

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสื่อ Social Media เข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันเกือบ 24 ชั่วโมง โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังอยู่ในยุค Net Generation ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของสังคมที่มีความนิยมในการใช้อินเทอร์เน็ต และ Social Networking สูง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างการยอมรับในสังคม สื่อ Social Media อาจกลายเป็น “สื่อหลัก” แห่งการสื่อสาร เป็นสื่อที่ทุกคนในสังคมต้องใช้ในการติดต่อสื่อสารแทนที่สื่อเดิม ที่ปัจจุบันกำลังถูกลดบทบาทลงเพราะรวดเร็วที่การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารก็ยังคงดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง มีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายขึ้น มีเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง 3G หรือ 4G ที่สามารถทำให้การติดต่อสื่อสารเร็วขึ้น และตอบสนองได้อย่างทันท่วงที่ รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออย่างคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือก็มีราคาถูกลง สามารถตอบสนองความต้องการได้มากยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญคือวัยรุ่นที่เคยเป็นผู้นำกระแสความนิยมในปัจจุบันก็จะกลายเป็นคนส่วนใหญ่ของสังคมที่มีบทบาทในการใช้ Social Media เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งอนาคตคนในสังคมโลกมีแนวโน้มว่าอาจต้องใช้ Social Media เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสาร และเป็นไปได้ว่ารูปแบบการสื่อสารในสังคมโลกยุคต่อไปจะดำรงอยู่บนโลกเสมือนจริงมากกว่าการสื่อสารที่อยู่บนโลกของความเป็นจริง

ในส่วนของประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการใช้งาน Social Media สูงติดอันดับต้นๆ ของโลก โดยเฉพาะแพลตฟอร์มยอดนิยมอย่าง “เฟซบุ๊ก” สะท้อนได้จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือ ETDA โดยสถิติประเทศไทยมีผู้ใช้ใช้งานเฟซบุ๊ก ติดอันดับ 9 ของโลก คิดเป็น 71% ของจำนวนประชากรในประเทศ ในขณะที่อินสตาแกรมมีผู้ใช้งาน 11 ล้านราย ส่วน ทวิตเตอร์ มีผู้ใช้ 9 ล้านราย และพบว่าเฟซบุ๊กมีผู้ใช้งานขึ้นไป 41 ล้านยูสเซอร์แล้ว มีการเติบโต 17% และมีจำนวนเพจ 700,000 เพจ โดยคนไทยใช้

อินเทอร์เน็ตในวันทำงานหรือเรียนหนังสือ เฉลี่ย 6 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือ Social Media 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน ตามมาด้วยการดูทีวี ดูหนัง ฟังเพลงออนไลน์ เล่นเกมออนไลน์ และอ่านหนังสือ รวมไปถึงการหาข้อมูลรีวิวการท่องเที่ยวตามแฟนเพจเฟซบุ๊กต่างๆ เช่นกัน จะเห็นได้ว่ามีแฟนเพจเฟซบุ๊กสำหรับรีวิวการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น เพจ "เที่ยวเอง" เป็นเพจการท่องเที่ยวด้วยตัวเองแบบไม่เหมือนใคร ไม่พึ่งทัวร์ ไม่ได้มีงบจำกัด รวบรวมรีวิว ความรู้ เกร็ดการเที่ยวสไตล์เที่ยวเองจากกลุ่มคนผู้รักการเที่ยวเองเป็นชีวิตจิตใจ หรือเพจ "จะเที่ยวไปไหน" เพจท่องเที่ยวแนว Hipster วัยรุ่น การไปเที่ยวกับผองเพื่อนแบบสนุกๆ และเหตุผลว่าทำไมคนเราต้องออกเดินทาง เป็นต้น เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มจะหันมาท่องเที่ยวด้วยตนเองกันมากขึ้น ด้วยเทคโนโลยีและการเชื่อมต่อที่ทำให้การแบ่งปันข้อมูลและเทคนิคการเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นผู้ช่วยชั้นดีในการเดินทาง ผู้คนจึงมักจะหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจรวมทั้งเป็นแรงบันดาลใจในการออกเดินทางไปท่องเที่ยว ในส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น มีภารกิจในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอยู่แล้ว จึงเห็นความสำคัญในการโปรโมทหรือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจและสื่อ Social Media อื่นๆเช่นกัน มีการแบ่งงานตามสำนักงานที่มีอยู่ทุกภูมิภาคในประเทศไทย โดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในภาคใต้ แบ่งเป็น 9 สำนักงาน ดังนี้

1. สำนักงานชุมพร พื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดชุมพร
2. สำนักงานพังงา พื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดพังงาและจังหวัดระนอง
3. สำนักงานภูเก็ตพื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดภูเก็ต
4. สำนักงานกระบี่ พื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดกระบี่
5. สำนักงานสุราษฎร์ธานี พื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ยกเว้น เกาะสมุย พะงัน และเกาะเต่า
6. สำนักงานเกาะสมุย พื้นที่รับผิดชอบ เฉพาะเกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า
7. สำนักงานนครศรีธรรมราช พื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง
8. สำนักงานนราธิวาส พื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา
9. สำนักงานตรัง พื้นที่รับผิดชอบ จังหวัดตรัง

นอกจากมีสำนักงานอยู่ตามจังหวัดต่างๆแล้วยังมีช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ไม่ใช่เฉพาะแค่เว็บไซต์แต่ยังมีการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ซึ่งก็คือเฟซบุ๊กแฟนเพจเข้ามาเป็นหนึ่งในช่องทางการสื่อสาร และในส่วนของแต่ละจังหวัดเองก็ได้มีการจัดทำเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ไทยประจำจังหวัดนั้นๆแยกออกมาจากสำนักงานใหญ่ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราชนั้นก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2526 เพื่อดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชนและระหว่างประเทศโดยอาศัยการท่องเที่ยว ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งเผยแพร่จังหวัดนครศรีธรรมราชในด้านความงามของธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬาและวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่นอันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยว และต้องการสื่อสารข่าวสารและข้อมูลต่างๆออกไปให้แพร่หลายมากขึ้น โดยจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 780 กิโลเมตร มีพื้นที่ราว 6,214,064 ไร่ มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของภาคใต้ นครศรีธรรมราชมีความหมายถึง “นครอันเป็นสง่า แห่งพระราชธาตุธรรม” มีความสำคัญมาตั้งแต่ครั้งอดีตกว่า 1,800 ปีมาแล้ว ที่ชื่อของอาณาจักร “ตามพวลิงค์” ปรากฏขึ้นในบันทึกจากเอกสารมิลินทปัญหาของอินเดีย ปัจจุบันแบ่งเขตการปกครองเป็น 23 อำเภอ มีภูมิประเทศที่สำคัญ คือมีทิวเขานครศรีธรรมราชทอดเป็นแนวยาวจากเหนือจรดใต้ จากอำเภอขนอม ไหลเรียงไปบรรจบกับเทือกเขาสันกาลาคีรีที่ภูเขาชีนา จังหวัดสตูล ซึ่งเป็นเขตแดนระหว่างไทยและมาเลเซีย ทิวเขานครศรีธรรมราชนับได้ว่าเป็นมีความสำคัญมาก เพราะอุดมไปด้วยพืชพรรณไม้ ยังเป็นแหล่งอาศัยของสัตว์ป่า อีกทั้งยังเป็นต้นน้ำสำคัญก่อให้เกิดแม่น้ำหลากหลายสาย มีพื้นที่ราบติดชายฝั่งทะเลที่สวยงาม และมีผืนดินอันอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก เช่นการทำสวนยาง พืชเศรษฐกิจสำคัญของภาคใต้สวนผลไม้หลากหลาย เช่น เงาะ มังคุด ทุเรียน กระท้อน ลองกอง ฯลฯ ชาวนครศรีธรรมราช จึงมีอาชีพเกษตรกรเป็นหลัก ผู้คนล้วนยิ้มแย้มเป็นมิตร มีวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนาน เช่น งานประเพณีสารทเดือนสิบ ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ แสดงถึงพลังศรัทธาอันยิ่งใหญ่ของชาวบ้านที่ปฏิบัติสืบทอดกันมานานนับร้อยปี ส่วนงานฝีมือที่เป็นของฝากที่ขึ้นชื่อ เช่น เครื่องเงิน เครื่องถม จึงเรียกได้ว่า เป็นเมืองท่องเที่ยวที่เปี่ยมด้วยศักยภาพ ทั้งแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงอัยาศัยอันดีของผู้คน

การจะสื่อสารให้บุคคลภายนอกรับรู้ถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆในจังหวัดนั้น ต้องอาศัยการสื่อสารที่สามารถเผยแพร่ออกไปแล้วเกิดประสิทธิผลของการสื่อสารนั้น โดยการสื่อสารถือเป็นส่วนสำคัญในการติดต่อสื่อสารถึงกัน ในอดีตการสื่อสารเป็นการพูดสื่อสารกันแบบ

เผชิญหน้า (Face-to-Face) แต่ในปัจจุบันนี้การสื่อสารนั้นสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยเฉพาะการสื่อสารกันผ่านทางออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย การสื่อสารมีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งต่อบุคคลและสังคม สามารถรับรู้ความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของผู้อื่น ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันได้ หลายครั้งการสื่อสารทำให้เกิดปัญหาห้วงระหว่างกัน การสื่อสารที่ผิดพลาดอาจนำความเสียหายแก่หน่วยงาน และธุรกิจตั้งแต่เล็กน้อยไปจนถึงความสูญเสียที่ร้ายแรง การตระหนักถึงความสำคัญและผลของการสื่อสารตลอดจนหลักการ และแนวทางปฏิบัติ ให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นประสิทธิผลของการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง ผลสำเร็จหรือผลที่เกิดขึ้นของการสื่อสาร จึงมีความสำคัญอย่างมาก หากสื่อสารออกไปแล้วสามารถทำให้ผู้รับสารรับรู้ความต้องการและเข้าใจตรงกัน เป็นไปในแนวทางเดียวกัน การสื่อสารนั้นก็ถือว่าประสบความสำเร็จหรือประสิทธิผลการสื่อสารเป็นไปในทางที่ดี

โดยแนวทางในการดำเนินงานของเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat นั้นจะมีการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในหลายมิติ เช่น การรับรู้เรื่องของข่าวสาร สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก และกิจกรรมต่างๆให้กับผู้ติดตามแฟนเพจได้รับทราบ ด้านข้อมูลข่าวสารที่นำมาเสนอจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราชดำเนินการเอง และ ส่วนที่แชร์โพสมาจากบุคคลอื่น โดยจะพิจารณาว่าสถานที่นั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยว หรือมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบใด พร้อมใช้ดุลพินิจว่าสถานที่นั้นพร้อมที่จะประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้แล้วสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวได้มากน้อยแค่ไหน เช่น ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น การจัดทำเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat ขึ้นมาก็เพื่อดำเนินงานประชาสัมพันธ์กิจกรรมของการท่องเที่ยวและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอีกช่องทางหนึ่ง โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน เนื่องจากเฟซบุ๊กแฟนเพจคือพื้นที่หนึ่งไว้สำหรับการแสดงความคิดเห็น หรือรวบรวมคนที่ชอบอะไรเหมือนกันไว้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้แก่คนทั่วไปได้รับทราบ ด้วยความที่เป็นพื้นที่ไว้สำหรับรวบรวมคนที่คิดหรือทำใ้เหมือนกันทำให้แฟนเพจเป็นช่องทางชั้นเยี่ยมในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนจำนวนมากได้รับรู้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช คาดหวังว่าผู้ติดตามแฟนเพจจะรับรู้และเข้าใจเนื้อหาข้อมูลที่นำเสนอ เกิดความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครศรีธรรมราช จนนำมาสู่การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจ” เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat และประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟน

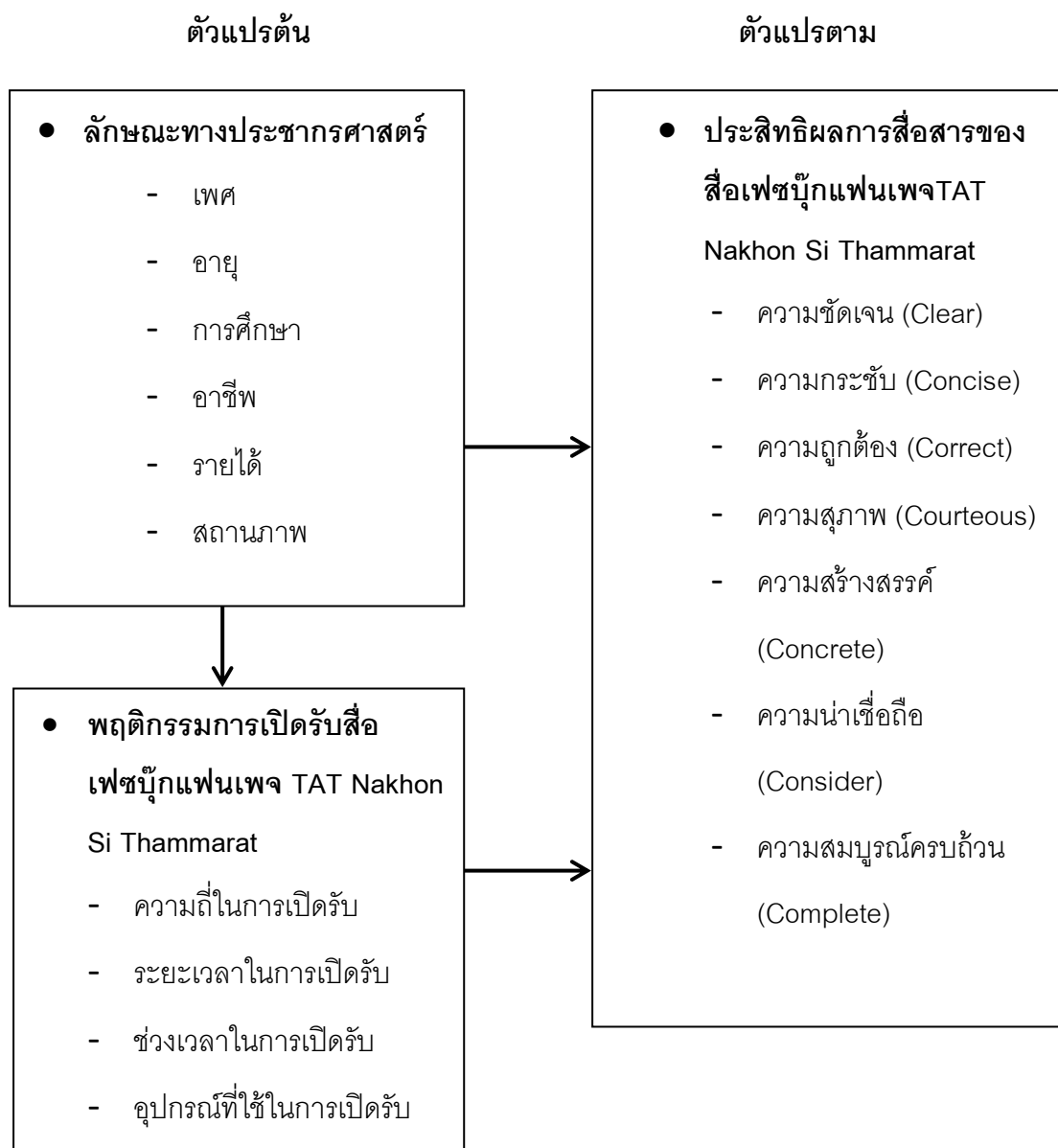
เพจ TAT Nakhon Si Thammarat โดยแยกศึกษาในแต่ละประเด็นเพื่อให้อ่านช่วยให้การปรับปรุง
ในประเด็นต่างๆตรงกับความต้องการของผู้ติดตามแฟนเพจเฟซบุ๊ก TAT Nakhon Si Thammarat
ให้มากที่สุด

ทั้งนี้ผลการวิจัยจะนำไปเป็นข้อมูลใช้เพื่อแก้ไขและปรับปรุงในการพัฒนาการดำเนินงาน
ของแฟนเพจเฟซบุ๊ก TAT Nakhon Si Thammarat ให้เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจ
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัด นครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจเป็นอย่างไร
2. ประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจเป็นอย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการเปิดรับที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจโดยศึกษาจากสมาชิกแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat ตั้งแต่วันที่ ๑๕ พฤษภาคม 2560 – มีนาคม 2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของสมาชิกแฟนเพจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ทราบถึง ประสิทธิภาพการสื่อสารของสมาชิกแฟนเพจต่อสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงานให้เหมาะสมต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

ประสิทธิผลการสื่อสาร หมายถึง การบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้หรือเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ในการสื่อสารของแฟนเพจเฟซบุ๊ก TAT Nakhon Si Thammarat โดยการวัดด้วยทฤษฎี 7C ของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล

ชัดเจน (Clear) หมายถึง เมื่อสื่อสารออกไปแล้วผู้รับสารต้องมีความเข้าใจเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

ความกระชับ (Concise) หมายถึง การสื่อสารที่ดี ไม่ว่าจะพูดหรือเขียน ควรพูดหรือเขียนให้พอดี ไม่เยอะจนเกินไป

ความถูกต้อง (Correct) หมายถึง สารที่ผู้ส่งต้องการจะสื่อสารออกไป เป็นข้อมูลข่าวสารที่มีที่มาชัดเจน และมีความแม่นยำในเนื้อหาที่น่าเสนอ

ความสุภาพ (Courteous) หมายถึง สารที่สื่อออกไปควรเป็นไปด้วยความสุภาพทั้งสำนวนของบทความ หรือเนื้อหาในข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ

ความสร้างสรรค์ (Concrete) หมายถึง การสื่อสารที่ดีควรสื่อไปในลักษณะสร้างสรรค์มากกว่าการทำลายกัน

ความน่าเชื่อถือ (Consider) หมายถึง การสื่อสารนั้นสามารถเป็นที่เชื่อถือสำหรับผู้รับสารหรือทำให้ผู้รับสารคล้อยตามได้ด้วย

ความสมบูรณ์ครบถ้วน (Complete) หมายถึง การสื่อสารที่ดี สารที่ส่งไปควรมีความครบถ้วนสมบูรณ์เสียก่อนที่จะส่งออกไปยังผู้รับสาร

เฟซบุ๊กแฟนเพจ หมายถึง แฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หมายถึง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช

สมาชิกแฟนเพจ หมายถึง ผู้กดติดตามแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat