

อัตลักษณ์พลังละมุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา Identity of Soft Power for Promoting Tourism in Songkhla Old Town

บุณวาทน์ ศรีขวัญ^{1*} (Boonnawat Srikhwan)^{1*}

บทคัดย่อ

การแสวงหาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่เป็นโอกาสที่สำคัญในการยกระดับการท่องเที่ยวและยกระดับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพที่พื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อเป็นการสอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการผลักดันพลังละมุน (ซอฟท์พาวเวอร์) ของเมืองสู่สากลและสามารถยกระดับอุตสาหกรรมด้านต่าง ๆ ของประเทศในระดับพื้นที่ได้ โดยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะเด่นของย่านเมืองเก่าสงขลาคือ ความร่ำรวยทางศิลปะอันโดดเด่นของพื้นที่ ความสมบูรณ์ทางด้านอาหาร เมนูอาหารและรูปแบบการประกอบอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของดนตรี เทศกาล ประเพณีประจำพื้นที่นั้นรวมทั้งความพร้อมของกิจกรรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ที่สนใจ พร้อมทั้งการเรียนรู้การออกแบบสถาปัตยกรรมประจำเมืองและการแต่งกายดั้งเดิมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นภาพสะท้อนได้อย่างดีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของย่านเมืองเก่าสงขลาที่สะท้อนให้เห็นภาพอัตลักษณ์ของเมืองที่โดดเด่น เพื่อเป็นโอกาสในการสะท้อนภาพความเป็นเมืองสร้างสรรค์และเมืองมรดกโลกของย่านเมืองเก่าสงขลาให้เด่นชัดมากยิ่งขึ้นผ่านแสวงหาอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของย่าน

¹ อาจารย์สาขาวิชาการจัดการสมัยใหม่ วิทยาลัยการจัดการเพื่อการ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา 90000, อีเมล: Boonnawat.s@tsu.ac.th

¹ Lecturer, Modern Management, Management for Development College, Thaksin University, Songkhla, 90000, Thailand, E-mail: Boonnawat.s@tsu.ac.th

*Corresponding author : E-mail Address : Boonnawat.s@tsu.ac.th

เมืองเก่าสงขลา ซึ่งมาจากการสังเคราะห์และวิเคราะห์เนื้อหาจากแหล่งข้อมูล ทัศนียภาพที่น่าเชื่อถือในระดับชาติ ทั้งสิ้น 6 มิติ สำคัญ ได้แก่ ศิลปะ อาหาร ดนตรี และเฟสทีวัล การท่องเที่ยว

การออกแบบและด้านแพชชั่น หากเมืองเก่าสงขลาสามารถพัฒนาอัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของเมืองในมิติเหล่านี้ได้ ก็จะมีโอกาสในการต่อยอด การท่องเที่ยวของพื้นที่ให้มีศักยภาพสูงขึ้นและสามารถยกระดับคุณภาพชีวิต ของคนในพื้นที่พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการรักบ้านเกิดและหวงแหนบ้านเกิด ของตนเองให้แก่เยาวชนและคนในรุ่นถัดไปได้

คำสำคัญ : อัตลักษณ์, พลังละมุน, การท่องเที่ยว, ย่านเมืองเก่าสงขลา

Abstract

Exploring the cultural identity and wisdom of Songkhla's Old Town offers a significant chance to boost tourism and creates appropriate tourism frameworks that match the area's potential. This supports initiatives to advance tourism by highlighting the city's soft power globally, consequently strengthening different local industries within the country. Historically, the Old Town of Songkhla has been defined by its abundant and distinct artistic heritage, exceptional cuisine, unique music, vibrant festivals, and local customs, along with its tourism offerings. Visitors have the opportunity to explore and engage with their interests, such as discovering the city's design and architecture, as well as traditional clothing from both past and present. These elements capture the cultural richness and wisdom of the Old Town of Songkhla, effectively showcasing the city's identity, thereby providing a chance to emphasize its status as a creative city and its potential to become a World Heritage city. By investigating the identity of cultural capital and wisdom in the Old Town of Songkhla, which has been synthesized and analyzed from national secondary data sources, the city can cultivate its unique identity across six key dimensions: art, cuisine, music

and festivals, tourism, design, and fashion. Developing these areas of cultural capital and wisdom could enhance local tourism, boost the quality of life for residents, and instill a sense of pride and connection to their hometown among the youth and future generations.

Keywords: Identity, Soft Power, Tourism, Songkhla Old Town.

บทนำ

รูปแบบการท่องเที่ยวหรือกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงไป หลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 เห็นได้จากพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปแตกต่างจากในอดีต จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก การท่องเที่ยวเฉพาะหรือตามความสนใจเฉพาะของตนเองมากขึ้น นอกจากนี้กระแสการท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมาเริ่มหันมาให้ความสนใจกับกระแสการท่องเที่ยวหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่บูรณาการกิจกรรมร่วมกับพลังละมุนหรือ Soft power มากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยได้นำพลังละมุนหรือ Soft power มาบูรณาการร่วมกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศเพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ศิลปินไทยหลากหลายท่านมีบทบาทในการส่งออกวัฒนธรรมหรือพลังละมุน (ซอฟต์ พาวเวอร์) แบบไทยในเวทีระดับโลกมากขึ้น รวมทั้งจากสังคมโลกเดินทางเข้าสู่ยุคแห่ง Internet of Things ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี สิ่งเหล่านี้จึงมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดและรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จนเป็นผลให้หลายหน่วยงานเริ่มให้ความสำคัญและมีมาตรการในการยกระดับและพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับพลังละมุน เพื่อนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวและแสวงหาความแตกต่างในระดับพื้นที่ พร้อมทั้งยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศตนเองมากขึ้น (ปานเนตร จันทน์พรัตน์, 2562) ประเทศไทยก็เช่นเดียวกันจะเห็นได้ว่าประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญกับการนำพลังละมุนหรือ Soft power มาเป็นเครื่องมือใน

การกระตุ้นและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยการบูรณาการร่วมกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศ ด้วยเหตุนี้ซอฟต์แวร์จึงมีบทบาทสำคัญในยุคการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative Tourism Economy ที่มาจากองค์ความรู้ต่าง ๆ ทุกท่านคงทราบกันดีอยู่แล้วว่า “วัฒนธรรมไทยเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมบนโลกที่มีศักยภาพไม่ต่างกับอีกหลายประเทศ” และมักจะได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทั่วโลก อาทิ อาหาร ดนตรี การแต่งกาย เทศกาล สถานที่ท่องเที่ยว หรือซีรีส์หรือภาพยนตร์ ฯลฯ เป็นต้น (นราฤทธิ์ เอี่ยมศิริ, 2540) หากประเทศไทยและพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทยพยายามแสวงหาอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่สามารถนำมาต่อยอดและนำเสนอเป็นพลังละมุน (ซอฟต์แวร์) ประจำพื้นที่ตนเองได้ พลังละมุนเหล่านั้นก็จะสามารถเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการท่องเที่ยวและโอกาสใหม่ ๆ พร้อมทั้งสร้างการรับรู้วัฒนธรรมเชิงพื้นที่ที่มีพลังสูงและมีคุณค่าสูงขึ้นไปในพื้นที่ได้ (ชูศักดิ์ ชูศรี, 2567) สิ่งเหล่านี้ก็จะเป็เครื่องมือในการสร้างโอกาสในการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่และส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทยให้มากขึ้น (คัชพล จันเพชร, 2564) ตามนโยบายการมุ่งเน้นการกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองหลักสู่เมืองรองของภาครัฐ หรือนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เป็นต้น

ในส่วนของพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา เป็นพื้นที่เชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญอย่างยาวนานและมีรากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีอัตลักษณ์ที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้นการที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืนนั้นเพื่อให้ได้สิ่งใหม่และแตกต่าง จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องบูรณาการร่วมกับกระแสความเป็นไปของโลกคือการบูรณาการร่วมกับพลังละมุน หรือ ซอฟต์แวร์ที่สอดคล้องกับทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของพื้นที่ ย่านเมืองเก่าสงขลา พร้อมทั้งใช้เครื่องมือทางการท่องเที่ยวมาต่อยอดและบูรณาการร่วมกันก็จะสามารถขยายโอกาสและยกระดับการท่องเที่ยวของพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาให้มีศักยภาพสูงขึ้นได้ รวมถึงการผนวกร่วมกับวิถีความเป็นคนลุ่มน้ำสองทะเลและนโยบายของภาครัฐที่กระตุ้นให้แต่ละพื้นที่มองหาวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

ของตนเองและนำมาต่อยอดและขยายผลสู่การผลักดันซอฟต์แวร์อย่างนโยบาย 1 ครอบครัว 1 ซอฟท์ พาวเวอร์ เป็นต้น การบูรณาการการส่งเสริมร่วมกันเหล่านี้ ก็จะเป็นโอกาสในการนำย่านเมืองเก่าสงขลาสู่การเป็นเมืองมรดกโลกตามเป้าหมายที่หน่วยงานในพื้นที่วางไว้ได้เร็วขึ้น แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน ย่านเมืองเก่าสงขลา ยังคงมีความท้าทายในหลากหลายมิติที่ต้องพัฒนา ทั้งในส่วนของ การแสวงหาอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของพื้นที่ การสร้างความรู้ความเข้าใจ การแสวงหาความร่วมมือที่เข้มแข็ง ฯลฯ ความท้าทายเหล่านี้จะเป็นบทพิสูจน์ที่สำคัญของย่านเมืองเก่าสงขลา หากเมืองเก่าสงขลาในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคและประเทศ หากสามารถแสวงหารากฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เข้มแข็งของตนเองและบูรณาการร่วมกับการนำเสนอเป็นพลังละมุนหรือซอฟต์แวร์พาวเวอร์ผ่านอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้ง 11 สาขา ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐของ Thailand Creative Content Agency (THACCA) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมบทบาทในมิติซอฟต์แวร์ของประเทศ เพื่อให้ย่านเมืองเก่าสงขลาสามารถขยายโอกาสเชิงพื้นที่ได้ทุกมิติ สิ่งสำคัญคือการดำเนินการเลือกสาขาที่เป็นบริบทของพื้นที่และแสดงถึงความเป็นพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา มาสร้างเป็นโอกาสเชิงบวก สิ่งเหล่านี้ก็จะเป็โอกาสและการต่อยอดความเป็นรากฐานของเมืองที่แท้จริง สร้างความแตกต่าง ขยายโอกาสในพื้นที่ ยกกระดับคุณภาพชีวิตและเป็นโอกาสในการสร้างภาพจำใหม่ของเมืองแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ แต่อย่างไรก็ตามก่อนจะไปถึงกระบวนการของการนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไปสู่การบูรณาการร่วมกับการนำเสนอเป็นพลังละมุนหรือซอฟต์แวร์พาวเวอร์ของพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาได้นั้น สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการรู้จักตนเองและแสวงหาอัตลักษณ์หรือทุนพลังละมุนของย่านเมืองเก่าสงขลาเองก่อน จึงจะสามารถก้าวไปสู่การนำเสนอหรือกระบวนการในการต่อยอดต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อทบทวนทุนพลังละมุนและทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของย่านเมืองเก่าสงขลา ภายใต้นโยบาย Thailand Creative Content Agency (THACCA)
2. เพื่อนำเสนออัตลักษณ์พลังละมุนตามนโยบาย Thailand Creative Content Agency (THACCA) ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยที่แนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีหลายมิติที่เกี่ยวข้อง ทั้งในแง่ของการตลาด การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น โดยแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยนั้น สามารถดำเนินการได้อย่างหลากหลาย อาทิ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการส่งเสริมผ่านโครงการต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น โครงการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาท้องถิ่นและการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือวัฒนธรรมดั้งเดิม (Thailand Tourism Council, 2020) โดยการจะส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับโลกได้นั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในประเทศไทยควรมีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ผ่านการพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Suthiwartnarueput, 2021)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการท่องเที่ยว แนวทางในการใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงหลังมานี้ โดยเฉพาะการใช้โซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์ม

ต่าง ๆ ในการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น (Tourism Authority of Thailand, 2021) ซึ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในอนาคต ทั้งการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการจองการเดินทาง การท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tourism) และการใช้ข้อมูลใหญ่ (Big Data) ในการวิเคราะห์แนวโน้มและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างแม่นยำ (Rattanakorn, 2022)

การตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก โดยการเน้นย้ำความหลากหลายของวัฒนธรรมไทย เช่น การจัดกิจกรรมเทศกาลดนตรี งานอาหาร หรือการจัดโปรแกรมขึ้นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลต่าง ๆ (Rittichainuwat, 2017) โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ต้องมีการการเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่มีความหลากหลายและตอบโจทย์ความสนใจของนักท่องเที่ยวในกลุ่มต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Phakdee-Athan, 2020)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงเป็นความท้าทาย เนื่องจากการขาดการประสานงานที่ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวที่สอดคล้องและยั่งยืนสามารถช่วยลดปัญหาการท่องเที่ยวที่เกิดจากการขาดการควบคุม (Chheang & Wattanakuljarus, 2015) พร้อมทั้งมุ่งเน้นการกระจายการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่รองรับที่ไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ในปัจจุบันจะช่วยลดการแออัดในแหล่งท่องเที่ยวหลัก และสร้างการพัฒนาอย่างทั่วถึงให้แก่ทุกพื้นที่ของประเทศ โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ท้องถิ่นจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชน (Chansiri & Sookhanaphibarn, 2019)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลายแนวคิดที่ถูกพัฒนาขึ้น โดยรัฐบาลและองค์กรต่าง ๆ โดยเน้นไปที่การดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

รวมถึงการสร้างความน่าสนใจในจุดหมายท่องเที่ยวของไทยผ่านการใช้การตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมต่าง ๆ โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเพื่อการผจญภัย ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มรายได้และการจ้างงานเท่านั้น แต่ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในหลาย ๆ ด้าน เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในด้านการขนส่ง การสาธารณสุข และการศึกษา การท่องเที่ยวยังช่วยในการสร้างความเข้าใจข้ามวัฒนธรรมและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยในระดับสากล โดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (Prasetyo & Setiawan, 2018)

แนวคิดเกี่ยวกับทุนพลังละมุน (Soft Power)

ทุนพลังละมุน (Soft Power) ระดับนานาชาติ

ทุนพลังละมุน หรือซอฟท์ พาวเวอร์ ในต่างประเทศมีการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางก่อนที่ประเทศไทยจะหันมาให้ความสนใจ โดยพลังละมุน (Soft Power) หรือที่เรียกว่าการอำนาจทางอิทธิพลที่ไม่ใช่การบังคับ ใช้ความสามารถในการดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศ โดยการใช้ทรัพยากรในด้านต่าง ๆ เช่น วัฒนธรรม การศึกษา และการทูต ซึ่งมีผลกระทบทางเศรษฐกิจในระดับสากลได้เป็นอย่างมาก โดยการใช้พลังละมุนสามารถเสริมสร้างการลงทุระหว่างประเทศ, การท่องเที่ยว, การค้า, และการส่งออกวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลายประเทศทั่วโลกจึงหันมาให้ความสำคัญและใช้ทุนพลังละมุน หรือซอฟท์ พาวเวอร์เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวและมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้สูงขึ้น

อย่างเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาใช้อำนาจทางพลังละมุนที่แข็งแกร่ง โดยมีอิทธิพลในหลาย ๆ ด้าน เช่น วัฒนธรรม (ภาพยนตร์, ดนตรี, แฟชั่น) การศึกษา และการทูต ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากพลังละมุนของสหรัฐมีมูลค่ามหาศาล อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐ (Hollywood) ได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมาก โดยในปี 2019 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐมีรายได้จากการขายและการตลาดภาพยนตร์มากกว่า 40,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Nye, 2011) นอกจากนี้

สหรัฐยังเป็นประเทศที่มีการลงทุนจากต่างประเทศสูง เนื่องจากการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศต่าง ๆ ผ่านการใช้พลังละมุน

ประเทศสหราชอาณาจักร มีการใช้พลังละมุนในการสร้างอิทธิพลในระดับโลกโดยการสนับสนุนการศึกษาาระดับโลก การส่งเสริมการท่องเที่ยว การกระจายวัฒนธรรมผ่านงานศิลปะและภาพยนตร์ รวมถึงการมีบทบาทในการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศต่าง ๆ การศึกษาที่มีคุณภาพในสหราชอาณาจักรได้ดึงดูดนักศึกษาจากทั่วโลกมายังประเทศนี้ ส่งผลให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจจากค่าใช้จ่ายที่นักศึกษาต่างชาติเข้ามาทำการศึกษาต่อในสหราชอาณาจักร ในปี 2018 ค่าบริการทางการศึกษาที่นักศึกษาต่างชาติใช้จ่ายมีมูลค่าประมาณ 26.3 พันล้านปอนด์ (British Council, 2020)

นอกจากนี้อีกหนึ่งประเทศที่ประสบความสำเร็จในการนำพลังละมุนมาใช้ในการพัฒนาประเทศ คือ ประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งได้กลายเป็นตัวอย่างที่โดดเด่นในการใช้พลังละมุนเพื่อเสริมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในช่วงที่ผ่านมาในอุตสาหกรรมบันเทิง เช่น K-pop และภาพยนตร์ ซึ่งได้สร้างกระแสความนิยมทั่วโลก นักวิจัยพบว่าในปี 2018 K-pop สร้างมูลค่าเศรษฐกิจสูงถึง 5,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐจากการท่องเที่ยวและการค้าทางดนตรี (Lee, 2019) นอกจากนี้การส่งออกวัฒนธรรมผ่านผลิตภัณฑ์บันเทิงอื่น ๆ เช่น ซีรีส์และภาพยนตร์ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตและเพิ่มการลงทุนจากต่างประเทศ

ประเทศญี่ปุ่น มีการพัฒนาการใช้พลังละมุนในการส่งเสริมวัฒนธรรมป๊อป เช่น อะนิเมะ และอาหารญี่ปุ่น ซึ่งได้กลายเป็นสินค้าหลักในการขยายอิทธิพลไปทั่วโลก การท่องเที่ยวในญี่ปุ่นได้รับประโยชน์จากการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นในระดับสากล โดยในปี 2019 ญี่ปุ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 44.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (Japan National Tourism Organization, 2020) การส่งเสริมวัฒนธรรมญี่ปุ่นยังช่วยกระตุ้นการค้าสินค้าอื่น ๆ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระดับโลก และประเทศสุดท้ายที่กำลังพัฒนาพลังละมุนของประเทศให้เป็นที่รู้จัก นั่นคือประเทศจีน ซึ่งได้ใช้พลังละมุนเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากลผ่านการเผยแพร่วัฒนธรรมจีนและการลงทุนในต่างประเทศ เช่น โครงการ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” (Belt and Road Initiative) ซึ่งช่วยสร้างโอกาสในการค้า

และการลงทุนระหว่างประเทศต่าง ๆ ในเอเชียและยุโรป (Huang, 2019) นอกจากนี้ การส่งออกผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์และดนตรียังมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า พลังละมุนมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญในหลายประเทศ เนื่องจากช่วยสร้างมูลค่าในหลายด้าน เช่น การท่องเที่ยว, การศึกษา, การส่งออกวัฒนธรรม, และการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ประเทศต่าง ๆ ใช้พลังละมุนในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้พลังละมุนกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระดับโลก

ทุนพลังละมุน (Soft Power) ของประเทศไทย

ในอดีตที่ผ่านประเทศไทยมีการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการนำพลังละมุนหรือซอฟท์ พาวเวอร์มาใช้ในการกระตุ้นและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยในระยะแรกได้มีการมอบหมายให้กระทรวงวัฒนธรรม แสวงหาและกำหนดพลังละมุนของประเทศไทยที่มีพลังมากพอในการส่งเสริมโดยให้มุ่งเน้น 5 เรื่องหลักหรือที่เรียกว่า ศักยภาพ 5F อันโดดเด่นของไทยให้เป็น Soft Power ของประเทศโดยนำความเป็นไทยสู่การเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยไปสู่เวทีโลก (ฐานเศรษฐกิจ, 2566) ได้แก่ อาหาร (Food) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) มวยไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณี (Festival) ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้ง 5 ข้อ ล้วนเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยถือเป็นต้นทุนที่มีมาอย่างยาวนานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและได้รับการตอบรับจากผู้คนจากทั่วโลก ถือเป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ โดยในระยะต่อมาทางกระทรวงวัฒนธรรมได้ดำเนินการต่อยอดพลังละมุนและได้รวบรวมทุนวัฒนธรรมทั่วประเทศที่มีศักยภาพในการต่อยอดกว่า 50 รายการ เพื่อนำมาส่งเสริมร่วมกับ 5F ในระยะที่ผ่านมา โดยผลการศึกษาพบว่า ทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพมีทั้งสิ้น 7 ด้าน ประกอบด้วย ทุนวัฒนธรรม 5F และทุนวัฒนธรรมที่ต้องผลักดันเพิ่มเติม 2 ด้าน หรือ 5F+2 อันได้แก่ ศิลปะการแสดงและความเชื่อ ตำนานและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยเรียกระยะเพิ่มเติมนี้ว่า 5F+ (ฐานเศรษฐกิจ, 2566)



ภาพที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการขับเคลื่อนซอฟท์พาวเวอร์ในอดีต
ที่มา : ฐานเศรษฐกิจ (2566)

โดยมีแนวทางในการต่อยอดและเพิ่มมูลค่าทุนวัฒนธรรมแต่ละด้านดังนี้

1. อาหาร โดยมุ่งเน้นการขายประสบการณ์เพิ่มเติมจากอาหารและ สดุดแทรกเรื่องราวและที่มาของอาหารพื้นถิ่น พร้อมทั้งมุ่งเน้นในการจัดกิจกรรม เช่น Workshop ทำอาหารหรือเทศกาลอาหาร แปรรูปและเพิ่มตลาดส่งออก

2. แฟชั่นหรือหัตถกรรม มุ่งเน้นการสอดแทรกเรื่องราว ที่มาและเบื้องหลัง ของผลงาน ดัดแปลงศิลปหัตถกรรมดั้งเดิมให้กลายเป็นของที่ระลึกที่เหมาะสมกับ ทุกคนและซื้อง่าย เช่น ไปรษณียบัตร พวงกุญแจ ของตกแต่งบ้านขนาดเล็ก ผลงานเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทยในสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้ง ใช้นวัตกรรมช่วยลดเวลาในการผลิต

3. ภาพยนตร์ โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนผู้ผลิตเข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์และ การจับคู่ธุรกิจ สร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าสากลและจัดกิจกรรมกับแฟนคลับต่างประเทศ ให้ทุนการศึกษาบุคลากรอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อต่อยอดและสร้างความเข้ม แข็งให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศ

4. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จัดทำแผนที่เส้นทางประเพณี พัฒนาสถานที่ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและสอดแทรกสถานที่ท่องเที่ยวและเทศกาล ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบของการนำเสนอผ่านอินฟลูเอนเซอร์ รวมถึงส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5. มวยไทยและกีฬาพื้นบ้าน มุ่งเน้นการส่งเสริมและนำเทคโนโลยีมาช่วยฝึกมวยไทย ประยุกต์การรำมวยไทยมาใช้ออกกำลังกายและเพิ่มจำนวนการแข่งขันกีฬาพื้นบ้าน

6. ศิลปะการแสดง มุ่งเน้นการนำศิลปะการแสดงในพื้นที่ถิ่นมาจัดแสดงในงานสำคัญของจังหวัดและจัดแข่งขันระดับจังหวัดและระดับประเทศ รวมถึงการส่งเสริมผลิตของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของศิลปะการแสดง

7. ความเชื่อ มุ่งเน้นการสอดแทรกเรื่องราวและที่มา เชื่อมโยงเรื่องราวในพื้นที่และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยตำนานและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นำเสนอร่วมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเผยแพร่ เป็นต้น

โดยในระยะต่อมาภาครัฐได้ดำเนินการจัดทำแผนการขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ด้วยมิติทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทยเพื่อรองรับนโยบายรัฐบาล Thailand Creative Content Agency (THACCA) โดยการยกระดับและพัฒนาพร้อมทั้งส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 11 สาขา และประกาศนโยบาย Soft Power สร้างเสน่ห์วิถีไทยให้ครองใจคนทั้งโลก สร้างรายได้แก่ประชาชน ชุมชนและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนในอนาคตโดยมีการพัฒนา Soft Power ของประเทศ เพิ่มขึ้นจากเดิมใช้ 5F และ 5F+ ต่อยอดเป็น 11 สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายซอฟต์แวร์ ภายใต้ Thailand Creative Content Agency (THACCA) มีรายละเอียดทั้ง 11 อุตสาหกรรมเป้าหมายซอฟต์แวร์ (Janmuangthai et al., 2024) ดังนี้

1. ด้านภาพยนตร์ มุ่งเน้นการส่งเสริมผ่านนโยบายจัดตั้งกองทุนสนับสนุนผู้ผลิตภาพยนตร์ที่ครอบคลุมทั้งภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์อิสระ จัดหาแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ทบทวนมาตรการเซนเซอร์เนื้อหา จัดตั้งสหภาพคนทำงานภาพยนตร์ สนับสนุนด้วยการเข้าโรงภาพยนตร์ของเอกชนเพื่อฉายภาพยนตร์ไทย-ภาพยนตร์ท้องถิ่น และขยายตลาดภาพยนตร์ไทยไปสู่เทศกาลภาพยนตร์ระดับโลก

2. ด้านศิลปะ ให้ความสำคัญและต่อยอดผ่านนโยบายปรับปรุงกองทุนส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย แก่กฎหมายและระเบียบที่เป็นอุปสรรค ลดภาษีอุปกรณ์ศิลปะ

ให้เหลือร้อยละศูนย์ แจกคูปองท่องเที่ยวให้แก่เยาวชนเพื่อศึกษาดูงานสร้างสรรค์ และขับเคลื่อน 1 ตำบล 1 งานสร้างสรรค์

3. ด้านหนังสือ สร้างและออกแบบผ่านนโยบายลดภาษีมูลค่าเพิ่มกระดาษ ให้เหลือร้อยละศูนย์เพื่อลดต้นทุนในการพิมพ์ ไม่ปิดกั้นเสรีภาพของผู้เขียน พัฒนาห้องสมุดและขยายห้องสมุดให้ครอบคลุมทั่วประเทศ จัดตั้งกองทุนพัฒนาหนังสือ สนับสนุนทุนในการแปลหนังสือไทยเป็นภาษาต่างประเทศ และส่งออกหนังสือไทยสู่ตลาดหนังสือโลก

4. ด้านอาหาร ส่งเสริมและกระตุ้นผ่านนโยบายสร้างเครือข่ายร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เพิ่มการส่งออกและวัตถุดิบจากไทย ให้ทุนและเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ธุรกิจอาหารและร้านอาหารไทยทั้งในและต่างประเทศ ปลอดภัยสุราชุมชน จากสินค้าเกษตรไทย ขยายพื้นที่และยกระดับมาตรฐานความสะอาดของ Street Food

5. ด้านดนตรีและเทศกาล ยกกระดับผ่านนโยบายอำนวยความสะดวกแบบเบ็ดเสร็จให้ผู้ประกอบการลดต้นทุนแฝงของผู้ประกอบการ ปลอดภัยธุรกิจสุรา ให้เป็นสปอนเซอร์ธุรกิจดนตรีได้ ปลอดภัยช่วงเวลาซื้อขายแอลกอฮอล์ ปลอดภัยช่วงเปิดปิดธุรกิจกลางคืน เปิดพื้นที่สาธารณะในการแสดงดนตรี และสนับสนุนดนตรีอย่างครอบคลุมและเท่าเทียมทั้งดนตรีไทยเดิมและดนตรีร่วมสมัย

6. ด้านการท่องเที่ยว กระตุ้นและส่งเสริมในระยะยาวผ่านนโยบายเร่งผลักดันการท่องเที่ยวศักยภาพสูง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Cruises) และธุรกิจสร้างสรรค์งานจัดประชุม (MICE) ให้ธุรกิจท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งทุนและประกันความเสี่ยงกรณีเกิดวิกฤต ทบทวนกฎหมายที่เป็นอุปสรรค ขยายสนามบินสุวรรณภูมิให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก 100 ล้านคนต่อปี และเร่งลงทุนในระบบขนส่ง ถนน ราง เรือ

7. ด้านกีฬา ต่อยอดแบบร่วมสมัยผ่านนโยบายยกระดับมวยไทยและบอลไทยไปเวทีโลก ดึงดูดการแข่งขันและการจัดประชุมเสวนากีฬาระดับโลก ในประเทศไทย ยกกระดับสวัสดิการนักกีฬาอาชีพและขยายสู่นักกีฬาสมัครเล่น สร้างความร่วมมือให้รัฐวิสาหกิจที่มีกำไรและหน่วยงานรัฐ-เอกชนมาสนับสนุนสมาคมกีฬา และเพิ่มความยืดหยุ่นให้กองทุนสามารถสนับสนุนนักกีฬาไทยไปแข่งขันในเวทีต่างประเทศ

8. ด้านการออกแบบ พัฒนาอย่างสร้างสรรค์และส่งออกผ่านนโยบายสร้างศูนย์สร้างสรรค์และออกแบบ (TCDC) ให้ครบทุกจังหวัดทั่วประเทศเพื่อพัฒนาการออกแบบและป่มเพาะนักออกแบบรุ่นใหม่ สนับสนุนภาคเอกชนในการส่งออกผลงาน สินค้าออกแบบและจัดแสดงงานในต่างประเทศ

9. ด้านละครและละครชุด (Series) ส่งเสริมผ่านนโยบายอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่ถ่ายทำ ทบพจนเรื่องการทำมาค้าขายและเซนเซอร์เนื้อหา และส่งออกละครและละครชุดไทยไปยังตลาดโลก

10. ด้านเกม กระตุ้นและส่งเสริมผ่านนโยบายพัฒนาหลักสูตร ส่งเสริมผู้ประกอบการ จัดตั้งกองทุนและสร้างสนามกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย

11. ด้านแฟชั่น ต่อยอดและยกระดับผ่านนโยบายพัฒนาหลักสูตรออนไลน์ เปรียบความพร้อมผู้ประกอบการ และส่งเสริมการแสดงสินค้าในต่างประเทศ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าการส่งเสริมพลังละมุน (Soft Power) ของประเทศไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีการขับเคลื่อนและพัฒนาต่อยอดมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับสากลอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาต่อยอดมาสู่ 11 สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย จึงเป็นโอกาสและหมุดหมายที่สำคัญของประเทศไทย ในการยกระดับขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยไปสู่เป้าหมายการก้าวไปสู่ประเทศแห่งการท่องเที่ยวในระดับโลกอย่างมีคุณภาพและเป็นที่จำจด โดยการมุ่งเน้นการผนวกกับการท่องเที่ยวและใช้เครื่องมือพลังละมุนหรือทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของประเทศเข้าสู่กระบวนการเพื่อยกระดับเพื่อนำพาประเทศสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณค่าและมีคุณค่าที่ทุกคนต้องมาเยือนในอนาคตและกระตุ้นการท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพ และกระจายนักท่องเที่ยวคุณภาพสู่เศรษฐกิจฐานรากตามเป้าหมายที่ภาครัฐมุ่งหวังไว้

สถานการณ์การส่งเสริมทุนพลังละมุน (Soft Power) ของประเทศไทย

จากการทบทวนและสังเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวกับพลังละมุน (Soft Power) ของประเทศไทยจนถึงปัจจุบันสะท้อนภาพให้เห็นวิวัฒนาการของการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยพลังละมุน (Soft Power) ของประเทศได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไร

ก็ตามการจะพัฒนาหรือยกระดับสิ่งใดสิ่งหนึ่งสู่การเป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้นั้น ประเทศไทยจำเป็นที่จะต้องมีการลงทุนเพื่อสร้างการรับรู้อย่างมหาศาลทั้งการสร้างการรับรู้ภายในประเทศและต่างประเทศ จากการดำเนินการสังเคราะห์ข้อมูลและทบทวนประเด็นที่เกี่ยวกับสถานการณ์ในการส่งเสริมพลังละมุนขอหน่วยงานภาครัฐ สะท้อนภาพที่สำคัญให้เห็นได้ว่าประเทศไทยมีการส่งเสริมพลังละมุนโดยมีการจัดตั้งงบประมาณในการส่งเสริมพลังละมุนทั้ง 11 สาขา งบประมาณรวมกว่า 5.2 พันล้านบาท โดยงบประมาณใช้ไปกับสาขาเพศวิถีมากที่สุด จำนวนกว่า 1 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.42 ของงบประมาณทั้งหมดที่รัฐบาลจัดสรรไว้ รองลงมาเป็นสาขาอาหาร จำนวน 1 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.23 ต่อมาเป็นสาขาท่องเที่ยว จำนวนกว่า 749 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.40 สาขาภาพยนตร์ ละครและละครชุด จำนวน 545 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.48 ต่อมาเป็นสาขาเกี่ยวกับกีฬา จำนวน 500 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.61 สาขาศิลปะ จำนวน 375 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.21 สาขาเกม จำนวน 374 ล้านบาท สาขาแฟชั่น 268 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.17 สาขาออกแบบ จำนวน 165 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.19 สาขาดนตรี จำนวน 144 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.77 และสุดท้ายเป็นสาขาหนังสือ จำนวน 69 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.33 (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ตามลำดับ

โดยกิจกรรมที่ใช้ในการดำเนินการในแต่ละสาขามากที่สุดเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์จำนวนกว่า 1.6 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 32.23 ของงบประมาณรวมทั้งหมด รองลงมาเป็นการดำเนินงานด้านอีเว้น จำนวนกว่า 1.2 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.92 ต่อมาใช้งบประมาณไปกับการดำเนินการกิจกรรมเกี่ยวกับการฝึกอบรม จำนวนกว่า 832 ล้านบาท ต่อมาเป็นในส่วนการผลิตผลงานและการจัดประกวด จำนวน 504 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.69 ต่อมาเป็นการตั้งกองทุนและการสนับสนุนเงินทุน จำนวน 300 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.77 ในส่วนของกาก่อสร้างและปรับปรุงอาคาร จำนวน 280 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.38 และเป็นงบในการบริหารโครงการ จำนวน 203 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.90 และสุดท้ายเป็นเรื่องของฐานข้อมูลและองค์ความรู้ จำนวน 161 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.11 (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ตามลำดับเป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวมาทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับการส่งเสริมพลังละมุนของประเทศ เพื่อต่อยอดสู่การส่งเสริมเศรษฐกิจและรายได้ของประเทศไทยมิติต่าง ๆ โดยการลงทุนในการส่งเสริมกิจกรรมเชื่อมโยงที่เกี่ยวกับมิติของพลังละมุนของประเทศด้วยเงินจำนวนมหาศาล เพื่อพัฒนาประเทศและสร้างมูลค่ามวลรวมทางเศรษฐกิจของประเทศให้สูงขึ้นและเพื่อฟื้นฟูประเทศจากการได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก ปัญหาสงครามและปัญหาโรคระบาดที่ส่งผลทางตรงและทางอ้อมกับทุกอุตสาหกรรมในประเทศโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาอย่างต่อเนื่อง การนำพลังละมุนมาเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นสื่อในการกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวก็จะเป็นโอกาสและทางรอดที่สำคัญอีกทางหนึ่งให้กับประเทศไทยและเศรษฐกิจฐานรากของประเทศอย่างชุมชนที่กระจายอยู่ทั่วทุกมุมของประเทศไทยโดยเฉพาะย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นหัวเมืองทางภาคใต้ที่มีขนาดของเศรษฐกิจสูง มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานและพร้อมไปด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สามารถนำมาต่อยอดและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อก้าวไปสู่กระตุ้นการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศได้ โดยผ่านกระบวนการส่งเสริมในศักยภาพภายใต้สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายตามที่ Thailand Creative Content Agency (THACCA) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวางไว้ในอนาคต

ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาหรือทุนพลังละมุน (Soft Power) ย่านเมืองเก่าสงขลา

พื้นที่เมืองเก่าสงขลาเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมและสืบสานมาตั้งแต่อดีตกาลจากการเข้ามาอาศัยของทั้งชาวไทย ชาวมุสลิม และชาวจีน โดยเฉพาะชาวจีนที่อยู่หนาแน่นในพื้นที่ ทำให้พื้นที่นี้มีวิถีชีวิตและทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน (ศูนย์มานุษยวิทยา (องค์การมหาชน), 2567) โดยย่านเมืองเก่าสงขลา มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา หรือ พลังละมุน (Soft Power) จากการจำแนกของ Thailand Creative Content Agency (THACCA) ในแต่ละสาขาดังต่อไปนี้

(1) วิถีชีวิตและประเพณีความเชื่อของย่านเมืองเก่าสงขลา

จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่พหุวัฒนธรรมที่รวมของความเชื่อและความหลากหลายของความเชื่อ จากการศึกษาในส่วนของพลังละมุนย่านเมืองเก่าสงขลา ปรากฏว่า พื้นที่เมืองสงขลามีวิถีชีวิตและประเพณีความเชื่อ (ศูนย์มานุษยวิทยา (องค์การมหาชน), 2567) ดังนี้ ประเพณีสมโภชเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา เป็นประเพณีสืบทอดกันมายาวนานของคนในพื้นที่โดยเฉพาะชาวจีน โดยการจัดงานฉลองสมโภชเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลาเมื่อถึงวันคล้ายวันประสูติของเจ้าพ่อหลักเมือง ซึ่งตรงกับวันที่ 27 เดือน 5 ตามปฏิทินจีน โดยสถานที่หลักสำหรับจัดประเพณีนี้จะอยู่บริเวณศาลเจ้าพ่อหลักเมือง ถนนนางงาม ในงานจะมีขบวนแห่พระรอบเมือง ซึ่งพระเปรียบเสมือนองค์เจ้าพ่อหลักเมืองที่เสด็จเยี่ยมประชาชน นอกจากนี้ยังมีองค์เทพในขบวนแห่เพื่อเป็นการอัญวอยววยพรประชาชนต่าง ๆ ทั้งนี้ระหว่างขบวนแห่ประชาชนที่อยู่ตามทางผ่านของขบวนจะตั้งโต๊ะหมู่บูชาหน้าบ้าน เมื่อขบวนแห่มาถึงหน้าบ้านก็จะจุดธูปเทียนและประทัดรับขบวนเมื่อขบวนผ่านไปก็จะเผากระดาษเงินทองส่งเทพเจ้า ทั้งนี้ในงานประเพณีนี้ยังมีกิจกรรมอีกหลายประการที่เสริมสร้างความเป็นสิริมงคลแก่คนในชุมชนด้วย

ต่อมาเป็นประเพณีลากพระ (ชักพระ) เป็นประเพณีสำคัญที่ถือเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของภาคใต้ที่ปฏิบัติกันมาแต่โบราณในเทศกาลออกพรรษา วันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 โดยแต่ละวัดได้ตกลงนัดหมายลากพระไปยังจุดศูนย์รวม วันรุ่งขึ้นแรม 2 ค่ำ เดือน 11 จึงลากพระกลับวัด ปฏิบัติตามความเชื่อว่ามีครั้งที่พระพุทธเจ้าเสด็จไปจำพรรษา ณ สวรรค์ชั้นดาวดึงส์เพื่อโปรดพระมารดา เมื่อครบพรรษาจึงเสด็จกลับมายังโลกมนุษย์ พุทธศาสนิกชนไปรับเสด็จ แล้วอัญเชิญพระพุทธรูปเจ้าประทับบนบุษบกแล้วแห่ ซึ่งสิ่งที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในประเพณีชักพระ คือ เรือพระ ซึ่งเป็นรถหรือล้อเลื่อนที่ประดับตกแต่งให้เป็นเรือ

เทศกาลตรุษจีน เทศกาลนี้สำคัญมากกับชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ โดยก่อนวันตรุษจีนจะพบชาวจีนเริ่มทำความสะอาดบ้านประดับตกแต่งบ้านสวยงาม เทศกาลนี้ชาวจีนจะทำการประกอบพิธีเซ่นไหว้เจ้าคร้วไฟ ของเซ่นจะเป็นอาหารคาวหวานหน้าเตาไฟ จากนั้นจุดธูปอัญเชิญเจ้ามารับของไหว้ในตอนเช้าของวันสิ้นปีที่เป็นวันไหว้ ชาวจีนจะไปไหว้เจ้าที่ศาลเจ้าหรือศาลหลักเมืองที่ตนเองนับถือ

มีการถวายของเซ่นไหว้เทพพระเจ้าที่ศาลเจ้านั้น ๆ เมื่อกลับบ้านจะไหว้พระภูมิเจ้าที่ จากนั้นขั้นตอนสุดท้ายจะเผากระดาษเงินกระดาษทองและจุดประทัดหน้าบ้านเป็นอันเสร็จ

เทศกาลเซ็งเม็ง เทศกาลนี้สำคัญกับคนในชุมชนมากเพราะผู้คนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นลูกหลานชาวจีนที่สืบทอดตั้งถิ่นฐานในบริเวณนี้ตั้งแต่การเกิดขึ้นของสงขลาบ่อยาง ผู้คนในพื้นที่มักจะสำนึกรักและกตัญญูต่อบรรพบุรุษของตนอย่างมาก โดยเทศกาลนี้ลูกหลานชาวจีนในพื้นที่พากันไปไหว้บรรพบุรุษที่ฮวงซุ้ย มีการเซ่นไหว้แปะก๊งผู้ดูแลสุสานและไหว้บรรพบุรุษ มีการทำความสะอาดพื้นที่ฝังศพโดยรอบ เมื่อเสร็จสิ้นพิธีแล้วบางครั้งอวดว่าจะมานั่งล้อมวงทานอาหารกันต่อเพื่อแสดงความสมานสามัคคีแก่บรรพบุรุษ ก่อนกลับจะจุดประทัดเพื่อเป็นการบอกลาบรรพบุรุษและแปะก๊ง

(2) สถาปัตยกรรมและการออกแบบย่านเมืองเก่าสงขลา

รูปแบบอาคารบ้านเรือน ภายในเมืองเก่าสงขลา มีสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เลย คือ กลุ่มอาคารบ้านเรือนที่ตั้งอยู่ภายในชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลา กลุ่มอาคารเหล่านี้บอกได้ถึงปรากฏการณ์ทางประวัติศาสตร์ทั้งสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายในชุมชนในอดีต โดยกลุ่มอาคารที่พบในชุมชนมีลักษณะส่วนใหญ่แบ่งตามรูปแบบวัฒนธรรมจากชนชาติที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานและจากการติดต่อค้าขาย ทำให้ที่นี่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมหลากหลาย (ศุภย์มานุษยวิทยา (องค์การมหาชน), 2567) ดังนี้

1) แบบไทย รูปแบบอาคารแบบไทย มีมาตั้งแต่การตั้งถิ่นฐานแรกเริ่มบ่งบ่งช่วงรัชกาลที่ 3 โดยรูปแบบลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมนี้คือหลังคาจั่วหรือมณฑล มีความลาดชันประมาณ 60 องศาขึ้นไปเพื่อป้องกันน้ำรั่วในสมัยแรกอาคารเหล่านี้จะมุงด้วยจากต่อมาจะเปลี่ยนมาเป็นกระเบื้องดินเผาที่มาจากเกาะยอ ส่วนใหญ่อาคารเหล่านี้มีชั้นเดียว ส่วนโครงสร้างเป็นเสาปักคานไม้ มีกันสาดด้านหน้าและหลังบานประตูมักเป็นบานเฟี้ยม มีช่องแสงเหนือบานประตูอาคารแบบไทยมักไม่ค่อยมีการประดับประดา

2) แบบจีน ด้วยพื้นที่ชุมชนย่านเมืองเก่ามักเป็นที่อยู่อาศัยส่วนมากของชาวจีนนับตั้งแต่ย้ายศูนย์กลาง คนจีนจึงถือเป็นส่วนมากของชุมชนเพราะพื้นที่นี้เป็นแหล่งค้าขายสำคัญในอดีตชาวจีนต่างเข้ามาค้าขายอย่างหนาแน่น ทำให้อาคารบ้านเรือนจีนมีหลากหลายลักษณะ โดยแบ่งออกเป็น แบบจีนดั้งเดิม (สำนักงานภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม, 2560) เป็นกลุ่มอาคารที่มีมาตั้งแต่ช่วงแรกของการตั้งเมืองสงขลาฝั่งบ่อยาง พ.ศ. 2379 เป็นต้นมา โดยมักเป็นกลุ่มอาคารกลุ่มใหญ่สร้างติดแนวถนน อาคารมักมีความยาวประมาณ 30-40 เมตร มีพื้นที่ค้าขายด้านหน้ากลางบ้านจะมีการช่องเปิดโล่งเป็นบ่อน้ำและซีกล่าง ส่วนพื้นที่อาคารด้านหลังเป็นที่พักอาศัย โดยอาคารมีทั้งแบบชั้นเดียวและสองชั้น ผนังเป็นการก่ออิฐฉาบปูน โครงสร้างเป็นกำแพงรับน้ำหนัก โครงสร้างหลังคาเป็นไม้มุงกระเบื้องดินเผาโค้งแบบจีน หน้าต่างเป็นช่องเปิดทำด้วยไม้ขนาดเล็กและแคบ ไม่นิยมทำกันสาด อาคารอาจมีลวดลายประดับประดับบ้างในลักษณะปูนปั้นเขียนสีตามหลังคา สันหลังคา เเชิงชายและช่องเปิด อาคารเหล่านี้พบบนถนนกลางถนนนครในและจุดตัดบนถนนนครนอก ต่อมาเป็นแบบจีนพาณิชย์ เป็นกลุ่มอาคารจีนที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกเข้ามาผสมเกิดความเป็นสากลมากขึ้นแต่ก็ยังคงลักษณะและองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมแบบจีนอยู่ โดยอาคารเหล่านี้มักสร้างขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2420 เป็นต้นมา อาคารเหล่านี้มีลักษณะเด่น คือ จะมีแผงบังหลังคา อาจมีหลังคาจั่วหรือปั้นหยาซ้อนอยู่และอาจมีหลังคาแบบแบนก็ได้ มักมีชั้นตั้งแต่ 2-4 ชั้นโครงสร้างเป็นเสาและคานส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีการตกแต่งประดับประดามักมีประตูอยู่ตรงกลางอาคาร ทั้งนี้หน้าตาอาคารมักรูปแบบแข็งกร้าวแต่สมมาตร อาคารเหล่านี้พบบนถนนนครนอก และสุดท้ายเป็น แบบจีนสมัยใหม่ เป็นกลุ่มอาคารที่สร้างในช่วงนับตั้งแต่ พ.ศ. 2470 เป็นต้นมา โดยรูปแบบนี้จะมี 2 ลักษณะคือลักษณะแบบแรกจะเป็นอาคารที่ก่อสร้างใหม่โดยยังคงกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม มีความสูง 1-2 ชั้น หน้าตาจะคล้ายจีนดั้งเดิมแต่ประยุกต์ให้ทันสมัยมากขึ้นด้วยการออกแบบและการเลือกใช้วัสดุหลังคา บางหลังอาจมีแผงบังหลังคาเพิ่มเข้ามา ส่วนรูปแบบลักษณะที่สองเป็นอาคารเก่าแบบจีนดั้งเดิมแต่นำมาปรับปรุงใหม่ โดยจะเป็นการใช้วัสดุใหม่มาผสมกับโครงสร้างของเดิม เช่น อาจเปลี่ยนมาใช้กระเบื้องลอน มีการทาสีและตกแต่งใหม่แต่ส่วนใหญ่ยังคงภาพลักษณ์จีนไว้ อาคารเหล่านี้พบบนถนนนครใน

3) แบบซิโนโปรตุกีส เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากตะวันตก โดยเฉพาะโปรตุเกสเข้ามาผสมผสานกับอิทธิพลจีน โดยลักษณะอาคารนี้เริ่มเกิดขึ้นช่วงปลายรัชกาลที่ 3 และเด่นชัดมากขึ้นในช่วงรัชกาลที่ 4 อาคารนี้ได้รับรูปแบบมาจากปิ่นังและสิงคโปร์จากการติดต่อทางการค้าของคนในพื้นที่ โดยลักษณะอาคารจะสร้างชิดถนน บางอาคารจะมีทางเดินหน้าอาคาร ส่วนภายในจะมีห้องโถงสำหรับบ่อน้ำและซีกล่างคล้ายจีน อาคารส่วนใหญ่ช่วงแรกมักมี 2 ชั้น ในช่วงหลังจะเป็น 3 ชั้น ส่วนด้านโครงสร้างมีการใช้อิฐก่อสร้างแบบจีน ในสมัยแรกโครงสร้างมีกำแพงรับน้ำหนักช่วงหลังเปลี่ยนมาเป็นโครงสร้างเสาและคาน คสล.ในส่วนหลังคาเป็นทรงจั่วแบบจีน ส่วนการมุงหลังคามักใช้วัสดุกระเบื้องดินเผา เช่น กระเบื้องกาบกล้วยแบบจีนหรืออาจใช้กระเบื้องแบบเกาะยอ หน้าต่างส่วนใหญ่เป็นบานเกล็ดไม้เปิดยาวถึงพื้นช่วงหลังรูปแบบอาคารจะมีการเพิ่มระเบียงกันแดดและแผงบังหลังคาและเน้นลวดลายประดับในช่องเปิดและมีการประดับลายปูนปั้นในส่วนช่องเจาะ หัวเสา ระเบียง ค้ำยัน ในลักษณะลวดลายตะวันตก

4) ตึกแถวแบบสงขลาดั้งเดิม (ซิโน-ยูโรเปียน) มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่ประดับตกแต่งด้วยลวดลายแบบจีน และยุโรปผสมกันคล้ายกับรูปแบบที่เรียกว่าซิโนโปรตุกีสซึ่งพบมากที่สุดที่ภูเก็ต แต่ที่สงขลาจะไม่มีทางเดินใต้อาคารที่เรียกว่า หงอากี้ อาคารจะมีช่องเปิดกลางอาคารและเป็นที่ตั้งของบ่อน้ำ ซึ่งในอดีตน้ำดื่มจะมีรสจืดสะอาดจนสามารถดื่มได้ (จเร สุวรรณชาติ, 2560)

(3) ศิลปะย่านเมืองเก่าสงขลา

เทศบาลนครสงขลา ร่วมกับการท่องเที่ยวและกีฬา จ.สงขลา เนรมิตอาคารเก่าคลาสสิกสไตล์ซิโนโปรตุกีส ซึ่งสร้างเมื่อ พ.ศ.2462 อายุ 96 ปี บริเวณสี่แยกถนนนางงามตัดถนนรามัน เขตเทศบาลนครสงขลา ซึ่งเป็นย่านเมืองเก่าสงขลา สร้างศิลปะแนวสตรีทอาร์ต (Street Art) หรือศิลปะข้างถนนด้วยภาพวาดสีน้ำ เป็นการบอกเล่าเรื่องราวย้อนอดีตของเมืองสงขลา โดยจำลองบรรยากาศร้านน้ำชาชื่อ “ฟูเจา” ที่เคยเปิดในอาคารดังกล่าวมาเป็นเรื่องราวของภาพในองค์ประกอบของภาพมีชาย 3 คน ซึ่งเป็นผู้ส่งวัยกำลังนั่งกินน้ำชา และพูดคุยกันอย่างมีความสุข และนั่งอ่านหนังสือพิมพ์ รวมทั้งมีนาฬิกาไม้แบบเก่า และของประกอบที่วางขายในร้านก็เป็นสินค้าดั้งเดิมในอดีต เพื่อบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวเมืองสงขลา

ซึ่งภาพที่วาดออกมาลงตัว และเข้ากับผนังอาคารเก่าที่เริ่มชำรุดมีรอยแตกของอิฐ และเหมือนกับร้านน้ำชาที่ตั้งอยู่ริมถนนจริง ๆ ซึ่งสตรีทอาร์ตแห่งนี้กำลังกลายเป็น จุดขายด้านการท่องเที่ยวแห่งใหม่ของเมืองสงขลา ได้รับความสนใจจากผู้คน และ นักท่องเที่ยว หรือแม้แต่นิสิตนักศึกษาที่จบการศึกษา หรือแม้แต่การถ่ายภาพ ประกอบแต่งงานที่พากันไปถ่ายรูปเพื่อเก็บภาพความประทับใจทุกวัน เนื่องจากเป็น สตรีทอาร์ตแห่งแรกของ จ.สงขลา

ทั้งนี้ “ถนนนางงาม” เป็นหนึ่งในถนนสายวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ของเมืองสงขลา ซึ่งเป็นถนนที่อยู่คู่กับย่านเมืองเก่าอีก 2 สาย คือ ถนนนครนอก และ ถนนนครใน ถนนทั้ง 3 สายมีห้องแถวไม้แบบจีน ตึกคลาสสิกสไตล์ “ซิโนโปรตุกีส” และนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับบรรยากาศเมืองเก่าแล้ว บนถนนทั้ง 3 สาย ยังมีของกินที่อร่อย ๆ ทั้งของไทย จีน ฝรั่งเศส ซึ่งล้วนเป็นร้านเก่าแก่ที่มีชื่อเสียง คู่เมืองสงขลาอีกด้วย (ศาลากลางจังหวัดสงขลา, 2567) โดยเป็นภาพที่มีการออกแบบ โดยนักจิตรกรและกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบภาพแนวอาร์ท คลาสสิก และความทันสมัย แต่ละภาพวาด มีความแตกต่างกันออกไป บ้างก็ออกแบบ โดยไม่มีขีดจำกัดทางความคิด บ้างก็สื่อถึงความชอบส่วนตัว แต่จะมีการออกแบบ ให้ทันสมัยเข้ากับคนสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น แต่ละภาพแต่ละมุมมองให้ความหลากหลาย ทางด้านอารมณ์และความรู้สึก

1. ภาพวาดที่มีความคล้ายพญานาค อีกหนึ่งอย่างที่บ่งบอกถึงความเป็น เอกลักษณ์ของสงขลา นั่นคือ พญานาคพ่นน้ำเป็นประติมากรรมรูปปั้นส่วนหัว พญานาคที่มีความคล้ายกับหัวพญานาคและสะท้อนถึงความเป็นสงขลาได้เป็นอย่างดี

2. ภาพชายหนุ่มคลาสสิก หากพูดถึงวัฒนธรรม ยุค 90 นั้นผู้คนในจังหวัดสงขลา ชายหนุ่มที่มีความคลาสสิกในการแต่งกาย แต่กลับทำให้เห็นว่า ความคลาสสิกนี้ เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเหมาะกับสงขลาเป็นอย่างมาก

3. ภาพ Air Asia เป็นภาพแนวการเชิญชวนในการท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา มาดูความเป็นเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะมาสายการบินไหนถ้ามาภาคใต้

4. ภาพประตูเมือง ภาพนี้เป็นภาพที่มีประตูเมืองสงขลาอยู่ตรงกลาง ส่วนด้านข้างคือ ผู้ชายสองคน ทั้งสองคนมีความแตกต่างในเรื่องของการแต่งกาย ถึงแม้ว่าจะไม่ค่อยเห็นถึงความแตกต่างที่ชัดเจน แต่ที่เห็นได้ชัด คือ คนด้านซ้ายมือ คือคนที่นับถือศาสนาพุทธ ส่วนคนด้านขวาคือ คนที่นับถือศาสนาอิสลาม สังเกตจากการสวมใส่หมวกกะปิเยาะ (หมวกที่ผู้ชายอิสลามใส่กัน) ถึงแม้จะเป็นภาพที่บ่งบอกถึงความแตกต่างทางศาสนาแต่ชาวสงขลาก็ไม่เคยคิดแบ่งแยก

5. The Beatles version หนังสือเล่ม เป็นอีกหนึ่งภาพที่มีความโดดเด่นในการออกแบบ หากทุกคนสังเกต ภาพนี้ เป็นภาพของสมาชิกวง The Beatlesที่กำลังเดินข้ามทางม้าลาย เพียงแต่เปลี่ยนเป็นหน้าของตัวหนังสือ เพลง ภาพนี้สื่อให้เห็นว่า แม้จะมีความทันสมัยแต่ความเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้สามารถนำมาผสมผสานให้เกิดเป็นเสน่ห์ได้อีกด้วย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าศิลปะย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นศิลปะร่วมสมัยที่สะท้อนความเป็นวิถีชีวิตของคนสงขลาได้เป็นอย่างดี ซึ่งศิลปะในย่านเมืองเก่าสงขลา มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นอัตลักษณ์ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ของเมืองได้เป็นอย่างดีผ่านศิลปะฝาผนังในย่านเมืองเก่าสงขลา จนทำให้ย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

(4) อาหารย่านเมืองเก่าสงขลา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำแผนที่เที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้มารู้จักย่านเมืองเก่าสงขลา ถนนนางงาม ถนนนครใน ถนนนครนอก มากยิ่งขึ้น โดยแผนที่นี้ด้วยกัน 2 เส้นทาง ภาคีคนรักเมืองสงขลา (สมาคม 2560) ซึ่งประกอบด้วยร้านอาหารชื่อดัง อาทิ ร้านป่าเถียด โกเบนก้วยเตี๋ยว แคะโบราณ ฮับเซ่ง โกยารข้าวสตู เกาะไทย ก้วยเตี๋ยวหางหมู ไอศกรีมยิว ได้ฟ้าโรติอามา ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งร้านอาหารเหล่านี้เป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่เมืองเดินทางมาในย่านเมืองเก่าสงขลาต้องเดินทางมาลองชิมและสัมผัสรสชาติอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ เป็นต้น โดยจะเห็นได้ว่าย่านเมืองเก่าสงขลา ร่ำรวยไปด้วยความอุดมสมบูรณ์และความเป็นประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีอาหารและวิถีการรับประทานอาหารที่มีแบบแผนที่

เป็นอัตลักษณ์ทั้งมือเช้า มือเที่ยง มือบ่าย มือสายและมือเย็น โดยแต่ละมือ จะมีประเภทอาหารที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากพื้นที่ที่อื่น จึงสะท้อนให้เห็นว่า ย่านเมืองเก่าสงขลามีทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหารที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน และควรค่าแก่การอนุรักษ์

(5) สถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา

สถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณเมืองเก่า อาทิ ถนนนางงาม นครใน นครนอก และยะลา เป็นถนนเล็ก ๆ ตึก และบ้านเรือน ร้านค้าต่าง ๆ โดยสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณนี้สร้างตามสถาปัตยกรรมแบบจีน ญวนยุโรป มีลวดลายปูนปั้นประดับที่กรอบหน้าต่างและหัวเสาสวยงาม นอกจากนี้ บริเวณนี้ยังเป็นย่านอาหารพื้นเมืองของสงขลาตามที่ได้กล่าวไปในส่วนก่อนหน้า ที่ผ่านมา (ศาลากลางจังหวัดสงขลา, 2567)



ภาพที่ 2 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าสงขลา
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560)

(6) การแต่งกายและแฟชั่นย่านเมืองเก่าสงขลา

ในส่วนของหลังละมุนหรือซอฟท์ พาวเวอร์ เกี่ยวกับแฟชั่นและการแต่งกายของคนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา พบว่าจะสอดคล้องไปกับการแต่งกายที่ล้อไปกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตและความเชื่อทางศาสนาเป็นหลัก โดยมีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและสะท้อนเป็นแฟชั่นและการแต่งกายรวมทั้งสิ่งทอที่เป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่ อาทิ การแต่งกายโดยผ้าถุงที่มีลายผสมระหว่างความเป็นไทยและมาลายู นอกจากนี้การผสมผสานของวัฒนธรรมที่หลากหลายในพื้นที่ ย่านเมืองเก่าสงขลา ดังเช่นการแต่งกายของชาวสงขลาในสมัยรัชกาลที่ 7 ที่ถ่ายโดย Dr.Jiri Baum นักสัตววิทยาชาวเช็ก ที่เดินทางผ่านมาเมืองสงขลาในปีค.ศ. 1929 (พ.ศ. 2472) จากภาพเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่งของเหล่าหญิงสาวในช่วงสมัยรัชกาลที่ 6-7 นั้นคือการนิยมใส่เสื้อแขนกุด เผยให้เห็นท่อนแขน และมีการหันมาใส่ผ้าถุงเพิ่มมากขึ้นแทนที่โจงกระเบนภาพนี้เป็นภาพเด็กผู้หญิงชาวสงขลา 2 คนที่ยังคงไว้ผมจุกอยู่ทำให้ทราบอายุคร่าว ๆ ว่าน่าจะไม่เกิน 10 - 12 ปีส่วนของของผ้าถุงนั้นก็น่าสนใจ คนเล็กนุ่งผ้าที่เป็นลวดลายอย่างผ้าปาเต๊ะ คนโตนุ่งผ้าขึ้นทอ มีลายขวางเป็นเส้นเล็ก ๆ สีอ่อนที่เชิงข้างล่าง ทั้งสองคนไม่สวมรองเท้า ทั้งสองคนประแบ่งทั้งหน้าทั้งตัว อย่างที่คนได้เรียกว่า ประไช้จิ้งจก คือการเอาผงบั้งหรือดินสอพอง ผสมน้ำเล็กน้อยแล้วประตามลำตัวและใบหน้า เป็นต้น การแต่งกายและแฟชั่นการแต่งกายจึงเป็นภาพสะท้อนถึงรากฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ได้เช่นกัน (จรรยาสมร ผลบุญ, 2558) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การแต่งกายและแฟชั่นย่านเมืองเก่าสงขลาในอดีต
 ที่มา : Hatyaifocus (2564)

นอกจากนี้การแต่งกายของคนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลานั้นแตกต่างกันในการใช้วัสดุ และรูปแบบโดยมีเอกลักษณ์ไปตามเชื้อชาติ ของผู้คนอันหลากหลายที่เข้ามาอยู่อาศัยในดินแดนอันเก่าแก่แห่งนี้พอจำแนกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ (จรรยาสมุทรผลบุญ, 2558) ได้ดังนี้ กลุ่มเชื้อสายจีน กลุ่มชาวไทยมุสลิมชนดั้งเดิม (วราภรณ์สำเภา, 2565) กลุ่มชาวไทยพุทธชนพื้นบ้าน และกลุ่มราชสำนักสยาม เนื่องจากผ้าทอทางภาคใต้นั้นมีชื่อเสียงในความงดงามและ ประณีตดังนั้นกลุ่มเจ้านายในราชสำนักตั้งแต่ อดีตของไทยจึงนิยม นำผ้าทอจากภาคใต้ โดยเฉพาะผ้ายกเอามาสวมใส่เป็นผ้าขึ้น และผ้าโจงกระเบน โดยใส่เสื้อหลากหลายแบบ ส่วนใหญ่จะนิยมแบบยุโรป หรือแม้แต่ผ้าทอเกาะยอเป็นผ้าทอพื้นเมืองของชาวบ้านในตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นผ้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลา ที่มีความประณีตและสีสันที่สวยงามโดยมีการทอยกดอกที่มีลวดลายอ่อนนุ่ม ถือเป็นสัญลักษณ์หัตถกรรมพื้นบ้านของภาคใต้และยังเป็นสุดยอด เป็นต้น (Khunying Long Athakravisunthorn Learning Resources Center, 2018) ดังนั้นผลการวิเคราะห์ความผูกพันเกี่ยวกับประเด็นพลังละมุนย่านเมืองเก่าสงขลา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สกตประเด็นเกี่ยวกับพลังละมุน (Soft Power) ย่านเมืองเก่าสงขลา

ผู้เขียน	ประเด็นทุนพลังละมุนย่านเมืองเก่าสงขลา										
	ภาพยนตร์	ศิลปะ	หนังสือ	อาหาร	ดนตรีและเฟสตีวัล	การท่องเที่ยว	กีฬา	การออกแบบ	ละครและละครชุด	เกม	แฟชั่น
นวัตกร อูมาศิลป์ (2561)											/
ศูนย์มานุษยวิทยา (องค์การมหาชน) (2567)	/			/	/	/		/			
ศาลากลางจังหวัดสงขลา (2566)				/		/					
กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2567)	/			/	/	/		/			/
พัชรพงศ์ กุลกาญจนาชีวิน (2016)					/	/		/			
ธีรวิทย์ แก้วมาก (2022)				/		/					
พิมพ์ชนก ไชยชนะ (2565)				/		/					
รัชดาภรณ์ จันเจริญ et al., (2567)	/			/				/			
อรวรรณ โภชนาธาร et al. (2024)	/				/	/		/			/
อุปัทม์ภักดิ์ รัตนสุภา (2566)				/		/		/			
สมศักดิ์ ตันติเศรณี et al. (2019)	/					/		/			
ผู้วิจัย	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
รวม	1	6	1	8	5	10	1	8	1	1	3

ที่มา: การสังเคราะห์โดยผู้วิจัย (2567 : 16)

จากตารางที่ 1 แสดงการสกัดประเด็นเกี่ยวกับพลังละมุน (Soft Power) ย่านเมืองเก่าสงขลา โดยจากการศึกษา สังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพลังละมุน (Soft Power) ย่านเมืองเก่าสงขลา จากการศึกษาพบว่า มีพลังละมุน (Soft Power) ของย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีการกล่าวถึงหลากหลายประเด็นและแตกต่างกันออกไป โดยประเด็นพลังละมุนใน 11 สาขา ประเด็นที่มีผู้กล่าวถึงในแหล่งต่าง ๆ ตั้งแต่ 3 แหล่งขึ้นไป มีจำนวน 6 สาขา ซึ่งสามารถอภิปรายและขยายความเพิ่มเติมในมิตินี้ได้ว่า จากการทบทวนวรรณกรรมและแหล่งข้อมูลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ ภายใต้วารสารระดับชาติ สะท้อนภาพให้เห็นว่าจังหวัดสงขลาไม่มีหรือไม่ปรากฏพลังละมุน (Soft Power) ของย่านเมืองเก่าสงขลา ทั้ง 11 มิติ ซึ่งปรากฏเป็นที่ประจักษ์จากการศึกษาเพียง 6 มิติดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปประเด็นที่ใช้ในการศึกษาพลังละมุน (Soft Power) ย่านเมืองเก่าสงขลา จำนวนทั้งสิ้น 6 ประเด็น คือ ด้านศิลปะ ด้านอาหาร ด้านดนตรีและเทศกาล ด้านการท่องเที่ยว ด้านการออกแบบ และด้านแฟชั่น เป็นต้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เกี่ยวข้องกับพลังละมุน (Soft Power) มาสร้างเป็นอัตลักษณ์พลังละมุนของพื้นที่ ย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อนำไปสู่ส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลาอย่างเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับฐานทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและพลังละมุนที่มีในพื้นที่ ย่านเมืองเก่าสงขลา ผู้วิจัยได้คัดเลือกโดยใช้วิธี (Purposive Selection) โดยพิจารณาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและจากฐานข้อมูลระดับชาติ โดยการดำเนินการเก็บรวบรวมจากข้อมูลทุติยภูมิ จากเอกสาร ตำรา เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ พลังละมุน (Soft Power) ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในย่านเมืองเก่าสงขลา หลังจากรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ประเด็นพลังละมุน (Soft Power) ที่ปรากฏจากการศึกษาที่ผ่านมาในย่านเมืองเก่าสงขลา ตามการจำแนกประเภทของพลังละมุน (Soft Power) ของ Thailand Creative Content Agency (THACCA)

2. การวิเคราะห์ประเด็นพลังละมุน (Soft Power) ของย่านเมืองเก่าสงขลา จากพื้นที่จริงที่ปรากฏตามประเภทของพลังละมุน (Soft Power) จากการกำหนดของ Thailand Creative Content Agency (THACCA)

3. ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้จากที่กล่าวมานำมาถูกนำมาเรียบเรียงแบบเชิงพรรณนาตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อแสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์พลังละมุนประเภทใดบ้างที่ย่านเมืองเก่าสงขลามีและสามารถนำมาอัตลักษณ์พลังละมุนเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลาได้อย่างไร เพื่อเป็นโอกาสในการพัฒนาเมือง พร้อมทั้งอภิปรายผลให้เห็นถึงความสอดคล้องกับข้อมูลที่ปรากฏจากการศึกษา

บทสรุป

การศึกษาอัตลักษณ์พลังละมุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา จากกระบวนการการศึกษาทั้งหมด สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า จากการจำแนกพลังละมุน ตามนโยบายของ Thailand Creative Content Agency (THACCA) จำนวน 11 ประเภท ได้แก่ ภาพยนตร์ ศิลปะ หนังสือ อาหาร ดนตรีและเฟสติวล การท่องเที่ยว กีฬา การออกแบบ ละครและละครชุด เกมและแฟชั่น จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์พลังละมุนที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ประเภทสำคัญ จาก 11 ประเภทของ Thailand Creative Content Agency (THACCA) ได้แก่ ด้านศิลปะ ด้านอาหาร ด้านดนตรีและเฟสติวล ด้านการท่องเที่ยว ด้านการออกแบบและด้านแฟชั่น เป็นต้น โดยประเภทที่ไม่ปรากฏบนฐานทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของย่านเมืองเก่าสงขลาหรือยังไม่เด่นชัดมากนัก คือ ภาพยนตร์ หนังสือ กีฬา ละครและละครชุด เกม เป็นต้น

อภิปรายผล

อัตลักษณ์พลังละมุนของย่านเมืองเก่าสงขลา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สะท้อนภาพสำคัญให้เห็นว่าพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลามีความร่ำรวยทางศิลปวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตมาตั้งแต่ในอดีต เมืองสงขลาเป็นเมืองที่มีความรุ่งเรืองมาอย่างต่อเนื่องตามยุคสมัย แต่อย่างไรก็ตามถึงวันเวลาจะเปลี่ยนผ่านไป

เท่าไร ความเป็นย่านเมืองเก่าสงขลาที่เจริญรุ่งเรืองและการถ่ายทอดภูมิปัญญา จากรุ่นสู่รุ่นก็ยังคงอยู่และสะท้อนให้คนในพื้นที่เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาย่านเมืองเก่าสงขลาควรค่าแก่การทวงแค้นและต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อ พื้นที่ในยุคสังคมปัจจุบันมากขึ้น เพื่อนำเสนอสู่การเป็นพลังละมุนหรือซอฟต์แวร์ ที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่และกระตุ้น จิตสำนึกรักบ้านเกิดให้กับคนในพื้นที่ตามเป้าหมายที่หน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน มุ่งหวังและคาดหวังไว้ โดยผ่านกระบวนการการยกระดับและพัฒนาอัตลักษณ์ พลังละมุนที่สามารถเป็นโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา ภายใต้นโยบายของ Thailand Creative Content Agency (THACCA) ทั้ง 6 มิติ สำคัญ ดังนี้

ด้านศิลปะและด้านการออกแบบ พื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลามีศิลปะ และวิทยาการด้านศิลปะร่วมสมัยและการออกแบบร่วมสมัยที่เป็นเอกลักษณ์ไม่ว่า จะเป็นอาคาร สถาปัตยกรรมบ้านเรือนที่มีการคงความดั้งเดิมไว้ รวมทั้งศิลปะ การแสดง ได้แก่ การรำมโนราห์ที่ได้รับการประกาศยกย่องให้บุคคลในพื้นที่อย่าง ผศ.ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์ ศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปะการแสดงในรา ประจำปี 2564 เป็นการสะท้อนภาพความรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านพลังละมุนนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ต้องเร่งดำเนินการผลักดันและพัฒนาโดยการแก้กฎระเบียบที่ละเอียดอ่อน ที่เป็นข้อจำกัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ กฎหมายว่าด้วยเรื่องมรดก ทางวัฒนธรรม กฎหมายคุ้มครองโบราณสถานในพื้นที่เขตเมือง ฯลฯ เป็นต้น รวมทั้ง ผลักดันและให้ความสำคัญในการสร้างเยาวชนรุ่นหลังในการสืบทอดศิลปะอันทรง คุณค่าของพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาอย่างมโนราห์ ดนตรีพื้นบ้าน ระบุว่าพื้นที่บ้าน ร่วมทั้งระบำสร้างสรรค์ร่วมสมัย ก็จะเป็นโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของย่าน เมืองเก่าสงขลาได้มากขึ้น ผ่านเวทีการจัดการแสดงหรือเวทีที่เป็นพื้นที่ให้เยาวชนและ ผู้ที่สนใจสามารถมาแสดงออกได้ ร่วมทั้งการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวโดยการสร้าง จุดเช็คอินหรือจุดเช็คอินให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า หากสามารถเก็บจุดสำคัญหรือจุดไฮไลต์ในพื้นที่ย่านเมืองเก่าได้ ไม่ว่าจะเป็น สถาปัตยกรรมบ้านเรือน ภาพวาดฝาผนัง โบราณสถานหรือโบราณวัตถุ ฯลฯ หากครบ

ตามเส้นทางที่วางไว้ก็สามารถนำมาแลกรับของที่ระลึกได้ เป็นต้น กิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวนี้ก็จะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

มากไปกว่านั้นในมิติของด้านศิลปะและด้านการออกแบบ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเชื่อมโยงร่วมกับ**ด้านดนตรีและเทศกาล**ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยต้องบูรณาการการทำงานร่วมกันในมิติของการส่งเสริมและบูรณาการด้านกิจกรรมแบบเชิงบูรณาการ อันได้แก่การสร้างหรือร่วมกันจัดกิจกรรม อาทิ การส่งเสริมการร่วมในราหรือร่วมกับการแสดงดนตรีประกอบการแสดงมโนราห์ ผ่านกิจกรรมเทศกาลภายในย่านเมืองเก่าสงขลา เช่น วันสมโภชเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา วันลากพระ วันเสน่ห่สงขลา ครบ 183 ปี จังหวัดสงขลา ที่กำลังจะจัดขึ้นในวันที่ 12 - 23 มีนาคม 2568 รวมทั้งการบูรณาการกับวันอื่น ๆ ที่สำคัญของชุมชนโดยรอบในพื้นที่เมืองเก่าสงขลา อาทิ วันตรุษจีน วันเซ็งเม้ง เป็นต้น ซึ่งหากสามารถดำเนินการในรูปแบบเชิงบูรณาการร่วมกันได้ก็จะเป็นโอกาสอันดีในการสร้างการรับรู้และขยายตลาดนักท่องเที่ยวของเมืองได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ในส่วนของมิติ**ด้านอาหาร** ย่านเมืองเก่าสงขลาถือได้ว่าเป็นเมืองที่หลากหลายไปด้วยวัฒนธรรมและภูมิปัญญาด้านอาหารและการประกอบอาหาร จะเห็นได้จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ อพท. ที่ชูความเป็นลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาผ่านคำว่า “โนนด นา เล” ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งอาหารทั้งสิ้น โดยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันย่านเมืองเก่าสงขลามีเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่สามารถสร้างจุดเด่นทางการท่องเที่ยวได้ อาทิ ข้าวสตู ข้าวยา ฯลฯ เป็นต้น รวมทั้งในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลายังมีวัตถุดิบที่สามารถนำมาใช้ในการประกอบอาหารที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศและเป็นพื้นที่ 3 น้ำ (น้ำเค็ม น้ำจืด น้ำกร่อย) มากไปกว่านั้นย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นพื้นที่พหุวัฒนธรรมที่มีการอยู่ร่วมกันของคนหลากหลายเชื้อชาติมาตั้งแต่อดีต จึงเกิดการผสมผสานการปรุงอาหารข้ามวัฒนธรรมจนเกิดเมนูอาหารใหม่ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ ย่านเมืองเก่าสงขลา อาทิ ข้าวสตู เต้าหู้ราดหน้าปู ยำมะม่วง แกงส้มปลากะพง ยอดมะพร้าว ปลากระบอกทอด ถั่วคั่ว เป็นต้น การนำอาหารอัตลักษณ์เหล่านี้มานำเสนอจึงเป็นโอกาสสำคัญในการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวย่าน

เมืองเก่าสงขลาให้เป็นที่รับรู้และเป็นแรงผลักดันท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น พร้อมทั้งเป็นโอกาสในการส่งออกวัตถุดิบพื้นบ้านย่านเมืองเก่าสงขลาสู่สากล สร้างอาชีพ สร้างรายได้ในระยะยาว รวมถึงเป็นโอกาสในการกระตุ้นกิจกรรมในพื้นที่โดยการขยายพื้นที่และยกระดับมาตรฐานความสะอาดมาตรฐานของ Street Food ย่านเมืองเก่าสงขลาให้สูงขึ้น เพื่อเป็นโอกาสในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของย่านเมืองเก่าสงขลาได้

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า มิติด้านการแต่งกาย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือของเมืองได้เป็นอย่างดี โดยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันย่านเมืองเก่าสงขลายังมีการส่งต่อองค์ความรู้ด้านการแต่งกายหรือเรียกอีกอย่างว่าแฟชั่นการแต่งกายที่มีการออกแบบการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ผ่านการผสมผสานข้ามวัฒนธรรมและออกแบบให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตภูมิอากาศหรือภูมิประเทศนั้นคือการแต่งกายโดยใส่ผ้าถุงที่มีลายผสมผสานระหว่างความเป็นไทยและมาลาญ เนื่องจากพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาอยู่ในบริเวณลุ่มปากแม่น้ำเขตร้อนชื้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการแต่งกายที่ระบายอากาศหรือความร้อนได้ดี มากไปกว่านั้นการแต่งกายของคนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาายังแสดงถึงการอยู่ร่วมกันของคนที่แตกต่างกันได้อย่างลงตัวจนเป็นแนวทางปฏิบัติโดยจะเห็นคนในพื้นที่ยังคงมีการสวมผ้าถุงในชีวิตประจำวันและในกิจกรรมวันสำคัญต่าง ๆ เป็นภาพสะท้อนที่สำคัญให้เห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นซอฟต์แวร์ที่เข้มแข็งอีกอย่างหนึ่งในย่านเมืองเก่าสงขลา หากพื้นที่สามารถปลูกกระแสความนิยมในการอยากที่จะสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นคนพื้นถิ่นได้และให้นักท่องเที่ยวหันมาใส่หรือแต่งกายแบบคนย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อท่องเที่ยวในบริเวณย่านเมืองเก่าก็จะเป็นโอกาสในการกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งจะสามารถบูรณาการร่วมกับมิติ**ด้านการท่องเที่ยว**ในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาได้ โดยแนวทางหรือการพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่าสงขลาต้องมุ่งเน้นการบูรณาการระหว่างทุนทางวัฒนธรรมและซอฟต์แวร์ให้ เป็นรูปธรรมมากขึ้น อาทิ การมีรูปแบบหรือมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น การสอดแทรกซอฟต์แวร์ของทุนทางวัฒนธรรมของเมืองในทุกมิติในกิจกรรมและกิจกรรมเชื่อมโยงเพื่อเป็นโอกาสในการขยายขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของเมืองให้เข้มแข็ง

มากยิ่งขึ้นและสะท้อนภาพความเป็นเมืองร่วมสมัยที่อยู่ร่วมกันระหว่างคนยุคใหม่กับขนบธรรมเนียมเดิมได้อย่างลงตัว เพื่อเป็นโอกาสสำคัญอีกหนึ่งก้าวในการนำพาเมืองเก่า สงขลาก้าวไปสู่การเป็นเมืองมรดกโลกและได้รับประกาศให้เป็นเมืองมรดกโลกของ UNESCO ตามเป้าหมายที่คนในย่านเมืองเก่าสงขลาและหน่วยงานทั้งในส่วนภูมิภาคและส่วนกลางมุ่งหวังที่จะให้ย่าน เมืองเก่าสงขลา ก้าวไปถึงในอนาคต การรู้รากฐานและอัตลักษณ์และพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทของเมืองจะเป็นโอกาสในการยกระดับพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เข้มแข็งได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาอัตลักษณ์พลังละมุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา ประเทศไทย ผู้วิจัยเสนอแนะดังนี้

1. จังหวัดสงขลาและหน่วยงานในพื้นที่ต้องนำอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าสงขลา มาบูรณาการการทำงานร่วมกันและสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสและยกระดับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลามากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างกับพื้นที่อื่น โดยสามารถนำพลังละมุนและซอฟต์แวร์ ทั้ง 6 ประเภท ไปเป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างด้านการท่องเที่ยวได้ ร่วมกับกิจกรรมวันสำคัญของจังหวัด อาทิ วันเสน่ห์สงขลา ครบ 183 ปี จังหวัดสงขลา ที่กำลังจะจัดขึ้นในวันที่ 12 - 23 มีนาคม 2568

2. ส่งเสริมและสร้างโอกาสให้การท่องเที่ยวเป็นฟันเฟืองในการยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่สร้างความห่วงใยและภาคภูมิใจในบ้านเกิดของตน สร้างระบบนิเวศทางวัฒนธรรมที่ทุกคนเข้าถึงได้ พร้อมทั้งเป็นส่วนในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกมิติ โดยใช้อัตลักษณ์และพลังละมุนเป็นเครื่องมือและเป็นบันไดในการพัฒนา เพื่อให้เกิดกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากตัวตนของคนในพื้นที่หรืออัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการแนวทางการพัฒนาพลังชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลาสู่การยกระดับประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา ประเทศไทย โดยได้รับทุนสนับสนุนจากวิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา ปีงบประมาณ 2568

บรรณานุกรม

- Chansiri, C., & Sookhanaphibarn, S. (2019). Sustainable tourism development in Thailand: Opportunities and challenges in regional tourism management, **Tourism Management Perspectives**, 29, 84-93.
- Chheang, V., & Wattanakuljarus, A. (2015). The challenges of tourism development in Thailand: A case study of the tourism industry in Thailand, **Asian Economic and Financial Review**, 5(9), 1104-1119.
- Huang, Y. (2019). **China's Belt and Road Initiative: A New World Order**. Palgrave: Macmillan.
- Japan National Tourism Organization. (2020). **Tourism Statistics 2019**. Rtrived Mar 3, 2025, from <https://www.jnto.go.jp>.
- Janmuangthai, W., Nongkhoo, A., & Vorasiha, E. (2024). Innovations for promoting Thailand's soft power, **Ramkhamhaeng International Journal of Science and Technology**, 7(1), 63-71.
- Khunying Long Athakravisunthorn Learning Resources Center. (2018). **ผ้าทอเกาะยอ (Koh Yo Woven Cloth)**. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2567, จาก <https://clib.psu.ac.th/southerninfo/content/2/279259a6>.
- Lee, H. (2019). The Economics of K-Pop and the Korean Wave: How Soft Power Creates Global Economic Value. **International Journal of Cultural Policy**, 25(4), 431-448.

- Nye, J. S. (2011). **The Future of Power**. Hong Kong: Public Affairs.
- Phakdee-Athan, W. (2020). Quality tourism and sustainable development in Thailand. **Journal of Tourism Research & Hospitality**, 9(5), 230-237.
- Prasetyo, R. L., & Setiawan, S. (2018). Sustainable tourism and its impact on local culture: The case of Thailand, **Asian Journal of Tourism Research**, 2(1), 45-52.
- Rattanakorn, W. (2022). The role of digital platforms in the promotion of tourism in Thailand, **Tourism Management Studies**, 11(2), 123-130.
- Rittichainuwat, B. N. (2017). The impact of tourism marketing on the development of the tourism industry in Thailand, **Journal of Tourism Research & Hospitality**, 6(4), 341-349.
- Suthiwartnarueput, K. (2021). Ecotourism and Sustainable Tourism in Thailand: The Way Forward, **Asian Journal of Ecotourism**, 14(3), 210-223.
- Thailand Tourism Council. (2020). **Thailand Tourism: Sustainable Development**. Bangkok: Thailand Tourism Council.
- Tourism Authority of Thailand. (2021). **Tourism Thailand: Digital Marketing Strategy**. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2567). **ผลักดันเมืองเก่าสงขลา สู่มืองต้นแบบด้านศิลปวัฒนธรรม Culture Smart City : Songkhla Old Town**. สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม 2567, จาก https://www.culture.go.th/culture_th/mobile_detail.php?cid=13&nid=7828.
- คัชพล จันเพชร. (2564). การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย, **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง**, 10(2), 11-24.

จเร สุวรรณชาติ. (2560). **อัตลักษณ์แห่งสถาปัตยกรรม**. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.songkhla-ht.org/content/9912>.

จรรย์สมร ผลบุญ. (2558). วิวัฒนาการวัฒนธรรมการแสดงของคนไทยเชื้อสายมลายูในจังหวัดชายแดนภาคใต้, **วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ**. 16(2), 194-209.

ชูศักดิ์ ชูศรี. (2567). การรับรู้รูปแบบอำนาจละมุน (Soft Power) ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี, **Journal of Social Science and Cultural**. 8(7), 152-161.

ฐานเศรษฐกิจ. (2566). **ผ่านนโยบาย “ซอฟท์พาวเวอร์” 5F+2 ทูวัฒนธรรมที่ต้องผลักดัน**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.thansettakij.com/business/economy/ 582345>.

ธีรวิมล แก้วมาก. (2565). การสร้างสรรค์ละครเพลงพหุวัฒนธรรมอิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าสงขลาเพื่อสนับสนุนและเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม, **วารสารดนตรีบ้านสมเด็จฯ**. 4(2), 49-64.

นราฤทธิ์ เอี่ยมศิริ. (2540). **ธุรกิจการแสดงนาฏศิลป์ ณ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นวัตตกร อูมาศิลป์. (2561). **นวัตกรรมสิ่งทอจากเส้นใยดาหลาสู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์โดยใช้ทฤษฎีความยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2567, จาก <https://digital.car.chula.ac.th/ chulaetd/3486> / <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/3486>.

ปานเนตร จันทน์พรัตน์. (2562). **การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต มหาวิทยาลัยมหิดล**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2567, จาก <https://archive.cm.mahidol. ac.th/handle/123456789/3078>

พิมพ์ชนก ไชยชนะ. (2565). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารย่านเมืองเก่าสงขลา**. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2568, จาก <https://core.ac.uk/reader/565392040>.

- ภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม. (2560). **แผนที่ที่ย่านเมืองเก่าสงขลา สาย EAT ตระเวนกินของอร่อยหลากหลายรสชาติ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2657, จาก**<https://www.songkhla-ht.org/content>.
- รัชดาภรณ์ จันเจริญ, เอมอร เจียรมาศ, ศิริประภา พรหมวงศ์, & สรัลชญา สุนทร. (2567). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา: ย่านเมืองเก่าสงขลา ตำบลบ่อยาง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา. **วารสารเทคโนโลยีภาคใต้**, 17(2), 27-37.
- วราภรณ์ สำเภา. (2565). วัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิม: มุมมองอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามในบริบทปัจจุบัน. **ศิลปกรรมสาร**. 15(2), 106-128.
- ศาลากลางจังหวัดสงขลา. (2566). **จังหวัดสงขลา เดินหน้าขับเคลื่อนสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO) ด้านอาหาร โดยดึงทุนทางวัฒนธรรมและความหลากหลายของอาหารในพื้นที่มาแสดงศักยภาพสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2567, จาก** <https://www.songkhla.go.th/news/detail/8057/data.html>.
- ศาลากลางจังหวัดสงขลา. (2567). **ข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดสงขลา. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2567, จาก**<https://www.songkhla.go.th/content/history>.
- ศูนย์มานุษยวิทยา (องค์การมหาชน). (2567). **ข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลา. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2567, จาก** <https://wikicomunity.sac.or.th/community/349>.
- สมศักดิ์ ตันติเศรณี, ทวีศักดิ์ พุดมสุขชี, ประมาณ เทพสงเคราะห์, และ แสนศักดิ์ ศิริพานิช. (2019). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าในเขตเทศบาลนครสงขลา. **วารสารการเมืองการบริหารและกฎหมาย**. 9(2), 361-400.

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). **การประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ครั้งที่ 1/2566**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2567, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=14438&filename=index.

สำนักงานภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม. (2560). **แผนที่เที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา สาย ART เดินชมสถาปัตยกรรมอันงดงาม**. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.songkhla-ht.org/content/10953/>.

อรวรรณ โภชนาธาร, ชุติมา จรรย์, และ เสาวลักษณ์ ล้าล่อง. (2024). ประตู่แห่งกาลเวลา: ศิลปะการเดินรำเฉพาะพื้นที่เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา, **วารสารพัฒนศิลป์วิชาการ**, 8(1), 213-225.

อุปถัมภ์ รัตนสุภา. (2566). กระบวนการจัดทำแผนที่เชิงวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา, **วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.** 36(1), 153-172.