

แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์
เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน
Strategic Approaches to Creative Community-Based
Tourism Management for Elevating Nakhon Phanom
Province as a Premier Leisure Restination

จิราภรณ์ พรหมเทพ, บุญธรรม ขำขันมะณี,
อัจฉริยา ทุมพานิชย์, อภิไทย แก้วจรัส, ชลิตา ช่วยสุข,
Chiraporn Phromthep, Boontham Kharkhanmanee,
Atchariya Thumpanit, Apithai Kaewjarus, Chalida Chuaysook
วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม,
วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม,
วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม,
วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม,
วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม
College of Tourism and Service Industry,
Nakhon Phanom University Email: chirabhorn@npu.ac.th,
College of Tourism and Service Industry,
Nakhon Phanom University Email: boontham@npu.ac.th,
College of Tourism and Service Industry,
Nakhon Phanom University Email: atchariya@npu.ac.th
College of Tourism and Service Industry,
Nakhon Phanom University Email: apithai@gmail.com,
College of Tourism and Service Industry,
Nakhon Phanom University Email: chalida@npu.ac.th

รับบทความ (Received): 29 ก.ค. 2568

ปรับปรุงแก้ไข (Revised): 30 ก.ย. 2568

ตอบรับบทความ (Accepted): 1 ต.ค. 2568

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มุ่งวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครพนม และนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่การเป็นเมืองหลักแห่งการท่องเที่ยว บนพื้นฐานการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า นครพนมมีศักยภาพโดดเด่นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ 9 เผ่า 2 เชื้อชาติ ทัศนียภาพริมฝั่งแม่น้ำโขงที่สวยงาม และความสำคัญด้านศาสนาและความเชื่อที่มีองค์พระธาตุพนมและองค์พระศรีสัตตนาคราชเป็นศูนย์กลางศรัทธา การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องบูรณาการแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชน บทความนี้ได้นำเสนอกรอบแนวความคิดจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรม การพัฒนาศักยภาพชุมชน และการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็รักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผลักดันให้นครพนมก้าวสู่การเป็น “เมืองหลักแห่งการท่องเที่ยว” (Restination) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, เมืองหลักแห่งการท่องเที่ยว, การพัฒนาการท่องเที่ยว, นครพนม

Abstract

This academic article analyzes the potential of community-based tourism in Nakhon Phanom province and proposes creative management approaches to elevate the province as a premier leisure destination. Nakhon Phanom possesses remarkable potential with its distinctive cultural heritage of nine ethnic groups, scenic Mekong River landscape, and rich religious significance. The research reveals that successful community-based tourism management requires integration of creative tourism elements that facilitate meaningful visitor engagement with local culture through participatory activities. The article proposes a community-based creative tourism management framework encompassing stakeholder collaboration, cultural resource preservation, capacity building, and sustainable economic development. Implementing this framework will enhance Nakhon Phanom's tourism competitiveness while ensuring authentic cultural experiences and supporting community development, positioning the province as a distinctive "Restination" that offers visitors meaningful leisure opportunities while preserving local identity.

Keywords: Community-Based Tourism, Creative Tourism, Restination, Tourism Development, Nakhon Phanom

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ในช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รัฐบาลไทยได้มีนโยบายผลักดันการพัฒนาเมืองรองให้เป็นเมืองหลักด้านการท่องเที่ยว เพื่อกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำในมิติต่าง ๆ โดยจังหวัดนครพนมเป็นหนึ่งใน 10 จังหวัดนำร่องในการยกระดับสู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อนหรือ “Restination” (หอการค้าไทย, 2567)

จังหวัดนครพนมมีศักยภาพโดดเด่นหลายประการ โดยเฉพาะความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ 9 เผ่า 2 เชื้อชาติ ทัศนียภาพริมฝั่งแม่น้ำโขงที่สวยงาม และความสำคัญด้านศาสนาและความเชื่อที่มีองค์พระธาตุพนมและองค์พระศรีสัตนคราชเป็นศูนย์กลางศรัทธา นอกจากนี้ ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมยังแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 2,204,220 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2565 ร้อยละ 43.14 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวจำนวน 3,526 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2565 ร้อยละ 60.07 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

อย่างไรก็ตาม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวอยู่ในเขตตัวเมือง ชุมชนท่องเที่ยวโดยรอบยังขาดแนวทางในการจัดการเพื่อยกระดับให้เกิดการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึง บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่การเป็นเมืองหลักแห่งการพักผ่อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครพนม และ (2) สังเคราะห์และเสนอแนวทางการขับเคลื่อนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่การเป็นเมืองหลักแห่งการพักผ่อน

1. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์

นครพนมเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ 9 เผ่า 2 เชื้อชาติ ได้แก่ ไทยญ้อ ไทยกะเลิง ไทยชา ไทยแสก ไทยกวน ผู้ไทย ไทยโส ไทยอีสาน ภูไท ลาว และเวียดนาม แต่ละกลุ่มชาติพันธุ์มีวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าไทกวนบ้านนาถ่อน ที่มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกาย อาหาร การฟ้อนรำ และประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงศิลปะหัตถกรรมการตีเหล็กที่มีชื่อเสียง (รุ่งนภา อินทวาท และนันทวรรณ นวลลักษณ์, 2562)

Khiaosri et al. (2025) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ความเป็นผู้นำ การจัดการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนไทกวนบ้านนาถ่อนที่มีผู้นำชุมชนเข้มแข็งและมีการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม

2. ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม

นครพนมมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม โดยเฉพาะแม่น้ำโขงที่ทอดยาวตลอดแนวจังหวัด สร้างทัศนียภาพที่งดงามและเป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญของชุมชนริมฝั่งโขง นอกจากนี้ ยังมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ทั้งพื้นที่ราบลุ่ม ภูเขา และแหล่งน้ำที่สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ เช่น การล่องเรือชมวิถีชีวิตริมฝั่งโขง นอกจากนั้น ความน่าสนใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และงานเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และความหลากหลายของผู้คนและวิถีชีวิตชนเผ่า (Chuaiysook et al., 2025)

Rattanopat et al. (2024) ผลการศึกษาพบว่าจุดเด่นของชุมชนตามแนวชายฝั่ง จังหวัดจันทบุรี มีจุดแข็งทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของพื้นที่ทางด้านการทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ ส่งผลให้สามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงประวัติศาสตร์ เชิงเกษตร เชิงธรรมชาติและเชิงนันทนาการ ตลอดจน

การถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น โดยเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลกับชุมชน

3. เอกลักษณะด้านศาสนาและความเชื่อ

นครพนมมีความโดดเด่นด้านศาสนาและความเชื่อ โดยเป็นที่ตั้งของพระธาตุพนม พระธาตุประจำวันเกิดที่สำคัญ และองค์พระยาศรีสัตตนาคราช ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจและความศรัทธาของประชาชนทั้งสองฝั่งโขง นอกจากนี้ ยังมีวัดและศาสนสถานสำคัญกระจายอยู่ทั่วจังหวัด รวมถึงมีประเพณีและพิธีกรรมทางศาสนาที่สืบทอดมายาวนาน เช่น งานนมัสการพระธาตุพนม ประเพณีไหลเรือไฟ และประเพณีแห่พญานาค (สุรพล ดำริห์กุล, 2566)

การศึกษาของ พิมพัลลภส พงศกรรังศิลป์ (2557) เกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา พบว่า การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวศาสนาและวัฒนธรรมกับชุมชนโดยรอบสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและกระจายรายได้สู่ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นแนวทางที่สามารถประยุกต์ใช้กับจังหวัดนครพนมได้

4. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

ชุมชนในจังหวัดนครพนมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งด้านอาหาร การแต่งกาย ภาษา ศิลปะหัตถกรรม และการละเล่นพื้นบ้านที่สามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ เช่น การสาธิตการทำอาหารพื้นเมือง การทอผ้าย้อมคราม การตีเหล็ก หรือการแสดงพื้นบ้าน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2561))

Tan และ Sitikarn (2018) ได้ศึกษาการใช้กาแฟเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่หมู่บ้านปางขอน จ.เชียงราย และแนะนำให้มีการพัฒนานวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของจังหวัดนครพนม เช่น ผลิตภัณฑ์จากการตีเหล็กของชุมชนไทกวน หรืออาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์

5. การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

จังหวัดนครพนมมีความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ในการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 3 เชื่อมต่อกับแขวงคำม่วน สปป.ลาว และสามารถเชื่อมต่อไปยังเวียดนามและจีนตอนใต้ได้ ทำให้สามารถพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศ และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านได้ (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) จังหวัดนครพนม, 2567)

จากการวิเคราะห์ศักยภาพข้างต้น แสดงให้เห็นว่าจังหวัดนครพนมมีทุนทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสังคมที่สามารถพัฒนาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ได้ อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดบางประการ เช่น การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อจำกัดด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ การขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศของชุมชน และโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ (เมธีธาวิน พลโยธี และคณะ, 2565)

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตด้วยการประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรมชาติพันธุ์มาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดนครพนมเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรมสูงสุดในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผสมผสานของ 9 กลุ่มชาติพันธุ์และ 2 เชื้อชาติที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งสร้างความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและไม่สามารถหาได้ที่ใดในภูมิภาคลุ่มน้ำโขงใหญ่ (Greater Mekong Sub-Region)

1. การใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยว

การพัฒนาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมได้รับการยอมรับในด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ โดยจังหวัดได้วางตำแหน่งตนเองให้เป็นหัวใจของการท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มน้ำโขงใหญ่ (Chunhabunyatip et al., 2020)

ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณีของนครพนมเป็นผลมาจากประวัติศาสตร์อันยาวนานและการอพยพของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอิทธิพลของชาวลาวที่มีผลต่อสถาปัตยกรรม ประเพณี และอาหาร รวมถึงพิธีบายศรีสู่ขวัญที่เป็นเอกลักษณ์ในการต้อนรับ (Tourism Authority of Thailand, 2025)

2. ทุนวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นจุดขายการท่องเที่ยว

กลุ่มชาติพันธุ์ไทยกวนที่บ้านนาถ่อนเป็นตัวอย่างที่ดีของการใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นจุดขายการท่องเที่ยว โดยชุมชนมีการจัดเทศกาลประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น บุญฮีตสิบสอง พิธีรำผีหมอ และพิธีเลี้ยงแสง ซึ่งพิธีเลี้ยงแสงนั้นพบได้เฉพาะที่บ้านนาถ่อนเท่านั้น (Thailand Village Academy, 2025)

การศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ไทในจังหวัดนครพนมพบว่า ชุมชนมีการใช้พืชพรรณ 329 ชนิด จาก 89 วงศ์ ในการดำรงชีวิตประจำวัน โดยส่วนใหญ่เป็นพืชในวงศ์ Fabaceae (42 ชนิด คิดเป็น ร้อยละ 12.77) รองลงมาคือวงศ์ Zingiberaceae (Thavornyutikarn et al., 2020) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถพัฒนาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้

3. การประยุกต์ใช้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในการตลาดการท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมกลายเป็นประเด็นสำคัญในการพิจารณาว่า อะไรคือความแท้จริงในมุมมองของท้องถิ่นและสิ่งที่นักท่องเที่ยวและผู้พัฒนาการท่องเที่ยวมองว่า เป็นประสบการณ์การเดินทางที่สำคัญ (Chunhabunyatip et al., 2020) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยใช้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยชุมชน (Yodsurang et al., 2022)

อาหารพื้นเมืองของนครพนมได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมลาว โดยเฉพาะปลาร้า ที่มีต้นกำเนิดจากพื้นที่ศรีสงครามและได้รับความนิยมไปทั่วประเทศไทย รวมถึงผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมอื่นๆ เช่น ผ้าทอมือจากไหมและผ้าฝ้าย และเครื่องดนตรีแคนที่ผลิตด้วยมือ (Wikipedia, 2025)

4. การส่งเสริมความยั่งยืนผ่านการใช้ทุนวัฒนธรรม

การประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรมชาติพันธุ์ต่างในจังหวัดนครพนมไม่เพียงแต่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังช่วยอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป การจัดแสดงศิลปะและวัฒนธรรมร่วมสมัยในกลุ่มแม่น้ำโขง การแสดงดนตรีพื้นเมือง และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ล้วนเป็นกลไกที่ช่วยให้ชุมชนมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเองและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่อิงกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์จึงเป็นกลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูงในการยกระดับจังหวัดนครพนมสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และแตกต่าง โดยการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรมและให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตที่แท้จริงของชุมชนต่าง ๆ ในลุ่มแม่น้ำโขง

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน

การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หรือ “Restination” เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างคำว่า Rest (การพักผ่อน) และ Destination (จุดหมายปลายทาง) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มอบประสบการณ์การพักผ่อนที่มีคุณค่าและความหมายให้นักท่องเที่ยว (Jittamai et al., 2025) จังหวัดนครพนมมีศักยภาพอย่างมากในการพัฒนาสู่การเป็นเมืองหลักแห่งการพักผ่อน ด้วยบรรยากาศที่สงบ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย ความงดงามของทิวทัศน์ริมฝั่งโขง และความหลากหลายทางวัฒนธรรม

จากการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครพนม ผู้เขียนได้สังเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่การเป็นเมืองหลักแห่งการพักผ่อน โดยบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เข้าด้วยกัน ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การพัฒนาระบบการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และชุมชนท้องถิ่น โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

1) การจัดตั้งคณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ระดับจังหวัด ที่ประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อกำหนดนโยบาย แผนงาน และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด

2) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่รวบรวมข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในชุมชน เพื่อใช้ในการวางแผนและตัดสินใจ

3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนของการพัฒนาการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามประเมินผล และการได้รับผลประโยชน์ (Waligo et al., 2013)

4) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากร

Chatkaewnapanon และ Lee (2022) ได้เสนอเครื่องมือการพยากรณ์ในการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยแนะนำให้ใช้ศิลปะชุมชนและการกำหนดเป้าหมายเป็นเครื่องมือสำหรับการเสริมสร้างชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของชุมชนในจังหวัดนครพนมที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมและศิลปะที่เข้มแข็ง

2. การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับชุมชน ผ่านกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยมีแนวทางการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

1) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม เช่น การเรียนรู้การทำอาหารพื้นเมือง การทอผ้าพื้นเมือง การเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า การแสดงพื้นบ้าน หรือการทำหัตถกรรมท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติจริงและมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน

2) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเรื่องราวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชุมชนต่างๆ ในจังหวัดนครพนม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงวัฒนธรรม 9 เผ่า 2 เชื้อชาติ เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยพระธาตุศักดิ์สิทธิ์ หรือเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงสองฝั่งโขง

3) การสร้างสรรค์เทศกาลและกิจกรรมพิเศษที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น เทศกาลอาหารริมโขง เทศกาลศิลปะและหัตถกรรมท้องถิ่น หรือเทศกาลวัฒนธรรมชนเผ่า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล

4) การพัฒนาศูนย์เรียนรู้ชุมชนและพิพิธภัณฑ์มีชีวิต ที่นำเสนอเรื่องราวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนในรูปแบบที่มีส่วนร่วมและมีชีวิตชีวา เช่น พิพิธภัณฑ์ผ้าไทยกวนที่บ้านนาถ่อน หรือศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตริมโขง

การศึกษาของ Sittivongsa et al. (2023) เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ความเชื่อและนวัตกรรมในการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า การนำเสนอประสบการณ์ที่มีความหมายและเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นสามารถสร้างคุณค่าและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดนครพนม

3. การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของชุมชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

1) การพัฒนาทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน ทั้งด้านการวางแผน การจัดการทรัพยากร การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการจัดการการเงิน เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) การพัฒนาทักษะด้านภาษาและการสื่อความหมายให้แก่ชุมชน เพื่อให้สามารถสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (Meunchong & Tachom, 2023)

3) การส่งเสริมการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชุมชนท่องเที่ยว ผ่านการศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อยกระดับมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4) การพัฒนาทักษะการรับมือกับสถานการณ์วิกฤต เช่น ภัยธรรมชาติ โรคระบาด หรือวิกฤตเศรษฐกิจ เพื่อให้ชุมชนสามารถปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันได้ (Young, 2019)

Suwanna & Kovathanakul (2018) ได้ศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนท่องเที่ยวในเชิงรายได้สำหรับนักเดินทางประเภท MICE พบว่า การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านการจัดการ การนำเสนอวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับชุมชนท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะทางได้ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์การพักผ่อนที่มีคุณค่า

4. การพัฒนาระบบการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์

การตลาดและประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน โดยมีแนวทางการพัฒนาระบบการตลาดและประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1) การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครพนม ที่สะท้อนอัตลักษณ์และจุดเด่นของจังหวัด เช่น นครพนม : เมืองแห่งความสุข สงบริมฝั่งโขง หรือ นครพนม : มหัศจรรย์วัฒนธรรม 9 เผ่า แห่งลุ่มน้ำโขง เพื่อสร้างการจดจำและความแตกต่างในตลาดการท่องเที่ยว

2) การพัฒนาสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ เช่น เว็บไซต์ แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์

แอปพลิเคชัน สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และการเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติ

3) การส่งเสริมการตลาดแบบเจาะกลุ่มเป้าหมาย (Niche Marketing) ที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมชนเผ่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจสุขภาพและการพักผ่อน หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

4) การส่งเสริมการตลาดออนไลน์และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการจองและชำระเงิน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วม หรือการใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) ในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว (Maulana et al., 2025)

จากการศึกษาของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2565) เกี่ยวกับคุณลักษณะของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำที่มีต่อการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ ความแปลกใหม่ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น การมีส่วนร่วม การเพิ่มพลัง/ไฟในตนเอง การมีความหมาย ความคุ้มค่า จิตบริการ และความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครพนมได้

ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหากได้รับการยกระดับเป็นท่องเที่ยวเมืองหลัก

1. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

การยกระดับนครพนมเป็นเมืองหลักแห่งการพักผ่อนจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในระดับชุมชนและจังหวัด ผ่านการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีคุณค่า เช่น กิจกรรมเรียนรู้การทำอาหารพื้นเมือง การทอผ้าพื้นเมือง และการเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่า (Sittivongsa et al., 2023) การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนการพัฒนาจะทำให้ประโยชน์กระจายตัวสู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง (Muda, 2025)

การใช้ศิลปะชุมชนและการกำหนดเป้าหมายเป็นเครื่องมือในการพัฒนาจะส่งผลให้เกิดการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Chatkaewnapanon & Lee, 2022) ชุมชนจะมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของตนเอง พร้อมทั้งสามารถสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่คนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยว

2. ผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชน

การพัฒนาทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนจะส่งผลให้ชุมชนมีขีดความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระบบ ทั้งด้านการวางแผน การจัดการทรัพยากร การตลาด และการจัดการการเงิน (Suwanna & Kovathanakul, 2018) การพัฒนาทักษะด้านภาษาและการสื่อสารจะช่วยลดข้อจำกัดที่สำคัญของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (Meuchong & Tachom, 2023)

ชุมชนจะมีความสามารถในการปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ ได้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ภัยธรรมชาติ โรคระบาด หรือวิกฤตเศรษฐกิจ (Young, 2019) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งในระยะยาว

3. ผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยว

การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวที่โดดเด่นและการพัฒนาระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้นครพนมมีการรับรู้และความแตกต่างในตลาดการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์จะช่วยเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น (Maulana et al., 2025)

การพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น การมีส่วนร่วมและความมีความหมายจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อ ซึ่งจะช่วยสร้างความยั่งยืนทางการตลาด (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร, 2565)

4. ผลกระทบต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์จะส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรม 9 เผ่า 2 เชื้อชาติของจังหวัดนครพนมอย่างยั่งยืน การสร้างพิพิธภัณฑ์มีชีวิตและศูนย์เรียนรู้ชุมชนจะช่วยให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่สูญหาย การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการผลิตของฝากและหัตถกรรมจะส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานแนวคิด “Restination” จะทำให้นครพนมกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่มอบประสบการณ์การพักผ่อนที่มีคุณค่าและความหมาย ด้วยบรรยากาศที่สงบ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย และความงดงามของทิวทัศน์ริมฝั่งโขง (Jittamai et al., 2025) ซึ่งจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวระดับชาติและนานาชาติ

สรุปผลการวิจัย

แนวทางสำหรับการพัฒนาจังหวัดนครพนมสู่การเป็นเมืองหลักแห่งการพักผ่อน ผ่านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยงานวิจัยได้ระบุศักยภาพโดดเด่นของนครพนมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมของ 9 เผ่า 2 เชื้อชาติ ทิวทัศน์แม่น้ำโขงที่งดงาม และเอกลักษณ์ทางศาสนาที่เป็นศูนย์กลางศรัทธา แนวทางการจัดการที่นำเสนอประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การพัฒนากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น การพัฒนาศักยภาพชุมชน และการตลาดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน รักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม

องค์ความรู้ใหม่และการนำไปใช้

1. แนวคิด “Restination” ในบริบทไทย

- การนำเสนอแนวคิดใหม่ของ “เมืองหลักแห่งการพักผ่อน” (Restination) ที่แตกต่างจากแนวคิด Destination ทั่วไป
- การปรับใช้แนวคิดนี้กับจังหวัดรองในประเทศไทย โดยเฉพาะนครพนม

2. กรอบแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ

บทความนำเสนอกรอบแนวคิดใหม่ที่ผสมผสาน 4 องค์ประกอบหลัก

- การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Participation)
- การอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural Resource Conservation)
- การพัฒนาศักยภาพชุมชน (Community Capacity Building)
- การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Economic Development)

3. การวิเคราะห์ศักยภาพเฉพาะของนครพนม

- การระบุเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของ “9 เผ่า 2 เชื้อชาติ” เป็นจุดแข็งหลัก
- การเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ (แม่น้ำโขง) กับทรัพยากรทางจิตวิญญาณ (พระธาตุพนม-พญาศรีสัตตนาคราช)

4. แนวทางแก้ปัญหาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

- การเสนอวิธีการแก้ปัญหาการกระจุกตัวของรายได้ในเขตตัวเมือง
- การสร้างกลไกให้ชุมชนรอบนอกได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึง

5. การบูรณาการแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- การนำเสนอแนวทางใหม่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์

- การสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายผ่านการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

6. การประยุกต์ใช้นโยบายรัฐในระดับพื้นที่

- การเชื่อมโยงนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาเมืองรองหลังโควิด-19 กับการปฏิบัติในระดับจังหวัด

- การนำเสนอแนวทางการยกระดับจังหวัดรองให้เป็น “เมืองหลัก” ด้านการท่องเที่ยว

ความสำคัญของบทความวิชาการนี้ คือการสร้างแนวทางใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทยที่มีศักยภาพคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะการผสมผสานระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). รายงานสถิติการท่องเที่ยวประจำปี 2566.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ(ก.บ.จ.) จังหวัดนครพนม.(2567).

แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม (พ.ศ. 2566 – 2570) ฉบับทบทวน ประจำปี

งบประมาณ พ.ศ. 2568. http://www2.nakhonphanom.go.th/files/com_news_struct/2024-01_088b7d6d9be4d20.pdf

ชลิดา ช่วยสุข, ดาริกาญจน์ วิชาเดช, จิราภรณ์ พรหมเทพ, อัจฉริยา ทุมพานิชย์,

และชัยวิช ศรีบรรพิตักษ์. (2568). พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ 2 ฝั่งโขง กรณีศึกษา จังหวัดนครพนม.

วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ,

15(1), 340-354.

- ปิยาภรณ์ รัตนภาส, จาตุรันต์ แซ่มส่น, อารยา สุนทรวิภาต, ลักขมณ บุญมา, และ
ปวง ปนต์ สอบขุนทด. (2567). การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนด้วย
ผลิตภัณฑ์ และเชื่อมโยงเส้นทางการเที่ยวตาม แนวชายฝั่งทะเล จังหวัด
จันทบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*, 6(1), 309-324.
- พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*.
เชียงใหม่: สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. มหาวิทยาลัยพายัพ.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน:
กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา. *Veridian E-Journal, Silpakorn
University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 7(3), 650-665.
- เมษชาวิน พลโยธี, สุธาธิณี หนูเนียม, และสุวิชาติ สกุลวานิชเจริญ. (2565).
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนไทรคำ
บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย, *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย*,
18(1), 1-25.
- รุ่งนภา อินทวาท, และนันทวรรณ นวลักษณ์. (2562). บทบาทการมีส่วนร่วมของ
ประชาชนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัด
นครพนม. *Ramkhamhaeng Research Journal of Humanities and
Social Science*, 22(2), 73-83.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2565). คุณลักษณะของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและ
ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ.
วารสารการตลาดการท่องเที่ยว, 19(1), 45-63.
- สุรพล ดำริห์กุล. (2566). *พระธาตุพนมกับแคว้นศรีโคตรบูร: วัดพระธาตุพนม
รวมหาวีหาร*. สาละพิมพ์การ.
- หอการค้าไทย. (2567). *รายงานการศึกษาโครงการ Restination: การพัฒนาเมืองรอง
สู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน*. หอการค้าไทย. [https://www.
thaichamber.org/news/view/87/2697/](https://www.thaichamber.org/news/view/87/2697/)

- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561). *คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. https://www.dasta.or.th/uploads/file/202312/1703217351_9dcd553f5490c47fdbb2.pdf
- Boonpeng Sittivongsa, Kanokon Boonmee, Chaiyan Khunrak, & Sompong Suwannaphuma (2023). Application of Beliefs and Innovations to Support Cultural Tourism Policy in the COVID -19 Situation in the Northeastern Region. *Journal of Organizational Management and Social Development*, 3(1), 11–24.
- Chai Ching Tan & Bussaba Sitikarn. (2018). *Coffee-and-Tea based and Social Entrepreneurship-Oriented Community-based Tourism (CBT) in Northern Thailand: Contributing towards a Theory*. Int. Multidis. Res. Found., India.
- Chatkaewnapanon, Y., & Lee, T. J. (2022). Planning sustainable Community -based tourism in the context of Thailand: Community, development, and the foresight tools. *Sustainability*, 14(12), 7413.
- Chunhabunyatip, P., Chuaysook, D., & Aromrucks, S. (2020). A community branding development for ethnic identity and eco-cultural tourism in Nakhon Phanom province, Thailand. *AU-GSB E-Journal*, 13(1).
- Jittamai, P., Toek, S., Phengarree, K., Kongkanjana, K., & Chanlawong, N. (2025). Multi-Criteria Decision-Making for Assessing and Evaluating Health and Wellness Tourism Destination Potential Using the 6AsTD Framework: A Case Study of Nakhon Ratchasima Province, Thailand. *Sustainability*, 17(11), 4995.

- Maulana, M., Deliana, D., & Indah, T. (2025). Integrating Digital Marketing Communication and Community Participation for Sustainable Tourism Development: A Case Study of Sumberbulu Tourism Village, Indonesia. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 13(1), 76-87.
- Meunchong, W., & Tachom, K. (2023). English for community-based tourism: barriers and challenges of local entrepreneurs in Thailand. *Journal of Management and Local Innovation*, 5(3), 206-214.
- Muda, F. (2025). Community participation in Indonesian sustainable tourism: A systematic review of models, impacts, and gaps. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(8), 125-139.
- Supratra Khiaosri, Ochanya Buatham, Nantana Lapvisadchai, & Linjong Pocharee. (2025). Guidelines for Developing the Potential of Ban Na Thon Community-Based Tourism, That Phanom District, Nakhon Phanom Province. *Journal of Aviation, Travel, and Service*, 4(1), 35–57. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/tft/article/view/7212>
- Suwanna, A., & Kovathanakul, D. (2018). Sustainable MICE City Prototype Development, Chiang Rai Province. In *1 International MICE Conference and Forum* (p. 126).
- Thailand Village Academy. (2025). *Nathon cultural tourism community – Nakhon Phanom*. <https://www.thailandvillageacademy.com/>
- Thavornnyutikarn, P., Chantaranothai, P., & Warashina, T. (2020). Ethnobotany of Phu Thai ethnic group in Nakhon Phanom province, Thailand. *Walailak Journal of Science and Technology*, 17(3), 234-251.
- Tourism Authority of Thailand. (2025). *Nakhon Phanom province*. <https://www.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/Nakhon-Phanom/579>

- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism management*, 36(1), 342-353.
- Wikipedia. (2025). *Nakhon Phanom province*. https://en.wikipedia.org/wiki/Nakhon_Phanom_province
- Yodsurang, P., Kiatthanawat, A., Sanoamuang, P., Kraseain, A., & Pinijvarasin, W. (2022). Community-based tourism and heritage consumption in Thailand: An upside-down classification based on heritage consumption. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2096531.
- Young, M. J. (2019). *Building community resilience through community based tourism in northern Thailand: the importance of social capital*. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/8681/>