



คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์



ชลดา ปานพรหม

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์"

ของ ชลลดา ปานพรหม

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรศรี นนท์ศิริ)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.เกษวดี พุทธิภูมิพิทักษ์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.มณฑิรา อินต๊ะสอน)

อนุมัติ

()

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์
ผู้วิจัย	ชลลดา ปานพรหม
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรศรี นนท์ศิริ
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. การจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2566
คำสำคัญ	ภูมิทัศน์เทศกาล, การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว, เทศกาลตรุษจีน นครสวรรค์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากการส่งเสริมและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เยี่ยมชม ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบคุณค่าทางการท่องเที่ยวทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าจิตวิญญาณ พบว่า ความเป็นสิริมงคล การอำนวยความสะดวก การเปิดประสบการณ์ใหม่ และความศรัทธา 2) คุณค่าด้านการใช้งาน เห็นได้จากการคงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจอย่างลึกซึ้งผ่านการเชิดสิงโต 3) คุณค่าทางสังคม เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของเจ้าบ้านและผู้เยี่ยมชม การกลับถิ่นฐาน และการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 4) คุณค่าด้านอารมณ์ พบความน่าตื่นตาตื่นใจ ความสนุกสนาน ความตระการตา และ 5) คุณค่าด้านเงื่อนไขเกิดจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดนครสวรรค์ งานวิจัยนี้ได้ให้แนวทางเชิงปฏิบัติการแก่ผู้จัดงานถึงการรักษาคุณค่าทางการท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ เช่น การสร้างการตระหนักรู้คุณค่าด้านการใช้งาน โดยเน้นการสื่อความหมายวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมยุคสมัยและกลมกลืนไปกับแก่นเนื้อหาของงาน และการนำเสนอแก่นสาระของเทศกาลตรุษจีน เช่น การเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมในเทศกาลตรุษจีนที่สร้างคุณค่าทางจิตวิญญาณ ได้แก่ การแห่มังกรทอง การคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม พิธีเสี่ยงทาย (ป๊ะปวย) เพื่อคัดเลือกคณะกรรมการทำงาน เป็นต้น

Title	THE PERCEIVED VALUE OF TOURISM IN NAKORNSAWAN PROVINCE THROUGH CHINESE NEW YEAR FESTIVALSCAPES
Author	Chonlada Panprom
Advisor	Assistant Professor Petchsri Nonsiri, Ph.D.
Academic Paper	M.A. Thesis in Tourism and Hospitality Management, Naresuan University, 2023
Keywords	Nakhon Sawan Chinese New Year Festival, Festivalscapes, Tourism perceived value

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. 1) Spiritual value. It was discovered that it possesses auspiciousness, bestows favors, dispels negative influences, and inspires faith. 2) Functional Value. This 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. 3) 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. 4) Emotional Value. Characterized by enthusiasm, enjoyment, grandeur, and visual appeal, 5) Conditional Value. It 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 material includes activities that serve as the foundation for the Chinese New Year Festival, such as 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 (Pawapuay) for the purpose of selecting an organizer for the Chinese New Year event might be advocated as an approach of maintaining the fundamental principles of the event.



ประกาศขอบคุณการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์ ความช่วยเหลือและสนับสนุนจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรศรี นนท์ศิริ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้อุทิศสละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรีक्षा พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบพระคุณ ดร.มณฑิรา อินต๊ะสอน และ ดร.เกษวดี พุทธิภูมิพิทักษ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่ามาเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิให้ความรู้ และคำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์และได้สละเวลาตรวจและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ได้คำถามที่มีความถูกต้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ดาบเพชร ที่ให้ความกรุณาช่วยตรวจสอบและแนะนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคำแนะนำ เพื่อให้ได้คำถามที่ชัดเจนมากขึ้นและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์

ขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่ได้อนุเคราะห์ให้ความร่วมมือและกรุณาสละเวลาร่วมสัมภาษณ์เพื่อทำการวิจัย เพื่อนำมาพัฒนาเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ และขอบคุณ พี่ๆ น้องๆ สาขาการจัดการท่องเที่ยวและจิตบริการที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดาของผู้ศึกษาที่ได้ให้กำลังใจ และสนับสนุนด้านต่างๆ แก่ผู้ศึกษาจนสำเร็จการศึกษา คุณค่าและคุณประโยชน์ที่มาจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อการสืบสานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ และผู้ที่สนใจบ้างไม่มากก็น้อย

ชลลดา ปานพรหม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
ประกาศคุุณุปการ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	8
แนวคิดการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับงานเทศกาล.....	28
เทศกาลตรุษจีน.....	33
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	46
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	52
การออกแบบการวิจัย	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
การวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล	60
บทที่ 4 ผลการวิจัย	62
การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิภาค ตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์	62
การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิภาค ตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	110
แนวทางการพัฒนาเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	162
บทที่ 5 บทสรุป	164
สรุปผลการวิจัย	164
อภิปรายผล	167
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	172
บรรณานุกรม	173
ภาคผนวก	183
ประวัติผู้วิจัย	205

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงองค์ประกอบของคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value).....	24
ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	141



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 พื้นที่การจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	4
ภาพ 2 ภาพแสดงลักษณะของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value).....	26
ภาพ 3 ร่างทรงขณะเขียนฮู้.....	65
ภาพ 4 การตั้งโต๊ะรับเจ้า และการประกวดการตั้งโต๊ะรับเจ้า	66
ภาพ 5 การแห่มังกรทองเล่นน้ำ.....	67
ภาพ 6 พิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) การคัดเลือกเจ้าแม่กวนอิม	69
ภาพ 7 ศาลเจ้าชั่วคราวและป้ายแสดงวิธีการไหว้	71
ภาพ 8 การประชาสัมพันธ์ความเชื่อทางวัฒนธรรมและวิธีการไหว้.....	74
ภาพ 9 การตกแต่งด้วยโคมไฟจีนในช่วงเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	75
ภาพ 10 ภาพความสัมพันธ์การส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	76
ภาพ 11 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์.....	81
ภาพ 12 การแสดงการเชิดสิงโต 5 ภาษาของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	84
ภาพ 13 สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์บริเวณต้นแม่น้ำเจ้าพระยา.....	85
ภาพ 14 ภาพความสัมพันธ์ส่งมอบคุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	86
ภาพ 15 การละเล่นเครื่องดนตรีโบราณ	89
ภาพ 16 รูป อาจารย์เล่งจู้ย แซ่ลิ้ม ขณะทำการสอนการแห่มังกรและการแสดงแห่มังกร	90
ภาพ 17 การแสดงการเชิดสิงโต	91
ภาพ 18 วิดีโอแสดงประวัติศาสตร์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์.....	92

ภาพ 19 ป้ายสื่อความหมายประวัติศาสตร์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์และแผนที่ จัดเทศกาลตรุษจีน.....	93
ภาพ 20 การประชาสัมพันธ์ตราและกำหนดการในการจัดเทศกาลตรุษจีน.....	95
ภาพ 21 ภาพความสัมพันธ์ส่งมอบคุณค่าทางสังคม (Social Value) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	97
ภาพ 22 การแสดงบนเวทีลานทราย.....	99
ภาพ 23 ผู้ถือลูกแก้วล้อมมังกรใส่เสื้อผ้าที่มีสีสัน.....	100
ภาพ 24 การเชิดสิงโต.....	101
ภาพ 25 การตกแต่งของผู้ประกอบการเอกชน.....	103
ภาพ 26 ภาพความสัมพันธ์ส่งมอบคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย.....	104
ภาพ 27 การประชาสัมพันธ์จุดการแสดง.....	107
ภาพ 28 ภาพความสัมพันธ์ส่งมอบคุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ผู้มีส่วนได้ส่วน เสีย.....	109
ภาพ 29 บริเวณพิธีเปลี่ยนแปลงชะตา.....	113
ภาพ 30 ขบวนแห่องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม.....	115
ภาพ 31 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ของผู้เยี่ยม เยือน.....	116
ภาพ 32 การเจิมหน้าผากนักท่องเที่ยว.....	119
ภาพ 33 ของที่ระลึก.....	121
ภาพ 34 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ของผู้เยี่ยมเยือน	123

ภาพ 35 เฟจเฟซบุ๊ก (Facebook) “ตรุษจีนนครสวรรค์สืบสานงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ”	126
ภาพ 36 ผู้เยี่ยมเยือน ขณะสวมใส่ชุดกี่เพ้า.....	128
ภาพ 37 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ของผู้เยี่ยมเยือน..	129
ภาพ 38 การแสดงมังกรพ่นไฟ และการเชิดสิงโต	132
ภาพ 39 การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook).....	133
ภาพ 40 การตกแต่งศาลเจ้าด้วยรูปศิลปะมังกรจีน และเต็งตั้ง.....	135
ภาพ 41 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ของผู้เยี่ยมเยือน	136
ภาพ 42 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ของผู้เยี่ยมเยือน	139
ภาพ 43 ของที่ระลึกภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์.....	158
ภาพ 44 ป้ายสื่อความหมาย.....	159
ภาพ 45 สถาปัตยกรรมจีน	160

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการนำเอาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ให้เกิดความแตกต่าง มีเอกลักษณ์ที่หลากหลายและความโดดเด่นจนเป็นจุดขายที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมชมทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Simasathiansophon et al., 2020) และส่งเสริมวัฒนธรรมให้คงคุณค่าและยังคงถูกสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ผู้เยี่ยมชมเรียนรู้ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมในปัจจุบันที่ต้องการเดินทางเพื่อพักผ่อน เยียวยาจิตใจ ฟันฟูพลังให้กลับมาสดใสอีกครั้ง เปิดหู เปิดตา เพิ่มประสบการณ์ และได้รับมุมมองใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต Tourism Authority of Thailand [TAT], 2023) เทศกาลและงานประเพณีถือเป็นส่วนหนึ่งของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ที่กำลังเติบโต Getz (as cited in Stankova, & Vassenska, 2015) และส่งผลกระทบต่อเชิงบวกให้แก่ชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะเทศกาลตรุษจีนเป็นเทศกาลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในฐานะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เป็นเทศกาลที่มีชื่อเสียงจากการขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในปี พ.ศ.2561 ส่งผลให้เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์เป็นที่รู้จักจากผู้เยี่ยมชมชาวไทยและผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ ซึ่งอีกหนึ่งชื่อเรียกที่ผู้เยี่ยมชมได้ยินคือเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ มาจากคำว่า “ปากน้ำโพ” สันนิษฐานได้ 2 ประการ คือ ประการแรกมาจากคำว่า “ปากน้ำไหล” เพราะเป็นบริเวณที่แม่น้ำปิง วัง ยม และน่าน มาไหลรวมกันเป็นต้นแม่น้ำเจ้าพระยา ประการที่สอง คือ มีต้นโพธิ์ขนาดใหญ่อยู่บริเวณปากน้ำในบริเวณวัดโพธิ์ ซึ่งเป็นที่ตั้งศาลเจ้าพ่อกวอนในปัจจุบัน จึงเรียกกันว่า “ปากน้ำโพธิ์” นอกจากนี้เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีความโดดเด่น คือ การนำเสนอการคงอยู่อัตลักษณ์ของชาวจีน 5 กลุ่มภาษาที่ถูกสืบทอดความเชื่อ ภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมผ่านสมาคมหรือมูลนิธิของกลุ่มชาวจีนในจังหวัด เช่น สมาคมฮากกา นครสวรรค์ สมาคมไทหนานนครสวรรค์ มูลนิธิปากน้ำโพ ประชาณุเคราะห์มูลนิธิส่งเสริมงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ – เจ้าแม่ปากน้ำโพ และสมาคมก๋วองสวียนนครสวรรค์ ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นวัฒนธรรมที่ถูกผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมจีน แรกเริ่มมาจากชาวจีนไหหลำ ได้เริ่มเข้ามาตั้ง

ถิ่นฐานที่อำเภอเก้าเลี้ยวและตำบลมะเกลือก่อนจากนั้นจึงมีชาวจีนกลุ่มอื่นๆ เข้ามาตั้งถิ่นฐานอย่างต่อเนื่อง ที่พร้อมกับส่งต่อความเชื่อ วิถีชีวิตและสืบทอดวัฒนธรรมของกลุ่มตน จนเกิดเป็นวัฒนธรรมจีนย่อยที่ปรากฏให้เห็นผ่านเทศกาลตรุษจีน ถือได้ว่าเป็นเทศกาลที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย โดย พ.ศ.2566 นับเป็นการจัดเทศกาลตรุษจีนครั้งที่ 107 ที่ยังคงถูกสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น (Department of Cultural Promotion, 2018)

เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ในปัจจุบันเริ่มนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการนำเสนอ เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจให้ผู้เยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก การนำเทคโนโลยีแสง สี เสียง การฉายภาพยนตร์ เพื่อเพิ่มอรรถรสในการถ่ายทอดเหตุการณ์และกิจกรรมที่จัดขึ้นในงานเทศกาลตรุษจีนเช่น การถ่ายทอดสด การแสดงทางวัฒนธรรม การแห่ขบวนมังกร และยังเริ่มให้ความสำคัญกับ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และการถ่ายทอดสด (Live Stream) นอกจากนี้ ยังมีการกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชม (Visitor) มีส่วนร่วมในการแบ่งปันประสบการณ์ การมาเยือนเทศกาลตรุษจีน เช่น การติดเครื่องหมายแฮชแท็ก (Hashtag) ข้อความสำคัญที่สร้างประสบการณ์ความทรงจำ (Memorable Experience) จากเทศกาลตรุษจีน รวมถึงการนำบุคคลที่มีอิทธิพลในสังคม เช่น ดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียง มาดึงดูดผู้คนให้เดินทางมาเยือนเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มากขึ้น รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการจัดเทศกาลตรุษจีน เช่น การนำท่าทางการรำรำในสื่อออนไลน์มาใช้ภายในขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ การนำดนตรีจีนสมัยใหม่มาใช้ประกอบการแสดง การเพิ่มสิ่งโต้ตอบที่มีสีสันแตกต่างจากอดีต เช่น สีชมพู ซึ่งการนำท่าทางที่ไม่ได้มาจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้อาจก่อให้เกิดการสูญหายของวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งผลกระทบต่อการรักษาคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นของทั้งคนในพื้นที่และผู้เยี่ยมชม (Visitor)

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดการเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว (Commodification) ซึ่งทำให้เกิดผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบแก่ชุมชนท้องถิ่น การทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว เป็นการปรับเปลี่ยนขนาด รูปแบบ รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงคุณค่าหรือความหมายที่แท้จริงของกิจกรรมการแสดง พิธีกรรมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกถึงศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมชม Mowforth & Munt (as cited in Faimanotham, 2021) ดังนั้นเพื่อป้องกันการสูญหายและการเสื่อมถอยของวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้ศึกษาจึงศึกษาเรื่อง “คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ผ่านภูมิ

ทัศนเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียในการจัดเทศกาลตรุษจีนและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมชม ทั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมหรือความหมายที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือไม่ โดยผู้ศึกษาใช้แนวคิดภูมิทัศนเทศกาล (Festivalscapes) มาเป็นกรอบในการศึกษาผ่านองค์ประกอบที่สำคัญในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากภูมิทัศนเทศกาล (Festivalscapes) เป็นตัวชี้วัดให้เห็นถึงขีดจำกัดในการรองรับของพื้นที่ ในประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของผู้ที่อยู่อาศัยในภายในพื้นที่ เพื่อให้เกิดผลกระทบที่น้อยที่สุดและสามารถนำมาวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน เพื่อดึงดูดความน่าสนใจของนักท่องเที่ยว เช่นการเพ็ญวงดุริยางค์ การจัดทำเพลงประจำเทศกาลตรุษจีน 100 ปี ทั้งนี้ การศึกษาภูมิทัศนเทศกาล (Festivalscapes) สามารถวิเคราะห์แนวโน้มในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นในอนาคต และสามารถนำไปสู่แนวทางในการบริหารจัดการเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ และเป็นต้นแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเทศกาลวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในพื้นที่อื่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิทัศนเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมชมผ่านภูมิทัศนเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ดังนั้นผู้ศึกษา จึงกำหนดประเด็นในการศึกษา 4 ประเด็นดังนี้

1.1 คุณค่าทางการท่องเที่ยว

1.2 การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว

1.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.4 การจัดเทศกาลตรุษจีน

2. ขอบเขตพื้นที่



ภาพ 1 พื้นที่การจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่มา: <https://www.prachachat.net/local-economy/news-608760>

เนื่องด้วยคณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพดำเนิการกำหนดพื้นที่ในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนอยู่ในบริเวณอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยจัดแบ่งพื้นที่ทั้งหมด 5 พื้นที่ ดังนี้

- 2.1 บริเวณศาลเหนือใช้พื้นที่บริเวณชุมชนป้อมหนึ่ง ชุมชนวัดโพธิ์และชุมชนยุวบัณฑิต
- 2.2 บริเวณศาลใต้ ใช้พื้นที่บริเวณชุมชนตลาดลาว
- 2.3 บริเวณตรอกศรีไกรลาสใช้พื้นที่บริเวณชุมชนหน้าวัดนครสวรรค์
- 2.4 บริเวณเวทีใหญ่ บูธอาหารและสินค้า ใช้พื้นที่บริเวณหาดทรายต้นแม่น้ำเจ้าพระยา
- 2.5 บริเวณชบวนแห่ใช้พื้นที่บริเวณชุมชนไชยศิริ

ผู้ศึกษาดำเนินการศึกษาทั้งหมด 6 ชุมชน ดังนี้ 1. ชุมชนป้อมหนึ่ง 2. ชุมชนวัดโพธิ์ 3. ชุมชนยุวบัณฑิต 4. ชุมชนตลาดลาว 5. ชุมชนหน้าวัดนครสวรรค์ 6. ชุมชนไชยศิริ เนื่องจากเป็นบริเวณที่ถูกจัดการให้เป็นงานเทศกาลตรุษจีน อีกทั้งบริเวณต้นแม่น้ำเจ้าพระยาในอดีตยังเป็นพื้นที่ที่ชาวจีนเข้ามาตั้งถิ่นฐานภายในจังหวัดนครศรีธรรมราชจนถึงปัจจุบันที่ยังคงแสดงให้เห็นถึงสถาปัตยกรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ ค่านิยมที่ถูกสืบทอดมาตั้งแต่อดีต

3. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนของจังหวัดนครสวรรค์ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

3.1. ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ไม่น้อยกว่า 1 วัน หรือ ผู้เยี่ยมเยือนที่เคยเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี

3.2. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม คือ

3.2.1 คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ ปากน้ำโพ หมายถึง คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพที่สนับสนุนการจัดเทศกาลตรุษจีน ปีที่ 107 ปี พ.ศ.2566

3.2.2 ชุมชน หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

3.2.3 หน่วยงานภาครัฐ หมายถึง หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนการจัดเทศกาลตรุษจีน ปีที่ 107 ปี พ.ศ.2566

3.2.4 ผู้ประกอบการภาคเอกชน หมายถึง องค์กรที่สนับสนุนการจัดเทศกาลตรุษจีน ปีที่ 107 ปี พ.ศ.2566

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2566 ถึงวันที่ 1 เดือน มกราคม พ.ศ.2567

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยที่ได้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือน ที่เข้าร่วมเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์

2. ผลการวิจัยนี้ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าใจถึงพฤติกรรมการถ่ายทอดอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการจัดงานเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์

3. ผลการวิจัยนี้ทำให้ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าทางการท่องเที่ยวนำมาเป็นแนวทางการศึกษาในประเด็นที่หลากหลายยิ่งขึ้นเพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

4. ผลการวิจัยที่ได้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบพฤติกรรมของชุมชนท้องถิ่นที่ถูกสืบทอดมา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและถูกนำเสนอให้ผู้เยี่ยมชม ได้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อ และทัศนคติของชุมชน

คุณค่าทางการท่องเที่ยว หมายถึง การรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นจากการ เดินทางไปยังสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ที่สามารถส่งผลให้เกิดการประเมิน ติความถึงคุณค่าที่ได้รับผ่านประสบการณ์และความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) หมายถึง ผู้เยี่ยมชมรับรู้คุณค่าด้านการใช้ งาน (Functional Value) เมื่อผู้เยี่ยมชม ได้มีการเปรียบเทียบถึงประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุน ทางการเงิน ที่ต้องจ่าย รวมไปถึงต้นทุนที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และ โอกาสในการ ท่องเที่ยว

คุณค่าด้านสังคม (Social Value) หมายถึง ผู้เยี่ยมชม รับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social Value) เมื่อผู้เยี่ยมชมได้มีการปฏิสัมพันธ์กับสังคมใหม่ๆ เช่น คนในชุมชนท้องถิ่น หรือกลุ่มผู้เยี่ยมชม ที่มีความชอบ หรือทัศนคติที่คล้ายคลึงกันจนนำไปสู่การเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมและการ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เยี่ยมชม

คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value) หมายถึง ผู้เยี่ยมชม รับรู้คุณค่าทางจิต วิญญาณ (Spiritual Value) ในลักษณะความเชื่อส่วนตัวที่เป็นนามธรรมและความจริงที่บุคคลยึดถือ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต โดยมีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับพฤติกรรม รูปลักษณ์ภายนอก ของผู้เยี่ยมชม

คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) หมายถึง ผู้เยี่ยมชมรับรู้คุณค่าสามารถรับรู้ คุณค่าจากการประเมิน ความรู้สึก หรือสภาวะทางอารมณ์ เช่น ความเพลิดเพลิน ความชื่นชอบ ความ สนุกสนาน ความสวยงาม แปลกหูแปลกตา น่าทึ่ง มโหฬาร ผ่าน สี เสียง กลิ่น หรือองค์ประกอบใน การตกแต่งเทศกาล ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดี

คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) หมายถึง ผู้เยี่ยมชม รับรู้คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ต่อเมื่อผู้เยี่ยมชม อยู่ในสถานการณ์เฉพาะหน้าและเลือกผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ ก่อนการคำนึงถึงประโยชน์ในระยะยาว

การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว หมายถึง การตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ถูกกระตุ้นผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของร่างกายมาเรียบเรียง และตีความผ่าน ประสบการณ์และความรู้ดั้งเดิมของแต่ละบุคคลจนเกิดการรับรู้และแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้านั้น



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัด นครสวรรค์ ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่ เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. ความสำคัญของวัฒนธรรม
3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว

1. การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว
2. คุณค่าทางการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับงานเทศกาล

เทศกาลตรุษจีน

1. การเข้ามาของคนจีนในจังหวัดนครสวรรค์
2. เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่อยู่เชื่อมโยง มีแรงจูงใจที่สำคัญ คือ การเรียนรู้ การค้นพบ การเข้าใจและเคารพในวัฒนธรรมอื่นๆ การสัมผัสและบริโภค วัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ตามสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ การให้ความรู้แก่ผู้เยี่ยมชม ต้องมีส่วนช่วยในการพัฒนาจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของผู้เยี่ยมชมในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังให้ความสำคัญกับคนในชุมชนท้องถิ่นที่ต้องได้รับการพัฒนาความรู้ไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนให้น้อย

ที่สุด ซึ่งผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับความโดดเด่นทางปัญญา จิตวิญญาณ และคุณลักษณะทางอารมณ์ของสังคม รวมถึง ศิลปะ สถาปัตยกรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม วรรณกรรม ดนตรี วิถีชีวิต ความเชื่อและประเพณี (UNWTO, 2017) ที่เก็บรวบรวมและนำมาถ่ายทอดให้แก่ผู้เยี่ยมชม เพื่อเพิ่มคุณค่าทางประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชม ที่อาจส่งผลให้ผู้เยี่ยมชม ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังเป็นการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นถึงการพัฒนาด้านภูมิปัญญา การสร้างสรรค์ วิถีชีวิตและส่งผลให้ผู้ที่ยังเรียนรู้อยู่กลับมาประเมินตนเอง และเข้าใจตนเองมากขึ้น (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540: 1-10 อ้างถึงใน วีรพร รอดทัศน, 2557: 38) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ได้ถูกจำกัดเพียงแค่ท่องเที่ยวในชุมชนหรือหมู่บ้านชนบทเท่านั้น แต่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือในเมืองได้ แต่เมื่อผู้เยี่ยมชม เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต้องได้รับการเรียนรู้หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์และผู้เยี่ยมชม ต้องเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับชุมชนท้องถิ่นต้องอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงเดิม โดยไม่ถูกตัดแปลงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมชม (Kinnaint and hall, 1994) ดังนั้น ชุมชนท้องถิ่นต้องคำนึงถึงผลกระทบที่ขึ้นเมื่อมีการท่องเที่ยว เช่น ผลกระทบทางเศรษฐกิจในประเด็นของการกระจายรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น และการพัฒนาวิถีชีวิตของชุมชน (กุลธิดา มะพุทธิ, 2540)

ความสำคัญของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมสามารถสร้างความเป็นระเบียบแบบแผน ความเป็นปึกแผ่นในสังคมได้ผ่าน การใช้วัฒนธรรมเข้าไปเป็นจุดศูนย์กลางในการกำหนดวิธีปฏิบัติ วิถีชีวิต ทัศนคติ ความเชื่อ ที่ถูกถ่ายทอดมาอยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ศาสนา วรรณคดี วรรณกรรม ตำนาน บทกลอน เพลง (กระทรวงวัฒนธรรม, 2552) หรือการปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชุมชนให้เกิด ความรัก ความหวงแหนในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากร รวมถึงการควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ที่อยู่ในสังคมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ, 2554) เนื่องจากสังคมเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อเกิดการอยู่ร่วมกันของบุคคลหลายบุคคลที่มีแนวทางปฏิบัติหลักความคิดที่คล้ายคลึงกันและมีวิธีการปฏิบัติที่สืบทอดกันจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ไม่สามารถแยกออกจากสังคมได้ การคงอยู่ของวัฒนธรรมสามารถทำให้คนในสังคมมองเห็นถึงปัญหาและช่วยป้องกันสังคมของตนให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงการเข้าใจพฤติกรรมของคนในสังคมด้วยกัน

และยอมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน เพื่อที่พัฒนาสังคมให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง และก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2529) ขณะเดียวกันวัฒนธรรมระดับประเทศเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึง เอกลักษณ์ของความเป็นชาติ และแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของการศึกษาในแต่ละศาสตร์ เช่น ศาสตร์ทางศิลปะสามารถศึกษาวัฒนธรรมผ่านวรรณคดี สถาปัตยกรรม ประติมากรรม การฟ้อนรำ ศาสตร์ทางมนุษยศาสตร์สามารถศึกษาวัฒนธรรมจากขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยมและปรัชญาในสังคม ศาสตร์คหกรรมสามารถศึกษาวัฒนธรรมได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นอาหาร สมุนไพร (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2550) นักวิชาการอธิบายถึงมุมมองทางวัฒนธรรมในระดับประเทศสามารถเกิดขึ้นได้ จากการประเมินวัฒนธรรมในแหล่งพื้นที่เดียวกัน วัฒนธรรมใดมีขนาดใหญ่เป็นข้อได้เปรียบและถูกผลักดันให้กลายเป็นวัฒนธรรมหลักของพื้นที่ ซึ่งภายในพื้นที่ยังคงมีวัฒนธรรมย่อยหลายกลุ่มได้เช่นกัน ดังนั้นวัฒนธรรมย่อยจึงสามารถแบ่งได้ตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ จากการอพยพท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ วัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อยสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข แต่สังคมต้องมีการวางกรอบวัฒนธรรมหลักของพื้นที่ในการประสานงานกัน เช่น ภาษาราชการ มารยาทขั้นพื้นฐาน ค่านิยม (นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล และคณะ, 2557)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีส่วนทำให้เกิดการสืบทอดความเป็นอัตลักษณ์ให้คงอยู่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ผู้เยี่ยมชม แสวงหาความเติมแท้ทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามปัจจุบันกระแสสังคมโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการพัฒนาด้านวัตถุอย่างต่อเนื่อง จนทำให้วัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนั้นด้วย วัฒนธรรมได้ถูกนำมาดัดแปลงเป็นสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถทำประโยชน์เชิงพาณิชย์ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า (Cultural Commodification) ซึ่งบางครั้งการแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเป็นเหตุให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของคนท้องถิ่นเกิดการเสื่อมถอย อาจนำไปสู่ความสูญเสียทางเอกลักษณ์ของชุมชน (UNESCO Bangkok, 2009: 12)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้เยี่ยมชม มีแรงจูงใจในความต้องการที่เรียนรู้ ค้นพบ สัมผัส และบริโภควัฒนธรรมที่แปลกใหม่ที่จับต้องได้และจับต้องเมื่อเดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา และจิตวิญญาณท้องถิ่นที่ยังคงถูกถ่ายทอดมาในรูปแบบของ ศิลปะ สถาปัตยกรรม ประวัติศาสตร์ วรรณกรรม วิถีชีวิต ความเชื่อและประเพณี ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ และสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น

เพื่อเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชนท้องถิ่นในการสร้างความสามัคคี ความเป็นปึกแผ่นในสังคมและเป็นกรอบในการควบคุมความประพฤติกรรมทางสังคมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ส่งผลกระทบเชิงลบต่อวัฒนธรรมที่เป็นกลุ่มขนาดเล็กในหลายกรณี เช่น การกลืนกลายทางวัฒนธรรม หรือการสูญหายของวัฒนธรรม เช่น ภาษาที่สาบสูญไปแล้วอย่างภาษาพะลือก (Phalok) หรือภาษาของชาติพันธุ์พะลือก (Phalok) แต่ถูกคนภายนอกเรียกกลุ่มชาติพันธุ์พะลือก (Phalok) ว่าชาติพันธุ์ "ลัวะ" และจากการศึกษางานวิจัยหลังปี พ.ศ.2513 ไม่มีงานศึกษาที่เรียกชาวบ้านกลุ่มดังกล่าวว่าชาติพันธุ์พะลือก (Phalok) แล้วมีแต่ใช้ชื่อว่าชาติพันธุ์ ลัวะ ทั้งยังตั้งข้อสังเกตว่ามีเพียงผู้อาวุโสในหมู่บ้านที่อายุราว 50 - 80 ปี เท่านั้นที่ทราบว่าตนเองเป็นพะลือก (Phalok) ส่วนชาวบ้านอายุน้อยกว่านั้นรับรู้ว่าเป็นลัวะ เนื่องจากไม่ได้รับการอธิบายจากผู้ที่อาวุโสกว่า อีกทั้งความรู้เรื่องพะลือกยิ่งน้อยลง เมื่อมีการแต่งงานกับคนไทยภาคเหนือหรือคนเมืองเข้าไปในชุมชน (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธรองค์การมหาชน, 2019) ซึ่งผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นกับวัฒนธรรมต้องเพิ่มการตระหนักถึงความจำเป็นในการอนุรักษ์วัฒนธรรม แต่การอนุรักษ์ไม่สามารถทำได้โดยง่ายจากการเก็บรักษาวรรณกรรมหรือเล่าเรื่องทางประวัติศาสตร์เท่านั้น การอนุรักษ์จำเป็นที่ต้องเรียนรู้แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อที่ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำแนวทางในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ที่เป็นมาตรฐานและได้รับการยอมรับมาเป็นองค์ประกอบหลักในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องตระหนักถึงประเด็นสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว และการดำเนินการอย่างมีระเบียบ แบบแผนเป็นไปตามขั้นตอน โดยคำนึงถึงการใช้มรดกทางวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุด แรกเริ่มจากการวางแผนการบริหารมรดกทางวัฒนธรรมภายในชุมชนให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์ พื้นฟู วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนไม่ให้เกิดการเสื่อมโทรม หรือถูกทำลาย รวมถึงการพัฒนาแนวทางในสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันระหว่างผู้เยี่ยมชม และชุมชนท้องถิ่น ผ่านการเพิ่มกิจกรรมภายในชุมชน การเพิ่มมาตรฐานการบริการ และการสร้างการตระหนักคุณค่าให้แก่ผู้เยี่ยมชม และเป็นเครื่องมือในการสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชม เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งชุมชนอาจทำได้โดยการขอความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐร่วมกับคนในชุมชนในการจัดตั้งหน่วยงานสำหรับการร่วมกันอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ และการ

พัฒนาแนวทางการป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน รวมไปถึงการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่น เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา เพื่อให้เกิดการดำเนินงานแบบองค์รวม โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา แนวทางการในการพัฒนา และการดำเนินการพัฒนาภายในชุมชนที่ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเมื่อการดำเนินงานนั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงาน ในขณะเดียวกันการประสานงานของชุมชนและหน่วยงานอื่นๆ นั้นสามารถสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และแนวทางการอนุรักษ์ได้หลากหลายมุมมองและครอบคลุมมากขึ้นจนสามารถพัฒนาให้กลายเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือน โดยการดำเนินการนั้นต้องมีการการจัดประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ ตั้งแต่ช่วงแรกเริ่มในการพัฒนา เช่น การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม เป็นเครื่องมือในการประเมินสภาพแวดล้อมและศักยภาพของชุมชน (SWOT analysis) การพัฒนาบุคลากร (Training Staff) ภายในชุมชน เนื่องจากการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นจำเป็นต้องใช้การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นในทุกขั้นตอน ดังนั้นหากบุคลากรท้องถิ่นขาดความรู้ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาส่งผลให้ไม่สามารถมองเห็นถึงปัญหาที่แท้จริงของชุมชนที่ถูกนำมาวิเคราะห์ให้เป็นแนวทางในการพัฒนาได้ การจัดเตรียมข้อมูลและคู่มือในการบริการข่าวสารการท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) ที่สามารถทำได้จากการนำเสนอ ในรูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือทางการท่องเที่ยว แผ่นพับ โบรชัวร์ และการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมเยือน ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น และการประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (Undertaking Research) หลังจบโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีการประเมินผลและตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ โดยศึกษาผ่านผู้เยี่ยมเยือน โดยตรงจากวิจัยภายในพื้นที่หรือการสร้างแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เยี่ยมเยือน เพื่อนำมาปรับปรุง และรับฟังถึงความประทับใจและความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไปในอนาคต (อุษาวดี พูลพิพัฒน์, 2545)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้ผู้เยี่ยมเยือน ได้รับประสบการณ์ความรู้แบบใหม่ และเข้าใจถึงความเป็นมาของวัฒนธรรมจนสามารถนำมาย้อนกลับมาประเมินและเข้าใจตนเองมากขึ้น แต่ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลง

วัฒนธรรมท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องถูกอนุรักษ์และพัฒนา โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้สามารถคงอยู่ต่อไปในอนาคต แต่ในขณะเดียวกันต้องเกิดการประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมในทุกมิติ โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรในชุมชน ต้องพัฒนาความรู้ ทักษะ และเข้าใจถึงแนวทางการพัฒนาที่ถูกต้องตามหลักการ เพื่อให้ชุมชนเกิดผลกระทบน้อยที่สุด

แนวคิดการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว

1. การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว

การรับรู้ของผู้เยี่ยมเยือน ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในเดินทาง (Kotler, 2003) และมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการแสดงออกของผู้เยี่ยมเยือน (กานดา จันทร์แย้ม , 2556) ซึ่งผู้เยี่ยมเยือนถูกกระตุ้นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของร่างกาย ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ส่งผลให้เกิดการตีความหมาย โดยนำความรู้เดิม ความต้องการ และทัศนคติ ประสบการณ์ มาเป็นพื้นฐานในการตีความหมายต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ (วชิระ ชินหนองจอก , 2556) นอกจากประเด็นพื้นฐานดังกล่าว การตีความ สามารถเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยอื่นๆที่ถูกสั่งสมมาอย่างยาวนาน เช่น ภูมิหลังของผู้เยี่ยมเยือน (Frame of Reference) ที่ถูกสั่งสมมาจากครอบครัวในลักษณะของ ความเชื่อ วัฒนธรรม ศาสนา สถานะทางสังคม (Social Position) และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่แตกต่างกันรวมถึง สภาวะทางจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ความชอบที่รับรู้ในมุมมองที่แตกต่างกัน (พัชรี เฉยจรรยา อ้างถึง ZHITANG CHEN, 2560 : 24-25)

1.1 ช่องทางการรับรู้

ผู้เยี่ยมเยือน สามารถเกิดกระบวนการรับรู้ได้ต่อเมื่อได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าที่ถูกกระตุ้นผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของร่างกาย คือ ตา หู จมูก ปาก และ ผิวหนัง จนเกิดการตีความจากประสบการณ์ ความรู้ สภาพแวดล้อม ทัศนคติ ที่ส่งผลให้เกิดการแสดงออกที่แตกต่างกัน โดยประสาทสัมผัสที่ 1 คือ ประสาทสัมผัสทางตาที่ใช้ในการรับรู้ เนื่องจากตาสามารถมองเห็นถึงความแตกต่าง การเคลื่อนไหวของสิ่งเร้าได้ง่ายสอดคล้องกับผลการศึกษากัลยารัตน์ พันกลิ่น (2559) อธิบายว่า ลูกค้าสามารถจดจำลักษณะของขนมไทยได้อย่างแม่นยำและแยกแยะความแตกต่างของขนมได้ทันทีที่มองเห็นและยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สร้างความประทับใจแรกให้แก่ผู้เยี่ยมเยือน

ประสาทสัมผัสที่ 2 คือ ประสาทสัมผัสทางหู ที่ใช้ในการรับเสียง โดยสิ่งเร้าถูกส่งนำไปตีความตามการได้ยินและทำให้ผู้เยี่ยมชมเยื่อน สามารถเกิดอารมณ์ร่วมต่อสิ่งเร้านั้นได้ เช่น การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพลง หรือเพลงที่ถูกเปิดขณะรับประทานอาหารตามร้านอาหารต่างๆ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ทางธุรกิจที่มีการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน หากผู้เยี่ยมชม ได้รับสิ่งเร้า เป็นประจำสามารถ สร้างการจดจำสิ่งเร้าได้ เช่น โฆษณานมถั่วเหลืองบริษัท แลคตาซอย จำกัด ที่สื่อสารออกมาในลักษณะของเสียงเพลงที่ใส่รายละเอียดของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า (Brand) ควบคู่กับความถี่ในการโฆษณาส่งผลให้ผู้เยี่ยมชม เกิดภาพจำถึงของแบรนด์นมถั่วเหลืองได้โดยสามารถจดจำราคาและลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ตามข้อมูลที่ได้รับจากโฆษณา

ประสาทสัมผัสที่ 3 คือ ประสาทสัมผัสทางจมูก ที่ใช้ในการรับกลิ่นเป็นอวัยวะที่สามารถดึงประสบการณ์ ภูมิหลังของผู้เยี่ยมชมมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว หากสิ่งเร้าดังกล่าวผู้เยี่ยมชมเคยมีประสบการณ์มาก่อน ขณะเดียวกันหากผู้เยี่ยมชม ยังไม่มีประสบการณ์ของสิ่งเร้านั้นถูกจดจำไว้และเมื่อได้รับสิ่งเร้าเดิมหรือคล้ายกันทำให้นักถึงประสบการณ์ที่เคยสัมผัส ซึ่งสิ่งเร้าต่อประสาทสัมผัสทางจมูกสามารถนำมาใช้ทางการตลาดได้ เช่น ร้านเสื้อผ้าบริษัท ยัสपाल จำกัด ที่มีการฉีदन้าหอม “SUEDE” ภายในร้านเพื่อให้ลูกค้าที่เดินผ่านหรือเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ภายในร้านจดจำ กลิ่นน้าหอมที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ รวมไปถึงการนำน้าหอม “SUEDE” มาจำหน่ายให้เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งของตราสินค้า (Brand) ส่งผลให้เกิดภาพจำของตราสินค้า (Brand) ผ่านการจดจำกลิ่น เมื่อลูกค้าเดินทางไปยังต่างจังหวัด หากถูกกระตุ้นด้วยกลิ่นน้าหอมดังกล่าวสามารถรับรู้ได้ทันทีถึงร้านเสื้อผ้าบริษัท ยัสपाल จำกัด ที่อยู่ภายในบริเวณนั้น

ประสาทสัมผัสที่ 4 คือ ประสาทสัมผัสทางปาก ภายในมีลิ้นทำหน้าที่รับรู้รสเปรี้ยว หวาน เค็ม ขม ปัจจุบันเห็นว่าธุรกิจมีการใช้ประสาทสัมผัสทางปากหรือการรับรู้รสชาติเข้ามาเป็นปัจจัยหลักในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น บริษัท Coca-Cola ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติต่างกัน เช่น รสดั้งเดิม รสสตอเบอร์รี่ รสผลไม้รวม เพื่อสร้างความแตกต่างและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ประสาทสัมผัสที่ 5 คือ ประสาทสัมผัสทางผิวหนัง สามารถใช้ในการรับรู้ลักษณะผิวสัมผัสของสิ่งเร้า ความตื้น ลึก หนา และบางของวัตถุต่างๆ เช่น การรับรู้ถึงความหนา บาง เนื้อสัมผัสของเสื้อผ้าที่แตกต่างกันตามแต่ละแบรนด์สินค้ากลายเป็นตัวกระตุ้นในการเกิดพฤติกรรมการซื้อได้ในที่สุด

ดังนั้น ช่องทางการรับรู้หรือจากการกระตุ้นด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการสามารถนำกระบวนการกระตุ้นต่อสิ่งเร้าให้เกิดการรับรู้มาใช้ในการออกแบบกิจกรรมภายในงานได้ เช่น โรมแรงแรงขนาดใหญ่อย่าง Grand Centre Point The Metropole และ Amari เลือกใช้กลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง สามารถสร้างภาพจำให้กับผู้เยี่ยมชมเยือนได้ ทั้งนี้กลิ่นสามารถกระตุ้นความรู้สึกของผู้เยี่ยมชมเยือน ให้มีความรู้สึกถึงคุณภาพของสินค้าและบริการที่มีมากกว่าเดิม อารมณ์ของผู้ใช้บริการดีขึ้น และสร้างความทรงจำของผู้เยี่ยมชมเยือน ต่อตราสินค้า (brand) จนสามารถทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ หรือบริการได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 (Aristo Aroma, 2019) ซึ่งเทศกาลตรุษจีนสามารถควบคุมกลิ่นภายในงานเทศกาลได้จากการจัดบริเวณกลิ่นของอาหาร หรือบริเวณกลิ่นธูปที่เกิดจากการสักการะเทพเจ้าตามความเชื่อ หรือการควบคุมควบคุมแสง สี เสียง ของกิจกรรม พิธีกรรม การแสดงและสภาพแวดล้อมในเทศกาล ที่เป็นองค์ประกอบร่วมกันที่ส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมชมเยือน เกิดการรับรู้คุณค่าในทุกๆคุณค่าของผู้เยี่ยมชมเยือน อย่างไรก็ตามผู้เยี่ยมชมเยือน ที่ถูกกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเยือน สามารถตระหนักถึงคุณค่าที่ตนเองรับรู้ได้จากกระบวนการตีความตามภูมิหลังของแต่ละคนโดยมีพื้นฐานทางความรู้ ประสบการณ์ ความทรงจำ หรือสถานการณ์ในอดีตที่แตกต่างกันมาเป็นองค์ประกอบจนทำให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรมที่แตกต่างกันของผู้เยี่ยมชมเยือน

2. คุณค่าทางการท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่องการรับรู้คุณค่า มีรากฐานมาจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และพิจารณาความรู้สึกและทัศนคติของผู้บริโภคเพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มที่ดึงดูดให้ซื้อสินค้าบางอย่างในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันและถูกนำมาใช้อย่างมากด้านการตลาดโดยทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณค่าถูกใช้เครื่องมือด้านการตลาดที่สามารถส่งเสริม และยกระดับความสำเร็จในระยะยาว แรกเริ่มทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณค่าการรับรู้คุณค่าของผู้เยี่ยมชมเยือน ถูกอ้างถึงเพียง 1 ประเด็น คือ คุณค่าทางการเงิน (Monetary Value) แต่คุณค่าทางการเงินยังไม่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Zeithaml อ้างถึงใน จีรานูจ สิริมงคล, 2022) ซึ่งการรับรู้คุณค่าเป็นการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่เสียไปกับความคุ้มค่าที่ได้รับสินค้าและบริการ ผู้เยี่ยมชมเยือนเปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้เยี่ยมชมเยือน ตั้งแต่ก่อนที่ได้รับสินค้าและบริการ และหลังจากได้รับสินค้าและบริการสามารถกล่าวได้ว่าการเปรียบเทียบดังกล่าวเป็นการประเมินความคุ้มค่าของสินค้า และบริการ นอกจากนี้ Zeithaml, (1988); Zeithaml and Bitner, (2003) ได้อธิบายคำจำกัดความการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) มีองค์ประกอบดังนี้

1. การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) จากสินค้าและบริการที่มีราคาต่ำ 2. การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) จากผู้เยี่ยมชมที่มีความต้องการในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว 3. การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) คุณภาพของจากสินค้าและบริการที่ผู้เยี่ยมชมได้รับอย่างเหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป 4. การรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ผู้เยี่ยมชมรู้สึกถึงความคุ้มค่าจากสินค้าและบริการ แต่การศึกษาเพียงประเด็นเดียวไม่ครอบคลุมทุกมิติส่งผลให้นักวิชาการท่านอื่นนำทฤษฎีเข้ามาศึกษาเพิ่มเติมเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในหลายมิติมากขึ้น เช่น การวิจัยของ Sheth et al. (1991) เสนอทฤษฎีการรับรู้คุณค่าที่จำแนกคุณค่าที่รับรู้ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1. คุณค่าทางด้านการใช้งาน (Functional Value) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) 3. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) 4. คุณค่าทาง ความรู้ความคิด (Epistemic Value) 5. คุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional Value) ปัจจุบันทฤษฎีการรับรู้คุณค่ามีการใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากหมวดหมู่ดังกล่าวมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับมุมมองของผู้บริโภคที่สามารถนำไปพัฒนาสินค้าและบริการรวมถึงภาพลักษณ์ของบริษัท แหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับมุมมองของผู้บริโภคเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.1 ความหมาย

Holbrook, (1999) ได้อธิบายความหมายของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) คือ ประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชมได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้หรือบริการที่จับต้องไม่ได้ และต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่บุคคลได้รับและค่าใช้จ่ายที่ผู้เยี่ยมชมได้จ่ายไป

Mostafa Rasoolimanesh, (2016) ได้อธิบายความหมายของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) คือ ความคิดเห็นของผู้เยี่ยมชม หรือการประเมินทางจิตใจที่เกี่ยวกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้แก่ผู้เยี่ยมชม

Chen & Hu, (2010) ได้อธิบายความหมายของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) การรับรู้คุณค่า เป็นหน้าที่ของความรู้สึกและทัศนคติของผู้เยี่ยมชม เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ซื้อ การรับรู้คุณค่าถูกพิจารณาจากราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการและปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น คุณภาพที่รับรู้และการตอบสนองทางอารมณ์

Zeithaml, (1988) ได้อธิบายความหมายของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) คือ การรับรู้คุณค่า การประเมินโดยรวมของผู้เยี่ยมชมที่เกี่ยวกับประโยชน์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากการรับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับ ดังนั้นการรับรู้คุณค่านั้นไม่ได้พิจารณาแค่ราคาของผลิตภัณฑ์

เท่านั้น แต่ยังมีพิจารณาถึงปัจจัยทางจิตวิทยาต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากนี้ประสบการณ์และพฤติกรรมของผู้เยี่ยมเยือน ยังมีอิทธิพลต่อการประเมินแบรนด์โดยรวม เช่น การเงิน สังคม อารมณ์ ศักดิ์ศรีหรือประสบการณ์ และเป็นกระบวนการสำคัญในการบริโภค และกระบวนการของผู้เยี่ยมเยือน

Jacoby & Olson, (1977) ได้อธิบายความหมายของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) คือ การรับรู้คุณค่าเป็นผลจากการเปรียบเทียบของผู้เยี่ยมเยือน ในการประเมินราคาในรูปแบบต่างๆ เช่น ราคาที่กำหนดในโฆษณา ราคาที่อ้างอิงจากโฆษณา และราคาอ้างอิงจากร้านค้าโดยตรง

2.2. องค์ประกอบการรับรู้คุณค่า (Perceived Value)

องค์ประกอบการรับรู้คุณค่าประกอบด้วยมิติด้านคุณค่าที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ 1. คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) 3. คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value) 4. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) 5. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)

2.2.1 คุณค่าการใช้งาน (Functional Value)

คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) หมายถึง การรับรู้คุณค่าที่มาจากการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน เช่น ราคาผลิตภัณฑ์และบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในเทศกาลตรุษจีน มีประสิทธิภาพมากน้อยอย่างไร เมื่อเทียบกับความคาดหวังของผู้เยี่ยมเยือน (Sheth, Newman and Gross, 1991b; Sweeney & Soutar, 2001) สอดคล้องกับ Babin, Darden & Griffin (as cited in Baker, D., & Fulford, M.D, 2016) บรรยายถึงมุมมองทั่วไปของผู้เยี่ยมเยือน ในการรับรู้คุณค่าที่คำนึงถึงประโยชน์ที่นำมาใช้สอยเป็นหลัก

นอกจากนี้ Woodruff (as cited in Baker, D., & Fulford, M.D, 2016) ได้กำหนดขอบเขตการรับรู้คุณค่าเป็น 2 ลักษณะ คือ 1. ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือน ที่รับรู้คุณค่าจากการประเมินคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ 2. การรับรู้คุณค่าเมื่อผู้เยี่ยมเยือนบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผู้เยี่ยมเยือนจากการใช้งาน 3. การรับรู้คุณค่าถูกประเมินเมื่อผู้เยี่ยมเยือนรับรู้ราคาที่ได้จ่ายไปเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีลักษณะเดียวกัน แต่ราคาที่จ่ายไปต่างกัน 4. การรับรู้คุณค่าถูกประเมิน เมื่อผู้เยี่ยมเยือนมีการเปรียบเทียบคุณค่า จากประสบการณ์ที่ตนเคยใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ และถูกประเมินคุณค่าอย่างต่อเนื่องเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับราคาที่จ่าย ดังนั้นคุณภาพและราคา

ถือเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของพฤติกรรมการเลือกของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์แม้ว่าราคาของผลิตภัณฑ์และบริการราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปแต่ถ้าผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้ในระยะยาว คุ่มค่าและมีคุณภาพดีผู้เยี่ยมเยียนพึงพอใจ และมีความตั้งใจที่ซื้อผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวมากขึ้น นอกจากนี้การรับรู้คุณค่ายังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น ราคาในอดีต ราคาปัจจุบัน และราคาคู่แข่ง การรับรู้ถึงคุณค่าการใช้งาน (Functional Value) จึงมีการประเมินคุณค่าที่ได้รับแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล และตามแต่ละสถานการณ์การ หรือตามแต่ละช่วงเวลา เช่น การคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับเทศกาลตรุษจีน ระหว่างการท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีน หลังการท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากการรับรู้ถึงคุณค่าเกิดจากพื้นฐานทางประสบการณ์ของผู้เยี่ยมเยียน ที่ผู้เยี่ยมเยียน แต่ละบุคคลมีภูมิหลังการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

การรับรู้คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ไม่ได้ถูกจำกัดเพียงการรับรู้ทางต้นทุนทางการเงินเท่านั้น แต่ผู้เยี่ยมเยียนสามารถรับรู้คุณค่าได้จากที่ผู้เยี่ยมเยียน รับรู้ถึงอัตลักษณ์ที่สำคัญของเทศกาลตรุษจีนตามความเชื่อที่ถูกสืบทอดมาตั้งแต่อดีต คือความกตัญญู ที่แสดงออกในลักษณะการสักการะแก่เทพเจ้าเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ตนเองและการเคารพต่อเทพเจ้าที่ดลบันดาลพรแก่ครอบครัว นอกจากนี้ในช่วงเทศกาลตรุษจีนเป็นช่วงเวลาที่ได้พักผ่อนจากการทำงาน ครอบครัวชาวจีนรวมตัวกันเพื่อเฉลิมฉลองในวันปีใหม่จีนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ครอบครัวและจัดพิธีกราบไหว้บรรพบุรุษของครอบครัวในวันถัดไปของการสักการะแก่เทพเจ้า เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของครอบครัวแก่ลูกหลาน (จรรยา เหลียวตระกูลและคณะ, 2559) และเป็นการส่งต่อเจตนาธรรมแก่ลูกหลานให้มีการปฏิบัติสืบทอดไปในทุกๆ ปี

ดังนั้นการรับรู้คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) หากกล่าวในลักษณะของต้นทุนทางการเงินเห็นได้ว่าผู้เยี่ยมเยียน เกิดการรับรู้คุณค่าในขั้นตอนของการใช้ต้นทุน เพื่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการในสถานการณ์นั้น ในขณะที่เดียวกันการรับรู้คุณค่ายังรวมไปถึงการรับรู้ถึงแก่นสำคัญของเทศกาลตรุษจีนที่ส่งเสริมให้เกิดการตระหนักรู้ในความกตัญญูให้แก่ผู้เยี่ยมเยียน ที่สนับสนุนการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวและเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ให้ความช่วยเหลือทางใจแก่ตน อย่างไรก็ตามคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ – แม่ปากน้ำโพต้องออกแบบประสบการณ์ให้ผู้เยี่ยมเยียนรู้สึกคุ้มค่าอาจทำได้ เช่น การกำหนดมาตรฐานราคาสินค้าและบริการภายในงานเทศกาลตรุษจีน การจัดกิจกรรมที่ได้การใช้เวลาร่วมกันกับครอบครัว เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ผู้เยี่ยมเยียน ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอีกครั้ง

2.2.2 คุณค่าทางสังคม (Social Value)

คุณค่าทางสังคม (Social Value) หมายถึง การรับรู้คุณค่าของเทศกาลตรุษจีนที่ส่งเสริมการเชื่อมโยงกลุ่มทางสังคมที่เฉพาะเจาะจงหรือมากกว่าหนึ่งกลุ่ม เช่น กลุ่มประชากร กลุ่มทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน (Sheth et al., 1991) หรือที่มีแนวคิดทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน เช่น ทัศนคติ ความชอบ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) (Prebensen, 2014) การพัฒนากิจกรรมทำให้ผู้เยี่ยมชม เกิดการปฏิสัมพันธ์ในการเข้าร่วมและสื่อสารกับคนในท้องถิ่นอาจส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมได้รับประสบการณ์จริงในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เช่น การเรียนรู้ที่เคารพวัฒนธรรมอื่น และกลุ่มวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ นอกจากนี้คุณค่าทางสังคม (Social Value) สามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของผู้เยี่ยมชมจนได้รับการยอมรับจากสังคม เช่น ครอบครัว ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมพิจารณาความคิดเห็นของคนในสังคม หรือการพิจารณาจากการถูกแนะนำผ่านสื่อต่างๆ ก่อนที่ตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากการรับรู้ประสบการณ์ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชม เกิดความรู้สึกพึงพอใจมากกว่าการเดินทางไปยังเทศกาลตรุษจีนด้วยตนเอง ซึ่งการพิจารณาความคิดเห็นของคนในสังคมเป็นเครื่องยืนยันว่าการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ผู้เยี่ยมชมได้รับความพึงพอใจ และประสบการณ์ในระดับที่ดีที่สุด (Suki, 2016) เช่น ผู้เยี่ยมชมเลือกเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ถูกมองจากคนในสังคมว่าผู้เยี่ยมชมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งการที่ผู้เยี่ยมชมถูกมองว่ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม อาจส่งผลให้เป็นการกระตุ้นพฤติกรรมต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชมคนอื่นๆ ได้ (Biswas and Roy, 2015) อีกทั้งยังได้รับการยอมรับและความเคารพจากผู้เยี่ยมชมคนอื่นส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกพึงพอใจ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจึงมีข้อได้เปรียบทางด้านภาพลักษณ์ที่ดีสามารถผลักดันผู้เยี่ยมชมให้ได้รับการยอมรับจากสังคมถูกนำมาตัดสินใจก่อนแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก

ดังนั้นการรับรู้คุณค่าทางสังคม (Social Value) ถูกกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ได้ในหลายกรณี เช่น การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่มีค่านิยมเดียวกัน การได้รับการยอมรับ การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ตนเอง อาจแสดงออกในรูปแบบของการมีคนในสังคมออกเดินทางตามกับผู้เยี่ยมชมแนะนำ รวมไปถึงการที่ผู้เยี่ยมชมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ยอดนิยม เพื่อแสดงถึงค่านิยมการท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีข้อได้เปรียบ คือ การได้รับการยอมรับให้จัดเทศกาลตรุษจีนปีที่ 107 ปี พ.ศ.2566 ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมที่เข้ามาเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีนถูกกระตุ้นให้เกิดการรับรู้คุณค่าทางสังคม (Social Value) ได้โดยง่าย

ซึ่งคุณค่าทางสังคม (Social Value) ยังมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Ahsan Kamal & Muhammad Kashif (2022) พบว่า คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value) สามารถสร้างคุณค่าทางสังคม (Social Value) เนื่องจากผู้เยี่ยมชมมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นระหว่างการเยี่ยมชม ศาลเจ้าเกิดการแบ่งปันประสบการณ์อย่างเป็นมิตร ส่งผลให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกมากขึ้น

คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value)

ความหมายของจิตวิญญาณ

Aurier, Evrard, N'Goala (2004) อธิบายถึง ประสบการณ์ชีวิตช่วยให้ผู้บริโภคตั้งคำถามกับตัวเองและตั้งคำถามกับตัวเองเมื่อเผชิญกับสังคม ผู้อื่น และมนุษยชาติโดยทั่วไป

taper (2003) อธิบายถึง จิตวิญญาณเป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรมที่เป็นแรงจูงใจของแต่ละบุคคลในการแสดงออกทางพฤติกรรมที่แสวงหาความหมายและจุดประสงค์ในชีวิต

Sosik (2000) อธิบายถึง จิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อส่วนตัวและความจริงที่บุคคลยึดถือและเชื่อในชีวิตของพวกเขา และมีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในชีวิต รูปลักษณ์ภายนอก และปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบของคุณค่าทางจิตวิญญาณ (spiritual values)

จากการศึกษาของ Barsh et al., (as cited in Prem Selver, 2013) พบ องค์ประกอบ 5 ประการของคุณค่าทางจิตวิญญาณ (spiritual values) ดังนี้ 1. การค้นหาความหมาย (Finding Meaning) หมายถึง การค้นพบว่า บทบาทของเรามีความหมาย ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ผู้เยี่ยมชม สามารถรับมือกับเวลาที่ท้าทาย ความอึดอัด และความกลัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตนเอง ได้ ยิ่งการมีคุณค่าทางจิตวิญญาณมากเท่าใดก็ยังสามารถเอาชนะวิกฤตและรับมือกับเหตุการณ์ที่ตึงเครียดได้มากเท่านั้นสอดคล้องกับ (Quick, Gavin, Cooper, Quick & Gilbert, 2000) กล่าวว่า การตระหนักถึงความหมาย เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมในการดำเนินชีวิตยังมีแนวทางในการดำเนินชีวิตในหลายรูปแบบ และรู้รับรู้อิงเป้าหมายในอนาคตของตนที่ส่งให้ผู้เยี่ยมชม สามารถก้าวข้ามตัวเองและมีมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวของผู้เยี่ยมชม

2. การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Altruistic Love) หมายถึง ความรักที่แสดงออกให้เห็นในลักษณะของการให้และการรับอย่างไม่มีเงื่อนไข ซึ่งสามารถทำได้เมื่อผู้เยี่ยมชม ตระหนักถึงความอ่อนน้อมถ่อมตนที่ทำให้ตนเองสามารถยอมรับคำติชมจากผู้อื่นได้ รวมไปถึงการเคารพผู้อื่นและการดูแลเอาใจใส่ทำให้เกิดความรู้สึกเอื้อเฟื้อต่อกัน และทำให้ผู้คนในสังคมมีความรู้สึกขอบคุณ

ความสุข ความพึงพอใจต่อกันและกันส่งผลให้การปฏิบัติดีงามมีประสิทธิภาพมากขึ้น และการปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างยุติธรรมทำให้เกิดความไว้วางใจ และมีประสบการณ์การในเชิงบวกเพิ่มขึ้น ดังนั้นคำจำกัดความของการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Altruistic Love) คือ การแสดงออกอย่างอ่อนน้อมถ่อมตน ความซื่อสัตย์ ความมีเมตตา ความห่วงใย และเห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น

3. การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) หมายถึง การเข้าใจความรู้สึกทางอารมณ์ของตนอย่างถ่องแท้และแม่นยำมากขึ้น เพื่อให้เกิดความตระหนักในตนเอง และไตร่ตรองพฤติกรรม ความรู้สึกนึกคิดให้มากขึ้น เช่น การทำความเข้าใจอารมณ์ของตนเองและการทำความเข้าใจว่าอารมณ์ของตนส่งผลต่อผู้อื่นอย่างไร ซึ่งการตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) ทำให้มีการตัดสินใจที่ดีขึ้นและมีความสามารถในการแสดงบทบาทของตนมากขึ้น เนื่องจากผู้เยี่ยมชมตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตน (Khosravi, 2011)

4. วิสัยทัศน์ (Visioning) หมายถึง วิสัยทัศน์ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างการมีศรัทธาและการควบคุมจิตสำนึกโดยความศรัทธาเป็นความเชื่อมั่นในสิ่งที่ไม่ใช่ข้อพิสูจน์ และกำหนดให้ความศรัทธาเป็นตัวแทนในการพากเพียร การอดทน และความตั้งใจในการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งให้มีศักยภาพ (Fry, 2003) และการควบคุมจิตสำนึกที่เป็นการหลีกเลี่ยงความคิดเชิงลบและความกังวลในการดำเนินชีวิต (Chidbhavananda, 1997) ทำให้ผู้เยี่ยมชม ตระหนักถึงจุดประสงค์และทิศทางในการดำเนินชีวิต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในอนาคต (baumeister, 1991) ดังนั้นการกำหนดวิสัยทัศน์จึงเปรียบเสมือนกับการสร้างภาพเชิงบวกของเป้าหมายที่ยังไม่บรรลุผลเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการสำเร็จเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดความคิดเชิงลบที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน เช่นส่งผลต่อการตัดใจ การแก้ไขปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

5. ความถูกต้อง (Authenticity) หมายถึง ค่านิยมทาง ความคิด ความเชื่อ และ อารมณ์ที่กำหนดพฤติกรรมทางจิตวิญญาณ อาจแสดงออกในรูปแบบของความซื่อสัตย์ สุจริต และพฤติกรรมทางศีลธรรม จริยธรรม และศาสนา (Reave, 2005) สอดคล้องกับ Narayanswamy (2008) กล่าวว่า ความซื่อสัตย์สุจริต และพฤติกรรมที่มีจริยธรรมเป็นรากฐานของความประสบความสำเร็จ เช่น ตามความเชื่อของศาสนาอิสลาม อธิบายถึงความสัมพันธ์ของตนเองกับอัลลอฮ์และกับผู้อื่น โดยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับพระเจ้าหรืออัลเลาะห์ เรียกว่า Habluminallah Habluminallah หมายถึง การนับถืออัลลอฮ์ในชีวิตและการแสดงออกทางพฤติกรรมต้องเป็นไปตามคัมภีร์กุรอานและหะดีษ เช่น ละหมาด 5 ครั้ง การถือศีลอด และการสักการะอื่นๆ เพื่อแสดงออกให้

เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับอัลลอฮ์ เพื่อให้ผู้ที่นับถือศาสนาในช่วงระยะเวลาที่อยู่กับตนเองให้ตระหนักถึงการกระทำและความรู้สึกของตน ในขณะที่ความสัมพันธ์ของตนกับผู้อื่น เรียกว่า habluminans หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ของแต่ละบุคคลกับสภาพแวดล้อมทางสังคมอย่างไร เช่น เมื่อพบมุสลิมอื่น ให้สละม (กล่าวสวัสดี) เสมอแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารกับผู้อื่น หรือการช่วยเหลือหรือดูแลผู้อื่นเมื่อ มีคนมีปัญหาในการทำงาน ซึ่งการแสดงออกดังกล่าวสามารถพัฒนาความสัมพันธ์เชิงบวกในสังคมได้ (Rehman, Al Buraey, 1990)

ดังนั้นคุณค่าทางจิตวิญญาณ (spiritual values) หมายถึง วิธีที่ผู้เยี่ยมชมเยือนแสดงออกทางพฤติกรรมตามค่านิยมของตนเองเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในชีวิต ทั้งนี้ความพึงพอใจยังเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ที่ดีที่สามารถกำหนดคุณภาพชีวิต ส่วนความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิญญาณเป็นแรงจูงใจในการกระตุ้นตนเองให้ปฏิบัติตามความเชื่อและศรัทธา เพื่อให้ตนเกิดความรู้สึกปลอดภัยสงบ และสุขสบาย

2.2.3 คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)

คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) หมายถึง การรับรู้คุณค่าจากการประเมินความรู้สึกหรือสภาวะทางอารมณ์ที่เทศกาลตรุษจีนสร้างขึ้น หรือจากองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ความเป็นมิตรคนในชุมชน แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมไม่ต้องใช้แรงในการทำกิจกรรม (Passive Participant) เช่น การฟังบรรยาย การชมการแสดง หรือการร่วมกิจกรรมอย่างกระตือรือร้น (Active Participant) และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการทำกิจกรรมนั้นๆ เช่น การดำน้ำ การร่วมแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น (Pine&Gilmore, 1998) ทั้งนี้คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) สามารถตระหนักถึงอารมณ์ได้หลายรูปแบบ ได้แก่ อารมณ์เชิงบวก 1. ความรู้สึกสวยงาม 2. ความชอบและน่าดึงดูด 3. เสน่ห์ 4. ความตื่นตัว 5. ความน่าเกรงขาม 6. ความอัศจรรย์ 7.ความคิดถึง 8. ความยินดี 9. ความตลกขบขัน 10. ความมีชีวิตชีวา 11. ได้รับพลังงาน 12. การผ่อนคลาย 13. ความประหลาดใจ 14. ความสนใจ 15. ความท้าทายทางสติปัญญา 16. ความหยิ่งรู้สึกซึ่ง หรืออารมณ์เชิงลบ 1. ความรู้สึกน่าเกลียด 2. ไม่พอใจ 3. ความเบื่อหน่าย 4. ความสับสน 5. ความโกรธ 6. ความรู้สึกไม่สบายใจ 7. ความโศกเศร้า 8. สะเทือนใจ (Schindler et al., 2017) ในขณะที่เดียวกันหากผู้เยี่ยมชมเยือนมีการแบ่งปันเป้าหมาย การแบ่งปันความคิด อารมณ์ ความสนใจ และพฤติกรรม การแสดงออกที่ร่วมกันกับคนในสังคม เช่น เพื่อน ครอบครัว รวมถึงการร่วมกิจกรรมร่วมกัน เช่น การร้องเพลง การถ่ายรูป การเล่นเครื่องดนตรี กับกลุ่มคนที่ชื่นชอบในเรื่องเดียวกันช่วยส่งเสริมให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน ที่สามารถพัฒนาไปสู่

การมีปฏิสัมพันธ์ การแข่งขันประสบการณ์แบบปากต่อปาก จนพัฒนาเป็นความภักดี และเกิดประสบการณ์ที่ทำให้จดจำ ประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง

2.2.4 คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)

คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) หมายถึง ผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถเกิดการรับรู้คุณค่าต่อเมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าที่ผู้เยี่ยมชมเยือนต้องเลือกทางเลือกอื่นที่ได้รับประโยชน์จากเหตุการณ์นั้นก่อน มากกว่าการนึกถึงประโยชน์ที่แท้จริง (Tapachai & Waryszak, 2000) หรือเป็นการส่งเสริมคุณค่าในเหตุการณ์ที่มีคุณค่าด้านอื่นอยู่ก่อนแล้ว (Ashton, 2015) เช่น ความคุ้มค่าในการเดินทาง ระยะเวลาเดินทาง โปรโมชั่นในการเดินทาง ส่วนลด เช่น กรณีผู้เยี่ยมชมเยือนต้องการลงทะเบียนเข้าห้องพัก แต่ทางโรงแรมมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมากจึงจำเป็นต้องใช้แอปพลิเคชันเพื่อลงทะเบียนเข้าห้องพัก จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเกิดการรับรู้คุณค่าของแอปพลิเคชันในการช่วยอำนวยความสะดวกและลดระยะเวลา ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้ผู้เยี่ยมชมเยือนประเมินถึงคุณค่าที่ได้รับมากกว่าการประเมินคุณค่าในสถานการณ์ปกติ (Sheth, Newman and Gross, 1991; นฤมล กิมภากรณ์ และคณะ, 2562)

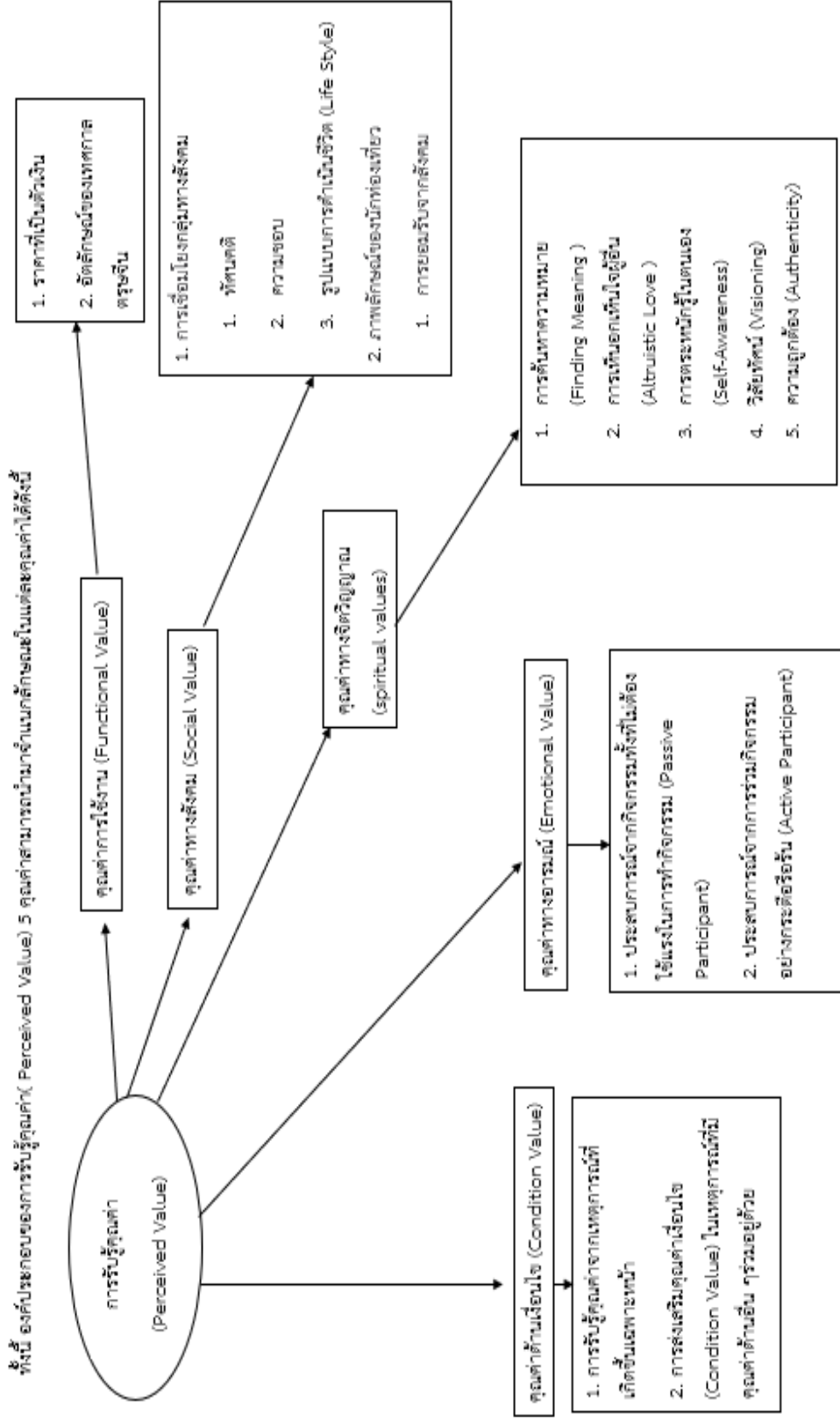
จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเห็นได้ว่ามีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าทางการรับรู้ (Perceived Value) เป็นจำนวนมากที่อธิบายถึงคุณค่าทางการรับรู้ (Perceived Value) 5 คุณค่า ดังนี้ 1. คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) 3. คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value) 4. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) 5. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ดังนั้นการศึกษา วิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำองค์ประกอบการรับรู้คุณค่า 5 คุณค่ามาเป็นกรอบในการศึกษาการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีนจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชม และนักทัศนจรที่เข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน ทั้งนี้สามารถสรุปองค์ประกอบการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงองค์ประกอบของคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value)

คุณค่าทางการรับรู้ (Perceived Value)	คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value)	คุณค่าทางสังคม (Social Value) และคุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value)	คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)	คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)
Sheth, Newman & Gross (1991)	✓	✓	✓	✓
Sweeney & Soutar (2001)	✓	✓	✓	✓
Sheth et al.(1991)	✓	✓	✓	
Zeithaml (1988)	✓			
Woodruff (1997)	✓		✓	
Hellier (2016)	✓			
จรรยา เหลียวตระกูลและคณะ (2559)	✓			
Prebensen (2014)		✓	✓	
นฤมล กิมภากรณ์และคณะ (2562)	✓	✓	✓	✓
Schindler et al. (2017)		✓		

ตาราง 1 แสดงองค์ประกอบของคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) (ต่อ)

คุณค่าทางการ รับรู้ (Perceived Value)	คุณค่าด้านการ ใช้งาน (Functional Value)	คุณค่าทางสังคม (Social Value) และคุณค่าทางจิต วิญญาณ (Spiritual Value)	คุณค่าทาง อารมณ์ (Emotion al Value)	คุณค่าด้าน เงื่อนไข (Conditio n Value)
Suki (2016)		√		
Biswas and Roy, (2001)			√	
Barsh et al., (2010)			√	
Tapachai & Waryszak (2000)		√	√	√
Pine&Gilmore (1998)		√	√	



ภาพ 2 ภาพแสดงลักษณะของการรับรู้คุณค่า (Perceived Value)

จากภาพ 2 แสดงให้เห็นว่า คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) มีการจำแนกลักษณะได้ 2 ประเภท คือ 1. ราคาที่เป็นตัวเงิน หรือต้นทุนทางการเงินของผู้เยี่ยมชม (Zeithaml, 1988) 2. อັตลักษณ์ของเทศกาลตรุษจีนที่ผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ได้ จากเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีน และองค์ประกอบอื่น เช่น การบริการของเจ้าหน้าที่ สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ และโครงสร้างพื้นฐานในชุมชน

คุณค่าทางสังคม (Social Value) มีการจำแนกลักษณะได้ 2 ประเภท ดังนี้ 1. คุณค่าทางสังคม (Social Value) สามารถส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงกลุ่มทางสังคมที่มีความคล้ายคลึงกัน เช่น ทัศนคติ ค่านิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) สามารถสร้างภาพลักษณ์ของผู้เยี่ยมชมให้ดีขึ้นจนให้ผู้เยี่ยมชม ได้รับการยอมรับจากสังคมของตน

คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value) สามารถจำแนกลักษณะได้ 5 ประเภท ดังนี้ 1. การค้นหาความหมาย (Finding Meaning) คือ การค้นพบแรงผลักดันในการรับมือกับเวลาที่ท้าทาย ความอึดอัด และความกลัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตน 2. การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Altruistic Love) คือ การแสดงออกในรูปแบบของการให้และการรับอย่างไม่มีเงื่อนไข อาจแสดงออกในลักษณะการอ่อนน้อม ถ่อมตน ความมีเมตตา ความห่วงใย เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี 3. การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) เพื่อเข้าใจความรู้สึกทางอารมณ์ของตนและเข้าใจถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้อื่น 4. วิสัยทัศน์ (Visioning) คือ วิสัยทัศน์ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างศรัทธาและการควบคุมจิตสำนึก ให้สามารถตระหนักถึงมุมมองเชิงบวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ และรับรู้ถึงจุดประสงค์และทิศทางในการดำเนินชีวิตเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในอนาคต 5. ความถูกต้อง (Authenticity) คือ ค่านิยมทางความคิด ความเชื่อ และอารมณ์ที่สามารถกำหนดพฤติกรรมที่อาจแสดงออกในรูปแบบของความซื่อสัตย์ และพฤติกรรมทางศีลธรรม จริยธรรม และศาสนาให้อยู่บนความเป็นจริง

คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) มีการจำแนกลักษณะได้ 2 ประเภท ดังนี้ 1. ประสบการณ์จากกิจกรรมทั้งที่ไม่ต้องใช้แรงในการทำกิจกรรม (Passive Participant) เช่น การเที่ยวชมการแสดงในเทศกาลตรุษจีน 2. ประสบการณ์จากกิจกรรมอย่างกระตือรือร้น (Active Participant) เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมผ่านเทคโนโลยี AR (Augmented reality) ภายใตเทศกาลตรุษจีน

คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) มีการจำแนกลักษณะได้ 2 ประเภท ดังนี้ 1. การรับรู้คุณค่าจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้า เช่น ความคุ้มค่า ระยะเวลาเดินทาง โปรโมชันการ

เดินทาง 2. การส่งเสริมคุณค่าเงื่อนไข (Condition Value) ในเหตุการณ์ที่มีคุณค่าด้านอื่นๆ ร่วมอยู่ด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับงานเทศกาล

เทศกาล คือ ระยะเวลาหนึ่งที่เป็นทางการหรือเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะรื่นเริงสนุกสนานสร้างความบันเทิงของชุมชน (Janiskee, 1980: 97) โดยชุมชนตระหนักถึงความจำเป็นในการจัดสรรเวลาและพื้นที่ที่เฉพาะเจาะจงในการจัดงานเทศกาล เนื่องจากงานเทศกาลเปรียบเหมือนการแสดงเหตุการณ์สำคัญของชุมชน ที่ทำให้คนในชุมชนตระหนักถึงเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต โดยเหตุการณ์ดังกล่าว อาจมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ความเชื่อและการเกษตรในอดีต ดังนั้นในการจัดเตรียมงานเทศกาลจึงมีการนำสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ พิธีกรรม ขนบธรรมเนียมประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตมาเป็นองค์ประกอบจนกลายเป็นเทศกาลของชุมชน ซึ่งเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน เป็นทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและผู้เยี่ยมชมเรียนรู้ได้ต่อเมื่อผู้เยี่ยมชม เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน นอกจากนี้เทศกาลยังมีบทบาททางสังคม (Attanasi et al., 2013, Costa, 2001) เช่น การสร้างความสามัคคีของชุมชน เนื่องจากการจัดเตรียมเทศกาลต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนในหลายขั้นตอนจึงส่งผลให้กลายเป็นการส่งเสริมการสร้างสามัคคีของชุมชนและยังเป็นพื้นที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของชุมชนกับผู้เยี่ยมชม หรือผู้เยี่ยมชมกับสังคมใหม่ๆ รวมไปถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นในหลายมิติ เช่น ผลกระทบทางเศรษฐกิจภายในชุมชนจากการเข้ามาเยี่ยมชมของผู้เยี่ยมชม ส่งผลให้ชุมชนเกิดรายได้เพิ่มมากขึ้นในประเด็นของการจ้างงาน การกระจายรายได้ที่ครอบคลุมทุกกลุ่มในชุมชน เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐที่เตรียมความพร้อมในการรองรับผู้เยี่ยมชม เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาสาธารณูปโภค ที่ส่งผลให้ชุมชนเกิดการพัฒนาความเป็นอยู่ให้ดียิ่งขึ้น ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมเกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีการสืบทอดต่อไปในอนาคตจากการจัดงานเทศกาลที่ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ความรู้สึกของคนในชุมชนให้รู้สึกถึงความ เป็นกลุ่มเดียวกันจากความเชื่อ ค่านิยม การสื่อสารที่เหมือนกัน รวมไปถึงการนำเทศกาลเป็นเครื่องมือ ในการเรียนรู้แนวทางในการบริหารจัดการเรื่องต่างๆ และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ เช่น หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เข้ามาสนับสนุนการจัดเตรียมงานเทศกาล ซึ่งการจัดเตรียมงานเทศกาลนอกจากการสร้างเทศกาลที่มี

เอกลักษณ์เฉพาะตัวแล้วยังต้องคำนึงถึงประสบการณ์ที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใครเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเกิดความรู้สึกได้พักผ่อน ผ่อนคลาย และได้ใช้เวลากับครอบครัว เพื่อน และการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรือที่เรียกว่า “การหลุดพ้นจากกิจวัตร” (Chan and Baum, 2007, Kim et al., 2003) ที่ยังคงเป็นปัจจัยผลักดันสำคัญสำหรับเทศกาลและกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงบรรยากาศทั่วไปภายในเทศกาลหรือทิวทัศน์ของเทศกาลที่สามารถส่งผลต่ออารมณ์ ความคิด ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมที่รับรู้ได้จากกระบวนการผลิตและการบริโภคของเทศกาล (Kim & Moon, 2009; Lee et al., 2008) ทั้งองค์ประกอบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น การออกแบบ สุนทรียศาสตร์ การจัดแสง บรรยากาศ (Mason & Paggiaro, 2012) สอดคล้องกับ Frochot และ Batat (2013) ได้อธิบายถึงบรรยากาศภายในเทศกาลว่า มีส่วนช่วยในการสร้างประสบการณ์ที่ผลักดันให้เกิดอารมณ์ร่วมมากขึ้นจากช่วงเวลาปกติที่สามารถเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบทางกายภาพต่างๆ สามารถนำไปสู่การจัดเตรียมองค์ประกอบอื่นๆ เพื่อสร้างบรรยากาศได้ เช่น Guinness Storehouse ได้พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ ทำให้ผู้เยี่ยมชม ได้กลืนสัมผัส ดูและลิ้มรสผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์เฉพาะให้แก่ผู้เยี่ยมชม จากการให้ผู้เยี่ยมชม มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นทฤษฎี "Festivalscapes" จึงเป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่สามารถนำเสนอถึงความ เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการจัดงานเทศกาลที่ต้องคำนึงถึงรายละเอียด (Lee et al. (as cited in Chen, King, & Suntikul, 2019) ดังนี้

1. เนื้อหา (Program Content) การออกแบบเนื้อหาที่ถูกนำเสนอในงานเทศกาล ที่เป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากเป็นประเด็นที่สามารถกำหนด ควบคุม และนำมาเป็นแนวทางในการประเมิน การถึงผลลัพธ์ที่ได้รับจากผู้เยี่ยมชม โดยวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์คุณค่าของวัฒนธรรมที่นำมาเป็น กรอบการดำเนินงานสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้ เยี่ยมชม เกิดความพึงพอใจ ความรักดี และค่านิยม ต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจออก มาในรูปแบบ ธีม (Theme) ของงานเทศกาลหรือโปรแกรม (Program) ที่ถูกจัดขึ้นในแต่ละวันของเทศกาลตรุษจีน เช่น ธีมเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ พ.ศ.2565 ครั้งที่ 106 คือ ปากน้ำโพ ย้อนยุค สืบสานงานประเพณี แห่งเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ต่างจากปี พ.ศ.2564 ครั้งที่ 105 คือ สืบสานอัตลักษณ์เดิม เพิ่มเติมความ ร่วมสมัยต้นกำเนิดแม่น้ำเจ้าพระยา สืบสานศรัทธาแดนมังกร 105 ปี สืบสานประเพณีตรุษจีนปากน้ำ โพที่เป็นตัวกำหนดโปรแกรม (Program) ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันของงานเทศกาล

2. กิจกรรมที่สร้างความบันเทิงใจ (Entertainment) กิจกรรมที่ถูกออกแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของเนื้อหา (Program Content) และถ่ายทอดผ่านการนำเสนอในเทศกาลตรุษจีน กิจกรรมต้องมีการโต้ตอบและส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมเยียนมีส่วนร่วมมากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ ในลักษณะการมอบของที่ระลึก มอบส่วนลดจูงใจ สำหรับผู้เยี่ยมเยียน ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ การจับรางวัล การแข่งขัน หรือจับฉลากที่มีรางวัลสม่าเสมอ กิจกรรมมีความยืดหยุ่นมากขึ้น ปรับแต่งให้เข้ากับความต้องการและข้อจำกัดของผู้เยี่ยมเยียน ทั้งนี้กิจกรรมมีอิทธิพลต่ออารมณ์ ความรู้สึกของผู้เยี่ยมเยียน โดย Van Zyl (2006) ได้ระบุถึงขอบเขตกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงว่าเป็นปัจจัยที่มีรายการ เช่น ดนตรี, การแสดง, ละคร, โอเปร่า และการพบปะกับคนดัง ซึ่งกิจกรรมที่สร้างความบันเทิงในเทศกาลสามารถนำมาทำนายความตั้งใจในการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้เยี่ยมเยียนได้ดีกว่าการศึกษาลักษณะทั่วไปของเทศกาลและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

3. การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) หมายถึง การตลาดเชิงกิจกรรมเป็นวิธีใหม่ในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ Behrer & Larsson (1998) ได้อธิบายการตลาดเชิงกิจกรรม คือ "ความพยายามสื่อสารเกี่ยวกับเทศกาลที่สร้างขึ้นเองหรือสนับสนุนการจัดงานเป็นกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายในเวลาจำกัดและไร้สิ่งเร้าหรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเทศกาลนั้นๆ วัตถุประสงค์ทั่วไปของการจัดเทศกาลอยู่ในลักษณะการขายสินค้าให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มการเข้าชมเทศกาล การเปลี่ยนแปลง หรือสร้างภาพลักษณ์ของเทศกาล หากผู้เยี่ยมเยียนมีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับเทศกาล ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เยี่ยมเยียนและเทศกาลแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เนื่องจากประสบการณ์อยู่ในความทรงจำไปอีกนานส่งผลให้ภาพลักษณ์ของเทศกาลดีขึ้นและสามารถพัฒนาไปสู่ความภักดี (Loyalty) เพิ่มความรู้สึกของความเป็นกลุ่มหรือความเป็นพวกเดียวกันทางวัฒนธรรม (Daab, 2007) ต่อเทศกาล สร้างคุณค่าให้กับผู้เยี่ยมเยียน ผ่านการเข้าถึงทางอารมณ์และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้เยี่ยมเยียน เมื่อผู้เยี่ยมเยียนได้รับความรู้สึกจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งผลให้ได้รับทราบถึงคุณค่าของเทศกาล ตรงกับคำอธิบายของ D'Astous & Bitz (1995) กล่าวถึงเทศกาลมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้เยี่ยมเยียนมากกว่ากิจกรรมเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ Lundin & Söderholm (1995) เทศกาลควรที่เป็นเทศกาลที่ไม่ซ้ำใคร ผู้จัดงานต้องออกแบบตามทัศนคติ ความเชื่อ ที่มีการสื่อสารถึงผู้เยี่ยมเยียน ตั้งแต่ก่อนจัดเทศกาล ช่วงที่มีเทศกาล และสิ้นสุดของเทศกาล เนื่องจากการสื่อสารกระตุ้นการประสบการณ์ทางอารมณ์หรือการรับรู้ที่ไม่เหมือนใครผ่านการมองเห็นการได้ยิน การสัมผัส การรับรส และกลิ่น ที่ส่งผลต่อการกระตุ้นแรงจูงใจและความต้องการของผู้เยี่ยมเยียน เข้ามา

เยี่ยมชมเทศกาล (Wang, Chang & Lin, 2014) หรือนอกจากการสื่อสารทั่วไปผ่านแผนพับ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันต่างๆ การใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมชม ได้โดยเน้นไปที่การสื่อสารทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) มากกว่าช่องทางสื่ออื่นๆ ที่สามารถส่งผลกระทบต่อทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชม ซึ่งการใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) มีขั้นตอนที่สำคัญประกอบด้วย 1. การวางแผน เกี่ยวข้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์สำหรับการสื่อสารของผู้มีอิทธิพล และการกำหนดงานและหน้าที่เฉพาะ ที่สามารถมอบหมายให้กับผู้มีอิทธิพล 2. การเลือกอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) คือ การคัดเลือกผู้มีอิทธิพลได้รับความสนใจมากที่สุดจากจำนวนผู้ติดตาม และชื่อเสียงส่วนบุคคล ซึ่งก็ควรพิจารณาจากการที่ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงได้ เช่น การแสดงความคิดเห็น การถูกใจ การแชร์ประสบการณ์ต่างๆ 3. การเตรียมการและการประสานงาน 4. การสร้างเนื้อหาและการส่งมอบ และ 5. การประเมินผล อย่างไรก็ตามภายในงานก็ควรมีการให้บริการข้อมูลผ่านป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย หรือศูนย์บริการข้อมูลภายในเทศกาล ที่สามารถสื่อสารให้ผู้เยี่ยมชม เกิดความรู้ ความเข้าใจได้อย่างครบถ้วนด้วยเช่นกัน

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) จากการศึกษาของ Bruwer (2013) พบว่า การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเทศกาลต้องคำนึงถึงความหลายหลายและเพียงพอต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชม เช่น ที่จอดรถ การบริการขนส่งสาธารณะ รวมไปถึงการบริการอาหาร (Food) ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ รสชาติ สะอาด และมีคุณภาพ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมเกิดความพึงพอใจได้ง่ายเนื่องจากเป็นประเด็นที่ผู้ให้บริการสามารถควบคุมได้ และของที่ระลึก (Souvenir) ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ต้องแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

5. พนักงาน (Staff) หมายถึง คุณภาพของการบริการ ซึ่งการประเมินผลการบริการขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้เยี่ยมชม เกี่ยวกับประสิทธิภาพของบริการที่ได้รับ โดย Philip and Hazlett (1997) และ Baker and Crompton (2000) และ Crompton & Love, (1995) พบว่า องค์ประกอบของการบริการมี ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและทักษะ (Professionalism and Skills) หมายถึง การให้บริการ ความช่วยเหลือด้วยความรวดเร็ว คล่องแคล่ว และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี 2. ทัศนคติและพฤติกรรม (Attitudes and Behavior) หมายถึง บุคลากรควรมีบุคลิกที่เรียบร้อยเป็นมิตร สามารถ

ควบคุมอารมณ์ได้ดี 3. การเข้าถึงและความยืดหยุ่น (Accessibility and Flexibility) หมายถึง บุคลากรสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีข้อบ่งชี้ว่าเป็นบุคลากรที่สามารถให้ความช่วยเหลือผู้เยี่ยมชมได้ 4. ความน่าเชื่อถือและความสัตย์ (Reliability and Trustworthiness) หมายถึง บุคลากรทำงานด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ 5. ชื่อเสียง และความน่าไว้วางใจ (Reputation and Credibility) หมายถึง บุคลากรที่มีความเข้าใจและข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับเทศกาล

6. สถานที่ (Location) จากการศึกษา Mason & Paggiaro (2012) พบว่า สถานที่ (Location) ในการจัดเทศกาลต้องมีการตกแต่งหรือคัดสรรบริเวณที่มีสถาปัตยกรรมที่แสดงให้เห็นถึง วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ เครื่องตกแต่งป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ ที่มีความคิดสร้างสรรค์และสื่อถึงเทศกาลทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังรวมถึงประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพแสง สี เสียง หรือการใช้นักแปลภาษา (Translator) เนื่องจากไม่ใช่ผู้เข้าร่วมทุกคนที่เข้าใจภาษาท้องถิ่น นอกจากนี้ภายในเทศกาลต้องมีความเหมาะสมกับเนื้อหา (Program Content) และกำหนดพื้นที่ที่เพียงพอต่อจำนวนผู้เยี่ยมชมที่เข้ามาเที่ยวชมเทศกาลเทศกาล

7. สภาพแวดล้อมทั่วไป (environment) หมายถึง บริเวณโดยรอบของเทศกาลโดย Philip and Hazlett (1997) และ Baker and Crompton (2000) อธิบายถึงสภาพแวดล้อมทั่วไป (environment) ของเทศกาลที่ต้องคำนึงถึง 1. ความสะอาด ที่ต้องมีการวางแผนให้ภายในงานเทศกาลให้มีมาตรฐานเป็นไปตามสุขลักษณะ 2. การบริหารจัดการความแออัด โดยภายในเทศกาลต้องมีพื้นที่เพียงพอที่รองรับผู้เยี่ยมชม และมีแนวทางในการกระจายกลุ่มผู้เยี่ยมชม ไม่ให้เกิดความแออัดบริเวณใดบริเวณหนึ่ง 3. ห้องน้ำ การบริการห้องน้ำภายในเทศกาลให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชม 4. ที่นั่ง การจัดเตรียมพื้นที่ที่พักผ่อนภายในเทศกาลแก่ผู้เยี่ยมชม ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชม 5. ทิวทัศน์ บริเวณเทศกาลเหมาะแก่การพักผ่อน มีความเป็นธรรมชาติ

ดังนั้นจากการศึกษาทฤษฎี “Festivalscapes” หรือภูมิทัศน์ของเทศกาลในการจัดเตรียมงานเทศกาลต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 7 องค์ประกอบที่มีการทำงานร่วมกันเพื่อให้ได้เทศกาลที่มีประสิทธิภาพที่ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชม ที่เข้ามาเยี่ยมชมได้รับรู้ถึงอารมณ์ ความคิด และเกิดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม ได้และเป็นทฤษฎีที่เอื้อต่อการรับรู้คุณค่าของเทศกาลของผู้เยี่ยมชม (Yang et al., 2011) ดังนั้นการส่งมอบอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมต้องถูกถ่ายทอดไปยังองค์ประกอบที่สามารถจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ได้อย่างครอบคลุมโดยไม่ได้ถูกจำกัดจาก

ประเด็นใดประเด็นหนึ่งเพื่อให้เทศกาลยังคงเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และคงความมีคุณค่าของวัฒนธรรมไว้ได้

เทศกาลตรุษจีน

ประเพณี วัฒนธรรม ตามความเชื่อของชาวจีนที่ยังคงมีการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เช่น เทศกาลตรุษจีน เทศกาลสารทจีน เทศกาลกินเจ วัฒนธรรมประเพณีของชาวจีนถูกถ่ายทอดภายใน ครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน ความเชื่อของชาวจีนมีความเชื่อเกี่ยวกับวิญญาณ ภูตผี เทวดา และการเคารพนับถือต่อผู้อาวุโสทั้งที่ยังมีชีวิตอยู่และล่วงลับไปแล้ว ซึ่งเทศกาลตรุษจีนเป็นเทศกาลที่มีการกราบไหว้เทพเจ้าและการนับถือต่อผู้อาวุโส ในครอบครัวโดยเทศกาลตรุษจีนเป็นเทศกาลที่มีมาอย่างยาวนานกว่า 4,000 ปี โดยไม่มีกำหนดเวลาที่แน่นอน แต่เมื่อ 2,100 ปีก่อนคริสตกาล ชาวจีนเรียกการโคจรรอบหนึ่งของดาวจูปีเตอร์ ว่า “ซุ่ย” และนำมาเรียกแทนวันตรุษจีน ต่อมาเมื่อ 1,000 ปีก่อนคริสตกาลมีการปรับเปลี่ยนการเรียกวันตรุษจีนอีกครั้งโดยใช้คำว่า “เหนียน” ที่หมายถึง การเก็บเกี่ยวได้ผลอุดมสมบูรณ์หรือวันซุงเจ้ ที่มีความหมายว่า เทศกาลฤดูใบไม้ผลิ หรือวันขึ้นปีเพาะปลูกใหม่ เนื่องจากช่วงก่อนวันตรุษจีนตรงกับฤดูหนาวทำให้ไม่สามารถทำการเกษตรได้ ดังนั้นเมื่อมีการผลัดฤดูเข้าสู่ฤดูใบไม้ผลิที่มีอากาศเหมาะสมแก่การเพาะปลูก ชาวจีนจึงสามารถทำนา ทำสวนในช่วงเวลา จึงทำให้ชาวจีนเรียกวันตรุษจีนว่า “เหนียน” แทนคำว่า “ซุ่ย” โดยเทศกาลตรุษจีน เริ่มขึ้นในวันที่ 23 เดือน 12 ไปจนถึงวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 1 ตามปฏิทินจันทรคติของจีน และตามความเชื่อของชาวจีนกล่าวว่า ตำนานของเทศกาลตรุษจีนเกิดจากสมัยโบราณที่เรียกว่า “กั๋วซุนเจี๋ย” หรือ “กั๋วเหนียน” กล่าวว่า สมัยโบราณในป่าที่มีสัตว์ป่าที่ดุร้ายและน่ากลัวเรียกว่าเหนียนออกอาละวาดกินคนเป็นประจำ จึงถูกพระเจ้าลางโทะษและอนุญาตให้ลงเขาได้ 1 ครั้ง ใน 365 วัน ดังนั้นเมื่อฤดูหนาวใกล้เข้าสู่ฤดูใบไม้ใกล้เหนียนออกมาทำร้ายผู้คน เพื่อป้องกันการมาของเหนียนในทุกๆ ครั้วเรือนมีการสะสมเสบียงอาหารไว้ในตอนค่ำของวันที่ 30 เดือน 12 ชาวบ้านปิดประตูและหน้าต่างและไม่หลับไม่นอนเพื่อต่อสู้กับเหนียนจนรุ่งเช้าที่เป็นวันแรม 1 ค่ำเดือน 1 เมื่อเห็นเหนียนไปแล้วทุกคนครอบครัวจึงเปิดประตูออกมาแสดงความยินดีที่ไม่ได้ถูกทำร้ายต่อมาพบว่าเหนียนมีจุดอ่อนในการหวาดกลัวเสียงดัง ตกใจสีฉูดฉาดและแสงเจิดจ้า ดังนั้นชาวบ้านจึงมีการทำเสียงดังและพยายามที่ใช้สีแดงและจุดไฟเพื่อทำให้เหนียนออกไปจากชุมชน โดยการนำกระดาษสีแดงมาติดไว้บนประตูหน้าบ้านการแขวนโคมไฟสีแดงพร้อมกับจุดประทัดและตีกลอง เมื่อเหนียนมาถึงในตอนเย็นเห็นทุกๆ ครั้วเรือนมีสีแดง แสงไฟสว่าง

ไสวและเสียงประทัดจึงทำให้เหนียนตกใจและแผ่นหนีไปไม่กลับออกจากป่าออกมาอีก คนในชุมชนเห็นดังนั้นจึงออกมาเฉลิมฉลองและนำอาหารออกมาต้อนรับประทานอย่างร่วมกัน จนกลายเป็นตำนานที่ทำให้เกิดเทศกาลตรุษจีน (สุชาติ แสงทอง, 2560)

1. การเข้ามาของคนจีนในจังหวัดนครสวรรค์

ชาวจีนเริ่มเข้ามาตั้งถิ่นฐานตั้งแต่สมัยก่อนสุโขทัยและเริ่มมีการเข้ามามากขึ้นโดยเฉพาะในสมัยอยุธยาและสมัยต้นรัตนโกสินทร์ เพื่อหนีจากความอดอยาก เนื่องจากประชากรกับพื้นที่ในการประกอบอาชีพของประเทศจีนไม่สัมพันธ์กันทำให้เกิดการแย่งพื้นที่ประกอบอาชีพ รวมถึงความวุ่นวายทางการเมืองของประเทศจีนประกอบกับประเทศไทยได้เริ่มมีการค้าขายกับประเทศอื่นๆ ส่งผลให้ชาวจีนเริ่มอพยพเข้ามาค้าขายและมองหาพื้นที่ในการลงหลักปักฐาน ดังนั้นชาวจีนจึงเข้าอพยพมาอย่างต่อเนื่องในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และเริ่มมีการกระจายตัวออกจากเมืองหลวงหรือกรุงเทพฯ ไปยังภูมิภาคอื่นๆ ทั่วประเทศ เช่น ภาคตะวันออก ภาคเหนือและภาคใต้ ทั้งนี้ชาวจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยนั้นสามารถแบ่งออก 5 ภาษา คือ 1. ชาวจีนแต้จิ๋ว 2. ชาวจีนฮากกา 3. ชาวจีนไหหลำ 4. ชาวจีนกวางตุ้ง 5. ชาวจีนฮกเกี้ยน โดยชาวจีนที่ริเริ่มเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดนครสวรรค์ คือ ชาวจีนไหหลำ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานที่อำเภอเก้าเลี้ยว และตำบลบ้านมะเกลือ อำเภอเมืองนครสวรรค์ ก่อนที่ชาวจีนกลุ่มอื่นๆ เริ่มตามเข้ามาตั้งถิ่นฐาน เนื่องจากจังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีแม่น้ำเจ้าพระยามีลักษณะคล้ายแอ่งกระทะ ส่งผลให้กลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำ โดยเฉพาะทางการค้าที่อาศัยทางน้ำเป็นหลัก ทั้งนี้ชาวจีนที่อยู่ในจังหวัดนครสวรรค์มีบทบาทอย่างมากที่ทำให้เศรษฐกิจของจังหวัดนครสวรรค์เจริญรุ่งเรือง เนื่องจากชาวจีนทำหน้าที่เป็นพ่อค้าคนกลางในการนำสินค้าต่างๆ จากกรุงเทพฯ หรือสินค้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศมาขายในจังหวัดนครสวรรค์และอำเภอต่างๆ และนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ของป่า ของพื้นเมือง ล่องเรือจากแม่น้ำเจ้าพระยากลับไปขายที่กรุงเทพฯ จึงทำให้บริเวณริมฝั่งโดยรอบแม่น้ำเจ้าพระยามีพ่อค้าชาวจีนอาศัยอยู่ในเรือจอดเทียบท่าเพื่อความสะดวกในการติดต่อค้าขายและขนส่งสินค้ากลับไปยังกรุงเทพฯ และส่งสินค้าไปยังจังหวัดต่างๆ เช่น จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตร และจังหวัดลำปาง โดยมีตลาดศูนย์กลางของการค้าอยู่ 3 แห่ง คือ (สุจินดา เจียมศรีพงษ์: 2528) 1. ตลาดลาว อยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปิงเป็นศูนย์กลางทางการค้าระหว่างจังหวัดนครสวรรค์และเมืองทาง เช่น จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดตาก จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการจำหน่ายสินค้าประเภทไม้สัก สินค้าพื้นเมืองของป่า เช่น หวาย น้ำมันยาง เปลือกไม้

2. ตลาดสะพานดำ อยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นศูนย์กลางการค้าระหว่างอำเภอต่างๆ ของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น อำเภอโกรกพระ อำเภอพยุหะคีรี อำเภอบรรพตพิสัย โดยสินค้าที่นำมาขายเป็นข้าว สัตว์ป่า และของป่า

3. ตลาดท่าซุด อยู่ริมคลองบางประมุง ตำบลท่าซุดเป็นศูนย์กลางการค้าข้าวของจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดโดยรอบ เช่น จังหวัดพิจิตร จังหวัดกำแพงเพชร จากพ่อค้าชาวจีนที่มารับซื้อข้าวที่ตลาดท่าซุดแล้วนำสินค้าล่องเรือสู่กรุงเทพฯ และขาล่องเรือกลับบรรทุกเกลือมะพร้าวและน้ำตาลปี๊บมาขายจังหวัดนครสวรรค์

นอกจากนี้การขยายตัวทางการค้าและการพัฒนาเส้นทางรถไฟในสมัยรัชการที่ 5 ซึ่งในการสร้างรถไฟนั้นจำเป็นต้องอาศัยแรงงานชาวจีนเป็นผู้สร้างทางรถไฟทำให้แรงงานชาวจีนจึงมีการตั้งแหล่งตั้งหลักในแหล่งตามเส้นทางที่รถไฟผ่าน เช่น จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดลำปาง และจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้ในปี พ.ศ.2447 มีการสำรวจจมนประชากรในจังหวัดนครสวรรค์พบจำนวนประชากรชาวจีนประมาณ 6,300 คน (พรรณิ ฉัตรพลรักษ์, 2529) กล่าวได้ว่า ชาวจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดนครสวรรค์ เป็นอันดับ 3 รองลงมาจากกรุงเทพฯ และจังหวัดภูเก็ตที่พบประชากรชาวจีนอยู่ที่ประมาณ 10,000 คน นอกจากการค้าขายทางเรือชาวจีนหลายกลุ่มได้ดำเนินกิจการรายย่อยและทำการค้าขายขนาดใหญ่ เช่น โรงสี บริษัทค้าไม้ โรงเลื่อย โรงน้ำแข็งโก นายทุนเงินกู้ด้านการเกษตรและป่าไม้สัก จนเป็นที่รู้จักกันในชื่อว่าตลาดปากน้ำโพ และบริเวณตลาดปากน้ำโพนั้นจึงเป็นบริเวณที่มีคนไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน (ทัศน วิศาลสุวรรณกร, 2558)

2. เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

เนื่องจากชุมชนชาวไทยท้องถิ่นประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีวิถีชีวิต ประเพณีทางพุทธศาสนา ซึ่งยากที่กำหนดอัตลักษณ์ที่โดดเด่นแต่เมื่อมีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของชาวจีนทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อทางศาสนาของผู้คนในจังหวัดนครสวรรค์ โดยเฉพาะวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมจีนที่สามารถสร้างรายได้ในธุรกิจต่างๆ เป็นส่วนมาก เช่น เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ ชาวจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดนครสวรรค์มีการนำความเชื่อ และวัฒนธรรมตั้งแต่อยู่อุปที่ประเทศจีนเข้ามาเห็นได้จากการจัดตั้งศาลเจ้าที่สร้างขึ้นไว้สักการะเทพเจ้าตามความเชื่อ เพื่อเป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจให้แก่ชาวจีนเป็นกำลังใจในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตในชุมชน เช่น ชาวจีนไหหลำมีความเลื่อมใสศรัทธาต่อองค์เจ้าแม่ทับทิมในขณะที่ชาวจีนฮากกาเลื่อมใสในองค์เทพเจ้ากวนอู (สุชาติ แสงทอง, 2560) และเป็นแหล่งพบปะของชาวจีน มีการ

รวมกลุ่มทางสังคมในรูปแบบของผู้ที่มีแซ่เดียวกัน มาจากหมู่บ้านเดียวกัน อำเภอเดียวกันหรือพูดภาษาจีนในสำเนียงเดียวกันที่ เพื่อให้ความช่วยเหลือพึ่งพากันและช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งเห็นได้จากการเกิดสมาคมหรือมูลนิธิของจีนในจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ สมาคมฮากกานนครสวรรค์ สมาคมไหหนานนครสวรรค์ มูลนิธิปากน้ำโพประชาชนุเคราะห์ มูลนิธิส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ สมาคมก๋วงสีวนนครสวรรค์ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ในวันสำคัญต่างๆ เช่น เทศกาลกินเจ วันสารทจีน วันเทศกาล

ศาลเจ้าตามความเชื่อของชาวจีนภายในจังหวัดนครสวรรค์ประกอบไปด้วย 1. ศาลเจ้าแม่หน้าผา ตั้งอยู่บนถนนโกสีย์ขึ้นไปทางเหนือของตลาดปากน้ำโพ บริเวณริมแม่น้ำปิง ศาลเจ้านี้ไม่ได้มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรว่ามีการก่อตั้งศาลเจ้าขึ้นมาเมื่อไหร่ แต่เป็นการอ้างอิงความเป็นมาของศาลเจ้าจากการเล่าของคนในท้องถิ่น สาเหตุที่เรียกว่าหน้าผา เนื่องจากบริเวณที่ตั้งศาลเดิมอยู่ติดริมตลิ่งของแม่น้ำปิงเป็นโขดหินสูงจึงเป็นที่มาในการดริยหน้าผา จากการบอกเล่าของ นาง เรไร รังสิภาพรกุล เมื่อปี พ.ศ.2484 พบว่า ตั้งแต่จำความได้เมื่ออายุ 14 - 15 ปี ก็มีศาลเจ้าอยู่แล้วและได้เคยฟัง นาย สิริ คงเมือง ที่มีที่ดินและบ้านอยู่ติดกับศาลเจ้าเก่ากล่าวว่าแต่เมื่อก่อนศาลเจ้าทำด้วยไม้สี่เสาอยู่ติดกับฝั่งแม่น้ำปิงใต้ต้นฉำฉา เรียกว่า ศาลเจ้าพ่อจู้หรือเจ้าพ่อจู้ ศาลเจ้าเดิมตั้งอยู่บริเวณโรงสูบน้ำของเทศบาลนครสวรรค์ เมื่อเทียบกับอายุ นาย สิริ คงเมือง ประมาณได้ว่า ศาลเจ้าหน้าผาเกิดขึ้นก่อนปี พ.ศ.2444 ต่อมาได้มีการย้ายศาลไปอยู่อีกฝั่งหนึ่งของถนนโกสีย์ตรงข้ามกับศาลเจ้าเดิมที่เป็นอาคารไม้หลังแรก จากการเล่าของลูก นาง เซ่งหมง แซ่เอ็ง ได้มีการกล่าวว่า ศาลเจ้าแม่อาคารไม้หลังแรกพ่อของตนได้มาก่อสร้างขึ้นก่อนปี พ.ศ.2500 เนื่องจากได้ฝันว่าเดินไปทางเหนือพบกับหญิงชรา ยืนวาดกองใบไม้มีไม้กวาดที่โกยวางไว้ที่ศาลเล็กๆ จึงออกเดินตามทางที่ฝันก็พบว่าทุกอย่างเหมือนในฝันทำให้เกิดความศรัทธาและเข้าใจว่าเจ้าแม่ท่านคงมาเข้าฝันต้องการให้บูรณะจึงได้มีการคิดริเริ่มจากการหาข้อมูลจากชาวบ้านจนได้อัญเชิญท่านขึ้นจากแม่น้ำบริเวณหน้าผามาตั้งไว้ที่ศาลเจ้า ชุมชนระแวกนั้นได้มาราบไหว้และศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์ของท่าน โดยเฉพาะชาวเรือที่ผ่านไป มาบริเวณหน้าผาต้องมากราบไหว้ขอความสิริมงคลเพื่อเดินทางโดยปลอดภัย และได้มีซื้อที่ดินบริเวณดังกล่าวเพื่อสร้างศาลเจ้า ภายหลังรู้สึกศาลไม้คับแคบเกินไปเนื่องจากชาวบ้านนำผลไม้ ผัก มาถวายเจ้าแม่จึงได้มีการรวบรวมเงินจากผู้ศรัทธามาสร้างศาลเจ้าจากการใช้ปูนในปี พ.ศ.2500 ในสมัยก่อนการแห่เจ้าประจำปีมีการแห่แค่ปิงเถ่ากงตามด้วยขบวนสาวแบบธง ต่อมาภายหลังได้มีการเชิญเจ้าแม่หน้าผา (ปิงเถ่าม่า) มาร่วมด้วยต่อท้ายขบวน ในระยะ 1 - 2 ปีแรก ชาวบ้านร้านค้าถือกัน

ว่าชายดีเพราะว่าได้บารมีเจ้าแม่มาคุ้มครองได้เงินก้อนใหญ่ นอกจากนี้จากคำบอกเล่าของตายายคู่หนึ่งมีในปี พ.ศ.2490 ตายายมีบ้านอยู่บริเวณศาลเจ้าพ่อจู้ย ได้ฝันเห็นเจ้าแม่มาบอกว่าท่านอยู่ที่จังหวัดอยุธยาลอยทวนน้ำมาถึงหน้าผาก เมืองปากน้ำโพ ถ้าอยากให้ครอบครัวมีความมั่งมีให้เชิญเจ้าแม่ขึ้นมาตั้งบนศาลเพื่อให้คนได้สักการะบูชา เมื่อตื่นขึ้นมาจึงได้พากันไปดูที่หน้าผากตามความฝันพบแผ่นไม้จันทร์ดำสลักรูปเจ้าแม่ลอยอยู่บริเวณใกล้ริมฝั่ง จึงได้อัญเชิญขึ้นมาประดิษฐานร่วมกับเจ้าพ่อจู้ย หลังจากนั้นตายายมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นประกอบกิจการใดก็ประสบความสำเร็จ จนในปี พ.ศ. 2495 นาย ฮวงโพ้ว แซ่ไน้ หรือ อั้งผี่หลงจู้ ศรัทธาจึงสร้างกิมซิงเป็นไม้แกะสลักลงรักปิดทอง ทรงเครื่องแต่งกายแบบจีนมือขวาถือไม้เท้าแทนแผ่นไม้จันทร์ สร้างจากวัดเล่งเน่ยยี่และให้อั้งเต่าซัง เหล่าซือ โรงเจจี้แซ่เป็นคนเบิกเนตรและนำมาประดิษฐานคู่กับรูปเคารพเดิมที่เก็บมาจากแม่น้ำ ทำยี่ที่สุดในปี พ.ศ.2500 ศาลเจ้าแม่ได้ถูกสร้างขึ้นเป็นศาลเจ้าอาคารปูนที่มรดกลายและศิลปะจีน ภายในศาลเจ้าประกอบไปด้วยเจ้าแม่ (ปึงเถ่าม่า) เป็นเทพประธาน ทางซ้ายเป็นเจ้าพ่อกวนอู (เทพกวนเสี้ยตี่กั้ง) ทางขวาเป็นเจ้าแม่สุวรรณค์ (เทพเทียนโหวเซี้ยบ้อ) ภายหลังได้เพิ่มเจ้าพ่อจู้ย และเทพเจ้าไฉ่สิ่งเอี้ยมาประดิษฐานด้วย ปัจจุบันศาลเจ้าถูกบูรณะมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 ประดับตกแต่งด้วยมังกรคู่และลูกแก้ว 1 คู่หรือหงส์คู่ที่แสดงถึงสัญลักษณ์ความรุ่งเรืองความสุขโดย อาจารย์สง่า กุลกอบเกียรติ เป็นผู้แนะนำ

2. ศาลเจ้าเทพารักษ์และเจ้าแม่ทับทิมหรือศาลเจ้าพ่อแควใหญ่ ตั้งอยู่ตรงข้ามตลาดปากน้ำโพ บนถนนนครสวรรค์ชุมแสง ศาลเจ้าหันหน้าไปทางแม่น้ำ ศาลเจ้าไม่มีหลักฐานปรากฏว่าสร้างขึ้นในสมัยใดและใครเป็นผู้สร้าง มีเพียงระฆังโบราณที่มีสลักภาษาจีนว่า นาง หงเปียว แซ่กู่ มณฑลไต้หวัน ประเทศจีนนำมาถวายในปี ค.ศ.1870 หรือในปี พ.ศ.2413 ซึ่งมีคาดการณ์ว่าศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์และศาลเจ้าแม่ทับทิม มีการสร้างขึ้นก่อน พ.ศ.2413 แน่นนอนและอาจมีอายุมากกว่า 130 ปี การบูรณะศาลเจ้าแต่เดิมศาลเจ้าเดิมเป็นวังน้ำวนทำให้ตลิ่งถูกน้ำเซาะ ชาวบ้านผู้มีจิตศรัทธาจึงมีการบริจาคเพื่อสร้างศาลใหม่ จากป้ายไม้กลางศาลเขียนภาษาจีนไว้ว่าโคตกงเมี้ยว หมายถึง การสร้างศาลใหม่ในปี พ.ศ.2452 และการสร้างสรรคใหม่ในขณะนั้นเป็นการรวมเจ้าพ่อกวนอูที่ตั้งอยู่บริเวณทางใต้มาประดิษฐานรวมกันใช้งบประมาณในการสร้างใหม่ 3,500 บาท คุณสุริย์ เดชอุดม มีการเปลี่ยนพื้นเป็นไม้แดงขนาด 8 นิ้วคูณ 1 ส่วน 1 ส่วน 2 นิ้วและปรับพื้นให้สม่ำเสมอ แต่จากการทำพื้นศาลเจ้ายังไม่เพียงพอต้องมีการซ่อมแซมในส่วนอื่นด้วยอย่างเช่นผนังหรือหลังคา ที่ยังคงสภาพเดิมไว้ในปี พ.ศ.2512 คณะกรรมการบริหารเจ้าพ่อเทพารักษ์ เจ้าแม่ทับทิม ประเมินว่า ศาลเจ้าในขณะนั้นมี

ความคับแคบไม่เพียงพอต่อผู้ที่ศรัทธา จึงได้มีการต่อเติมด้านหน้าเป็นห้องโถงมีระเบียบยื่นพ้นชายคา และมีบันไดทอดลงมาตรงกลาง มีแท่นบูชาเทวดาฟ้าดินโดยมีการนำน้ำเต้าสูง ไว้เผากระดาษเงิน กระดาษทอง ทั้งด้านซ้ายมือเป็นห้องโถงเหมือนกับด้านขวาเพื่อใช้พิธีสำคัญต่างๆ บนหลังคา ประกอบด้วยมังกรคู่ชูลูกแก้ว ส่วนหลังคามีหลังลงมาทั้งสองข้างประดับด้วยหงส์ ปลายสันหลังคาเป็น มังกรหัวหงายใต้ชายคาตรงกลางเขียนชื่อศาลเจ้าด้านซ้ายมือหันเข้าหน้าศาลเขียนว่าเมตตาปราณี ด้านขวาเขียนว่าสุจริต ยุติธรรมจากนั้นปี พ.ศ.2525 คณะกรรมการได้ของค์เทพพระเจ้าเพื่อต่อเติม อาคารด้านหลังบริเวณที่ตั้งแท่นประทับองค์เทพเจ้าและที่ตั้งโต๊ะวางของเซ่นไหว้เพื่อขยายพื้นที่ศาลให้ กว้างขึ้น จึงได้มีการเชื่อมต่อกับศาลเดิมปี พ.ศ.2543 ได้มีการปรับปรุงศาลได้มีการบวงสรวงและขออนุญาตในการบูรณะต้องมีการอัญเชิญเทพเจ้าลงจากท่านประทับอัญเชิญดวงทิพย์วิญญูณเสด็จขึ้นสู่ สวรรค์ก่อนจึงอนุญาตให้ช่างขึ้นมาทำที่หลังคาได้เมื่อบูรณะเสร็จจึงมีการบวงสรวงองค์เทพเจ้าจัดทำพิธี เปลี่ยนเครื่องทรงและวิธีลุยไฟเพื่อสร้างศรัทธาในเทพเจ้าก่อนอัญเชิญขึ้นประทับในวันที่ 21 ตุลาคม 2543

ประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ถูกจัดขึ้นครั้งแรกเมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐานที่ชัดเจนในอดีตมีการแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพจากเส้นทางน้ำใช้เวลาการแห่ 2 วัน โดยในวันที่ 1 อัญเชิญองค์จำลองเจ้าพ่อเทพารักษ์ เจ้าพ่อกวนอูและเจ้าแม่ทับทิมประทับบนเกี้ยวและนำลงเรือบรรทุกข้าวหรือเรือบรรทุกไม้ ล่องเรือลงทางทิศใต้ ส่วนวันที่ 2 อัญเชิญองค์จำลองเจ้าพ่อเทพารักษ์ เจ้าพ่อกวนอูและเจ้าแม่ทับทิมประทับบนเกี้ยวและนำลงทางสถานีรถไฟในทางทิศเหนือต่อมาเมื่อการคมนาคมทางบก สะดวกจึงได้อัญเชิญขึ้นขบวนแห่รอบตลาดปากน้ำโพ พร้อมกับการนำวัฒนธรรมของชาวจีนไหหน่า เช่น การเชิดเสื่อ สาวงามถือโขนโขน (อาวุธเจ้า) ไชกี้ (ธง) มาร่วมในขบวนต่อมาในปี พ.ศ.2460 - พ.ศ. 2462 เกิดการแพร่กระจายของโรคห่า (อหิวาตกโรค) ระบาดชุมชนปากน้ำโพได้รับความเดือดร้อนมีผู้คนล้มตายเป็นจำนวนมาก เนื่องจากวิทยาการสมัยใหม่ทางการแพทย์ยังไม่เป็นที่แพร่หลายทำให้ชาวบ้าน หันไปพึ่งแพทย์ศาสตร์จีนหรือจีนแสดเพื่อช่วยรักษาโรค แต่ยังไม่สามารถรักษาโรคระบาดได้ ชาวบ้านจึงหันไปสักการะเทพเทพารักษ์ทั้งหลาย ต่อมาเมื่อชาวบ้านบนบาลต่อเจ้าพ่อเทพารักษ์หรือปิงเถ่ากงเพื่อขอให้ปัดเป่าโรคร้ายและทำการเชิญเจ้าเข้าทรงเพื่อทำวิธีรักษาโรคด้วยการเขียนธูป หรือกระดาษยันและนำไปเผาใส่ น้ำดื่มและประพรมรอบตลาด ปรากฏว่าโรคร้ายดังกล่าวได้หยุดการระบาด ทุกคนปราศจากโรคร้าย ชาวบ้านจึงเกิดความศรัทธาถึงความศักดิ์สิทธิ์ของเจ้าพ่อเทพารักษ์ - เจ้าแม่ปากน้ำโพจึงได้ร่วมกันอัญเชิญมาสถิตอยู่ในศาลเจ้า และเนื่องด้วยความศรัทธาทำให้ชาวไทย ชาวจีน

กวางตุ้ง ชาวจีนฮากกา ชาวจีนแต้จิ๋ว ได้นำวัฒนธรรมของตนมามีส่วนร่วมในขบวนแห่ เช่น ขบวนสิงโตขบวนมังกร ขบวนเองกอร์ ขบวนล้อเกวียน และศิลปะการรำถวาย โดยภายในบริเวณที่มีการแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ร้านค้าหรือบริษัทต่างๆ มีการจัดโต๊ะรับเจ้าทั่วตลาดปากน้ำโพ ทั้งนี้อาหารที่นำมาสักการะต้องเป็นอาหารที่มีความหมายเป็นมงคล เช่น การไหว้หมู หมายถึงความมั่งคั่ง ความอยู่ดี กินดี การไหว้ปลา หมายถึง การมีเงินเหลือกินเหลือใช้ ในขณะที่ของหวานนิยมถวายขนมถ้วยฟู หมายถึง ขนมแห่งความเจริญงอกงาม ขนมสาลี หมายถึง ความรุ่งเรืองเฟื่องฟู ขนมแข่ง หมายถึง ความหวานชื่น ราบรื่น ในชีวิต ส่วนผลไม้อย่างส้ม หมายถึง ความโชคดี และองุ่น หมายถึง ความงอกงาม เพื่อแสดงการขอบคุณเทพเจ้าและเพื่อความเป็นสิริมงคลความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ การเคารพ สักการะเทพเจ้าถือว่าเป็นอวยพรให้แก่ร้านค้า โดยมีการจัดขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพไปบริเวณ โดยรอบตลาดปากน้ำโพและเส้นทางอื่นๆ ให้ประชาชนได้สักการะขอพรปิดเป่าทุกข์ภัยและเสริมสิริมงคลแก่เมือง ทั้งนี้ช่วงระยะเวลาที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีนในอดีตชาวจีนในเหล่าได้สักการะต่อเจ้าพ่อเทพารักษ์ เพื่อทำนายวันที่จัดเทศกาลตรุษจีนโดยการเสี่ยงทาย ทั้งนี้การขอจัดเทศกาลตรุษจีนได้ถูกทำนายขึ้นในวันที่ 4 ค่ำเดือนอ้ายของจันจึงกลายเป็นวันที่มีการจัดประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพในทุกปี

เทศกาลตรุษจีนได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ ที่รวบรวมผู้มีจิตศรัทธาทั้งชาวไทยและชาวจีนเข้ามาเป็นศูนย์กลางในการประสานงานในการจัดเทศกาลตรุษจีน โดยมีการผลัดเปลี่ยนกันไปในแต่ละปีโดยการเข้าร่วมพิธีเสี่ยงทาย (ปีวะป่วย) ตามความเชื่อชาวจีนที่เทพเจ้าเป็นผู้ดลบันดาลให้เสี่ยงทายได้เป็นหนึ่งในคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ ดังนั้นการดำเนินงานในการจัดเตรียมงานเทศกาลตรุษจีนจึงมีการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐและชุมชนได้อย่างราบรื่นมากขึ้นและเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้เยี่ยมเยือน จากชาวไทยและชาวต่างชาติผ่านการนำเสนอภาพยนตร์ "เพื่อเพื่อน เพื่อฝัน เพื่อวันเกียรติยศ" ในปี พ.ศ.2540 ให้เป็นตัวแทนประเทศไทย ไปฉายภาพยนตร์ในงานศิลปะภาพยนตร์อาเซียน 1999 ณ เมืองฮานอย ประเทศเวียดนาม และได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลสุพรรณหงส์ ในปี พ.ศ.2540 โดยมีการนำประวัติศาสตร์ ประเพณีความเชื่อและวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ โดยเฉพาะเทศกาลตรุษจีนประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ และคณะมังกรทองของจังหวัดนครสวรรค์ แต่การพัฒนาที่ควบคู่กับการอนุรักษ์ยังคงถูกต่อยอดสม่ำเสมอในทุกๆปีผ่านแนวคิดของเทศกาลตรุษจีนในแต่ละปีเพื่อนำเสนอถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในมุมมองที่แตกต่างกัน เช่น เทศกาล

ตรุษจีนปีที่ 93 ได้นำเสนอแนวคิด “สายน้ำ สายเลือด แห่งเจ้าพระยากับความศรัทธาของชาวจีน - ไทย ปากน้ำโพ ต่อองค์เจ้าพ่อ - เจ้าแม่” ส่งผลให้ในปี พ.ศ.2552 คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณี แห่งเจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ ผลักดันเกิดภาพยนตร์ เรื่อง "สายเลือดมังกร สายน้ำแห่งศรัทธา" และ เพลงประกอบภาพยนตร์ "สายน้ำแห่งชีวิต" ที่ถ่ายทอดอารมณ์ของชาวปากน้ำโพที่มีความผูกพันกับ แม่น้ำเจ้าพระยาที่เปรียบเสมือนแม่น้ำที่รวบรวมความทรงจำของทั้งชาวปากน้ำโพและชาวจีน การ ถ่ายทอดประวัติความเป็นมาวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและเริ่มนำเทคโนโลยีเอามาจับบทบาทในการจัด งานเทศกาลเพิ่มมากขึ้นโดยการจัดเตรียมการใช้แสงสีเสียง และการนำเทคโนโลยีแบบ 4 มิติ เข้ามา เพิ่มอรรถรสในการในการถ่ายทอดเรื่องราวให้ชัดเจน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนผ่าน บุคคลที่มีอิทธิพลในสังคมในช่วงเวลานั้น เช่น การเชิญเข้าร่วมงานเทศกาลตรุษจีนของนักแสดง นักร้อง สื่อมวลชนเพื่อประชาสัมพันธ์บรรยากาศของเทศกาลตรุษจีนผ่านสื่อโทรทัศน์ เช่น การ นำเสนอผ่านรายการที่นี้หมอชิต ชั่วโงมข่าวเช้าและรายการภายในโทรทัศน์ช่อง 7 (คณะกรรมการจัด งานประเพณีแห่งเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ, 2552)

เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ยังคงถูกประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องจนเข้าปีที่ 100 ในปี พ.ศ.2559 มีการจัดทำเพลง “ศตวรรษแห่งศรัทธา” การนำเสนอเรื่องราวความเชื่อ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตที่ถูกสืบทอดมาตลอดหนึ่งศตวรรษ ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เทศกาลตรุษจีนและการนำเสนอโดยใช้ระบบแบบเรียลไทม์ (Realtime) ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) รวมไปถึงการนำมาปรับใช้กับความเชื่อดั้งเดิมผ่านการแสดงการเชิดมังกร ที่มีการ ปรับเปลี่ยนลูกแก้วหรือแหล่งจุให้มีสีสันที่สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของผู้ถือลูกแก้ว (คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่งเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ, 2559) จวบจนปี พ.ศ.2561 กรมส่งเสริม วัฒนธรรม มีมติให้เทศกาลตรุษจีนขึ้นทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรมประจำปี พ.ศ.2561 ในนาม “ประเพณีการแห่งเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ” ให้เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาติที่ สำคัญ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2561)

ปัจจุบันมีการกำหนดวันเทศกาลตรุษจีนถึง 12 วัน 12 คีน โดยถูกจัดขึ้นประมาณ เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ ของทุกปี จากการปฏิบัติตามความเชื่อมาอย่างยาวนานระยะเวลา 4 วันแรก ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่งเจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราวจำนวน 2 ศาลเจ้าไว้ที่บริเวณถนนริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยจัดเตรียมศาลเจ้าที่ 1 ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผา ตั้งอยู่ถนนอรุณกวีบริเวณ ข้างธนาคารกรุงไทย สาขานครสวรรค์ มีการอัญเชิญเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผา

มาประจำที่ศาลเจ้าชั่วคราว นอกจากนี้ภายในศาลเจ้าเหนือมีเจ้าแม่ทับทิม ซึ่งเจ้าแม่ทับทิมเป็นเจ้าแม่ผู้คุ้มครองชาวเรือและการเดินทางทางเรือ และเทพเจ้า ไฉชิงเอี้ย หรือเทพเจ้าแห่งโชคลาภ ทรัพย์สินเงินทองตามความเชื่อชาวจีน

ศาลเจ้าที่ 2 หรือศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์ - เจ้าแม่ทับทิม ตั้งอยู่บนถนนริมแม่น้ำ ซึ่งตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์ และเจ้าแม่สวรรณ และอัญเชิญเจ้าพ่อเทพารักษ์ และเจ้าแม่สวรรณ มาประทับที่ศาลเจ้าชั่วคราวตามความเชื่อเจ้าพ่อเทพารักษ์ หรือปูนเกล้ากง คือ เทพยดาผู้คุ้มครองดูแลพื้นที่ชาวจีนโพ้นทะเลที่เดินทางเข้ามาในถิ่นที่อยู่ใหม่ต้องนับถือเช่นไหว้ ส่วนเจ้าแม่สวรรณ คือ เทพยดา ผู้ดูแลสวรรณตามความเชื่อหากต้องการเดินทางไปสวรรณต้องเข้ามากราบไหว้ทั้งยังอันเชิญเทพเจ้ากวนอู ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของชาวจีนโพ้นทะเลถึงความซื่อสัตย์ กตัญญูและเทพเจ้าเอ็งกอก หรือเทพเจ้านักรบประชาชนแห่งเขาเหลียงซาน เป็นสัญลักษณ์ของความกล้าหาญการจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราวอยู่ในตำแหน่งใจกลางเมือง เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกในการมาสักการะเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ

นอกจากการตั้งศาลเจ้าชั่วคราวตามความเชื่อชาวจีนมีแนวทางการปฏิบัติแต่ละวันในช่วงระยะเวลาเทศกาลตรุษจีนแตกต่างกัน ดังนี้

1. วันจ่าย หรือที่นิยมเรียกว่าวันไหว้ เริ่มตั้งแต่ก่อนวันตรุษจีน 2 วัน ชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวจีนออกไปซื้อของไหว้เพื่อเตรียมไว้ในช่วงเทศกาลตรุษจีน ซึ่งผู้ที่ศรัทธาเริ่มตั้งโต๊ะไหว้ตั้งแต่ช่วงเช้า จนถึงช่วงบ่ายของวัน โดยเริ่มแรกจากการไหว้เจ้าที่ ศาลพระภูมิ (ตี่จูเอี้ย) ต่อมาในช่วงสายเป็นการไหว้บรรพบุรุษ ช่วงบ่ายเป็นการไหว้ หอเฮี้ยตี๋ วิญญาณไร้ญาติ สักเวสรวมไปถึงการใส่ซองแดง อั่งเปา (เงินแต๊ะเอี้ย) ทั้งนี้การให้อั่งเปาไม่ได้จำกัดเพียงคนในครอบครัวเท่านั้น แต่ส่งอิทธิพลไปยังองค์กร ร้านค้าต่างๆ ที่แจกอั่งเปาให้แก่พนักงานเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงาน

2. วันถือเป็นวันตรงกับวันตรุษจีน ซึ่งมีความเชื่อว่าเป็นวันที่ชาวจีนพูดและทำสิ่งที่เป็นมงคลไม่พูดหยาบหรือว่ากล่าวต่อกัน และถือเรื่องไม่กล่าวด่าบ้านในวันนี้ เนื่องจากถือว่าเป็นการปิดเอา โชคลาภเงินทองออกจากบ้าน ซึ่งช่วงเทศกาลตรุษจีนของนครสวรรณ และร้านค้าต่างๆ ปิดกิจการชั่วคราวคล้ายกับวันหยุดประจำปีของไทย ประมาณ 2 - 3 วัน มีการให้เงินแต๊ะเอี้ยหรืออั่งเปา (ซองแดง) เป็นการที่ผู้ใหญ่ให้เงินแต๊ะเอี้ยแก่ลูกหลานหรือลูกหลานให้แต๊ะเอี้ยแก่ผู้ใหญ่ หรือนายจ้างให้กับลูกจ้างเป็นรางวัล ซึ่งภายในเมืองบรรยากาศเงียบสงบ เนื่องจากเป็นวันที่แต่ละครอบครัวอยู่กันพร้อมหน้า

3. วันชิวอิก หรือที่นิยมเรียกว่า วันขึ้นปีใหม่ที่ชาวจีนชำระร่างกายเพื่อรอรับ “เทพเจ้าไฉ่สิ่งเอี้ย” หรือเทพเจ้าแห่งโชคลาภและปกป้องโรคร้าย ที่ลงมาให้โชคลาภแก่ตน โดยการไหว้ “เทพเจ้าไฉ่สิ่งเอี้ย” ชาวจีน เชื่อว่าอยู่ในช่วงระหว่าง 23:00 – 04:00 นาฬิกา โดยมีทิศทางที่แตกต่างกันไปในแต่ละปี ทั้งนี้ผู้ที่ศรัทธาต้องเตรียมเครื่องเซ่นไหว้ที่เป็นมงคล เช่น หมู หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ ขนมหง่าง หมายถึง ความหวานชื่น องุ่น หมายถึง ความเพิ่มพูน เพื่อขอพรจาก “ไฉ่สิ่งเอี้ย” ในขณะเดียวกัน วันชิวอิกยังเป็นวันถือ หรือวันเที่ยว ตามความเชื่อ เป็นวันที่ไม่พูดคำหยาบคาย ไม่นินทาว่าร้าย และกล่าวแต่สิ่งที่ดีเพื่อได้รับแต่โชคลาภความมงคลตลอดทั้งปี

4. วันชิวซา ชาวจีนเดินทางเพื่อไปพบญาติ ครอบครัว โดยเตรียมผลส้มที่มีจำนวนคู่ และมีการแลกเปลี่ยนผลส้ม โดยเจ้าของบ้านรับส้มไว้ครึ่งหนึ่งหรือทั้งหมดและนำส้มในบ้านมาใส่กลับไปเป็นจำนวนที่เท่ากัน ขณะเดียวกันเจ้าของบ้านเลี้ยงน้ำชา “แต่เหลี้ยว” (ขนมจันอับ) แก่ผู้ที่มาเยี่ยมเยียน ทั้งนี้ช่วงเวลาเทศกาลตรุษจีนสวมใส่เสื้อสีที่เป็นมงคล เช่น สีแดง และหลีกเลี่ยงของมีคม หรือทำสิ่งของแตกหัก เชื่อว่าเป็นรางที่ไม่ดี (กิตติพงษ์ ตันเจริญ, 2555)

5. วันชิวสี่ หรือที่นิยมเรียกว่า "ซิ่งเลาะที" ชาวจีนเชื่อว่าวันชิวสี่เป็นวันที่เทพเจ้าเตาไฟ และเทพเจ้าองค์อื่นๆ กลับลงมาจากสวรรค์หลังจากเข้าเฝ้าองค์เง็กเซียนฮ่องเต้ ดังนั้นจึงเป็นวันที่ชาวจีนส่วนใหญ่เริ่มต้นทำงานกันตามปกติหลังจากที่หยุดมาหลายวัน (คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่งเจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ, 2562)

เทศกาลตรุษจีนมีการเตรียมพิธีกรรมตามวัฒนธรรมท้องถิ่น และพัฒนาการออกแบบกิจกรรมที่ให้สามารถสอดแทรกความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ถูกจัดขึ้น 12 วัน 12 คืน เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมได้เรียนรู้และเข้าใจบริบทของวัฒนธรรม ทั้งนี้ 2 วันก่อนสิ้นสุดเทศกาลตรุษจีนมีการจัดขบวนแห่ทางวัฒนธรรมโดยกำหนดขบวนแห่กลางคืน 1 วันก่อนสิ้นสุดเทศกาลตรุษจีน และขบวนแห่ในช่วงเวลากลางวันในวันสุดท้ายของเทศกาลตรุษจีนที่มีองค์ประกอบ 3 ประเด็น (ธนพล วิวัฒน์พาณิชย์, 2553) ดังนี้

1. ขบวนทางวัฒนธรรม 13 ขบวนหลัก ได้แก่

- 1) ขบวนธงมิตรภาพไทย-จีน
- 2) ขบวนเก้านั่งใหม่
- 3) ขบวนสิงโตแก้วงิ้ว
- 4) ขบวนเสือไหหลำ

- 5) ขบวนสิงโตฮากกา
- 6) ขบวนเกี้ยวเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ
- 7) ขบวนเต็กรำถั่ว
- 8) ขบวนล่อไก่อ
- 9) ขบวนสิงโตปักกิ่ง
- 10) ขบวนรณางฟ้า
- 11) ขบวนเอ็งกอพะบู
- 12) ขบวนองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม
- 13) ขบวนมังกรทอง

นอกจากนี้ยังมีขบวนการแสดงทางวัฒนธรรมที่ถูกเพิ่มเติมอีก 5 ขบวน นอกเหนือจากขบวนหลักที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทุกๆ ปี เพื่อกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมเยือน เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน ได้แก่

- 1) ขบวนเจ้าพ่อเทพารักษ์ - เจ้าแม่ทับทิม
- 2) ขบวนเจ้าแม่หน้าผา
- 3) ขบวนสาวงามถือเซียวเปีย
- 4) ขบวนรถธิดามังกร
- 5) ขบวนรถการแสดงจากโรงเรียนภายในชุมชน

2. กิจกรรมทางวัฒนธรรม 6 กิจกรรม ที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนผ่านงานเทศกาลตรุษจีน ได้แก่

- 1) การแสดงอุปรากรจีน (จิว)
- 2) การสร้างลานบุญส่วนเทพเจ้า
- 3) การโชว์ประติมากรรมโคมไฟ
- 4) การออกร้านแสดงสินค้า
- 5) กิจกรรมการทำบุญปล่อยปลา
- 6) การแสดงคอนเสิร์ต

3. ขนบธรรมเนียม พิธีกรรม 15 พิธีกรรม ที่ถูกปฏิบัติมาอย่างยาวนานผ่านการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ได้แก่

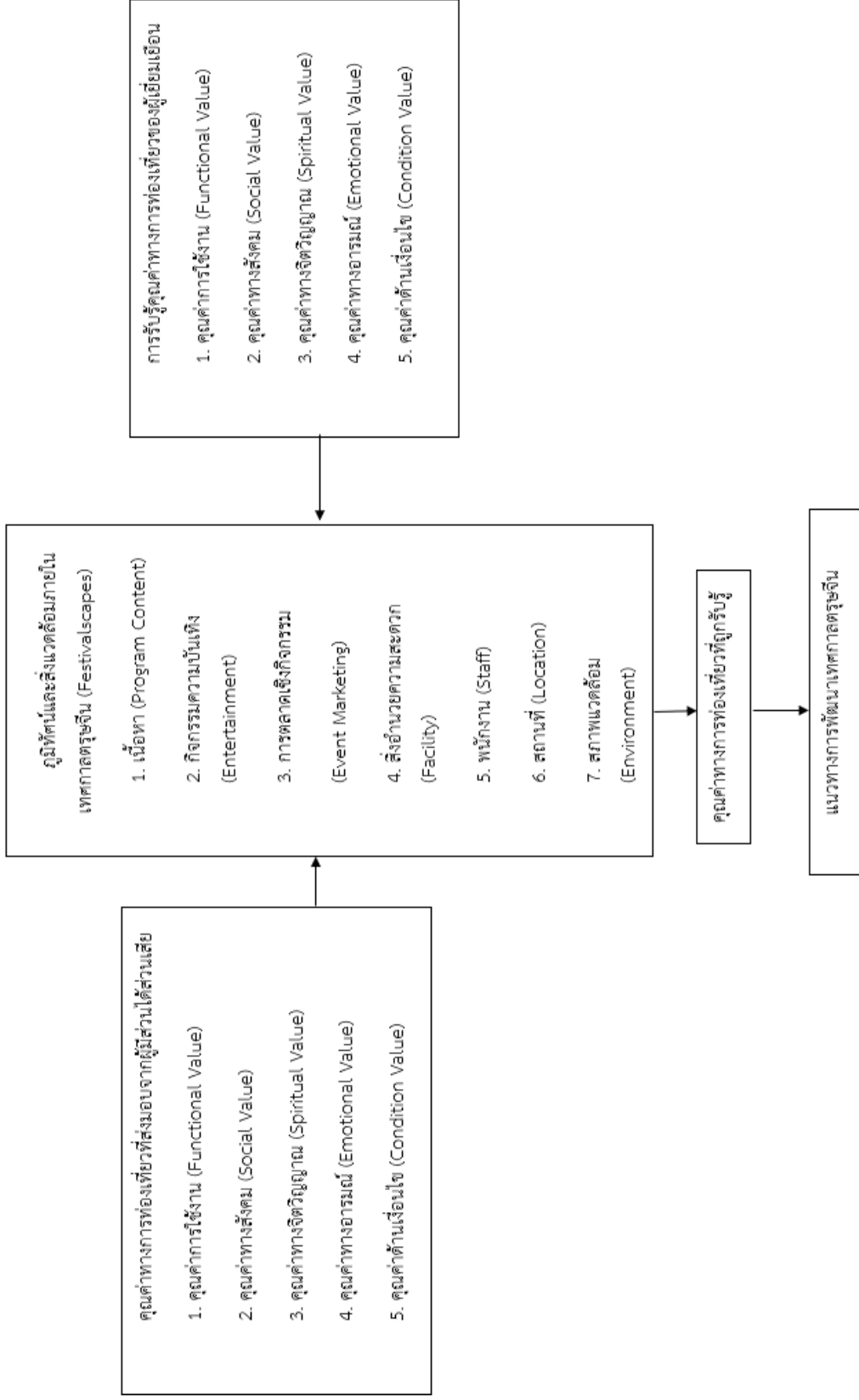
- 1) การจุดประทัด
- 2) การบูชาวัตถุมงคล
- 3) พิธีแก้ดวงชะตา
- 4) การตั้งโต๊ะรับเจ้า
- 5) พิธีคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม
- 6) การแสดงปาฏิหาริย์เขื่อนลั่น นั่งเก้าอี้ตะปู
- 7) พิธีอัญเชิญเจ้ามาประทับ ณ ศาลชั่วคราวและภายในขบวนแห่ทางวัฒนธรรม
- 8) การเผากระดาษเงิน กระดาษทอง
- 9) พิธีวนรอบศาลเจ้า 3 รอบ
- 10) การตีผ้าंग (พะโหล) ที่ศาลเจ้าชั่วคราว
- 11) พิธีเปิดตำมังกร และสิงโต
- 12) การทำฮู้ น้ํามนต์ ข้าวสารเสก
- 13) การเติมน้ํามันตะเกียง
- 14) พิธีเสี่ยงทายคัดเลือกน้ํงชุดใหม่
- 15) พิธีเจิมหน้าผากให้กับประชาชน

อย่างไรก็ตามเทศกาลประเพณีจึงเป็นงานที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของสังคมนั้นๆ และเป็นการถ่ายทอดอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนผ่านงานเทศกาลประเพณี เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม ซึ่งเทศกาลประเพณีของชุมชน คือ ศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชนจนก่อให้เกิดการเคารพ การเข้าใจซึ่งกันและกันในชุมชน อีกทั้งยังช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมให้ยังคงอยู่ต่อไปในอนาคต ผ่านการปฏิบัติอย่างซ้ําๆ ตามกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ซึ่งเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ เป็นอีกหนึ่งเทศกาลที่ถ่ายทอดความเป็นวัฒนธรรมไทย-จีน มาอย่างยาวนานถึง 107 ปี ในปี พ.ศ. 2566 ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมท้องถิ่นอาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำองค์ประกอบทางขนบธรรมเนียม พิธีกรรม กิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีนและขบวนแห่ทางวัฒนธรรมมาศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวในแต่ละขนบธรรมเนียม พิธีกรรม กิจกรรม และและขบวนแห่ทางวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดให้แก่ผู้เยี่ยมชมมาศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาเทศกาลตรุษจีนให้คงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นต่อไป และการศึกษาการส่ง

มอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีนที่ผู้เยี่ยมชมได้รับในแต่ละกิจกรรม เพื่อมาเป็น
แนวทางในการพัฒนาเทศกาลตรุษจีน



กรอบแนวคิดการวิจัย



กรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นถึงผลผลิตจากงานวิจัย กล่าวคือ คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ (Tourism Perceived Value) ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์คุณค่าทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ที่ส่งมอบจากผู้มีส่วนได้เสียในการจัดเทศกาลตรุษจีนและการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองผู้มาเยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีน ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงคุณค่าที่ได้รับจากเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์และคุณค่าเหล่านั้นถูกส่งผ่านภูมิทัศน์เทศกาลอย่างไร ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาเทศกาลท้องถิ่นหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้คงไว้ ซึ่งคุณค่าหลักทางการท่องเที่ยวตามแนวทางการท่องเที่ยวเชิงเทศกาลวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. อรรถพร ก๊กค่างพลู (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวด้านอรรถประโยชน์ชุมชนชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ระดับการรับรู้ คุณค่าความสำคัญแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนชนอม พบว่าผู้เยี่ยมชมให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ ดังนี้ 1. ด้านความปลอดภัย โดยกิจกรรมแต่ละกิจกรรมที่ผู้เยี่ยมชม ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมต้องมีความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการติดตั้งกล้อง CCTV หรือการแจ้งรายละเอียดด้านความปลอดภัย โดยแหล่งท่องเที่ยวอาจมีการรายงานสถานการณ์ด้านสุขอนามัย ภัยพิบัติ หรือการแจ้งถึงบริการสถานีตำรวจ ตู้ยาม หรือมีเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อความปลอดภัยของผู้เยี่ยมชม

2. การให้บริการผู้เยี่ยมชมต้องคำนึงถึงบุคลากรที่มีมารยาท อธิบายและมีบุคลิกที่ดีในการให้บริการ มีการบริการอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกัน รวมไปถึงความใส่ใจในการแก้ปัญหาให้กับผู้เยี่ยมชมได้อย่างรวดเร็ว โดยบุคลากรต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและความเชี่ยวชาญในการให้บริการอย่างถูกต้องและตรงตามความต้องการของผู้เยี่ยมชม

3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ร้านอาหาร เครื่องดื่มต้องมีความหลากหลาย มีมาตรฐาน ผู้เยี่ยมชม สามารถใช้บริการได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการ รวมไปถึงห้องน้ำสาธารณะมีสุขอนามัยที่สะอาดพื้นที่จอดรถอย่างเพียงพอ

4. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงรถขนส่งสาธารณะ ป้ายบอกทางสัญลักษณ์ชัดเจน ที่พักรถมีความสะอาด ราคาเหมาะสม ชัดเจน และมีให้เลือกหลากหลายโรงแรม

5. แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนมีความสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความสมบูรณ์ทางสภาพแวดล้อมและมีสิ่งดึงดูดใจ รวมไปถึงชื่อเสียงของชุมชนและเป็นที่ยอมรับของผู้เยี่ยมชม

6. กิจกรรมต้องมีความคุ้มค่า ผู้เยี่ยมชม

ที่ได้เข้าไปร่วมทำกิจกรรม ต้องได้รับประสบการณ์ที่ดี มีกิจกรรมที่หลากหลายให้ผู้เยี่ยมชมเลือกสรรและรองรับผู้เยี่ยมชม ได้อย่างครบถ้วนมากที่สุด

2. ชีววรรณ เจริญสุข (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) ในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า ผู้เยี่ยมชมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าแหล่งท่องเที่ยว 3 คุณค่า ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน (Functional Value) เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ มีความสมเหตุสมผล ค่ำค่า ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ ทั้งนี้ภายในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ มีความสะอาด ปลอดภัย และมีการบริการที่มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานสากล
2. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ผู้เยี่ยมชมมองว่า เมื่อมาเที่ยวยังอุทยานประวัติศาสตร์ทำให้ผู้เยี่ยมชมเกิดการเข้าใจ เรียนรู้ในวัฒนธรรม และเกิดความผูกพันกับประเทศไทย ทั้งนี้อุทยานประวัติศาสตร์ทำให้ผู้เยี่ยมชมได้รับความสนุกสนาน ประทับใจ ชื่นชอบ และต้องการที่กลับมาท่องเที่ยวอย่างอุทยานประวัติศาสตร์อีกครั้ง
3. คุณค่าด้านคุณภาพ (Quality Value) ผู้เยี่ยมชมรับรู้คุณค่า จากความน่าเชื่อถือในประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอย่างยาวนาน ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวยังส่งอิทธิพลต่อผู้เยี่ยมชม ให้เดินทางมาอุทยานประวัติศาสตร์ โดยมีองค์ประกอบ เช่น วัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม หรืออารยธรรมมีความงดงาม ล้ำค่า น่าสนใจ รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม สมเหตุสมผลจนทำให้ผู้เยี่ยมชม ต้องการมาเที่ยวอย่างอุทยานประวัติศาสตร์

3. ศุภวัฒน์ มีพรหมและคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนแถบกลุ่มน้ำโจง จังหวัดหนองคายพบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. ด้านการบริการแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสะอาดของที่พัก สุขา ร้านอาหาร การรักษาความปลอดภัย กิจกรรมที่จัดภายในแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว และมีการใช้ระยะเวลาที่เหมาะสมในการทำกิจกรรมรวมถึง การมีกิจกรรมที่หลากหลายและสนุกสนานให้ผู้เยี่ยมชมได้เลือกเข้าร่วมกิจกรรม
2. สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถมีความกว้างขวาง การเข้าถึงของอินเทอร์เน็ตและระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ที่มีเพียงพอกับความต้องการของผู้เยี่ยมชม องค์ประกอบดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าและความ

ค้ำค่าในการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือน อีกทั้งส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและเป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ

4. Ashton และคณะ ศึกษาเรื่อง THE DEVELOPMENT OF VALUE PERCEPTION TOWARD CULTURAL TOURISM DESTINATION: A NORTHEAST THAILAND CASE STUDY พบว่า การรับรู้ถึงคุณค่าทางอารมณ์ ร้อยละ 58.1% เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือน ที่มีความตั้งใจที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากทั้งหมด 5 คุณค่า ดังนี้ 1. คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) 3. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) 4. คุณค่าด้านความรู้ความคิด (Epistemic Value) 5. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ทั้งนี้ ประเด็นที่ 1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่จับต้องได้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์และบริการที่ค้ำค่าเงินที่ผู้เยี่ยมเยือนจ่ายไป รวมไปถึงการจัดเตรียมบรรยากาศ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สามารถสร้างความรู้สึกลดภัยให้แก่ผู้เยี่ยมเยือนได้ ประเด็นที่ 2 ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาวิธีการสร้างกิจกรรมให้คนในท้องถิ่นและผู้เยี่ยมเยือนมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและแลกเปลี่ยนภูมิหลังทางวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ นอกจากนี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องคำนึงถึงความตระหนักในวัฒนธรรม โดยจัดให้มีกิจกรรมที่ผู้เยี่ยมเยือนสามารถมีส่วนร่วมได้ เช่น พิธีการหรือเทศกาลต่างๆ นอกจากนี้ผู้ให้บริการโฮสต์ต้องให้ความรู้ใหม่แก่ผู้เยี่ยมเยือน เช่น ข้อมูลทางกายภาพเกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือการเล่าเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และวิถีชีวิตท้องถิ่น

5. ประภาส อินทนูและคณะ (2565) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนวัดเกาะ ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนวัดเกาะ ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรีสามารถจำแนกได้ 6 ประเด็นดังนี้ 1. การจัดเตรียมโปรแกรมท่องเที่ยว ชุมชนควรมีการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ และแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงเพื่อจัดกิจกรรมร่วมกัน โดยชุมชนยังคงอนุรักษ์เอกลักษณ์ให้มีความดั้งเดิม เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้เยี่ยมเยือน โดยการทำบันทึกลงไปในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัด 2. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในการการสนับสนุนสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการพัฒนาเส้นทางให้มีความสะดวก ปลอดภัย มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย รวมไปถึงการบริการ ทางด้านรถสาธารณะที่ผู้เยี่ยมเยือน สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือชมเมืองได้ง่าย 3. สิ่งดึงดูดใจ ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรมีส่วนร่วมในการ

สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ คนท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมในการเผยแพร่เอกลักษณ์ของชุมชน และช่วยกันปรับปรุงบูรณะ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และคำนึงถึงความสะอาด ความปลอดภัย ความสวยงาม หรือการจัดทำจุดถ่ายภาพ ที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อดึงดูดผู้เยี่ยมชม

4. สิ่งอำนวยความสะดวก โดยการจัดทำป้ายบอกทางหรือป้ายบอกสถานที่ต่างๆ เช่น ที่จอดรถ จุดแสดงกิจกรรมการท่องเที่ยว ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจน การจัดสถานที่รองรับผู้เยี่ยมชม ความปลอดภัย

5. ด้านกิจกรรม ควรมีการพัฒนากิจกรรมที่มีการสอดแทรกอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสร้างความโดดเด่น เช่น จัดงานประเพณี กิจกรรมชุมชนสร้างสรรค์ การแสดงวิถีชุมชนหรือสถาปัตยกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม รับรู้ถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นจากวิถีชีวิต ของที่ระลึก ที่มาจากทุนทางสังคมภายในชุมชน โดยมีการสนับสนุนจากคนท้องถิ่นช่วยเผยแพร่และร่วมกันทำกิจกรรม

6. การบริการแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ การจัดทำป้ายสื่อความหมาย QR Code ที่แสดงเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงข้อมูลทางประวัติศาสตร์และข้อมูลในการท่องเที่ยวได้

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถอธิบายถึงวิธีที่ผู้เยี่ยมชมเกิดการรับรู้ โดยการรับรู้เกิดขึ้นแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่และประเด็นที่ศึกษา รวมถึงประเด็นความเชื่อมโยงที่อธิบายว่าในแต่ละคุณค่านั้นมีองค์ประกอบใดเป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่สามารถนำข้อมูลมาคัดแยกให้ตรงตามคุณค่านั้นๆ ซึ่งเห็นได้ว่าในแต่ละพื้นที่นั้นมีการให้คำนิยามความรู้ที่แยกย่อยกันไปแต่คุณค่าที่พบจากการรับรู้จากผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่มีทั้งหมดทั้งหมด 5 คุณค่า คือ 1. คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) 3. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) 4. คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Epistemic Value) 5. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ในขณะเดียวกันจากมุมมองของผู้ให้บริการการรับรู้ยังสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เยี่ยมชม และการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้หลากหลายโดยไม่จำกัดแค่แหล่งท่องเที่ยวแต่ยังรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ ที่พัก พืชกรรม และเทศกาลต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึงแนวทางการสร้างการรับรู้เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้ผู้เยี่ยมชมมาเยี่ยมชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) และคุณค่าด้านสังคม (Social Value) ที่เกิดการรับรู้คุณค่ามากกว่าคุณค่าด้านอื่นๆ เนื่องจากผู้เยี่ยมชมเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงตามความนิยมในขณะนั้น เพื่อการเข้าสังคมและส่งผลกระทบต่อคุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ในทันทีเพราะได้รับความชื่นชมและเป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจของผู้

เยี่ยมเยือน รวมถึงแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำมาปรับใช้ภายในการจัดเทศกาลตรุษจีนได้ เช่น การพัฒนาบุคลากรและ การพัฒนาสาธารณูปโภค และความปลอดภัยที่ต้องคำนึงอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ต้องรองรับผู้เยี่ยมเยือนได้อย่างเพียงพอและทั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถนำมาอ้างอิงกับแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นกรอบในการวิจัยและคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้คำถามที่ตรงประเด็นในแต่ละคุณค่ามากขึ้น



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (A Study of Perceived Value Of The Chinese New Year Festival In Nakhon Sawan Province) กำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

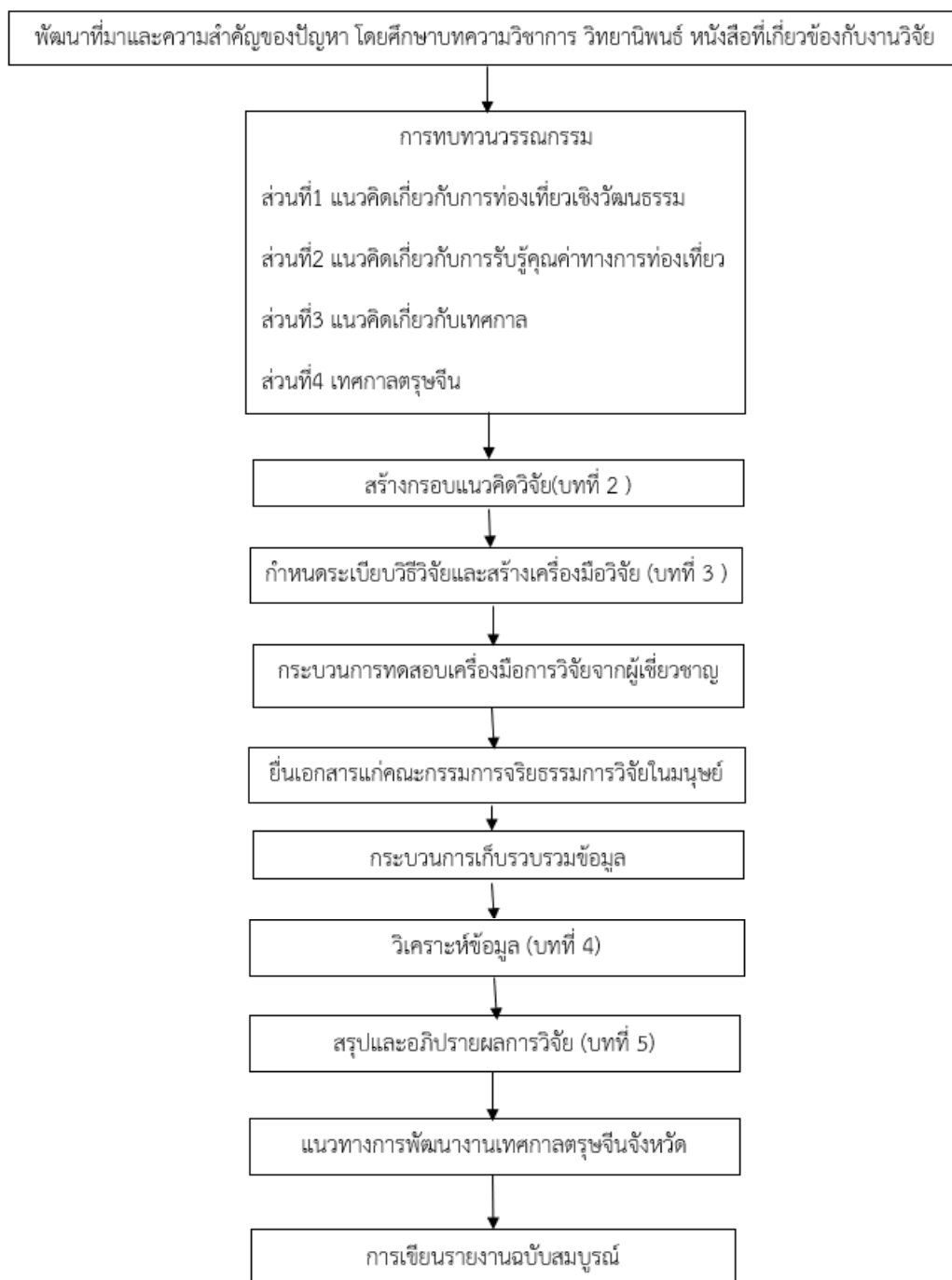
2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมชมผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ การศึกษาในประเด็นดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้เยี่ยมชม ในการศึกษาคุณค่าทางการท่องเที่ยว ที่ส่งผลให้เกิดการตระหนักถึงการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาเทศกาลตรุษจีนให้ทรงคุณค่าได้อย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยผู้ศึกษาดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยในแต่ละขั้นตอน เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การออกแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล

การออกแบบการวิจัย

การวิจัยการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อนำสู่แนวทางการพัฒนาเทศกาลตรุษจีนได้อย่างมีศักยภาพ โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

การวิจัยคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เนื่องจากความทรงจำของมนุษย์สามารถเริ่มจดจำเป็นความจำระยะสั้นได้เมื่ออยู่ในบริเวณที่มีสิ่งเร้าหรือสิ่งที่สนใจภายใน 15 ถึง 30 วินาที แต่ถ้าหากไม่ได้ถูกกระตุ้นความทรงจำจากสิ่งเร้าเดิม หรือทบทวนอยู่เสมอมหาสามารถเลือนหายได้ ดังนั้นเมื่อผู้เยี่ยมเยือนมีโอกาสในการกลับมาเยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีนก็ส่งผลให้ความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีนสามารถกลายเป็นความจำระยะยาว (long-term Memory) ที่อาจอยู่ได้นานเป็นปีหรือตลอดชีวิตได้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีการเยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีนมากกว่า 30 นาที เพื่อให้ความทรงจำที่กระตุ้นให้เกิดการรับรู้คุณค่าของเทศกาลตรุษจีนยังคงอยู่และสามารถนำมาวิจัยในครั้งนี้ (Miller, 1956: 81 – 97 อ้างใน ราตรี พุทธทอง, 2543)

ประชากรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ไม่น้อยกว่า 1 วัน หรือ ผู้เยี่ยมเยือนที่เคยเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี และผู้ที่มีภูมิลำเนาจังหวัดนครสวรรค์หรือภูมิลำเนาอื่นๆ
2. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ได้แก่ 1. คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ – เจ้าแม่ปากน้ำโพ 2. ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 3. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566 4. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่สนับสนุนการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาต้องการศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดประชากรให้เป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมจนนำมาพัฒนาให้เป็นแนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้เยี่ยมชมเยือน (Visitor) หมายถึง ผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย (Tourist) เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์เป็นผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย จำนวน 68,230 คน (Tourism Authority of Thailand [TAT], 2023) อีกทั้งเป็นการศึกษาการรับรู้คุณค่าเชิงวัฒนธรรมระหว่างผู้ส่งมอบและผู้รับรู้ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้มีส่วนได้เสียและผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยที่มีจำนวนมากที่สุด โดยผู้ศึกษาดำเนินการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลดังนี้

1.1 เกณฑ์การคัดเลือกผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย (Tourist) ที่เข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566

1.1.1 เป็นผู้มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปีบริบูรณ์

1.1.2 เป็นผู้มีประสบการณ์ในการเยี่ยมชมเยือนเทศกาลตรุษจีน

1.1.3 เป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี

1.1.4 และผู้ที่มีภูมิลำเนาจังหวัดนครสวรรค์หรือภูมิลำเนาอื่นๆ เนื่องจากผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภออื่นๆ ของจังหวัดนครสวรรค์ หรือผู้ที่เดินทางไปยังภูมิลำเนา เพื่อทำงาน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงศึกษาถึงคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับผู้เยี่ยมชมเยือนดังกล่าว

นักท่องเที่ยว (Excursionist) ผู้ศึกษาผู้ศึกษาดำเนินการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

1.2 เกณฑ์การคัดเลือกนักท่องเที่ยว (Excursionist) ที่เข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566

1.2.1 เป็นผู้มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปีบริบูรณ์

1.2.2 เป็นผู้มีประสบการณ์ในการเยี่ยมชมเยือนเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

1 วัน

ผู้ศึกษากำหนดจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้เยี่ยมชม (Visitor) จากการอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) คือ ข้อมูลมีลักษณะความที่ซ้ำซ้อนกันของข้อมูล (Redundancy) โดยผู้ศึกษาไม่พบแนวคิด รูปแบบ หรือข้อเท็จจริงอื่นๆ ซึ่ง Nastasi and Schensul (as cited in Suthiwasinnon, & Pasunon, 2016) ข้อมูลที่ได้นั้นสามารถนำมาตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยหรือเมื่อนักวิจัยได้รับข้อมูลที่เพียงพอในการตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย ความพอเพียงของข้อมูล (Data Sufficiency) ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้เยี่ยมชม (Visitor) ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 5 แต่ไม่เกิน 30 คน

2. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการศึกษาถึงการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีนจากมุมมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดนครสวรรค์ ดังนั้นงานวิจัยนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ ผู้ศึกษาดำเนินการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ศึกษาดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

- 2.1.1 เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์
- 2.1.2 เป็นผู้มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปีบริบูรณ์
- 2.1.3 เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและเทศกาลตรุษจีน
- 2.1.4 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนอย่างน้อย 1 ปี
- 2.1.5 เป็นผู้ที่ยังปฏิบัติงานภายในเทศกาลตรุษจีนมากกว่า 30 นาที

2.2 ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณ 6 ชุมชน ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

เนื่องจากเทศกาลตรุษจีนเกิดขึ้นได้จากการสามัคคีของคนในชุมชนที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งชุมชนทั้ง 6 ชุมชนอยู่บริเวณที่มีการจัดงานเทศกาลตรุษจีนในทุกปี ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 6 คน โดยรวบรวมข้อมูลจากชุมชนป้อมหนึ่ง ชุมชนวัดโพธิ์ ชุมชนยุวบัณฑิต ชุมชนตลาดลาว ชุมชนหน้าวัดนครสวรรค์ ชุมชนไชยศิริ เนื่องจาก Nastasi and Schensul (as cited in Suthiwasinnon, & Pasunon, 2016) ได้อธิบายถึง ความเหมาะสมในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 คน แต่ไม่เกิน 30 คน เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เพียงพอและลดการอิ่มตัวของข้อมูล

2.3 หน่วยงานภาครัฐ ผู้ศึกษาดำเนินการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 คน โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ มีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น และเทศกาลตรุษจีน รวมถึงผู้ที่มีประสบการณ์และเกี่ยวข้องกับการจัดงานเทศกาลตรุษจีน และเป็นหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนการจัดงานเทศกาลตรุษจีนประจำปี พ.ศ.2566 เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เพียงพอและป้องกันการซ้ำซ้อนของข้อมูลดังนี้

2.4 ผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้ศึกษาดำเนินการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 คน โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการภาคเอกชนที่อยู่บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ และเป็นผู้ประกอบการภาคเอกชนที่สนับสนุนการจัดงานเทศกาลตรุษจีนประจำปี พ.ศ. 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. **การใช้แบบสัมภาษณ์** โดยกำหนดประเด็นให้ยึดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ และแนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) เพื่อให้การสัมภาษณ์เป็นมาตรฐานเดียวกัน การเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถทำได้ง่าย เนื่องจากสามารถจำแนกประเภทของข้อมูลได้ดียิ่งขึ้นและจำแนกข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องได้ง่ายส่งผลให้ข้อมูลที่ได้นั้นมีประสิทธิภาพ รวดเร็วและประหยัดเวลา (ถาวรทันใจ, ม.ป.ป.) นอกจากนี้ Nastasi and Schensul (as cited in Suthiwasinnon & Pasunon, 2016) ได้อธิบายถึงระยะเวลาในการสัมภาษณ์รายบุคคลประมาณควรเริ่มตั้งแต่ 30 นาที แต่ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ไม่น้อยหรือมากเกินไปเหมาะสมแก่ขอบเขตด้านเวลาของการวิจัย ทั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดคำถามการสัมภาษณ์จำนวน 2 ชุด สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) และสำหรับผู้เยี่ยมเยือนแบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลมี 4 คำถาม

ได้แก่ 1. ประสบการณ์ในการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน 2. เชื้อชาติ 3. อายุ 4. ระยะเวลา
การเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน

ตอนที่ 2 การส่งมอบคุณค่าผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตามองค์ประกอบทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1. เนื้อหา
(Program Content) 2. กิจกรรมความบันเทิง (Entertainment) 3. การตลาดเชิงกิจกรรม
(Event Marketing) 4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) 5. พนักงาน (Staff) 6. สถานที่ (Location)
7. สภาพแวดล้อม (Environment) ส่วนคุณค่าทางการท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์
5 คุณค่า ได้แก่ 1. คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) 2. คุณค่าทางสังคม (Social Value)
3. คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual Value) 4. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)
5. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)

ตอนที่ 3 การให้ข้อเสนอแนะในการจัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การวัดค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือที่ผู้ศึกษาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้ศึกษา
ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน ของจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำมา
กำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์ในลักษณะคำถามปลายเปิดที่มีความเข้าใจได้ง่าย และนำคำถาม
สัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อความชัดเจนของ
เนื้อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index
of Item Objective Congruence: IOC) จากสูตร (Riviovelli and Hambleton, 1997) กำหนดให้

+1 หมายถึง เมื่อตรงกับขอบเขตเนื้อหา

0 หมายถึง เมื่อไม่แน่ใจว่าตรงกับขอบเขตเนื้อหา

-1 หมายถึง เมื่อแน่ใจว่าไม่ตรงตามขอบเขตเนื้อหา

ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum r}{n}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์ กับเนื้อหา

$\sum r$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่กำหนดดังนี้

n แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ผู้ศึกษานำผลคะแนนมาพิจารณาคะแนนของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ดังนี้ 1. แน่ใจว่ามีความสอดคล้องหรือวัดได้ มีระดับคะแนนเท่ากับ 1 2. ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องหรือวัดได้ มีระดับคะแนนเท่ากับ 0.5 3. แน่ใจว่าไม่มีความสอดคล้องหรือวัดได้ มีระดับคะแนนเท่ากับ -1 ซึ่งจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามหากมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 และข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.60 - 1.00 ถูกคัดเลือกไว้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ถูกนำมาพิจารณาปรับปรุงข้อคำถามใหม่ หรือตัดทิ้งไปตามความเหมาะสม (ธีระ กุลสวัสดิ์, 2558) ทั้งนี้ผู้ศึกษานำข้อเสนอแนะของผู้ทรงวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขคำถามสัมภาษณ์เพื่อให้ได้คำถามสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ก่อนที่นำไปใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล โดยผลการพิจารณาความสอดคล้องของคำถามสัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้มีค่ามากกว่า 1 ทุกข้อคำถาม

2. เครื่องบันทึกเสียง เพื่อนำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ให้ครบถ้วน

3. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) คือ การเข้าไปมีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การสังเกต 2. การซักถาม 3. การจดบันทึก เพื่อให้ผู้ถูกสังเกตแสดงออกพฤติกรรมที่เป็นไปตามธรรมชาติและได้ข้อมูลที่เป็นจริงสามารถตรวจสอบได้ง่าย (สุภางค์ จันทวานิช, 2549: 45)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data) ผู้ศึกษาได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากวารสาร สิ่งตีพิมพ์ วิทยานิพนธ์ สถิติผู้เยี่ยมเยือน บทความต่างๆ บนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีนของจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structure interview) โดยผู้ศึกษากำหนดประเด็นคำถามที่ชัดเจนให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ตรงตามประเด็นในการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาดำเนินการสัมภาษณ์ตามกระบวนการ ดังนี้

2.1 ขอนหนังสือจากคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ให้ออกหนังสือถึงหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชน เพื่อเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์

2.2 นำหนังสือขอความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ไปยังหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ ภาคเอกชน โดยส่งประเด็นการสัมภาษณ์ไปล่วงหน้า

2.3 ประสานงาน เพื่อขออนัดวัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ ผ่านหนังสือที่รับรอง โดยมหาวิทยาลัยหรือจากการขอความร่วมมือทางโทรศัพท์ เพื่อแจ้งแก่ผู้ให้สัมภาษณ์

2.4 ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้ศึกษาดำเนินการขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ในการบันทึกเสียง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นจึงดำเนินการสัมภาษณ์

2.5 จำแนกประเภทของข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยจัดทำรายชื่อ หรือกลุ่มข้อมูลที่คล้ายคลึงกันให้อยู่ในประเภทเดียวกัน

2.6 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนา เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

การวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลจากความสามารถในการตอบคำถาม การวิจัยได้ โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของ ข้อมูล และเพิ่มความแม่นยำ ป้องกันความผิดพลาด ทั้งนี้ผู้ศึกษาใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้าน วิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ ข้อมูลจากแหล่งบุคคลเป็นหลัก โดยตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) จากการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์ และพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ รวมไปถึงการถอดเทป จากนั้นจึงดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลอีกครั้ง โดยนำข้อมูลที่ ได้รับกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์อ่านอีกครั้งหรือกลับไปถามผู้ให้สัมภาษณ์ซ้ำ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้องและตรงตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structure interview) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) มาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล เพื่อสนับสนุนความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้วิธีสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ผ่านการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

2. ถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) อย่างละเอียดแบบคำต่อคำ (Transcribing Interview) โดยไม่ข้ามประโยคใดประโยคหนึ่ง เนื่องจากข้อมูลบางอย่างอาจนำมาใช้ในการตรวจสอบภายหลังได้

3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มข้อมูล (Categories) เพื่อหาความเชื่อมโยงและนำมาหาข้อสรุปในประเด็นการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ และแนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

4. นำข้อมูลที่ได้จากการสรุปกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอีกครั้ง เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล และเป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและนำข้อมูลมาสังเคราะห์และเปรียบเทียบผลการศึกษาก่อนนำมาสรุปเป็นครั้งสุดท้ายและนำมาอภิปรายผลตามจุดประสงค์ของการวิจัยในเชิงพรรณนา

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกรับรู้ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ 2. การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ 3. แนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย (Visitor) ประกอบด้วย ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย (Tourist) นักทัศนาจร (Excursionist) 2. กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ประกอบด้วย 4 กลุ่ม ดังนี้ 1. คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ 2. ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 3. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน การจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566 4. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่สนับสนุนการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566 โดยนำเสนอข้อค้นพบจากการศึกษาตามลำดับต่อไปนี้

1. การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์
2. การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมเยือนผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์
3. แนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสียผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อวิเคราะห์คุณค่าที่ส่งมอบทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้เสีย จำนวน 17 คน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีเชื้อสายไทยจำนวน 14 คน และมีบทบาทเป็นคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ – เจ้าแม่ปากน้ำโพจำนวน 11 คน โดยมีการดำรงตำแหน่งวาระละ 1 ปี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มี

ประสบการณ์ในการจัดเทศกาลตรุษจีนมาก่อน 1 - 5 ครั้ง จำนวน 8 คน และมีประสบการณ์ในการจัดเทศกาลตรุษจีนมากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 8 คน โดยแบ่งเป็นเพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 10 คน และเพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 46 - 60 ปี จำนวน 4 คน มีบทบาทในงานเทศกาลตรุษจีน ดังนี้ ผู้ศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์บทบาทในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ดังนี้ 1. การสนับสนุนงบประมาณการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ 2. การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ 3. การวางแผนการจัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ.2566 4. การร่วมขบวนแห่ทางวัฒนธรรมและการสอนการเล่นเครื่องดนตรีจีนที่ถูกสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต 5. การเข้าร่วมของชุมชนท้องถิ่นที่เข้ามาค้าขายภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ 6. การมีส่วนร่วมในการทำพิธีตามความเชื่อของวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การตั้งรับเจ้าในวันที่มีขบวนแห่ทางวัฒนธรรมช่วงกลางวัน 7. ด้านความปลอดภัยในการช่วยเหลือดูแลผู้เยี่ยมชมภายในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ส่วนผู้ให้ข้อมูลเพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 2 คน และเพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 1 คน มีบทบาทในงานเทศกาลตรุษจีน ดังนี้ 1. ตัวกลางในการประสานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน 2. การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลมีภาระหน้าที่รวบรวมปัญหาและความคิดเห็นจากผู้เยี่ยมชมเยือนในปีก่อนหน้าประสานงานกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนต่างๆ รวมไปถึงการจัดทำโปสเตอร์ เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์หรือสื่ออื่นๆ ภายในจังหวัดนครสวรรค์ และเตรียมพิธี เพื่อหาวันฤกษ์มงคลในการจัดเทศกาลตรุษจีนตามความศาสตร์จีนจากอูปรากจีน ซึ่งการดำเนินการต้องใช้ระยะเวลาในการเตรียมงานมากกว่า 30 วันต่อเนื่อง ทั้งนี้การจัดเทศกาลตรุษจีนเป็นเทศกาลที่ต้องรวบรวมความสามัคคีของชุมชน ดังนั้นมูลนิธิส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ กลายเป็นองค์กรที่มีความสำคัญต่อการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน โดยใช้อัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อ ความศรัทธา ผสมผสานกับทุนทางสังคมที่มีสร้างความสามัคคีและร่วมมือกัน จนทำให้สามารถจัดเทศกาลตรุษจีนขึ้นได้ในทุกปี

1. การส่งมอบคุณค่าเทศกาลตรุษจีนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดนครสวรรค์ ที่ประกอบด้วย คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์ หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน การจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566 และผู้ประกอบการภาคเอกชนที่สนับสนุนการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประจำปี พ.ศ.2566

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจุดมุ่งหมายของการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ และผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์หาคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ต้องการส่งมอบให้แก่ผู้เยี่ยมชมเยือนเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ผ่านภูมิทัศน์เทศกาล ดังนี้

1. คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value)

บุคคลรับรู้ถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) เมื่อได้เดินทางไปยังสถานที่หรือ ได้ทำกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสบายใจ ผ่อนคลายความเครียดจากชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดการพัฒนาตนเองจากการนำความเชื่อ มุมมอง ทศนคติที่ได้จากประสบการณ์นั้นมาพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น ทั้งนี้สถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่ทำให้เกิดคุณค่านั้นขึ้นอยู่กับการตีความของแต่ละบุคคล ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนมีความตั้งใจในการส่งมอบคุณค่าด้านจิตวิญญาณ ไม่ว่าจะเป็น ความเชื่อ ความศรัทธา มุมมองและทศนคติในการดำรงชีวิต

1.1 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ

ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ถือเป็นแหล่งรวมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการนำเสนอเกี่ยวแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เกี่ยวเทพเจ้ากวนอู ขบวนแห่มังกร ขบวนองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม และขบวนนางฟ้า รวมไปถึงขบวนแห่ร่างทรง ได้แก่ ร่างทรงเจ้าพ่อเทพารักษ์ เจ้าพ่อกวนอู เจ้าแม่ทับทิม เจ้าแม่ สวรรค์ เจ้าพ่อสามตา ที่มีหน้าที่อัญเชิญป้ายเจ้าพ่อ-เจ้าแม่มาไว้ที่ศาลเจ้าชั่วคราว เพื่อทำกระดาษยันต์หรืออุ้ให้แก่ผู้เยี่ยมชมเยือนและทำพิธีเจิมหน้าให้แก่ผู้ที่ศรัทธาเพิ่มความเป็นสิริมงคล โดยการนำธูปมาเผาไฟแล้ววางบนข้าวสาร จากนั้นจึงหยิบกระดาษมาเผาไฟโยนไปที่เก้าอี้ตะปูทำการประพรมน้ำมนต์ให้กับคณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ จากนั้นนำตราประจำองค์เจ้าพ่อ เจ้าแม่จุ่มหมึกสีแดงในจานผ้าหมึก เจิมหน้าผาก หรือการเขียนกระดาษยันต์ แจกจ่ายให้ประชาชนที่มาร่วมชมขบวนนำไปไว้ที่บ้านเพื่อป้องกันสิ่งที่ไม่ดีหรืออันตรายทั้งปวง หรือการปลุกเสกน้ำมนต์ต้องผ่านการบริกรรมคาถาและประทับตราประจำองค์เจ้าพ่อเทพารักษ์ลงในน้ำในถังน้ำจึงถือเป็นอันเสร็จพิธี ในขณะที่เดียวกันขณะที่ร่างทรงประกอบพิธีกรรมแสดงให้เห็นถึงอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ ที่สื่อถึงการประทับร่างของเทพเจ้าให้เป็นเครื่องยืนยันว่าในการทำพิธีแต่ละครั้งมาจากความเมตตาจากเทพเจ้าที่มาประทับร่างเพื่ออำนวยพรแก่ผู้เยี่ยมชมเยือนซึ่งการแสดงอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์อยู่ในรูปแบบการนั่งเก้าอี้บนตะปู การใช้มีดกรีดลิ้น การแสดงอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์เป็นพิธีกรรมที่หาได้ยากและมีการจัดพิธีกรรมเฉพาะเทศกาลตรุษจีนเท่านั้น นอกจากนี้ร่างทรงนั่งเกี่ยว

ไปยังร้านค้าหรือบ้านที่มีการตั้งโต๊ะรับเจ้า เพื่ออวยพรและนำกระดาษยันต์และน้ำมันตีให้เก็บไว้ ส่งเสริมการค้าขายและความสิริมงคล ทั้งนี้คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เชื่อว่าการมีส่วนร่วมช่วยในการจัดเทศกาลตรุษจีนทำให้ได้รับการอวยพรจากเจ้าพ่อ – เจ้าแม่ปากน้ำโพ ให้ตนเองและครอบครัวได้รับความเป็นสิริมงคล การประสานงาน การจัดเทศกาลตรุษจีนทุกอย่างเป็นประสพผลสำเร็จได้อย่างราบรื่น

“คิดว่าเขามาเที่ยวกันก็น่าประทับใจที่ได้เห็นพิธีกรรม การแสดงต่างๆ ของจังหวัด นครสวรรค์หาดูได้ยาก ถ้าไม่มีเทศกาลตรุษจีนก็ไม่ได้เห็นและการแห่มังกรกับองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม น่าเป็นจุดเด่นของงานที่ผู้เยี่ยมชม มาดูและได้ของที่ระลึกจากการดู เช่น การขอน้ำมันตีที่ได้จากศาลเจ้า การเก็บหนวดมังกรเพื่อความเป็นสิริมงคล”

(S7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2566)

“การเลือกคนทรงเจ้าพ่อกวนอูต้องมีการกินเจก่อนเข้าทรงหากท่านเข้าร่างแล้วมีการแสดงอภินิหารอย่างมีดกีดลื่นเพื่อนำเลือดมาทำฐูหรือการนั่งบนเก้าอี้ตะปูตลอดการแห่เจ้า”

(S13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 3 ร่างทรงขณะเขียนฐู

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

1.2 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านการตั้งโต๊ะรับเจ้า

คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ มีความตั้งใจในการสืบทอดความเชื่อเกี่ยวกับเทศกาลตรุษจีนผ่านการตั้งโต๊ะรับเจ้า ที่โดยการตั้งโต๊ะรับเจ้าจัดอยู่ริมสองฝั่งถนนทั่วตลาดปากน้ำโพในช่วงเวลากลางวันที่มีขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพผ่าน เพื่อเป็นการรับเจ้าและอัญเชิญเทพเจ้ามา

อำนวยการแก่ครอบครัวให้มีแต่ความมั่งมีศรีสุข คำขายร่ำรวย การรับเจ้ามีขบวนสาวงามเรียกว่า “ขบวนเขี้ยวเปี้ยว” สาวงามถือธงคำอวยพรต่างๆ เพื่ออวยพรแก่บ้าน ร้านค้า ที่ตั้งโต๊ะรับเจ้า พร้อมกับขบวนเชิดสิงโตจากชาวจีนทั้ง 5 กลุ่มภาษา มังกรทอง เอ็งกอร์ และเต็กร้าถั่วเข้าไปทำการแสดงต่อโต๊ะรับเจ้าตลอดเส้นทาง ทั้งนี้คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ สนับสนุนการจัดโต๊ะรับเจ้า โดยการตั้งข้อกำหนดในการตั้งโต๊ะรับเจ้า เช่น เตรียมเนื้อสัตว์ 3 อย่าง ผลไม้มงคล รวมกับผลไม้อื่นๆ อีก 2 อย่างรวมเป็นผลไม้ 3 อย่าง หรือขนมถ้วยฟู (ฮวกก้วย) เตรียมกระดาษเงิน-กระดาษทองอยู่ด้านในสุดของโต๊ะหรือด้านข้างได้แก่หิ้งเดี่ยว หรือเจิงเดี่ยว 1 ใบ เทียงเก่าจี้ 1 ชุด และกิมหิ้งเต้า 1 คู่ ตั่วกิม 1 ชิ้น เพื่อใช้ในการแข่งขันกันประกวดตั้งโต๊ะรับเจ้าให้ชุมชนได้มาร่วมกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ถือได้ว่าการตั้งโต๊ะรับเจ้าเป็นหนึ่งในธรรมเนียมปฏิบัติที่ถูกส่งต่อมารุ่นสู่รุ่น ซึ่งหากบ้านไหนมีการตั้งโต๊ะรับเจ้าต้องสืบสารต่อกันในทุกๆ ปี

“การจัดโต๊ะรับเจ้าเป็นการให้เจ้าเข้าให้อวยพรเหมือนเป็นการนำสิ่งมงคลเข้าบ้านช่วงปีใหม่”

(S16, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 4 การจัดโต๊ะรับเจ้า และการประกวดการจัดโต๊ะรับเจ้า

ที่มา: ตระกูลจิตรนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

1.3 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านตำนานความเชื่อมังกร

มังกรตามความเชื่อจีนเป็นสัญลักษณ์ของโชคลาภ ความมีอำนาจ ความสมบูรณ์รุ่งเรืองและการปิดเป่าสิ่งที่ไม่ดีทั้งปวง เชื่อว่ามังกรอยู่บริเวณใด พื้นที่นั้นพบแต่ความโชคดี ช่วยปิด

เป้าสิ่งที่ไม่ดีและเกิดความอุดมสมบูรณ์ ตามความเชื่อมังกรยังมีนิสัยที่ชอบเล่นน้ำ ด้วยความเชื่อดังกล่าวจึงทำให้จังหวัดนครสวรรค์ได้มีการนำมังกรทองมาเป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมเมื่อรับรู้ถึงมังกรทองต้องนึกถึงจังหวัดนครสวรรค์ จนมีการจัดตั้งรูปปั้นมังกรอยู่ที่อุทยานสวรรค์ และให้ความสำคัญกับพิธีมังกรเล่นน้ำในวันสุดท้ายของการจัดเทศกาลตรุษจีน โดยเซียมังกรทองบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อให้มังกรทองอวยพรแก่จังหวัดนครสวรรค์ให้มีความอุดมสมบูรณ์ สิริมงคลและโชคลาภ ก่อนที่จบเทศกาลตรุษจีน

“การเลือกการแสดงหรือพิธีกรรมดำเนินการตามขั้นตอนที่ทำมาตั้งแต่อดีต ทางมูลนิธิมีการจดบันทึกในการจัดเทศกาลแต่ละครั้ง มีการแสดงแบบไหนเป็นหลักและพิธีกรรมหรือขั้นตอนใดที่เป็นใจความสำคัญขาดไม่ได้ ต้องมีการทำในทุกๆ ปี อย่างเช่น การแสดงมังกรเล่นน้ำ ที่มีการให้มังกรลงเล่นน้ำแม่น้ำเจ้าพระยาต้องทำทุกปี เนื่องจากตามความเชื่อเรื่องมังกรมีนิสัยชอบเล่นน้ำ ดังนั้นการให้มังกรได้ลงเล่นน้ำจึงสำคัญมากและก็เป็นเหมือนการอวยพรให้ชาวจังหวัดนครสวรรค์มีความอุดมสมบูรณ์ มีความมั่งมี”

(S8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 5 การแห่มังกรทองเล่นน้ำ

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

1.4 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านการคัดเลือกองค์สมมุติ เจ้าแม่กวนอิม

การคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ผู้ที่ได้มาทำหน้าที่เป็นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มีความศรัทธาในเจ้าแม่กวนอิม เชื่อว่าตนเองเป็นผู้ที่ได้รับเลือกจากพระแม่กวนอิม โดยตรง เนื่องจากการคัดเลือกต้องทำพิธีเสี่ยงทาย (บู่ระปวย) 3 ครั้ง โดยที่ไม่เสี่ยงทายต้องออกตามที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

ครั้งที่ 1 ไม่เสี่ยงทายต้องคว่ำอันหงายอัน เรียกว่า “เซ่งปวย”

ครั้งที่ 2 ไม่เสี่ยงทายต้องคว่ำอันหงายอัน เรียกว่า “หน่อเซ่ง”

ครั้งที่ 3 ไม่เสี่ยงทายต้องคว่ำ 2 อัน เรียกว่า “อึ้งปวย”

หากครบทั้ง 3 ครั้งแล้ว จึงเรียกพิธีนี้ว่า “หน่อเซ่งเจ็กอึ้ง” จึงถือว่าได้เป็นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เชื่อว่าผู้ที่มาทำหน้าที่เป็นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมไม่สามารถวางแผนหรือกำหนดได้ การคัดเลือกจึงมาจากเจ้าแม่กวนอิมที่เป็นผู้อนุญาตเท่านั้น ในขณะเดียวกัน ครอบครัวของผู้ที่ได้รับเลือกรู้สึกภาคภูมิใจโดยเชื่อว่าเจ้าแม่กวนอิมคอยอวยพรความเป็นสิริมงคลให้แก่ครอบครัวของตน เนื่องจากการทำหน้าที่เป็นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม มีกฎเกณฑ์หลายอย่าง เช่น การถือศีลกินเจตลอดการร่วมงานจนครบวาระ การร่วมกิจกรรมตลอดวาระโดยไม่ได้รับสิ่งตอบแทน

“การคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมเป็นการคัดเลือกจากลูกหลานในจังหวัด นครสวรรค์และช่วงที่มาคัดเลือก องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมต้องมีการทานอาหารเจ การปฏิบัติตนอย่างดี และในระหว่างทำกิจกรรมให้ครบวาระ 1 ปี ไม่ได้รับผลตอบแทนใดๆ จากทางคณะกรรมการจัดงานแม่เจ้าพ่อ-เจ้าปากน้ำโพหรือทางมูลนิธิส่งเสริมประเพณีแม่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ”

(S15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 6 พิธีเสียงไทย (ปี่วะปวย) การคัดเลือกเจ้าแม่กวนอิม

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

1.5 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านศาลเจ้าชั่วคราว

ศาลเจ้าชั่วคราวถูกสร้างขึ้นช่วงเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากศาลเจ้าที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์มีทั้งหมด 2 ศาลเจ้า ดังนี้ ศาลเจ้าที่ 1 ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผา ข้างธนาคารกรุงไทย ที่ตกแต่งเป็นไปตามความเชื่อชาวแต้จิ๋วมีสถาปัตยกรรมตามลัทธิความเชื่อเต๋า ขงจื้อ ให้ความสำคัญกับลำดับการไหว้เจ้าพ่อเทพารักษ์ หรือ ที่ดี แป๊ะป้อ (ฟ้า ดิน พ่อ แม่) อันดับแรกก่อนกราบไหว้เทพเจ้าลำดับถัดไป และศาลเจ้าที่ 2 ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตรอกท่าเรือจ้าง ศาลเจ้าชั่วคราวประดับ ตกแต่งตามความเชื่อของชาวไทหล้าที่ให้ความสำคัญกับลำดับการไหว้เจ้าพ่อเทพารักษ์ (เจ้าพ่อกวนอู) เป็นอันดับแรกตามความเชื่อ ถึงแม้มีการใช้ตัวอักษรตัวเดียวกันแต่วิธีการอ่านออกเสียงแตกต่างกัน ซึ่งความเชื่อเรื่องการเคารพสักการะเทพเจ้า เป็นความเชื่อที่อยู่คู่กับชาวจีนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดนครสวรรค์มาช้านาน เชื่อกันว่าการกราบไหว้เทพเจ้าเป็นการนำสิริมงคลมาแก่ตนเอง ช่วยคุ้มครองผู้ที่เดินทางให้ถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย การตั้งศาลเจ้าชั่วคราวต้อง มีการทำพิธีจากอุปการาทินเงินมากำหนดวันเวลาในการขอตั้งศาลเจ้าชั่วคราว โดยคำนึงถึงฮวงจุ้ยตามหลักศาสตร์ความเชื่อจีน คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เชื่อว่าบริเวณที่ตั้งศาลเจ้าชั่วคราวกับแม่น้ำ ถือเป็นจุดยุทธศาสตร์ ที่ส่งเสริมบารมีของเทพเจ้า ทำให้ผู้คนที่มากราบไหว้ได้รับความเป็นสิริมงคลเพิ่มมากกว่าบริเวณอื่นๆ ในระแวกเดียวกัน

และนิมนต์พระเกจิอาจารย์ของจังหวัดนครสวรรค์มาสวดมนต์เพื่อตั้งศาลเจ้าอีกครั้งเมื่อผ่านทั้ง 2 พิธีกรรมนี้แล้ว จึงสามารถจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราว เพื่อให้ผู้เยี่ยมเยือน และคนท้องถิ่นเข้ามากราบไหว้ เทพเจ้าและเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพได้โดยไม่ต้องไปที่ศาลเจ้าหลัก ทั้งนี้การนำองค์รูปปั้นจำลอง ป้ายชื่อ หรือกระถางธูปที่ถูกอัญเชิญมาจากร่างทรงมาตั้งไว้ที่ศาลเจ้าชั่วคราวมีความเชื่อว่าเมื่อมีพิธีอัญเชิญ เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและเทพเจ้ามาเรียบร้อยแล้ว เทพเจ้ายังคงสถิตอยู่ที่ศาลเจ้าชั่วคราวเพื่ออำนวยพร ขณะเดียวกันผู้เยี่ยมเยือนสามารถเดินทางไปดูประติมากรรมทางวัฒนธรรมที่ศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผา และศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิมได้ตามปกติ

“ผู้เยี่ยมเยือน และชาวนครสวรรค์ได้มากราบไหว้ เป็นช่วงที่เราเชิญเทพเจ้ามาสถิตที่ศาลชั่วคราวที่ศาลเจ้าเหนือ และศาลเจ้าใต้ หรือศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม และศาลเจ้าแม่ (หน้าผา) ศาลสำคัญของจังหวัดนครสวรรค์มารวมอยู่ไหวที่ศาลจำลอง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในจังหวัดว่าช่วงเทศกาลตรุษจีนถ้าต้องการ เข้ามากราบไหว้ต้องมาที่นี่ทีเดียว เนื่องจากเรามีการอัญเชิญมาประทับที่นี้แล้ว ดังนั้นที่ศาลเหนือ หรือศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม และศาลเจ้าแม่ (หน้าผา) ใต้ก็ไม่มีเทพเจ้ามาประทับอยู่ ถ้าขอพรเพิ่มความเป็นสิริมงคลก็ต้องมาไหว้ที่ศาลจำลอง แต่ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม และศาลเจ้าแม่ (หน้าผา) ก็ไม่ได้ปิด ผู้เยี่ยมเยือน ยังสามารถเข้าไปเที่ยวชมได้”

(S5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2566)

“พระไม่อยู่ที่วัดเราก็ต้องตามพระไปทำบุญขอพร”

(S15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)

“เพราะในการตั้งศาลต้องมีคนที่ถนัดในการดูฤกษ์เพื่อตั้งศาลชั่วคราวถ้าเลยเวลาแล้วก็ตั้งศาลเจ้าไม่ได้ เพราะการวางศาลเจ้าที่ดีเป็นส่งเสริมบารมี”

(S14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 7 ศาลเจ้าชั่วคราวและป้ายแสดงวิธีการไหว้

ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย

1.6 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านการคัดเลือก คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ

พิธีเสี่ยงทายคัดเลือกคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพหรือเถ่านี้้ง ต้องมีการคัดเลือกจากการพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) แรกเริ่มคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพปี 106 เดินทางออกไปเรียไ้รับเงินบริจาคหรือที่เรียกว่าโตยจี๊เพื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนและบอกบุญแก่ร้านค้า บุคคล หรือว่าบริษัทต่างๆ ภายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ หากร้านค้า บุคคล หรือบริษัทใดที่มีการร่วมทำบุญมากกว่า 100 บาท ทางคณะกรรมการจัดงานมีการจดชื่อ ร้านค้า เพื่อนำไปเสี่ยงทาย คัดเลือกเป็นคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ในปี 107 ต่อไป โดยมีการส่งผลส้ม 4 ผลไปยังบ้าน หรือร้านค้าที่ได้มีการจดชื่อไว้ หากไม่ต้องการเข้าร่วมพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) ต้องส่งผลส้มคืนไปยังคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ หากตอบรับเข้าพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) ถูกนำรายชื่อมาเขียนในกระดาษสีแดงก่อนรวบรวมไว้ในกล่องที่ถูกนำมาวางไว้บริเวณโต๊ะไหว้หน้าองค์สมมุติเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพจำนวน 1 คืบ ก่อนวันทำพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) ที่ถูกจัดขึ้นในวันแรกของเทศกาลตรุษจีนคณะกรรมการจัดงานฯ และเริ่มจุดธูปอัญเชิญเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ตั้งแต่เวลา 19.00 น. บริเวณศาลเจ้าชั่วคราว (ศาลเหนือ) ที่ตั้งอยู่ บนถนนอรรถกวี จ.นครสวรรค์ เพื่อทำพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) และมีประจักษ์พยานบุคคลสำคัญในจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขานครสวรรค์ ในการทำพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) คณะกรรมการส่งเสริม

งานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ชุดใหม่ โดยคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพชุดเดิมจ้บรายชื่อออกมา 5 รายชื่อและยึดหลักตามความเชื่อคือผลเสียงทายต้องเป็นไป ดังนี้

ครั้งที่ 1 ไม่เสียงทายต้องคว่าอันหงายอัน เรียกว่า เซ่งป่วย

ครั้งที่ 2 ไม่เสียงทายต้องคว่าอันหงายอัน เรียกว่า หน่อเซ่ง

ครั้งที่ 3 ไม่เสียงทายต้องคว่า 2 อัน เรียกว่า อู้งป่วย

หากครบทั้ง 3 ครั้งแล้วเรียกพิธีนี้ว่า “หน่อเซ่งเจ๊กอู้ง” จึงถือว่าได้เป็นคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพชุดใหม่อย่างสมบูรณ์ และต้องทำพิธีเสียงทาย (ป่วย) ไปจนกว่าครบทั้ง 40 รายชื่อตามบทบาทหน้าที่ภายในคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เพื่อความโปร่งใสในการคัดเลือก และเชื่อว่าเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพเป็นผู้ที่อนุญาตให้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน ทั้งนี้ถ้าพิธีเสียงทาย (ป่วย) มีการคัดเลือกไม่ครบตามจำนวน คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ต้องมีการจ้บรายชื่อไปจนกว่าครบ 40 คน เมื่อพิธีเสียงทาย (ป่วย) สิ้นสุด คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ต้องนำผลส้มใส่ถาดพร้อมกิมฮวยหรือขนนกยูงไปยังบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเชิญมาร่วมเป็นคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพชุดใหม่ ซึ่งการทำงานของคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ถูกขับเคลื่อนด้วยความเชื่อ ความศรัทธา และความต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นสื่อกลางในการทำงาน ทั้งยังเชื่อว่าบุคคลที่ได้เข้ามาช่วยในการจัดกิจกรรม พิธีทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นบรืวารของเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพที่ได้รับการคุ้มครองตลอดทั้งปี การประสานงาน การทำงานสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น รวดเร็ว และปลอดภัย

“พี่ขอพรกับอากง-อาม่า (เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ) ให้ข้ากลับมาเดินได้ปกติ ถ้ากลับมาเดินได้มาช่วยถ่ายรูปในมูลนิธิส่งเสริมประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ปรากฏว่าข้าที่กลับมาเดินได้ปกติเร็วกว่าที่คาดไว้ทำให้พี่ศรัทธาและ มาอยู่ช่วยตรงนี้”

(S16, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 มิถุนายน 2566)

“พี่เป็นคนศรัทธาอยู่แล้วอาจเป็นเพราะเป็นคนพื้นที่ที่ถูกซึมซับมาตั้งแต่เด็ก เมื่อมีโอกาสได้ร่วมจัดเทศกาลตรุษจีนก็ทำให้มีความศรัทธามากขึ้นและ ไม่สามารถเป็นคณะกรรมการได้ง่ายเนื่องจากในการคัดเลือกก็มีหลายขั้นตอนโดยเลือกผู้ที่มีประสบการณ์ 5 ปี หรือการคัดเลือกวิธีเสียงทายตามความเชื่อโดยที่เราไม่รู้เลยว่าได้มาเป็นคณะกรรมการหรือไม่”

(S10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)

“เชื่อว่าอาง-อามาช่วยคุ้มครองพี่สิ่งไม่ดีเช่นอุบัติเหตุที่รุนแรง แต่พี่กลับปลอดภัยไม่เป็นอะไรมากหรือคนที่คิดไม่ดีกลับพี่ก็แพ้ยตัวเองไปโดยพี่ไม่ได้ทำอะไร”

(S14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)

“พี่รู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากเป็นคนท้องถิ่นและมีความเชื่ออยู่แล้วทำให้เราอยากตั้งใจทำและรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพต้องการให้เรามีส่วนร่วมในการทำเพื่อตรุษจีน เลยรู้สึกภูมิใจที่ได้ถูกรับเลือกมาเป็นหนึ่งในคณะกรรมการ เนื่องจากไม่ได้เกิดจากการคัดเลือกจากคณะกรรมการกันเอง แต่เป็นการคัดเลือกต่อหน้า เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพจากการเสี่ยงทาย โดยการโยนไม้ตามความเชื่อเงินเหมือนเป็นการเลือกโดยเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ”

(S9, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)

1.7 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพิธีกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ขั้นตอนการไหว้ ประวัติศาสตร์ของศาลเจ้า พิธีเปลี่ยนชะตาที่เชื่อว่าในแต่ละปีมีปีนักษัตรที่อยู่ในช่วงอับมงคลตามการคำนวณปีนักษัตรของชาวจีน หากทำพิธีเปลี่ยนชะตาในเทศกาลตรุษจีน สามารถช่วยปัดเป่าสิ่งอับมงคลได้ รวมถึงวิธีการกราบไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เทพเจ้าที่ถูกต้องในรูปแบบวิถีทัศน์ คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ช่วงก่อนเทศกาลตรุษจีนและหลังเทศกาลตรุษจีน โดยผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าดูย้อนหลังได้ในแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) “ตรุษจีน นครสวรรค์สืบสาน งานประเพณีแห่งเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ” เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม นอกจากนี้ ภายในศาลเจ้าชั่วคราวยังมีการติดป้ายแนะนำการไหว้ ในแต่ละจุด การแจ้งรายละเอียดของรูปที่ใช้ไหว้ ลำดับการไหว้เทพเจ้า เป็นต้น



ภาพ 8 การประชาสัมพันธ์ความเชื่อทางวัฒนธรรมและวิธีการไหว้

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

1.8 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ส่งผ่านการตกแต่งด้วยโคมไฟจีนหรือเต็งลิ้ง

การประดับด้วยโคมไฟจีนหรือเต็งลิ้ง ถูกนำมาใช้ในเทศกาลมงคล โดยเฉพาะเทศกาลตรุษจีน การนำโคมไฟจีนมาแขวนไว้หน้าบ้านช่วงเทศกาลตรุษจีนถูกประดับไว้ตลอดทั้งปี เนื่องจากเชื่อว่า โคมไฟจีนหมายถึงการนำความสุข ความเจริญ ความร่ำรวย มาสู่ครอบครัว ทั้งนี้โคมไฟจีนเป็นสีแดงตามความเชื่อ สีแดงเป็นสิริมงคล หมายถึง โชคลาภ วาสนา การตกแต่งโคมไฟจีนด้วยข้อความที่เน้นความเจริญรุ่งเรือง ร่ำรวย สุขภาพแข็งแรง อยู่เย็นเป็นสุข รูปภาพมงคล เช่น รูปไฉ่ซิงเอี้ย เทพเจ้าแห่งความร่ำรวย แทนความร่ำรวย รูป ฮก ลก ซิ่ว บ่งบอกถึง โชคลาภ ความร่ำรวย อายุยืน รูปปลาคู่ หมายถึง โชคลาภ และเปลี่ยนคู่มือต้อนรับ ปีใหม่จีน ซึ่งเทศกาลตรุษจีนมีการตกแต่งด้วยโคมไฟจีนหลากหลายสีส้น เพื่อใช้แทนคำอวยพรและสร้างสีสันให้แก่เทศกาลตรุษจีน จากการประดับทั่วทั้งบริเวณที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีน

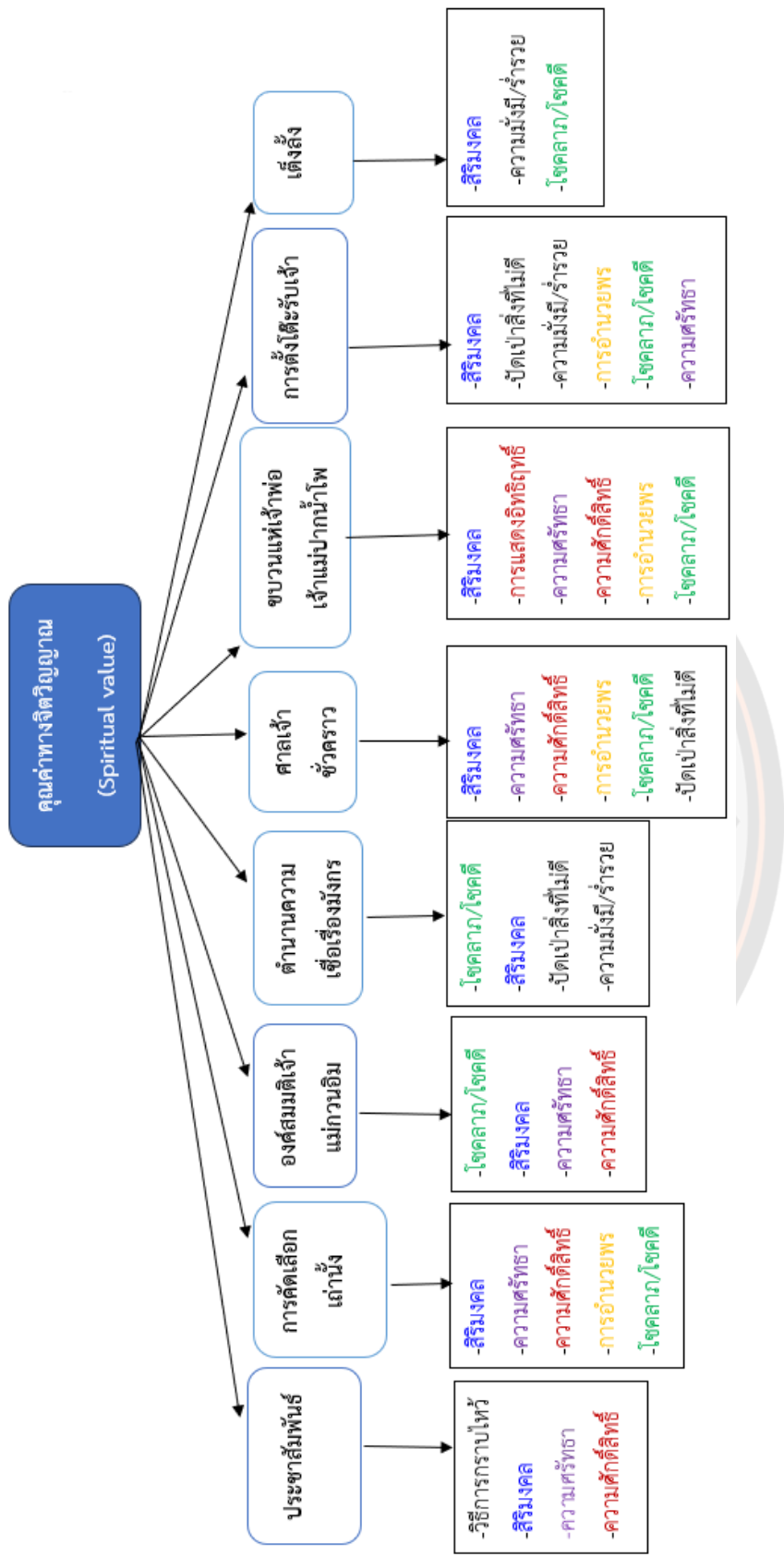
“ที่รู้สึกแปลกใหม่มาเป็นโคมไฟสีแดงหรือที่เรียกว่าโคมไฟเต็งลิ้ง เห็นแม่ค้า คนอื่นๆ เขา มาติดที่ร้านพี่ก็เลยเอามาติดบ้างเพราะมีความหมายดีๆ ประมาณว่า ทำให้มีความสุข ความ

รุ่งเรือง แล้วก็ได้เข้ากับ งานเทศกาลตรุษจีนด้วยเพราะทางคนจัดงานเขาก็รณรงค์ให้ประดับไฟเข้ากับเทศกาลตรุษจีน

(S1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2566)



ภาพ 9 การตกแต่งด้วยโคมไฟจีนในช่วงเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย



ภาพ 10 ภาพความสัมพันธ์การส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ถูกส่งผ่านภูมิทัศน์ เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ สิริมงคล ความศรัทธา โชคลาภ โชคดี ความมั่งมี ร่ำรวย ผ่านความศักดิ์สิทธิ์หรือการแสดงอิทธิฤทธิ์ของเทพเจ้าที่สามารถอำนวยการและช่วยปัดเป่าสิ่งไม่ดี ให้แก่ผู้เคารพกราบไหว้ ซึ่งคุณค่าเหล่านี้ถูกนำเสนอผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน ได้แก่ 1. ศาลเจ้า ชั่วครว 2. ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ 3. ตำนานความเชื่อเรื่องมังกร 4. การตั้งโต๊ะรับเจ้า 5. องค์สมมุติ เจ้าแม่กวณิม 6. การคัดเลือกเก้านั่ง 7. เติ่งลั้ง และ 8. ประชาสัมพันธ์

2. คุณค่าการใช้งาน (Functional Value)

บุคคลรับรู้ถึงคุณค่าการใช้งาน (Functional Value) เมื่อรับรู้ถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการได้เข้ามาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีนและมีส่วนร่วมในการวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างการสักการะแก่เทพเจ้า เพื่ออำนวยการให้แก่ตนเอง การร่วมชมขบวนแห่ทางวัฒนธรรม รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น จากการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนมีความตั้งใจในการส่งมอบคุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ผ่านองค์ประกอบ 2 อย่าง ดังนี้

2.1 คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ที่ส่งผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ

ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพเป็นอีกหนึ่งขบวนทางวัฒนธรรมที่คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพให้ความสำคัญ ถึงแม้การจัดงานเทศกาลตรุษจีนมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในทุกๆ ปี แต่เส้นทางผ่านของขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพนั้น ยังเป็นเส้นทางเดิมที่คงไว้ตั้งแต่ในอดีต กล่าวคือ ตามเส้นทางรอบตลาดปากน้ำโพเดิม แต่ปัจจุบันมีการขยายขอบเขตของตลาดให้กว้างขวางมากขึ้นตามการอยู่อาศัยของผู้คน จึงปรากฏให้เห็นว่าเส้นทางขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพไม่ครอบคลุมตลาดปากน้ำโพ ทั้งนี้หากอ้างอิงเส้นทางของขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพในอดีตพบว่า ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพยังคงใช้เส้นทางเดิม ไม่ได้ขยายเส้นทางให้ครอบคลุมตามขอบเขตของพื้นที่ตลาดใหม่แต่อย่างใด

“เส้นทางแห่ของขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากเป็นเส้นทางที่กำหนดไว้แล้วในอดีต ในสมัยก่อนตลาดในจังหวัดนครสวรรค์อยู่รวมกันและมีขนาดไม่กว้างมาก ทำให้เส้นทางแห่สามารถครอบคลุมทั้งตลาด แต่ปัจจุบันตลาดเริ่มขยายกว้างมากขึ้น ประชาชนเข้ามาพักอาศัยเยอะ เส้นทางที่ใช้จึงยังเป็นเส้นทาง

เดิม ทำให้ในปัจจุบันอาจมองเห็นว่าไม่ได้ครอบคลุมทั่วทั้งตลาดแต่ทางเราก็พยายามที่คงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ จึงไม่ได้มีการเปลี่ยนเส้นทางการแก้ไข”

(S15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)

ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ยังคงยึดหลักตามเส้นทางและพิธีกรรมเดิมที่ทำได้ตั้งแต่ในอดีต เพื่อให้วัฒนธรรมท้องถิ่นยังคงอยู่ต่อไปในอนาคต รวมไปถึงการคัดเลือกเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่นำมาถ่ายทอดผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพต้องยึดตามข้อมูลที่ถูกบันทึกไว้ในอดีต โดยมีคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ รุ่นก่อน เมื่อพ้นวาระแล้วต้องเข้ามาเป็นที่ปรึกษาให้กับคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ในรุ่นต่อไป ส่งให้รูปแบบของการจัดเทศกาลตรุษจีนและแก่นแท้ทางวัฒนธรรมของเทศกาลตรุษจีนถูกส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่น เช่น การจัดลำดับของขบวนแห่ทางวัฒนธรรมฯ การจัดลำดับของขบวนแห่ทางวัฒนธรรมมีการกำหนดไว้ตั้งแต่อดีต เช่น การจัดเรียงลำดับในขบวนแห่ทั้งกลางวันและกลางคืนต้องเป็น 13 ขบวน คือ

1. ขบวนธงมิตรภาพไทย-จีน
2. ขบวนวงโยธวาทิต
3. ขบวนเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ประกอบด้วยขบวนเกี้ยวเจ้าพ่อเทพารักษ์ เจ้าแม่หน้าผา เจ้าแม่ทับทิม เจ้าพ่อกวนอู เจ้าแม่สวรรค์ และเทพเจ้าของอื่นๆ ภายในขบวนประกอบด้วยสาวงามถืออาวุธและเครื่องยศของเทพเจ้าตามแบบจีนโบราณเรียกว่า “ขบวนโหงวหงี้” และถัดมาเป็นขบวนสาวงามถือธง อวยพรในภาษาจีนเรียกว่า “ขบวนเขี่ยเปีย”
4. ขบวนล่อโก้ว เป็นขบวน แสดงดนตรีจีน โดยภายในขบวนมีการนำเครื่องดนตรีจีนโบราณมาใช้ในการประกอบพิธี ทำให้เกิดเสียงเพลงมีลักษณะคล้ายขบวนแตรวงหรือกลองยาวของไทย การแสดงของขบวนล่อโก้วเป็นการแสดงจากทั้ง 2 คือขบวนล่อโก้ว ของสมาคมส่งเสริมดนตรีจีนปากน้ำโพ และขบวนล่อโก้ว ของมูลนิธิปากน้ำโพธิ์ประชานุเคราะห์ การแสดงท่าทางหรือการเล่นเพลงเป็นการถูกสืบทอดมาภายในสมาคมหรือมูลนิธิอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นการสืบทอดผ่านการสอนจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง
5. ขบวนเด็กรำถั่วย เป็นศิลปะการรำรำของชาวจีนไหหลำที่มีการอนุรักษ์ไว้และถือได้ว่ามีการแสดงเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีการแสดงประมาณ 40 คน

6. ขบวนการนางฟ้า เป็นขบวนการที่มีการประดับไฟและตกแต่งอย่างสวยงาม การแสดงของแต่ละขบวนการร่ายรำ ท่าทางที่ไม่เหมือนกันเป็นการแสดงในลักษณะเป็นศิลปะการร่ายรำแบบจีนที่คล้ายกับการแสดงท่าทางของนางฟ้าในเทพนิยาย

7. ขบวนการห้องศรัทธาเจ้าแม่กวนอิม ภายในขบวนการห้องศรัทธาเจ้าแม่กวนอิมเป็นการตกแต่งด้วยดอกไม้ แสงสีและเสียงดนตรี ซึ่งองค์ศรัทธาเจ้าแม่กวนอิมมีการนั่งอยู่บริเวณแท่นดอกบัว ข้างซ้ายและข้างขวามีเด็กชาย เรียกว่า “ซิ่งทัง” และเด็กหญิงเรียกว่า “เง็กนึ่ง” อย่างละ 1 คน

8. ขบวนการแห่เอ็งกอ-พะบู๊ การละเล่นเอ็งกอ ตามตำนานกล่าวถึงขบวนนักรบ 108 คน ที่ต้องการเข้าไปช่วยหัวหน้าของตนหรือซ่องกั้ง นักรบแต่ละคนมีความสามารถเก่งกาจที่ไม่เหมือนกัน เช่น การต่อสู้ด้วยมือเปล่า การสู้ด้วยไม้พองการช่วยหัวหน้ามีการแต่งหน้าพรางตัวให้ดูน่าเกรงขาม และการแต่งหน้าแต่ละคนมีลวดลายที่เฉพาะคน คล้ายกับการสวมหน้ากาก การแสดงเอ็งกอเป็นการสร้างความตื่นเต้น เร้าใจ จากการตีไม้หรือการวิ่ง ส่วนพะบู๊เป็นการแสดงต่อสู้ด้วยอาวุธจีนโบราณ เป็นการแสดงคู่กันขบวนแห่เอ็งกอ-พะบู๊ถูกแสดงครั้งแรกโดยนายคอซัว แซ่เตีย พ.ศ.2490 จนถึงปัจจุบัน

9. ขบวนการแห่สิงโตปักกิ่ง การแสดงท่วงท่าที่สนุกสนานชวนหัวเราะ เวลาแสดงออกมาแสดงเป็นครอบครัว คือ พ่อ แม่ และลูกอีก 2 - 4 ตัว

10. ขบวนการแห่สิงโตวงสวิง การแสดงเชิดสิงโตมีท่วงท่าที่แตกต่างกัน เช่น สิงโตต้นนอน สิงโตเล่นพรมสีหน้า หรือสิงโตขึ้นเสามีการแสดงต่อตัว 2 ชั้น 3 ชั้น 4 ชั้น 5 ชั้น การต่อ 4 ชั้นบนไม้กระบอกหรือต่อสองชั้นหงายหลัง

11. ขบวนการแห่สิงโตทองฮากกา เป็นการฝึกซ้อมค่อนข้างยาก การแสดงท่าทางที่เลียนท่าทางของสิงโตเจ้าป่าผสมกับวิชาการฟุ และแสดงการเชิดสิงโตกระโดดข้ามโต๊ะ หรือการเล่นอาวุธ

12. ขบวนการแห่เสือไหหลำ การแสดงในรูปแบบการเชิดเสือที่นำตำนานความเชื่อของเสือไหหลำมาใช้ โดยมีต้นกำเนิดที่ตำบลชันเจียง จังหวัดไต้หวัน มณฑลไหหลำ

13. ขบวนการแห่สิงโตฮกเกี้ยน (ชาวฮกเกี้ยน) ท่าทางการเชิดที่ดูดี แข็งแรงตามลักษณะของสิงโตที่มีการใช้โทนสีเข้ม สีเขียว ปัจจุบันเป็นคณะสิงโตฮกเกี้ยนเพียงหนึ่งเดียวในประเทศไทย ที่เปรียบเสมือนตัวแทนของชาวจีนฮกเกี้ยน

14. ขบวนแห่มังกรทอง การเชิดมังกรมีลีลาการเชิดที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะการเชิดใน ขบวนแห่ทางวัฒนธรรมช่วงกลางคืนมีการประดับไฟทั้งตัวด้วยความยาว 52 เมตร และผู้เล่นจำนวน 180 คน การแสดงแตกต่างกัน เช่น มังกรขึ้นเสา มังกรพ่นไฟ มังกรพ่นน้ำหรือมังกรเล่นน้ำบริเวณ แม่น้ำเจ้าพระยา การแสดงการเชิดมังกรมีท่วงท่าที่แตกต่างจากประเทศจีนและประเทศอื่นๆ สร้าง ความเข้าใจและตื่นเต้น โดยจะมีท่าทางการแสดงที่ถูกสืบทอดทั้งหมด 8 ท่าทาง ดังนี้ 1. ท่านอน ขึ้น เสามังกรทะยานฟ้าล่าลูกแก้ว 2. เล่นพลุกกลางคืน 3. พ่นน้ำกลางวัน 4. มังกรลงน้ำ 5. ท่าสะบัดน้ำ 6. ท่าไหว้เจ้า 7. ท่าม้วนกันหอย ท่าทางรอดหัว 8. ท่าหัวรอดหาง

อย่างไรก็ตามการเพิ่มขึ้นหรือลดลงขบวนแห่ทางวัฒนธรรมต้องขึ้นอยู่กับดุลพินิจ ของคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชม ประทับใจ และสามารถจดจำขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ หรืออัตลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ได้

“คิดว่าประสบการณ์ที่ตื่นเต้นและประทับใจเพราะเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์ มีการ แสดงที่หลากหลายมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นหลายอย่าง เช่นคณะเด็กรำถั่ว ขบวนนางฟ้า ขบวน เอ็งกอ การเชิดสิงโต และการแห่มังกร”

(S3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2566)

องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม

องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม เริ่มการคัดเลือกครั้งแรกปี พ.ศ.2494 ถือได้ว่าเป็นองค์ สมมุติเจ้าแม่กวนอิมคนแรกของจังหวัดนครสวรรค์ และองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมคนแรกของประเทศ ไทย องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมต้องผ่านการคัดเลือกตามพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) โดยองค์สมมุติเจ้าแม่ กวนอิมองค์แรกได้รับความสนใจจากประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดข้างเคียง ดังนั้นองค์ สมมุติเจ้าแม่กวนอิมจึงเป็นอีกหนึ่งบทบาทที่นำมาเป็นจุดเด่นของเทศกาลตรุษจีนในทุกๆ ปี สังเกตได้ จากการประชาสัมพันธ์ของเทศกาลตรุษจีนนำองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมขึ้นมาเป็นองค์ประกอบหลัก ภายในภาพบ่งบอกถึงความสำคัญขององค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์การคัดเลือก องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมถูกนำเสนอตั้งแต่ขั้นตอนการสมัครการแนะนำผู้สมัคร การร่วมกิจกรรม ภายในจังหวัดนครสวรรค์ และพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) ผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ของ คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ซึ่งผู้เยี่ยมชมสามารถติดตามกระบวนการคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่ กวนอิมผ่านการถ่ายทอดสดได้ทุกขั้นตอน เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงพิธีกรรม ความเชื่อของ วัฒนธรรมท้องถิ่นได้ โดยองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

1. ผู้ที่มีภูมิลำเนา จังหวัดนครสวรรค์ อ้างอิงข้อมูลตามใบสูติบัตร, บัตรประชาชน และทะเบียนบ้านของผู้สมัครและผู้ปกครอง

2. อายุระหว่าง 16 - 22 ปีบริบูรณ์

3. ส่วนสูงตั้งแต่ 155 เซนติเมตรขึ้นไป

4. ไม่เป็นผู้ที่เคยได้รับการคัดเลือกเป็นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม

5. ต้องเป็นสาวพรหมจรรย์

6. ระหว่างการคัดเลือกต้องถือศีลกินเจ

เมื่อสิ้นสุดพิธีพิธีเสด็จทวย (ป่วะปวย) ผู้ที่ถูกคัดเลือกต้องถือศีลกินเจตลอดวาระ 1 ปี ในการดำรงตำแหน่งองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม

“การประชาสัมพันธ์ของเราส่วนใหญ่เป็นทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีคนดูแลเพจเป็นคนใหม่ทุกปีเป็นเพจที่รวบรวมข้อมูลตั้งแต่อดีตมีการบันทึกการทำพิธีการต่างๆ ไว้ โดยเฉพาะการบันทึกไลฟ์สดการเลือกคณะกรรมการใหม่ องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ทั้งนี้ช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) สามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมชมได้ทุกวัยเพราะสามารถกดส่งต่อข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว “

(S12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 11 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

การเชิดสิงโต

การเชิดสิงโต 5 กลุ่มภาษาในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เปรียบเหมือนการอนุรักษ์ความเชื่อของชาวจีน 5 ภาษาให้ยังคงอยู่ เนื่องจากการเชิดสิงโต 5 ภาษามีความแตกต่างกันตามแต่ละความเชื่อ เช่น การประดิษฐ์หัวสิงโต ความหมายของสีที่ทำมาใช้ พิธีการเปิดตาสิงโต และ

ท่าทางการเชิดสิงโตที่อ้างอิงจากตำนานต้นกำเนิดของสิงโตแต่ละความเชื่อการเชิดสิงโต 5 ภาษาถูก สืบทอดจากสมาคมชาวจีน จังหวัดนครสวรรค์ที่สามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. ขบวนแห่สิงโตกวงสว หรือสิงโตกวางตุ้ง (廣東) ทำการแสดงโดยสมาคม กวงสว นครสวรรค์ สิงโตกวงสวเป็นที่รู้จักมากที่สุดในโลกเนื่องจากเป็นสิงโตที่นิยมใช้ในการเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีนทั่วโลก ตามความเชื่อจากเมืองฝ่อซาน สิงโตที่ใช้ในการแสดงเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มี 2 ลักษณะที่อ้างอิงตามความเชื่อดั้งเดิม โดยมีเอกลักษณ์ดังนี้ 1. หัวสิงโตเทพเจ้า กวนอูหรือสิงโตกวงกงก เป็นสิงโตที่เชื่อว่ามีส่วนสีแดง พื้นสีแดง เป็นสัญลักษณ์ของความจงรักภักดี ถูกต้อง กล่าวหาของกวนอู หลังคอประดับด้วยเหรียญ หมายถึง ความรู้และความกล้าหาญ 2. หัวสี ขาวที่มีความคุดนกลง เปรียบเหมือนเทพเจ้ากวนอูตอนแก่ที่ไม่เอกรบ การออกแบบสิงโตจึงมี ลักษณะที่มีขนสีขาว หัวสิงโตเป็นพื้นสีแดงลาย 7 สีแทนความรอบรู้และขนสีขาวแทนอายุที่มากขึ้น ในการทำสิงโตในแต่ละปีจึงมีการยึดความเชื่อเช่นนี้มาอย่างต่อเนื่อง และมีการทำพิธีอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้เมื่อได้มีการเข้าไปอวยพรแก่บ้านที่ตั้งโต๊ะรับเจ้าอวยพรด้วยภาษาจีนที่ว่า “ไต่กั๊ต ไต่หลี่ ฟ้าด ๋อ๋อย สุ่นหลี่” แปลว่า “ขอให้ท่านร่ำรวยทำมาค้าขึ้น”

2. ขบวนเสื่อไหหลำ (海南) ทำการแสดงโดยคณะเสื่อไหหลำ ศาลเจ้าพ่อ เทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม แควใหญ่ นครสวรรค์ เนื่องจากชาวไหหลำ เชื่อว่าเสื่อเป็นสัญลักษณ์ของเทพ เจ้าบัวน่่ากงหรือเจ้าพ่อเทพารักษ์ โดยเสื่อคอยปกป้องเจ้าพ่อเทพารักษ์ไม่ให้มีอันตราย ดังนั้นชาว ไหลำที่นับถือเจ้าพ่อเทพารักษ์ จึงใช้เสื่อมาเป็นสัญลักษณ์ในการแสดงงานมงคลหรือเทศกาลมงคล เพื่อให้ครอบครัวและตนเองมีแต่ความโชคดีและมีความสุข

3. ขบวนสิงโตฮากกา (客家) ทำการแสดงโดยคณะสิงโตทองฮากกา นครสวรรค์ สิงโตมีลักษณะขนคอสีทองยาวเหมือนสิงโตตัวผู้ รูปหน้าที่ทำขึ้นตามศิลปะพื้นบ้านโบราณ และเป็น ศิลปะการแสดงที่นิยมอย่างแพร่หลายในหมู่ชาวฮากกาที่อยู่ในประเทศจีน การเชิดสิงโตฮากกาเป็น การเชิดสิงโตที่ผสมผสานกับ “กังฟู” ผู้เชิดต้องก้าวเท้าด้วยความหนักแน่น มั่นคงเหมือนเสื่อเจ้าป่า และต้องเชิดหัวสิงโตด้วยมือเดียวที่ต่างจากสิงโตคณะอื่นที่ใช้สองมือประคองหัว ทั้งนี้มีความเชื่อว่าการปรากฏตัวของสิงโตฮากกาช่วยปัดเป่าภัยพิบัติ สิ่งที่ไม่ดีออกไป

4. ขบวนสิงโตปักกิ่ง (潮州) ทำการแสดงโดยคณะสิงโต ปักกิ่ง กวางเจา เจ้าพ่อ- เจ้าแม่ปากน้ำโพ สิงโตมีรูปร่างหน้าตาคล้าย "สุนัขพันธุ์ปักกิ่ง" ลำตัวมีสีเหลืองทองเป็นหลักและแทรกสี

แดงและสีเขียว ใบหน้าเหมือนกับสิงโตยิ้มอยู่ตลอดเวลา และแสดงเฉพาะงานศักดิ์สิทธิ์เอาฤกษ์เอาชัยเท่านั้น การเชิดสิงโตปักกิ่งสอดแทรกการแสดงกายกรรมรวมอยู่ด้วย โดยเฉพาะกายกรรมกวางเจาที่ได้เชิญอาจารย์ "ลิ้มอู่จิว" จากฮ่องกงมาอยู่ฝึกสอนให้เป็นเวลา 3 ปี

5. สิงโตฮกเกี้ยน (福建) แสดงโดยคณะสิงโตฮกเกี้ยน เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ตามความเชื่อว่าสิงโตฮกเกี้ยนมีมาแล้วประมาณ 300 - 400 ปี คณะสิงโตฮกเกี้ยน เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพได้เชิญอาจารย์ “อู๋เต็งซิง” จากสำนักเต๋ออี๋ถ้งมาสอนการแสดง “หลง เฟิง ซยื่อ” ที่ประกอบด้วยมังกร (หลง), เฟิง (หงส์), สิงโต (ซยื่อ) สีเขียว คือ เอาสิ่งมงคลทั้ง 3 ชนิดมาร่วมแสดงด้วยกันให้กับคณะสิงโตฮกเกี้ยนเจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพเต๋ออี๋ถ้ง ของชมรมฮกเกี้ยนนครสวรรค์

เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เป็นเทศกาลเดียวที่มีการเชิดสิงโตตามความเชื่อ 5 ภาษา หรือที่เรียกว่าคณะ “โหวงชก” เกิดจากการรวมตัวของชาวไทยเชื้อสายจีนที่พูดภาษาท้องถิ่น 5 ภาษา เป็นที่แรก ในประเทศไทยที่ผู้เยี่ยมชม สามารถชมการแสดงการเชิดสิงโตได้ในทุกปี

“คิดว่าเข้าใจจากการดูขบวนแห่ทั้งกลางวันและขบวนแห่ตอนกลางคืนที่ผู้เยี่ยมชมเห็นถึงความเชื่อและวัฒนธรรมของคนนครสวรรค์ทั้งหมด ผู้เยี่ยมชม ได้เข้าใจว่าคนนครสวรรค์มีการนับถืออะไร มีพิธีกรรมยังไง เพราะในขบวนการแสดงก็มีพิธีกรคอยบอกถึงประวัติและความเชื่อของชาวนครสวรรค์อย่าง เช่น การแสดงการเชิดสิงโต 5 ภาษาที่มีท่าทางการเชิดไม่เหมือนกัน ลักษณะของสิงโต หรือสื่อตามความเชื่อของแต่ละภาษา”

(S8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)

“น่าจะเกี่ยวกับการแสดงสิงโต มังกร ไฮไลท์ของจังหวัดนครสวรรค์ที่ต้องมาดูสักครั้ง เนื่องจากท่าทางการแสดงของเรายังคงถ่ายทอดแบบเดิมมาตั้งแต่อดีต และมีการแสดงหลายอย่างและเป็นการแสดงแบบมีเรื่องราว ผู้เยี่ยมชม จึงสนใจที่เดินทางมาดูการแสดงในเทศกาลตรุษจีน”

(S12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 12 การแสดงการเชิดสิงโต 5 ภาษาของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์
ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

2.2 คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ที่ส่งผ่านสภาพแวดล้อมและบริบท ภายในเทศกาลตรุษจีน

สถานที่ในการจัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ที่แสดงให้เห็นถึงจุดริเริ่มของวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อเกี่ยวกับเทพเจ้า และต้นกำเนิดของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ยังคงถูกสืบทอดมาในปัจจุบัน โดยริเริ่มจากพ่อค้าชาวจีนที่ล่องเรือมาค้าขายอยู่บริเวณท่าเรือต้นแม่น้ำเจ้าพระยา จนการเป็นแหล่งค้าขายที่สำคัญของชาวไทยและชาวจีน เกิดการซื้อขายจนกลายเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้า เช่น ไม้ เกือบผ้าไหม ข้าว ส่งผลให้ชาวจีนมีความคิดเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ใกล้เคียงกับบริเวณท่าเรือ เพื่อสะดวกต่อการค้าขาย จนขยายขยายกลายเป็นชุมชนจีน สถาปัตยกรรมจีน และร้านค้าของชาวจีน เช่น ร้านขายสมุนไพรจีน ร้านขายผ้า โรงสี ชุมชนจีนในอดีตยังคงปรากฏให้เห็นผู้เยี่ยมชม สามารถรับรู้ถึงสถาปัตยกรรมได้ทันที เมื่อมาเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากเทศกาลตรุษจีนจัดขึ้นบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณเดียวกับชุมชนจีน ทั้งนี้ พื้นที่ดังกล่าวยังเป็นจุดเริ่มต้นของประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ในอดีตการแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เป็นการแห่ผ่านทางน้ำ โดยใช้เรือร่องจากทิศใต้ไปทิศเหนือ เพื่อให้ชาวบ้านในตลาดปากน้ำโพได้กราบไหว้ตลอดเส้นทาง จนกระทั่งในช่วงรัชกาลที่ 5 เกิดการพัฒนาการคมนาคม โดยการสร้างถนน สะพานตัดผ่าน จังหวัดนครสวรรค์ และในหลายพื้นที่ ส่งผลให้การแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพต้องปรับเปลี่ยนวิธีการแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ จากการล่องเรือทางน้ำมาเป็นการแห่บนถนนรอบตลาดปากน้ำโพ ดังนั้นสถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ผู้เยี่ยมชม สามารถรับรู้และ เข้าใจประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของ

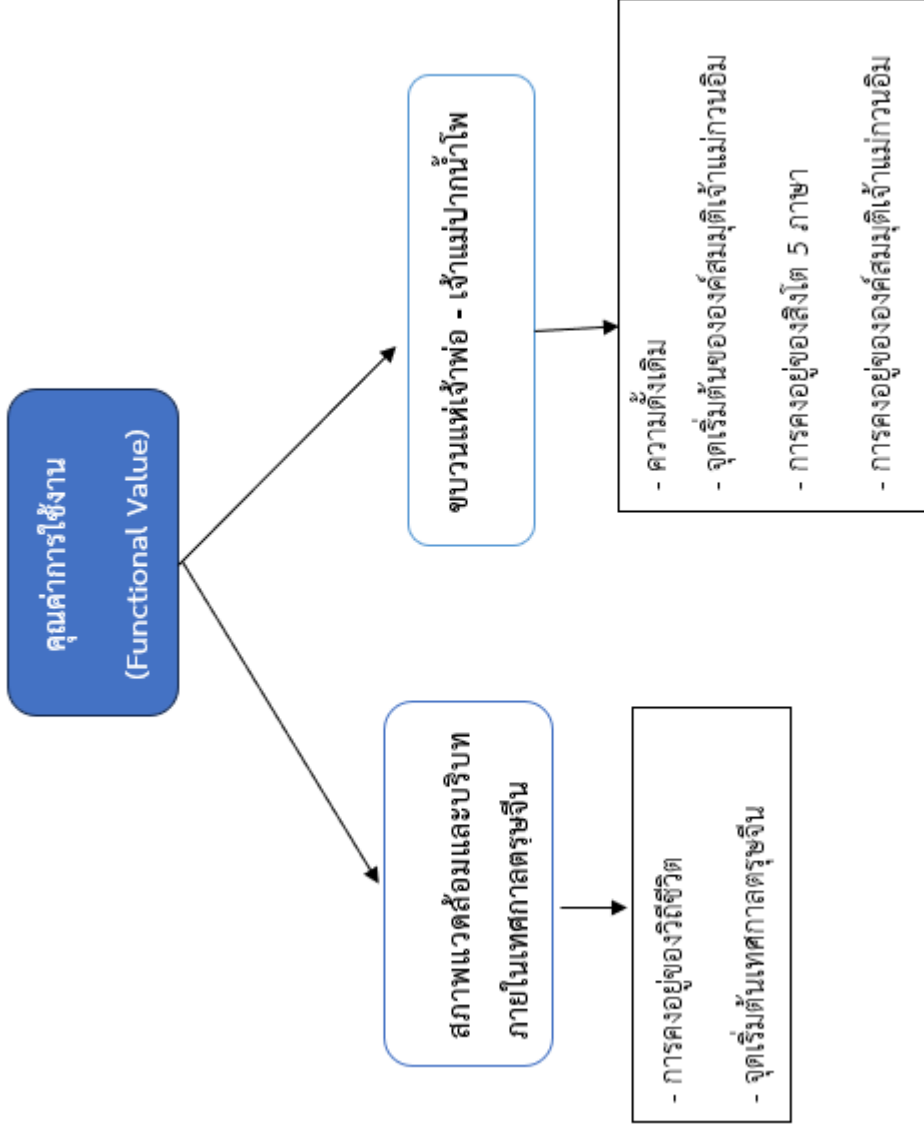
เทศกาลตรุษจีนได้มากขึ้นเนื่องจากสามารถคาดการณ์และมองเห็นถึงจุดเริ่มต้นที่แท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่น

“จากในอดีตมีแห่โดยทางเรือแต่ต่อมาได้มีการสร้างถนนทำให้มีการเปลี่ยนวิธีการแห่มาบนถนนแทนแต่เส้นทางที่ใช้เป็นการแห่รอบตลาดเหมือนเดิม”

(S15, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 13 สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์บริเวณต้นแม่น้ำเจ้าพระยา
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย



ภาพ 14 ภาพความสัมพันธ์ส่งมอบคุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ที่ถูกส่งผ่านภูมิทัศน์ เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ความดั้งเดิม จุดเริ่มต้นขององค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม การคงอยู่ขององค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม การคงอยู่ของสิ่งโต 5 ภาษา การคงอยู่ของวิถีชีวิต และจุดเริ่มต้นของ เทศกาลตรุษจีน

3. คุณค่าทางสังคม (Social Value)

บุคคลรับรู้ได้ต่อเมื่อเกิดการรวมกลุ่มของวัฒนธรรม ความเชื่อ ความชอบที่คล้ายคลึงกัน และสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้เยี่ยมชม เกิดการยอมรับและเคารพจากสังคม เช่น เพื่อน คนรู้จักในการศึกษานี้พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนมีความตั้งใจในการส่งมอบคุณค่าทางสังคม (Social Value) ผ่านองค์ประกอบทางวัฒนธรรม 5 ประการ ดังนี้

3.1 คุณค่าทางสังคม (Social Value) ที่ส่งผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ

คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ พิจารณาถึงความสามัคคีที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เช่น ขบวนแห่ของมูลนิธิ ประชาสงเคราะห์นำเสนอละเล่นเครื่องดนตรีโบราณ การร่ายรำแบบจีน ทั้งนี้ อาสาสมัครที่เข้าร่วมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1. อาสาสมัครที่เต็มใจเข้าร่วมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและเต็มใจเชิญชวนคนรู้จักเข้ามาทำกิจกรรมร่วมกัน 2. อาสาสมัครที่มาจากหลากหลายครอบครัว ความเกื้อหนุนที่เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกันถูกละลายพฤติกรรม เมื่อต้องสละเวลามาฝึกซ้อมเล่นเครื่องดนตรีโบราณ โดยทางมูลนิธิประชาสงเคราะห์กำหนดระยะเวลาการฝึกซ้อมขึ้นต่ำอย่างน้อย 1 เดือน เพื่อจัดกลุ่มการแสดงให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังได้มีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอาสาสมัครในปีก่อนหน้าที่เข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนการเล่น ทั้งนี้การเข้าร่วมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพเป็นสื่อกลางที่ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ และส่งเสริมความสามัคคีในกลุ่มสังคมนั้น และเกิดการปฏิสัมพันธ์ใหม่ๆ ระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ที่ร่วมมือกันให้เกิดขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ โดยหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการนำขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและดูแลความปลอดภัย ตลอดระยะทาง สนับสนุนงบประมาณการจัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ขณะที่ชุมชนมีบทบาทร่วมการแสดงในขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เช่น การแสดงรำไทยพื้นบ้าน โดยคนท้องถิ่นมากกว่า 100 คน รวมกลุ่มฝึกซ้อมท่าทางการรำ แต่เดิมภายในชุมชนมีการรวมกลุ่มการแสดงของชุมชนอยู่

ก่อนแล้ว แต่เมื่อจัดเทศกาลตรุษจีน จึงเกิดการรวมกลุ่มของคนท้องถิ่นที่ต้องการเข้าร่วมการแสดงเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการเอกชนมีบทบาทในการสนับสนุนงบประมาณการจัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ การสนับสนุนการใช้แสง สี เสียง ระหว่างที่มีขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ นอกจากนี้หากองค์กรท้องถิ่นต้องการเข้าร่วมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพสามารถเข้าร่วมผ่านขบวนการแสดงนางฟ้าที่คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้เปิดรับ การแสดงจากโรงเรียน มหาวิทยาลัย องค์กรท้องถิ่นภายในจังหวัดนครสวรรค์ โดยกำหนดให้ใช้ดนตรีจีน เครื่องแต่งกาย หรือการประดับตกแต่งขบวนนางฟ้าให้มีศิลปะท้องถิ่น และต้องตกแต่งเป็นไปตามแนวคิดในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนในปีนั้นๆ อย่างไรก็ตามอาสาสมัครที่เข้าร่วมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพสามารถรับรู้ถึงคุณค่าในลักษณะความรู้สึกประทับใจและตั้งใจที่ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และต้องการที่สืบสาน ส่งต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับผู้เยี่ยมชม และคนรุ่นหลัง ดังนั้นขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ส่งเสริมความสามัคคีและสนับสนุนแนวคิดในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดนครสวรรค์

“บทเพลงก็มีมาตั้งแต่อดีตมีการเล่นต่อเนื่องกันมาเป็นลักษณะการถ่ายทอดแบบรุ่นสู่รุ่น จากพี่สู่น้องเพราะเด็กๆ ที่เคยมาเดินในขบวนปีก่อนหน้าก็มาช่วยสอน ช่วยฝึกน้องๆ ที่เข้ามาร่วมขบวนในปีนี้”

(S6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2566)

“เมื่อมีส่วนร่วมในขบวนแห่ส่วนหนึ่งก็ทำให้เรารู้สึกดีที่ได้ร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรม ในปีถัดไปเราก็มีความรู้สึกอยากส่งต่อดนตรีอยากมีส่วนร่วมเรื่อยๆ”

(S6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2566)

“ส่วนใหญ่เด็กที่อาสาสามารถร่วมแสดงก็เป็นเพื่อนๆ กันที่ชวนกันมาแสดงอยู่แล้วทำให้เด็กสนิทกันได้ถ่ายเวลาเล่นเพลงก็ต่อเนื่องกันได้ง่าย เช่น ตนเองมาร่วมการแสดงปีนี้ ปีถัดไปก็มาชวนเพื่อนที่สนิทมาแสดงด้วยกันและเด็กเขาก็สนิทกันง่าย วัยเดียวกันเวลาฝึกซ้อมมาเจอกันทุกวันเสาร์ ทุกช่วงเย็นก็ส่วนใหญ่เป็นเด็กประถมหรือเด็กมัธยมต้นมากกว่า ดังนั้นเทศกาลตรุษจีนก็มีส่วนให้เกิดการรู้จักกันมากขึ้น”

(S6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2566)



ภาพ 15 การละเล่นเครื่องดนตรีโบราณ

ที่มา: ตระกูลจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

3.2 คุณค่าทางสังคม (Social Value) ที่ส่งผ่านขบวนแห่มังกรทอง

เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์เป็นต้นกำเนิดการแห่มังกรทองในประเทศไทยมาจากคณะมังกรทองเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ จัดตั้งขึ้นมาเป็นคณะมังกรทองคณะแรกของประเทศไทยในปี พ.ศ.2506 โดย นาย หม่งแจ้ แซ่เล้า ประธานจัดเทศกาลตรุษจีน ปี พ.ศ.2506-2507 ต้องการพัฒนาขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ให้ยิ่งใหญ่กว่าเดิมจึงประสานงานกับ อาจารย์เล่งจ้อย แซ่ลิ้ม ให้มาเป็นอาจารย์ผู้สอน เนื้อหาการแสดงถูกปรับปรุงจากตำนานความเชื่อของมังกร เช่น การนำตำนานลูกแก้วมังกรมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการแสดง การแสดงมังกรพ่นไฟและจัดทำห้วมังกรทองตัวแรกในปี พ.ศ.2535 การจัดทำห้วมังกรทองต้องทำพิธีกรรมแบบโบราณ เช่น พิธีเบิกเนตร และรูปร่างลักษณะที่สร้างขึ้นต้องมีความยาว 52 เมตร ห้วมังกรตามตำนาน ความเชื่อว่ามังกรมีลักษณะเขากวาง หัววู ลำตัวลักษณะคล้ายงูและเกล็ดปลา หัวคล้ายเหยี่ยว โดยการแห่มังกรทองต้องใช้อาสาสมัครมากถึง 180 คน แสดงท่าทางการแห่มังกรทอง แบบหนักแน่นควบคู่ กับศิลปะการต่อสู้แบบกังฟู เข้ามาร่วมด้วย ทำให้การแสดงมีความพริ้วไหวและตื่นตาตื่นใจ สง่างาม เหมาะสมกับมังกรทองเป็นสัญลักษณ์ของโชคลาภ อุดมสมบูรณ์ ปัจจุบันคณะมังกรทองเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ได้นำเทคโนโลยีแสง สี เข้ามาร่วมแสดงมากขึ้นโดยเฉพาะขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพช่วงกลางคืนมีการติดไฟห้วตัวมังกรทองและบริเวณลูกแก้วมังกรที่นำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการแสดง เพื่อให้ได้รับความสนใจจาก

ผู้เยี่ยมเยือน ซึ่งเทศกาลตรุษจีนปีที่ 107 ได้พัฒนาให้อาสาสมัครที่ทำหน้าที่เชิญลูกแก้วมังกร สวมใส่เสื้อผ้าที่มีลวดลายแตกต่างจากปีอื่นๆ เพื่อความสวยงามและแปลกใหม่ต่างจาก เทศกาลตรุษจีนปีก่อนหน้าที่สวมใส่เสื้อผ้าธรรมดาของแม่จ๋าพ่อ – แม่จ๋าปากน้ำโพ

“ความคิดนี้คิดว่าคงตื่นเต้นที่ได้ดูการเชิดสิงโต การแห่มังกรเพราะว่าก็มีผู้เยี่ยมเยือนบางคนที่ไม่เคยมาไม่เคยดูแต่ถึงเคยดูทุกๆ ปีแบบนี้ที่เป็นคนท้องถิ่นน่าจะรู้สึกว่ามันตื่นตาตื่นใจทุกครั้งที่เห็นอาจเพราะว่าเราไม่ได้ดูการแสดงแบบนี้บ่อยๆ เลยทำให้อยากดูตลอดก็เป็นได้”

(S4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2566)

“ที่ว่าสิ่งที่ดึงดูดผู้เยี่ยมเยือน ได้เป็นการแห่มังกรที่ 1 ปี มีการทำมังกร 1 ตัว ดังนั้นมังกรแต่ละปีก็มีความคล้ายคลึงกันและการเชิดสิงโตที่ดึงดูดให้มาดูการเชิดสิงโตที่นครสวรรค์ เพราะผู้เยี่ยมเยือน บางท่านก็มาเพื่อมาดูการเชิดสิงโตโดยเฉพาะ เพราะติดตามมาจากการที่มีสิงโตของจังหวัดนครสวรรค์ไปออกงานตาม ที่ตามๆ เลยต้องการมาดูของจริง”

(S8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)

“ผู้เยี่ยมเยือน น่ารู้สึกตื่นตาตื่นใจเนื่องจากการแสดงแห่มังกรและการเชิดสิงโตไม่ได้หาดูได้ง่ายโดยเฉพาะในจังหวัดนครสวรรค์ที่มีการแสดงแค่ช่วงเทศกาลตรุษจีน”

(S5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2566)



ภาพ 16 รูป อาจารย์เล่งจื้อ แซ่ลิ้ม ขณะทำการสอนการแห่มังกรและการแสดงแห่มังกร
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย

3.3 คุณค่าทางสังคม (Social Value) ที่ส่งผ่านการแสดงการเชิดสิงโต

คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ตั้งใจส่งมอบคุณค่าทางสังคม (Social Value) ผ่านการเชิดสิงโตที่ต้องใช้ความสามัคคี ความเชื่อใจ ในการแสดง เนื่องจากการเชิดสิงโต มีท่วงท่าโลดโผน ที่ผสมผสานมาจากศิลปะการแสดงกายกรรม เช่น การกระโดดสูง การตีลังกาหรือศิลปะการต่อสู้ เช่น กังฟูทำให้การแสดงการเชิดสิงโตมีรูปแบบการแสดงที่หลากหลาย อาสาสมัครต้องมีความเชื่อใจกัน เช่น การเชิดสิงโตปักกิ่ง ต้องใช้อาสาสมัคร 2 คนใน 1 ตัวโดยผู้ที่ควบคุมคนที่ 2 ด้านหลังของสิงโตไม่สามารถมองเห็นทิศทางได้ ดังนั้นต้องมีการเชื่อใจผู้เล่นที่อยู่ด้านหน้าต้องมีการฝึกซ้อมหลายเดือนก่อนทำการแสดงในเทศกาลตรุษจีน ทั้งนี้การเชิดสิงโตจึงเป็นตัวกลางในการพัฒนาการปฏิสัมพันธ์ ภายในกลุ่มอาสาสมัครเดียวกัน เนื่องจากท่าทางการเชิดสิงโตมาจากการฝึกสอนจากอาสาสมัครปีก่อนที่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดง รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นๆ เช่น คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ จากการเข้าร่วมประชุมหารือจุดการแสดงการเชิดสิงโตของแต่ละกลุ่ม



ภาพ 17 การแสดงการเชิดสิงโต

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

3.4 คุณค่าทางสังคม (Social Value) ที่ส่งผ่านการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน

คณะกรรมการส่งเสริมงานฯประสานการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง เช่น สื่อสังคมออนไลน์ รายการโทรทัศน์ แผ่นพับ ป้ายและการบอกต่อของผู้เยี่ยมเยือน โดยประชาสัมพันธ์ถึงรายละเอียด ประวัติศาสตร์ กำหนดการแสดงตลอด 12 วัน 12 คืน บรรยากาศเทศกาลตรุษจีนผ่าน

การจัดตั้งเพจ “ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ” ในแอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก (Facebook) เพื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2015 จนถึงปัจจุบัน ผู้เยี่ยมเยือนสามารถรับชมบรรยากาศจากการถ่ายทอดสดหรือการชมเทศกาลตรุษจีนย้อนหลัง การประชาสัมพันธ์เริ่มประชาสัมพันธ์ก่อนช่วงเวลาที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีน 5-6 เดือน โดยประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ คณะกรรมการส่งเสริมงานฯประสานงานกับองค์การท้องถิ่น การจัดเตรียมพื้นที่ระหว่างเทศกาลตรุษจีนและการสอบถามความคิดเห็นของผู้เยี่ยมเยือน เพื่อนำมาประเมินความพึงพอใจของผู้เยี่ยมเยือน นอกจากนี้การนำเสนอประวัติศาสตร์ของเทศกาลตรุษจีน ยังถูกประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบวีดิทัศน์ที่ตกแต่งตามแนวคิดของการจัดเทศกาลตรุษจีน เพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เริ่มจากการใช้การ์ตูน (Animation) เข้ามาอธิบายประวัติศาสตร์ให้ผู้เยี่ยมเยือน เข้าใจได้ง่ายและสามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมเยือนได้ทุกช่วงอายุ



ภาพ 18 วิดีโอแสดงประวัติศาสตร์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แม่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

นอกจากนี้คณะกรรมการส่งเสริมงานฯนำเสนอวีดิทัศน์ในรูปแบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน เช่น การแสดงทัศนคติของคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพชุดใหม่ หนังสือและการจัดเตรียมพื้นที่แบ่งปันประสบการณ์ สำหรับเทศกาลตรุษจีนไว้ให้ผู้เยี่ยมเยือนได้ แบ่งปันประสบการณ์ เช่น #ประเพณีแม่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ #paknamphochinesenewyearfestival #ตรุษจีนปากน้ำโพ #ตรุษจีนนครสวรรค์ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการภาคเอกชนในการประชาสัมพันธ์ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดทำแผ่นพับ ป้ายถูกระบายไปตามแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดข้างเคียง ภายในแผ่นพับประกอบด้วยกำหนดการของเทศกาลตรุษจีนและประวัติความเป็นมาแบบย่อเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจได้ง่าย รวมถึงป้ายสื่อความหมายอธิบายถึงประวัติศาสตร์แผนผังเทศกาลตรุษจีน



ภาพ 19 ป้ายสื่อความหมายประวัติศาสตร์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์และแผนที่จัด

เทศกาลตรุษจีน

ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย

เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หมายถึง บุคคลที่มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) แอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) เป็นจำนวนมากและมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้ที่ชื่นชอบ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกต้องการที่มาเที่ยวเทศกาลตรุษจีนเพิ่มมากขึ้น ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ มีการคัดเลือกอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนั้น เช่น เทศกาลตรุษจีนปีที่ 107 ได้เชิญ แอนนา เสืองามเอี่ยม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2022 และไบเฟิร์น ทิมพ์ชนก มาร่วมชบวนแห่ทางวัฒนธรรม เพื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน เพื่อดึงดูดผู้เยี่ยมชม หลังจากวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ผ่านพ้นไป นอกจากการประชาสัมพันธ์ยังประชาสัมพันธ์ถึงการแสดงและพื้นที่ในการเยี่ยมชมการแสดงโดยใช้พื้นที่ทางลาดลงไปยังแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งสามารถบรรจุคนได้มากกว่า 100 คน เนื่องจากเป็นพื้นที่ชั้นบันไดขนาดยาวที่ติดต่อกันมากกว่า 10 ชั้น ผู้เยี่ยมชมสามารถรับประทานอาหารและเยี่ยมชมในบริเวณดังกล่าวได้ ทั้งนี้การเยี่ยมชมการแสดงพร้อมกันในสังคมสามารถสร้างเสริมความเข้มแข็งในความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

จากการได้ใช้เวลาร่วมกัน หรือการร่วมกิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีน เช่น การถ่ายรูป การร่วมกันใช้เทคโนโลยี AR ดังนั้น คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้วางแผนกิจกรรมภายในเทศกาลดนตรีให้มีความสอดคล้องกับผู้เยี่ยมชมที่มากับคนในสังคมหรือคนรู้จัก เพื่อให้เทศกาลตรุษจีนเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ๆ และส่งเสริมให้มีการปฏิสัมพันธ์มากขึ้น

“ส่วนใหญ่การประชาสัมพันธ์เราทำผ่านสื่อออนไลน์ อย่างเฟสบุ๊ก (Facebook) ชื่อตรุษจีนนครสวรรค์สืบสานงานประเพณี แม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ที่พี่คอยดูแลและประชาสัมพันธ์ตลอดทุกวันตั้งแต่ช่วงก่อนจัดงานว่ามีการเตรียมพื้นที่อย่างไร มีการขอการสนับสนุนจากองค์กรใดบ้าง รวมถึงการสร้างแชนแนลก็ให้ผู้เยี่ยมชม ได้เข้าไปแชร์ประสบการณ์เราก็มีการนำเสนอตลอด โดยเฉพาะช่วงเทศกาลที่มี การทำเส้นทางชวนแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ การทำข้อมูลจุดแสดงการเชิดสิงโตและการแสดงอื่นๆ นอกจากนี้ก็ยังทำโบรชัวร์แจกไปตามจังหวัดใกล้เคียงผ่านถ่านิ่งที่พอรู้จักหน่วยงานหรือสถานที่ท่องเที่ยวใกล้บ้านก็มีการฝากประชาสัมพันธ์งานเทศกาลตรุษจีน และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ออกข่าวให้เห็นบรรยากาศภายในงานและเชิญชวนให้มาเที่ยวงานเทศกาลตรุษจีนค่ะ”

(S8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)

“ภายในเทศกาลตรุษจีนมีจุดถ่ายรูปเยอะเพื่อนให้ผู้เยี่ยมชม ได้ตื่นต้นและได้มีเวลาเดินเที่ยวเทศกาลตรุษจีนได้ทั่วงานและมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เยี่ยมชม มีการแชร์ประสบการณ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยเรามีการคิดแชนแนลก็ขึ้นมาโดยเฉพาะในแต่ละปีได้มีข้อมูลและรับรู้ถึงบรรยากาศในเทศกาลตรุษจีนแต่ละปีที่ไม่ซ้ำกัน”

(S9, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)

“การประชาสัมพันธ์ของเราส่วนใหญ่เป็นทางเฟสบุ๊ก (Facebook) ที่มีคนดูแลเพจเป็นคนใหม่ทุกปีเป็นเพจที่รวบรวมข้อมูลตั้งแต่อดีตมีการบันทึกการทำพิธีการต่างๆ ไว้ โดยเฉพาะการบันทึกไลฟ์สดการเลือกคณะกรรมการใหม่ องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมต่างๆ ทั้งนี้ช่องทางเฟสบุ๊ก (Facebook) สามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมชม ได้ทุกวัยเพราะสามารถกดส่งต่อข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถดูผู้เยี่ยมชม คนอื่นๆ แชร์ประสบการณ์ได้ง่ายจากการกดเข้าไปในแชนแนลก็ของเพจ”

(S12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2566)

“สามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมเยือน ได้ดีเนื่องจากสื่อออนไลน์เดี๋ยวนี้อันถึงกันหมดแม้อยู่ต่างประเทศที่ผู้เยี่ยมเยือน ส่วนใหญ่รู้จักในเรื่องของเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่าการประชาสัมพันธ์ทางอื่นเพราะมีการติดตามกว่า1แสนคนในการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนในทุกปี เรามีการกำหนดแฮชแท็กหลักของเราสำหรับงานเทศกาลด้วย”

(S14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 20 การประชาสัมพันธ์ตราและกำหนดการในการจัดเทศกาลตรุษจีน
ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

3.5 คุณค่าทางสังคม (Social Value) ที่ส่งผ่านบุคลากร

ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เปิดรับอาสาสมัครสำหรับช่วยเหลือและบริการผู้เยี่ยมเยือนที่เข้ามาเที่ยวเทศกาลตรุษจีนโดยเฉพาะ เงื่อนไขการสมัครอาสาสมัครต้องเป็นคนท้องถิ่น ส่งผลให้อาสาสมัครส่วนใหญ่มาจากมหาวิทยาลัยท้องถิ่น ภายในจังหวัดนครสวรรค์ โดย ก่อนมาให้บริการผู้เยี่ยมเยือนอาสาสมัครต้องผ่านการอบรมวัฒนธรรมท้องถิ่น กับมูลนิธิส่งเสริมประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เพื่อให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างถ่องแท้ เช่น ขั้นตอนการไหว้ที่ศาลเจ้าชั่วคราว การแนะนำการเข้าร่วมพิธีเปลี่ยนชะตาหรือการแนะนำตำนานความเชื่อของเทพเจ้าภายในเทศกาล นอกจากนี้คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้จัดเตรียมศูนย์บริการนักท่องเที่ยวบริเวณทางเข้าถนนวัฒนธรรม และบริเวณใกล้เคียงกับศาลเจ้าชั่วคราว เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์และช่วยเหลือผู้เยี่ยมเยือนให้เข้าใจถึงความเชื่อวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การแนะนำของที่ระลึกมงคล เช่น ส้มมงคลที่ได้ผ่านการไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ตามความเชื่อชาวจีนเชื่อว่า ส้ม หมายถึง ความมั่นคง มั่งคั่ง สมบูรณ์ ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ จึงได้นำมาเป็นของที่ระลึก

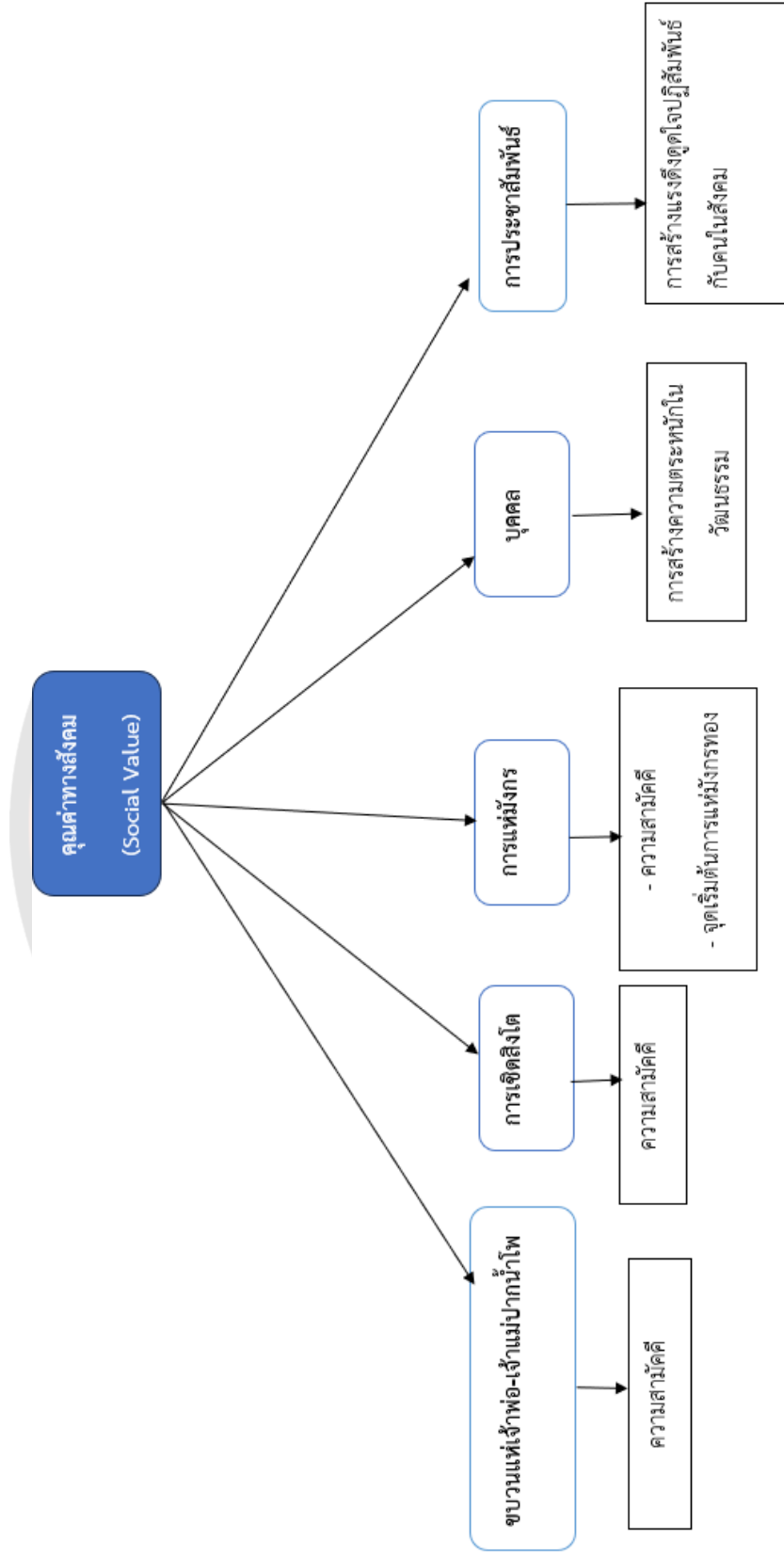
“พี่ก็เอาของที่ระลึกวางไว้ 1 คีน จึงนำออกเพราะเราเชื่อว่าท่านได้แบ่งอำนาจบารมีไว้ใน
ของที่ระลึกแล้ว”

(S14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2566)

“เรามีการจัดจุดประชาสัมพันธ์ตลอดงาน เจ้าหน้าที่ที่เรามีก็เป็นอาสาสมัครท้องถิ่น
สามารถแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมภายในงาน หรือกำหนดการแสดงได้ โดยเฉพาะ
บริเวณศาลเจ้าชั่วคราวที่มีถ้ำนั่งตั้งโต๊ะอยู่ใกล้ๆ กัน ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปถามได้ตลอด
ค่ะ มีเจ้าหน้าที่สับเปลี่ยนกันตลอดหรือภายในศาลเจ้าก็มีจุดที่ผู้เยี่ยมชม สามารถเข้าไป
ถามวิธีการไหว้ได้เพราะมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยดูแลตลอดค่ะ”

(S5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2566)





ภาพ 21 ภาพความสัมพันธ์ของคุณค่าทางสังคม (Social Value) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางสังคม (Social Value) ถูกส่งผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. ความสามัคคี 2. การสร้างแรงดึงดูดใจ 3. จุดเริ่มต้นการแห่งมังกรทอง 4. การสร้างความตระหนักในวัฒนธรรม 5. ปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม

4. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)

บุคคลรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ต่อเมื่อมีการประเมิน ความรู้สึก หรือสภาวะทางอารมณ์ เช่น ความเพลิดเพลิน ความชื่นชอบ ความสวย ความงาม ความสนุกสนาน ที่ถูกสร้างขึ้นหรือจากองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ความเป็นมิตรคนในชุมชน แหล่งท่องเที่ยวที่เจียบสงบและแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องไปเยี่ยมชมสักครั้ง โดยเฉพาะความงามด้านศิลปะที่สามารถรับรู้ถึงคุณค่าผ่านสี เสียง การใช้ถ้อยคำในการเล่าถึงประวัติศาสตร์ ในการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนมีความตั้งใจในการส่งมอบคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน ดังนี้

4.1. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ส่งผ่านกิจกรรมและการแสดง

เทศกาลตรุษจีนเป็นเทศกาลที่มีการจัดกิจกรรมและการแสดงที่หลากหลายตลอด 12 วัน 12 คืน โดยมีการประชาสัมพันธ์ถึงการแสดงที่มาจากคนท้องถิ่นในการช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมจากการแสดงที่มาจากคนท้องถิ่นจังหวัดนครสวรรค์และมาจากจังหวัดข้างเคียง ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้มีการนำเทคโนโลยีแสง สี เสียงเข้ามาให้มีความตระการตา สนุกสนาน ตื่นตาตื่นใจ การแสดงภายในเทศกาลตรุษจีนถูกคัดเลือกจากชุมชนท้องถิ่น เช่น วงโยธวาทิต จากโรงเรียนประจำจังหวัดนครสวรรค์ การแสดงพิพิธทัศน์จากสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดนครสวรรค์ โดยในแต่ละวันต้องมีการแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมด้วย เช่น การแสดงการเชิดสิงโต การแสดงเด็กรำ ถ้วย การแสดงเอ็งกอร์และการแสดง ที่เป็นจุดเด่นของเทศกาล คือ การปรากฏตัวขององค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมและการแห่งมังกรทอง รวมถึงการแสดงจากมูลนิธิท้องถิ่นของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น มูลนิธิประชาชนุเคราะห์ที่แสดงการรำยาและการเล่นเครื่องดนตรีจีนให้ผู้เยี่ยมชมได้ชม นอกจากนี้ยังมีการแสดงจากตัวแทนแต่ละอำเภอของจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดข้างเคียงที่ผลัดเปลี่ยนกันมาสร้างความบันเทิงแก่ผู้เยี่ยมชม ตลอดระยะเวลา 12 วัน 12 คืน โดยไม่ซ้ำกันทำให้เทศกาลตรุษจีนมีสีสันและยิ่งใหญ่ตระการตาจนสามารถดึงดูดใจให้ผู้เยี่ยมชมใช้เวลาไปกับเทศกาลตรุษจีนได้นานขึ้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ เช่น กิจกรรมแต่งหน้าเอ็งกอร์ แต่งหน้าโดยอาจารย์ประจำคณะเอ็งกอร์

โดยการแต่งหน้าโทนเข้มให้มีความดูคึกและมีลวดลายเหมือนกับผู้แสดงเอ็งกอร์ในขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ซึ่งสามารถสร้างความหน้าตื่นตาตื่นใจให้กับผู้เยี่ยมชม

“มีการแสดงตลอด 12 คืนที่ไม่ซ้ำกัน เป็นจุดดึงดูดผู้เยี่ยมชม ให้เข้ามาสนใจและมาเที่ยวชมค่ะ”

(S5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2566)



ภาพ 22 การแสดงบนเวทีลานทราย

ที่มา: ทรูชจันนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

4.2. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ส่งผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ

4.2.1 การแห่มังกรทอง

การแห่มังกรทอง เป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ ดังนั้นการแห่มังกรจึงมีการพัฒนาอยู่เสมอ เช่น สร้างความท้าทายด้วยการนำมังกรขึ้นเสา มังกรพ่นไฟ มังกรพ่นน้ำ หรือการแห่มังกร ตามตำนานความเชื่อของชาวจีน “มังกร” เป็นสัญลักษณ์ของความรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของแต่ละชนเผ่าจนก่อตั้งเป็นประเทศจีนขึ้นมาได้ จึงถูกยกย่องและนำมาใช้เป็นตราสัญลักษณ์ของกษัตริย์ในราชวงศ์จีน โดยมังกรมีลักษณะเป็นเขากวาง หัววัว ตัวงูเกล็ดปลาและเท้าเหยี่ยว ตามตำนานเชื่อว่ามังกรชอบเล่นน้ำอาศัยอยู่ในทะเลลึกและหายใจเป็นไฟ มีอิทธิฤทธิ์และเป็นอมตะ และคาบลูกแก้วไว้จนวันหนึ่ง ลูกแก้วได้หลุดออกจากปาก มังกรจึงได้มีการออกตามหาลูกแก้วเพื่อคืนความเป็นอมตะ ซึ่งเป็นที่มาของท่าทางการแสดงมังกรทองของจังหวัดนครสวรรค์ ที่หาดูได้เฉพาะช่วงที่มีเทศกาลตรุษจีน ในขณะเดียวกันเทศกาลตรุษจีนปี 107 มีการเปลี่ยนรูปลักษณ์ของผู้ที่ทำหน้าที่ถือลูกแก้วมังกรให้มีความพลิ้วไหว โดยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายและการใช้แสง สี

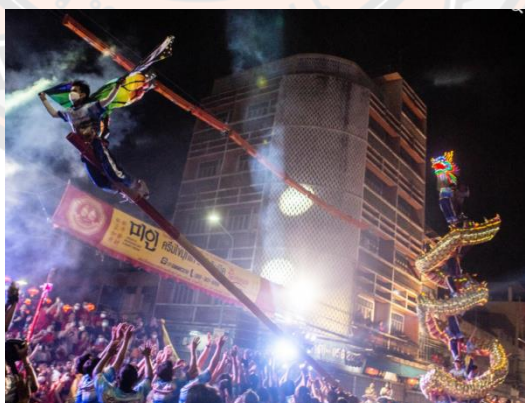
เสียงสร้างความแปลกใหม่ สวยมากขึ้นเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมได้เห็นตาตื่นใจ ประทับใจ และสร้างแรงจูงใจให้ผู้เยี่ยมชมต้องการมาเที่ยวชมการแห่มังกรทอง

“พื้คิดว่าเทศกาลตรุษจีนทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกแปลกใหม่ เพราะได้เห็นในสิ่งที่หาดูได้ยาก อย่างเช่น การรำถวาย การเล่นเครื่องดนตรีจีนโบราณ รวมถึงการเชิดสิงโต การแห่มังกรต่างๆ ที่เป็นจุดดึงดูดให้ผู้เยี่ยมชมมาเที่ยวชม อีกทั้งเทศกาลตรุษจีนยังเป็นเทศกาลที่ได้รับรางวัลทางวัฒนธรรมก็ยิ่งทำให้ผู้เยี่ยมชมต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น อีกทั้งตอนนี้มีการใช้แสงสีมาช่วยการเพิ่มท่าทางแห่มังกรก็ทำให้ผู้เยี่ยมชม ตื่นตาตื่นใจมากขึ้นกว่าปีก่อนๆ”

(S9, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)

“คิดว่าเป็นการแห่มังกรที่ดึงดูดผู้เยี่ยมชม อย่างปีนี้ผู้เยี่ยมชม มารอดูการแห่มังกรเป็นจำนวนมากจนเบียดกันมานานหลายร้อยคน แต่ทางเราก็ยังสามารถรองรับผู้เยี่ยมชมได้ เนื่องจากพื้นที่การแสดงเป็นถนนขนาดใหญ่และการแสดงแห่มังกรค่อนข้างสูงทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถมองเห็นได้อย่างทั่วถึงและปีนี้เพิ่งมีการเพิ่มการแต่งการคนล่อลูกแก้วมังกรให้มีความพลิ้วไหวมากขึ้น เพิ่มสีสันมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากปีก่อนนำเสนอสร้างความตื่นต่าให้ผู้เยี่ยมชมได้เพิ่มขึ้น”

(S10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2566)



ภาพ 23 ผู้ถือลูกแก้วล่อมังกรใส่เสื้อผ้าที่มีสีสัน

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

4.2.2 การเชิดสิงโต

คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ มองว่าการเชิดสิงโตทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้ถึงความแปลกใหม่ ไม่จำเจ และสร้างความสนุกสนาน เนื่องจากการแสดงที่ทำทางที่โลดโผน เช่น การกระโดดขึ้นเสา การต่อตัว ทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเพลิดเพลินตลอดการแสดง อีกทั้งยังทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้และเข้าใจถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น จากการได้ชม ได้ฟังตำนานความเชื่อของสิงโต ทั้ง 5 กลุ่มภาษาและทำให้ได้รับรู้ถึงประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครสวรรค์ ว่าในปัจจุบันจังหวัดนครสวรรค์ยังมีการคงอยู่ของชาวจีน 5 ภาษา

“คิดว่าน่าตื่นเต้นเพราะการแสดงมังกรกับการเชิดสิงโตของบ้านเรานั้นหาดูได้ยากปีหนึ่งมีการแสดงครั้งเดียวถ้ามาจังหวัดนครสวรรค์ก็ต้องได้ดูการแสดงบนเวทีอื่นๆ ก็ดีหรือมาถ่ายรูปเพราะบ้านเรามีการตกแต่งเทศกาลตรุษจีนไม่เหมือนกันเลยแต่ละปี”

(S1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2566)

“เราคิดว่าการเชิดสิงโตมีให้เลือกดูหลายคณะแต่ละคณะก็มีการเชิดไม่เหมือนกันอย่างสิงโตไหหลำกับสิงโตปักกิ่งก็มีลักษณะที่แตกต่างกันแล้วเอามาแสดงในงานก็ทำให้เราดูได้หลากหลายดีไม่น่าเบื่อมีการแสดง ตื่นตาตื่นใจดีเพราะปีหนึ่งได้ดูหนึ่งครั้งก็สวยสง่าดี “

(S2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2566)



ภาพ 24 การเชิดสิงโต

ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย

4.3. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ส่งผ่านสภาพแวดล้อมและบริบท ภายในเทศกาลตรุษจีน

เทศกาลตรุษจีนกำหนดรูปแบบการจัดเทศกาลตรุษจีนที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละปี โดยคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมา 1 อย่าง เพื่อมาเป็นจุดประสงค์หลักในการเผยแพร่อัตลักษณ์ที่ถูกหยิบยกขึ้นมา เช่น เทศกาลตรุษจีนครั้งที่ 107 ถูกนำเสนอตามแนวคิดรูปแบบการจัดเทศกาลตรุษจีน “มังกรเบิกฟ้า บุปผาแบ่งบาน” ภายในเทศกาลตรุษจีนจึงมีการตกแต่งด้วยมังกรทอง และกิจกรรมที่สนับสนุนแนวคิดในการจัดเทศกาล เช่น กิจกรรมเกี๊ยวมังกรแก้ชง สำหรับผู้ที่เข้าร่วมพิธีเปลี่ยนชะตาและผู้ที่ต้องการทำบุญ โดยเกี๊ยวมังกรทำจากเทียนมาประดับไว้บริเวณที่มีการจัดไว้ให้เพื่อต่อเติมให้กลายเป็นมังกรทอง จากนั้นนำมาหล่อหลอมเป็นเทียนที่ใช้จุดไว้ในศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม นอกจากนี้ภายในเทศกาลตรุษจีนมีการตกแต่งด้วยดอกไม้จีน เช่น ดอกบัว ดอกกุหลาบจีน ดอกโบตั๋น เพื่อสร้างความสวยงาม จุดถ่ายรูป โดยการตกแต่งไม่ใช่แค่บริเวณการจัดเทศกาลตรุษจีน แต่ร้านค้า ของที่ระลึก ป้ายสื่อความหมาย วิดีทัศน์ และขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพมีการตกแต่งด้วยดอกไม้จีน และมังกร เพื่อสร้างความสวยงาม มีสีสันให้คล้ายคลึงกับตำนานหรือเทพนิยายในวัฒนธรรมจีน ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชม รู้สึกเพลิดเพลิน กับการประดับตกแต่งที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งเทศกาล บรรยากาศภายในเทศกาลตรุษจีนมีความปลอดโปร่ง ตลอดจนกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชม เกิดความผ่อนคลาย สบายใจ เนื่องจากบริเวณที่นั่งสำหรับรองรับผู้เยี่ยมชมในการรับประทานอาหาร ดูการแสดง ติดกับต้นแม่น้ำเจ้าพระยาสามารถเห็นวิถีชีวิต และเที่ยวชมธรรมชาติได้

“กิจกรรมบนเวทีที่มีพื้นที่ให้ผู้เยี่ยมชม ได้นั่งชมการแสดงเพราะมีการแสดงต่อเนื่องตลอดตั้งแต่ช่วง 17.00 น. - 22.00 น. ให้ผู้เยี่ยมชม ได้นั่งชมและก็มีสถานที่ถ่ายรูปในหลายมุมในซอยแรกของเทศกาลตรุษจีน หรือตามบูธที่เขาพยายามตกแต่งไปตามแนวคิดของเทศกาลตรุษจีน (Theme) ของเทศกาลตรุษจีนน้ำก็ได้ไปถ่ายรูปของบูธก็มีการตกแต่งเป็นดอกไม้ระย้าเป็นช่อๆ สวยงามมาก”

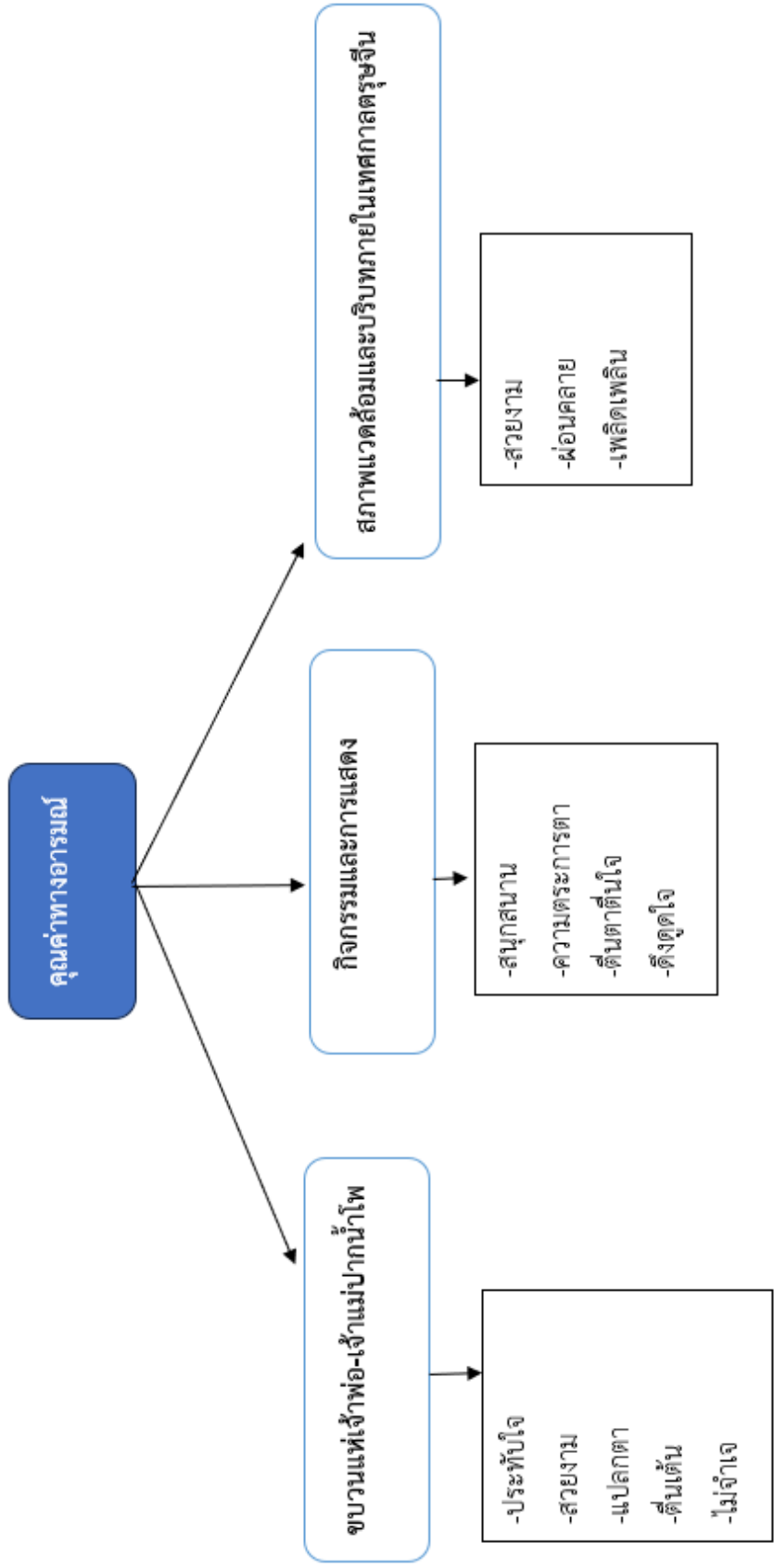
(S4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2566)



ภาพ 25 การตกแต่งของผู้ประกอบการเอกชน

ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย





ภาพ 26 ภาพความสัมพันธ์ของมูลค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ถูกนำเสนอผ่านภูมิทัศน์ เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ดังนี้ 1. ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ถูกส่งผ่านการแห่มังกรทองและการเชิดสิงโต โดยมีท่วงท่าที่โลดโผนและคึกคักเร้าใจ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเอนรู้สึกประทับใจ สวยงาม แปลกตา ตื่นเต้น และไม่จำเจกับการแสดง 2. กิจกรรมและการแสดงที่นำเทคโนโลยีแสง สี เสียง เข้ามาปรับใช้เพื่อสร้างความสนุกสนาน ตื่นตาตื่นใจ ตระการตาและดึงดูดผู้เยี่ยมชมได้ 3. แนวคิดหรือรูปแบบการจัดเทศกาลตรุษจีนลักษณะของที่มีการนำเสนอแตกต่างกันในแต่ละปี เพื่อสร้างบรรยากาศ ความสวยงาม ผ่อนคลาย และเพลิดเพลิน

5. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)

บุคคลสามารถรับรู้คุณค่าด้านเงื่อนไขเมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าที่บุคคลนั้น เลือกลงเลือกอื่นที่ได้รับประโยชน์จากเหตุการณ์นั้นก่อน เป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นในสถานการณ์เฉพาะ ครั้งเดียวในชีวิตในการศึกษานี้พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนมีความตั้งใจในการส่งมอบคุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน ดังนี้

1. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ที่ส่งผ่านสถานที่จัดเทศกาลตรุษจีน

สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนเป็นสถานที่ที่ใช้จัดเทศกาลตรุษจีนตั้งแต่อดีต จากการสัมภาษณ์คณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ พบว่า ในแต่ละปีรูปแบบการจัดงานถูกพัฒนาให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้นเรื่อยๆ จึงมีความแตกต่างกันในทุกๆ ปี โดยคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ จัดประชุมกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชน จากการรวบรวมความคิดเห็นพบว่า การใช้สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนเดิมหรือบริเวณริมต้นแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นบริเวณที่เหมาะสมในหลายๆ ด้าน เช่น 1. ด้านประวัติศาสตร์ เมื่อมีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีนทำให้ผู้เยี่ยมชมเอนสามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจน เนื่องจากบริเวณที่จัดงานคือ จุดเริ่มต้นของความเชื่อของวัฒนธรรมท้องถิ่น 2. ด้านความปลอดภัย บริเวณดังกล่าวเป็นถนนที่มีแนวยาว มีความกว้างของเส้นทางพอเหมาะกับการจัดการแสดง การตั้งบูธขายของหรือนิทรรศการ อีกทั้งบริเวณดังกล่าวยังอยู่ภายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้เยี่ยมชมเอนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เนื่องจากการบริการที่พัก ร้านอาหาร ขนส่งสาธารณะ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกผู้เยี่ยมชมเอน ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากตำรวจท่องเที่ยวที่เข้ามาช่วยดูแลผู้เยี่ยมชมเอนรอบๆ บริเวณสถานที่จัดเทศกาลตลอด 12 วัน 12 คืน ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เชิญตำรวจท่องเที่ยวเข้าร่วมประชุมทุกครั้งเพื่อให้เข้าใจถึงทิศทางการจัดเทศกาล

ตรุษจีน ทางตำรวจท่องเที่ยวมีการสนับสนุนความรับผิดชอบในการดูแล และบริการผู้เยี่ยมชมเยือนตลอดการจัดเทศกาลตรุษจีนเพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีน ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมถึงการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนผ่านช่องทางออนไลน์ของเพจตำรวจท่องเที่ยว การทำแม่พับพับแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับเทศกาลตรุษจีน วัฒนธรรมท้องถิ่น ปฏิทินท่องเที่ยวของจังหวัดนครสวรรค์ และมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมพื้นที่ในการแห่ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เช่น การนำขบวนแห่ การส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมชมเยือนร่วมแต่งกายด้วยสีแดงภายในเทศกาลตรุษจีน 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ เนื่องจากสถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนอยู่บริเวณใจกลางเมือง จังหวัดนครสวรรค์ส่งผลให้พื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อผู้เยี่ยมชมเยือน ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ จึงอำนวยความสะดวกให้กับผู้เยี่ยมชมเยือน โดยการพัฒนาพื้นที่จอดรถบริเวณเกาะฉนวน พื้นที่ขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับผู้เยี่ยมชมเยือนได้เป็นจำนวนมาก และประสานงานกับผู้ประกอบการขนส่งสาธารณะในการรับ - ส่งผู้เยี่ยมชมเยือน โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย 4. ด้านการบริหารความแออัดคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้ประเมินถึงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนที่เข้ามาเที่ยวเทศกาลตรุษจีน โดยมีการนำจุดการแสดงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นจุดดึงดูดผู้เยี่ยมชมเยือน เพื่อจัดการกับความแออัดและความกระจุกตัวของผู้เยี่ยมชมเยือนภายในเทศกาลตรุษจีน โดยมีการกำหนดพื้นที่การแสดง ดังนี้ 1. จุดแสดงสิงโตฮากกา บริเวณสี่แยกไปรษณีย์ 2. จุดแสดงมังกรทอง บริเวณหน้าตรอกขุนหงส์ 3. จุดแสดงสิงโตปักกิ่ง บริเวณหน้าตรอกรองเท้าตลาด 100 ปี 4. จุดแสดงเสือไหหน้า บริเวณหน้าตรอกท่าเรือจ้าง 5. จุดแสดงสิงโตกว้างสิ่ว บริเวณสี่แยกศรีไกรลาศ 6. จุดแสดงล่อแก้ว บริเวณสามแยกบ้านแสงใหม่ 7. จุดแสดงสิงโตฮกเกี้ยน บริเวณสี่แยกศรีสมบูรณ์ 8. จุดแสดงคณะเอ็งกอพะบู๊ บริเวณสี่แยกธนาคารไทยพาณิชย์

ทั้งนี้จุดการแสดงที่ได้กำหนดไว้ยังเป็นจุดประวัติศาสตร์เป็นพื้นที่เก่าแก่ เช่น บริเวณตรอกท่าเรือจ้าง มีเรือรับจ้างข้ามฝั่งตั้งแต่อดีต ซึ่งปัจจุบันยังมีเรือที่รับจ้างผู้เยี่ยมชมเยือนเดินทางไปยังพาสานหรือข้ามฝั่งไปศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิม นอกจากนี้ภายในเทศกาลตรุษจีนยังจัดทำแผนผังการเดินทางเที่ยวเทศกาลตรุษจีน โดยกำหนดพื้นที่ดังนี้ 1. ศาลเหนือ-ศาลใต้ 2. ลานแก่งขง (พิธีเปลี่ยนชะตา) 3. กิจกรรมเกสต์มังกรเสริมดวง 4. ถนนสายวัฒนธรรมคนจีน 5. ภาษา "ปากน้ำโพโหวงซก" 6. ไชนีสวรรณคดีนักกิน ที่รวบรวมร้านอาหารท้องถิ่นไว้ด้วยกันหรือที่เรียกว่าสวรรค์ของนักกินที่มีมากกว่า 100 ร้านค้ามาให้ผู้เยี่ยมชมเยือนได้เลือกสรร 6. การแสดงเวทีวัฒนธรรมไทย-จีน บริเวณต้นแม่น้ำเจ้าพระยา 7. จุดถ่ายรูปหุ่นโคมไฟ 8. บริเวณวัดโพธาราม เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเกิดการกระจาย

ตัวไปยังพื้นที่ที่สนใจได้ ภายในเทศกาลตรุษจีนคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ประชาสัมพันธ์แผนผังการเดินทางเที่ยวเทศกาลตรุษจีนและการนำเสนอการแสดงตลอด 12 วัน โดยการทำป้ายสื่อความหมายบริเวณโดยรอบเทศกาลตรุษจีน



ภาพ 27 การประชาสัมพันธ์จุดการแสดง

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่งเจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

อย่างไรก็ตามหากสถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนในปัจจุบันมาเปรียบเทียบกับบริเวณอื่น เช่น สนามกีฬา จังหวัดนครสวรรค์ พื้นที่ดังกล่าวมีความกว้างขวางเพียงพอสำหรับผู้เยี่ยมชมเยื่อน เช่นกัน แต่การขนส่งสาธารณะหรือสถานที่จอดรถอาจยังไม่เอื้ออำนวยทั้งยังมีข้อจำกัดทางความเชื่อที่ต้องนำเที่ยวเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และเที่ยวเทพเจ้าองค์อื่นๆ กลับเข้ามายังศาลชั่วคราวก่อนฟ้ามืด จึงเป็นไปได้ หากมีการจัดเทศกาลตรุษจีนที่สนามกีฬา จังหวัดนครสวรรค์ด้วยระยะทางที่ไกลกว่าเส้นทางเดิมที่แห่ขบวนทางวัฒนธรรม คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ จึงมีการลงความเห็นให้จัดเทศกาลตรุษจีนในสถานที่บริเวณเดิม นอกจากนี้สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนเป็นบริเวณที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้มีความใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น วัดนครสวรรค์ที่มีหลวงพ่อพระประธานที่เรียกกันว่าหลวงพ่อศรีสวรรค์ เป็นที่เคารพบูชาของชาวนครสวรรค์ หรือวัดเขากบที่ก่อตั้งมาในสมัยสุโขทัย ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธรูปจำลอง รวมไปถึงเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ หอชมวิว ที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์เมืองนครสวรรค์ได้ทั้งเมือง จากการสัมภาษณ์คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ มองว่าผู้เยี่ยมชมเยื่อน ที่มาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน

เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดนครสวรรค์ด้วย เช่น วัดนครสวรรค์ ห้างสรรพสินค้าในท้องถิ่น

“ช่วงเทศกาลตรุษจีนพี่ก็ช่วยประสานงานที่พัก แนะนำร้านอาหารให้ผู้เยี่ยมเยือนเยอะ ฝากส่วนใหญ่โทรมาสอบถามก่อน 1 - 2 วัน เราก็ยินดีที่ช่วยถ้าเป็นภาษาอังกฤษเราก็ยังช่วยเขาได้”

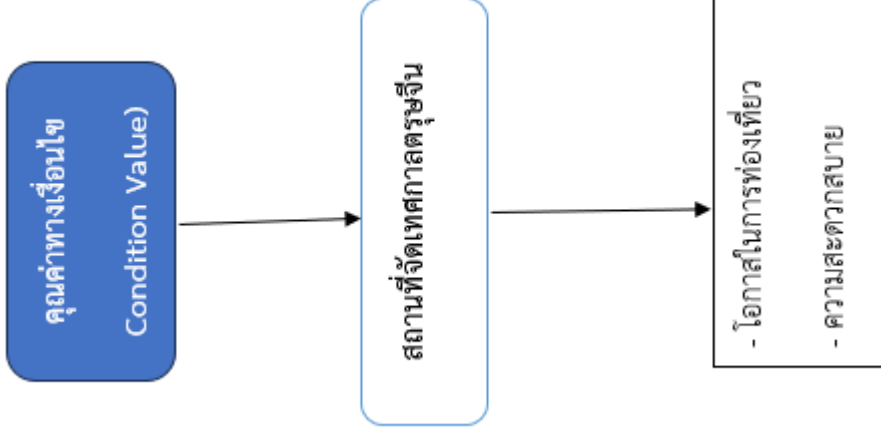
(S10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2566)

“มีการเชิญเข้าร่วมประชุมทุกครั้งว่ามีการจัดงานไปทิศทางใด เน้นไปในการดูแลผู้เยี่ยมเยือน อำนวยความสะดวกดูแลผู้เยี่ยมเยือนตลอดเทศกาล ซึ่งตำรวจท่องเที่ยวมีการจัดบูทบริเวณป้ายประชาสัมพันธ์ตรงแม่น้ำเจ้าพระยาและช่วยประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีน ในช่องทางออนไลน์ของตำรวจท่องเที่ยว เพื่อสืบสานวัฒนธรรมไทย-จีน และอำนวยความสะดวกในการนำขบวนแห่กลางวันและขบวนแห่กลางคืน”

(S7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2566)

“นอกจากมาเที่ยวเทศกาลตรุษจีนก็ต้องไปเที่ยวที่อื่นด้วย เช่น พาสาน วัดนครสวรรค์ ที่ผู้เยี่ยมเยือน นำไปเยอะ”

(S2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2566)



ภาพ 28 ภาพความสัมพันธ์สัมบูรณ์คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ถูกนำเสนอผ่านภูมิทัศน์ เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ผ่าน 3 องค์ประกอบ คือ 1. สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีน เป็นสถานที่ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้มีการประชุมเพื่อรวบรวมมติในการคัดเลือกสถานที่จัดเทศกาลตรุษจีน ทั้งนี้สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนในปัจจุบันมีความเหมาะสม ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ความปลอดภัย การเข้าถึงและการสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย เนื่องจากภายใน เทศกาลตรุษจีนได้รับความร่วมมือจากตำรวจท่องเที่ยวเข้ามาช่วยเหลือให้บริการผู้เยี่ยมชมทั้ง ภาษาไทย ภาษาอังกฤษในการแนะนำความเป็นมาเทศกาลตรุษจีนและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัด นครสวรรค์และจังหวัดใกล้เคียงพร้อมทั้งดูแลความปลอดภัยของผู้เยี่ยมชม บริเวณโดยรอบเทศกาล ด้านสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ มองว่าผู้เยี่ยมชมสามารถเดินทางไปเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในนครสวรรค์ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวภายในนครสวรรค์มีความใกล้เคียง กัน ผู้เยี่ยมชมสามารถเดินทางไปได้ง่าย 2. สถานที่จอดรถ คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้ ประสานงานขอใช้พื้นที่บริเวณเกาะญวน เพื่อเป็นสถานที่จอดรถโดยเฉพาะและประสานงานกับชุมชน ท้องถิ่นให้มีการนำรถขนส่งสาธารณะมารับ - ส่งผู้เยี่ยมชม 3. ความแออัดที่เกิดขึ้นภายในด้วยการ ตรุษจีน คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เล็งเห็นถึงความหนาแน่นของผู้เยี่ยมชมโดยเฉพาะบริเวณศาล เจ้าชั่วคราวและถนนวัฒนธรรมจึงกำหนดพื้นที่การแสดงให้เห็นให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปเที่ยวชมตาม ความต้องการของตนเองได้

การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมชมผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัด นครสวรรค์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวและผู้ ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์หาคคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจาก มุมมองของผู้เยี่ยมชมผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ผ่านภูมิทัศน์เทศกาล ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อ วิเคราะห์การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้เยี่ยมชมผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์จำนวน 14 คน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีเชื้อสายไทย จำนวน 12 คน และเชื้อสาย จีน จำนวน 2 คน โดยผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้าเทศกาลตรุษจีนมาแล้ว 1 – 5 ครั้ง จำนวน 9 คน และผู้ที่มีประสบการณ์ในการกลับมาเที่ยวเทศกาลตรุษจีนในทุกๆ ปี จำนวน 5 คน และ

ผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้าเทศกาลตรุษจีนในระยะเวลาในการเที่ยวเทศกาลตรุษจีนจำนวน 1 - 5 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 1 คน สามารถแบ่งผู้ให้ข้อมูลเพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 8 คน เพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 46 - 60 ปี จำนวน 3 คน เพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 61 - 70 ปี จำนวน 1 คน เป็นผู้เยี่ยมเยือนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ และผู้เยี่ยมเยือนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์แต่เดินทางไปทำงานต่างจังหวัดและมีโอกาสกลับมาเยี่ยมเยียนครอบครัวและท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีน โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะการเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีนมากกว่า 1 วัน และในแต่ละวันใช้เวลามากกว่า 1 - 2 ชั่วโมง พร้อมกับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับครอบครัว คนรู้จัก เพื่อน คนในสังคมตลอดจนกลายเป็นสื่อกลางที่ช่วยประชาสัมพันธ์และส่งต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ส่วนผู้ให้ข้อมูลเพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 1 คน เพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 46 - 60 ปี จำนวน 1 คน มีเชื้อสายไทย จำนวน 12 คน ผู้เยี่ยมเยือนเป็นผู้ที่มีโอกาสเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีนมากกว่า 1 วัน และในแต่ละครั้งใช้ระยะเวลามากกว่า 1 ชั่วโมง และมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีนในทุกๆ ปี

1. คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value)

ผู้เยี่ยมเยือนรับรู้ถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) เมื่อได้เดินทางไปยังสถานที่หรือได้ทำกิจกรรมที่ทำให้เกิดความสุขสบายใจ ผ่อนคลายความเครียดจากชีวิตประจำวัน จนเกิดการพัฒนาตนเองจากการนำความเชื่อ มุมมอง ทักษะที่ได้จากประสบการณ์มาพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น

1.1 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่รับรู้ผ่านศาลเจ้าชั่วคราว

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่เดินทางไปไหว้ศาลเจ้าชั่วคราวทั้ง 2 ศาลเจ้า เนื่องจากต้องการเข้าไปขอพรกับเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและเทพเจ้าองค์อื่นๆ ที่ศรัทธาเพื่อเปิดโชคลาภให้ได้รับความเป็นสิริมงคล ความร่ำรวยและช่วยปัดเป่าสิ่งที่ไม่ดี การกราบไหว้ศาลเจ้าชั่วคราวส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือน รู้สึกถึงแรงบันดาลใจในการทำงาน มีความสบายใจ มีความมั่นใจในการดำรงชีวิตประจำวันตลอดทั้งปี โดยเชื่อว่าเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพคอยคุ้มครองตนเองให้ดำเนินการทุกอย่างได้ราบรื่นและประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังสามารถเข้ามากราบไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพได้สะดวกมากขึ้นกว่าการเดินทางไปยังศาลเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผา และศาลเจ้าพ่อเทพธำรงค์-เจ้าแม่ทับทิมของจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้ศาลเจ้าชั่วคราวเปิดให้ผู้เยี่ยมเยือน เข้ามากราบไหว้ได้ตั้งแต่ช่วงกลางวันไปจนถึงช่วงเลิกงานเทศกาลตรุษจีน โดยเฉพาะครอบครัวที่มีผู้สูงอายุที่สามารถเข้าถึงศาลเจ้าชั่วคราวได้ง่ายและสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งศาลเจ้าชั่วคราวอยู่ติดกับถนนฝั่งริมแม่น้ำ

เจ้าพระยา ขณะเดียวกันผู้เยี่ยมเยียนที่มีความเชื่อเรื่องเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และรับรู้ถึงพิธีอัญเชิญเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและเทพเจ้ามาประทับที่ศาลเจ้าชั่วคราวเมื่อได้มากราบไหว้ที่ศาลเจ้าชั่วคราวส่งผลให้รู้สึกตระหนักถึงความศรัทธาที่มีต่อเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพมากขึ้น และได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มขึ้น เช่น ผู้เยี่ยมเยียนต้องการขอเงินทองต้องขอพรกับเทพเจ้าไฉชิงเอี้ยะ หรือการเข้าใจบทบาทของเถาในเทศกาลตรุษจีน อีกทั้งการเข้ามากราบไหว้ยังสอดแทรกความเชื่อและความรู้ทางวัฒนธรรมไว้หลายอย่าง เช่น จำนวนรูป ลำดับการไหว้ ประวัตินៃเทพเจ้า

“เวลาไปเที่ยวงานไม่รู้ว่าเป็นเหมือนกันไหมเราอยากไปไหว้ขอพรเทพเจ้าที่ศาลเจ้าเพราะไปไหว้เอาฤกษ์เอาชัยชีวิตได้มีความเจริญรุ่งเรืองเหมือนทำให้เรามั่นใจด้วยถ้าเรามั่นใจก็ทำให้การทำงานดีขึ้นเพราะว่าขอพรมาแล้วเชื่อว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ยึดหน่วยอย่างจิตใจของชาวปากน้ำโพหลายคน”

(T9, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“ปกติเราก็เป็นคนที่ศรัทธาอยู่แล้วเมื่อเข้าไปไหว้ทำให้เรารู้สึกว่าชีวิต เราต้องมีแต่สิ่งดีๆ เข้ามาและเราก็มีการไหว้ทุกปีถ้าเราเห็นศาลเจ้าที่พื้นที่อื่นๆ เราก็เข้าไปไหว้”

(T4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2566)

“เมื่อกราบไหว้เสร็จทำให้เรารู้สึกว่าได้รับการอวยพรจากเจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพและเทพเจ้า ตามความเชื่อที่มาประทับในศาลเจ้า ทำให้เรารู้สึกว่าต้องเป็นคนที่ดีตลอดทั้งปีเพราะมีเทพเจ้าคอย อำนวยพรให้เราจนเรารู้สึกมั่นใจในการทำงานเนื่องจากเราได้ไปปรับดวงชะตา ได้ปัดเป่าสิ่งที่ไม่ดีกับเทพเจ้าแล้ว”

(T1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2566)

1.2 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่รับรู้ผ่านพิธีเปลี่ยนชะตา

ผู้เยี่ยมเยียนมองว่าเทศกาลตรุษจีนเป็นประเพณีท้องถิ่นของจังหวัดนครสวรรค์ จึงส่งผลให้เกิดความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีนและสนับสนุนประเพณีท้องถิ่นเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป โดยเฉพาะผู้ที่มีความเชื่อเรื่องดวงชะตาส่วนใหญ่ต้องการเข้ามาทำพิธีเปลี่ยนชะตาเชื่อว่าเป็นการฝากดวงให้เทพเจ้าไ้ส่วยเอี้ยช่วยดูแลดวงชะตาให้มีความรุ่งโรจน์พบแต่สิ่งที่ดีและปัดเป่าอุปสรรคออกไปหรือช่วยบรรเทาสิ่งที่ไม่ดีที่พบในอนาคตให้เบาลงสอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ของคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ถึงปีนักษัตรตามความเชื่อที่มาจาก การคำนวณตามจันทรคติตามปฏิทินของชาวจีน โดยมีการประชาสัมพันธ์ถึงปีนักษัตรที่ประสบ

อุปสรรคต่างๆ ในปีนั้น และนำเสนอความศรัทธาผ่านประวัติศาสตร์ ทัศนคติของคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้เยี่ยมเยือนได้ว่าเมื่อมาราบไหว้ควบคู่กับการทำพิธีเปลี่ยนชะตาส่งผลให้เทพเจ้าคอยคุ้มครองตนเอง รวมถึงเกิดการผ่อนคลายความเครียด สามารถวางใจในการดำรงชีวิตตลอดทั้งปีได้ ขณะเดียวกันผู้เยี่ยมเยือนที่มีความเชื่อเรื่องเจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ อยู่ก่อนแล้วมีพฤติกรรมในการเยี่ยมเยือนเทศกาลตรุษจีนที่แตกต่างกันเชื่อว่าการมาราบไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพช่วงเทศกาลตรุษจีนเหมือนการเอาฤกษ์เอาชัยวันปีใหม่และสิ่งที่จะต้องทำในทุกๆ ปี และถูกสนับสนุนจากครอบครัว โดยเฉพาะผู้เยี่ยมเยือนที่มีเชื้อสายจีนถูกปลูกฝังความเชื่อเรื่องเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพเทพเจ้าและการไหว้บรรพบุรุษมาตั้งแต่เด็ก

“คิดว่าเทศกาลตรุษจีนเป็นประเพณีของบ้านเราซึ่งเป็นประเพณีที่เราต้องได้มาทุกปีถ้าไม่ได้มาก็เหมือนไม่ได้อยู่ที่บ้าน”

(T2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2566)

“เพราะรู้สึกว่าเป็นประเพณีของจังหวัดนครสวรรค์อีกอย่างหนึ่งก็มาเพื่อไหว้”

(T5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2566)

“เพราะว่าเป็นประเพณีที่ปีนึงมีครั้งเดียวทำให้ได้มีโอกาสไปไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพเพื่อ ขอพรให้เรา ร่ำรวย เพราะว่ามีการจัดเทศกาลตรุษจีนอยู่ในช่วงต้นปีก็เป็นฤกษ์งามยามดี”

(T9, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)



ภาพ 29 บริเวณพิธีเปลี่ยนแปลงชะตา

ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย

1.3 คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่รับรู้ผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ ปากน้ำโพ

ผู้เยี่ยมเยือนรับรู้ถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ขณะชมขบวนแห่องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม โดยเชื่อว่าขณะที่เข้าร่วมการแสดงขบวนแห่องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมสามารถกราบไหว้และขอพรต่อเจ้าแม่กวนอิมได้ เนื่องจากผู้เยี่ยมเยือนรับรู้พิธีการคัดเลือกจากสื่อออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วป๊ะ) เป็นพิธีโบราณ ศักดิ์สิทธิ์ ตลอดจนการได้รับความสำคัญจากบุคคลสำคัญในจังหวัดนครสวรรค์ ดังนั้นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมที่มาจากพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วป๊ะ) เปรียบเสมือนการคัดเลือกจากเจ้าแม่กวนอิมที่ยินยอมให้อาสาสมัครท่านนั้นได้เป็นตัวแทน ทั้งนี้การคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ผู้เยี่ยมเยือนสามารถรับชมการถ่ายทอดสดและวีดิทัศน์ย้อนหลังได้ผ่านเพจ “ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ ปากน้ำโพ” โดยรวบรวมทุกขั้นตอนในการคัดเลือกเช่น การประกาศรายละเอียดคุณสมบัติการคัดเลือกผู้เข้าร่วมพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วป๊ะ) และการถ่ายทอดสดพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วป๊ะ) เมื่อผู้เยี่ยมเยือนได้เข้าชมการถ่ายทอดสดทำให้ผู้เยี่ยมเยือน รู้สึกชื่นชอบ ประทับใจและตระหนักถึงความเชื่อของตนเองต่อเจ้าแม่กวนอิม ส่งผลให้ต้องการที่ได้มาถ่ายรูปและเที่ยวชมขบวนแห่องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม รวมไปถึงบริเวณที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีนอยู่ใกล้เคียงกับบริเวณที่มีการตั้งประดิษฐานของเจ้าแม่กวนอิมที่ “พาสาน” บริเวณกลางแม่น้ำเจ้าพระยา ผู้เยี่ยมเยือนสามารถเดินทางเข้าไปขอพร ขอโชคลาภและเสริมสิริมงคลให้กับตนเอง นอกจากนี้ ผู้เยี่ยมเยือนยังได้เรียนรู้ตำนานของเจ้าแม่กวนอิมผ่านการประชาสัมพันธ์ภายในเทศกาลตรุษจีน และมองว่าขบวนแห่องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมเป็นอีกหนึ่งในเอกลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ที่ต้องเดินทางมาเที่ยวชม

“เหมือนเราไปไหว้ขอพร เราารู้สึกว่าเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจเรา ปกติที่เป็นคนนับถือเจ้าแม่กวนอิมอยู่แล้วเหมือนปีหนึ่งเราต้องได้ไปกราบไหว้ท่าน ได้ไปดูขบวนแห่องค์สมมุติของท่าน เราก็เกิดความประทับใจ”

(T11, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2566)

“เราชื่นชอบที่สุดเป็นการได้ดูขบวนแห่องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ขบวนแห่สิงโตในช่วงขบวนแห่กลางคืน เนื่องจากเราชอบดูกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้นและส่วนตัวได้มีการนับถือเจ้าแม่กวนอิมอยู่แล้วเลยชื่นชอบที่ได้ไปยืนดูและที่ยังได้ไปเที่ยวที่อื่นค่ะ เช่น พาสาน เพราะเราศรัทธาองค์เจ้าแม่กวนอิมอยู่แล้วพาสานมีที่ไหว้องค์เจ้าแม่กวนอิมเลยได้ข้างฝั่งแม่น้ำ

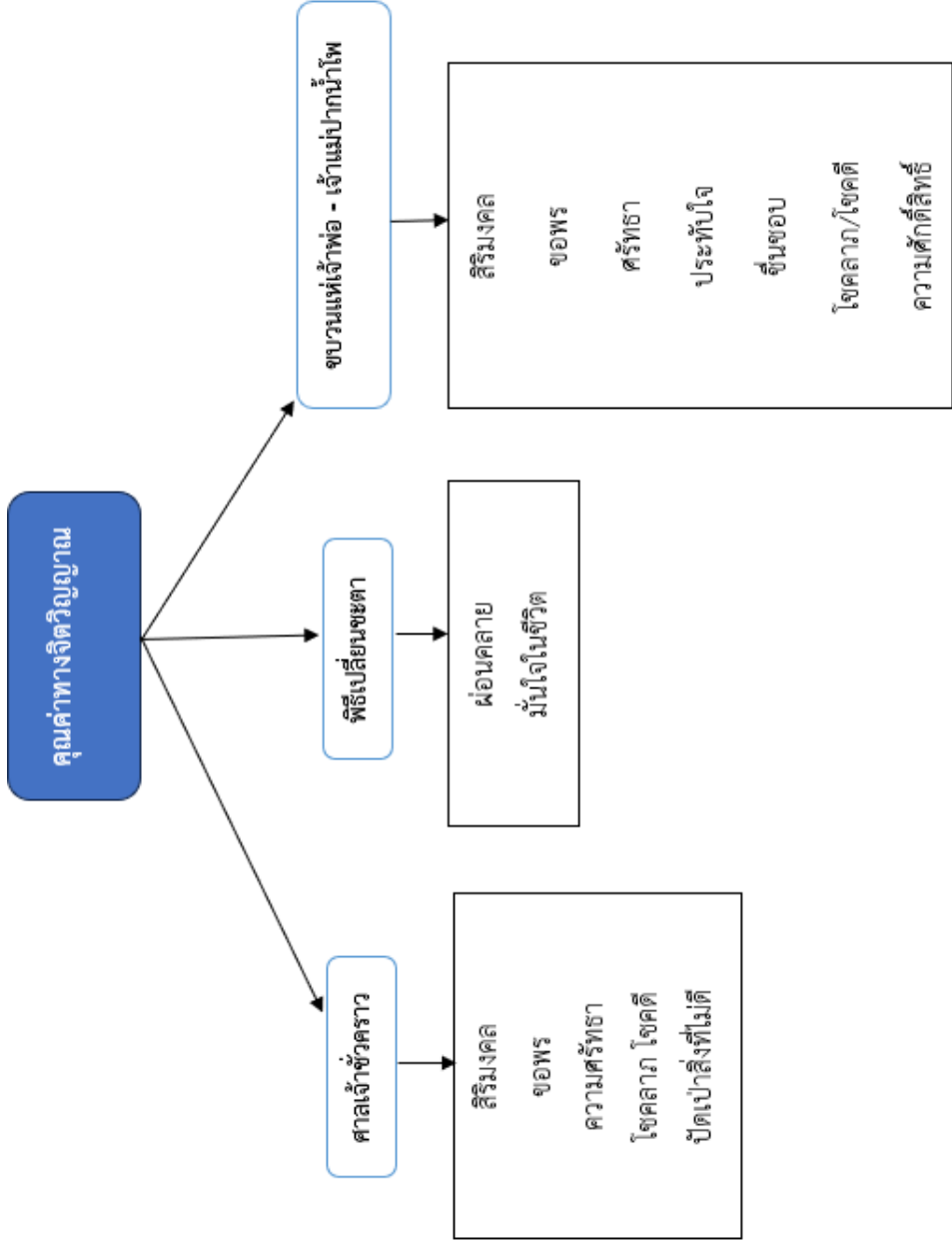
เจ้าพระยาไปไหว้ค่ะ ซึ่งที่พาสานก็มีสถานที่ถ่ายรูปด้วยนะคะ พอมองกลับมาเราก็เห็นที่จัดงานเทศกาลตรุษจีน”

(T1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2566)



ภาพ 30 ขบวนแห่องค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)



ภาพ 31 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ของผู้เยี่ยมชม

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) ที่ถูกส่งผ่านภูมิทัศน์ เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ความศรัทธา การอำนวยการ ร่ำรวย สิริมงคล คลายเคลียด ความมั่นใจ ผ่านความเชื่อ ความศรัทธาต่อเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เทพเจ้าที่สามารถอำนวยการและช่วยปัดเป่าสิ่งไม่ดีให้แก่ผู้เคารพกราบไหว้ ซึ่งคุณค่าเหล่านี้ถูกนำเสนอผ่านภูมิทัศน์เทศกาลภายใน เทศกาลตรุษจีน ได้แก่ 1. ศาลเจ้าชั่วคราว 2. ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ 3. พิธีเปลี่ยนชะตา

2. คุณค่าการใช้งาน (Functional Value)

ผู้เยี่ยมชมเรียนรู้คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) เมื่อรับรู้ถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการได้เข้ามาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีนและมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงผู้เยี่ยมชมได้มีการเปรียบเทียบถึงประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุนทางการเงินที่ต้องจ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายด้านเวลาและโอกาสในการท่องเที่ยวท้องถิ่น ในการศึกษาพบว่าผู้เยี่ยมชมเรียนรู้คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ผ่านองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบ ดังนี้

2.1 คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ที่รับรู้ผ่านขบวนแห่ประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ

ขบวนแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ เป็นขบวนที่มีความยาวประมาณ 4 กิโลเมตร และใช้ระยะเวลา 2 - 3 ชั่วโมง ในการแห่รอบเส้นทางตลาดปากน้ำโพ ถือได้ว่าเป็นขบวนทางวัฒนธรรมที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของเทศกาลตรุษจีนที่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การเชิดสิงโต ของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ เป็นเอกลักษณ์หนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงด้วยลีลาท่าทางการเชิด ลักษณะของสิงโตและตำนานที่ไม่เหมือนกันของชาวจีน 5 กลุ่มภาษา ที่ยังคงถูกสืบทอดเรื่องราวไว้ในเทศกาลตรุษจีนประกอบไปด้วย 1. ชาวจีนฮากกา 2. ชาวจีนกวางตุ้ง 3. ชาวจีนแต้จิ๋ว 4. ชาวจีนไหหลำ 5. ชาวจีนฮกเกี้ยน ด้วยความหลากหลายทางความเชื่อกลายเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมต้องการเดินทางมาเที่ยวชมการเชิดสิงโตโดยเฉพาะและรู้สึกถึงความตื่นเต้น สนุกสนาน แปลกใหม่และน่าประทับใจจนต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ในขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่เคยมาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีนในทุกๆ ปียังคงต้องการชมการเชิดสิงโต เนื่องจากผู้เยี่ยมชมรับรู้ว่าการเชิดสิงโตยังคงสร้างความแปลกใหม่ ตื่นเต้นให้กับตนเอง การแห่มังกรทอง เป็นขบวนแห่ที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดนครสวรรค์ สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้แก่เทศกาลตรุษจีนและสร้างแรงจูงใจให้ผู้เยี่ยมชมต้องการเข้ามาเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีน จนได้รับคำกล่าวที่ว่า หากมาท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีนแต่ไม่ได้ชมการแห่มังกรทอง เปรียบเหมือนว่ายังไม่ถึงจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมมีความเชื่อ

เรื่องการขอโชคลาภจากหนวดมังกรทอง ดังนั้นเมื่อมีโอกาสในช่วงที่มีการพักการแสดงขบวนแห่ เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพจึงไปรับหนวดมังกรทองพร้อมกับบริจาควัดให้กับคณะมังกรทอง เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพมาเป็นเครื่องรางในกระเป๋าสตางค์ เพื่อความเป็นสิริมงคล มีความอุดมสมบูรณ์ มีกินมีใช้ตลอดปีและเป็นของที่ระลึกที่หาได้ยาก เนื่องจากได้รับเฉพาะช่วงที่มีเทศกาลตรุษจีนเท่านั้น และร่างทรงของเทพเจ้ากวนอูเป็นร่างทรงที่ได้รับการรู้จักมากที่สุดจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และการรับรู้ถึงพิธีการทำกระดาษยันต์หรือฮู้ที่ผ่านการทำพิธีมาเรียบร้อยแล้วจากการกรีดเลือดมาผสมกับหมึกสีแดงขณะที่เทพเจ้ากวนประทับร่าง โดยคณะกรรมการส่งเสริมงานนำมาแจกให้กับผู้เยี่ยมเยือน เพื่อส่งเสริมบารมี สร้างความโชคดี โชคลาภและป้องกันอุปสรรค โชคร้าย ทั้งนี้ร่างทรงที่อยู่ในขบวนแห่มีการแสดงอิทธิฤทธิ์ที่ประชาชนทั่วไปไม่สามารถทำได้ เช่น การนั่งเก้าอี้ตะปูหรือการกรีดลิ้น เพื่อแสดงให้ว่าขณะที่ผู้เยี่ยมเยือนได้มาร่วมขอพร และรับกระดาษยันต์เป็นการขอพรกับเทพเจ้ากวนอูโดยตรง ส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนมีความตื่นตาตื่นใจและแปลกใหม่ เนื่องจากพิธีกรรมดังกล่าวไม่สามารถพบเจอได้ง่ายและทำพิธีโดยร่างทรงเฉพาะช่วงที่มีขบวนแห่ทางวัฒนธรรมช่วงกลางวันเท่านั้น นอกจากนี้ภายในขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพยังมีพิธีการเจิมหน้าผากให้แก่ผู้เยี่ยมเยือน เพื่อส่งเสริมความเป็นสิริมงคล ส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนรู้สึกชื่นชอบ ประทับใจ และตระหนักถึงความเชื่อของคนท้องถิ่น

“พี่ชอบพิธีกรรมที่มันไม่สามารถเขาเรียกว่าความเชื่อที่ไม่สามารถหาคำตอบได้ พี่ชอบดูตอนองค์เจ้าพ่อ-เจ้าแม่เขาประทับทรงตอนช่วงแก่กลางวัน องค์ประทับและแห่รอบเมืองพี่ก็รู้สึกว่ามันมีพิธีกรรมอะไรบางอย่างที่เราไม่สามารถบอกเราได้เลยบางที่เขาเอาเหล็กแหลมเอาไปที่พุ่งแก้มแต่ พอตั้งเรียบร้อยแล้วเสร็จหมดปั๊บดึงออกมาก็ไม่เป็นไรแผลไม่มีพี่ก็งง และที่ลิ้นเจ้าพ่อเวลาเขาลงประทับทรงเขาทำกระดาษฮู้กระดาษยันต์เพื่อนพี่ตกใจมากเลยนะเขาก็มีดที่ถือไว้มาปาดที่ลิ้นแล้วก็เอาเลือดมาประทับตราที่กระดาษยันต์ สีเหลืองเขาก็เอามาป้ายๆ พี่เห็นเขาก็เอาเลือดมาปาดๆสุดท้ายหลังจากออกจากร่างทรงลิ้นเขาเป็นปกติพี่ก็งงก็ตื่นตื่นรู้สึกว่ามันน่าค้นหาที่สุดในงานเวลา เราดูมันก็รู้สึกแปลกใหม่ตลอดเวลา”

(T14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2566)

“เวลาเราได้ดูขบวนแห่มังกร การเชิดสิงโตทำให้เรารู้สึกตื่นเต้นเพราะได้ดูตอนที่เขาแสดงการเชิดสิงโตกับการแห่มังกร มีท่าทางที่น่าสนุกโดยเฉพาะการแสดงขึ้นเสาของมังกรทองซึ่งก็มีคนไปดูกันเยอะและยังมีการต่อแถวเข้าไปรับหนวดมังกรที่นำมาแสดงเพราะเป็นมังกรที่ผ่านพิธีตามความเชื่อมาแล้วเป็นการเสริมความสิริมงคล”

(T1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2566)

“ที่ดูชื่นชอบที่สุดน่าเป็นขบวนแห่ในเทศกาลตรุษจีนเพราะในขบวนแห่มีหลายขบวนร่วมเดินกันไม่ว่าเป็นขบวนแห่มังกร คณะสิงโตที่มีหลายคณะตามความเชื่อจากคนจีน 5 ภาษา”

(T6, ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2566)



ภาพ 32 การเจิมหน้าผากนักท่องเที่ยว

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

2.2 คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ที่รับรู้ผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน

เทศกาลตรุษจีนมีการอธิบายถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาผ่านวิดีโอที่นำมาเปิดภายในเทศกาลตรุษจีนหรือการบรรยายของพิธีกรบนเวที เล่าถึงต้นกำเนิดของเทศกาลตรุษจีนทำให้ผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถมองเห็นภาพประวัติศาสตร์ได้ชัดเจน เนื่องจากพื้นที่จัดเทศกาลตรุษจีนเป็นพื้นที่ทางประวัติศาสตร์และแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแม่น้ำที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากเป็นแม่น้ำอยู่คู่กับวิถีชีวิตคนท้องถิ่นมาตั้งแต่อดีตและเป็นจุดเริ่มต้นของความเชื่อและการเริ่มต้นของเทศกาลตรุษจีน แม่น้ำเจ้าพระยาสามารถเห็นแม่น้ำทั้ง 4 สาย ได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยม แม่น้ำน่านมาบรรจบกันเป็น 2 สาย ทางจังหวัดนครสวรรค์สร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ “พาสาน” ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูการบรรจบกันของน้ำ ในอดีตบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นท่าจอดเรือที่พ่อค้าชาวจีนนำของมาค้าขายจนกลายเป็นชุมชนจีนที่เริ่มเข้ามาตั้งถิ่นฐาน สถาปัตยกรรม วิถีชีวิต ยังคงถูกอนุรักษ์ไว้ ดังนั้นชุมชนท้องถิ่นรับรู้ถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์จึงได้พัฒนาให้กลายเป็นบริเวณที่จัด

เทศกาลตรุษจีนมามากกว่า 100 ปี ทั้งนี้ประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครสวรรค์และที่มาของเทศกาลตรุษจีนผู้เยี่ยมชมเฝ้ามองว่าการรับฟังความเป็นมาจากพิธีกรบนเวทีหรือวีดิทัศน์ทำให้ผู้เยี่ยมชมมีความเข้าใจได้รวดเร็วและง่ายกว่าการอ่านป้ายสื่อความหมาย หรือแผ่นพับ รวมถึงแนวคิดการจัดเทศกาลตรุษจีนที่น่าเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สร้างความแตกต่างกันในแต่ละปีสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เยี่ยมชมเดินทางมาเทศกาลตรุษจีน เพื่อติดตามแนวคิดในการจัดงานเทศกาลตรุษจีนว่ามีความเปลี่ยนแปลงอย่างไร มีการตกแต่งมากน้อยอย่างไร แตกต่างจากเทศกาลตรุษจีนปีก่อนหน้ามากน้อยอย่างไร เนื่องจากส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมรับรู้ถึงความสวยงาม ความแปลกใหม่ ความน่าสนใจ ความตื่นตาตื่นใจ ความประทับใจ ความเพลิดเพลินที่แตกต่างกันไปในแต่ละปี โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลตรุษจีนที่ประดับโคมไฟจีนหรือเตี๊ยะลั้ง บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชม มีความศรัทธา มีอารมณ์ร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยบรรยากาศภายในเทศกาลตรุษจีนมีองค์ประกอบที่สื่อถึงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น โคมไฟจีน หรือเตี๊ยะลั้ง ชุดกี่เพ้า โรงจิว และเคาะพินวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันผู้เยี่ยมชมรู้สึกพึงพอใจที่เทศกาลตรุษจีนยังคงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ถูกสืบทอดมาตั้งแต่อดีต เช่น การคงอยู่ของการแห่มังกร การเชิดสิงโต การคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม การคัดเลือกคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ นอกจากนี้เทศกาลตรุษจีนมีความโดดเด่น ในเรื่องอาหารที่มีเฉพาะเทศกาลตรุษจีน โดยคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เลือกร้านอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งในเทศกาลตรุษจีนส่งผลให้ภายในเทศกาลตรุษจีนมีอาหารหลากหลายประเภท อาหารไทยอาหารจีน เบเกอรี่ต่าง แต่อาหารที่มีเฉพาะเทศกาลตรุษจีนอยู่ในประเภทอาหารจีนที่มีความหมายมงคลมาจำหน่าย เช่น ปอเปี๊ยะ ตามภาษาจีน เรียกว่าซุนจ้วน ซึ่งพ้องเสียงกับว่า ซุนเจี๋ย หรือฤดูใบไม้ผลิ เป็นช่วงที่ตรงกับเทศกาลวันตรุษจีน อีกทั้งปอเปี๊ยะยังมีลักษณะคล้ายทองคำแท่ง การรับประทานปอเปี๊ยะพร้อมกับครอบครัว จึงเป็นการอวยพรให้ชีวิตมีแต่ความสดใสรับฤดูใบไม้ผลิ รวมถึงอวยพรให้ร่ำรวยเงินทองทรัพย์สินมั่งมีเพิ่มพูน ขนมหง่หนึยเนกา คือ คำเรียกขนมหง่ในภาษาจีน ซึ่งพ้องเสียงกับคำที่สื่อความหมายได้ว่า ไปสู่ที่สูงขึ้น การทานขนมหง่ในวันขึ้นปีใหม่อีกหนึ่ง จึงหมายถึง การอวยพรให้การทำงานเจริญก้าวหน้ามั่นคง เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ได้เงินเดือนสูงขึ้น นอกจากนี้ ผู้เยี่ยมชมสามารถพบกับอาหารที่หารับประทานได้ยาก เช่น ขนมน้ำตาลปั้นในรูปร่างสัตว์ต่างๆ ที่หารับประทานได้ในเทศกาลตรุษจีนเท่านั้น ส่วนใหญ่ตั้งร้านอยู่บริเวณหน้าโรงจิว หรืออาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนครสวรรค์เช่น ลูกชิ้นปลา และโมจิ ถูกนำมาขายในเทศกาลตรุษจีน รวมถึงของที่ระลึกมงคลภายใน

เทศกาลตรุษจีน เช่น ส้มมงคล ส้ม 5 ลูก ผ่านการไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เชื่อว่าการรับประทานอาหารที่ผ่านการไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพเป็นการสร้างความสิริมงคล โชคลาภ หรือกำไรหยก กำไลน้ำเต้า หรือกำไลตามสีมงคลประจำวันเกิด โดยคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ นำเงินทอน 1 บาท ใส่ในกระดาษสีแดงให้ผู้เยี่ยมเยียนเก็บไว้เพื่อเป็นเงินขวัญถุง เพราะเชื่อว่าทำให้ได้รับเงินไม่ขาดสาย อย่างไรก็ตามราคาของสินค้าและบริการในเทศกาลตรุษจีนมีราคาปกติที่ผู้เยี่ยมเยียนสามารถซื้อได้ หากผู้เยี่ยมเยียนพบว่าร้านค้าแห่งแรกมีราคาที่สูงก็สามารถเลือกร้านค้าที่มีราคาที่ถูกลงได้ เนื่องจากเทศกาลตรุษจีนมีผู้ประกอบการร้านค้ามากกว่า 80 ร้านค้า ยกเว้นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน เช่น ผลไม้ ขนมไหว้เจ้า มีราคาที่สูงกว่าในช่วงที่ไม่ใช่เทศกาลตรุษจีน เนื่องจากมีความต้องการของผู้ซื้อสูงส่งผลให้ราคาเพิ่มขึ้นตามความต้องการ นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ส่วนลดจากร้านค้าหลายๆ ร้านทำให้ผู้เยี่ยมเยียนสนใจที่เดินทางมาเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีน เพื่อเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกกว่าภายในห้าง



ภาพ 33 ของที่ระลึก

ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย

“มีอธิบายตั้งแต่ทางเข้างาน ตรงศาลเจ้าและตรังริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีเป็นการแสดงวิถีชีวิต ประเพณีของชาวจีนแล้วก็มี การแสดงแต่ละโรงเรียน ปกติติดตามทางสื่อออนไลน์อย่าง เฟสบุ๊ก (Facebook) เพจของเทศบาล เพจของอบจ. ที่มาร่วมทำข่าวประชาสัมพันธ์ตลอด เพราะเป็นงานใหญ่ของจังหวัดเป็นเทศกาลประจำจังหวัดนครสวรรค์ที่ทุกคนอยากมา”

(T9, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“หนึ่งคือแม่น้ำต้นแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้เราได้รู้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาว่าเมื่อก่อนคนจีนมาyingงอยู่yingง แล้วมีชาวเชื้อสายจีนทุกคนเป็นมาyingง มันก็เป็นจุดเริ่มต้นหลักๆ ก็เป็นแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นแหล่งค้าขายในอดีต สำหรับบรรยากาศก็ดูดีก็เหมาะกับการที่เรียนรู้ว่าเหมาะสมแล้วที่อยู่ตรงนี้ชัดเจน”

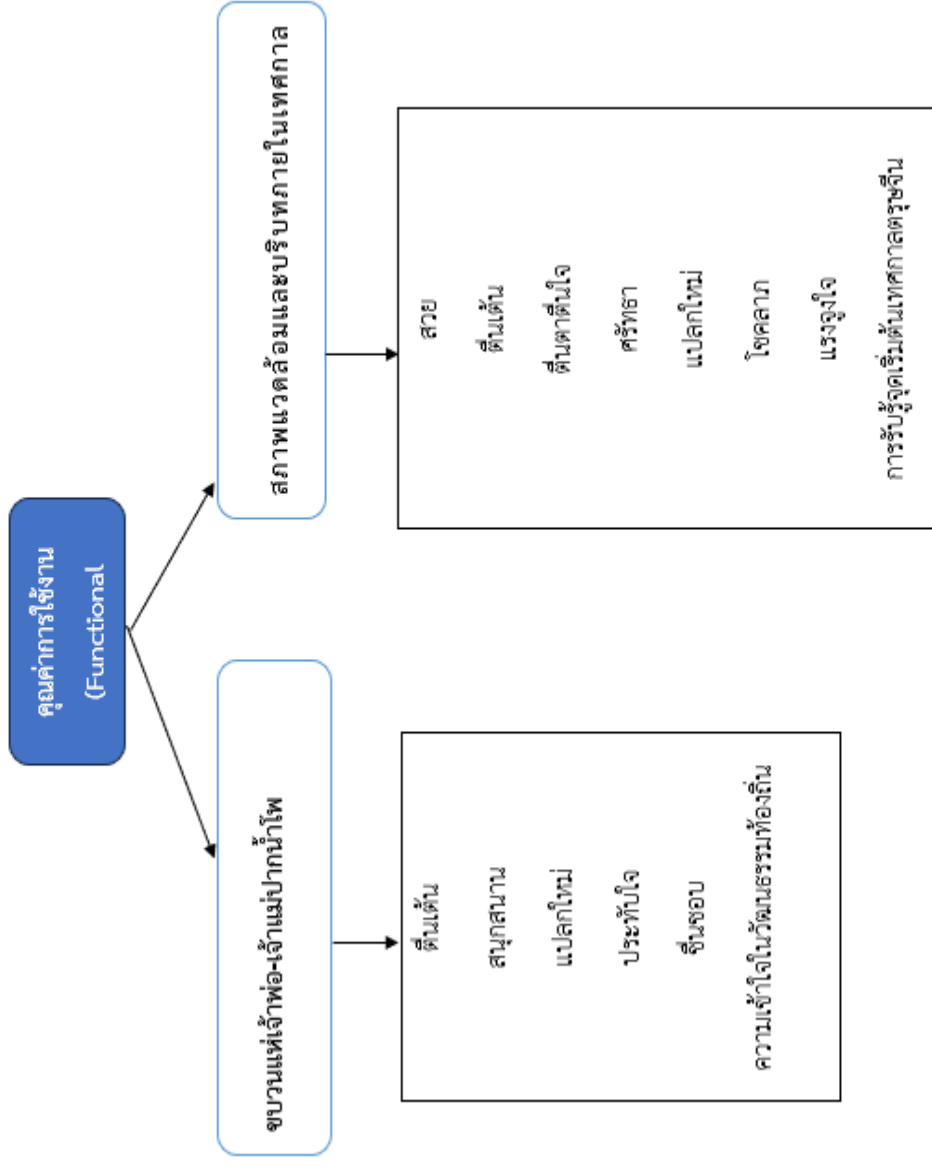
(T14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2566)

“เราคิดว่าสิ่งที่โดดเด่นของเทศกาลตรุษจีนมีหลายอย่างมาก เช่น ขนมกะลोजี ที่เป็นขนมของชาวจีนที่ปีหนึ่งเราได้รับประทานครั้งหนึ่ง ขนมโมจิที่เป็นของฝากประจำจังหวัดของเรา และที่ขาดไม่ได้เลยคือ ขนมน้ำตาลที่มีขาย อยู่หน้าโรงงิ้วที่มีการปั้นเป็นรูปต่างๆ เช่น มังกร ดอกไม้ ซึ่งอาหาร ทั้งสามชนิดมีแค่โมจิเราหารับประทานได้ง่ายแต่ถ้าเป็นขนมกะลोजี และขนมน้ำตาลปั้นหารับประทานได้ยากคิดว่ามีขายแค่ช่วงเทศกาลตรุษจีนเท่านั้น”

(T2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2566)

“เพราะว่าการจัดเทศกาลตรุษจีนแต่ละปีต่างกันมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ โดยเฉพาะแนวคิดของการจัดเทศกาลตรุษจีน แต่ถึงมีการเปลี่ยนแปลงแต่ความเป็นเอกลักษณ์ของงานตรุษจีนก็ยังคงอยู่เหมือนเดิมนะคะ”

(T10, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2566)



ภาพ 34 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ของผู้เยี่ยมชม

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าการใช้งาน (Functional Value) ถูกนำเสนอผ่านภูมิทัศน์ เทศกาล ได้แก่ 1. สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน ผู้เยี่ยมเยือนสามารถสัมผัสรับรู้ถึงประวัติศาสตร์ ต้นกำเนิดของเทศกาลตรุษจีนผ่านวิดีโอและพิธีกรบนเวทีและเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตความเชื่อท้องถิ่น จนเกิดความเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นและความน่าสนใจของอาหารอาหารมงคลที่มีเฉพาะเทศกาลตรุษจีนผู้เยี่ยมเยือนได้เรียนรู้ถึงความหมายของอาหารมงคลของชาวจีนที่เกิดจากการป้องกันเชื้ออาหารกับความหมายที่เป็นมงคล ในขณะที่ราคาสูงกว่าในช่วงปกติหรือจากการซื้อขายที่ห่างสรรพสินค้า เนื่องจากผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดเฉพาะช่วงเทศกาลตรุษจีน 2. ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ผู้เยี่ยมเยือนรับรู้ถึงการคงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะการเชิดสิงโตที่แตกต่างกัน 5 กลุ่มภาษา ที่สร้างความแปลกใหม่ ตื่นเต้น ให้กับผู้เยี่ยมเยือน

3. คุณค่าด้านสังคม (Social Value)

ผู้เยี่ยมเยือนรับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social Value) เมื่อผู้เยี่ยมเยือนได้มีการปฏิสัมพันธ์กับสังคมใหม่ๆ เช่น ชุมชนท้องถิ่นหรือกลุ่มผู้เยี่ยมเยือนที่มีความชอบหรือทัศนคติที่คล้ายคลึงกันจนนำไปสู่การเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เยี่ยมเยือน ดังนั้นผู้เยี่ยมเยือนสามารถรับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social Value) มีรายละเอียดดังนี้

3.1. คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ที่รับรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์

การศึกษาพบว่า อิทธิพลที่สร้างแรงจูงใจในการเดินทางมาเทศกาลตรุษจีนของผู้เยี่ยมเยือนมาจากการรับรู้ข้อมูลเทศกาลตรุษจีนผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) ทางคณะกรรมการส่งเสริมงานฯดำเนินการถ่ายทอดสดบรรยากาศเทศกาลตรุษจีน การประชาสัมพันธ์เส้นทางขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพการกำหนดจุดการแสดง การแจ้งรายละเอียดการแสดงทางวัฒนธรรม 12 วัน 12 คืน ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) “ตรุษจีน นครสวรรค์สืบสานงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ”

การบอกต่อจากคนรู้จักผู้เยี่ยมเยือนเป็นตัวกลางในการเชิญชวนคนรู้จักเข้ามาเที่ยวในเทศกาลตรุษจีนด้วยกัน ในขณะที่ผู้เยี่ยมเยือนท้องถิ่นมีความมั่นใจที่เชิญชวนคนรู้จักมาเที่ยวเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์ด้วยกันพร้อมกับอธิบายถึงความเชื่อท้องถิ่นให้กับผู้ถูกเชิญชวน เนื่องจากผู้เยี่ยมเยือนท้องถิ่นรู้สึกเกิดความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรม อีกทั้งเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์เป็นเทศกาลที่มีชื่อเสียงโดยเฉพาะการแห่มังกร การเชิดสิงโต และขบวนองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม

การติดตามข่าวสารจากทางโทรทัศน์ในการนำเสนอถึงภาพบรรยากาศที่น่าสนใจของเทศกาลตรุษจีนและการรับรู้ถึงประสบการณ์ของคนรู้จักที่ผลักดันให้ต้องการเดินทางมาสัมผัสเทศกาลตรุษจีนด้วยตนเองและการแบ่งปันประสบการณ์จากกิจกรรมที่ได้รับความประทับใจจากผู้เยี่ยมชมคือ กิจกรรมการถ่ายรูป และการแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีน ผ่านการติตแฮชแท็กเกี่ยวกับเทศกาลตรุษจีนนครสวรรค์และผู้เยี่ยมชมได้รับของที่ระลึกจากเทศกาลตรุษจีน เช่น รูปโพลารอยด์ พวงกุญแจปีนักษัตรกระดาษที่สามารถร่วมกิจกรรมได้ง่าย เข้าถึงผู้เยี่ยมชมได้ทุกวัย ทั้งนี้กิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีนมีหลายกิจกรรมที่เป็นสื่อกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์และกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น การชมการแสดง การชมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ กิจกรรมเชิดคอนจุดสำคัญทางวัฒนธรรมที่ผู้เยี่ยมชมสูงอายุไม่สามารถร่วมกิจกรรมแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วทำให้ครอบครัวด้วยกันให้ความช่วยเหลือกันและกันเพื่อให้ได้รับของที่ระลึกจากเทศกาลตรุษจีน ซึ่งกิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นในเทศกาลตรุษจีนเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้มีความยากเนื่องจากต้องการให้ผู้เยี่ยมชม เข้ามามีส่วนร่วมและเกิดความผ่อนคลาย สนุกสนาน ประทับใจจนต้องการกลับมาท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีนอีกครั้ง ทั้งนี้ของที่ระลึกเทศกาลตรุษจีนสามารถแบ่งบอกถึงเทศกาลตรุษจีน เช่น พวงกุญแจปีนักษัตรที่ตรงกับปีที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีนหรือรูปถ่ายที่มีกรอบรูประลึกถึงการท่องเที่ยวเทศกาลในปีนั้นๆ ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมสามารถนึกถึงประสบการณ์มาท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีนได้

การพัฒนาป้ายสื่อความหมาย แผ่นพับ ทั่วบริเวณเทศกาลตรุษจีน เนื้อหาเกี่ยวกับตารางการแสดงหรือความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีนและติดตั้งไว้บริเวณริมถนนสองข้างทางที่สังเกตเห็นได้ง่ายทำให้ผู้เยี่ยมชม ที่กำลังเดินทางสามารถเห็นป้ายกำหนดการจัดเทศกาลตรุษจีน เมื่อเดินทางผ่านจังหวัดนครสวรรค์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์โดยนำอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) และนักแสดงเข้ามาร่วมในเทศกาลตรุษจีน ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) และนักแสดงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้เยี่ยมชม ต้องการเดินทางมาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีนและต้องการมาให้กำลังใจอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) และนักแสดงที่ตนชื่นชอบ

“ผู้ว่าเขาก็เตรียมงานตั้งแต่เนิ่นๆ มีเชิญชวนประกาศโปรโมทสักพักนึงแล้วจริงๆ เหมือนกับตรุษจีนปีนี้เสร็จแล้วก็เริ่มโปรโมทตรุษจีนปีหน้า คนต่างจังหวัดก็มาเยอะ เพราะว่าการโปรโมท เราก็ได้มีการแนะนำเพื่อนจากการคุยในเฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่า เวลาโพสลงสตอรี่เพื่อนมาถามว่ามีงานตรุษจีนแล้วใช่ไหมเราชวนเพื่อนมาเที่ยวเลย”

(T13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2566)

“ก็ตึนะก็ทำให้รู้สึกมีความสุขขึ้น กรณีที่เราได้มีส่วนร่วมทำกิจกรรมภายใต้เทศกาลตรุษจีน อย่างกิจกรรม ลงทะเบียนว่าได้มาเที่ยวเทศกาลตรุษจีน โดยแชร์ประสบการณ์หรือรูปภาพต่างๆ ทางเจ้าหน้าที่มีของที่ระลึกแจกทำให้เรารู้สึกสนุกขึ้นมาในระดับหนึ่งเพราะเวลาเราเห็นของที่ระลึกที่ได้มาเราก็นึกถึงปีที่ เราได้ไปเทศกาลตรุษจีน”

(T5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2566)

“อย่างเรามากก็ป็นญาติพี่น้องหลายคนก็มีทั้งคนแก่และเด็กทุกคนก็ช่วยกัน บางทีคนแก่ก็ไม่เข้าใจว่าต้องทำอะไรมันก็ส่งเสริมเรื่องความสามัคคีแล้วก็ยื่นร้ออย่างเป็นระเบียบ”

(T7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2566)

“เคยเห็นนะในเทศกาลตรุษจีนมีการทำป้ายไว้นิลบอกถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีน ส่วนข่าวการจัดงานเทศกาลตรุษจีนถ้ากลับมาจังหวัดนครสวรรค์ก็เห็นป้ายบอกวันที่จัดเทศกาลอยู่”

(T3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2566)



ภาพ 35 เพจเฟซบุ๊ก (Facebook) “ตรุษจีนนครสวรรค์สืบสานงานประเพณีแห่เจ้าฟ่อง-เจ้าแม่ปากน้ำโพ”

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าฟ่อง-เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

3.2. คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ที่รับรู้ผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทภายใน เทศกาลตรุษจีน

การสวมใส่ชุดสีแดง การแต่งการที่เพ้า ช่วงเทศกาลตรุษจีนผู้เยี่ยมชมเรียนรู้สึกว่าตนเองมีส่วนร่วมในการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีการอนุรักษ์มากขึ้น และรับรู้ถึงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น นอกเหนือจากการถ่ายรูปได้อย่างสวยงาม เนื่องจากผู้เยี่ยมชมสัมผัสบรรยากาศสภาพแวดล้อมและผู้คนที่มาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีนสวมใส่เสื้อผ้าที่มีสีแดงและเสื้อผ้าที่พัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมต้องการเปลี่ยนชุดของตัวเองให้มีความกลมกลืนกับทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและกลมกลืนกับผู้เยี่ยมชมคนอื่นๆ นอกจากนี้ผู้เยี่ยมชมรับรู้ถึงแนวคิดในการจัดเทศกาลตรุษจีนที่ส่งเสริมให้การสวมใส่ชุดที่เพ้าหรือชุดสีแดง สามารถสร้างบรรยากาศให้ผู้เยี่ยมชมเปิดใจเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากการถ่ายรูปที่สวยงามและผู้เยี่ยมชมสนใจองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การรับรู้ชนิดของดอกไม้จีน ความหมายของเต็งลิ้ง ลวดลายมังกร ลวดลายสถาปัตยกรรมจีน ทั่วบริเวณเทศกาลตรุษจีนรวมถึงบูธร้านค้าต่างๆ การตกแต่งด้วยโคมไฟเงินหรือเต็งหลังสร้างความตื่นเต้น ความน่าสนใจให้กับเทศกาลตรุษจีน ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมท้องถิ่นมองว่าการสวมใส่เครื่องแต่งกายสีแดงเป็นการให้เกียรติคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ และต้องการร่วมเฉลิมฉลองเทศกาลที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์

“ซึ่งช่วงเทศกาลตรุษจีนเราเห็นคนใส่ชุดที่เพ้าหรือชุดสีแดงกันทั้งเมือง เพราะดูเข้ากับบรรยากาศ กลมกลืน พอเราไปเที่ยวเราก็มีการใส่ชุดที่เพ้าต้องตัวสวย ไปเดินเที่ยวถ้าไม่ใส่ก็ดูแบบเข้าไม่ถึง ดูเป็นวัฒนธรรมในการใส่ชุดไปแล้ว รู้สึกว่ามันเป็นจุดเด่นของ นครสวรรค์ในเรื่องของวัฒนธรรม”

(T13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2566)

“ทุกคนส่วนใหญ่ที่ไปเที่ยวในงานใส่ชุดจีนหมด ผู้หญิงแต่งตัวสวยใส่ชุดจีนที่เพ้าสีแดง ผู้ชายใส่เป็นชุดจีนฮ่อตั้งแต่ สีแดงหรือถ้าไม่มีชุดที่ใส่เสื้อผ้าสีแดงมาเที่ยวในเทศกาลตรุษจีนกัน นอกจากนี้มีมุมถ่ายรูปต่างๆ เช่น มุมถ่ายรูปตรุษจีนปากน้ำโพ 107 ปี เวทีการแสดง แสงสีเสียง ข้างล่างหาดทรายที่มีการแสดงที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีนทุกปี”

(T12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2566)

“บรรยากาศ มีส่วนที่ทำให้รู้สึกมีอารมณ์ร่วมค่ะ เพราะเราได้เห็นว่ามี การเชิดสิงโต มีเด็กๆ แต่งกายสวยๆ ไป เดินขบวนแห่กันทำให้เรารู้สึกว่าดูน่ารักดูดีและยังเห็นคนที่ไปร่วมงานมีการใส่เสื้อสีแดงหรือชุดกี่เพ้าสีแดง ทำให้อยากแต่งตัวให้เข้ากับเทศกาลตรุษจีนจึงมีการแต่งชุดกี่เพ้าเข้าไปเที่ยวงานตรุษจีนและได้ไปถ่ายรูปหลาย รูปกับขบวนแห่ช่วงกลางคืนเพราะช่วงกลางวันได้ดูผ่านไลฟ์สดในเฟซบุ๊ก (Facebook) แทนเพราะติดงานประจำ”

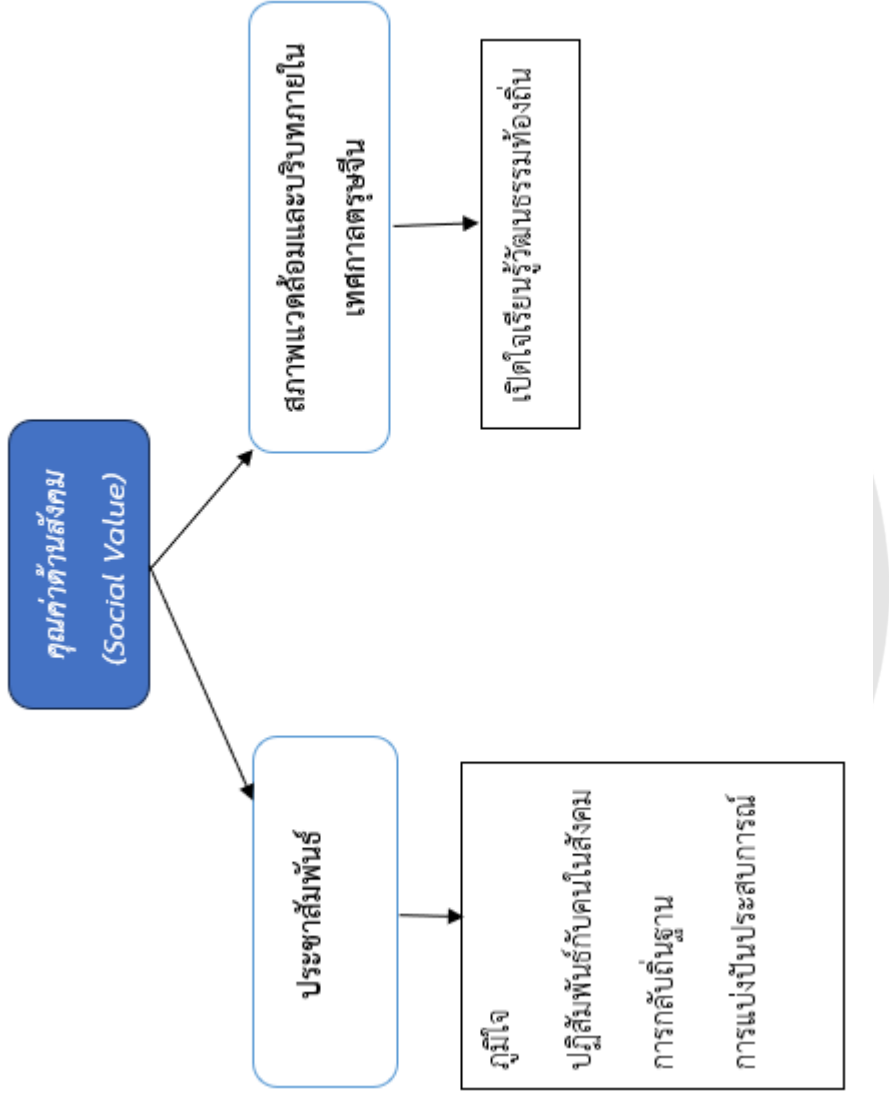
(T1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2566)

“ทำให้เข้าใจมากขึ้นอย่างเช่นซุ้ม ที่ไว้ถ่ายรูปคนก็ใส่กี่เพ้าหรือใส่ชุดจีนไปถ่ายรูปเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศที่มีความเป็นวัฒนธรรมจีน ก็ได้เข้าใจมากขึ้นทำให้เรารู้สึกสนุกสนาน ตื่นเต้นอยากเข้าร่วมงานเรา ต้องหาชุดแบบจีนมาใส่เพื่อให้เข้ากับงาน”

(T8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)



ภาพ 36 ผู้เยี่ยมเยือน ขณะสวมใส่ชุดกี่เพ้า
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย



ภาพ 37 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ของผู้เยี่ยมชมเขื่อน

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ที่ถูกส่งผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ภูมิใจ ปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม การกลับถิ่นฐาน การแบ่งปันประสบการณ์ และเปิดใจเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านภูมิทัศน์เทศกาล 1. สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน โดยการสวมเครื่องแต่งกายสีแดงหรือชุดกี่เพ้า ที่เชื่อว่าการสวมใส่เครื่องแต่งกายสีแดงทำให้สวยงามและกลมกลืนกับวัฒนธรรมท้องถิ่น 2. การประชาสัมพันธ์ ผู้เยี่ยมเยือนสามารถรับรู้ข่าวสารของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก (Facebook) การพัฒนาแฮชแท็ก เพื่อรวมกลุ่มข้อมูลไว้ในแอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก (Facebook) รวมถึงคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพได้มีการสร้างเพจสำหรับการประชาสัมพันธ์เทศกาลตรุษจีนและเทศกาลอื่นๆ

4. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)

ผู้เยี่ยมเยือนรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) จากการประเมินความรู้สึกหรือสภาวะทางอารมณ์ เช่น ความเพลิดเพลิน ความชื่นชอบ ความสนุกสนาน เมื่อได้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในการศึกษานี้พบว่า ผู้เยี่ยมเยือน ได้รับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ผ่านองค์ประกอบดังนี้

4.1 คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ที่รับรู้ผ่านขบวนแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ

ขบวนแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพสามารถสื่อสารถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นที่รวบรวมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะขบวนทางวัฒนธรรม 13 ขบวนหลัก ได้แก่ 1. ขบวนธงมิตรภาพไทย-จีน 2. ขบวนเก้านั่งใหม่ 3. ขบวนสิงโตวงล้อ 4. ขบวนเสือไหลล่า 5. ขบวนสิงโตฮากกา 6. ขบวนเกี่ยวเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ 7. ขบวนเด็กรำถ้วย 8. ขบวนล้อแก้ว 9. ขบวนสิงโตปักกิ่ง 10. ขบวนรณางฟ้า 11. ขบวนเอ็งกอพะบู๊ 12. ขบวนองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม 13. ขบวนมังกรทองที่ต้องร่วมขบวนแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพทุกๆปีที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีน จากการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมเยือนให้ความสนใจกับขบวนแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพช่วงกลางคืนมากสามารถรับรู้ถึงความตื่นตาตื่นใจ สนุกสนาน เนื่องจากการใช้แสง สี เสียงที่สร้างสีสันและสร้างความดึงดูดใจโดยเฉพาะการแห่มังกรทองและการเชิดสิงโตได้นำเทคโนโลยีแสง สี มาสร้างความตื่นเต้นเร้าใจพร้อมกับท่าทางที่โลดโผน สร้างความแปลกใหม่ให้กับผู้เยี่ยมเยือน นอกเหนือจากท่าทางการแสดงที่พัฒนาขึ้น เช่น สิงโตขึ้นเสา สิงโตต่อตัว ขณะเดียวกันการแห่มังกรสามารถสร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้น จากการใช้เสียงที่ฮึก

เหิม ตื่นตาตื่นใจ ส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมเยือนเกิดอารมณ์ร่วมในการเฉลิมฉลองวันปีใหม่ของคนท้องถิ่น ซึ่งทางคณะมังกรทอง เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ประกอบการแสดงและเพิ่มการแสดง เช่น มังกรพ่นไฟ มังกรพ่นน้ำ ต่างจากเมื่อก่อนที่มีการแสดงมังกรขึ้นเสาเพียงอย่างเดียว และลูกแก้วที่ใช้ในการแสดงมีการเปลี่ยนไปตามแนวคิดในการจัดงาน เช่น เทศกาลตรุษจีนปีที่ 104 มีลักษณะส่องแสงเลียนแบบพระจันทร์และมีไฟระยิบคล้ายดวงดาว เทศกาลตรุษจีนปีที่ 101 มีการทำลูกแก้วโดยใช้ไฟวิบวับและเสียงออกมาและผู้เชิญลูกแก้วมีการแต่งกายสีสันสวยงามมากขึ้น โดยการแห่มังกรทองเป็นการแห่มังกรทองที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม ส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนต้องการเดินทางมาเยี่ยมชมการแห่มังกรทอง นอกจากนี้การแห่มังกรทองและการเชิดสิงโตหรือการคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม เป็นกิจกรรมที่หาได้แค่ช่วงเทศกาลตรุษจีนเท่านั้น

“สิ่งที่เราให้ความสนใจน่าเป็นการเชิดสิงโต ซึ่งดูแล้วเรารู้สึกว่ายิ่งใหญ่ อลังการ น่าชวนติดตามทำให้เรารู้สึกชอบการเชิดสิงโตของจังหวัดนครสวรรค์มาก เพราะเวลาดูมันทำให้รู้สึกตื่นเต้น น่าสนุก เวลาเขาเชิดสิงโตกระโดดขึ้นลงจากที่ต่ำไปที่สูงลิบลิว”

(T4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2566)

“ไฮไลท์สำคัญก็น่าเป็นขบวนแห่กลางคืน คนไทยส่วนใหญ่ชอบแสง สี เสียงชอบยามวิกาล ตัวพื้ก็เหมือนกัน ถ้าตื่นตาตื่นใจคือ แสงสีเสียง วงโยธวาทิต รถขบวนนางฟ้า มีเพลง ก็ตื่นตาตื่นใจ มังกรทองก็มีการติดไฟ สิงโตก็มีไฟเล่นนู่นนี่ เราไม่ได้เสพขบวนอย่างเดียวแต่เราชิมชั้บบรรยากาศรอบๆ ด้วย เรามีความภาคภูมิใจมากที่บางปีเราเห็นประชาชนเยอะมาก ผู้เยี่ยมเยือนเยอะมากอาจเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีมันอาจตรงกับวันหยุดอาจเป็นองค์ประกอบหลายอย่างที่ผนวกกันทำให้มันดูสมบูรณ์แบบ”

(T14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2566)

“ประทับใจที่สุดเลยก็คือไฮไลท์สำคัญก็เป็นงานแห่กลางคืนก็เป็นมังกรแห่ละมันก็มีสีสัน มีการครึ่งเสามีการพ่นไฟแต่ได้ข่าวว่าปีนี้มีการเพิ่มเติม แต่จริงๆ ก็เพิ่มเติมขึ้นมาใหม่ทุกปี เมื่อก่อนตอนที่เป็นเด็กไม่มีอะไรมากมังกรก็พ่นขึ้นเสาก็เอาคนล่อลูกแก้วขึ้นอีกเสาหนึ่งแล้วก็จุดพู่ที่ปากมังกรก็เป็นมังกรพ่นไฟแต่ก็มีเพิ่มเสียง เพิ่มพู่ เพิ่มเอฟเฟ็คมากขึ้น ปัจจุบันก็เขาก็เอาผ้าเป็นปีผีเสื้อให้คนที่ล่อลูกแก้วให้เป็นผีเสื้อบินโฉบ ไปกับมังกรมันก็เป็นการเปลี่ยนรูปแบบเพื่อไม่ให้หน้าเบื่อที่เชื่อว่าทุกคนทุกปีถ้ามาดูแล้วมันเหมือนเดิมมันก็มีความจำเจแต่ถ้า

ชอบเป็นไฮไลท์ถ้าพูดถึงตรุษจีนมันก็ต้องเป็นสัตว์ตำนานเช่นมังกร สิงโตองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมไล่ระดับลงมา”

(T14, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2566)



ภาพ 38 การแสดงมังกรพ่นไฟ และการเชิดสิงโต

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่งเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

4.2 คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ที่รับรู้ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม

การแสดงภายในเทศกาลตรุษจีนตลอด 12 วัน 12 คืน เป็นการแสดงเชิงวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนกันในแต่ละวัน เนื่องจากการแสดงเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากชุมชนท้องถิ่น แต่เทศกาลตรุษจีนปีที่ 107 ได้นำวัฒนธรรมจากจังหวัดอื่นๆ เช่น ลำปาง ตาก สุโขทัย เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงครั้งนี้ เพื่อสร้างความน่าสนใจ ความตื่นเต้น ความแปลกใหม่ เป็นกระบอกเสียงในการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม ส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนรับรู้ถึงความแปลกใหม่ ตื่นใจ ตระการตาและต้องการมาเยี่ยมชมการแสดง ดังนั้นคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ จึงนำเทคโนโลยีแสง สี เสียง มาประกอบการแสดง เพื่อให้มีความตระการตา น่าสนใจมากขึ้น และเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้เยี่ยมเยือนต้องการที่เดินเข้าไปชมการแสดงนั้นๆ เพื่อผ่อนคลาย และเพลิดเพลิน ขณะเดียวกันผู้เยี่ยมเยือนที่ไม่สามารถเดินทางมาเยี่ยมชมการแสดงสามารถเข้าไปปรับชมการถ่ายทอดสดผ่านทางแอปพลิเคชันบุ๊ก (Facebook) ได้ ส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนรู้สึกถึงความสะดวกสบายในการเยี่ยมชมบรรยากาศเทศกาลตรุษจีน อีกทั้งกิจกรรมการแต่งหน้าแบบเอ็งกอร์เปิดโอกาสให้ผู้เยี่ยมเยือนได้มีประสบการณ์ร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น จากการวาดลวดลายบนใบหน้าตามตำนานของชาวจีนการวาดลวดลายแบบเดียวกันกับอาสาสมัครที่ทำการแสดงภายในขบวนแห่ทางวัฒนธรรม โดยนักวาดที่วาดประจำอยู่ใน

คณะเอ็งกอร์ การมีส่วนร่วมดังกล่าวทำให้ผู้เยี่ยมชมได้รับความแปลกใหม่ และร่วมส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรม

“ประสบการณ์ที่แปลกใหม่นำเป็นการได้ดูขบวนแห่มากกว่าเพราะทำให้อยากไป แต่ปีนี้ไม่ได้ไป ดูแต่ในออนไลน์ที่เป็นไลฟ์สดในเฟซบุ๊ก (Facebook) แทนเพราะปีนี้คนเยอะอาจเพราะมีการตั้งตาราร่วมด้วย ซึ่งการดูผ่านออนไลน์ก็สามารถเข้าถึงได้ง่ายไม่ยุ่งยาก”

(T8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“ไปบริเวณเวทีไปดูการแสดงต่างรู้สึกสนุกสนานจนทำให้เราได้เก็บรูปไปแบ่งปันประสบการณ์ผ่าน เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) โดยเฉพาะแสงสีเสียงทำให้เรามีความรู้สึกอยากเดินต่อไปเรื่อยๆ ไปดูว่าข้างหน้ามีอะไรทำให้รู้สึกตื่นเต้นว่าเราต้องเดินไปถึงไหนแบบกระตุ้นให้เรารีบไปดู”

(T12, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2566)



ภาพ 39 การถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook)

ที่มา: กรมวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต สืบสานงานประเพณี แห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

4.3 คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ที่รับรู้ผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน

เทศกาลตรุษจีน ครั้งที่ 107 นำเสนอตามแนวคิดรูปแบบการจัดเทศกาลตรุษจีนภายใต้ชื่อ “มังกรเบิกฟ้า บุปผาแบ่งบาน” ส่งผลให้แสง สี เสียง ต้องสร้างบรรยากาศให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการได้ให้ความร่วมมือ เพื่อให้กลายเป็นเทศกาลตรุษจีนที่ประสบความสำเร็จ การตกแต่งร้านค้า การตกแต่งรอบสถานที่จัดงานจึงประดับด้วยดอกไม้ตาม

วรรณกรรมจีน เต็งลิ่งสี่มิ่งคล รถที่ใช้ในขบวนแห่ประดับดอกไม้ และมังกรทองที่ใช้โชนสี่สั้ม สี่ชมพู สี่ เหลืองทอง ผู้ประกอบการมีการตกแต่งด้วยดอกไม้ระย้าที่ออกแบบบุธร้านค้าในลักษณะดอกไม้แบบ เทพนิยาย ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเกิดการเข้าไปถ่ายรูป เนื่องจากมีความสวยงาม มีสีสันสดใส ขณะเดียวกันศาลเจ้าชั่วคราวตกแต่งด้วยอักษรจีน ประดับศิลปะมังกรจีน และสัตว์มงคลตามความ เชื่อชาวจีน นอกจากนี้ของที่ระลึกภายในเทศกาลตรุษจีน ได้ออกแบบให้เชื่อมโยงกับเทศกาลตรุษจีน เช่นที่คาดผมสองเฮา พัดขนนก ชุดกิ๊เพ้า ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ แนวทางในการจัดเทศกาลตรุษจีนเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมเกิดการเข้ามาเที่ยว ชมเทศกาลตรุษจีน เพื่อต้องการเข้ามาเยี่ยมชมการตกแต่ง เพื่อรับรู้ถึงบรรยากาศเทศกาลตรุษจีนที่ แตกต่างไปจากปีก่อนหน้า นอกจากนี้สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนเป็นพื้นที่ติดกับต้นแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้บรรยากาศภายในเทศกาลตรุษจีนมีลมพัดอยู่ตลอดเวลา สร้างความปลอดภัย ร่มรื่น ผ่อน คลาย เพลิดเพลิน นอกจากนี้เวทีการแสดงใกล้ชิดกลับริมแม่น้ำเจ้าพระยาส่งผลให้บริเวณดังกล่าว มีอากาศสดชื่น ไม่แออัด สามารถใช้ระยะเวลาในการนั่งชมการแสดงได้นาน

“ที่ชอบที่สุดคิดว่าเป็นแนวคิดของงาน (Theme) ที่มีการจัดพื้นที่ให้เข้ากับแนวคิดของ งาน (Theme) ให้เราเข้าไปถ่ายรูปในแต่ละปี เช่น แนวคิดของงาน(Theme) เทศกาลตรุษจีน ปีที่แล้วมีการตกแต่งสวยงามมาก อย่างฉากจำลองบ้านจีนโบราณที่สร้างมาแสดงให้เห็นถึงความ เป็นวัฒนธรรมจีนและโคมไฟสีแดงของจีนหรือหุ่นโคมไฟที่จังหวัดนครสวรรค์ทำออกมาดีมาก ถึงเน้นให้ถ่ายรูปอย่างเดียว แต่มันก็รู้สึกว่ายาวมากและที่สำคัญคือการตกแต่งโคมไฟมีแค่ เฉพาะช่วงเทศกาลตรุษจีนเท่านั้นยังทำให้ตื่นตาตื่นใจเพราะไม่ได้ มีตลอดทั้งปีมีแค่ปีละครั้ง หนึ่ง”

(T3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2566)

“พื้นที่ที่มีการจัดตกแต่งสวยงาม มันชวนมองนะคะ เราก็ถ่ายรูปเก็บไว้เผื่อปีหน้าได้มาดู ว่ามีการเปลี่ยนไป ตรงไหน”

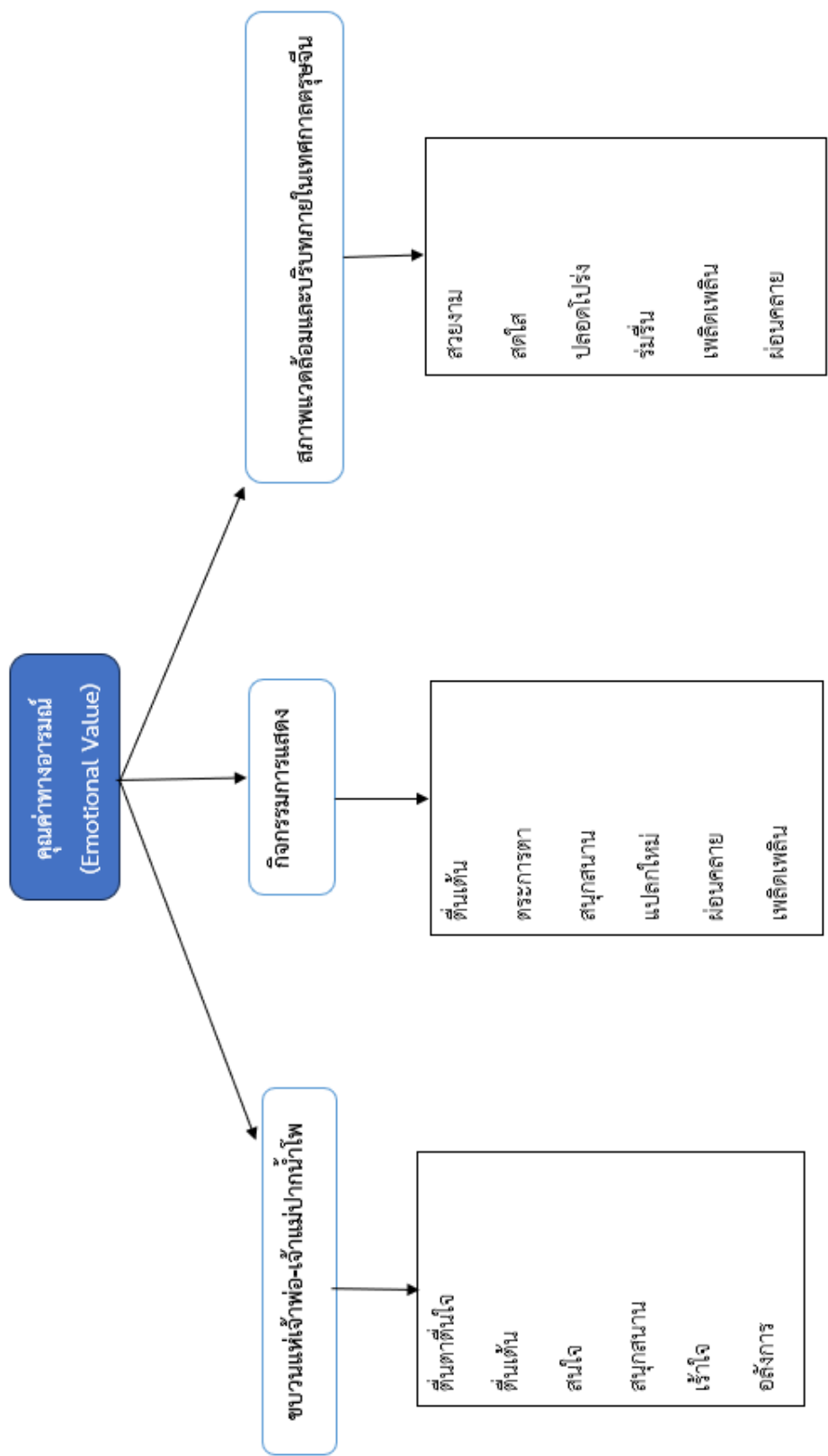
(T4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2566)

“ตัวอย่างที่เห็นชัดก็คือในเรื่องของรูปแบบการจัดเทศกาลตรุษจีน การแต่งกายคือ แผง
ความเป็นจีนหมดแล้วก็มี การตกแต่งใช้ดอกไม้หน้าเป็นโบตันคือความเป็นจีนเลย แม้กระทั่ง ใน
เรื่องการบริการเช่นของที่ระลึกที่เราได้เป็นพวงกุญแจ ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีเพราะ
ว่าต้องมีการใช้แฮชแท็ก #ตรุษจีนปากน้ำโพปี 107 และทำให้รู้ว่ามีเทศกาลตรุษจีน
มาแล้วถึง 107 ปี”

(T7, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2566)



ภาพ 40 การตกแต่งศาลเจ้าด้วยรูปศิลปะมังกรจีน และเต็งลั้ง
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย



ภาพ 41 ภาพความสัมผัสพันธุการรับรู้คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ของผู้เยี่ยมชม

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ถูกนำเสนอผ่านภูมิทัศน์ เทศกาล ได้แก่ 1. ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ นำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สื่อถึง วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม เช่น การแห่ฆ้องกรทอง การเชิดสิงโต ทำให้ผู้เยี่ยมชมเกิดการเข้าเยี่ยมชมการแสดงในทุกๆ ปี นอกจากนี้ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพเป็นแรงจูงใจให้ผู้เยี่ยมชมเกิดการเดินทางมาเทศกาลตรุษจีน เช่น การใช้แสงสี เสียง 2. กิจกรรมการแสดง มีการจัดขึ้นตลอด 12 วัน 12 คืน โดยคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ สร้างความน่าสนใจให้กับกิจกรรมจากการนำคนท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียงมาร่วมในการแสดงทางวัฒนธรรมให้มีความหลากหลาย และนำเทคโนโลยีแสง สี เสียงเข้ามาใช้ภายในการแสดงและอำนวยความสะดวกให้กับผู้เยี่ยมชมเยือนผ่านการถ่ายทอดสด หรือดูย้อนหลังได้ผ่านแอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก (Facebook) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไม่สะดวกเดินทางในช่วงที่มีเทศกาลตรุษจีน 3. สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีนสามารถสร้างแรงจูงใจของผู้เยี่ยมชมเยือนได้จากการรับรู้ถึงแนวคิดในการจัดเทศกาลตรุษจีนที่มีการประดับตกแต่งอย่างสวยงาม ประกอบกับบรรยากาศภายในเทศกาลตรุษจีนสามารถสื่อให้ผู้เยี่ยมชมเยือนรับรู้ถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและสามารถผ่อนคลาย เพลิดเพลินไปกับวิถีทัศนธรรมชาติ

5. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)

ผู้เยี่ยมชมเยือนรับรู้คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ต่อเมื่อผู้เยี่ยมชมเยือนอยู่ในสถานการณ์เฉพาะหน้าและเลือกสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ ก่อนการคำนึงถึงประโยชน์ในระยะยาว ผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถรับรู้คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ผ่านองค์ประกอบทั้ง 1 องค์ประกอบ ดังนี้

1. คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ที่รับรู้ผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน

เทศกาลตรุษจีนจัดอยู่ใจกลางเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดนครสวรรค์หลังจากการเที่ยวชมเทศกาลตรุษจีน เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์อยู่ใกล้ใกล้เคียงกับสถานที่จัดเทศกาลตรุษจีน เช่น พาสาน วัดนครสวรรค์ ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์ เจ้าแม่ทับทิม วัดจุฬามณี วัดวรนาถบรรพต ด้วยสถานที่จัดเทศกาลส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเยือนได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย เช่น ที่พัก รถขนส่งสาธารณะ ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถเลือกใช้บริการตามความ

พึงพอใจได้ ประกอบกับบริเวณเทศกาลตรุษจีนมีหน่วยงานภาครัฐ เช่น ตำรวจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เข้ามาให้ความร่วมมือในการบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ในขณะเดียวกันความแตกต่างของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ในประเด็นการแสดงที่หลากหลายตลอด 12 วัน 12 คืน มีการใช้แสง สี เสียงทำให้เกิดความสนุกสนาน ตระการตา มีการบริการด้านร้านอาหาร ร้านค้าต่างๆ ให้เลือกสรรมากกว่าเทศกาลตรุษจีนในพื้นที่อื่นหรืออำเภอใกล้เคียงมีอิทธิพลที่ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเยือนต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

“ได้ไปเที่ยววัดนครสวรรค์และร้านค้าเพ็ญในตัวเมือง เนื่องจากเดินทางสะดวกและใกล้”

(T8, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2566)

“ไปค่ะ ได้ไปที่บึงบอระเพ็ดก็ให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงด้วยอย่างวัดก็ไป”

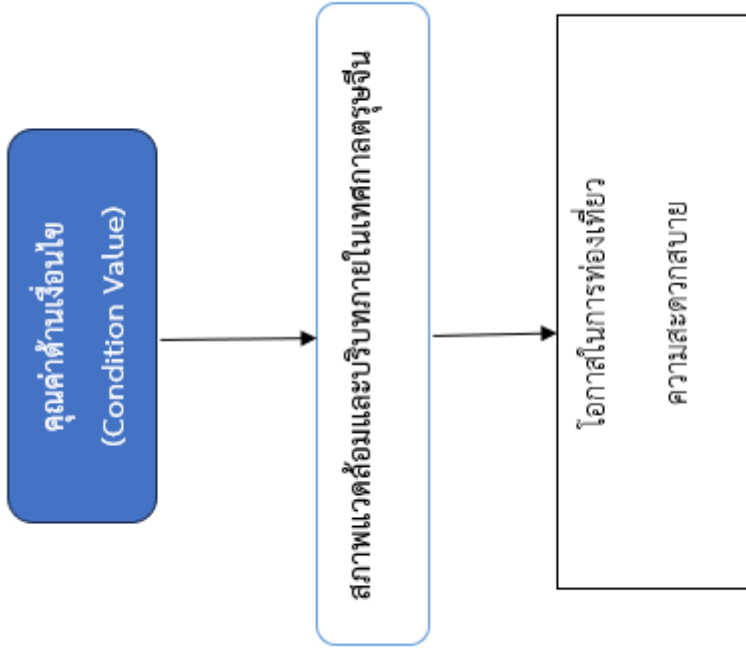
(T4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2566)

“เคยมีประสบการณ์เที่ยวเทศกาลตรุษจีนที่ชุมแสงค่ะ คิดว่าการจัดเทศกาลตรุษจีนมีการแตกต่าง กันเยอะเพราะที่ชุมแสงมีการจัดที่ไม่ใหญ่มากมีการจัดแค่บางจุดในพื้นที่ ซึ่งเทศกาลตรุษจีนของเรามีการจัดทั้งเมืองเลย”

(T1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2566)

“เคยไปช่วงตรุษจีนที่สุพรรณบุรีเขาจัดเป็นช้มนตรุษจีนเล็กๆ ก็คิดว่าสู้เราไม่ได้นะคิดว่า นครสวรรค์ เราใหญ่สุดแล้ว อาจเพราะเรามีคนจีนหลายกลุ่ม มีมังกร สิงโตแบบนี้ จังหวัดเราให้ความสำคัญกับมาก เช่น ผู้ว่าเขาก็เตรียมงานตั้งแต่เนิ่นๆ มีเชิญชวนประกาศโปรโมทสักพักนึงแล้ว จริงๆ เหมือนกับตรุษจีนปีนี้เสร็จแล้ว ก็เริ่มโปรโมทตรุษจีนปีหน้าสำหรับใน เฟสบุ๊ก (Facebook)”

(T13, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2566)



ภาพ 42 ภาพความสัมพันธ์การรับรู้คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ของผู้เยี่ยมชมเยือน

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value) ถูกนำเสนอผ่านสภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน ผู้เยี่ยมชมมีโอกาสไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากระยะทางที่มีความใกล้กับเทศกาลตรุษจีน ควบคู่กับการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก เทศกาลตรุษจีนมีการจัดขึ้นภายในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ บริเวณโดยรอบจึงมีร้านอาหาร ที่พัก รถขนส่งสาธารณะที่มีความหลากหลายให้ผู้เยี่ยมชมและเพียงพอต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชม รวมถึงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการแสดงอย่างยาวนานและมีพื้นที่ในการจัดการแสดงที่กว้างทำให้ผู้เยี่ยมชม มองว่าเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีความยิ่งใหญ่ และต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เยี่ยมชม (Visitor) โดยนำมาวิเคราะห์คุณค่าทางการท่องเที่ยวมีรายละเอียดดังนี้



ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกละเลย	ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual value)	<p>สิริมงคล</p> <p>ศรัทธา</p> <p>การอำนวยความสะดวก</p> <p>โชคลาภ/โชคดี</p> <p>ความศักดิ์สิทธิ์</p> <p>อิทธิฤทธิ์</p>	<p>ขบวนแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ</p>	<p>สิริมงคล</p> <p>ขอพร</p> <p>ศรัทธา</p> <p>ประทับใจ</p> <p>ชื่นชอบ</p> <p>โชคลาภ/โชคดี</p> <p>ความศักดิ์สิทธิ์</p>	<p>1. ขบวนแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพเสริมสร้างความเป็นสิริมงคลโดยการนำสิ่งมงคลมาไว้ในขบวน เช่นไข่ไก่(ธง) โข้ยโข้ย (อาวุธเจ้า) เทพเจ้าออก ลก ชิว มังกรทอง โดยขบวนแรกแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ เพื่อให้เทพเจ้าอวยพรแก่ผู้เยี่ยมชมเยือน รวมถึงการแจกกระดาษยันต์ ข้าวสารเสก นำมนต์ที่ผ่านการปลุกเสกอย่างเรียบร้อย</p> <p>2. ผู้เยี่ยมชมเอนเข้าไปทำบุญเพื่อไปรับนำมนต์และกระดาษยันต์ของแต่ละขบวนที่ถนัดนั่งเดินแจก และเข้าให้ความสนใจกับการแห่มังกร เพื่อขอพรดวงมั่งคั่ง เชื่อว่าทำให้สิริมงคล และขบวนเทพเจ้าออก ลก ชิว เพื่อจับคู่ก๊อ เชื่อว่าลูกก๊อช่วยเพิ่มพูนทรัพย์สิน</p>

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual value)	มังมี/รำรววย ปัดเป่าสิ่งไม่ดี สิริมงคล โชคกลาง/โชคดี	จังหวัดนครสวรรค์ ตำนานความเชื่อมังมี ทอง	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	1. มังมีการท่องเที่ยวมีการประดิษฐ์ไม่เหมือนกันในแต่ละปี เช่นปีที่ 107 มังมีการมีเกตุดีสีเข้มแทรกอยู่ ขณะที่ปีที่ 108 มังมีการมีลักษณะสีทองทั้งตัว 2. คณะมังมีการท่องเที่ยวเตรียมทบวนมังมีการให้แกผู้เยี่ยมชมไว้อยู่ก่อนแล้วส่งผลให้ขณะที่มีการขอทบวนมังมีการไม่แออัดและวุ่นวาย ผู้เยี่ยมชมไม่ต้องเสียเวลาไปตั้งด้วยตนเอง
	สิริมงคล ศรัทธา โชคกลาง/โชคดี การอำนวยความสะดวก ความศักดิ์สิทธิ์	การคัดเลือก คณะกรรมการจัดงาน ประเพณีแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ (ถ่านัง)		1. คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ต้องใส่ใจชุดสีแดง และให้บุคคลสำคัญ เช่นผู้ว่าราชการจังหวัด นายมส มาคมาคเงิน มาเสี่ยทนาย เพื่อเลือกคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ใหม่

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual value)	มังมี/รำววย สิริมงคล ศรัทธา การอำนวยพร โชคลาภ/โชคดี	จังหวัดนครสวรรค์ การตั้งโต๊ะรับเจ้า		<p>1. การตั้งโต๊ะรับเจ้าถูกตั้งขึ้นก่อนการขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพช่วงกลางคืน แต่จุดเทียนเมื่อขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพช่วงกลางวัน เพื่อแสดงให้เห็นคณะกรรมการส่งเสริมงานว่าสามารถอำนวยความสะดวกสบายหรือร้านค้านี้ด้วย เมื่อเสร็จสิ้นพิธีได้มีการจุดประทัดขอโชคลาภอีกครั้ง</p>
	สิริมงคล มังมี/รำววย โชคลาภ/โชคดี	ตั้ง		<p>1. ตั้งตั้งใช้สีมงคลในการตกแต่ง เช่น สีแดง สีเหลืองทอง ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมงานดำเนินการประดับตั้งสีแดงตลอดทั้งเดือนเพื่อเฉลิมฉลองปีใหม่เงินและสื่อถึงว่าในเดือนที่มีการตกแต่งเป็นเดือนที่จัดเทศกาลตรุษจีน</p>

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิภาคเทศกาลตรุษจีน	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual value)	ศรัทธา ความศักดิ์สิทธิ์	การประชาสัมพันธ์	สิริมงคล ขอพร ความศรัทธา โชคลาภ โชคดี ปัดเป่าสิ่งที่ไม่ดี	1. คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีนมากกว่า 100 ปี ความเชื่อของวัฒนธรรมท้องถิ่น
	สิริมงคล การอัญวยพร ศรัทธา โชคลาภ โชคดี ปัดเป่าสิ่งที่ไม่ดี	ศาลเจ้าชั่วคราว	สิริมงคล ขอพร ความศรัทธา โชคลาภ โชคดี ปัดเป่าสิ่งที่ไม่ดี	1. ศาลเจ้าชั่วคราวถูกประดับตกแต่งคล้ายคลึงกับศาลเจ้าหลักที่ใช้สีแดงในการจัดตั้งตกแต่งด้วยสีมงคล เช่น หงส์ มังกร หรือการใช้อักษรจีนแต่เจ้าหรือไต่ห่อล่าที่เขียนด้วยสีทอง เป็นคำมงคลและการสื่อถึงธรรมชาติตามเชื่อดีแต่

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกละเลย	ภูมิภาคที่ศึกษา	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual value)		จังหวัดนครสวรรค์	ผ่อนคลาย มั่นใจในชีวิต	1. คณะกรรมการส่งเสริมงานชาญญูเจิวเทพเจ้าทั้งหมต 6 เทพเจ้า เช่น พระโพธิสัตว์อโลเกเศศวร ไฉงเอียะ พระยูไล หมอคูเทวดา เพื่อเสริมดวงให้ครบทุกด้าน มีการจัดเดียมอุปกรณ์ เจ้าหน้าที่ประจำอยุ่บริเวณพิธีเปลี่ยนชะตาโดยเฉพาะ
คุณค่าการใช้งาน (Functional Value)	ความดั้งเดิม จุดเริ่มต้นขององค์ สมมุติเจ้าแม่กวนอิม การคงอยู่ขององค์ สมมุติเจ้าแม่กวนอิม การคงอยู่ของ วัฒนธรรมท้องถิ่น	พิธีเปลี่ยนชะตา	ต้นตอ สนุกสนาน แปลกใหม่ ประทับใจ ความเข้าใจในวัฒนธรรม ท้องถิ่น	1. การประชาสัมพนธ์ประวัติ ความเป็นมาของแต่ละขบวนโดยตลอดเส้นทางรอบตลาดปากน้ำโพมีการตั้งเวทีประชาสัมพนธ์เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเข้าในวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะขบวนสิงโต 5 ภาษา

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิภาคต้นนครสวรรค์	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าการใช้งาน (Functional Value)	การคงอยู่ของวิถีชีวิต การถ่ายทอดจุดเริ่มต้น เทศกาลตรุษจีน	สภาพแวดล้อมและบริบท ภายในเทศกาลตรุษจีน	สวย ต้นเต็น ตื่นตาตื่นใจ ศรัทธา แปลกใหม่ โศกโลก แรงจูงใจ การรับรู้จุดเริ่มต้น เทศกาลตรุษจีน	1. สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนเป็นพื้นที่ ยังคงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ เช่น ท่าเรือ ต้นแม่น้ำเจ้าพระยาที่ปัจจุบันยังคง มีการสัญจรทางเรือ สถาปัตยกรรมแบบจีน จากชุมชนจีนที่ยังคงมีครอบครัวจีนอาศัย อยู่ในปัจจุบัน ที่ยังมีการเปิดร้านขายยาจีน ร้านผ้าไหม ร้านทหารทหารจีน

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิภาคเทศกาลตรุษจีน	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าทางสังคม (Social Value)	การสร้างแรงดึงดูดใจ ปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม	จังหวัดนครสวรรค์ การประชาสัมพันธ์	การแบ่งปันประสบการณ์ ปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม การกลับถิ่นฐาน ภูมิใจ	1. คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ โดยการใช้แฮชแท็กที่แตกต่างในแต่ละปีเพื่อรวบรวมประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชมเป็นปีนั้น แต่มีแฮชแท็กหลักที่ต้องใส่ทุกปี #ประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ #pakhmophochinesenewyearfestival #ตรุษจีนปากน้ำโพ #ตรุษจีนนครสวรรค์
จุดเริ่มต้นการห่มก๊กร ทอง ความสามัคคี	จุดเริ่มต้นการห่มก๊กร ทอง ความสามัคคี	ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ		1. คณะกรรมการท่องเที่ยว – เจ้าแม่ปากน้ำโพ เป็นคณะมังกรทองแห่งแรกของประเทศไทย แต่มีการประชาสัมพันธ์ถึงต้นกำเนิดของคนมังกรทองน้อยกว่าการพัฒนาท่าทางการห่มก๊กรทอง

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าทางสังคม (Social Value)	การสร้างความรัก ตระหนักในวัฒนธรรม	บุคคลากร จังหวัดนครสวรรค์	เปิดใจเรียนรู้วัฒนธรรม ท้องถิ่น	1. คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เปิดรับ บุคลากรทุกช่วงอายุให้เข้ามามีส่วนร่วม ในการช่วยเหลือผู้เยี่ยมชม โดยพลัด เปลี่ยนกันตามศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ตลอดการจัดเทศกาลตรุษจีน
		สภาพแวดล้อมและบริบท ภายในเทศกาลตรุษจีน		1. คนท้องถิ่น บริเวณอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ส่วนใหญ่แสดงตลอด เทศกาลตรุษจีน โดยเฉพาะห้าง หน่วยงาน ภาครัฐ ในขณะที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ เอกชนคนท้องถิ่นทั่วไปไม่สนใจ เครื่องแต่งกายสีแดงด้วยตนเอง ทั้งนี้ บางร้านค้ามีการนำที่ฟ้าสีอื่นมาจำหน่าย แต่ผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่ยังคงเลือกซื้อที่ฟ้า สีแดงในการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิภาคเทศกาลตรุษจีน	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)	ประทับใจ สนุกสนาน สวยงาม แปลกตา ตื่นต้น ไม่จำเจ	จำนวนนักท่องเที่ยว-เจ้าแม่ปากน้ำโพ	ตื่นตาตื่นใจ ตื่นต้น สนใจ สนุกสนาน เข้าใจ อึ้งการ	1. ขบวนการใช้แสง สี ควณ ในการแสดงตลอดเส้นทาง นอกจากการอธิบายประวัติศาสตร์ในแต่ละขบวนการแสดง บริเวณเวทีที่จัดขึ้นตลอดเส้นทางแล้วในแต่ละขบวนการแสดงมีผู้ที่อธิบายถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของแต่ละขบวนการแสดง และเปิดในช่วงที่ไม่มีเวทีอธิบาย เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมตลอดเส้นทางเกิดความเข้าใจ และ ตัดแสงไฟให้มีการส่องเข้าแต่ละขบวนการแสดง เนื่องจากเส้นทาง การถ่ายรูปเจ้าพ่อ – เจ้าแม่ปากน้ำโพ ช่วงกลางคืนไม่ได้มีความสว่างมากนัก ซึ่งการใช้แสงสีเข้ามีส่วนร่วมทำให้ผู้เยี่ยมชมเย็นมีสีสันที่สดใสดึงดูดให้ผู้เยี่ยมชมตลอดจนจบการแสดง

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง	ภูมิภาคเทศกาลตรุษจีน	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)	สนุกสนาน	กิจกรรม/การแสดง	ตื่นตาตื่นใจ	1. การแสดงมีการสลับกับการแสดงดนตรีในแต่ละวันมีการแสดงอย่างน้อย 10 การแสดงที่ผสมผสานไปด้วยการแสดงจากจังหวัดข้างเคียงและการแสดงจากคนท้องถิ่นที่คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ได้ประสานงานกับโรงเรียน มหาวิทยาลัย ซึ่งการแสดงภายในเทศกาลตรุษจีนมีมากกว่า 100 รายการ
	ความตระการตา		สนุกสนาน	
	ตื่นตาตื่นใจ	สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน	แปลกใหม่	1. ภายในเทศกาลตรุษจีนตกแต่งด้วยดอกไม้และเตี๊ยะตั้งที่มีสีควบคู่กัน เช่น สีเหลือง สีแดง สีฟ้า สีแดง สีเขียว 2. พิธีเปลี่ยนขงตามีการบริการ 3 โต๊ะและเจ้าหน้าที่คอยดูแลตลอดพิธี
	ดึงดูดใจ		ผ่อนคลาย	
	สนุกสนาน	สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน	เพลิดเพลิน	1. ภายในเทศกาลตรุษจีนตกแต่งด้วยดอกไม้และเตี๊ยะตั้งที่มีสีควบคู่กัน เช่น สีเหลือง สีแดง สีฟ้า สีแดง สีเขียว 2. พิธีเปลี่ยนขงตามีการบริการ 3 โต๊ะและเจ้าหน้าที่คอยดูแลตลอดพิธี
	ความตระการตา		เพลิดเพลิน	
	ตื่นตาตื่นใจ	สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน	ปลอดภัย	1. ภายในเทศกาลตรุษจีนตกแต่งด้วยดอกไม้และเตี๊ยะตั้งที่มีสีควบคู่กัน เช่น สีเหลือง สีแดง สีฟ้า สีแดง สีเขียว 2. พิธีเปลี่ยนขงตามีการบริการ 3 โต๊ะและเจ้าหน้าที่คอยดูแลตลอดพิธี
	ดึงดูดใจ		ปลอดภัย	
	สนุกสนาน	สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน	ปลอดภัย	1. ภายในเทศกาลตรุษจีนตกแต่งด้วยดอกไม้และเตี๊ยะตั้งที่มีสีควบคู่กัน เช่น สีเหลือง สีแดง สีฟ้า สีแดง สีเขียว 2. พิธีเปลี่ยนขงตามีการบริการ 3 โต๊ะและเจ้าหน้าที่คอยดูแลตลอดพิธี
	ความตระการตา		ปลอดภัย	
	ตื่นตาตื่นใจ	สภาพแวดล้อมและบริบทภายในเทศกาลตรุษจีน	ปลอดภัย	1. ภายในเทศกาลตรุษจีนตกแต่งด้วยดอกไม้และเตี๊ยะตั้งที่มีสีควบคู่กัน เช่น สีเหลือง สีแดง สีฟ้า สีแดง สีเขียว 2. พิธีเปลี่ยนขงตามีการบริการ 3 โต๊ะและเจ้าหน้าที่คอยดูแลตลอดพิธี
	ดึงดูดใจ		ปลอดภัย	

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกละเลย	ภูมิภาคที่ศึกษา	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)	โอกาสในการท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย	ภูมิภาคตะวันออกและบริเวณภายในเทศกาลตรุษจีน	โอกาสในการท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย	1. แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนครสวรรค์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลักษณะวัดที่มีประวัติศาสตร์ เช่นวัดนครสวรรค์ วัดประจำจังหวัดที่ถูกสร้างขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 1972 วัดจุฬามณี ที่สร้างขึ้นมาตั้งแต่พ.ศ. 2533 สำหรับผู้ที่ยื่นขอรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครสวรรค์เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ รวมถึงการบริหารขนส่งสาธารณะที่สามารถเดินทางได้รอบตัวเมืองจังหวัดนครสวรรค์ เช่นรถสาธารณะสีขาวย ผ่านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น วัดนครสวรรค์ ตลาดปากน้ำโพ ศาลเจ้าหน้าผา

ตาราง 2 การเปรียบเทียบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ (ต่อ)

คุณค่าทางการท่องเที่ยว	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบ	ภูมิภาคเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์	คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้	การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)
คุณค่าด้านเงื่อนไข (Condition Value)				รสนิยมและวิถีชีวิตผ่านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น วัดวรนาถบรรพต รสนิยมและวิถีชีวิตผ่านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ต้นแม่น้ำเจ้าพระยา พาสาน

จากตารางพบว่า คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ผ่านมุมมองของผู้เยี่ยมชม (Visitor) ผ่านภูมิภาคพิเศษเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีความสัมพันธ์ ทั้งหมด 5 คุณค่า ดังนี้ คุณค่าจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ที่ผู้เยี่ยมชมรับรู้ ได้แก่ สิริมงคล การอำนวยการ โชคลาภโชคดี ความร่ำรวย การปิดเป่าสิ่งไม่ดี และศรัทธา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้ถึงคุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ของเทศกาลตรุษจีนตามคุณค่าที่คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ตั้งใจส่งมอบให้ โดยคุณค่าดังกล่าวถูกส่งผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และขบวนแห่อีก 13 ขบวน แต่ละขบวนมีการประกอบพิธีกรรมทางความเชื่อควบคู่กันไปตลอดเส้นทาง เช่น ขบวนร่างทรง (ม้าทรง) เทพเจ้ากวนอู ร่างทรงเทพเจ้ากวนอูที่ลงมาประทับผ่านการนั่งเก้าอี้บนตะปู การใช้มีดกรีดลิ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงการลงมาประทับของเทพเจ้ากวนอูที่ลงมาอวยพรแก่ผู้เยี่ยมชม รวมถึงการแจกจ่ายธูปหรือกระดาษยันต์ที่ถูกเขียนขึ้นจากร่างทรง (ม้าทรง) เทพเจ้ากวนอูให้แก่ประชาชนที่มาร่วมชมขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เพื่อเป็นของที่ระลึกมงคลที่ช่วยป้องกันสิ่งที่ไม่ดีและเพิ่มความเป็นสิริมงคล และการแจกจ่ายน้ำมันต์และข้าวสารเสกที่มาจากเกจิอาจารย์ชื่อดังของจังหวัดนครสวรรค์ กิจกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจ หรือความศักดิ์สิทธิ์ และความศักดิ์สิทธิ์นี้เองที่เป็นสิ่งเยียวยาทางจิตวิญญาณผู้คนที่เคารพกราบไหว้หรือมีความศรัทธา นอกจากนี้การจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราวเพื่อเป็นที่ประทับชั่วคราวของเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผาและศาลเจ้าพ่อเทพรักษ์-เจ้าแม่ทับทิมของจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเชื่อว่าเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผาและศาลเจ้าพ่อเทพรักษ์-เจ้าแม่ทับทิมมาสถิตที่ศาลเจ้าชั่วคราว เพื่ออวยพรผู้ที่มากราบไหว้ให้มีความเป็นสิริมงคล โชคลาภมาแก่ตนเอง และช่วยคุ้มครองผู้ที่เดินทางให้ถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย

คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) พบว่า มีความสอดคล้องกันระหว่างคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ส่งมอบและผู้เยี่ยมชมรับรู้คุณค่าผ่านการนำเสนอการคงอยู่ของวัฒนธรรมจีน 5 กลุ่มภาษา ที่ยังถูกอนุรักษ์และมีความชัดเจนที่สุดผ่านการเชิดสิงโตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มสมาคมชาวจีน 5 กลุ่มภาษา ได้แก่ 1. สิงโตกวางสีหรือสิงโตกวางตุ้ง (廣東) 2. เสือไหหลำ (海南) 3. สิงโตฮากกา (客家) 4. สิงโตปักกิ่ง (潮州) 5. สิงโตฮกเกี้ยน (福建) ในการเข้าร่วมแสดงการเชิดสิงโต โดยการเชิดสิงโตแต่ละกลุ่มถูกถ่ายทอดมาเฉพาะกลุ่มความเชื่อนั้นๆ เช่น การเชิดสิงโตฮกเกี้ยนมีท่าทางการเชิดที่ดูต้น เข้มแข็ง สิงโตมีการใช้โทนสีเข้ม สีเขียว แตกต่างกับ

การเชิดสิงโตปักกิ่ง การแสดงท่วงท่าที่สนุกสนาน ชวนหัวเราะ สิงโตมีการใช้สีเหลืองทองเป็นหลักและ แทรกสีแดงและสีเขียว นอกจากนี้สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนมีความเอื้ออำนวยในการเรียนรู้ จากการ รับฟังประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีนให้ผู้เยี่ยมชมได้รับรู้ถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่ เกิดขึ้นในอดีตจากการวิถีชีวิตริมน้ำของชุมชนท้องถิ่น สถาปัตยกรรม ร้านค้าชาวจีนที่ยังปรากฏอยู่ใน ปัจจุบัน

คุณค่าทางสังคม (Social Value) พบว่า คุณค่าที่ถูกรับรู้จากผู้เยี่ยมชม คือ การเกิด ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การกลับถิ่นฐานเพื่อมาเยี่ยมชมครอบครัวในช่วงเทศกาลตรุษจีนและการ แบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ มีความตั้งใจในการสร้างสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งดึงดูดใจผ่านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ รวมถึงการ จ้างผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ เช่น ดารา พิธีกร นางงามที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เพื่อเป็นอีกหนึ่งปัจจัย ที่ดึงดูดผู้เยี่ยมชมและกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม เช่น การร่วมสร้างแฮชแท็ก (Hashtag) เพื่อ เชิญชวนให้มาเที่ยวเทศกาลตรุษจีน การร่วมทำกิจกรรมกับครอบครัว ในขณะที่เดียวกันผู้เยี่ยมชม สามารถรับรู้คุณค่าได้จากสิ่งกระตุ้นที่เกิดขึ้นเห็นได้จากการแบ่งปันประสบการณ์ผ่าน แฮชแท็ก (Hashtag) โดยเฉพาะการลงรูปภาพสวมชุดกี่เพ้า ที่มีรูปแบบสีสันร่วมสมัยผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็น เครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของคนจีน และการแสดง ซึ่งมีมากกว่า 80 รายการ ตลอดระยะเวลา 12 วันของการจัดเทศกาล สร้างการมีส่วนร่วมโดยการคัดเลือกวัฒนธรรมท้องถิ่นจีน และวัฒนธรรม ท้องถิ่นอื่นๆ ในอำเภอข้างเคียงมาแสดงร่วมกัน ทั้งนี้กิจกรรมและการแสดงต้องเป็นไปตามแนวคิด หลักในการจัดเทศกาลตรุษจีน

คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) ถูกนำเสนอผ่านกิจกรรมและการแสดง แนวคิดใน การจัดงานที่เน้นความแปลกใหม่ในแต่ละปี จากการนำเสนอหนึ่งอัตลักษณ์จากอัตลักษณ์ของ วัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งหมดเป็นพื้นฐานในการจัดเทศกาลตรุษจีน สถานที่จัดงานมีความเชื่อมโยงกับ ประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครสวรรค์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและต้นกำเนิดของเทศกาลตรุษจีนและ ตกแต่งอย่างประณีตงดงาม การประดับประดาด้วยสิ่งของแบบจีนทำให้ช่วยสร้างบรรยากาศ วัฒนธรรมจีน เช่น เต็งลิ้ง สถาปัตยกรรมจีนจากชุมชนจีนโบราณที่ยังคงปรากฏอยู่ในปัจจุบัน รวมถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศโดยรอบเทศกาลมีความปลอดภัยโปร่งร่มรื่นและผ่อนคลาย เนื่องจากสถานที่จัดงานติดกับทิวทัศน์ธรรมชาติ เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา และขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ ปากน้ำโพที่สร้างความน่าตื่นตาตื่นใจ ความเพลิดเพลิน ความผ่อนคลาย ความสวยงาม และความ

สนุกสนาน จากการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน ซึ่งคุณค่าด้านอารมณ์เหล่านี้มีความสอดคล้องกันทั้งในฝั่งของผู้มีส่วนได้เสียและผู้เยี่ยมชม

คุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) มีความสอดคล้องกันระหว่างผู้ส่งมอบคุณค่าและผู้เยี่ยมชมคุณค่า ได้แก่ โอกาสในการได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดนครสวรรค์ พาสาน และความสะดวกสบาย เห็นได้จากการจัดเตรียมสถานที่จอดรถ ระบบขนส่งสาธารณะภายในเทศกาลตรุษจีนที่ให้บริการตลอดการจัดงานบริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการจากอาสาสมัครที่ผ่านการอบรมวัฒนธรรมท้องถิ่นจากคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เพื่อสื่อความหมายให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงความร่วมมือของตำรวจท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมแบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบดังนี้

1. เนื้อหา (Program Content)

ผลสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมพบว่าเนื้อหาที่นำมาใช้ภายในเทศกาลตรุษจีนเป็นเนื้อหาเชิงประวัติศาสตร์ที่เข้าใจได้ง่ายและไม่ซับซ้อนผ่านวิดีโอ สื่อดิจิทัลและการประชาสัมพันธ์ภายในเทศกาลเพื่อนำเสนอถึงความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีนและการผสมผสานวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมจีนที่ปรากฏขึ้นในจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ศาลเจ้าแม่หน้ำผา ศาลเจ้าเทพารักษ์และเจ้าแม่ทับทิมหรือศาลเจ้าพ่อแควใหญ่ สมาคมชาวจีนจังหวัดนครสวรรค์ นอกจากการประวัติศาสตร์ของเทศกาลตรุษจีนยังแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความเชื่อและความสามัคคี ตลอดจนการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ยังคงมีการสืบทอดผ่านเทศกาลตรุษจีน เห็นได้ว่าภายในงานเทศกาลตรุษจีนมีการประสานงานกับชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการเอกชนมาพัฒนาและนำเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นจุดดึงดูดความน่าสนใจของผู้เยี่ยมชม เช่น การเชิดสิงโต การแห่มังกรทอง องค์กรสมมุติเจ้าแม่กวนอิม โดยการแสดงแต่ละครั้งประชาสัมพันธ์ให้ถึงตำนานของแต่ละความเชื่อที่นำมาประยุกต์ใช้ในการแสดง รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ขบวนแห่ทางวัฒนธรรมช่วงกลางวันไม่มีการนำแสง สีมาประดับอยู่บริเวณสิงโต มังกรทองหรือบริเวณรถที่

นำมาใช้ในขบวนแห่ ในขณะเดียวกันขบวนแห่ทางวัฒนธรรมช่วงกลางคืนมีการนำแสง สี เสียงมาใช้ เพื่อสร้างความน่าดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวและเสริมสร้างสีสันให้กับขบวนทางวัฒนธรรมมากขึ้น และสร้างความแตกต่างจากเทศกาลตรุษจีนในพื้นที่อื่นๆ ได้ผ่านการคงอยู่ของการแสดงสิงโต 5 กลุ่ม ภาษา การแสดงตลอด 12 วัน 12 คืน การแห่มังกรทองแสดงช่วงเทศกาลตรุษจีนหรือเป็นเทศกาลที่ไม่ได้รับค่าตอบแทน เพื่อให้คงอยู่ถึงความเชื่ออันศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อว่ามังกรทองเป็นสัญลักษณ์ถึงความมั่งคั่งและโชคดี

2. บุคลากร (Staff)

เทศกาลตรุษจีนเกิดขึ้นได้จากการประสานความร่วมมือระหว่างมูลนิธิส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและคณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพรวมถึงหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการเอกชนที่ร่วมมือกันให้ความรู้ความเข้าใจและช่วยเหลือผู้เยี่ยมชม เนื่องจากบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมในเทศกาลตรุษจีนต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่ จังหวัดนครสวรรค์ เนื่องจากคนท้องถิ่นสามารถให้ข้อมูลเชิงวัฒนธรรม ความรวดเร็วในการประสานงาน และพื้นที่ได้อย่างถูกต้องในขณะเดียวกันสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ความเป็นมืออาชีพให้กับบุคลากร ซึ่งผู้ศึกษาได้เข้าไปสังเกตการณ์พบว่าผู้เยี่ยมชมได้เข้าไปสอบถามถึงวิธีเดินทางไปยังบริเวณที่มีการแสดง โดยบุคลากรสามารถตอบคำถามได้อย่างรวดเร็ว แฉ่งจุดการแสดงที่เข้าใจได้ง่ายทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถกระจายออกไปในพื้นที่อื่นตามที่ต้องการ อีกทั้งภายในเทศกาลตรุษจีนได้จัดตั้งป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับจุดการแสดง กำหนดการการแสดง พื้นที่โดยรอบเทศกาลตรุษจีนและประวัติศาสตร์ ทั้งนี้บุคลากรมีการแต่งตัวที่คล้ายคลึงกันผ่านการสวมใส่เสื้อจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ การแต่งกายมีความเหมาะสมกับเทศกาลตรุษจีน โดยมีการสวมกางเกงขายาว รองเท้าสุภาพ มีการมัดผมเรียบร้อย บุคลิกที่เป็นมิตรยิ้มแย้มและสุภาพ เพื่อให้มีความแตกต่างจากผู้เยี่ยมชม ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงบุคลากรได้ง่าย รวมถึงการแนะนำถึงความเชื่อที่มีต่อของที่ระลึกมงคลที่นำมาจำหน่ายภายในเทศกาลตรุษจีน เช่น การประชาสัมพันธ์ถึงขั้นตอนที่ผ่านการปลุกเสกจากเจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ และเกจิอาจารย์ชื่อดังภายในจังหวัดนครสวรรค์มาเรียบร้อยแล้ว การแนะนำความหมายของต้นส้ม เชื่อว่าต้นส้มส่งเสริมความเป็นสิริมงคล ความผาสุก

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility)

ผลการสังเกตการณ์พบว่า อาหารภายในเทศกาลตรุษจีนมีการพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการร้านค้า โดยเฉพาะที่เรียกว่า “โซนสวรรค์นักกิน” ทั้งนี้อาหารจากแต่ละผู้ประกอบการยังคงแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ขนมตาล ลูกชิ้นปลา โมจิ ที่เป็นที่รู้จักของผู้เยี่ยมเยือน ส่วนอาหารจีนมาจากภัตตาคารเก่าแก่ของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ภัตตาคารหงส์ฟ้าและภัตตาคารเล่งหงส์ ซึ่งคณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพได้คัดเลือกผู้ประกอบการด้านอาหารมากกว่า 100 ร้านค้า โดยตั้งอยู่ในบริเวณเส้นทางถนนอรรถกวี ตลอดเส้นทางหรือทำให้บริเวณร้านค้ามีความเพียงพอต่อผู้เยี่ยมเยือน ราคาอาหารสอดคล้องกับราคาอาหารในช่วงที่ไม่มีการจัดเทศกาลตรุษจีน คุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการขึ้นตรงกับผู้ประกอบการแต่ละร้านค้า ในด้านความคุ้มค่าอยู่ในลักษณะการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการแต่ละร้านค้าที่มีการจัดโปรโมชั่น ส่วนลดเพื่อดึงดูดใจผู้เยี่ยมเยือนให้เข้ามาเลือกซื้อ ทั้งนี้ของที่ระลึกมีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีนและเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ปี โดยเทศกาลตรุษจีน ปีที่ 107 อยู่ในรูปแบบเสื้อลายมังกรทองเอกลักษณ์ของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ และพิมพ์อักษรภาษาจีน **新年快樂** อ่านว่า ซินเหนียนไคว่ เล่อ แปลว่า สวัสดีวันปีใหม่จีน ด้านหน้าเขียนปากน้ำโพตามแบบฉบับจีน กระเป๋าที่มีลวดลายสิ่งโต 5 ภาษา กระเป๋าที่มีลายสกรีนเป็นสิ่งโต 5 กลุ่มภาษาและภาษาจีน **北欖坡五屬** หมายถึง Descendant of the Great Five การแสดงการเชิดสิ่งโตจาก 4 สิ่งโต และ 1 เสื้อ เปรียบเหมือนตัวแทนของชาวจีน 5 กลุ่มภาษา ในจังหวัดนครสวรรค์ซึ่งแตกต่างจากปีก่อนหน้าที่นำเสนอของที่ระลึกในรูปแบบของพวงกุญแจเทพเจ้าตามความเชื่อของวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นความแตกต่างนี้จึงสร้างความน่าสนใจ น่าดึงดูดใจให้กับผู้เยี่ยมเยือนได้เลือกซื้อของที่ระลึกกลับไปด้วย การบริการขนส่งสาธารณะทางคณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพได้มีการจัดเตรียมจุดขึ้นรถขนส่งสาธารณะไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอต่อผู้เยี่ยมเยือน เมื่อขนส่งสาธารณะคันก่อนหน้าออกเดินทางมีรถขนส่งสาธารณะคันต่อไปพร้อมให้บริการสม่ำเสมอตลอดจนจบงาน แต่การบริการห้องน้ำสำหรับผู้เยี่ยมเยือนยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากผู้เยี่ยมเยือนสามารถเข้าใช้บริการห้องน้ำได้จากร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า ในบริเวณที่มีการจัดเทศกาลตรุษจีนเท่านั้น ในขณะเดียวกัน บริเวณรอบๆเทศกาลตรุษจีนส่วนใหญ่เป็นชุมชนท้องถิ่นทำให้ผู้เยี่ยมเยือนใช้บริการห้องน้ำได้ยาก



ภาพ 43 ของที่ระลึกภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์
ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

4. ข้อมูล (Information)

เทศกาลตรุษจีนมีการให้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ อธิบายถึงความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีน ระยะเวลาในการจัดเทศกาลตรุษจีน โปสเตอร์ที่เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างในอดีตและในปัจจุบันของสถานที่สำคัญภายในจังหวัดนครสวรรค์ ป้ายสื่อความหมาย วัตถุประสงค์ แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์จุดการแสดง กำหนดการแสดงในแต่ละวัน โดยใช้ภาษาที่ง่ายต่อการอ่านและใช้เวลาไม่นาน และตั้งอยู่ในบริเวณที่ผู้เยี่ยมชมไปรวมตัวกันเช่นถนนวัฒนธรรม ร้านอาหาร เวทีการแสดง นอกจากนี้เทศกาลตรุษจีนมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเมื่อผู้เยี่ยมชมเดินทางไปเทศกาลตรุษจีนพบศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบแรกก่อนการแสดงอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ตำรวจท่องเที่ยวเข้ามาให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เทศกาลจังหวัดนครสวรรค์ผ่านแผ่นพับและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันยูทูป (YouTube) แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่าการพัฒนาเว็บไซต์ เนื่องจากช่องทางสื่อออนไลน์ผู้ติดตามมากกว่า 150,000 คน ซึ่งประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ก่อนการจัดงาน 1 – 2 เดือน โดยประชาสัมพันธ์กำหนดการจัดเทศกาลตรุษจีนกำหนดวันที่มีแห่ขบวนทางวัฒนธรรม และแนวคิดในการจัดเทศกาลตรุษจีน วิธีการคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม วิธีการคัดเลือกคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ อย่างไรก็ตามการออกแบบแผ่นพับโปสเตอร์ ป้ายสื่อความหมายต้องเป็นไปตามแนวคิดของเทศกาลตรุษจีน “มังกรเบิกฟ้า บุษผาแบ่งบาน” เห็นได้ว่าองค์ประกอบต่างมีการตกแต่งด้วยดอกไม้จีน และลวดลายมังกรทอง รวมถึงการ

ตกแต่งของร้านค้าที่เข้ามาค้าขายในเทศกาลตรุษจีนให้มีลักษณะเป็นแนวทางเดียวกันใน แต่ละบูธมีการตกแต่งด้วยดอกไม้จีนที่ให้ความรู้สึก สวยงาม ผ่อนคลาย และการตกแต่งด้วยโคมไฟจีนหรือเต็งลั้งที่ใช้หลากหลายสีแตกต่างจากปีอื่นๆ ที่เน้นการใช้โคมไฟสีแดงเท่านั้น



ภาพ 44 ป้ายสื่อความหมาย

ที่มา: ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ (2566)

5. สถานที่ (Location)

สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนมีความเหมาะสม เนื่องจากเป็นจุดที่มีความเชื่อมโยงกับทางประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของจังหวัดนครสวรรค์ บริเวณโดยรอบเป็นท่าจอดเรือต้นแม่น้ำเจ้าพระยา และบริเวณที่มีชุมชนจีน ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาที่นำมาใช้ภายในเทศกาลตรุษจีน โดนเฉพาะประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ผู้เยี่ยมเยือนสามารถเห็นถึงสภาพในอดีตได้อย่างชัดเจน เช่น การอพยพของชาวจีน ชุมชนชาวจีน สถาปัตยกรรมจีนที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้บริเวณที่จัดเทศกาลตรุษจีนตั้งอยู่บนถนน ริมน้ำเจ้าพระยาที่มีความกว้างและความยาวเพียงพอต่อเทศกาลตรุษจีนเป็นพื้นที่โปร่งอากาศถ่ายเทได้สะดวก และมีลมโกรกอยู่ตลอดบรรยากาศภายในเทศกาลตรุษจีนจึงสามารถสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้เยี่ยมเยือน นอกจากนี้ผู้เยี่ยมเยือนยังเห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น พาสานมาจากการรวมตัวกันขอแม่น้ำ 4 สายที่กลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา ศาลเจ้าเทพารักษ์และเจ้าแม่ทับทิม หรือศาลเจ้าพ่อแควใหญ่ถูกสร้างขึ้นมากกว่า 130 ปี ภายในเทศกาลตรุษจีนได้จัดเตรียมพื้นที่ที่มีความหลากหลาย เช่น 11 ถนนวัฒนธรรม 2. ศาลเจ้าชั่วคราว 3. โชนสวรรค์ของนักกิน 4. โชนจุดเซ็กอินถ้ายรูป



ภาพ 45 สถาปัตยกรรมจีน

ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย

6. สภาพแวดล้อม (environment)

เทศกาลตรุษจีนมีทิวทัศน์ที่เป็นธรรมชาติ และเห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่อยู่บริเวณริมน้ำ คณะกรรมการจัดงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพพัฒนาเวทีการแสดงให้อยู่ในลงบริเวณหาดทรายที่มีความใกล้ชิดกับแม่น้ำเจ้าพระยามากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลงไปชมการแสดงใกล้ชิดกับทิวทัศน์ธรรมชาติ เพื่อสร้างความผ่อนคลาย เพลิดเพลินพร้อมสนุกสนานกับการแสดง นอกจากนี้ภายในเทศกาลตรุษจีนยังให้ความสำคัญกับการรักษาสุขอนามัยโดยการเตรียมถังขยะกระจายอยู่รอบบริเวณการจัดงาน โดยเฉพาะพื้นที่ที่สามารถนั่งรับประทานอาหารได้มีความเพียงพอต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชม นอกจากนี้ในแต่ละวันได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยทำความสะอาดเก็บขยะบริเวณที่มีการจัดงานรวมถึงในช่วงที่มีการแห่ขบวนทางวัฒนธรรมท้ายสุดของขบวนมีรถจากหน่วยงานภาครัฐมาเก็บขยะและเจ้าหน้าที่ช่วยรักษาความสะอาดเก็บกวาดตลอดเส้นทางทำให้บริเวณที่มีขบวนแห่ยังคงสะอาดถูกสุขอนามัย ไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชนอื่นๆ ในขณะเดียวกัน การบริการในบางองค์ประกอบยังไม่เพียงพอต่อผู้เยี่ยมชม เช่น การบริการพื้นที่จอดรถ เนื่องจากเทศกาลตรุษจีนอยู่ในบริเวณใจกลางเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ติดกับริมแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้พื้นที่ในการจอดรถมีอยู่อย่างจำกัด อย่างไรก็ตามทางคณะกรรมการจัดงานประเพณีแม่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพมีการประสานงานจัดเตรียมพื้นที่อื่นๆ ให้กับผู้เยี่ยมชมมีการบริการรถขนส่งจากบริเวณจอดรถมายังเทศกาลตรุษจีน เพื่อความสะดวกในการเดินทางและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เยี่ยมชม

7. กิจกรรมความบันเทิง (Entertainment)

กิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีนเป็นกิจกรรมที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะเวทีการแสดงที่มีมากกว่า 100 รายการ โดยกำหนดการแต่ละวันมีการแสดงที่แตกต่างกันแต่ต้องสอดแทรกการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างน้อย 1 รายการ เช่น การแห่มังกร การรำจีน การละเล่นเครื่องดนตรีโบราณที่น่าเสนอโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาสร้างความน่าสนใจและสีสันในการแสดง เช่น แสง สี เสียง คิวบ์ เลเซอร์ ที่สามารถส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้เยี่ยมชมให้รู้สึกสนุกสนานและมีส่วนร่วม เช่น การแสดงดนตรีลูกทุ่ง ดนตรีสมัยใหม่และดนตรีสากล หรือการแสดงจากนักร้องที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันมาร่วมสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้เยี่ยมชม ทั้งนี้กิจกรรมอื่นๆ เช่น เกล็ดมังกรแก๊ซ ด้ายแดงแห่งจันทรา กิจกรรมการแต่งหน้าเอ็งกอร์ กิจกรรมจุดเซ่คอินตลอดผ่านระบบ AR (Augmented Reality) ตามจุดสำคัญภายในเทศกาลตรุษจีน เช่น บริเวณศาลเจ้าชิวคราว ถนนวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและยังเห็นถึงความร่วมมือร่วมใจจากการแสดงที่ประสานงานจากชุมชนท้องถิ่นนอกเหนือจากอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ยังมีอำเภอใกล้เคียง จังหวัดใกล้เคียง เช่น ลำปาง สุโขทัย เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดง เพื่อเทศกาลตรุษจีนเป็นอีกหนึ่งสื่อกลางที่ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม ดังนั้นการแสดงจึงมีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่มาจากผู้ประกอบการภาคเอกชน เช่น กิจกรรมการหมุนวงล้อ กิจกรรมปาโป่ง เพื่อลุ้นรับของที่ระลึก กิจกรรมการถ่ายรูป ทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกต้องการกลับไปท่องเที่ยวอีกในวันถัดไปและเป็นกิจกรรมที่สามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมชมได้ทุกวัย

ดังนั้นผลการวิเคราะห์แบบสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมสามารถเห็นได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบของภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เทศกาลตรุษจีนยังคงมีการสืบทอดอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการวิเคราะห์ให้เห็นถึงเนื้อหาที่นำมาใช้ในเทศกาลตรุษจีนต้องมีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ถูกสืบทอดมาตั้งแต่อดีต การจัดเตรียมบุคลากร กิจกรรมต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับผู้เยี่ยมชมที่เข้ามาเยี่ยมชม ทั้งนี้สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงปัญหาที่ต้องมีการแก้ไขในอนาคต เนื่องจากในบางประเด็นยังมีการตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมชมได้อย่างไม่ครบถ้วน ซึ่งการนำภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีนมาเป็นกรอบในการศึกษาทำให้ชุมชนได้เข้าใจถึงบริเวณที่ต้องมีการแก้ไขและองค์ประกอบที่ต้องมีความสนับสนุนให้มีความเข้มแข็งและนำเสนอให้เป็นจุดแข็งของเทศกาลตรุษจีนต่อไป เพื่อพัฒนาประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้เยี่ยมชมให้ต้องการที่กลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

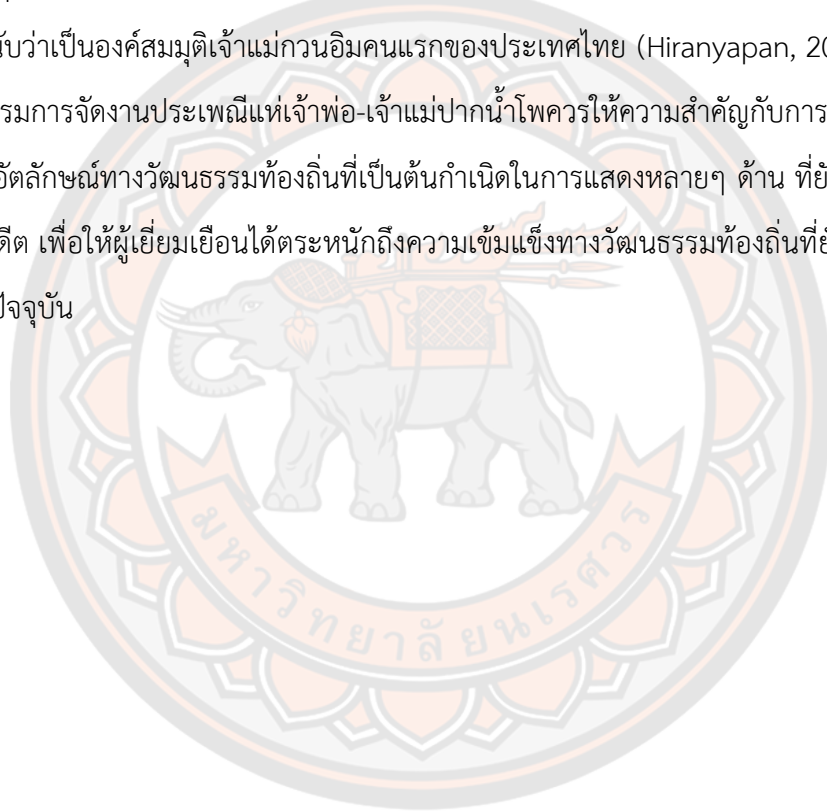
แนวทางการพัฒนาเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

จากการศึกษาพบว่า คุณค่าการท่องเที่ยวที่ถูกส่งมอบและการรับรู้คุณค่ามีความสอดคล้องกัน 5 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) และคุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) แต่ในขณะเดียวกันเทศกาลตรุษจีนยังแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของแต่ละคุณค่าการท่องเที่ยวที่ผู้จัดงานไม่ได้ถูกหยิบยกมานำเสนอให้เห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้สังเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. เพิ่มความตระหนักรู้คุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลด้านกิจกรรมและการแสดง จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถรับรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น 5 ภาษาผ่านการเชิดสิงโต ความแตกต่างของลักษณะสิงโตและท่วงท่าในการเชิดสิงโตที่แตกต่างกัน นอกจากนี้คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพยังมีการนำเสนอคติธรรม ความเชื่อของชาวจีน 5 กลุ่มภาษา นำเสนอผ่านความศรัทธาต่อองค์เทพเจ้า เช่น ชาวจีนไหหลำมีความเชื่อต่อองค์เจ้าแม่ทับทิม ชาวจีนฮากกามีความศรัทธาต่อเทพเจ้ากวนอู ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมเยือนเกิดการเรียนรู้ในเอกลักษณ์วัฒนธรรมจีนมากขึ้น ในขณะเดียวกันผู้จัดได้นำเสนอวัฒนธรรมภาษาผ่านตัวอักษรจีนที่อยู่รอบบริเวณศาลเจ้าชั่วคราว โดยมีการจัดเตรียมอาสาสมัครมาอธิบายถึงความหมายของอักษรจีนที่นำมาตกแต่งไว้ภายในศาลเจ้าชั่วคราว เช่น 國泰民安 แปลว่า แผ่นดินร่มเย็นเป็นสุข หรือการจัดตั้งนิทรรศการอธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญภายในเทศกาลตรุษจีน เช่น ภายในเทศกาลตรุษจีนมีการจัดตั้งโรงจี่ว 3 คณะ โดยสองโรง เป็นการแสดงจี่วแต่จี่ว และอีกหนึ่งโรงเป็นการแสดงจี่วไหหลำ (คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ, ม.ป.ป, น. 86) ซึ่งการแสดงจี่วของชาวจีนแต่ละกลุ่มมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ผู้จัดฯ ควรมีการสื่อความหมายถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเหล่านี้ ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เป็นประโยชน์ต่อผู้เยี่ยมชมเยือนและทำให้เกิดคุณค่าด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอีกด้วย

2. นำเสนอแก่นสาระของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ จากการศึกษพบว่า คุณค่าทางสังคม (Social Value) ในประเด็นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ผู้เยี่ยมชมเยือนได้มีการแบ่งปันประสบการณ์บนสื่อออนไลน์ เช่น การโพสต์ภาพถ่าย การร่วมกิจกรรม การสวมใส่ชุดกี่เพ้า อย่างไรก็ตามพบว่า มีคุณค่าอีกหลายประการที่ยังไม่ได้ถูกหยิบยกมานำเสนอในงาน เช่น จังหวัดนครสวรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของการแห่มังกรทอง โดยมีคณะมังกรแห่งแรกของประเทศไทย ชื่อ “คณะมังกรทองเจ้า

พ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ” ลักษณะการแห่มังกรมาจากการประสานความร่วมมือกับ แข่งजूย แซ่ลี้ม เข้ามาฝึกสอนท่าทางการแห่มังกรที่น่าศิลปะ การต่อสู้แบบกังฟูเข้าร่วมในการแห่มังกรทอง รวมถึงวิธีการประดิษฐ์หัวมังกรทองที่ใช้ในการแห่มังกรอ้างอิงตามตำนานความเชื่อของชาวจีนและนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรุ่งเรือง ความอุดมสมบูรณ์ ความมีอำนาจ เพื่อใช้แทนการอวยพรผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมการแสดง (คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ, ม.ป.ป, น.31-36) นอกจากนี้ ยังมีการคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิม ที่มีความเก่าแก่และคงไว้ซึ่งพิธีกรรมการคัดเลือกองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมที่ศักดิ์สิทธิ์ มีการคัดเลือกผ่านพิธีเสี่ยงทาย (ปั่วะปวย) เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2494 นับว่าเป็นองค์สมมุติเจ้าแม่กวนอิมคนแรกแห่งประเทศไทย (Hiranyapan, 2020, p.71) ดังนั้น คณะกรรมการจัดงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอถึงการคงอยู่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นต้นกำเนิดในการแสดงหลายๆ ด้าน ที่ยังคงถูกสืบทอดมาตั้งแต่อดีต เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเยือนได้ตระหนักถึงความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ยังคงปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน



บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีจุดประสงค์การวิจัยเพื่อ 1. เพื่อศึกษาการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีนจากมุมมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดนครสวรรค์ 2. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือน ที่เข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ 3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนางานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ศึกษานำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดนครสวรรค์

ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้มีส่วนร่วมในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน ประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 17 คน แบ่งเป็นเพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 10 คน เพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 46 - 60 ปี จำนวน 4 คน เพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 2 คน และเพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 1 คน มีเชื้อสายไทยจำนวน 14 คน และมีบทบาทเป็นคณะกรรมการส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพจำนวน 11 คน โดยมีการดำรงตำแหน่งวาระละ 1 ปี ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการจัดเทศกาลตรุษจีนมาก่อน 1 - 5 ครั้ง จำนวน 8 คน และมีประสบการณ์ในการจัดเทศกาลตรุษจีนมากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 8 คน

2. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมเยือน (Visitor)

ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้เยี่ยมเยือนเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบไปด้วย ผู้เยี่ยมเยือน จำนวน 14 คน แบ่งเป็นเพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 8 คน เพศหญิงที่มีอายุ อยู่ในช่วง 46 - 60 ปี จำนวน 3 คน เพศหญิงที่มีอายุอยู่ในช่วง 61 - 70 ปี จำนวน 1 คน เพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 45 ปี จำนวน 1 คน เพศชายที่มีอายุอยู่ในช่วง 46 - 60 ปี จำนวน 1 คน มีเชื้อสายไทย จำนวน 12 คน และมีเชื้อสายจีน จำนวน 2 คน โดยผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้าเทศกาลตรุษจีนมาแล้ว 1 - 5 ครั้ง จำนวน 9 คน และผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้าเทศกาล

ตรุษจีนในทุกๆ ปี จำนวน 5 คน และผู้ที่มีประสบการณ์ในการเข้าเทศกาลตรุษจีนใช้ระยะเวลาในการเที่ยวเทศกาลตรุษจีนจำนวน 1 - 5 ชั่วโมงต่อวัน

3. ผลการศึกษาคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ถูกละเลยจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ผ่านมุมมองของผู้เยี่ยมชม (Visitor) ผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีความสัมพันธ์ทั้งหมด 5 คุณค่า ดังนี้ คุณค่าจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ที่ผู้เยี่ยมชมรับรู้ ได้แก่ สิริมงคล การอำนวยการ โชคลาภโชคดี ความร่ำรวย การปิดเป่าสิ่งไม่ดี และศรัทธา ซึ่งผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้ถึงคุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ของเทศกาลตรุษจีนตามคุณค่าที่คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ตั้งใจส่งมอบให้ ผ่านขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ที่แต่ละขบวนมีการประกอบพิธีกรรมทางความเชื่อควบคู่กันไปตลอดเส้นทาง เช่น ขบวนร่างทรง (ม้าทรง) เทพเจ้ากวนอูที่ลงมาประทับผ่านการนั่งเก้าอี้บนตะปูการใช้มีดกรีดลิ้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงการลงมาประทับของเทพเจ้ากวนอูที่ลงมาอวยพรแก่ผู้เยี่ยมชม รวมถึงการแจกจ่ายฮู้หรือกระดาษยันต์ น้ำมันต์และข้าวสารเสกให้แก่ประชาชน เพื่อป้องกันสิ่งที่ไม่ดีและเพิ่มความสิริมงคล ซึ่งพิธีกรรมดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจหรือความศักดิ์สิทธิ์ที่ช่วยเยียวยาจิตวิญญาณของผู้เยี่ยมชมที่มาเคารพกราบไหว้นอกจากนี้การจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราว 2 ศาลเจ้า เพื่อเป็นที่ประทับชั่วคราวของเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผาและศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิมของจังหวัดนครสวรรค์ โดยเชื่อว่าเจ้าพ่อ-เจ้าแม่หน้าผาและศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์-เจ้าแม่ทับทิมมาสถิตที่ศาลเจ้าชั่วคราวเพื่อคุ้มครอง อวยพร ผู้เยี่ยมชมที่มากราบไหว้ให้มีความเป็นสิริมงคล โชคลาภมาแก่ตนเองและช่วยคุ้มครองผู้ที่เดินทางให้ถึงจุดหมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย

คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) พบว่า มีความสอดคล้องกันระหว่างคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ ในการส่งมอบและผู้เยี่ยมชมรับรู้คุณค่าผ่านการนำเสนอการคงอยู่ของวัฒนธรรมจีน 5 กลุ่มภาษา ที่ยังถูกอนุรักษ์และชัดเจนที่สุดผ่านการเชิดสิงโตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มสมาคมชาวจีน 5 กลุ่มภาษา ซึ่งการเชิดสิงโตแต่ละกลุ่มถูกถ่ายทอดมาเฉพาะกลุ่มความเชื่อนั้นๆ เช่น การเชิดสิงโตฮกเกี้ยนมีท่าทางการเชิดที่ดูเด่น เข้มแข็ง สิงโต มีการใช้โทนสีเข้ม สีเขียว แตกต่างกับการเชิดสิงโตปักกิ่ง การแสดงท่วงท่าที่สนุกสนาน มีการใช้สีเหลืองทองเป็นหลักและแทรกสีแดงและสีเขียว ทั้งนี้สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมชมเกิดการเรียนรู้ จากการรับฟังประวัติ

ศาสตร์ของเทศกาลตรุษจีน และวิถีชีวิตริมน้ำของชุมชนท้องถิ่น สถาปัตยกรรม ร้านค้าชาวจีนที่ยังปรากฏอยู่ในปัจจุบัน

คุณค่าทางสังคม (Social Value) พบว่า คุณค่าที่ถูกรับรู้จากผู้เยี่ยมชมมากที่สุด คือ การเกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการกลับถิ่นฐาน เพื่อมาเยี่ยมชมเยือนครอบครัวในช่วงเทศกาลตรุษจีน และการแบ่งปันประสบการณ์ การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่คณะกรรมการส่งเสริมงานฯ มีความตั้งใจในการสร้างสิ่งดึงดูดใจผ่านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ และการจ้างผู้มีอิทธิพลในสื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เพื่อเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ดึงดูดผู้เยี่ยมชม รวมถึงการพัฒนากิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม เช่น การร่วมสร้างแฮชแท็ก (Hashtag) เพื่อเชิญชวนให้มาเยี่ยมชมเยือนเทศกาลตรุษจีน และการร่วมทำกิจกรรมกับครอบครัว เช่น การเยี่ยมชมการแสดงทางวัฒนธรรม

คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value) มีความสอดคล้องกันระหว่างผู้ส่งมอบคุณค่าและผู้เยี่ยมชม ซึ่งคุณค่าถูกนำเสนอผ่านหลายองค์ประกอบ ดังนี้ 1. กิจกรรมและการแสดงถูกสร้างสรรค์ร่วมกับแนวคิดในการจัดเทศกาลตรุษจีน โดยเน้นความแปลกใหม่ในแต่ละปีและจัดเตรียมหนึ่งอัตลักษณ์ จากอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งหมดเป็นพื้นฐานในการจัดเทศกาลตรุษจีน 2. สถานที่จัดเทศกาลตรุษจีนมีความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครสวรรค์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและต้นกำเนิดของเทศกาลตรุษจีน ภายในเทศกาลตรุษจีนได้ตกแต่งอย่างประณีตงดงาม การประดับประดาด้วยศิลปะจีนทำให้ช่วยสร้างบรรยากาศวัฒนธรรมจีน เช่น เต็งลิ้ง สถาปัตยกรรมจีนที่ยังคงปรากฏในปัจจุบัน 3. บรรยากาศโดยรอบเทศกาลตรุษจีนมีความปลอดภัย ร่มรื่น และผ่อนคลาย เนื่องจากสถานที่จัดงานติดกับทิวทัศน์ธรรมชาติ 4. ขบวนแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพสามารถสร้างความน่าตื่นตา ตื่นใจ ความเพลิดเพลิน ความผ่อนคลาย ความสวยงาม และความสนุกสนาน

คุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) มีความสอดคล้องกันระหว่างผู้ส่งมอบคุณค่าและผู้เยี่ยมชมคุณค่า ได้แก่ โอกาสในการได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดนครสวรรค์ พาสาน และความสะดวกสบาย เห็นได้จากการจัดเตรียมสถานที่จอดรถ ระบบขนส่งสาธารณะภายในเทศกาลตรุษจีนที่ให้บริการตลอดการจัดเทศกาลตรุษจีน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การบริการจากอาสาสมัครที่ผ่านการอบรมวัฒนธรรมท้องถิ่นจากคณะกรรมการส่งเสริมงานฯ เพื่อสื่อความหมายให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าที่ส่งมอบโดยผู้มีส่วนเสียและคุณค่าที่ถูกรับรู้โดยผู้เยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีนมีความสอดคล้องกันในทุกคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) และคุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) เนื่องจากผู้จัดงานพัฒนาเทศกาลตรุษจีนในทุกปี โดยมีการเก็บรวบรวมความคิดเห็นของผู้เยี่ยมชมที่แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อนำมาวางแผนให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมชม ในขณะที่เดียวกันผู้จัดงานมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์บนแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) ถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถเข้าถึงผู้เยี่ยมชมได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจง่าย และด้วยความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนที่มีการแบ่งปันข้อมูลในหน้าเพจของหน่วยงาน ซึ่งเป็นการกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มผู้เยี่ยมชมได้กว้างมากขึ้น ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงบรรยากาศประวัติศาสตร์ ประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชมของผู้เยี่ยมชมท่านอื่นๆ ผ่านแฮชแท็ก (Hashtag) ที่ผู้จัดงานมีการจัดทำขึ้น เช่น #ประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ #paknamphochinesenewyearfestival #ตรุษจีนปากน้ำโพ#ตรุษจีนนครสวรรค์ และมีการจัดเตรียมป้ายสื่อความหมาย วิดีโอ แผ่นพับที่มีความน่าสนใจตามแนวคิด (Theme) การจัดเทศกาลตรุษจีน แต่ยังคงความเป็นเนื้อหาที่สำคัญของอัตลักษณ์เทศกาลตรุษจีน ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีการเปลี่ยนแปลงจากในอดีต โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการจัดงาน การใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านผู้มีอิทธิพลในสื่อหรือการใช้ช่องทางสื่อสารแบบออนไลน์ เป็นเพียงการปรับเปลี่ยนตามบริบทของสังคมปัจจุบัน ซึ่งหากคุณค่าหลักของเทศกาลยังคงอยู่ทำให้ส่งต่อความดีแท้จากอดีตสู่ปัจจุบันได้ ดังเช่นเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ที่มีการจัดงานสืบต่อกันมาถึง 107 ปี Chen, King, and Suntikul (2019) กล่าวว่า การออกแบบภูมิทัศน์เทศกาลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้เยี่ยมชม เทศกาลเนื่องจากภูมิทัศน์เทศกาลมีอิทธิพลอย่างมากต่อประสบการณ์ทางอารมณ์ของผู้เยี่ยมชม เช่น ความพึงพอใจ ความถูกต้อง คุณภาพ คุณค่าความภักดีต่อเทศกาล และความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวเทศกาลอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ Mason and Paggiaro (as cited in Chen, King, & Suntikul, 2019) ที่กล่าวว่า ภูมิทัศน์เทศกาลเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมมีความตั้งใจที่เข้าร่วมกิจกรรมทาง

วัฒนธรรม เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและสามารถแบ่งปันประสบการณ์กับผู้อื่นได้มากขึ้น นอกเหนือจากการแบ่งปันผ่านรูปถ่าย หรือบรรยากาศของเทศกาลเท่านั้น รวมถึงภูมิทัศน์เทศกาลเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เทศกาลมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ และส่งเสริมให้ผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถจดจำเทศกาลได้ ถึงแม้ว่าเทศกาลมีความคล้ายคลึงกันในหลายพื้นที่ ดังนั้นการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยว โดยใช้ภูมิทัศน์เทศกาลมาจัดเตรียมองค์ประกอบ เช่น สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ป้าย สัญลักษณ์ การจัดแสง ความสวยงามต่างๆ เป็นสื่อกลางที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถตระหนักถึงคุณค่าของเทศกาลตรุษจีนโดยเฉพาะคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ที่ผู้เยี่ยมชมเยือนรับรู้ถึงความสนุกสนาน สวยงาม และความเพลิดเพลิน

1. คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้จากเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

ผลศึกษาชี้ให้เห็นว่า คุณค่าหลักในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ยังคงสืบทอดจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์พบว่า คุณค่าทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) คุณค่าทางสังคม (Social Value) คุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) และคุณค่าด้านเงื่อนไข (Conditional Value) นั้น ยังคงถูกส่งเสริมและส่งมอบภายในสังคมปากน้ำโพจากรุ่นสู่รุ่น กล่าวคือ คุณค่าด้านจิตวิญญาณ (Spiritual Value) ถูกส่งผ่านความเคารพ ความกตัญญูต่อเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและบรรพบุรุษตามความเชื่อที่ว่าเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพและบรรพบุรุษเป็นพลังอำนาจที่คอยปกป้องดูแลคุ้มครองชาวบ้านให้แคล้วคลาดปลอดภัย ดังนั้นการจัดเทศกาลตรุษจีนเกิดจากความรู้สึกกตัญญูต่อเทพเจ้าและบรรพบุรุษ (Dinfa, 2014, p. 53) ส่งผลให้ผู้จัดสืบทอดความเชื่อจากการจัดตั้งศาลเจ้าชั่วคราวและการบูรณะเกี่ยวกับใช้แห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และดำเนินการตามพิธีกรรมที่ถูกบันทึกไว้ตั้งแต่อดีต ในขณะเดียวกันการจัดเทศกาลตรุษจีนยังคงมีความเชื่อมโยงกับคุณค่าทางสังคม (Social Value) เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและมีความต้องการที่มีส่วนร่วม เผยแพร่ความเชื่อ ประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้แก่ผู้เยี่ยมชมเยือนที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน เช่น การมีส่วนร่วมจากการเป็นสื่อกลางในการเชิญชวนให้คนรู้จักเข้ามาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน และการมีส่วนร่วมในการบอกเล่าถึงประวัติศาสตร์ ความเชื่อ จุดท่องเที่ยวที่สำคัญภายในเทศกาลตรุษจีน ให้กับคนรู้จักที่ได้มาเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน รวมไปถึงการมีส่วนร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นจากการสวมใส่ชุดตามความเชื่อของชาวจีน เช่น การสวมใส่เสื้อสีแดงหรือการสวมใส่ชุดที่แพ้ให้มีความกลมกลืนกับเทศกาลตรุษจีน ดังนั้นเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ยังคง

อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืนจากการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น (Tawichasri, 2017, p. 68) เนื่องจากในการจัดเทศกาลตรุษจีนนั้นมีพื้นที่ในการเผยแพร่ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีน รวมถึงการอธิบายถึงความเชื่อทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ความเชื่อเรื่องการคัดเลือกคณะกรรมการจัดงานประเพณีแก่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ผ่านพิธีกรรมที่ถูกสืบทอดมาอย่างยาวนาน (ปู่ะปวย) ขั้นตอนการไหว้เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ และความเชื่อทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับพิธีเปลี่ยนชะตา จากข้างต้นสรุปได้ว่า คุณค่าทางการท่องเที่ยวในงานเทศกาลตรุษจีนที่ทรงพลังจนทำให้ผู้เยี่ยมชมหรือผู้เยี่ยมชมรับรู้คุณค่านั้นได้ต้องเกิดจากการสังมอบคุณค่าจากคนในชุมชนจนทำให้สิ่งนั้นกลายเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และที่สำคัญคนท้องถิ่นต้องรับรู้ถึงคุณค่าเหล่านั้นก่อนจึงสามารถออกแบบการส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้เยี่ยมชม ได้สอดคล้องกับ Suebyart (2016, pp.26-28) ที่ศึกษาเรื่องกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ปัญหาและแนวทางแก้ไข กล่าวไว้ว่า ชุมชนท้องถิ่นต้องรู้จักประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมาตั้งแต่อดีต ซึ่งความผูกพันนี้ส่งผลต่อความรู้สึกรักหวงแหน และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นนำมาซึ่งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างเข้มแข็งและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ของคนท้องถิ่น โดยการแนะนำวิถีชีวิต สถาปัตยกรรม และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมของพื้นที่ให้ผู้เยี่ยมชมเข้าใจได้ง่ายและถูกต้อง และสร้างประสบการณ์ทรงจำที่ประทับใจในที่สุด

2. การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวผ่านภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

การอนุรักษ์วัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้เยี่ยมชมเกิดความเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ตนไปเยือนอย่างลึกซึ้ง และตระหนักถึงคุณค่าที่ตนได้รับจากประสบการณ์ในรูปแบบต่างๆ เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ จากมุมมองของผู้เยี่ยมชมภูมิทัศน์เทศกาลมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมจีนผ่านการตกแต่ง ประดับประดาด้วยสิ่งของ การแสดงทางวัฒนธรรม และการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านแนวคิดต่างๆ เช่น แนวคิด “มังกร เบิกฟ้า บุปผาแบ่งบาน” ที่ประดับด้วยดอกไม้ตามศิลปะจีน เช่น ดอกบัว ดอกโบตั๋น มาตกแต่งให้มีความสวยงามตามเทพนิยาย ในทุกองค์ประกอบ เช่น ป้ายสื่อความหมาย ร้านค้า ในขบวนแห่ฯ รวมไปถึงการนำลวดลายมังกรทองตามสัญลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้ภายในเทศกาลตรุษจีนประกอบไปด้วยกิจกรรมที่สามารถสร้างความสนุกสนานตระการตา ตื่นตาตื่นใจให้กับผู้เยี่ยมชม ส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมต้องการแบ่งปันประสบการณ์ของตนผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึงการบอกต่อกับคนรู้จัก และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

(Ahithan, 2019, pp.95-98) เห็นได้ว่า คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่รับรู้ขึ้นเกิดขึ้นในคราวเดียวกันได้ หลายคุณค่า ดังเช่นตัวอย่างนี้ การเกิดคุณค่าทางสังคม (Social Value) คือ การแบ่งปันข้อมูล การบอกต่อและการชักชวนให้ผู้อื่นเดินทางมาร่วมเทศกาลตรุษจีน ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารข้อมูลที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เรื่องราว ความเป็นมาของเทศกาลตรุษจีน และความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน ผ่านกิจกรรมต่างๆ ยังถือเป็นจุดเด่นของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ แสดงให้เห็นถึงการส่งมอบคุณค่าทางการใช้งาน (Functional Value) โดยใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับยุคสมัยและกลมกลืนไปกับเนื้อหาในงานเทศกาลตรุษจีน ยังเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวในงานเทศกาลตรุษจีนอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม มีคุณค่าบางด้านที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ส่งมอบและผู้รับรู้ เช่น คุณค่าด้านสังคม (Social Value) ที่ผู้เยี่ยมชมให้ความสำคัญกับการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านสื่อต่างๆ และผู้เยี่ยมชมบางกลุ่มยังถือโอกาสกลับมาเยี่ยมชมครอบครัวมากกว่าการรับรู้ถึงแรงดึงดูดใจจากการจัดงานเทศกาลตรุษจีนตามที่มีส่วนได้เสียตั้งใจส่งมอบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Liaotrakul, Khor Charoen, and Netphokaew (2016) พบว่า ผู้เยี่ยมชมมองว่าเทศกาลตรุษจีนคือช่วงที่มีวันหยุดให้ได้กลับไปพักผ่อนที่ภูมิลำเนาเดิมและพบปะกับครอบครัว เพื่อผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน

3. ภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน

การออกแบบภูมิทัศน์เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ สามารถส่งมอบคุณค่าที่มีความสอดคล้องกันระหว่างระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เยี่ยมชม เนื่องจากเทศกาลตรุษจีนมีแนวคิดที่ชัดเจนเป็นกิจกรรมพิเศษที่นำเสนอวัฒนธรรมจีน ผ่านเครื่องมือการสื่อสารที่ออกแบบให้เข้าใจง่าย ยิ่งในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้สามารถออกแบบวิธีการและเนื้อหาที่เข้าถึงกลุ่มผู้เยี่ยมชมได้ครอบคลุมทุกกลุ่มและในเวลาอันรวดเร็วสอดคล้องกับการศึกษาของ Thongnak and Phonghanyuth (2018, p.12) กล่าวว่า การรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจ เนื่องจากผู้เยี่ยมชมสามารถรับรู้ประสบการณ์การท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมชมท่านอื่นๆ และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลากหลาย

1. เนื้อหา (Program Content) มีการออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับแนวคิดของงาน ถึงแม้จะมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาในทุกปี แต่แนวคิดหลักยังคงเป็นการนำเสนอความรื่นรมย์ของวัฒนธรรมจีนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภายในเทศกาลตรุษจีนผู้จัดงานมีการทำป้ายสื่อความหมาย

เกี่ยวกับรายการประจำวัน โดยกิจกรรมและการแสดงในแต่ละวันนั้นต้องมีวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดนครสวรรค์เป็นพื้นฐานในขณะที่เดียวกันผู้เยี่ยมชมเยือนสามารถรับรู้ถึงโปรแกรม (Program) และแนวคิด (Theme) การจัดเทศกาลตรุษจีนได้ผ่านการประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ จากการศึกษาพบว่าผู้เยี่ยมชมเข้าถึงข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) ได้มากที่สุด

2. การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) เป็นแนวคิดที่ถูกนำมาพัฒนาทำให้กิจกรรมในเทศกาลตรุษจีนมีความน่าสนใจ ดึงดูดผู้เยี่ยมชมได้มากขึ้นทำให้งานไม่น่าเบื่อและสร้างการมีส่วนร่วมให้ผู้เยี่ยมชม โดยผู้จัดงานจัดทำกิจกรรมที่หลากหลาย มุ่งเน้นให้ผู้เยี่ยมชมมีส่วนร่วมกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความบันเทิงได้ เช่น กิจกรรมสายบุญ กิจกรรมเก๋ตีต๋มกรแก๊ง กิจกรรมเซ่คอิน กิจกรรมแต่งหน้าเอ็งกอร์ โดยกิจกรรมต่างๆ มีของที่ระลึก ที่แสดงให้เห็นถึงเทศกาลตรุษจีนให้กับผู้เยี่ยมชม เช่น พวงกุญแจ ปีนักษัตรที่สลักอักษรจีนเป็นความหมายมงคล รูปภาพประวัติศาสตร์จังหวัดนครสวรรค์ โดยกิจกรรมที่ผู้จัดงาน ภาครัฐ และเอกชนที่นำมามีส่วนร่วมนั้นต้องเป็นไปตามแนวคิด (Theme) การจัดเทศกาลตรุษจีน ในขณะเดียวกันผู้เยี่ยมชมรู้สึกประทับใจที่ได้รับของที่ระลึกที่แตกต่างกันในแต่ละปี กิจกรรมนี้ทำให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่ผู้เยี่ยมชม

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการจัดเทศกาล จากการศึกษาพบว่า จังหวัดนครสวรรค์มีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการจัดงาน เช่น ที่จอดรถบริเวณรอบเทศกาล รถรับ – ส่ง ระหว่างที่จอดรถไปยังพื้นที่จัดงาน ทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงสถานที่จัดงานได้โดยสะดวก ถึงขยะ ห้องน้ำเคลื่อนที่ และการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มจากร้านที่มีชื่อเสียงของจังหวัด เช่น ภัตตาคารหงส์ฟ้า ภัตตาคารเล่งท์หงส์ โมจิแม่กุหลาบ นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารขึ้นชื่อของจังหวัดนครสวรรค์ เช่น ลูกชิ้นปลา อังถ่อกล้วย ขนมหาล ปอเปี๊ยะ ของที่ระลึก

4. พนักงาน (Staff) ผู้จัดงานได้มีการจัดเตรียมอาสาสมัครอยู่ในบริเวณจุดประชาสัมพันธ์และจุดที่สำคัญ เช่น ทางเข้าถนนวัฒนธรรม ศาลเจ้าชั่วคราว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เยี่ยมชม เช่น ความเข้าใจวิธีการไหว้ตามวัฒนธรรม ความเป็นมาเทศกาลตรุษจีน โดยอาสาสมัครมีเสื้อหรือสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่าอาสาสมัครในเทศกาลตรุษจีนเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมสังเกตได้ง่าย จากการสังเกตพบว่า ผู้เยี่ยมชมเข้ามาติดต่อสอบถามกับอาสาสมัครอยู่เป็นประจำถึงแม้มีการนำเสนอข้อมูลจากป้ายสื่อความหมายหรือข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์แล้วก็ตาม ดังนั้นเห็นได้ว่าการเตรียมความ

พร้อมผู้ให้บริการหรืออาสาสมัคร ที่เป็นบุคคลยังมีความจำเป็นในการจัดงานหรือเทศกาลเชิงวัฒนธรรมที่ผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น

5. สถานที่ (Location) สถานที่ในการจัดเทศกาลตรุษจีนเป็นจุดเริ่มต้นของเทศกาลตรุษจีน และเป็นต้นกำเนิดของวิถีชีวิตของคนนครสวรรค์ โดยอยู่ติดกับต้นแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้เห็นถึงชุมชนจีนที่ยังคงปรากฏลักษณะสถาปัตยกรรม รวมถึงวิถีชีวิตที่ยังคงมีการใช้เรือในการเดินทางหรือการมองเห็นถึงวัด ศาลเจ้าที่สำคัญของจังหวัดนครสวรรค์ ทำให้เกิดคุณค่าด้านสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic Value) ควบคู่ นอกจากนี้การตกแต่งประดับประดาสถานที่ให้มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ ภายใต้แนวคิดของการจัดงานพื้นที่ไม่หนาแน่นจนเกินไป การกระจายผู้เยี่ยมชมเยื้องให้ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดเทศกาลเชิงวัฒนธรรมสามารถส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่แท้จริงให้แก่ผู้เยี่ยมชมได้

6. สภาพแวดล้อมทั่วไป (Environment) ภายในผู้จัดงานมีการจัดเตรียม ความสะอาดโดยการจัดเตรียมถังขยะอยู่บริเวณรอบเทศกาล การกำหนดพื้นที่ในการทำกิจกรรม เช่น การถ่ายรูป นั่งชมการแสดง พื้นที่การซื้อของ ทำให้ผู้เยี่ยมชมเยื้องสามารถเดินทางไปยังบริเวณที่ตนสนใจได้ การจัดเตรียมที่นั่งบริเวณริมต้นแม่น้ำเจ้าพระยาสามารถรองรับผู้เยี่ยมชมเยื้องได้มากกว่า 100 คน และมีทิวทัศน์ติดกับธรรมชาติ โดยผู้เยี่ยมชมเยื้องมองว่าเป็นบริเวณที่สามารถนั่งผ่อนคลายพร้อมกับรับชมการแสดงทางวัฒนธรรมได้อย่างเพลิดเพลิน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการศึกษานี้ได้จากการศึกษาเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาต่อยอดแนวคิดโดยการทำการศึกษาเชิงปริมาณจนสามารถสร้างเป็นแนวคิดที่นำไปใช้ในวงวิชาการได้ รวมถึงการวิจัยต่อยอดเพื่อศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น ผู้เยี่ยมชม ชาวไทย ผู้เยี่ยมชม ชาวต่างชาติ และการวิจัยในแง่มุมต่างๆ ของการพัฒนาแนวคิดการในการจัดเทศกาลท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ความยั่งยืนกับการจัดเทศกาลเชิงวัฒนธรรม

บรรณานุกรม



- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562). ประเพณี แห่งเจ้าพ่อ เจ้าแม่ ปากน้ำโพ. สืบค้นจาก <http://article.culture.go.th/index.php/layouts-modules-positions/3-column-layout-7/156-2019-07-31-03-49-39>
- กองบรรณาธิการศิลปวัฒนธรรม. (2566). “คนจีน” ในนครสวรรค์มาจากไหน? ดูยุคอยุธยาถึงรัตนโกสินทร์ และจุดเส้นทางเศรษฐกิจ. สืบค้นจาก https://www.silpa-mag.com/history/article_29599
- กัลยารัตน์ พันกลิ่น. (2559). การสื่อสารทางการตลาดด้านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสต่อขนมไทยของผู้บริโภค ชาวญี่ปุ่นในกรุงโตเกียวประเทศไทยญี่ปุ่น Marketing Communication in Sensory Perception on Thai Dessert of Japanese Consumer in Tokyo, Japan (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชีวรรณ เจริญสุข. (2562). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐนิชา ฮูไซ. (2561). อิทธิพลของคุณภาพประสบการณ์และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โรงแรมบูติค (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนพล วิวัฒน์พาณิชย์. (2553). การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนผ่านเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ Communication for promoting culture through Thai-Chinese ethnicity in Paknampho Chinese New Year Festival, Nakhon Sawan Province (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย. สืบค้นจาก <https://km.buu.ac.th/public/backend/upload/article/file/document144620064347362700.pdf>
- ฉันทยา พรหมบุรุษย์ และนฤมล กิมภากรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์ ของผู้เยี่ยมชมเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย : เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน FACTORS AFFECTING TOURIST EXPERIENCE OF ECO, CULTURE, AND WELLNESS TOURISM IN THE UPPER NORTHERN

- PROVINCIAL CLUSTER 1 OF THAILAND: CHIANG MAI, LAMPHUN, LAMPANG, MAE HONG SON. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 10(1), 71-87. สืบค้นจาก <https://tourismtaat.siam.edu/images/magazine/m10b1/71-87.pdf>
- นวลรัตน์ วัฒนา และภัทรวรรณ แทนทอง. (2561). การวัดคุณค่าเว็บไซต์ที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวในบริบทโซเชียลคอมเมิร์ซ MEASURING WEBSITE PERCEIVED VALUE OF TOURISTS IN SOCIAL COMMERCE CONTEXT. วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. 7, 167-179
- นฤมล กิมภากรณ์ และคณะ. (2562). การรับรู้คุณค่าหลายมิติจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม. วารสารวิทยาการจัดการ. 36(2), 1-30. สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu/article/view/192791/156165
- ประภาส อินทนู. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนวัดเกาะ ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี Guidelines for development of Wat Kho community cultural tourism in Mueang district, Phetchaburi province (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ประสิทธิ์ เงินชัย. (2557). การดำรงอยู่และบทบาทของ วัฒนธรรมจีนในภาคตะวันออก. วารสารการเมือง และกฎหมาย คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์. 6(2), 63-75. สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/polscilaw_journal/article/view/48739/40494
- มูลนิธิส่งเสริมงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ. (2022). ต้นกำเนิดที่มาของ เมืองคนจีน 5 ภาษา "ปากน้ำโพหวงซก" ในตลาดปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=8cYSIM3m6bY>
- พระภรณ์ รุณ. (2564). ภาพลักษณ์ด้านแหล่งกำเนิดเชิงวัฒนธรรมไทยส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพและคุณค่าในมุมมองนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ราตรี พุทธทอง. (2543). ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถด้านความจำกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- สุชาติ แสงทอง. (2560). นครสวรรค์ศึกษา: บันทึกเรื่องราวคนจีนปากน้ำโพ. พิมพ์ครั้งที่ 2.
นครสวรรค์: ริมปิงการพิมพ์.
- ศุภวัฒน์ มีพรหม,กฤษณะ เสนาลา,ปัตติพงศ์ แก้วเสนา,ภาวินี ศิริบุรี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ความดั้งเดิมและความจงรักภักดีของผู้เข้าร่วมงาน สัปดาห์เทศกาล จังหวัดขอนแก่น, วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี. 5(3), 45-68
- ศุภย์มานุษยวิทยาสรินธร. (2565). ชุมชนชาติพันธุ์ : ลัวะ (พะลือก บ้านเมืองกะ ต.สะलग อ.แมริม จ. เชียงใหม่. สืบค้นจาก <https://www.sac.or.th/databases/ethnic-groups/ethnicGroups/16>
- อภิรักษ์ บัวหูกดี. (2563). ประเพณี แห่งเจ้าพ่อ เจ้าแม่ ปากน้ำโพ. สืบค้นจาก https://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=4696&filename=index
- อรรถพร กีก้างพลู . (2559). แนวทางการส่งเสริมการรับรู้คุณค่าองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านอรรถประโยชน์ชุมชนขอนแก่น จังหวัดนครศรีธรรมราช (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. จุลสารการท่องเที่ยว. 21(4), 38-48.
- 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/PitCH_26.pdf
- Aristo Aroma. (2019). Image with "smell" for the hotel and resort business . Retrieved from <https://aristo-aroma.co.th/scent-marketing-hotel/>
- Alexander Zauner. (2015). Customer perceived value—Conceptualization and avenues for future research. Cogent Psychology. 1-17.
- Babin, B. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. Journal of Business Research, 2008(61), 56 – 64. Retrieved from

https://www.academia.edu/11773475/Festivalscapes_and_patrons_emotions_satisfaction_and_loyalty

Baker, D., & Fulford, M.D. (2016). Cruise Passengers' Perceived Value and Willingness to Recommend. *Tourism & Management Studies*, 12, 74-85. Retrieved from https://www.academia.edu/24880381/Cruise_passengers_perceived_value_and_willingness_to_recommend?email_work_card=title

Bonnie K. Nastasi, Stephen L. Schensul. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, 43(3), 177-195. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022440505000348>

Buddhachart Thongnak & Surasek Phonghanyuth. (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

Channipa Faimanotham. (2021). THE DEVELOPMENT OF CULTURAL AREAS AS A POP CULTURE TOURISM DESTINATION (Master's Thesis). Retrieved from <https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/5270/3/ChonnipaFaimanotham.pdf>

Chen, Vicky & King, Brian & Suntikul, Wantanee. (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>

- Duran, Erol & Hamarat, Bahattin & Ozkul, Emrah. (2014). A sustainable festival management model: The case of International Troia festival. *International Journal of Culture*. 8. 10.1108/IJCTHR-04-2013-0017.
- Eckerstein, Anna. (2002). Evaluation of Event Marketing Important indicators to consider when evaluating Event Marketing. Göteborg University. School of Business, Economics and Law (Master's Thesis). Retrieved from https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/2367/gbs_thesis_2002_25.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Esu, B. B. (2015). Conceptual Development in Festival Quality Management: Implications for Product Development and Marketing. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(1). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/V5-I1/1399>
- G. William Skinner. (1986). Chinese society in Thailand An Analytical History [สังคมจีนในไทย ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์] (พรณี ฉัตรพลรักษ์, ภรณ์ กาญจนัษฐิติ, ชื่นจิตต์ อ่ำไพพรรณ, ปรียา บุญญะศิริ, ประกายทอง สิริสุข, ม.ร.ว. และศรีสุข ทวีธาประสิทธิ์, ผู้แปล). Bangkok : Matichon Publishing.
- Gallarza, M.G. and Gil, I. (2008), "The concept of value and its dimensions: a tool for analysing tourism experiences", *Tourism Review*, Vol. 63 No. 3, pp. 4-20. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/16605370810901553>
- Getz, Donald (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management* 29 (3) 403-428. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Janya Liaotrakul, Mantra Khor Charoen, & Asawin Netphokaew. (2016). Thai-Chinese Ethnic Identity Transmit and Reflect Through A Century of Pak Nam Po Chinese New Year Festival in NokhonSawan. *Arts Journal*, 10(1), 11-38. Retrieved from <https://commarts.dpu.ac.th/journal/upload/issue/XQIDMDHroq>

- Jeeranoot Sirimongkol. (2022). Perceived value and brand loyalty among generation Y consumers of Podcast Construct validation and their relationship (Master's Thesis). Retrieved from <https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/5442/1/62920341.pdf>
- Kamal, A. and Kashif, M. (2022), "Haq Allah Hu: tourists' phenomenological experiences of visiting shrines as Islamic spiritual destinations", *South Asian Journal of Marketing*, Vol. 3 No. 2, pp. 150-164. <https://doi.org/10.1108/SAJM-03-2022-0022>
- Khazami N, Lakner Z. (2021). Influence of Experiential Consumption and Social Environment of Local Tourists on the Intention to Revisit Tunisian Guesthouses: Mediating Role of Involvement in the Experience. *Sustainability*. 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126584>
- Khusnul Khotimah, Sucherly, Diana Sari, Umi Kaltum, Event Marketing and Experiential Marketing towards the Formation of Net Marketing Contribution Margin (NMCM) (Study at PT. Garuda Indonesia, TBK), *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 219, 2016, Pages 431-439, ISSN 1877-0428, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.017>.
- Mero, Joel & Vanninen, Heini & Keränen, Joonas. (2023). B2B influencer marketing: Conceptualization and four managerial strategies. *Industrial Marketing Management*. 108. 79-93. [10.1016/j.indmarman.2022.10.017](https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.10.017)
- Nuchanard Ratanasuwongchai. (2011). Cultural tourism development strategies. *Humanities Journal*, 18(1), 31-50. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/abc/article/view/54197/44987>
- 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>
- Patcharee Dinfa. (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>
- Pharatt Run. (2020). The originality image of Thailand's culture affecting on quality and value perception based on Thai Generation Y Tourists. (Doctoral dissertation). Bangkok: Doctor of Business Administration in Marketing, Siam University. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/7826>
- Prapaipim Suthiwasinnon & Prasopchai Pasunon. (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>
- Prem Selver. (2013). SPIRITUAL VALUES IN LEADERSHIP AND THE EFFECTS ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE: A LITERATURE REVIEW. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/84874774.pdf>
- Quinn, B. Festivals, Events, and Tourism. *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, 483–504. Retrieved from <https://doi.org/10.4135/9780857021076.N27>
- School of changemakers. (2022). Loss of local identity. Retrieved from <https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/36055/>
- 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](https://www.semanticscholar.org/paper/Raising-cultural-awareness-of-local-traditions-A-do-Stankova-Vassenska/94ab386ceb29cbfa2e8984dbb2274236bc5c2dea)

Simasathiansophon Nalin & Jotikasthira Chotima & Onputtha Asst.Prof.Dr.Suraporn & Tiwasing Atchira. (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

Sirisuthi Ahithan. (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>

Suchawadee Limisariyapong. (2018). PERCEIVED VALUE DEVELOPMENT FOR CULTURAL TOURISM DESTINATION : A CASE STUDY OF PHUTHAI VILLAGE, BAAN KHOK KONG KALASIN PROVINCE (Master's Thesis). Retrieved from <https://repository.nida.ac.th/server/api/core/bitstreams/37b1ab7a-8220-476b-a825-a59aad51705b/content>

Thidarat Suebyart. (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

Thitirat Hiranyapan. (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

Thansettakij. (2023). Chinese New Year 2023 is crowded with tourism, spending 21 billion. Retrieved from <https://www.thansettakij.com/business/tourism/553535>

Tourism Authority of Thailand. (2023). 7 GEN and Event Tourism. Retrieved from <https://tatreviewmagazine.com/article/7-gen-event-tourism/>

Vilaiwan Twichasri. (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/138092/10>

World Tourism Organization (2018), *Tourism and Culture Synergies*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418978>

Zauner, A., Koller, M., Hatak, I., & Walla, P. (2015). Customer perceived value—Conceptualization and avenues for future research. *Cogent Psychology*. 2(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2015.1061782>

Zhitang Chen. (2560). The Expectations and Perceptions of Chinese Tourists in Mueang Chiangmai District, Chiangnai Province (Master's Thesis). Retrieved from <http://www.cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/162>





แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในจังหวัดนครสวรรค์

การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีนจากมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดนครสวรรค์

ผู้ให้สัมภาษณ์

วัน/เดือน/ปี บันทึกโดย.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ท่านเคยมีประสบการณ์ในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์หรือไม่ อย่างไร

มี ไม่มี

2. ท่านเคยมีประสบการณ์ในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

จำนวน ครั้ง

3. ระยะเวลาในการดำเนินงานของท่านที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

.....

4. บทบาทหน้าที่ของท่านในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

.....

.....

.....

.....

5. ท่านมีเชื้อชาติใด

6. ท่านมีอายุเท่าไร

ส่วนที่ 2 การส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

1. ท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นมีองค์ประกอบใด อย่างไร

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นถูกส่งมอบผ่านเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าการส่งมอบคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ง่าย และการสื่อสารนั้นมีการสื่อสารผ่านช่องทางใด อย่างไร

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าปัจจัยใดในเทศกาลตรุษจีนที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าชมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

5. การจัดงานเทศกาลตรุษจีนมีแนวทางการคัดเลือกพิธีกรรม กิจกรรม การแสดงขบวนแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ ปากน้ำโพที่จะมาแสดงภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ อย่างไร เช่น วิธีการเซ็ด การแห่สิงโต ของที่ระลึก หรือแนวคิดของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการจัดเตรียมองค์ประกอบอื่นๆ ในเทศกาลตรุษจีน อย่างไร เช่น สถานที่จัดงาน บุคลากร ที่จอดรถ ห้องน้ำ หรือการประดับตกแต่ง

.....

.....

.....

.....

7. ท่านคิดว่าสถานที่จัดงาน บรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยี พิธีกรรมและกิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ส่งผลต่อความเข้าใจหรืออารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

8. ท่านคิดว่าการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการควบคุมราคาสินค้าหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

9. ท่านคิดว่าการจัดเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการประสานงานประชาสัมพันธ์และจัดโปรโมชั่นระหว่างชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการภาคเอกชนมากน้อย อย่างไร เช่นร้านอาหาร โรงแรม ขนส่งสาธารณะ

.....

.....

.....

.....

10. ท่านคิดว่าภายในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากน้อย อย่างไร

.....

.....

.....

.....

11. ท่านคิดว่าเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการเปลี่ยนแปลงจากเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ปีก่อนหน้า อย่างไร

.....

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่าการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของท่านอย่างไร

.....

.....

.....

.....

13. ท่านคิดว่าการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ได้รับประสบการณ์ความรู้ที่แปลกใหม่ และสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

14. ท่านคิดว่าการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ สามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว ในชุมชนท้องถิ่น หรือในสังคม หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

15. ท่านคิดว่าเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการสนับสนุนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ในอนาคตควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เยี่ยมชม (Visitor)

การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชม (Visitor) ที่เข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

ผู้ให้สัมภาษณ์

วัน/เดือน/ปี บันทึกโดย.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ท่านมีประสบการณ์ในการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์หรือไม่

มี ไม่มี

2. ท่านมีประสบการณ์ในการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

จำนวน ครั้ง

3. ท่านมีเชื้อชาติใด

4. ท่านมีอายุเท่าไร

5. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเยี่ยมชมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณค่าทางการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชม (Visitor)

1. ท่านคิดว่าวัตถุประสงค์หลักของการเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ของท่านเกิดจากสาเหตุใด อย่างไร

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายและสร้างความเข้าใจในเรื่องของประวัติศาสตร์ ความเป็นมา อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดนครสวรรค์หรือไม่ อย่างไร และการสื่อสารนั้นมีการสื่อสารผ่านช่องทางใด อย่างไร

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครสวรรค์ยังคงถูกสืบทอดอยู่ภายในเทศกาลตรุษจีนหรือไม่ อย่างไร เช่น การเชิดสิงโต การแห่มังกร ขนมน้ำตาลปั้น โมจิ

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อม บรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีส่วนในการสนับสนุนให้ท่านเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ความเชื่อของวัฒนธรรมท้องถิ่นทำให้ท่านตระหนักรู้คุณค่าในตนเอง หรือส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของท่าน อย่างไร

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่ากิจกรรมหรือพิธีกรรมใดภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ที่ท่านชื่นชอบอยากนำไปบอกเล่าหรือชักชวนให้เพื่อนหรือคนทั่วไปรับรู้และอยากเดินทางมา อย่างไร

.....

.....

.....

7. ท่านคิดว่าภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการจัดเตรียมพื้นที่ในการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่นักท่องเที่ยวบริเวณจุดใด อย่างไร เช่น สถานที่รวมพล จุดสังเกต (Landmark) อย่างไร

.....

.....

.....

8. การเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ทำให้ท่านมีความรู้สึกอย่างไร เช่น ตื่นเต้น สนุกสนาน สบายใจ รื่นโรจน์

.....

.....

.....

9. ท่านคิดว่าความรู้สึกที่ท่านได้รับข้างต้น เกิดจากองค์ประกอบใดในเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น สภาพแวดล้อม กิจกรรมและเทคโนโลยี

.....

.....

.....

10. ท่านคิดว่าการเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ อย่างไร

.....

.....

.....

11. ท่านคิดว่าประสบการณ์จากการเข้าร่วมเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้ท่านเกิดการเปลี่ยนแปลงในตนเองอย่างไร เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือแง่คิดในการใช้ชีวิต

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่าเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ท่านคิดว่าสามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ของครอบครัว ชุมชน และสังคมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

13. ท่านคิดว่าสิ่งใดเป็นจุดแข็งของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

.....

.....

.....
.....
14. ท่านคิดว่าสิ่งใดเป็นจุดอ่อนของเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์

.....
.....
.....
.....
15. ท่านคิดว่าเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ในปีที่ท่านเข้าร่วมเปลี่ยนแปลงจากปีก่อนหน้าหรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....
16. ท่านคิดว่าเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีความแตกต่างจากเทศกาลตรุษจีนในภูมิภาคอื่นๆ อย่างไร เช่น เทศกาลตรุษจีนย่านเยาวราช เทศกาลตรุษจีน จังหวัดภูเก็ต เทศกาลตรุษจีน จังหวัดราชบุรี

.....
.....
.....
.....
17. ท่านคิดว่าราคาสินค้าและอาหารภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีราคาที่แตกต่างกันช่วงเวลาที่ไม่ใช่เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์หรือไม่ อย่างไร

18. ท่านอยากกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง และชักชวนคนที่รู้จักเข้ามาท่องเที่ยวเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ ในปีถัดไปหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

19. ท่านคิดว่าเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีส่วนช่วยที่ทำให้นักท่องเที่ยวกระจายไปในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดนครสวรรค์หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการจัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ในอนาคตควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

แบบการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

ชื่อสถานที่

ที่ตั้ง

วันที่

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
เนื้อหา (Program Content)					
1.	เนื้อหาที่นำเสนอในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น				
2.	เนื้อหาที่นำเสนอในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความน่าดึงดูดใจ				
3.	เนื้อหาที่นำเสนอในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความเป็นเอกลักษณ์				
4.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ				
5.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ สามารถพัฒนาเพิ่มพูนความรู้				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
บุคลากร (Staff)					
1.	บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ				
2.	บุคลากรมีความรวดเร็วในการประสานงาน				
3.	บุคลากรมีความน่าเชื่อถือ				
4.	บุคลากรมีความเข้าใจและข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น				
5.	บุคลากรแต่งกายเรียบร้อย เช่น สะอาด เหมาะสม กับเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์				
6.	บุคลากรกิริยาท่าทางดี เช่น ท่าทางที่เป็นมิตร ยิ้มแย้ม การใช้คำพูดที่สุภาพ และแสดงออกอย่างเป็นธรรมชาติ				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
บุคลากร (Staff)					
7.	บุคลากรมีความอดทน เช่น การ ควบคุมอารมณ์ การ อดทนต่อพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว				
8.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัด นครสวรรค์ มีส่วนช่วยใน การสร้างปฏิสัมพันธ์ทาง สังคม เช่น การพบปะ นักท่องเที่ยวที่ การพบปะ คนท้องถิ่น				
9.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัด นครสวรรค์ สามารถบ่งบอก ถึงรูปแบบการดำเนิน ชีวีต (Life Style) เช่น ความชอบ ภาพลักษณ์และ สถานะทางสังคม				
10.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัด นครสวรรค์ ทำให้ท่านเป็นที่ ยอมรับจากคนในสังคม				
สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility)					
1.	อาหารท้องถิ่นมีความเป็น เอกลักษณะ				
2.	อาหารท้องถิ่นเพียงพอต่อ ความต้องการของ นักท่องเที่ยว				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
3.	ของที่ระลึกภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความเกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน				
4.	ของที่ระลึกภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความแปลกใหม่				
5.	ของที่ระลึกภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น				
6.	ภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการบริการห้องน้ำเพียงพอ				
7.	ภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการบริการขนส่งสาธารณะเพียงพอ				
8.	ภายในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการกำหนดราคาอย่างสมเหตุสมผล				
9.	ภายในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการจัดการกับคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
10.	คุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการมีความคุ้มค่า				
ข้อมูล (Information)					
1.	ภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีบริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือ และหนังสือ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว				
2.	ภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีบริการป้ายสื่อความหมาย และป้ายแนะนำทาง เช่น รูปภาพกราฟิก สีสน				
3.	การบริการสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายสื่อความหมายและป้ายแนะนำทาง ภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความหมายเพียงพอ ต่อนักท่องเที่ยว				
4.	การบริการสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายสื่อความหมายและป้ายแนะนำทาง ภายในเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ สามารถสื่อสารได้ง่าย				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
ข้อมูล (Information)					
5.	การบริการสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายสื่อความหมายและป้ายแนะนำทาง ภายในเทศกาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์ แสดงข้อมูลที่ครอบคลุมครบถ้วน				
6.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ Website, YouTube, Facebook, QR Code				
7.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีบริการศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว				
8.	การจัดโปรโมชั่นภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์				
9.	การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวช่วงเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
สถานที่ (Location)					
1.	สถานที่ จัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความเหมาะสม				
2.	สถานที่ จัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอต่อความต้องการ				
3.	สถาปัตยกรรมภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความน่าสนใจ				
4.	บริเวณต้นแม่น้ำภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีความน่าดึงดูดใจ				
5.	บริเวณต้นแม่น้ำภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีกิจกรรมที่หลากหลาย				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
สถานที่ (Location)					
6.	บริเวณต้นแม่น้ำภายในเทศบาลตรุษจีนจังหวัดนครสวรรค์มีการจัดระเบียบพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม				
7.	สถานที่จัดงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์มีโครงสร้างชั้นพื้นฐานที่มีคุณภาพ				
สภาพแวดล้อม (environment)					
1.	ภายในเทศบาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีทิวทัศน์ เช่น แสง สี เสียง กลิ่น ที่แสดงถึงบรรยากาศของชุมชนท้องถิ่น				
2.	ภายในเทศบาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการบริการที่จอดรถเพียงพอ				
3.	ภายในเทศบาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีระบบการจัดการขยะได้มีประสิทธิภาพ				
4.	ภายในเทศบาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการจัดการที่ถูกสุขอนามัย				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
5.	ภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการบริการพื้นที่ให้พักผ่อน ผ่อนคลายเพียงพอ				
กิจกรรมความบันเทิง (Entertainment)					
1.	กิจกรรมภายในเทศกาล ตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความคิดสร้างสรรค์				
2.	กิจกรรมภายในเทศกาล ตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีความน่าสนใจ				
3.	นักท่องเที่ยวทุกช่วงอายุ สามารถเข้าร่วมกิจกรรม ภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์				
กิจกรรมความบันเทิง (Entertainment)					
4.	กิจกรรมภายในเทศกาล ตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีหลากหลาย				
5.	กิจกรรมภายในเทศกาล ตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีการส่งเสริมการเรียนรู้				
6.	กิจกรรมภายในเทศกาล ตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ส่งเสริมความร่วมมือใน วัฒนธรรมท้องถิ่น				

ลำดับ	รายการที่สังเกต	ผลการสังเกต		อธิบาย	หมายเหตุ
		มี	ไม่มี		
7.	กิจกรรมภายในงานเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึก				
8.	กิจกรรมภายในเทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ส่งผลให้กลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง				
9.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ มีส่วนช่วยในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เช่น การพบปะนักท่องเที่ยวที่ การพบปะคนท้องถิ่น				
10.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ สามารถบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) เช่น ความชอบภาพลักษณ์และ สถานะทางสังคม				
11.	เทศกาลตรุษจีน จังหวัดนครสวรรค์ ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับจากคนในสังคม				