

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ที่สามารถทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้ อุตสาหกรรมนี้นอกจากจะทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจแล้ว ยังช่วยให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับประชาชน ทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่อยู่ในเป้าหมายดุลยภาพทางเศรษฐกิจ ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) ซึ่งเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน ได้กำหนดแนวทางในการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน โดยเน้นแนวทางการฟื้นฟู พัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ๆ แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก

ปัจจุบันนั้นแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศ ส่งผลให้เกิดการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เมื่อประเด็นการพัฒนาและการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมถูกหยิบยกมาวิพากษ์วิจารณ์มากยิ่งขึ้น Krippendorf ได้เสนอแนวคิดใหม่หรือทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวทางเลือกมีรูปแบบตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่ (Mass tourism) ซึ่งเน้นปริมาณของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางเลือกจะตระหนักถึงผลเสียที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเป็นสำคัญ และพิจารณาถึงความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น (Fennell, 1999)

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาพิจารณาในเวทีประชุมนานาชาติหลายครั้ง และมีผลการประชุมบังคับให้

ภาครัฐและเอกชนต้องสนองนโยบายการท่องเที่ยวทางเลือก ประกอบกับผู้บริโภครุ่นใหม่ (Boomer consumer) มีจิตใจอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวจึงต้องปรับเปลี่ยน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวทางเลือกแบ่งเป็น 2 ประเภท ซึ่งล้วนจัดเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Fennell, 1999)

- 1.) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Socio cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้สัมผัสกับทรัพยากรท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น โดยเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรดั้งเดิมให้คงไว้
- 2.) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นพื้นที่ศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมุ่งเน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

จากการแบ่งประเภทการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาแล้ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือกที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองการพัฒนาที่ยั่งยืนและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งมุ่งพัฒนาให้ “คน” เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว เน้นให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรของท้องถิ่น โดยให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต

นอกจากนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ผ่านมานั้น (ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545 – 2549) ได้บัญญัติแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ เพื่อให้ประเทศสามารถอยู่รอดและฝ่าฟันช่วงวิกฤตของภาวะเศรษฐกิจได้ ซึ่งแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียงนั้น จำเป็นต้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและสร้างคุณค่าที่ดีในสังคมไทยบนพื้นฐานของการอนุรักษ์วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ซึ่งในแผนพัฒนาฯ นั้น ได้มุ่งพัฒนาให้สังคมไทยเป็นสังคมที่เข้มแข็งและมีดุลยภาพ ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) นี้ ยังคงยึดหลัก ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางปฏิบัติ ควบคู่ไปกับการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” เพื่อให้การพัฒนาและบริหารประเทศให้เป็นไปในทางสายกลางอย่างยั่งยืน ซึ่งในปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแหล่งใหม่ต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย ที่เน้นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจสามแห่งมาเป็นตัวแทนในการศึกษา อันได้แก่ 1.หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว ตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัด

กาญจนบุรี 2.ตลาดบางหลวง ร.ศ.122 ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และ 3. ตลาดน้ำลำพญา ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งสามแห่งนี้ถือเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ให้ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วม เนื่องจากผู้ที่ทำหน้าที่จัดการด้านการท่องเที่ยวล้วนเป็นคนในชุมชน รวมทั้งกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ก็เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

บ้านหนองขาถือเป็นชุมชนหนึ่งซึ่งได้น้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาปฏิบัติใช้ โดยคงไว้ซึ่งวัฒนธรรม และประเพณีตามอย่างไทย รวมทั้งการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง บ้านหนองขาตั้งอยู่ที่ตำบลหนองขา อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้ของพื้นที่จังหวัด มีวิถีชีวิตไทยพื้นบ้านที่เรียบง่ายตามแบบชุมชนเกษตรกรรม ที่ยังคงสืบสานความเชื่ออย่างเรื่องหม้อฮ่วย ประเพณีเช่นการโกนจุก การสร้างบ้านเรือนชิดติดกันจนไก่อินไม้ตกดิน ภาษาพูดแบบรวบคำและสำเนียงเหน่อน่าฟัง อาหาร ขนม การกินอยู่รสชาติไทยแท้ การทอผ้าได้ถนุบ้าน ทั้งหมดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนบ้านหนองขาที่ตั้งถิ่นฐานในพื้นที่แห่งนี้มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา(องค์ บรรจุน,2552)

บ้านหนองขาเริ่มเป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอกทั่วไปเมื่อราว ๑๐ ปีที่แล้ว เมื่อคนต่างถิ่นเดินทางผ่านมาและพบเห็นกับชบวนแห่นาคของชาวบ้านที่ยิ่งใหญ่ยาวสุดลูกหูลูกตา นาคแต่งกายแปลกตาตามแบบวัฒนธรรมบ้านหนองขา ชาวบ้านในชบวนต่างสวมใส่เสื้อผ้าหลากสี ซึ่งชบวนลักษณะนี้ยังรวมไปถึงงานโกนจุก ที่ชาวบ้านพร้อมใจกันจัดงานพร้อมเพรียงกัน แต่งกายลูกหลานที่เข้าพิธีอย่างสวยงาม และงานสงกรานต์ที่มีชบวนแห่เป็นเกวียนเทียมวัวนับ ๒๐ เล่ม สิ่งเหล่านี้เองได้นำมาซึ่งคณะทัวร์เข้าเยี่ยมชม และการเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การรวมกลุ่มทอผ้า (ผ้าขาวม้าร้อยสี) เพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวเป็นที่ระลึก การจัดงานแสดงแสงสีเสียงและละครเพลง "ไฉนบุญทองบ้านหนองขา" ละครเพลงที่ถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวบ้านหนองขา (องค์ บรรจุน,2552)

ปัจจุบันการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านหนองขาอยู่ภายใต้การดูแลของ วัดอินทาราม และเทศบาลตำบลหนองขา โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.)ได้ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท ทัวร์ R.S.P Jumbo Travel Centre จำกัด ในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วย

“ในส่วนของ การประชาสัมพันธ์หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาวนั้น ทางททท.ได้จัดให้หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาวของเราเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีด้วย ก็มีการประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์หลักของการท่องเที่ยวจังหวัดและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนด้านการจัดกิจกรรมต่างๆเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาวได้รับความสนับสนุนจากบริษัททัวร์ R.S.P Jumbo Travel Centre โดยมีคุณบุญณาการ(จัมโบ้) จตุพรไพศาล เจ้าของบริษัท ทัวร์ R.S.P Jumbo Travel Centre เป็นผู้ริเริ่มและคิดกิจกรรมต่างๆให้กับหมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านหนองขาวมาตลอดและก็ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เราได้ด้วย เช่น การจัดงานแถลงข่าวงานสงกรานต์จะมีทุกปี ก็จะนำชาวบ้านและนักเรียนไปแสดงกิจกรรมในวันนั้นด้วย” (อุบล อำนวนย, สัมภาษณ์ 10 มีนาคม 2553)

นอกจากนี้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พิจารณาหมู่บ้านที่มีศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ในเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงการสนับสนุน สินค้าชุมชน “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” นอกจากนี้หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาวยังเป็นหนึ่งในหมู่บ้านท่องเที่ยว OVC หรือ OTOP Village Champion ภายใต้การดำเนินงานของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ดำเนินโครงการพัฒนาคุณค่าและความเข้มแข็งของหมู่บ้านท่องเที่ยว OVC ซึ่งจัดขึ้นโดยกระทรวงวัฒนธรรม เนื่องจากหมู่บ้านหนองขาวสามารถนำกิจกรรมวัฒนธรรมลงสู่ชุมชนได้อย่างแท้จริง โดยมีผู้นำชุมชน เจ้าอาวาส และชาวบ้านร่วมกันบริหารจัดการ ทำให้ชาวบ้านหนองขาวทุกคนมีอาชีพอยู่ได้อย่างพอเพียง ไม่เดือดร้อน ซึ่งถือเป็นต้นแบบของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่งซึ่งมีวัฒนธรรมอันเก่าแก่มาช้านาน และการดำรงไว้ซึ่งชุมชนที่เรียกตนเองว่า “ชุมชนบางหลวง” ถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอีกรูปแบบหนึ่งคือ เป็นตลาดเก่าแก่ ที่ยังคงเอกลักษณ์ สภาพความเป็นอยู่ วิถีชีวิตของคน และวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่ครั้งโบราณให้ชนรุ่นหลังได้สัมผัสกับกลิ่นไอของอดีตอีกครั้ง

ตลาดบางหลวงเป็นชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 100 ปี เริ่มก่อตั้งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ.2446 ตลาดบางหลวงตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตัวตลาดบางหลวงนั้นตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน (หรือแม่น้ำสุพรรณบุรี) ด้านฝั่งตะวันตก เป็นห้องแถวไม้สองชั้นหันหน้าเข้าหากัน ยาวจากหัวตลาดถึงท้ายตลาดประมาณ หกสิบแปดห้อง ปัจจุบันยังคงสภาพความสวยงาม

และบรรยากาศ ของสถาปัตยกรรมตลาดเก่าในอดีตไว้อย่างสมบูรณ์ ทั้งรูปแบบวิถีชีวิต ที่เรียบง่าย การค้าขายของคนในชุมชน รวมทั้งประเพณีและวัฒนธรรม ที่ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรม ไทย-จีนที่สืบทอดกันมาเป็นเวลากว่า 100 ปี การสร้างตลาดบางหลวงในอดีต ได้เริ่มจากคนจีน โพ้นทะเล ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่บางหลวง จนกลายเป็นชุมชนที่ประกอบการค้า จึงสร้างเป็น ตลาดเรือนไม้สองชั้น หันหน้าเข้าหากัน โดยสร้างตลาดบนก่อนเป็นตลาดแรก เมื่อตลาดมีความ เจริญรุ่งเรืองขึ้น ชุมชนก็เริ่มขยาย ได้มีการสร้างตลาดล่าง และตลาดกลางตามลำดับ (ดำรงศักดิ์ หมอนทอง,2550)

เดิมตลาดบางหลวงเป็นแหล่งค้าขายทางน้ำ ที่สำคัญแห่งหนึ่งของอำเภอบางเลน เพราะมี ท่าเทียบเรือ หลายท่า สะดวกในการขนถ่ายสินค้า ทางการเกษตร มีบริษัทสุพรรณชนสงฆ์ให้บริการ เติมน้ำมันจากสุพรรณบุรีไปยังสถานีรถไฟหัวรอ อ.นครชัยศรี เพื่อเดินทางระหว่างหมู่บ้านหรือเข้า กรุงเทพฯ เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไปเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาแทน มีการสร้างถนน การสัญจรทางน้ำ ลดลง รถยนต์เข้ามาแทนที่เรือ ทำให้การค้าขายสินค้าทางน้ำเริ่มซบเซาลง แต่การค้าขายของชาว ตลาดบางหลวงก็ยังคงอยู่ และยังคงรักษาเอกลักษณ์ด้านต่าง ๆ ไว้อย่างสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นร้าน ขายยาจีนสมุนไพร ร้านทำฟันปลอม ร้านทำทอง ร้านบัดกรีโลหะ ร้านทำเส้นก๋วยเตี๋ยว ฯลฯ ก็ยังคง อนุรักษ์ไว้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมต่อไป ปัจจุบันเทศบาลตำบล บางหลวง ร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาตลาดบางหลวง ชุมชน ผู้ประกอบการค้าในตลาดบาง หลวง ได้ดำเนินการฟื้นฟูและพัฒนาตลาด และได้รับการสนับสนุนจากหอการค้าจังหวัดนครปฐม โดยได้รับงบประมาณส่วนแรกเป็นเงิน 500,000 บาทในการปรับปรุงภูมิทัศน์และที่จอดรถ และ ป้ายบอกทางชั่วคราวจำนวน 205 ป้าย เพื่อส่งเสริมให้ตลาดบางหลวงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม (ดำรงศักดิ์ หมอนทอง,2550) ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ ตลาดบางหลวงนั้น อยู่ในความรับผิดชอบของกองการศึกษาสังกัดเทศบาลตำบลบางหลวง ทำ หน้าที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆและประสานความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด นครปฐม และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานสมุทรสงคราม) ในการ ดำเนินการเพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดบางหลวง

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากตลาดบางหลวงมากนัก อีกทั้งใกล้เมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานครเพียงแค่อึดใจก็ไปถึง คือ ตลาดน้ำวัดลำพญา ซึ่ง เปลี่ยนบรรยากาศจากตลาดบนบออย่างตลาดบางหลวง มาสัมผัสบรรยากาศตลาดในอีกรูปแบบ หนึ่ง คือตลาดน้ำ ที่บรรยากาศเต็มไปด้วยเรือขายสินค้าทางการเกษตรและหัตถกรรมพื้นบ้าน

นานาชนิด โดยมีเจ้าของสวนหรือชาวบ้านในชุมชนทำหน้าที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าขายตรงให้กับนักท่องเที่ยว

ตลาดน้ำวัดลำพญา ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ตัวตลาดน้ำตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดลำพญา ริมแม่น้ำนครชัยศรี(ท่าจีน) ลำพระยา เดิมเป็นชื่อของหมู่บ้าน ในสมัยที่ยังเป็นอำเภอบางปลา มณฑลนครชัยศรี มีประวัติเล่าว่าในสมัยรัชกาลที่ 5 พระยากรมท่าชุดคลองบริเวณท้ายตลาดในปัจจุบันเพื่อการจับจองที่นา มีชุมชนชาวบ้านสองกลุ่ม คือ ชาวมอญอพยพมาจากสามโคกในปลายสมัยรัชกาลที่ 3 ตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำ ทำอาชีพการเกษตร และชาวจีนซึ่งตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำทำการค้าขาย บริเวณนี้จึงกลายเป็นตลาดริมน้ำ (วิญญูดา ทองแดง, 2549)

วัดนี้ถือกำเนิดราวปี พ.ศ.2400 อยู่คู่ชุมชนแห่งนี้มานานับ 100 ปี ได้รับการบูรณะและพัฒนาให้สวยงาม สงบร่มเย็น เป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อมงคลมาลานิมิต พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลง พอกปูนและปิดทองทับ มีงานนมัสการในวันแรม 14 ค่ำ เดือน 4 ถึงวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 5

“ การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาแห่งนี้ริเริ่มโดย สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา ร่วมกับวัดลำพญา เป็นแหล่งรวมพืชผักผลไม้ ผลิตผลทางการเกษตร รวมทั้งผลิตภัณฑ์พื้นบ้านจากฝีมือชาวบ้านแท้ๆที่อาศัยในชุมชนพื้นที่ตลาดน้ำ เช่น เครื่องจักสาน ผ้าทอ ผ้าย้อม และอาหารราคาถูก มีอาหารไทยจำหน่าย อาทิ ก๋วยเตี๋ยวเรือ ขนมหวาน ขนมเปี๊ยะ ห่อหมก ผัก และผลไม้ โดยเน้นให้เกษตรกรและชาวบ้านเป็นผู้ค้าขายสินค้าต่างๆโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมรายได้และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาตลาดน้ำ ให้มีชื่อเสียงต่อไป ” (ณรงค์ศักดิ์ เลิศสิทธิพันธ์, สัมภาษณ์ 11 มีนาคม 2553)

นอกจากนี้บริเวณหน้าวัดมีปลานานาชนิด เช่น ปลาสวาย ปลากระแห ปลาแรด ปลาเทโพ นอกจากนี้ทางวัดมีการจัดกิจกรรมเพื่อรองรับด้านการท่องเที่ยวเช่น บริการจักรยานน้ำ เรือล่องแม่น้ำท่าจีนโดยมีเรือบริการหลายประเภท เช่น เรือแจวโบราณ ล่องลำน้ำท่าจีน ออกจากหน้าวัดลำพญาไปนมัสการศาลเจ้าแม่ทับทิมซึ่งเป็นศาลศักดิ์สิทธิ์ประจำตำบลลำพญา ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำวัดลำพญานั้นทางสภาวัฒนธรรมตำบลลำพญาได้แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อรับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดทำเว็บไซต์ หลักของตลาดน้ำวัดลำพญาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำวัดลำพญาผ่านเว็บไซต์การ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันตลาดน้ำวัดลำพญาถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งใหม่ของจังหวัดนครปฐมอีกหนึ่งแห่ง

Erik Holm Peterson ผู้เชี่ยวชาญพิเศษจากองค์การท่องเที่ยวโลก ได้กล่าวถึงภาพรวมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) ว่าเป็นแนวทางการท่องเที่ยวแนวทางหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก และของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน อันรวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งชาวบ้านเป็นผู้ดำเนินการได้หลายรูปแบบ มีการนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จในหลายประเทศ สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างเช่นประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนดังนี้ (สินธุ์ สโรบล, 2546)

- 1.) การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales) อาทิ สินค้าหัตถกรรม อาหารประจำท้องถิ่น ทั้งนี้หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆ ของชุมชนนั้นด้วย
- 2.) กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Shows Activities) เช่น การฟ้อนรำ การละเล่นพื้นบ้าน และการแสดงดนตรีเฉพาะชุมชน เป็นต้น
- 3.) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (Village Based Activities) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมเดินชมธรรมชาติในบริเวณหมู่บ้านหรือบริเวณใกล้เคียง พร้อมมัคคุเทศก์นำทางโดยคิดค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยว
- 4.) กิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้น กิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้านมีหลายรูปแบบ ได้แก่ การจัดแคมป์ (Camping) และ การจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับชาวบ้าน เป็นต้น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ร่วมกันรับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยว เพราะต้นทุนของอุตสาหกรรมนี้คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแล รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนนี้จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน คือ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ ถูกใช้อย่างคุ้มค่า และเป็นประโยชน์อย่างสูงสุด และเกิดผลกระทบน้อยที่สุดเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป นอกจากนี้ยังทำให้

ชุมชนมีรายได้ มีการจ้างงานทำให้คนในชุมชนมีงานทำ เกิดรายได้หมุนเวียนในชุมชน ก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตในชุมชนเอง (ชาติชาย ณ เชียงใหม่, 2542)

ชูชัย ศุภวงศ์ (2540) ได้ให้ความเห็นว่า การที่จะทำให้นโยบายท่องเที่ยวแบบชุมชนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น โดยต้องทำงานให้มีความสอดคล้องกันของทั้ง 3 ฝ่าย ประชาชนนั้นต้องสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนและต่อเนื่อง ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกร่วมกัน เกิดการรวมกลุ่มหรือองค์กร เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาระบบหรือการกระทำบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ภายใต้ระบบการจัดการโดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

การที่จะทำให้งานด้านการท่องเที่ยวสำเร็จลุล่วงไปได้ นั้น จำเป็นที่จะต้องให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนรวมถึงภายในกลุ่มหรือองค์กรของชุมชนเองนั้น ต้องให้แนวคิดของทุกฝ่ายประสานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ประสานสัมพันธ์สร้างความเข้าใจแก่ทุกฝ่ายเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในลักษณะนี้คือการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรนั่นเอง ซึ่งกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญมาก นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังมีการเผยแพร่ข่าวสารหรือชักชวน ให้เป็นที่รู้จัก สนับสนุน รวมทั้งปรับทัศนคติแก่กลุ่มเป้าหมายนอกองค์กรให้เข้าไปในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของงานด้านการท่องเที่ยวนั้นก็คือ นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ภายนอกนั้นก็เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มากขึ้น

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลนั้น จำเป็นต้องมีการบริหารงานประชาสัมพันธ์ที่ดี ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และการประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีผู้มาท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้การเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและการดำเนินการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการการตัดสินใจ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนทัศนะและความสนใจ รวมถึงการร่วมลงมือปฏิบัติในกิจกรรมต่างๆ จะสามารถช่วยให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสัมฤทธิ์ผลได้ เพราะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากคนที่มีความเข้าใจในสภาพท้องที่ สภาพสังคม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของคนในสังคมที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ตั้งอยู่ ซึ่งจะช่วยให้เห็นปัญหา

โดยทั่วไปของท้องถิ่น รวมทั้งจุดเด่น จุดด้อย ของแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้การวางแผนประชาสัมพันธ์นั้นเป็นไปในทางที่ถูกต้องและได้ผลมากที่สุด

ดังที่ รุ่งนภา พิตรปรีชา (อ้างถึงในรัตนสุตา ทองเจิม, 2549) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นที่ยอมรับว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำเงินให้กับประเทศต่างๆ มากมายรวมทั้งประเทศไทย การหาสินค้าใหม่ๆ ซึ่งหมายถึง แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ จึงมีความสำคัญต่อการสร้างตลาด การจูงใจให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาในประเทศ และหลายครั้งที่แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ คือ โบราณสถานหรือสถานที่สำคัญในอดีต ทั้งที่เกิดขึ้นโดยฝีมือมนุษย์ หรือธรรมชาติ กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเหล่านั้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ได้เป็นจำนวนมาก แต่ต้องมีการวางแผนจัดการที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ อยากเดินทางมาชม และบอกต่อกันว่าต้องมาเที่ยวให้ได้ ดังนั้นการจัดการให้เกิดความ “อยาก” มาเห็น เป็นเรื่องที่สำคัญมาก และต้องมีการจัดการในทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า สินค้าทางวัฒนธรรมนั้น จะมีลักษณะเป็นบริการ หรือการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ เพราะแม้ว่าจะเป็นโบราณสถานที่มีอยู่จริง จับต้องได้ แต่ผู้บริโภคมักไม่อาจนำไปครอบครอง ทำได้แต่เพียงเข้าไปเยี่ยมชม ดังนั้น สิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคอยากไปชม ก็คือการให้บริการในด้านต่างๆ ที่จะสามารถจูงใจให้เกิดความสนใจได้

แหล่งท่องเที่ยวทั้งสามแห่ง อันได้แก่ หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว ตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 และตลาดน้ำลำพญาถือเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถือเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่ได้รับการริเริ่มพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมื่อไม่นานมานี้ หากเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว ซึ่งนอกจากการพัฒนาสินค้าที่มีอยู่ซึ่งก็คือ วัฒนธรรมต่างๆ ให้มีความน่าสนใจแล้ว การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์จึงเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์นั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนในเรื่องของกระบวนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ รวมถึงวางแผนด้านกลยุทธ์ที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างให้หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว ตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 และตลาดน้ำวัดลำพญาเป็นที่รู้จักแพร่หลาย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นเพื่อตอบปัญหาการวิจัยเบื้องต้นที่ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างไรที่ทำแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามแห่งข้างต้นเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ทางวัฒนธรรม รวมทั้งกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมนั้นใช้กลยุทธ์อะไรบ้าง
อย่างไร การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
สถานที่ท่องเที่ยวสามแห่ง คือ หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว ตลาดบางหลวง ร.ศ.122 และตลาด
น้ำวัดลำพญา รวมถึงศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสามแห่งข้างต้นด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ปัญหานำวิจัย

1. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว ตลาดบาง
หลวง ร.ศ.122 และตลาดน้ำลำพญา มีสาเหตุและที่มาในการริเริ่มอย่างไร และมีการ
จัดการการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นอย่างไร
3. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นใช้กล
ยุทธ์อะไรบ้าง

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
สามแห่ง อันได้แก่ หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว ตลาดบางหลวง ร.ศ.122 และตลาดน้ำลำพญา
รวมถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ใช้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง
สามแห่งข้างต้น

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นให้สัมผัสกับทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านสังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น โดยเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรดั้งเดิมให้คงไว้ และมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านดั้งเดิม รวมถึงได้สัมผัสกับบรรยากาศและสภาพความเป็นอยู่ของท้องถิ่นนั้นๆ ในที่นี้หมายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี ตลาดบางหลวง ร.ศ.122 จังหวัดนครปฐม และตลาดน้ำวัดลำพญา จังหวัดนครปฐม

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพและ เป็นไปตามรูปแบบการท่องเที่ยวตามที่ได้วางแผนไว้ ในที่นี้หมายถึง การริเริ่มในการจัดการด้าน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำหรือการปฏิบัติการทางการสื่อสาร หรือจัด กิจกรรมทางการสื่อสาร โดยการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งมีทั้งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สารความรู้ การใช้สื่อและช่องทางต่างๆโดยมีการวางแผนและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการ ประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ 1.การประชาสัมพันธ์ภายในชุมชนซึ่งเป็นการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และ 2.การประชาสัมพันธ์ภายนอกชุมชนโดย ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านวัฒนธรรมหนองขาว ตลาดบางหลวง ร.ศ.122 และตลาดน้ำวัดลำพญาให้ เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง แนวคิด วิธีการโดยรวมของแผนประชาสัมพันธ์ที่ได้ ออกแบบขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาองค์ประกอบของกระบวนการ สื่อสาร ได้แก่ เนื้อหาสาร ช่องทางการนำเสนอ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การที่สมาชิกในชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมใน การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยแสดงออกในรูปแบบของการแสดงความคิดเห็น การ ร่วมลงมือปฏิบัติ การเข้าร่วมกิจกรรม การตัดสินใจในเรื่องของการดำเนินงาน ได้แก่ การเข้าร่วม ประชุม การเป็นผู้ประกอบการร้านค้า การเป็นผู้ปฏิบัติหรือผู้รับผิดชอบในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจในสภาพธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตของคนใน ท้องถิ่น

โดยสามารถจัดระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

1.) ระดับผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้นำชุมชนแบบเป็นทางการที่ได้รับการแต่งตั้งหรือมอบหมายอย่างชัดเจน เช่น นายกเทศบาล ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ และผู้นำชุมชนแบบไม่เป็นทางการ เช่น ครู ผู้นำอาสา ซึ่งมีหน้าที่และบทบาทในการเป็นผู้นำกลุ่มหรือเป็นผู้รับผิดชอบหลัก ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการดำเนินการประชาสัมพันธ์

2.) ระดับชาวบ้านหรือประชาชนทั่วไป หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่มีหน้าที่รับผิดชอบอย่างเป็นทางการ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการดำเนินการประชาสัมพันธ์

การพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนและชุมชนเป็นหลัก โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรมในการบริหารจัดการชุมชนให้เกิดเป็นชุมชนเข้มแข็ง ด้วยความคิดหรือวิธีการที่ชาญฉลาด ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะเวลาที่ยาวนานที่สุด และก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้นได้ตลอดไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและการเลือกใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว นิยมมาท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน อันเป็นการส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น ทั้งยังได้ความรู้และแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน และสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมศักยภาพของชุมชนอื่นๆ สร้างความรู้ความเข้าใจและพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน หรือเป็นแบบอย่างให้กับองค์กรหรือชุมชนอื่นๆ ในประเภทเดียวกันให้สามารถบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ