่รู้จักและเป็นอัตลักษณ์สำคัญของจังหวัดชัยนาท กล่าวคือ จังหวัดชัยนาทมีพื้นที่เพาะปลูกสวนส้มโอขาวแตงกวากระจายอยู่ทุกอำเภอและมีการนำส้มโอไปเป็นสัญลักษณ์ในหลากหลายผลิตภัณฑ์ เช่น ลายบนชุดเบญจรงค์ รูปปั้นส้มโอตามถนนหนทางและจุดถ่ายภาพ ฯลฯ รวมถึงนำไป

แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารและของใช้ในครัวเรือน เช่น ส้มโอกวน เปลือกส้มโอเชื่อมสมุนไพรไล่ยุงจากเปลือกส้มโอ ดังนั้น จึงเหมาะสมกับการนำมาประยุกต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนมากที่สุดประกอบด้วย (1) แยมส้มโอขาวแตงกวา - แยมส้มโอขาวแตงกวาผสมเสาวรส (2) ยาต้มสมุนไพรส้มโอขาวแตงกวา และ (3) เครื่องประดับสตรีชุดจักสานจากสวน ปัจจัยสำคัญ คือ มีวัตถุดิบและทุนวัฒนธรรมโดดเด่นกว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอื่น ๆ อีกทั้งยังแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดชัยนาทได้อย่างชัดเจนที่สุด

จากการสำรวจแหล่งภูมิปัญญาและการคัดสรรภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท สามารถสังเคราะห์แนวทางและขั้นตอนการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) เก็บข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูก ส้มโอขาวแตงกวาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาสวนส้มโอขาวแตงกวาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว (2) จัดทำเนื้อหาฝึกอบรมการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเตรียมความพร้อมด้าน องค์ความรู้และแนวปฏิบัติในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (3) จัดฝึกอบรมการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่นำไปพัฒนาได้จริง และ (4) ประเมินผลการอบรมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยประเมินความคิดเห็นเชิงเนื้อหาและการนำไปใช้ประโยชน์

ในขณะที่แนวทางและขั้นตอนการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) สืบค้นข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่ม (2) คัดสรรภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยหาช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (3) คัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากส้มโอขาวแตงกวา โดยสอบถามความต้องการจากเจ้าของภูมิปัญญาเพื่อร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถดำเนินการได้จริง (4) พัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาส้มโอขาวแตงกวา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคร่วมกันทดสอบและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปปรับปรุงจนกระทั่งมีความสมบูรณ์ และ (5) อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และกระบวนการผลิตทั้งหมดคืนให้แก่คนในชุมชนและนำไปสู่การ

พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

เส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (ประเด็นศึกษาที่ 2) กับภูมิปัญญาท้องถิ่น คัดสรร โดยเฉพาะส้มโอขาวแตงกวาและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวข้อง (ประเด็นศึกษาที่ 3) สามารถเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ มิติของเรื่องราว / เรื่องเล่า มิติของกิจกรรมท่องเที่ยว มิติของปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้คนในพื้นที่ ทั้งนี้ ด้วยแบบจำลองแนวทางและขั้นตอนการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่น่าเสนอข้างต้น อาจขยายผลไปสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ ที่มีศักยภาพในการดึงดูดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า เช่น ภูมิปัญญาวิถีตาล (ตาลโตนด) เพื่อการผลิตสุราชุมชนและคาเฟ่ชุมชน ภูมิปัญญาผ้าทอชาติพันธุ์ลาวเพื่อการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะด้านของนักท่องเที่ยว ฯลฯ

4. แผนพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท

จากผลการวิจัยตามประเด็นศึกษาทั้งหมดข้างต้น คณะผู้วิจัยโดยการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคีการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทได้จัดทำแผนพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทในแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) เพื่อให้สามารถบูรณาการกับยุทธศาสตร์และแผนงานที่มีอยู่เดิม โดยรักษาจุดยืนทางการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทที่ว่า “ชัยนาทเมืองน่ารัก” และเสนอให้ใช้แนวเรื่องในการรณรงค์การสื่อสารแผนฯ ที่ว่า “สุขใจ ชัยนาท” ทั้งนี้ เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ด้วย SWOT matrix และประเด็นยุทธศาสตร์ทั้งหมดแล้ว คณะผู้วิจัยจึงจัดระดมสมองเพื่อจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ 3 ด้าน ดังนี้

4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า ประกอบด้วย กลยุทธ์สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์แบรนด์ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและเสน่ห์ของพื้นที่ และเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงเพื่อยืดระยะเวลาการท่องเที่ยว

4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจังหวัดชัยนาทโดยเชื่อมโยง กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและภาคการเกษตร ประกอบด้วยกลยุทธ์พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงไลฟ์สไตล์ สร้างกิจกรรมท่องเที่ยวให้หลากหลาย และ

พัฒนารูทกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนและภาคการเกษตร

4.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างความเข้มแข็งในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวแบบเนบช้าโดยภาคประชาชน ประกอบด้วยกลยุทธ์กระชับความสัมพันธ์กับเครือข่ายและภาคีการพัฒนาการท่องเที่ยว และพัฒนาศูนย์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเนบช้าภาคประชาชน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดชัยนาทโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนความสำคัญทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัดวาอารามที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในเขตพื้นที่ที่เป็นเมืองโบราณมาก่อน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชนที่สัมพันธ์กับแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น แม้ว่าโครงสร้างพื้นฐาน (โครงข่ายถนน ถนนสายรอง / สายย่อย เส้นทางท่องเที่ยว) เอื้อให้เกิดการเดินทางเข้าถึงอย่างสะดวกสบายก็ตาม แต่กลับพบว่ายังขาดระบบการสื่อความหมายหรือการจัดแสดงเรื่องราวที่ชัดเจน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว ซึ่งปัญหาที่ว่านี้ส่งผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนบช้าในจังหวัดชัยนาทยังไม่สูงมากนักและมีลักษณะคล้ายคลึงกับแหล่งท่องเที่ยวแบบเนบช้าในภาคเหนือตอนบนดังที่ Boonyanupong & Sangkakorn (2012) เคยศึกษาไว้ กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการไม่เพียงพอและไม่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ และยังขาดกิจกรรมรองรับการท่องเที่ยวแบบเนบช้า ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกและองค์ประกอบทางกายภาพภายในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ๆ ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนบช้า ตามด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวที่เสริมจุดแข็งหรืออัตลักษณ์ของพื้นที่ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวในแหล่งโบราณสถาน / ศาสนสถาน / สถานปฏิบัติธรรม (ร้อยละ 40.28) ถนนคนเดิน / ตลาด / ห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 35.60) ของเมืองท่องเที่ยวรอง (TAT 2023)

ในแง่ของโครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวจากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบเนบช้า พบว่า สอดคล้องกับกลยุทธ์การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว

ภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” (TAT 2022) กล่าวคือ เน้นการเชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวรองกับเมืองท่องเที่ยวรอง (combined) โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวรองขนาดเล็กอย่างจังหวัดชัยนาทที่มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Aneksuk 2017; Srisanga 2018) ในช่วงหลังสถานการณ์โควิด - 19 ดังนั้นจังหวัดชัยนาทควรเชื่อมโยงโครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวกับจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดนครสวรรค์ รวมถึงจังหวัดสิงห์บุรี (Pattanon 2022) จะส่งผลให้เกิดการเพิ่มโอกาสการพักค้างในจังหวัดชัยนาทมากขึ้นและนักท่องเที่ยวมีเวลามากพอที่จะรับรู้ อัตลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวรองและได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างแท้จริง สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าหรือไร้ความเร่งรีบ (Yupet 2012; Lumsdon and McGrath 2011)

ลักษณะของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทมีลักษณะไม่แตกต่างจากแนวคิดที่เคยมีการศึกษาไว้ก่อนหน้านี้ (Dall'Aglia 2011) กล่าวคือ เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ตั้งแต่ 5 - 10 คน เดินทางแบบอิสระด้วยการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถตู้โดยสารเป็นพาหนะหลัก และมักเดินทางท่องเที่ยวกับบุคคลในครอบครัว ญาติ และเพื่อน นักท่องเที่ยววัยรุ่นและวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 15 - 45 ปี ถือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก ส่วนผู้สูงอายุที่เกษียณอายุงานแล้วมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ Srisanga & Wattanakamolchai (2021) ที่ระบุไว้ว่า ตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท และมีระยะเวลาท่องเที่ยวมากที่สุด 8 วัน เห็นได้ว่า ลักษณะของนักท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกันมากนัก สิ่งที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด คือ ระยะเวลาการเดินทางท่องเที่ยวในระยะหลังนานขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่พักค้างในเมืองท่องเที่ยวรองที่เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 70.09 ตามผลการวิจัยฉบับล่าสุดของ TAT (2023)

ลักษณะของนักท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่เน้นเมืองขนาดเล็กยังสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด - 19 ในประเด็นการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว หรือคนรู้จักเป็นหลัก (World Travel & Tourism Council 2020) โดยใช้เวลาที่มากขึ้น (Lunkam & Liangchan 2021; TAT 2023) รวมถึงกระแสความนิยมการท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยวรองที่ไม่หนาแน่นเท่ากับเมือง

ท่องเที่ยวหลัก ผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัด คือ รายได้จากการท่องเที่ยวรวมในเมืองท่องเที่ยวรองพื้นตัวประมาณร้อยละ 85 ซึ่งเร็วกว่าเมืองท่องเที่ยวหลักที่พื้นตัวเพียงร้อยละ 62 รวมถึงการกระจายรายได้ของภาคการท่องเที่ยวในภาพรวมไป ยังเมืองท่องเที่ยวรองมีมากขึ้นกว่าในอดีต (Mahawanakul & Prasongsak 2023) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวทางเลือก ไปสู่การท่องเที่ยวกระแสหลักตั้งแต่หลังสถานการณ์โควิด - 19 อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เป็นลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในประเทศไทยก็คือการขับรถยนต์ท่องเที่ยวด้วยตนเอง (road trip) โดยเฉพาะรถยนต์ส่วนบุคคลนั้น นอกจากเหมาะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก ๆ สำหรับครอบครัวแล้ว ยังช่วยลดข้อจำกัดของระบบขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและยืดหยุ่นต่อการปรับเปลี่ยนแผนการเดินทางให้เหมาะสมกับเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนั้นการเลือกใช้พาหนะที่มีปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ (mode of travel) ตามมุมมองของ Lumsdon and McGrath (2011) และ Caffyn (2009) จึงไม่ใช่วิธีการที่นักสำหรับการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในประเทศไทย ยกเว้นกรณีรถยนต์พลังงานไฟฟ้าได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัดภายใน ค.ศ. 2030 เพื่อตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Thairath Money 2566)

ในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์และศาสนสถานเป็นพิเศษ ตามด้วยการชมวิวทิวทัศน์ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน การลิ้มลองอาหารท้องถิ่น รวมถึงการชมวิถีชีวิตในชุมชนชาติพันธุ์ ในขณะที่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพิพิธภัณฑ์ไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากนัก แต่ด้วยลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัวที่ประกอบด้วย คนหลากหลายเจนเนอเรชันในเวลาเดียวกัน กิจกรรมท่องเที่ยวจึงต้องมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของทุกคน สอดคล้องกับการศึกษาของ Sanunprasit (2018) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัวสูงถึงร้อยละ 77 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ทำให้กิจกรรมท่องเที่ยวหรือความต้องการค่อนข้างแตกต่างกัน เช่น กลุ่มเด็กและวัยรุ่นสนใจหรือต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นความสนุกสนาน ตื่นตาตื่นใจ และแปลกใหม่ เช่น กิจกรรมในสวนนกชยันนาท ฯลฯ ส่วนวัยผู้ใหญ่ (วัยทำงาน / ผู้สูงวัย) มักสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความศรัทธาซึ่งวัดวาอารามจำนวนมากในจังหวัดชยันนาทสามารถตอบสนองความ

ต้องการนี้ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น เส้นทางท่องเที่ยวแบบเนิบช้าทั้ง 4 เส้นทางที่ได้จากการวิเคราะห์จึงประกอบด้วยกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยกำหนดแนวเรื่อง (theme) เพื่อให้เห็นจุดเด่นของแต่ละเส้นทางตามศักยภาพการท่องเที่ยว

ในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า นักท่องเที่ยวต้องการองค์ประกอบด้านกิจกรรมท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเฉพาะกิจกรรมที่สัมผัสบรรยากาศหรือวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ และกิจกรรมที่เน้นความดั้งเดิมของพื้นที่ สะท้อนให้เห็นคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวตามที่ Robinson et.al. (2011) เสนอไว้อย่างน้อย 2 ประเด็น คือ กลุ่มประสบการณ์การท่องเที่ยว (travel experience) ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ความต้องการด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของตัวอย่างนักท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสการเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือน (visitors) กับคนในท้องถิ่น (host) ทำให้ลดความเคลือบแคลงระหว่างกัน (contamination) และยังช่วยคงความจริงแท้ (authenticity) ของวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ปราศจากการปรุงแต่งมากเกินไป (Dall'Aglia 2011; Aneksuk 2017) ส่วนองค์ประกอบด้านที่พัก ประเด็นที่น่าสนใจและเป็นสัญญาณที่ดีสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า คือ นักท่องเที่ยวต้องการที่พักที่ประหยัดพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นถึงปฏิริยาและสำนึกด้านความใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น ดังนั้นการบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวรองขนาดเล็กจึงต้องหันมามุ่งเน้นนโยบายสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนดังหลักการของ Cittaslow (2016) นอกจากนี้ ความต้องการด้านบริการอำนวยความสะดวก (amenities) ยังสะท้อนให้เห็นถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว จนนำไปสู่ความประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวโน้มความเป็นส่วนตัวและประสบการณ์ส่วนตัวที่มากขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลและเจนเนอเรชั่น Z ในอนาคต (Rattanawaraha & Sarawong 2022)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญทั้งในแง่ของเรื่องราวทางการท่องเที่ยวและการบริโภคทางการท่องเที่ยว แม้การวิจัยฉบับยังไม่ได้ชี้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเรื่องราวกับระยะเวลาการพักค้างในจังหวัดชัยนาทว่านานขึ้นหรือไม่ แต่ใน

ปัจจุบันมีผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงระดับการของการเสพรื่องราวสัมพันธ์กับระยะเวลาการเดินทางและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวบ้างแล้ว รวมถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิด การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในประเด็นที่สำคัญ เช่น นักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชนและอยากอุดหนุนสินค้าและบริการของชุมชน นักท่องเที่ยวมีหัวใจเคารพธรรมชาติ ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และรักษามรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เสพรื่องราว (TAT 2020) ดังนั้น การวิจัยฉบับนี้จึงเริ่มจากการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดชัยนาทจากภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้ง 9 สาขา พบว่า ภูมิปัญญาด้านศิลปกรรม ประเพณีและศาสนา เกษตรกรรม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดดเด่นมากที่สุด แต่มีปัญหาสำคัญในเรื่องการจัดการความรู้ การสื่อความหมาย และการสื่อสารภาพลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับการศึกษาของ Esichaikul & Sunthornwong (2012) ที่ระบุไว้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการการสื่อความหมายในรูปแบบสิ่งพิมพ์และป้ายแนะนำมากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ตอบคำถาม สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อความหมายซึ่งเป็นสิ่งเร้าภายนอกและมีผลต่อ การรับรู้ของนักท่องเที่ยว นั้น ยังคงเป็นปัญหาสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ที่ต้องเร่งแก้ไข นอกจากนี้ ภูมิปัญญาบางอย่างยังเสี่ยงต่อการสูญหายไปพร้อมกับผู้สืบทอดหรือถูกนำไปพัฒนาจนขาดรากฐานภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น ภูมิปัญญาการทอผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวที่บ้านกุดจอกและบ้านเนินขาม ในขณะที่ภูมิปัญญาในสาขาเกษตรกรรมมีศักยภาพสูงในการประยุกต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน นั่นคือ ภูมิปัญญาส้มโอขาวแตงกวา เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีใจรักในการพัฒนาชุมชน และต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ดังนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาวและสะท้อนเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยนัยนี้ จึงสอดคล้องกับความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ Choibamroong (2011) อธิบายไว้ว่า ความรู้ของคนในท้องถิ่น ซึ่งได้มาจากประสบการณ์และความริเริ่มของคนในท้องถิ่น รวมถึงความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ระหว่างการสืบทอด มีการปรับ ประยุกต์และ

เปลี่ยนแปลง พัฒนา สูญสลายหายไปบ้างและเกิดใหม่เป็นความรู้ใหม่ตามยุคสมัย หรือ อาจกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือความรู้ในท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นซึ่งเป็นชุดความรู้ใหม่ ดังนั้น การท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจึงเป็นเครื่องมือหรือกลไกหนึ่งในการสร้างชุดความรู้ใหม่ให้กับท้องถิ่นนั่นเอง

ชุดความรู้ใหม่ที่ได้จากการถอดบทเรียนจากการประยุกต์ภูมิปัญญาส้มโอขาวแตงกวาเป็นชุดความรู้ เชิงกระบวนการเพื่อขยายผลกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2) การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุดความรู้เชิงกระบวนการทั้งสองส่วนสามารถเชื่อมโยงกับชุดความรู้สากลอันเกิดจากการบูรณาการการคาดการณ์เชิงอนาคตเข้ากับการคิดเชิงออกแบบ (Tantiyaswasdikul 2022) ที่เรียกว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบดับเบิลไดมอนด์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเชื่อมโยงชุดความรู้เชิงกระบวนการกับชุดความรู้สากล

กระบวนการคิดเชิง ออกแบบดับเบิลไดมอนด์	การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อ สร้างคุณค่าเพิ่มเติมแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน
ค้นคว้าหาข้อมูล	เก็บข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรเพื่อพัฒนา ส่วนส้มโอบางอำเภอให้เป็นที่ ท่องเที่ยว	สืบค้นข้อมูลเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับ การสร้างมูลค่าเพิ่ม
วิเคราะห์เพื่อสรุปปัญหา	จัดทำเนื้อหาการอบรมการประยุกต์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและเตรียม ความพร้อมในการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว เชิงเกษตร	คัดสรรภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทโดยหา ช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จาก ส้มโอบางอำเภอ เพื่อร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์ ต้นแบบที่สามารถดำเนินการได้จริง
พัฒนาแนวคิด	จัดฝึกอบรมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	พัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาส้มโอบาง อำเภอ และปรับปรุงให้สมบูรณ์
พัฒนาเพื่อส่งมอบสู่ผู้ใช้	ประเมินผลการอบรมการประยุกต์ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว	อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และ กระบวนการผลิตทั้งหมดยุติขึ้นในไทม์ไลน์ในชุมชนเพื่อ พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

หมายเหตุ: ผู้ใช้ในที่นี้ หมายถึง สมาชิกชุมชนที่เป็นเกษตรกรผู้เพาะปลูกส้มโอบางอำเภอ

ชุดความรู้สากลข้างต้น นอกเหนือจากกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยตรงแล้ว ส่วนสำคัญอยู่ที่การออกแบบโดยมีอนาคตเป็นศูนย์กลาง (future - centered design) เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตอบสนองการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด - 19 เป็นสิ่งที่เจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่นจำเป็นต้องศึกษาและติดตามอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

นอกเหนือจากแผนพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาทดังกล่าวในส่วนก่อนนี้ จุดเน้น (area of focus) สำคัญที่ควรเร่งพัฒนาเพื่อสร้างผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (quick wins) ประกอบด้วยข้อเสนอแนะ 5 ประการ ดังนี้

1. ควรเร่งพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพตั้งแต่ระดับปานกลางขึ้นไป นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพน้อยซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ควรเริ่มต้นจากการกำหนดมาตรการการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ โดยไม่ปล่อยทิ้งร้างหรืออยู่ในสภาพทรุดโทรมและมีผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวเนิบช้าในภาพรวมลดต่ำลง เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ การออกแบบและตกแต่งจุดพักผ่อน การพัฒนาจุดชมวิวทิวทัศน์ จุดถ่ายรูปและจุดหมายตา (landmark) เพื่อสร้างภาพจำและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว จากนั้น จึงเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงเชื่อมโยงกับธุรกิจที่พักหรือธุรกิจบริการอื่น ๆ ในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มโอกาสการพักค้างของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

2. ภูมิปัญญานับเป็นส่วนสำคัญของการสร้างเนื้อหาสาระและกิจกรรมท่องเที่ยวแบบเนิบช้า แต่กลับพบว่า ภูมิปัญญาหลายอย่างมีแนวโน้มสูญหาย อาทิ ภูมิปัญญาท้องถิ่น “วิถีตาล” และ “ผ้าทอชาติพันธุ์ลาว” นอกเหนือจากการจัดการความรู้ด้วยการจดบันทึกและถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้อย่างที่ทำกันโดยทั่วไปแล้ว ควรเร่งนำภูมิปัญญาเหล่านี้มาพัฒนาเป็นสินค้าท่องเที่ยวหรือ

กิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม เช่น การพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึก กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดผ่านระบบออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กว้างขึ้น

3. จัดกิจกรรมส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเพื่อสร้างภาพลักษณ์แบรนด์การท่องเที่ยวในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล และจังหวัดอื่น ๆ ในภาคกลาง

4. สร้างโครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกับจังหวัดใกล้เคียงที่จัดอยู่ในกลุ่มเมืองท่องเที่ยวรอง ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดนครสวรรค์ โดยชูจุดเด่น / จุดขายทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน โดยเฉพาะเส้นทางท่องเที่ยว “วิถีชีวิตท้องถิ่น” และ “อาหารท้องถิ่น” ถือว่าโดดเด่นกว่าจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ ด้วยความที่จังหวัดชัยนาทมีแม่น้ำสำคัญถึงสามสาย (แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำน้อย) อาจใช้แม่น้ำและจุดแข็งทางด้านการเกษตรเป็นตัวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เช่น สวนส้มโอ นาข้าว ตลาดเก่าริมน้ำ วัดเก่าริมน้ำ กิจกรรมล่องเรือ ฯลฯ ทั้งนี้ การสร้างโครงข่ายเส้นทางท่องเที่ยวและภาพลักษณ์แบรนด์การท่องเที่ยว ควรเป็นการดำเนินงานแบบร่วมมือกันภายใต้ภารกิจเดียวกัน (Agenda - based) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภายในประเทศ ได้แก่ สำนักงานลพบุรี (ดูแลจังหวัดชัยนาท) สำนักงานสุพรรณบุรี และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์

5. เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายภาคีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าให้เป็นรูปธรรม รวมถึงการเชื่อมโยงกับเครือข่ายเยาวชน อีกทั้งควรผลักดันให้เส้นทางท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบที่พัฒนาขึ้นเกิดความแพร่หลายในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านสินค้าของที่ระลึก รวมถึงชุมชนท่องเที่ยวภายในจังหวัดชัยนาท

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งถัดไป มีดังนี้

1. ควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเนิบช้าชาวไทยภายหลังสถานการณ์โควิด - 19 โดยเฉพาะการศึกษาจากการรับฟังเสียงของลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (social listening)

2. ควบคู่ศึกษาภาพลักษณ์แบรนด์ของจุดหมายปลายทางในลักษณะกลุ่มเมืองท่องเที่ยว
3. ควบคู่ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวและออกแบบประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว
4. ควบคู่ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นใน ด้านอื่น ๆ รวมถึงผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจจากการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ประโยชน์

References

- Aneksuk, B. (2017). การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า: นิยามและแนวคิด [Slow Travel: A Concept Survey]. *Humanity and Social Science Journal Ubon Ratchathani University*, 8(1), 26 - 46.
- Boonyanupong, S. & Sangkakorn, K. (2012). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน [Slow Tourism Management for Elderly Tourists in Upper Northern]. *MBA - KKU Journal*, 5(1), 85 - 100.
- Boonyaphak, W. (2007). *Tourism Resource of Thailand*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Caffyn, A. (2012). Advocating and implementing slow tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(1), 77 - 80.
- Chitkati, P. (2018, August 6). การท่องเที่ยวเนิบช้ากับราคาที่เปลี่ยนแปลง: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จังหวัดน่าน [Slow tourism and price changes: a case study of historical and cultural attractions in Nan Province]. Retrieved September 25, 2018, from <https://arit.kpru.ac.th/contents/gallery3/Article/2018-08-06/2018-08-06.pdf>.
- Choibamroong, T. (2011). *ภูมิปัญญาในการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์* [Wisdom for local development]. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Chuenkha, R. & Suphan, J. (2019). ภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน [Traditional knowledge in Chai Nat Province for sustainable tourism promotion and value creation of local products]. *Development of slow tourism potential in Chainat Province*. Bangkok: Thailand Science Research and Innovation.
- Cittaslow. (2016). *Network*. Retrieved September 25, 2018, from <http://www.cittaslow.org/network>.

- Dachum, P. & Jiarakul, D. (2019). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในจังหวัดชัยนาท* [Development of slow tourism potential in Chainat Province]. Bangkok: Thailand Science Research and Innovation.
- Dall’Aglia, S. (2011). *Slow tourism seminar*. Econstat Strategies for the Travel Industry.
- Dickinson, J. E., Lumsdon, L. & Robbins, D. (2011). Slow Travel: Issues for Tourism and Climate Change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 281 - 300.
- Dickinson, J. E., Robbins, D. & Lumsdon, L. (2010). Holiday travel discourses and climate change. *Journal of Transport Geography*, 18(3), 482 - 489.
- Dickinson, J. & Lumsdon, L. (2010). *Slow travel and tourism*. New York: Routledge.
- Esichaikul, R. & Sunthornwong, C. (2012). การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป [Slow tourism: Learning through interpretation for European senior tourists]. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 7(1), 41 - 57.
- Esichaikul, R. (2014). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง* [Special interest tourism management]. Bangkok: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Harnthong, S. (2000). Potential of Tourism Management in Phatthalung Province. (Master’s thesis, Unpublished, National Institute of Development Administration).
- Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). Slow food, slow cities and slow tourism, *Research themes for tourism* (114 - 127). Oxfordshire: CABI.
- Jittangwattana, B. (2005). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน* [Sustainable Tourism Development]. Bangkok: Thailand Tourism Academic Center.

- Kieanwatana, K., Saynaratchai, K., Srithong, S. & Watcharaphaisankul, U. (2022). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรถไฟในสถานการณ์โควิด - 19 [Factors influencing travel decision - making on rail tourism during the COVID - 19 Pandemics]. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 4(2), 45 - 60.
- Lumsdon, L. M. & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual frame work for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 265 - 279.
- Lunkam, P. & Liangchan, R. (2021, January 22). การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมหลังโควิด - 19 [Tourism and hotel business after COVID - 19 Krungsri Research]. Retrieved August 1, 2023, from <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ri-future-of-tourism-21>.
- Mahawanakul, W. & Prasongsak, N. (2023, June 13). การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวอย่างไรในเชิงพื้นที่ [How does Thai tourism recover spatially?]. Retrieved August 1, 2023, from https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/Article_13Jun2023.html.
- Matos, R. (2004). Can Slow Tourism Bring New Life to Alpine Regions?. In Klaus Weiermair and Christine Mathies (ed.), *The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*. New York: Haworth Hospitality Press.
- Mayer, H. & Knox, P. (2010). Small-town sustainability: Prospects in the second modernity. *European Planning Studies*, 18(10), 1545 - 1565.
- Office of the National Education Commission, The Prime Minister's

- Office. (1998). *แนวทางการส่งเสริมภูมิปัญญาไทยในการจัดการศึกษา* [Guidelines for promoting Thai wisdom in education management]. Bangkok: Pim Dee.
- Oh, H., Assaf, A. G. & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205 - 219.
- Pattanon, W. (2022, September 6). *ปิดลายแทง 19 เส้นทางท่องเที่ยวเมืองรอง ดันยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวคลัสเตอร์* [Second tier tourism city guide, push the tourism cluster strategy]. Retrieved August 1, 2023, from <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/941919>.
- Phakdee, T. (2019). *ลักษณะเฉพาะเชิงพื้นที่ เมืองเดินเท้าท่องเที่ยว พัทยา* [Spatial characteristics of walkable urban tourism: Pattaya city, THAILAND]. (Master's thesis, Thammasat University).
- Polthanee, I., Samranrat, N., Laosirattanachai, P., Romphopphak, P., Supich, A. & Leangphan, K. (2019). การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า [A study of tourists' needs towards slow tourism]. In *Development of slow tourism potential in Chainat Province*. Bangkok: Thailand Science Research and Innovation.
- Rattanawaraha, A. & Sarawong, A. (2022). *ฉากทัศน์อนาคตและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย* [Thailand Tourism Future Scenario and Strategies]. Bangkok: Public Policy Studies Institute Foundation.
- Sanunprasit, C. (2018, August 26). *ทันเกมการค้า: จับเทรนด์ธุรกิจท่องเที่ยว เมื่อคนเอเชียชอบเที่ยวกับครอบครัว* [Catch up on the trade game: catch the trend of tourism businesses when Asians like to travel with family]. Retrieved September 21, 2018, from <https://brandinside.asia/travel-business-asian-family>.
- Sookkong, P. (2022, January 5). *การท่องเที่ยวแบบเนิบช้ายังคงอยู่และจะใช้*

- เวลานานขึ้นจนฝังตัว [Slow tourism still exists and takes longer to become embedded]. Retrieved July 3, 2023, from <https://thestandard.co/2022-tourism-begins-to-revitalize>.
- Srirathu, V. (2008). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ [Eco - tourism potential of Amphoe Khao Kho, Phetchabun Province]. (Master's thesis, Unpublished. Srinakharinwirot University).
- Srisanga, S. & Wattanakamolchai, S. (2021). โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวแบบเนิบช้าด้วยมีพฤติกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน [The causal model of slow travel intension with behavior as a mediating variable]. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 16(1), 56 - 66.
- Srisanga, S. (2018). โมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวแบบเนิบช้าด้วยมีพฤติกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน [The causal model of slow travel intension with behavior as a mediating variable]. (Master 's thesis, Bangkok University).
- Suraphee, W & Pimonsompong, C. (2017). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบเนิบช้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กรณีศึกษาเมื่อน่าน ประเทศไทย และเมืองหลวงพระบาง ประเทศ สปป.ลาว [Slow tourism destination development in Southeast Asia: case study Nan Province of Thailand and Luang Prabang Province of Laos PDR]. *Journal of Southern Technology*, 10(1), 1 - 9.
- Tantiyaswasdikul, K. (2022). กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับการแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ [Design thinking process for creative problem solving]. Bangkok: Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University.
- Thanapet, K. (2022). บุคลิกชนิกท่องเที่ยวไทยในอนาคต [Tourist persona

- in the future]. Bangkok: Public Policy Studies Institute Foundation.
- รถยนต์ไฟฟ้าเมกะเทรนด์ของโลก แนวโน้มยอดขายเติบโตต่อเนื่อง คาดทะลุ 40 ล้านคันในปี 2030 [The world's megatrend electric car, sales trend continues to grow, expected to exceed 40 million units in 2030]. (2023, March 21). Retrieved August 1, 2023, from https://www.thairath.cTo.th/money/economics/world_econ/2659155.
- Tongsong, C. (2015). แนวคิดการพัฒนา Slow Tourism ในประเทศไทย [A Concept for Developing Slow Tourism in Thailand]. *Research Methodology & Cognitive Science*, 12(2), 1 - 12.
- Tourism Authority of Thailand. (2019). แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2562 [TAT action plan 2019]. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Tourism Authority of Thailand. (2020). การศึกษาแนวทางสร้างสรรค์เรื่องราวเพื่อเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย [A study of story creation to enhance tourism experiences for Thai tourists]. Bangkok: Tourism market research division, Tourism Authority of Thailand.
- Tourism Authority of Thailand. (2023). การสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2566 [A survey of Thai tourist behavior in 2023]. Bangkok: Brand Metrix Research.
- World Travel & Tourism Council. (2020, September 27). *To Recovery and Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID - 19*. Retrieved August 1, 2022, from <https://wtcc.org/initiatives/to-recovery-beyond>.
- Yupet, C. (2012). การเติบโตอย่างรวดเร็วของ Slow Tourism [The rapid growth of slow tourism]. *THM Quarterly Review*. 5(1), 5 - 7.
- Yurtseven, H. R., & Kaya, O. (2011). Slow tourists: A Comparative Research Based on Cittaslow Principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(2), 91 - 98.