

คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน
จังหวัดนครสวรรค์

The Perceived Value of Tourism in Nakornsawan Province through
Chinese New Year Festivalscapes

ชลลดา ปานพรหม¹

Chonlada Panprom

E-mail: chonladap62@nu.ac.th

เพชรศรี นนท์ศิริ²

Petchsri Nonsiri

Received: February 13, 2024

Revised: May 2, 2024

Accepted: May 3, 2024

¹นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยนเรศวร

Master degree student. Department of Arts Program in Tourism and Hospitality Management, Faculty
of Business Economics and Communications, Naresuan University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
Assistance Professor of Department of Tourism, Faculty of Business Economics and Communications,
Naresuan University; Senior Researcher of Center of Excellence of Tourism Management,
Naresuan University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากการส่งมอบและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียและจากผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบคุณค่าทางการท่องเที่ยวทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าจิตวิญญาณพบว่า ความเป็นสิริมงคล การอำนวยการ การบำบัดเป่าสิ่งไม่ดี และความศรัทธา 2) คุณค่าด้านการใช้งาน เห็นได้จากการคงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมเยือนเข้าใจอย่างลึกซึ้งผ่านการเชิดสิงโต 3) คุณค่าทางสังคม เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของ เจ้าบ้านและผู้เยี่ยมเยือน การกลับถิ่นฐาน และการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 4) คุณค่าด้านอารมณ์ พบความน่าตื่นตาตื่นใจ ความสนุกสนาน ความตระการตา และ 5) คุณค่าด้านเงื่อนไขเกิดจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดนครสวรรค์งานวิจัยนี้ ได้ให้แนวทางเชิงปฏิบัติการแก่ผู้จัดงานถึงการรักษาค่านิยมทางการท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ เช่น การสร้างการตระหนักรู้คุณค่าด้านการใช้งาน โดยเน้นการสื่อความหมายวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับยุคสมัยและกลมกลืนไปกับแก่นเนื้อหาของงาน และการนำเสนอแก่นสาระของเทศกาลตรุษจีน เช่น การเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมในเทศกาลตรุษจีนที่สร้างคุณค่าทางจิตวิญญาณ ได้แก่ การแห่มังกรทอง การคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม พิธีเสี่ยงทาย (เป๊วะปวย) เพื่อคัดเลือกคณะกรรมการทำงาน เป็นต้น

คำสำคัญ: เทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์ ภูมิทัศน์เทศกาล การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to investigate the delivery of tourism value from the perspectives of both stakeholders and visitors during the Chinese New Year Festivalscapes in Nakhon Sawan Province. The research revealed a comprehensive total of 5 dimensions of tourism value. Firstly, for the Spiritual Value, it was discovered that the festival possesses auspiciousness, bestows favors, dispels negative influences, and inspires faith. Secondly, the Functional Value is evident from the presence of the local culture that promotes visitors to acquire a more profound comprehension by means of the lion dance parade. Thirdly, for the Social Value, the phenomenon emerges as a result of the social engagement between the host and the visitor as well as the act of returning to one's place of residence and exchanging experiences via social media. Fourthly, for the Emotional Value, the festival is characterized by enthusiasm, enjoyment, grandeur, and visual

appeal. Finally, the Conditional Value is dependent on certain conditions being met such as the festival's link and other tourism attractions in the province. This study has established practical recommendations for event organizers to maintain the tourism value of the Chinese New Year Festival in Nakhon Sawan province. These guidelines include promoting the functional value of the festival by effectively communicating the essence of local culture using suitable information technology tools that align with the festival's core content. In addition, the core materials include activities that serve as the foundation for the Chinese New Year Festival such as the Golden Dragon Parade and the rituals for selecting the symbolic image of Guan Yin, which contribute to the development of spiritual values. The utilization of the fortune-telling rituals (Pawapuyay) for the purpose of selecting an organizer for the Chinese New Year event might be advocated as an approach to maintain the fundamental principles of the event.

Keywords: Nakhon Sawan Chinese New Year Festival, Festivalscapes, Tourism perceived value

บทนำ

การท่องเที่ยววัฒนธรรม เป็นการนำเอาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ให้เกิดความแตกต่าง มีเอกลักษณ์ที่หลากหลายและความโดดเด่นจนเป็นจุดขายที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Simasathiansophon et al., 2020) และส่งเสริมวัฒนธรรมให้คงคุณค่าและยังคงถูกสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเรียนรู้ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมเยือนในปัจจุบันที่ต้องการเดินทางเพื่อพักผ่อนเื่อยยาวจิตใจ ฟันฟูพลัง ให้กลับมาสดใสอีกครั้ง เปิดหูเปิดตา เพิ่มประสบการณ์ และได้รับมุมมองใหม่ ๆ เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต Tourism Authority of Thailand [TAT], (2023) เทศกาลและงานประเพณีถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ที่กำลังเติบโต Getz (as cited in Stankova, & Vassenska, 2015) และส่งผลกระทบ เชิงบวกให้แก่ชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะเทศกาลตรุษจีนเป็นเทศกาลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รับรู้ในฐานะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เป็นเทศกาลที่มีชื่อเสียงจากการขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในปี พ.ศ. 2561 ส่งผลให้เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์เป็นที่รู้จักจากผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยและผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างชาติ ซึ่งอีกหนึ่งชื่อเรียกที่ผู้เยี่ยมชมเยือนมักจะได้ยินคือเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ มาจากคำว่า “ปากน้ำโพ”

สันนิษฐานได้ 2 ประการ คือ ประการแรกมาจากคำว่า “ปากน้ำโพ” เพราะ เป็นบริเวณที่แม่น้ำปิง วัง ยม และน่าน มาไหลรวมกันเป็นต้นแม่น้ำเจ้าพระยา ประการที่สอง คือ มีต้นโพธิ์ขนาดใหญ่อยู่บริเวณปากน้ำในบริเวณวัดโพธิ์ ซึ่งเป็นที่ตั้งศาลเจ้าพ่อกวานอุในปัจจุบัน จึงเรียกกันว่า “ปากน้ำโพธิ์” นอกจากนี้เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีความโดดเด่น คือ การนำเสนอการคงอยู่อัตลักษณ์ของชาวจีน 5 กลุ่มภาษาที่ถูกสืบทอดความเชื่อ ภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมผ่านสมาคมหรือมูลนิธิของกลุ่มชาวจีนในจังหวัด เช่น สมาคมฮากกา นครสวรรค์ สมาคมไหหนานนครสวรรค์ มูลนิธิปากน้ำโพ ประชาณุเคราะห์มูลนิธิส่งเสริมงาน ประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และสมาคมก๋วงสวานครสวรรค์ ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นวัฒนธรรมที่ถูกผสมผสาน ระหว่างวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมจีน แรกเริ่มมาจาก ชาวจีนไหหลำ ได้เริ่มเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่อำเภอเก้าเลี้ยวและตำบลมะเกลือก่อน จากนั้นจึง มีชาวจีนกลุ่มอื่น ๆ เข้ามาตั้งถิ่นฐานอย่างต่อเนื่อง ที่พร้อมกับส่งต่อความเชื่อ วิถีชีวิตและสืบทอด วัฒนธรรมของกลุ่มตน จนเกิดเป็นวัฒนธรรมจีนย่อยที่ปรากฏให้เห็นผ่านเทศกาลตรุษจีน ถือได้ว่าเป็นเทศกาลที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย โดย พ.ศ. 2566 นับเป็นการจัด เทศกาลตรุษจีนครั้งที่ 107 ที่ยังคงถูกสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น (Department of Cultural Promotion, 2018)

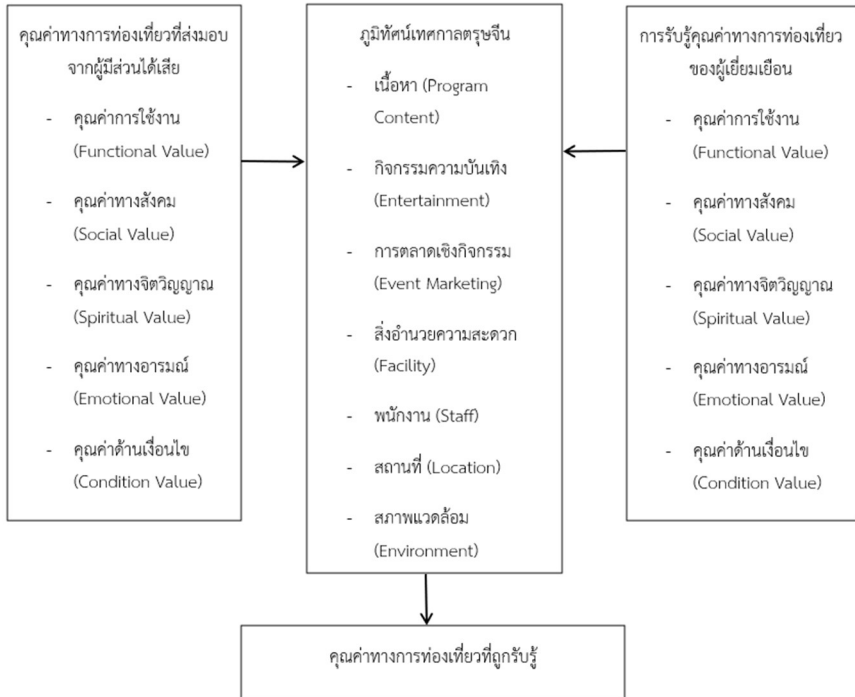
เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ในปัจจุบันเริ่มนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการนำเสนอ เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจให้ผู้เยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก การนำ เทคโนโลยีแสง สี เสียง การฉายภาพยนตร์ เพื่อเพิ่มอรรถรสในการถ่ายทอดเหตุการณ์และ กิจกรรมที่จัดขึ้นในงานเทศกาลตรุษจีน เช่น การถ่ายทอดสด การแสดงทางวัฒนธรรม การแห่ ขบวนมังกร และยังเริ่มให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และการถ่ายทอดสด (Live Stream) นอกจากนี้ ยังมีการกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชม (Visitor) มีส่วนร่วมในการแบ่งปันประสบการณ์การมาเยือน เทศกาลตรุษจีน เช่น การติดเครื่องหมายแฮชแท็ก (Hashtag) ข้อความสำคัญที่สร้าง ประสบการณ์ความทรงจำ (Memorable Experience) จากเทศกาลตรุษจีน รวมถึงการนำ บุคคลที่มีอิทธิพลในสังคม เช่น ดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียง มาดึงดูดผู้คนให้เดินทางมาเยือน เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มากขึ้น รวมถึง การปรับเปลี่ยนรูปแบบในการจัดเทศกาล ตรุษจีน เช่น การนำท่าทางการรำรำในสื่อออนไลน์มาใช้ภายในขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ ปากน้ำโพ การนำดนตรีจีนสมัยใหม่มาใช้ประกอบการแสดง ซึ่งการนำท่าทางที่ไม่ได้มาจาก อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้อาจก่อให้เกิดการสูญหายของวัฒนธรรม ท้องถิ่น และส่งผลกระทบต่อการรับรู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นของทุกคนในพื้นที่และ ของผู้เยี่ยมชม (Visitor)

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว (Commodification) ซึ่งทำให้เกิดผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบแก่ชุมชนท้องถิ่น การทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว เป็นการปรับเปลี่ยนขนาด รูปแบบ รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงคุณค่าหรือความหมายที่แท้จริงของกิจกรรมการแสดง พิธีกรรมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกถึงศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมเยือน Mowforth & Munt (as cited in Faimanotham, 2021) ดังนั้น เพื่อป้องกันการ สูญหายและการเสื่อมถอยของวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่อง “คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียในการจัดเทศกาลตรุษจีนและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือน ทั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นว่ามีการเปลี่ยนแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมหรือความหมายที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือไม่ โดยผู้วิจัยใช้แนวคิด ภูมิทัศน์เทศกาล (Festivalsapes) มาเป็นกรอบในการศึกษาผ่านองค์ประกอบที่สำคัญในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ที่จะนำไปสู่แนวทางในการบริหารจัดการเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ และเป็นต้นแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเทศกาลวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในพื้นที่อื่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว จากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

Figure 1. Conceptual Framework of the Research

กรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นถึงผลผลิตจากงานวิจัย กล่าวคือ คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ (Tourism Perceived Value) ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์คุณค่าทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ที่ส่งมอบจากผู้มีส่วนได้เสียในการจัดเทศกาลตรุษจีนและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองผู้มาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงคุณค่าที่ได้รับจากเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์และคุณค่าเหล่านั้นถูกส่งผ่านภูมิทัศน์เทศกาลอย่างไร ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาเทศกาลท้องถิ่นหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้คงไว้ ซึ่งคุณค่าหลักทาง การท่องเที่ยวตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงเทศกาลวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ กรอบแนวคิดในการวิจัยมาจากการการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าทางการท่องเที่ยว และภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน (Festivalsapes)

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวคิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว และภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน (Festivalscapes) มาเป็นกรอบแนวคิดหลักของงานวิจัยนี้ เนื่องจากคุณค่าทางการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ส่งผลต่อสภาวะทางอารมณ์ของผู้เยี่ยมเยือน และกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมเยือนออกเดินทาง ทั้งนี้ คุณค่าทางการท่องเที่ยว (Tourism perceived value) จำแนกออกเป็น

คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) หมายถึง คุณค่าที่ผู้เยี่ยมเยือนรับรู้ได้จากต้นทุนทางการเงินของผู้เยี่ยมเยือน Zeithaml (as cited in Sirimongkol, 2022) และอัตลักษณ์ของเทศกาลที่ผู้เยี่ยมเยือนจะสามารถรับรู้ได้จากการเข้ามาเยี่ยมเยือนเทศกาล

คุณค่าทางสังคม (Social Value) สามารถจำแนกลักษณะได้ 2 ประเภท คือ 1. คุณค่าทางสังคม (Social Value) สามารถส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงกลุ่มทางสังคม ที่มีความคล้ายคลึงกัน เช่น ทัศนคติ ค่านิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) สามารถสร้างภาพลักษณ์ของผู้เยี่ยมเยือนให้ดีขึ้น ส่งผลให้ ผู้เยี่ยมเยือนได้รับการยอมรับจากสังคมของตน

คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value) สามารถจำแนกลักษณะได้ 5 ประเภท คือ 1. การค้นหาความหมาย (Finding Meaning) หมายถึงการค้นหาพลังศักดิ์สิทธิ์ในการรับมือกับเวลาที่ท้าทาย ความอดทน และความกล้าต่อการเปลี่ยนแปลงของตน 2. การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Altruistic Love) หมายถึงการแสดงออกในรูปแบบของการให้และการรับอย่างไม่มีเงื่อนไข อาจแสดงออกในลักษณะการอ่อนน้อมถ่อมตน ความมีเมตตา ความห่วงใย เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี 3. การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) หมายถึงการเข้าใจความรู้สึกทางอารมณ์ของตนและเข้าใจถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้อื่น 4. วิสัยทัศน์ (Visioning) หมายถึง สามารถตระหนักถึงมุมมองเชิงบวก ในการดำเนินชีวิตเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในอนาคต 5. ความถูกต้อง (Authenticity) หมายถึง ค่านิยมทาง ความคิด ความเชื่อ และอารมณ์ที่สามารถกำหนดพฤติกรรมให้อยู่บนความเป็นจริง

คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) สามารถรับรู้คุณค่าจากการประเมินความรู้สึกหรือสภาวะทางอารมณ์ เช่น ความเพลิดเพลิน ความชื่นชอบ ความสนุกสนาน ความสวยงาม แปลกหูแปลกตา น่าทึ่ง มโหฬารผ่าน สี เสียง กลิ่น หรือองค์ประกอบ ในการตกแต่งเทศกาล ส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนรู้สึกประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดี

คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) สามารถจำแนกลักษณะได้ 2 ประเภท คือ 1. การรับรู้คุณค่าจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า เช่น ความคุ้มค่า ระยะเวลาเดินทาง โปรโมชั่นการเดินทาง 2. การส่งเสริมคุณค่าเงื่อนไข (Condition Value) ในเหตุการณ์ที่มีคุณค่าด้านอื่น ๆ รวมอยู่ด้วย

แนวคิดภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน (Festivalscapes of Chinese New Year Festival)

ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน สามารถนำเสนอถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการจัดเทศกาล ที่คำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในงานเทศกาล Lee et al. (as cited in Chen, King, & Suntikul, 2019) จำแนกภูมิทัศน์เทศกาล ไว้ดังนี้

1. เนื้อหา (Program Content) การออกแบบเนื้อหาที่นำเสนอในเทศกาลต้องวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์ คุณค่าของวัฒนธรรมที่จะนำมาเป็นกรอบการดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในลักษณะแนวคิด (Theme) ของงานเทศกาล หรือ โปรแกรม (Program) ที่จะถูกจัดขึ้นในแต่ละวันของเทศกาลตรุษจีน เป็นองค์ประกอบที่สามารถกำหนด ควบคุม และนำมาเป็นแนวทางที่จะทำให้ ผู้เยี่ยมเยือนเกิดความพึงพอใจ ความรักดี และค่านิยม ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. กิจกรรมที่สร้างความบันเทิงใจ (Entertainment) กิจกรรมจะต้องมีการโต้ตอบ และส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมเยือน มีส่วนร่วมมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ อาจมีการมอบของที่ระลึก มอบส่วนลดจูงใจ สำหรับผู้เยี่ยมเยือนที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ กิจกรรมปรับแต่งให้เข้ากับความต้องการและข้อจำกัดของผู้เยี่ยมเยือน เช่น การแสดงต่าง ๆ การบอกเล่าเรื่องราว ด้วยแนวคิด หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งนี้ กิจกรรมจะมีอิทธิพลต่ออารมณ์ ความรู้สึกของผู้เยี่ยมเยือนที่สามารถ นำมาทำนายความตั้งใจในการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้เยี่ยมเยือนได้ดีกว่า การศึกษาลักษณะทั่วไปของเทศกาล

3. การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) หมายถึง การสื่อสารกับผู้เยี่ยมเยือน ตั้งแต่ก่อนจัดเทศกาล ช่วงที่มีเทศกาล และสิ้นสุดของเทศกาล อาจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง การสร้างภาพลักษณ์ของเทศกาล เพื่อเพิ่มการเข้าเยี่ยมชมเทศกาล หาก ผู้เยี่ยมเยือนมีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับเทศกาล ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เยี่ยมเยือนและเทศกาล จะแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น และสามารถพัฒนาไปสู่ความภักดี (Loyalty) รวมถึงการเพิ่มความรู้สึกความเป็นกลุ่ม หรือความเป็นพวกเดียวกันทางวัฒนธรรมต่อเทศกาล ทั้งนี้ การสร้างคุณค่าให้กับผู้เยี่ยมเยือน ควรสนับสนุนการเข้าถึงทางอารมณ์และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้เยี่ยมเยือน โดยใช้ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การรับรส กลิ่น ที่แผนพับ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน และการใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) มาเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่ง ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมเยือน ได้โดยเฉพาะการสื่อสารทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) มากกว่าช่องทางสื่ออื่น ๆ จะสามารถส่งผลกระทบต่ทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมของผู้เยี่ยมเยือนได้โดยตรง

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ต้องคำนึงถึงความหลายหลายและเพียงพอต่อความต้องการของ ผู้เยี่ยมเยือน เช่น ที่จอดรถ การบริการขนส่งสาธารณะ รวมไปถึง การบริการอาหาร (Food) ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ รสชาติ สะอาดและมีคุณภาพและ ของที่ระลึก

(Souvenir) ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

5. พนักงาน (Staff) หมายถึง คุณภาพของการบริการที่ต้องคำนึงถึงรายละเอียด ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและทักษะ (Professionalism and Skills) 2. ทักษะคติและพฤติกรรม (Attitudes and Behavior) 3. การเข้าถึงและ ความยืดหยุ่น (Accessibility and Flexibility) 4. ความน่าเชื่อถือและความสัตย์ (Reliability and Trustworthiness) 5. ชื่อเสียง และความน่าไว้วางใจ (Reputation and Credibility)

6. สถานที่ (Location) ในการจัดเทศกาลต้องมีการตกแต่งหรือคัดสรรบริเวณที่มีสถาปัตยกรรมที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องตกแต่งป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ ที่มีความคิดสร้างสรรค์และสื่อถึงเทศกาลทางวัฒนธรรม รวมไปถึงประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพแสง สี เสียง หรือ การใช้นักแปลภาษา (Translator) เนื่องจากไม่ใช่ผู้เข้าร่วมทุกคนที่เข้าใจภาษาท้องถิ่น

7. สภาพแวดล้อมทั่วไป (Environment) หมายถึง บริเวณโดยรอบของเทศกาลต้องคำนึงถึง 1. ความสะอาด ให้มีมาตรฐานเป็นไปตามสุขลักษณะ 2. การบริหารจัดการความแออัด เทศกาลต้องมีพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับผู้เยี่ยมชมและมีแนวทางในการกระจายกลุ่มผู้เยี่ยมชมไม่ให้เกิดความแออัดบริเวณใดบริเวณหนึ่ง 3. ห้องน้ำ 4. ที่นั่ง 5. ทิวทัศน์ บริเวณเทศกาลเหมาะแก่การพักผ่อน มีความเป็นธรรมชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์เป็นผู้เยี่ยมชมชาวไทย จำนวน 68,230 คน (Tourism Authority of Thailand [TAT], 2023) อีกทั้ง เป็นการศึกษาการรับรู้คุณค่าเชิงวัฒนธรรมระหว่างผู้ส่งมอบและผู้รับรู้ ดังนั้น การวิจัยนี้จึงเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้มีส่วนได้เสียและผู้เยี่ยมชมชาวไทยที่มีจำนวนมากที่สุด การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้แนวคิดของ Nastasi and Schensul (as cited in Suthiwasinnon, & Pasunon, 2016) ที่กล่าวว่า ในกรณี ใช้การสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Interviewing key informants) และ/หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีประมาณ 5-30 บุคคล ขึ้นอยู่กับความอัม昧ตัวของข้อมูล และควรใช้เวลาในการสัมภาษณ์ครั้งละ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลโดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 17 คน มีเกณฑ์คัดเลือกคือ เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและเทศกาลตรุษจีนและ มีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน

ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย จำนวน 13 คน มีเกณฑ์คัดเลือกคือ เป็นผู้ที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ที่มีประสบการณ์ในการเยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ไม่เกิน 24 ชั่วโมง หรือไม่มีการพักค้างคืน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) กับผู้ให้ข้อมูล โดยการสร้าง แบบสัมภาษณ์ทั้งหมด 2 ชุด สำหรับสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) และสำหรับผู้เยี่ยมเยือน แบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล การส่งมอบคุณค่าผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตามองค์ประกอบทั้ง 7 ด้าน และการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ของ ผู้เยี่ยมเยือนผ่าน ภูมิทัศน์เทศกาล และตอนที่ 3 เป็นการให้ข้อเสนอแนะในการจัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

2. เครื่องบันทึกเสียง เพื่อนำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ให้ครบถ้วน

3. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Checklist Form) ที่พัฒนาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมตามประเด็นที่ถูกสังเคราะห์มาจากภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

4. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสังเกตการณ์แบบ มีส่วนร่วม (Participant Observation) มาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล เพื่อสนับสนุนความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้วิธีสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ผ่านการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสังเกตการณ์แบบ มีส่วนร่วม (Participant Observation)

4.2 ถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) อย่างละเอียดแบบ คำต่อคำ (Transcribing Interview) โดยไม่ข้ามประโยคใด ประโยคหนึ่ง เนื่องจากข้อมูลบางอย่างอาจนำมาใช้ใน การตรวจสอบภายหลังได้

4.3 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มข้อมูล (Categories) เพื่อหาความเชื่อมโยงและนำมาหาข้อสรุปในประเด็นการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

4.4 นำข้อมูลที่ได้จากการสรุปกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอีกครั้ง เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลและเป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและนำข้อมูลมาสังเคราะห์และเปรียบเทียบผลการศึกษาก่อนจะนำมาสรุปเป็นครั้งสุดท้ายและนำมาอภิปรายผลตามจุดประสงค์ของการวิจัยในเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยเชิงสังเคราะห์

1) ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ วัตถุประสงค์ที่ 2 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อวิเคราะห์คุณค่าที่ส่งมอบทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวและการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบจากผู้มีส่วนได้เสีย	ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ของผู้เยี่ยมเยือน
คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual value)	สิริมงคล การอำนวยความสะดวก ศรัทธา	ขบวนแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ	สิริมงคล ขอพร ศรัทธา
	สิริมงคล การอำนวยความสะดวก ศรัทธา โซคลาก โซคตี ปิดเป่าสิ่งไม่ดี	ศาลเจ้าชั่วคราว	สิริมงคล ขอพร ศรัทธา รำรวย ปิดเป่าสิ่งที่ไม่ดี
คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value)	การคงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่น	การเชิดสิงโต	ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบจากผู้มีส่วนได้เสีย	ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ของผู้เยี่ยมชม
คุณค่าด้านสังคม (Social Value)	การสร้างแรงดึงดูดใจ	การประชาสัมพันธ์	การแบ่งปันประสบการณ์
	ปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม	กิจกรรมและการแสดง	ปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม การกลับถิ่นฐาน
คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	ตื่นตาตื่นใจ สนุกสนาน	ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ	ตื่นตาตื่นใจ สนุกสนาน
	ตื่นตาตื่นใจ ความตระการตา สนุกสนาน	กิจกรรมและการแสดง	ตื่นตาตื่นใจ ความตระการตา สนุกสนาน
	ความสวยงาม ความเพลิดเพลิน	แนวคิดในการจัดเทศกาลตรุษจีน	ความสวยงาม ความเพลิดเพลิน
	การสร้างความผ่อนคลาย	สถานที่จัดเทศกาล	ความผ่อนคลาย
คุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value)	โอกาสในการท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัด	โอกาสในการท่องเที่ยว
	ความสะดวกสบาย	สิ่งอำนวยความสะดวก	ความสะดวกสบาย

Note. The comparison between the delivery of tourism value by local stakeholders and the perceived value of tourism by visitors

จากการวิเคราะห์การส่งมอบคุณค่าจากมุมมองผู้มีส่วนได้เสียและการรับรู้คุณค่าจากผู้เยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าการส่งมอบและการรับรู้คุณค่าด้านต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกันระหว่าง ผู้ส่งมอบและผู้รับรู้คุณค่า กล่าวคือ

คุณค่าจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ที่ผู้เยี่ยมชมรับรู้ ได้แก่ สิริมงคล การอำนวยการ โชคลาภ โชคดี ความร่ำรวย การปิดเป่าสิ่งไม่ดี และศรัทธา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้ถึงคุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ของเทศกาลตรุษจีนตามคุณค่าที่ผู้จัดงานตั้งใจส่งมอบให้ โดยคุณค่านั้นถูกส่งผ่านขบวนแห่ เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และขบวนแห่อีก 13 ขบวน แต่ละขบวนมีการประกอบพิธีกรรมทางความเชื่อ

ควบคู่กันไปตลอดเส้นทาง เช่น ขบวนรำทรง (ม้าทรง) เทพเจ้ากวนอู รำทรงเทพเจ้ากวนอู ที่ลงมาประทับผ่านการนั่งเก้าอี้บนตะปู การใช้มีดกรีดลิ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงการลงมาประทับของเทพเจ้ากวนอูที่ลงมาวยพรแก่ผู้เยี่ยมเยือน รวมถึง การแจกจ่ายผู้หรือกระดาษยันต์ที่ถูกเขียนขึ้นจากรำทรง (ม้าทรง) เทพเจ้ากวนอูให้แก่ประชาชนที่มาร่วมชมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เพื่อเป็นของที่ระลึกมงคลที่ช่วยป้องกันสิ่งที่ไม่ดีและเพิ่มความเป็นสิริมงคล และการแจกจ่ายน้ำมันต์และข้าวสารเสกที่มาจากเกจิอาจารย์ชื่อดังของจังหวัดนครสวรรค์ กิจกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจ หรือความศักดิ์สิทธิ์ และความศักดิ์สิทธิ์นั่นเองที่เป็นสิ่งเยียวยาทางจิตวิญญาณผู้คนที่เคารพรูปไหว้หรือมีความศรัทธา นอกจากนี้ การจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราว เพื่อเป็นที่ประทับชั่วคราวของเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผาและศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิมของจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเชื่อว่าเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผาและศาลเจ้าพ่อ เทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิมจะมาสถิตที่ศาลเจ้าชั่วคราว เพื่ออวยพรผู้ที่มากราบไหว้ให้มีความเป็นสิริมงคล โชคลาภมาแก่ตนเอง และช่วยคุ้มครองผู้ที่เดินทางให้ถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย

คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) พบว่ามีความสอดคล้องกันระหว่างผู้ตั้งใจส่งมอบและผู้รับรู้คุณค่าผ่านการนำเสนอการคงอยู่ของวัฒนธรรมจีน 5 กลุ่มภาษาที่ยังถูกอนุรักษ์และมีความชัดเจนที่สุด ผ่านการเชดสิงโตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มสมาคมชาวจีน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1. สิงโตกว้างสวหรือสิงโตกวางตุ้ง (廣東) 2. เสือไหหลำ (海南) 3. สิงโตฮากกา (客家) 4. สิงโตปักกิ่ง (潮州) 5. สิงโตฮกเกี้ยน (福建) ในการเข้าร่วมแสดงการเชดสิงโต โดยการเชดสิงโตแต่ละกลุ่มจะถูกถ่ายทอดมาเฉพาะกลุ่มความเชื่อ นั้น ๆ เช่น การเชดสิงโตฮกเกี้ยนมีท่าทางการเชด ที่ดุเด่น เข้มแข็ง สิงโตมีการใช้โทนสีเข้ม สีเขียว แตกต่างกับการเชดสิงโตปักกิ่ง การแสดงท่วงท่าที่สนุกสนานชวนหัวเราะ สิงโตมีการใช้สีเหลืองทองเป็นหลักและแทรก สีแดงและสีเขียว

คุณค่าทางสังคม (Social Value) พบว่าคุณค่าที่ถูกรับรู้จากผู้เยี่ยมเยือน คือ การเกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การกลับถิ่นฐาน เพื่อมาเยี่ยมเยือนครอบครัวในช่วงเทศกาลตรุษจีน และการแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่ผู้จัดงานมีความตั้งใจในการสร้างสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งดึงดูดใจผ่านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการจ้างผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ เช่น ดารา พิธีกร นางงามที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เพื่อเป็นอีกหนึ่งปัจจัย ที่ดึงดูดผู้เยี่ยมเยือน และกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม เช่น การร่วมสร้างแฮชแท็ก (Hashtag) เพื่อเชิญชวนให้มาเที่ยวเทศกาลตรุษจีน การร่วมทำกิจกรรมกับครอบครัว ในขณะเดียวกัน ผู้เยี่ยมเยือนสามารถรับรู้คุณค่าได้จากสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นเห็นได้จากการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านแฮชแท็ก (Hashtag) โดยเฉพาะการลงรูปภาพสวมชุดกี่เพ้า ที่มี

รูปแบบสีสนร่วมสมัยผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของคนจีน และการแสดง ซึ่งมีมากกว่า 80 รายการตลอดระยะเวลา 12 วันของการจัดเทศกาล สร้างการมีส่วนร่วมโดยการคัดเลือกวัฒนธรรมท้องถิ่นจีน และวัฒนธรรมท้องถิ่นอื่น ๆ ในอำเภอข้างเคียงมาแสดงร่วมกัน ทั้งนี้ กิจกรรมและการแสดงต้องเป็นไปตามแนวคิดหลักในการจัดเทศกาลตรุษจีน

คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ถูกนำเสนอผ่านกิจกรรมและ การแสดง แนวคิดในการจัดงาน ที่เน้นความแปลกใหม่ในแต่ละปี จากการนำเสนอหนึ่ง อัตลักษณ์จากอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งหมดเป็นพื้นฐานในการจัดเทศกาลตรุษจีน สถานที่จัดงานมีความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครสวรรค์ที่สะท้อนให้เห็นถึง วิถีชีวิตและต้นกำเนิดของเทศกาลตรุษจีนและตกแต่งอย่างประณีตงดงาม การประดับประดาด้วยสิ่งของแบบจีนทำให้ช่วยสร้างบรรยากาศวัฒนธรรมจีน เช่น เติ่งลั้งสถาปัตยกรรมจีนจากชุมชนจีนโบราณที่ยังคงปรากฏอยู่ในปัจจุบัน รวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศโดยรอบเทศกาลมีความปลอดภัยโปร่งร่มรื่น และผ่อนคลาย เนื่องจากสถานที่จัดงานติดกับทิวทัศน์ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา และขบวนแห่ เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพที่สร้างความน่าตื่นตา/ตื่นใจ ความเพลิดเพลิน/ความผ่อนคลาย ความสวยงาม และความสนุกสนานจากการเยียมเยือนเทศกาลตรุษจีน ซึ่งคุณค่าด้านอารมณ์เหล่านี้ มีความสอดคล้องกันทั้งในฝั่งของผู้จัดงานหรือผู้มีส่วนได้เสียและผู้เยี่ยมเยือน

คุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) มีความสอดคล้องกันระหว่างผู้ส่งมอบคุณค่าและผู้รับรู้คุณค่า ได้แก่ โอกาสในการได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดนครสวรรค์ พาสาน และความสะอาดสบาย เห็นได้จากการจัดเตรียมสถานที่จอดรถ ระบบขนส่งสาธารณะภายในเทศกาลตรุษจีนที่ให้บริการตลอดการจัดงาน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการจากอาสาสมัครที่ผ่านการอบรมวัฒนธรรมท้องถิ่นจากผู้จัดงานเพื่อสื่อความหมายให้ผู้เยี่ยมเยือนเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงความร่วมมือของตำรวจท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าคุณค่าที่ส่งมอบโดยผู้มีส่วนเสียและคุณค่าที่ถูกรับรู้โดยผู้เยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีน มีความสอดคล้องกันในทุกคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) และคุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) เนื่องจากผู้จัดงานพัฒนาเทศกาลตรุษจีนในทุกปี โดยมีการเก็บรวบรวมความคิดเห็น

ของผู้เยี่ยมเยือน ที่แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อนำมาวางแผนให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมเยือน ในขณะเดียวกันผู้จัดงานมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์บนแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) ถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมเยือนได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจง่าย และด้วยความร่วมของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนที่มีการแบ่งปันข้อมูลในหน้าเพจของหน่วยงาน ซึ่งเป็นการกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มผู้เยี่ยมเยือนได้กว้างมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้เยี่ยมเยือนสามารถเข้าถึงบรรยากาศประวัติศาสตร์ ประสบการณ์ของผู้เยี่ยมเยือนของผู้เยี่ยมเยือนท่านอื่น ๆ ผ่านแฮชแท็ก (Hashtag) ที่ผู้จัดงานมีการจัดทำขึ้น เช่น #ประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ #paknamphochinesenewyearfestival #ตรุษจีนปากน้ำโพ #ตรุษจีนนครสวรรค์ และมีการจัดเตรียมป้ายสื่อความหมาย วิดีโอ แผ่นพับที่มีความน่าสนใจตามแนวคิด (Theme) การจัดเทศกาลตรุษจีน แด่ยังคงความเป็นเนื้อหาที่สำคัญของอัตลักษณ์เทศกาลตรุษจีน ทั้งนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์จะมีการเปลี่ยนแปลงจากในอดีต โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการจัดงาน การใช้การประชาสัมพันธ์ ผ่านผู้มีอิทธิพลในสื่อ หรือการใช้ช่องทางสื่อสารแบบออนไลน์ เป็นเพียงการปรับเปลี่ยนตามบริบทของสังคมปัจจุบัน ซึ่งหากคุณค่าหลักของเทศกาลยังคงอยู่ทำให้ส่งต่อความเดิมแท้จากอดีตสู่ปัจจุบันได้ ดังเช่นเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีการจัดงานสืบต่อกันมาถึง 107 ปี Chen, King, and Suntikul, (2019) กล่าวว่า การออกแบบ ภูมิทัศน์เทศกาลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้เยี่ยมเยือน เทศกาล เนื่องจากภูมิทัศน์เทศกาล มีอิทธิพลอย่างมากต่อประสบการณ์ทางอารมณ์ของผู้เยี่ยมเยือน เช่น ความพึงพอใจ ความถูกต้อง คุณภาพ คุณค่า ความภาคภูมิใจต่อเทศกาล และความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวเทศกาลอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ Mason and Paggiaro (as cited in Chen, King, & Suntikul, 2019) ที่กล่าวว่า ภูมิทัศน์เทศกาลเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมเยือนมีความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและสามารถแบ่งปันประสบการณ์กับผู้อื่นได้มากขึ้น นอกเหนือจากการแบ่งปันผ่านรูปถ่าย หรือบรรยากาศของเทศกาลเท่านั้น รวมถึงภูมิทัศน์เทศกาลเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เทศกาลมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ และส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมเยือนสามารถจดจำเทศกาลได้ ถึงแม้ว่าเทศกาลจะมีความคล้ายคลึงกันในหลายพื้นที่ ดังนั้น การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยว โดยใช้ภูมิทัศน์เทศกาลมาจัดเตรียมองค์ประกอบ เช่น สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ป้าย สัญลักษณ์ การจัดแสง ความสวยงามต่าง ๆ จะเป็นสื่อกลางที่ทำให้ ผู้เยี่ยมเยือนสามารถตระหนักถึงคุณค่าของเทศกาลตรุษจีนโดยเฉพาะคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ที่ผู้เยี่ยมเยือนจะรับรู้ถึงความสนุกสนาน สวยงาม และความเพลิดเพลิน

คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้จากเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

ผลศึกษาชี้ให้เห็นว่า คุณค่าหลักในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ยังคง สืบทอดจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์พบว่า คุณค่าทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) คุณค่าทางทางอารมณ์ (Emotional Value) และ คุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) นั้น ยังคงถูกสั่งสมและส่งมอบภายในสังคมปากน้ำโพจากรุ่นสู่รุ่น กล่าวคือ คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ถูกส่งผ่านความเคารพ ความกตัญญูต่อเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และบรรพบุรุษตามความเชื่อที่ว่าเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและบรรพบุรุษเป็นพลังอำนาจที่คอยปกป้องดูแลคุ้มครองชาวบ้านให้แคล้วคลาดปลอดภัย ดังนั้นการจัดเทศกาลตรุษจีนเกิดจากความรู้สึกตักต้อนต่อเทพเจ้าและบรรพบุรุษ (Dinfa, 2014, p. 53) ส่งผลให้ผู้จัดสืบทอดความเชื่อจากการจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราวและการบูรณะเกี้ยวที่ใช้แห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และดำเนินการตามพิธีกรรมที่ถูกบันทึกไว้ตั้งแต่อดีต ในขณะเดียวกันการจัดเทศกาลตรุษจีนยังคงมีความเชื่อมโยงกับคุณค่าทางสังคม (Social Value) เนื่องจากชุมชนท้องถิ่น มีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วม เผยแพร่ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้แก่ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน เช่นการมีส่วนร่วมจากการเป็นสื่อกลางในการเชิญชวนให้คนรู้จักเข้ามาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน และการมีส่วนร่วมในการบอกเล่าถึงประวัติศาสตร์ ความเชื่อ จุดท่องเที่ยวที่สำคัญภายในเทศกาลตรุษจีนให้กับคนรู้จัก ที่ได้มาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน รวมไปถึงการมีส่วนร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นจากการสวมใส่ชุดตามความเชื่อของชาวจีน เช่น การสวมใส่เสื้อสีแดงหรือการสวมใส่ชุดเกี้ยวให้มีความกลมกลืนกับเทศกาลตรุษจีน ดังนั้น เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืนจากการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Tawichasri, 2017, p. 68) เนื่องจากในการจัดเทศกาลตรุษจีนนั้นจะมีพื้นที่ในการเผยแพร่ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีน รวมถึงการอธิบายถึงความเชื่อทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ความเชื่อเรื่องการคัดเลือกคณะกรรมกรจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ผ่านพิธีกรรมที่ถูกสืบทอดมาอย่างยาวนาน (ปู่ะปวย) ขั้นตอนการไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และความเชื่อทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับพิธีเปลี่ยนชะตา จากข้างต้นสรุปได้ว่าคุณค่าทางการท่องเที่ยวในงานเทศกาลตรุษจีนที่ทรงพลังจนทำให้ผู้เยี่ยมชมหรือผู้เยี่ยมชมรับรู้คุณค่านั้นได้ต้องเกิดจากการสั่งสมคุณค่าจากคนในชุมชน จนทำให้สิ่งนั้นกลายเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และที่สำคัญคนท้องถิ่น ต้องรับรู้ถึงคุณค่าเหล่านั้นก่อนจึงจะสามารถออกแบบการส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้เยี่ยมชม ได้สอดคล้องกับ Suebyart (2016, pp. 26-28) ที่ศึกษาเรื่องกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ปัญหาและแนวทางแก้ไข กล่าวไว้ว่า ชุมชนท้องถิ่นจะต้องรู้จักประเพณี

วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมาตั้งแต่อดีต ซึ่งความผูกพันนี้จะส่งผลต่อความรู้สึกรักหวงแหน และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น นำมาซึ่งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างเข้มแข็งและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผ่านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ของคนท้องถิ่น โดยการแนะนำวิถีชีวิต สถาปัตยกรรม และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมของพื้นที่ให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจได้ง่ายและถูกต้อง และสร้างประสบการณ์ทรงจำที่ประทับใจในที่สุด

การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

การอนุรักษ์วัฒนธรรมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ผู้เยี่ยมชมเกิดความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ตนไปเยือนอย่างลึกซึ้ง และตระหนักถึงคุณค่าที่ตนได้รับจากประสบการณ์ในรูปแบบต่าง ๆ เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ จากมุมมองของผู้เยี่ยมชม ภูมิทัศน์เทศกาลมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมจีน ผ่านการตกแต่ง ประดับประดาด้วยสิ่งของ การแสดงทางวัฒนธรรมและ การถ่ายทอดเรื่องราวผ่านแนวคิดต่าง ๆ เช่น แนวคิด “มังกร เบิกฟ้า บุปผาเบ่งบาน” ที่ประดับด้วยดอกไม้ตามศิลปะจีน เช่น ดอกบัว ดอกโบตั๋น มาตกแต่งให้มีความสวยงามตามเทพนิยายในทุกองค์ประกอบ เช่น ป้ายข้อความหมาย ร้านค้า ในชบวนแห่ฯ รวมไปถึงการนำลวดลายมังกรทองตามสัญลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้ ภายในเทศกาลตรุษจีนประกอบไปด้วยกิจกรรมที่สามารถสร้างความสนุกสนานตระการตา ตื่นตาตื่นใจให้กับผู้เยี่ยมชม ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมต้องการแบ่งปันประสบการณ์ของตนผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงการบอกต่อกับคนรู้จัก และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Ahithan, 2019, pp. 95-98) จะเห็นได้ว่าคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ขึ้นเกิดขึ้นในคราวเดียวกันได้หลายคุณค่า ดังเช่นตัวอย่างนี้ การเกิดคุณค่าทางสังคม (Social Value) คือการแบ่งปันข้อมูล การบอกต่อและการชักชวนให้ผู้อื่นเดินทางมาร่วมเทศกาลตรุษจีน ในขณะเดียวกัน การสื่อสารข้อมูลที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เรื่องราวความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีน และความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ยังถือเป็นจุดเด่นของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ แสดงให้เห็นถึงการส่งมอบคุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) โดยใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับยุคสมัยและกลมกลืนไปกับเนื้อหาในงานเทศกาลตรุษจีน ยังเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวในงานเทศกาลตรุษจีนอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม มีคุณค่าบางด้านที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ส่งมอบและผู้รับรู้ เช่น คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ที่ผู้เยี่ยมชมให้ความสำคัญกับการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้เยี่ยมชมบางกลุ่มยังถือโอกาสกลับมาเยี่ยมชมครอบครัวมากกว่าการรับรู้ถึงแรงดึงดูดใจจากการจัดงานเทศกาลตรุษจีนตามที่มีผู้มีส่วนได้เสียตั้งใจส่งมอบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Liaotrakul, Khor Charoen, and Netphokaew (2016) พบว่าผู้เยี่ยมชม

มองว่าเทศกาลตรุษจีนคือช่วงที่มีวันหยุดให้ได้กลับไปพักผ่อนที่ภูมิลำเนาเดิม และพบปะกับครอบครัว เพื่อผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน

ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน

การออกแบบภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์สามารถส่งมอบคุณค่าที่มีความสอดคล้องกันระหว่างระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เยี่ยมชม เนื่องจากเทศกาลตรุษจีนมีแนวคิดที่ชัดเจน คือเป็นกิจกรรมพิเศษที่นำเสนอวัฒนธรรมจีน ผ่านเครื่องมือการสื่อสารที่ออกแบบให้เข้าใจง่าย ยิ่งในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยี ที่ทันสมัย ทำให้สามารถออกแบบวิธีการและเนื้อหาที่เข้าถึงกลุ่มผู้เยี่ยมชมได้ครอบคลุมทุกกลุ่มและในเวลาอันรวดเร็วสอดคล้องกับการศึกษาของ Thongnak and Phonghanyuth (2018, p. 12) กล่าวว่า การรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจ เนื่องจากผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้ประสบการณ์การท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมชมท่านอื่น ๆ และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลากหลาย

1. เนื้อหา (Program Content) มีการออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับแนวคิด ของงาน ถึงแม้จะมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาในทุกปี แต่แนวคิดหลักยังคงเป็นการนำเสนอความรุ่มรวยของวัฒนธรรมจีนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภายในเทศกาลตรุษจีน ผู้จัดงานมีการทำป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับรายการประจำวัน โดยกิจกรรมและการแสดงในแต่ละวันนั้นต้องมีวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดนครสวรรค์เป็นพื้นฐานในขณะเดียวกันผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้ถึงโปรแกรม (Program) และแนวคิด (Theme) การจัดเทศกาลตรุษจีนได้ ผ่านการประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้เยี่ยมชมเข้าถึงข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้มากที่สุด

2. การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาพัฒนา ทำให้กิจกรรมในเทศกาลตรุษจีนมีความน่าสนใจ ดึงดูดผู้เยี่ยมชมได้มากขึ้น ทำให้งาน ไม่น่าเบื่อ และสร้างการมีส่วนร่วมให้ผู้เยี่ยมชม โดยผู้จัดงานจัดทำกิจกรรมที่หลากหลาย มุ่งเน้นให้ผู้เยี่ยมชมมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความบันเทิงได้ เช่น กิจกรรมสายบุญ กิจกรรมเก๋ดีมังกรแก้ว กิจกรรมเช้คอิน กิจกรรมแต่งหน้าเอ็งกอร์ โดยกิจกรรมต่าง ๆ จะมีของที่ระลึก ที่แสดงให้เห็นถึงเทศกาลตรุษจีนให้กับ ผู้เยี่ยมชม เช่น พวงกุญแจ ปิ่นกษัตริย์ที่สลักอักษรจีนเป็นความหมายมงคล รูปภาพประวัติศาสตร์จังหวัดนครสวรรค์ โดยกิจกรรมที่ผู้จัดงาน ภาครัฐและเอกชนที่นำมามีส่วนร่วมนั้นต้องเป็นไปตามแนวคิด (Theme) การจัดเทศกาลตรุษจีน ในขณะเดียวกัน ผู้เยี่ยมชมรู้สึกประทับใจที่ได้รับของที่ระลึกที่แตกต่างกันในแต่ละปี กิจกรรมนี้ทำให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ถือได้ว่าเป็น กลยุทธ์ที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่ผู้เยี่ยมชม

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการจัดเทศกาล จากการศึกษาพบว่า จังหวัดนครสวรรค์มีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการจัดงาน เช่น ที่จอดรถบริเวณรอบเทศกาล รถรับ-ส่ง

ระหว่างที่จอดรถไปยังพื้นที่จัดงาน ทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงสถานที่จัดงานได้ โดยสะดวก ถึงขยะ ห้องน้ำเคลื่อนที่ และการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มจากร้านที่มีชื่อเสียงของจังหวัด เช่น ภัตตาคารหงส์ฟ้า ภัตตาคารเล่งหงส์ โมจิแม็กกุหลาบ นอกจากนี้ ยังมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารขึ้นชื่อของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ลูกชิ้นปลา อังถั่วก้วย ขนมหาลโปเปี้ยะ ของที่ระลึก

4. พนักงาน (Staff) ผู้จัดงานได้มีการจัดเตรียมอาสาสมัครอยู่ในบริเวณจุดประชาสัมพันธ์ และจุดที่สำคัญ เช่น ทางเข้าถนนวัฒนธรรม ศาลเจ้าชั่วคราว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เยี่ยมชม เช่น ความเข้าใจวิธีการไหว้ ตามวัฒนธรรม ความเป็นมา เทศกาลตรุษจีน โดยอาสาสมัครจะมีเสื้อหรือสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่าอาสาสมัครในเทศกาลตรุษจีน เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมสังเกตได้ง่าย จากการสังเกตพบว่า ผู้เยี่ยมชมมักจะเข้ามาติดต่อสอบถามกับอาสาสมัครอยู่เป็นประจำ ถึงแม้จะมีการนำเสนอข้อมูลจากป้ายสื่อความหมายหรือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์แล้วก็ตาม ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการเตรียมความพร้อมผู้ให้บริการหรืออาสาสมัครที่เป็นบุคคลยังมีความจำเป็นในการจัดงานหรือเทศกาล เชิงวัฒนธรรม ที่ผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น

5. สถานที่ (Location) สถานที่ในการจัดเทศกาลตรุษจีนเป็นจุดเริ่มต้นของเทศกาลตรุษจีนและเป็นต้นกำเนิดของวิถีชีวิตของคนนครสวรรค์ โดยอยู่ติดกับต้นแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้เห็นถึงชุมชนจีนที่ยังคงปรากฏลักษณะสถาปัตยกรรม รวมถึงวิถีชีวิต ที่ยังคงมีการใช้เรือในการเดินทาง หรือการมองเห็นถึงวัด ศาลเจ้าที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ ทำให้เกิดคุณค่าด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic Value) ควบคู่ด้วย นอกจากนี้ การตกแต่ง ประดับประดาสถานที่ให้มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจภายใต้แนวคิดของการจัดงาน พื้นที่ไม่หนาแน่นจนเกินไป การกระจายผู้เยี่ยมชมให้ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดเทศกาลเชิงวัฒนธรรม สามารถส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่แท้จริงให้แก่ผู้เยี่ยมชมได้

6. สภาพแวดล้อมทั่วไป (Environment) ภายในผู้จัดงานมีการจัดเตรียม ความสะอาดโดยการจัดเตรียมถังขยะ อยู่บริเวณรอบเทศกาล การกำหนดพื้นที่ในการทำกิจกรรม เช่น การถ่ายรูป นั่งชมการแสดง พื้นที่การซื้อของ ทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเดินทางไปยังบริเวณที่ตนสนใจได้ การจัดเตรียมที่นั่งบริเวณริมต้นแม่น้ำเจ้าพระยาสามารถรองรับ ผู้เยี่ยมชมได้มากกว่า 100 คน และมีทิวทัศน์ติดกับธรรมชาติ โดยผู้เยี่ยมชมมองว่าเป็นบริเวณที่สามารถนั่งพักผ่อนพร้อมกับรับชมการแสดงทางวัฒนธรรมได้อย่างเพลิดเพลิน

แนวทางการพัฒนาเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

จากการศึกษาพบว่าคุณค่าการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบและการรับรู้คุณค่า มีความสอดคล้องกัน 5 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) และคุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) แต่ในขณะเดียวกัน

เทศกาลตรุษจีนยังแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ของแต่ละคุณค่าการท่องเที่ยวที่ผู้จัดงานไม่ได้ถูกหยิบยกมานำเสนอให้เห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1) เพิ่มความตระหนักคุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลด้านกิจกรรมและการแสดง จากผลการวิจัยในครั้งนี้นับพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนสามารถรับรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น 5 ภาษาผ่านการ เชิดสิงโต ความแตกต่างของลักษณะสิงโต และท่วงท่าในการเชิดสิงโตที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผู้จัดงานฯ ยังมีการนำเสนอ คติธรรม ความเชื่อของชาวจีน 5 กลุ่มภาษานำเสนอผ่านความศรัทธาต่อองค์เทพเจ้า เช่น ชาวจีนไท่หลิงมีความเชื่อต่อองค์เจ้าแม่ทับทิม ชาวจีนฮากกามีความศรัทธาต่อเทพเจ้ากวนอู ส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนเกิดการเรียนรู้ในเอกลักษณ์วัฒนธรรมจีนมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ผู้จัดได้นำเสนอวัฒนธรรมภาษาผ่านตัวอักษรจีนที่อยู่รอบบริเวณศาลเจ้าชัวคราว โดยมีการจัดเตรียมอาสาสมัครมาอธิบายถึงความหมายของอักษรจีนที่นำมาตกแต่งไว้ภายในศาลเจ้าชัวคราว เช่น 國泰民安 แปลว่า แผ่นดินร่มเย็นเป็นสุข หรือการจัดตั้งนิทรรศการอธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญภายในเทศกาลตรุษจีน เช่น ภายในเทศกาลตรุษจีนจะมีการจัดตั้งโรงจั่ว 3 คณะ โดยสองโรงเป็นการแสดงจั่วเต๋ิจั่ว และอีกหนึ่งโรง เป็นการแสดงจั่วไหหลำ (Pak Nam Pho Festival Organizing Committee, n.d, p. 86) ซึ่งการแสดงจั่วของชาวจีน แต่ละกลุ่มมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ผู้จัดฯ ควรมีการสื่อความหมายถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเหล่านี้ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เป็นประโยชน์ต่อผู้เยี่ยมเยือนและ ทำให้เกิดคุณค่าด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย

2) นำเสนอแก่นสาระของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ จากการศึกษาพบว่า คุณค่าทางสังคม (Social Value) ในประเด็นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ผู้เยี่ยมเยือนได้มีการแบ่งปันประสบการณ์บนสื่อออนไลน์ เช่น การโพสต์ภาพถ่าย การร่วมกิจกรรมการสวมใส่ชุดกี่เพ้า อย่างไรก็ตาม ยังพบว่าคุณค่าอีกหลายประการ ที่ยังไม่ได้ถูกหยิบยกมานำเสนอในงาน เช่น จังหวัดนครสวรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของการแห่มังกรทอง โดยมีคณะมังกรแห่งแรกของประเทศไทย ชื่อ “คณะมังกรทองเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ” ลักษณะการแห่มังกรมาจากการประสานความร่วมมือกับแข่งจួយ แซ่ลี้ม เข้ามาฝึกสอนท่าทางการแห่มังกรที่นาฬิกะการต่อสู้แบบกังฟูเข้าร่วมในการแห่มังกรทอง รวมถึงวิธีการประดิษฐ์หัวมังกรทองที่ใช้ในการแห่มังกรอ้างอิงตามตำนานความเชื่อของชาวจีน และนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรุ่งเรือง ความอุดมสมบูรณ์ ความมีอำนาจ เพื่อใช้แทนการอวยพร ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมการแสดง (Pak Nam Pho Festival Organizing Committee, n.d, pp. 31-36) นอกจากนี้ ยังมีการคัดเลือกองค์สมมุติ เจ้าแม่กวนอิมที่มีความเก่าแก่และคงไว้ซึ่งพิธีกรรมการคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมที่ศักดิ์สิทธิ์ มีการคัดเลือกผ่าน พิธีเสี่ยงทาย (ปั่วบวย) เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2494 นับว่าเป็นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมคนแรกของประเทศไทย (Hiranyapan, 2020, p.71) ดังนั้น ผู้จัดงาน

ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอถึงการคงอยู่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นต้นกำเนิดในการแสดงหลาย ๆ ด้าน ที่ยังคงถูกสืบทอดมาตั้งแต่อดีต เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเยือนได้ตระหนักถึงความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ยังคงปรากฏอยู่ให้เห็นในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการศึกษานี้ได้จากการศึกษาเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาต่อยอดแนวคิดโดยการทำการศึกษาเชิงปริมาณจนสามารถสร้างเป็นแนวคิดที่นำไปใช้ในเชิงวิชาการได้ รวมถึงการวิจัยต่อยอดเพื่อศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และการวิจัยในแง่มุมต่าง ๆ ของการพัฒนาแนวคิดการในการจัดเทศกาลท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ความยั่งยืนกับการจัดเทศกาลเชิงวัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

- Ahithan, S. (2019). *The Influences of Perceived Emotional Value Perceived Price Value and Service Quality on Satisfaction Relationship Quality Word of Mouth and Revisit of Using Hotel Services in Bangkok* (Master's Thesis). Retrieved from <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3877>
- Ashton, A.S., Limisariyapong, S., & Islam, R. (2020). The development of value perception toward cultural tourism destination: a Northeast Thailand case study. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 2020 (4), 243-252. Retrieved from https://ejssh.uitm.edu.my/images/Vol4Jan20/PltCH_26.pdf
- Babin, B. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research*, 2008 (6 1), 56–64. Retrieved from https://www.academia.edu/11773475/Festivalscapes_and_patrons_emotions_satisfaction_and_loyalty
- Chen, V., King, B., & Suntikul, W. (2019). Festivalscapes and the visitor experience: An application of the Stimulus Organism Response approach. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 1-24. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/334091197_Festivalscapes_and_the_visitor_experience_An_application_of_the_Stimulus_Organism_Response_approach

- Department of Cultural Promotion. (2019). *The Paknampho Chinese God Festival*. Retrieved from <http://ich.culture.go.th/heritage/detail/62b290dcf7be8fc407c58180>
- Dinfa, P. (2014). The tradition of belief in the Pak Nam Pho Goddess-Goddess procession at present that affects life of Thai people of Chinese descent Pak Nam Pho Subdistrict, Mueang District, Nakhon Sawan Province. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 9(2), 45–59. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/24841>
- Faimanotham, C. (2021). *The development of cultural area as a Pop culture tourism* (Master's Thesis). Retrieved from <https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/5270/3/ChonnipaFaimanotham.pdf>
- Hiranyapan, T. (2020). *Statue of Guan Yin a representative of the beliefs and faith of the people of Pak Nam Pho, Mueang District, Nakhon Sawan Province* (Master's Thesis). Retrieved from https://sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/23543/BA_Thitirat_%20Hirunyaphan.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Liaotrakul, J., Khor Charoen, M., & Netphokaew, A. (2016). Thai-Chinese Ethnic Identity Transmit and Reflect Through A Century of Pak Nam Po Chinese New Year Festival in NokhonSawan. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 10(1), 11-38. Retrieved from <https://commarts.dpu.ac.th/journal/upload/issue/XQIDMDHroq>
- Nalin, S., Chotima, J., Onputtha, S., & Atchira, T. (2020). Tourist's decision to travel to Thai cultural tourism destination in central part of Thailand. *E3S Web of Conferences*, 164, 1- 11.doi:10.1051/e3sconf/202016410002
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, 43(3), 177-195. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jsp.2005.04.003>
- Pak Nam Pho Festival Organizing Committee. (n.d.). *A century of faith 100 years of Chinese New Year continuing the tradition of the God Pak Nam Pho*. Nakhon Sawan: Wisut Printing
- Pak Nam Pho Festival Organizing Committee. (2023). *Prepare to meet special highlights with a caravan of artists and celebrities from GIMMICK*. Retrieved from <https://www.facebook.com/photo?fbid=2367016656791858&set=pcb.2367017160125141>

- Sirimongkol, J. (2022). *Perceived value and brand loyalty among generation Y consumers of Podcast Construct validation and their relationship* (Master's Thesis) . Retrieved from <https://buiir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/5442/1/62920341.pdf>
- Skinner, G. W. (1986). *Chinese society in Thailand: An Analytical History*. Bangkok: Matichon Publishing.
- Stankova, M., & Vassenska, I. (2015). *Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism A sensibilização cultural das tradições locais através do turismo de festivais*. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Raising-cultural-awareness-of-local-traditions-A-do-Stankova-Vassenska/94ab386ceb29cbfa2e8984dbb2274236bc5c2dea>
- Suebyart, T. (2016). Creative Community Tourism Mechanism Management Problems and Solutions. *Ramkhamhaeng University Journal*, 6(2), 15-30. Retrieved from http://www.rujogs.ru.ac.th/journals/17_1693458334.pdf
- Suthiwasinnon, P., & Pasunon, P. (2016). Sampling Strategies for Qualitative Research. *Parichart Journal*, 29(2), 31-48. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/69461>
- Thansettakij. (2023). *Chinese New Year 2023 is crowded with tourism, spending 21 billion*. Retrieved from <https://www.thansettakij.com/business/tourism/553535>
- Thongnak, B., & Phonghanyuth, S. (2018). *Tourist Behaviors about Using Social Media Affecting Destination Selecting of Nakhon Si Thammarat Province*. Retrieved from http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-8_1565078963.pdf
- Tourism Authority of Thailand. (2023). *7 GEN With Event Tourism*. Retrieved from <https://tatreviewmagazine.com/article/7-gen-event-tourism/>
- Twichasri, Vilaiwan. (2017). Identity of Community Concept and Management for Sustainable Tourism by Buddhist Peaceful Means of Chiangkhan Municipality Lei Province. *Journal of Arts Management*, 1(2), 63–74. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/138092/102708>