

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก และบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก, สมาชิกในชุมชน, และกลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน จำนวน 25 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ในสถานการณ์ต่างๆ ประกอบด้วย สถานการณ์การจัดระบบการท่องเที่ยว, สถานการณ์การประสานความร่วมมือ, สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ และสถานการณ์การแก้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 สถานการณ์การจัดระบบการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดระบบการท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

1.2 สถานการณ์การประสานความร่วมมือ พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการประสานความร่วมมือ เป็นการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ, การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

1.3 สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ, การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

1.4 สถานการณ์การแก้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารในด้านต่างๆ คือ การกระตุ้นความร่วมมือสมาชิกในชุมชน, การประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอก, การจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน, การดูแลและการต้อนรับนักท่องเที่ยว, การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และการแก้ปัญหา / อุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

The purpose of this research is to study communication patterns in tourism management of the Samchuk Market Community, and the communication role of community leaders on the eco-tourism management of the Samchuk Market Community. This research used the qualitative method and collected data by nonparticipating investigations and in-depth interviews of 25 key informants, including the development committee, supporting group, and members of the Samchuk Market Community.

The results of the research were as follows:

1. The studying of communication patterns in tourism management of the Samchuk Market Community in four events: tourism management event, cooperation urging event, publicizing event, and problem solving event as follows.

1.1 Tourism management event consists of two communication patterns: Formal two-way communication and informal two-way communication.

1.2 Cooperation urging event consists of three communication patterns: Informal one-way communication, formal two-way communication, and informal two-way communication.

1.3 Publicizing event consists of three communication patterns: Formal one-way communication, informal one-way communication, and informal two-way communication.

1.4 Problem solving event consists of two communication patterns: Formal two-way communication and informal two-way communication.

2. The communication role of community leaders in tourism management of the Samchuk Market Community consist of six aspects: To urge cooperation among community members, to cooperate with non-community member parties, to form a community tourism management system, to welcome and attend to tourists, to publicize tourist attractions, and to solve problems and resolve obstacles in community tourism management.