

บทความวิจัย

ประเภท ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) ที่ใช้สื่อสาร ส่งผลต่อการ ตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ภริณัฐ แก้วสียา¹

Received 1 June 2023

Revises 28 June 2023

Accepted 29 June 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภท ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมาย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 30 คน และนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยวัตถุประสงค์ ผลการวิจัยพบว่า มีซอฟต์ พาวเวอร์ (ซอฟต์ พาวเวอร์) 4 ด้าน และด้านอื่น ๆ 1 ด้าน ที่สื่อสารให้นักท่องเที่ยว มาเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเรียงลำดับสำคัญมากที่สุด ไปน้อยสุด ได้แก่ อันดับ 1 เทศกาลประเพณีไทยและศิลปวัฒนธรรม (Festival) อันดับ 2 ด้านอาหาร (Food) อันดับ 3 ด้านภาพยนตร์ หรือสื่อวีดิทัศน์ (Film) อันดับ 4 ด้านเครื่องแต่งกายแฟชั่น (Fashion) แต่ด้านศิลปะการต่อสู้มวยไทย (Fighting)

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

E-mail: purinat543@gmail.com



ไม่สามารถสื่อสารถึงคุณกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วน ซอฟต์ พาวเวอร์ นอกเหนือจากที่กล่าวมาได้แก่ธรรมชาติที่สวยงาม ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

คำสำคัญ การท่องเที่ยว, ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว, การสื่อสารด้วย

ซอฟต์ พาวเวอร์, จังหวัดนครศรีธรรมราช, ซอฟต์ พาวเวอร์

Soft Power (5F) Type for Various Apply Affecting Decision Making to Travel to Nakhon Si Thammarat Province

Purinat Kaewsiya¹

Abstract

The study on whether soft power (5F) affected tourism in Nakhon Si Thammarat Province had the objective of studying soft power (5F) and other factors that attracted tourists to travel to Nakhon Si Thammarat Province. Qualitative research was employed in this study, and the interview form was completed by the target group, consisting of 30 Thai tourists traveling to Nakhon Si Thammarat province. The research data was collected by the interview forms and it was analyzed to meet research objectives. The research findings revealed that there were four soft power and another aspect motivating Thai tourists to travel to Nakhon Si Thammarat province. Specifically, the four types of soft power, namely 1) festivals, 2) food 3) film or other visual media, and 4) fashion respectively influenced research respondents to visit Nakhon Si Thammarat. However, Thai boxing or Muay Thai which was martial arts was unable to entice Thai tourists to visit Nakhon Si Thammarat province.

¹ Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University
E-mail: purinat543@gmail.com

In addition to the aforementioned pull factors, there was also beautiful nature that attracts Thai tourists to travel in Nakhon Si Thammarat.

Keywords: Tourism, Pull Factors, Soft Power Communication,
Nakhon Si Thammarat Province, Soft Power

บทนำ

ปีพ.ศ. 2565 ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดประชุมเอเปค APEC THAILAND 2022 ภายใต้หัวข้อหลัก “เปิดกว้างสร้างสัมพันธ์ เชื่อมโยงกัน สู่สมดุล Open Connect Balance” (Ministry of Foreign Affairs, 2022) ภายในงานมีการจัดการแสดงถ่ายทอดเป็นผลงานการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม ถ่ายทอด ซอฟต์ พาวเวอร์ ความเป็นไทย วัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5F คือ Food (อาหาร) Fashion (ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น) Fighting (ศิลปะการต่อสู้มวยไทย) Festival (การอนุรักษ์และขับเคลื่อนเทศกาล ประเพณีสู่ระดับโลก) และ Film (ภาพยนตร์และวีดิทัศน์) ให้เป็นที่รู้จักในเวทีนานาชาติ แสดงศักยภาพการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสืบสาน รักษา ต่อยอดและพัฒนาการสร้างคุณค่าเป็นมูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม (Royal Thai Government, 2022)

ซอฟต์ พาวเวอร์ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในช่วงการฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่มุ่งสู่ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy พัฒนามาจากองค์ความรู้ทรัพยากรสินทางปัญญา การศึกษา และการสร้างสรรค์ ซึ่งเชื่อมโยงกับ วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2023)

รัฐบาลภายใต้การนำของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการผลักดันนโยบาย ซอฟต์ พาวเวอร์ และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย (Creative Economy) ให้เป็นหนึ่งในฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และขยายศักยภาพสู่การส่งออกในระดับสากล

(The Standard, 2022) ภายใต้แผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้มีการส่งเสริมนโยบายผลักดันในแต่ละท้องถิ่น คือ ระดับจังหวัด ให้มีการค้นหา ซอฟต์ พาวเวอร์ ส่งเสริมให้แต่ละท้องถิ่นของประเทศไทยมีการเผยแพร่และใช้การสื่อสารการตลาด เพื่อให้เกิดรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะภายหลังจากการเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว เกิดการจับจ่ายใช้สอย สร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและจังหวัด (Pinanong, 2023) โดยมีการผลักดันวัฒนธรรมท้องถิ่นตามนโยบาย 5 F ได้แก่ ภาพยนตร์ (Films) อาหาร (Food) การแต่งกาย (Fashion) การต่อสู้ (Fighting) และเทศกาลต่าง ๆ (Festival) ในท้องถิ่น ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่งดงาม ในการดำเนินนโยบายนี้ส่งผลให้หน่วยงานท้องถิ่นตื่นตัวที่จะนำเสนอวัฒนธรรมชุมชนอีกมากมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (The Standard, 2022)

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาเกี่ยวกับ ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) มีความสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะเล็งเห็นว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวครบทุกด้าน เช่น โบราณสถาน ทะเล ภูเขา ธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ตลอดจนด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณี ศิลปะพื้นบ้านและงานด้านหัตถกรรม แต่ในทางกลับกันการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับซอฟต์ พาวเวอร์ยังมีอยู่น้อย ซึ่งหากมีการศึกษาประเด็นซอฟต์ พาวเวอร์เพิ่มเติมจะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นไปตามนโยบายของ

รัฐบาลที่มีการผลักดันให้แต่ละจังหวัดมีการสื่อสาร ซอฟต์ พาวเวอร์ ให้นักท่องเที่ยวทั้งไทย และต่างประเทศ ได้รับทราบ เพื่อนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์สู่สายตาของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาประเภท ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำสำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อตอบสนองความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น
2. ธุรกิจภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบการพิจารณาในการพัฒนาธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ให้ความสนใจ ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาเป็นแนวทางในการศึกษาคิดค้นงานวิจัยเรื่องใหม่หรือเรื่องที่สนใจ เช่น การเจาะลึกประเด็นของปัจจัยดึงดูดเฉพาะด้าน

วรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยดึงดูด ซอฟต์ พาวเวอร์(5F) การท่องเที่ยว
จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ตลอดจนเอกสารต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาสาระหรือความรู้ที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับหัวข้อ
ประกอบดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

McIntosh and Gupta (1981) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการ
เดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีเหตุจูงใจ 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านกายภาพ คือ ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
2. ด้านวัฒนธรรม คือ ความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ศิลปะ
ความงาม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในแหล่งอื่น
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คือ ความต้องการพบปะสังสรรค์
กับผู้คนใหม่ ๆ หรือกับคนรู้จัก
4. ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ คือ ความต้องการพัฒนาตนเองเพื่อ
การศึกษาการประชุมและการติดต่อธุรกิจ

United Nations World Tourism Organization (2019) ได้นิยาม
ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม และ
เศรษฐกิจ ซึ่งก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของผู้คนไปยังประเทศหรือสถานที่
นอกสภาพแวดล้อมตามปกติเพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัวหรือเพื่อธุรกิจ/ อาชีพ
คนเหล่านี้เรียกว่า “ผู้มาเยือน” และการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของ
นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแตกต่างกันออกไปของแต่ละคน

Wongcharoenchaikul (2018, p. 19) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวได้ว่าเป็นการเดินทางจากถิ่นฐานที่พำนักอาศัยเป็นระยะเวลาสั้น ๆ หรือเป็นระยะเวลาชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปสถานที่ใดสถานที่หนึ่งด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามด้วยความสมัครใจ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ การเดินทางเพื่อฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย เป็นต้น ทั้งนี้ การเดินทางท่องเที่ยวนั้น จะต้องไม่แสวงหารายได้ หรือ ประกอบอาชีพต่าง ๆ ให้ได้มาซึ่งมูลค่าของผลประโยชน์นั้น ๆ

รูปแบบการท่องเที่ยว

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ 3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 4) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 5) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ 6) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 7) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ 8) แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด 9) แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก 10) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ 11) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ 12) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูด

Sangpikul (2020) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้มนุษย์เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย แรงจูงใจหลักต้นหมายถึง สิ่งกระตุ้นจากภายในจิตใจความรู้สึกที่ผลักดันให้มนุษย์เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว แรงจูงใจดึงดูด หมายถึง สิ่งกระตุ้นจากภายนอกที่

ดึงดูดให้มนุษย์เกิดความต้องการเดินทางไปเยือนสถานที่ใดที่หนึ่ง มักเกิดขึ้นจาก
สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรม
ท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

แนวคิดด้านซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ของไทย

Nye (2004) เป็นคนแรกที่ริเริ่มแนวคิดและนิยามความหมายของ
ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ไว้ว่า คือความสามารถในการดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วม เป็น
ความสามารถที่ทำให้ผู้อื่น “ต้องการ” และ “ยอมรับ” ในสิ่งที่คุณต้องการ โดย
สิ่งสำคัญที่สุดคือต้องดึงดูดความต้องการของผู้อื่นให้พวกเขาเกิดการยอมรับด้วย
ความ “เต็มใจ” ปรากฏจากการบังคับ ชูเชิญ โดยอาศัยทรัพยากรพื้นฐาน 3
ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ

Wimonrak (2022) กล่าวว่า สำหรับประเทศไทยรัฐบาลได้ให้
ความสำคัญกับการใช้ ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ
ทั้งในมิติสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ความมั่นคง และการสร้างภาพลักษณ์ของ
ประเทศสู่เวทีโลก โดยมีนโยบายที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5F ให้กลายเป็น
ทรัพยากรทางวัฒนธรรมสำคัญของประเทศ ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์
และวีดิทัศน์ (Film) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) ศิลปะการป้องกันตัว
แบบไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณีไทย (Festival) ให้กลายเป็น
สินค้าออกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของไทย

ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ของประเทศไทย (ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ 5F) คือ นโยบาย
สนับสนุนและผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก เพื่อ
เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุดตามนโยบายของรัฐบาล ที่มุ่งส่งเสริม

วัฒนธรรมโมเดล 5F ให้กลายเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมสำคัญของไทย ซึ่งประกอบด้วย 1) อาหาร (Food) 2) ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ (Film) 3) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) 4) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) และ 5) เทศกาลประเพณีไทย (Festival) ซอฟต์ พาวเวอร์ ของประเทศไทยจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy ที่มาจากองค์ความรู้ต่าง ๆ ทรัพยากรทางปัญญา รวมถึงการวิจัย เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสม การสืบทอดความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจเพิ่มมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ (Bangkokbiznews, 2022)

จากการศึกษาเกี่ยวกับซอฟต์ พาวเวอร์ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของซอฟต์ พาวเวอร์และขยายความให้เนื้อหาครอบคลุมประเด็นสำคัญที่ต้องการศึกษา ดังนี้

ซอฟต์ พาวเวอร์ของประเทศไทย คือ เครื่องมือในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ความมั่นคง การสร้างภาพลักษณ์และผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยด้วยนโยบายที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5 ด้าน หรือ ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) ให้กลายเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมสำคัญของประเทศและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศ มีองค์ประกอบดังนี้

1. อาหาร (Food) หมายถึง อาหารไทยที่มีชื่อเสียง มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ในประเทศไทย
2. แฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย (Fashion) หมายถึง การออกแบบเครื่องประดับที่ใช้เป็นของตกแต่งและใช้สำหรับสวมใส่ เช่น เครื่องเงิน

เครื่องถม เป็นต้น รวมไปถึงเครื่องรางและของมงคล เช่น จตุคามรามเทพ หุ่นโม เป็นต้น การออกแบบเครื่องแต่งกายต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าจากผ้าไหมไทย ที่มีลวดลายสวยงามมีความเป็นเอกลักษณ์

3. เทศกาลประเพณีไทยและศิลปวัฒนธรรม (Festival) หมายถึง เอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาล งานประเพณีที่ สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีที่สำคัญ การทำบุญ ไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ งานแสดงนาฏศิลป์ไทย ความเก่าแก่โบราณสถาน

4. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) หมายถึง ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ รวมถึงซีรีส์ที่มีเนื้อหาแสดงให้เห็นถึงความสวยงามของประเทศไทย สร้าง ภาพลักษณ์ ทำให้รู้สึกหลงรักสถานที่ ฉาก เรื่องราว บทเพลงหรือวัฒนธรรมใน แต่ละจังหวัดของพื้นที่ในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิด ความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยสื่อภาพยนตร์และวีดิทัศน์

5. ศิลปะการต่อสู้และกีฬา (Fighting) หมายถึง มวยไทย มรดกทาง วัฒนธรรมไทยที่สำคัญของประเทศ เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาที่นิยมกันอย่าง แพร่หลายภายในประเทศ รวมไปถึงกีฬาประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากมวยไทย ที่มีความโดดเด่น เป็นที่นิยม ตัวอย่างเช่น กีฬาประเภทฟุตบอล วอลเลย์บอล เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่ายังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากทั้ง 5 ข้อที่กล่าว มา สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ จึง กำหนดให้เป็นปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง กลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเจาะจงคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 หรือมากกว่า 2 ครั้งจึงจะทำการสัมภาษณ์ ใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์คนละ 20-40 นาทีโดยประมาณ สถานที่ที่ใช้ในการสัมภาษณ์คือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไถ้ ทะเลขนอม และหมู่บ้านคีรีวง จำนวน 30 คน Chutima (n.d.) กล่าวว่า จำนวนตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพโดยปกติจะใช้ 30 ตัวอย่าง แต่ในกรณีที่ตัวอย่างหายาก มีจำนวนน้อย สามารถใช้น้อยกว่า 15 ตัวอย่างแต่ต้องไม่น้อยกว่า 8 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามควรเก็บข้อมูลจนกว่าจะได้ข้อมูลครบถ้วน

กระบวนการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลจากวรรณกรรมและข้อมูลเพิ่มเติมจากบทความในอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ศึกษาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีความสำคัญโดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์
3. ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเพื่อระบุประเด็นสำคัญที่ให้ความสนใจและดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยปัจจัย ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) ประกอบด้วย 1) ด้านอาหาร (Food) 2) ด้านแฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย (Fashion) 3) เทศกาลประเพณีไทย และศิลปวัฒนธรรม (Festival) 4) ด้านภาพยนตร์และสื่อวีดิทัศน์ (Film)

5) ด้านศิลปะการต่อสู้และกีฬา (Fighting) และ 6) ด้านอื่น ๆ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ (Interview) แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structured Interviews) เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามกำหนดไว้แน่นอน มีขั้นตอนในการเตรียมคำถามที่จะสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจะตอบคำถามแบบฟอร์มเดียวกันและ ผู้สัมภาษณ์จะจดบันทึกคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ลงในแบบสัมภาษณ์นั้น (Thongchan, 1981)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) การจัดระเบียบข้อมูล 2) การทำดัชนีหรือกำหนดรหัสข้อมูล 3) การกำจัดข้อมูลหรือสร้างข้อสรุปชั่วคราว 4) การสร้างบทสรุป และ 5) การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ข้อมูล ได้คำตอบจากการวิเคราะห์ และได้ข้อสรุปดังตารางที่ 1 ตารางที่ 2 และตารางที่ 3 ซึ่งแสดงถึงสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงลำดับความสำคัญที่ดึงดูดให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช และแสดงความต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำที่จังหวัดจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

**ตารางที่ 1 แสดงถึงสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัด
นครศรีธรรมราช**

จำนวน 30 คน

สิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา ท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช	ใช่	ไม่ใช่
1. ท่านมีความตั้งใจจะมารับประทานอาหารที่ คิดมาจากบ้านแล้ว	25	5
2. ท่านมีความตั้งใจจะมาซื้อหรือชื่นชมแฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายต่าง ๆ	15	15
3. มีเทศกาลประเพณีไทยและศิลปวัฒนธรรม ที่ท่านชื่นชอบ มีความต้องการมาเยี่ยมชม	30	0
4. ภาพยนตร์หรือสื่อวิทัศน์ที่ท่านชื่นชอบ มี ฉากหรือเรื่องราวหรือนักแสดงที่เกี่ยวกับจังหวัด นครศรีธรรมราชที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยว	16	14
5. ศิลปะการต่อสู้หรือกีฬาของจังหวัด นครศรีธรรมราชที่ท่านชื่นชอบและดึงดูดให้ เดินทางมาท่องเที่ยว	0	30
6. ด้านอื่น ๆ ที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ ธรรมชาติ	30	0

จากตารางที่ 1 แสดงถึงสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว
ที่จังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า



1. ความตั้งใจจะมารับประทานอาหารที่คิดมาจากบ้านแล้ว จากการสัมภาษณ์ พบว่า อาหารที่มีการตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ขนมจีน โรตีสาน้ำชา โกปี่-นครศรีธรรมราช อาหารทะเล และอาหารพื้นบ้าน

2. ความตั้งใจจะมาซื้อหรือชื่นชมแฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์ พบว่า แฟชั่นที่ชื่นชอบ 5 ลำดับแรก คือ เครื่องเงิน เครื่องถม ของบูชา-วัตถุมงคล ผ้ามัดย้อม และผ้ายกเมืองนคร

3. เทศกาลประเพณีไทยและศิลปวัฒนธรรม จากการสัมภาษณ์ พบว่า ส่วนใหญ่มานมัสการ/ สักการะกราบไหว้/ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์รวมถึงเยี่ยม ชมความสวยงามของวัดและสถานที่ที่มีชื่อเสียง 5 ลำดับแรก คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไอล้อ วัดยางใหญ่ ศาลหลักเมืองและวัดธาตุน้อย ด้านประเพณี ได้แก่ แห่ผ้าขึ้นธาตุ ลากพระ บุญสารทเดือนสิบและแห่นางตาน และยังมีเยี่ยมชมความสวยงามของศิลปวัฒนธรรมในสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ บ้านหนังตะลุงคุณสุชาติ มโนราห์ กำแพงเมืองเก่า บ้านท่านขุนรัฐวุฒิจารณ์ และโบราณสถานโมคลาน

4. ภาพยนตร์หรือสื่อวีดิทัศน์ มีฉากหรือเรื่องราวหรือนักแสดงที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่า ภาพยนตร์ที่มีฉากหรือเรื่องราวเกี่ยวกับจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีผลทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจากภาพยนตร์เรื่อง รักได้แรงอก ภาพยนตร์เรื่องโนราห์ และภาพยนตร์เรื่องไอ้ไข่เด็กวัดเจดีย์ ด้านสื่อวีดิทัศน์ ได้แก่ รายการท่องเที่ยวจากช่องทาง YouTube, TikTok รายการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ สื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. สื่อจากเพลงพาน้องล่องใต้ และบุคคลที่มีชื่อเสียงคือหนังตะลุงน้องเดียว

5. ศิลปะการต่อสู้หรือกีฬาของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์มวยไทยยังไม่ใช่ปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และผลจากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมพบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชยังไม่ปรากฏศิลปะการต่อสู้หรือกีฬาที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ พบเพียงแต่การต่อสู้ระหว่างสัตว์กับสัตว์ คือ วัวชน และไก่ชน ซึ่งจัดเป็นกีฬาพื้นบ้านของคนในเขตอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

6. ด้านอื่น ๆ ที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ พบว่ามี 5 ปัจจัยอื่น ๆ ที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ ได้แก่ ด้านธรรมชาติ ด้านสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น (คาเฟ่) ด้านโครงสร้างทางสังคม ความเป็นอยู่ มนุษย์สัมพันธ์ ด้านความหลากหลายของผลไม้และด้านความหลากหลายของศาสนาที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมที่แตกต่าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ด้านธรรมชาติ มีการตอบซ้ำกันมากที่สุด โดยสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 5 อันดับแรก ได้แก่ คีรีวง ทะเลขนอม ถนนเรียบชายทะเลขนอม-สิชล น้ำตกและอุทยานแห่งชาติเขาหลวง

ตารางที่ 2 แสดงการเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมา ท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช 5 อันดับแรก

ปัจจัยดึงดูด	จัดอันดับปัจจัยที่ดึงดูด ให้เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช
ด้านเทศกาลประเพณีไทยและศิลปวัฒนธรรม	1
ด้านอื่น ๆ คือ ธรรมชาติ	1
ด้านอาหาร	2
ด้านภาพยนตร์และสื่อวีดิทัศน์	3
ด้านแฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย	4

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมากที่สุด คือ ด้านศิลปวัฒนธรรม และประเพณี รองลงมาคือ ด้านปัจจัยอื่น ๆ คือ ธรรมชาติ ด้านอาหาร ด้านภาพยนตร์และสื่อวีดิทัศน์และด้านแฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัด นครศรีธรรมราช ในอีก 1-2 ปี ข้างหน้า

จำนวน 30 คน

	กลับมา	ไม่กลับมา
ภายใน 1-2 ปี กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง	29	1

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชอีกครั้งภายใน 1-2 ปีข้างหน้า โดยเหตุผลที่กลับมาท่องเที่ยว คือ 1) การพักผ่อนหย่อนใจ 2) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ความศักดิ์สิทธิ์ของโบราณสถานที่มีชื่อเสียง ความเลื่อมใสศรัทธากราบไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เสริมบุญเสริมบารมี รวมถึงการกลับมาแก้บน 3) มีธรรมชาติที่สวยงามอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติครบทุกด้านทั้ง ทะเล ภูเขา น้ำตก และป่าไม้ ธรรมชาติ 4) ความอร่อยและความหลากหลายของอาหาร 5) เยี่ยมญาติและร่วมงานบุญประเพณีสำคัญของจังหวัด 6) มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย มีการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามน่าดึงดูด และ 7) สภาพแวดล้อมทางสังคม ความเป็นมิตรของคนในชุมชนที่ให้การต้อนรับเป็นกันเองสร้าง ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชอีกครั้ง

เหตุผลที่ไม่กลับมาเพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ไม่ชอบมาท่องเที่ยวที่เดิมซ้ำ ๆ มีความต้องการไปยังสถานที่ใหม่ ๆ แลกตาเพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการท่องเที่ยวให้หลากหลาย

สรุปและอภิปรายผล

เพื่อศึกษาประเภท ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) และปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า มีซอฟต์ พาวเวอร์ เพียง 4F เท่านั้นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีรายละเอียด ดังนี้



เทศกาลประเพณีไทยและศิลปวัฒนธรรม (Festival) คือ ด้านที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Wichaikun and Wongmonta (2021) ที่ได้ทำการศึกษานโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา กิจกรรมที่หลากหลายทางวัฒนธรรมบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

กิจกรรมส่วนใหญ่มีมานัสการ/ สักการะกราบไหว้/ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รวมถึงเยี่ยมชมความสวยงามของวัดและสถานที่ที่มีชื่อเสียง 5 ลำดับแรก คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไธโย วัดยางใหญ่ ศาลหลักเมือง และวัดธาตุน้อย ด้านประเพณี ได้แก่ แห่ผ้าขึ้นธาตุ ลากพระ บุญสารทเดือนสิบ และแห่นางดาน และยังมีการเยี่ยมชมความสวยงามของศิลปวัฒนธรรมในสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ บ้านหนังตะลุงคุณสุชาติ มโนราห์ กำแพงเมืองเก่า บ้านท่านขุนรัฐวุฒิจารณ์ และโบราณสถานโมคลาน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ของ Chantana (2022) ได้กล่าวว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพการท่องเที่ยวทางทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ วัดธาตุน้อย วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร หอพระสูง ศาลพระเสื้อเมือง ฐานพระสยามภูวนารถและทรัพยากรกิจกรรม ได้แก่ แห่ผ้าขึ้นธาตุ เทียวชมทะเลหมอกเขาขุนยี่ นั่งเรือชมโลมาสีชมพู

ด้านอาหาร (Food) สรุปได้ว่า อาหารที่มีการตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ขนมจีน โรตีสาน้ำชา โกปี้ นครศรีธรรมราช อาหารทะเล และอาหารพื้นบ้าน สอดคล้องกับ Wanphen et al. (2022) กล่าวว่า อาหารพื้นถิ่นภาคใต้นั้นเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ว่า เมื่อมีการกล่าวถึงภาคใต้ คนส่วนใหญ่จะนึกถึง อาหารทะเลสด ๆ และน้ำจิ้มรสเด็ด ขณะเดียวกันในหลายพื้นที่ ยังมีอาหารท้องถิ่นขึ้นชื่อ อาทิ แกงเหลือง ขนมจีน น้ำยาปู หรือ น้ำพริกกุ้งเสียบ ที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

ด้านการออกแบบแฟชั่น (Fashion) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการซื้อหรือชื่นชมแฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายต่าง ๆ 5 ลำดับแรกคือ เครื่องเงิน เครื่องถม ของบูชา-วัตถุมงคล ผ้ามัดย้อมและผ้ายกเมืองนคร สอดคล้องกับ Siwaree et al. (2022) กล่าวว่า การเชื่อมโยงองค์ความรู้ในศาสตร์อุตสาหกรรมแฟชั่นร่วมกับการสร้างนวัตกรรมชุมชนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในพื้นที่อย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นแหล่งการเรียนรู้ และสร้างรายได้และอาชีพให้กับชุมชน

ด้านภาพยนตร์หรือสื่อวีดิทัศน์ (Film) สรุปได้ว่า ภาพยนตร์ที่ปรากฏฉาก เรื่องราวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ รักได้แรงอก ภาพยนตร์เรื่องโนราห์ และภาพยนตร์เรื่องไอ้ไข่เด็กวัดเจดีย์ ด้านสื่อวีดิทัศน์ ได้แก่ รายการท่องเที่ยวจากช่องทาง Youtube, TikTok รายการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ สื่อโปรโมทการท่องเที่ยวของ ททท. สื่อจากเพลงพาน้องล่องใต้ และบุคคลที่มีชื่อเสียงคือนางตะลุงน้องเดียว ซึ่ง Arisara (2015) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว คือ

ปัจจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ โดยการได้รับข้อมูลดึงดูดใจกระตุ้นความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว เกิดแรงจูงใจและตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรับรู้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ด้านศิลปะการต่อสู้และกีฬา (Fighting) มวยไทยไม่ใช่ ซอฟต์ พาวเวอร์ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครศรีธรรมราช แต่พบว่า จังหวัดติดกับจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีมวยไชยาที่เป็นมวยโบราณสืบทอดมาจนถึงทุกวันนี้ (Bangkokbiznews, 2023) เป็นเอกลักษณ์ ส่วนในจังหวัดนครศรีธรรมราชพบเพียงแต่กีฬาการต่อสู้ระหว่างสัตว์กับสัตว์ คือ วัวชนและไก่ชน ซึ่งจัดเป็นกีฬาพื้นบ้านของคนในเขตอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการสัมภาษณ์ยังพบประเด็นใหม่ นอกจากปัจจัยด้าน ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) ที่เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ยังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีความโดดเด่นและเป็นสิ่งดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ด้านธรรมชาติ มีการตอบซ้ำกันมากที่สุด โดยสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 5 อันดับแรก ได้แก่ คีรีวง ทะเลขนอม ถนนเรียบชายทะเลขนอม-สิชล น้ำตกและอุทยานแห่งชาติเขาหลวง สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องศักยภาพการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชของ Chantana (2022) ที่ได้กล่าวว่า จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีธรรมชาติที่โดดเด่น ได้แก่ อุทยานแห่งชาติน้ำตกโยง อุทยานแห่งชาติเขานัน อุทยานแห่งชาติน้ำตกสี่ขีด อุทยาน

แห่งชาติหาดขนอม-หมู่เกาะทะเลใต้ อุทยานแห่งชาติเขาหลวง หมู่บ้านคีรีวง
เขาศูนย์ น้ำตกกรุงชิง และน้ำตกอ้ายเขียว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครศรีธรรมราชและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำสำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำข้อมูลผลการวิจัยในครั้งนี้ ไปใช้ประกอบการออกนโยบายสื่อสารทางการตลาดกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชตามแนวทางของ ซอฟต์ พาวเวอร์ 4F ที่ค้นพบว่ามีแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยประชาสัมพันธ์เชิงลึกไปถึงลักษณะตัวกิจกรรมย่อยของ 4F ที่ค้นพบ และส่งเสริมปัจจัยดึงดูด ซอฟต์ พาวเวอร์ 4F ให้เป็นเอกลักษณ์ ใช้เป็นจุดแข็งในการรณรงค์สื่อสารการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชมากขึ้น เช่น อีเว้นท์เที่ยวไทยบินไปนครศรี นครเมืองสองธรรม รับรู้คุณค่าแห่งศิลปวัฒนธรรมและสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติ เพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด สามารถใช้ข้อมูลผลการวิจัยพัฒนาต่อยอดปัจจัยด้าน ซอฟต์ พาวเวอร์ ให้เป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและวิจัยต่อยอดในการเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยวเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้มีความโดดเด่นสมกับเป็นเมืองท่องเที่ยวแดนใต้ ส่วน ซอฟต์ พาวเวอร์ ประเภทศิลปะการต่อสู้ เช่น มวยไทย อาจจะค้นหาหรือศึกษาเรื่องราวในอดีตมีวัยโบราณของจังหวัดนครศรีธรรมราชหรือไม่ หรือมีกีฬาอะไรเป็นจุดเด่นที่น่าสนใจออกมาประชาสัมพันธ์ จัดให้มีการแข่งขันหรือจัดให้มีการแสดงเป็นที่รู้จักต่อไป

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงการสื่อสาร

ซอฟต์แวร์ 4F ในแต่ละด้านมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถเป็นสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวได้ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัด นครศรีธรรมราชด้วยการใช้ ซอฟต์แวร์ 4F มาทำเป็นสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช นำเสนอเรื่องราวผ่านปัจจัยด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านเทศกาลประเพณีไทยและศิลปวัฒนธรรม นำเสนอคุณค่า และความสวยงามของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ รวมถึงประเพณีที่มีชื่อเสียงของ จังหวัดนครศรีธรรมราช และการแสดงมโนราห์ผ่านบทเพลงและท่วงท่าทำนอง ที่เป็นเอกลักษณ์

ปัจจัยด้านอาหาร นำเสนอความหลากหลายของขึ้นชื่อทั้งอาหารคาว ของหวาน ขนม ผลไม้ รวมถึงร้านดังร้านเด็ดร้านขึ้นชื่อของเมืองนคร

ปัจจัยด้านแฟชั่น เครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย นำเสนอ ความสวยงามและความประณีตของกระบวนการออกแบบผ้ายกเมืองนคร เป็น ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดมาแต่โบราณ เครื่องประดับ เครื่องแต่งกายที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องถมเมืองนครศรี และวัตถุของมงคลบูชา พาเลื่อมใสเสริมบารมี

ปัจจัยด้านภาพยนตร์และสื่อวิทัศน์ นำเสนอ สถานที่ท่องเที่ยวที่ สวยงามที่มีการถ่ายประกอบฉากเรื่องราวของจังหวัดนครศรีธรรมราชใน ภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ สารคดี คลิปวิดีโอสั้นที่เผยแพร่ทางสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Youtube TikTok ในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ทะเลขนอม ศิรวิง และ

วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ตามรอยภาพยนตร์ หรือนำเสนอจุดเช็คอินต่าง ๆ จากรายการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการแสดงการเชิดหนังตะลุงที่มีชื่อเสียงและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด บอกเล่าและนำเสนอผ่านเรื่องราวของสื่อโปรโมทให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

ปัจจัยด้านศิลปะการต่อสู้และกีฬา ทั้งนี้จังหวัดนครศรีธรรมราชยังไม่ปรากฏจุดเด่นในด้านนี้ พบเพียงแต่การต่อสู้ระหว่างสัตว์กับสัตว์ ที่เป็นกีฬาพื้นบ้านของจังหวัด ได้แก่ วัวชนและไก่ชน อาจมีการนำเสนอให้เห็นถึงลักษณะของกีฬาวัวชนและไก่ชน ที่ชาวบ้านในจังหวัดยังให้ความสำคัญและสืบสานมาตั้งแต่อดีต

อีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญควบคู่กับปัจจัยด้านศิลปะวัฒนธรรม คือ ปัจจัยด้านธรรมชาติ ตามคำกล่าวที่ว่า “นครศรีธรรมราช เมืองสองธรรม” โดยปัจจัยด้านธรรมชาติจะนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เหมาะกับการมาใช้เวลาพักผ่อนหย่อนใจ เพราะจังหวัดนครศรีธรรมราชมีธรรมชาติที่ครอบคลุมในทุกด้านไม่ว่าจะเป็น ทะเล ภูเขา น้ำตก แม่น้ำ และป่าไม้ธรรมชาติ เช่น ทะเลขนอม อุทยานแห่งชาติเขาหลวง เขาธง เขาศุภชัย น้ำตกกรุงชิง น้ำตกพรหมโลก และคีรีวง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

Arisara, L. (2015). Behavior of using social media of adventure tourist groups in Phetchabun Province (Master's thesis). Naresuan University.



- Bangkokbiznews. (2022). *What is soft power What is Thailand's soft power*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/1013929>
- Bangkokbiznews. (2023). *3 Mae Mai "Muay Thai" Muay Tha Sao-Muay Korat-Muay Chaiya Soft Power*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1052133>
- Chantana, S. (2022). Tourism potential and sustainable integrated tourism development approach in Nakhon Si Thammarat province. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 103-105.
- Chutima, C. (n.d.). *Selecting primary data providers and Qualitative data collection methods*. https://www.ubu.ac.th/web/files_up/08f2016052609460061.pdf
- McIntosh, R. W., & Gupta, S. (1981). Tourism: Principles, practices, philosophies (3rd ed.). *Journal of Leisure Research*, 13(2), 178-179.
- Ministry of Foreign Affairs. (2022). *APEC Economic Leaders' Meeting (AELW) On 18-19 November 2022 at Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC), Bangkok*. Retrieved from <https://www.apec2022.go.th/apec-economic-leaders-meeting-aelw/>

- Morse, J. M. (1994). The cognitive processes of analysis in qualitative inquiry. In J. M. Morse (Ed.), *Critical Issues in Qualitative Research Methods* (PP. 23-43). Thousand Oak, CA: Sage
- National Statistical Office. (2013). *Types of Tourism*. Retrieved from http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf.
- Nye, J. (2004). Soft power and American foreign policy. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/20202345>
- Pinanong, Y. (2023). *Faith power (soft power) to promote the tourism industry after APEC 2022*. Retrieved from <https://library.parliament.go.th/en/radioscript/rr2566-jan5>
- Royal Thai Government. (2022). *Thailand is delighted with the impressive APEC leaders who showcased their soft power on the international stage through 5F events, Thai food, cultural performances, traditional festivals, Thai clothing fashion, Muay Thai, and being a good host to create good relations with international cooperation*. Retrieved from <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/61841>
- Sangpikul, A. (2020). A Comparative Study of Travel Motivations between Asian and European Tourists to Thailand. *Suthiparithat*, 23(71), 33-57.
- Siwaree, A., Patcha, U., & Bualuang, F. (2022). A Model for Developing Creative Sustainable Tourism : A Case Study of Creating

Fashion Lifestyle Products From Bamboo Textile Innovation.
*Journal of humanities and social sciences surin Rajabhat
university*, 24(1), 15-16.

Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2023). *Soft power-the
power of creativity to build the Thai economy*. Retrieved
from [https://www.businesseventsthailand.com/en/press-
media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-
of-creativity-to-build-the-thai-economy](https://www.businesseventsthailand.com/en/press-media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-of-creativity-to-build-the-thai-economy)

Thongchan, P. (1981). *Measuring principle* (3rd ed.). Bangkok:
Odeonstore.

The Standard. (2022). *The Thai government and pushing for local
soft power when it has to 'build' systematically, not because
of 'luck'*. Retrieved from [https://thestandard.co/thai-gov-and-
local-soft-power/](https://thestandard.co/thai-gov-and-local-soft-power/)

United Nations World Tourism Organization. (2019). *UNWTO tourism
definitions*. Retrieved from
<https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Wanphen, K., Prapassorn, V., & Phuchit, P. (2022). The Potential of
Southern Local Food for Developing Gastronomy Tourism in
Southern of Thailand. *Journal of Management Science
Review*, 24(3), 128-129

- Wichaikun, A., & Wongmonta, S. (2021). Approaches for development of cultural tourism in Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of the Association of Researchers*, 26(3), 9-12.
- Wimonrak S. (2022). Soft Power: The Power of Creativity. Retrieved from https://dl.parliament.go.th/bitstream/handle/20.500.13072/604288/t47_n027_วิจัยปริทัศน์.pdf?sequence=1
- Wongcharoenchaikul, S. (2018). The study of approaches to develop cultural tourism in Muang district, Uthaithani province. (Master's thesis, Silpakorn University). Retrieved from <http://ithesisir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2046/1/59602716.pdf>