

สิริลักษณ์ ปริญญา : การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย
จังหวัดนครปฐม. (COMMUNICATION AND ECO-TOURISM MANAGEMENT AT DON-WAI
MARKET COMMUNITY, NAKHONPATHOM PROVINCE) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.
ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 222 หน้า. ISBN 974-53-2713-1.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา รูปแบบการสื่อสารของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว, บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประกอบด้วย ผู้นำและแกนนำจัดตั้งชุมชน สมาชิกชุมชน และกลุ่มพันธมิตรที่ให้การสนับสนุน จำนวนทั้งสิ้น 23 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการสื่อสารปรากฏขึ้นในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย โดยวิเคราะห์จาก 3 สถานการณ์ พบว่า

1.1 สถานการณ์กระตุ้นความร่วมมือผู้ประกอบการภายในชุมชน ประกอบด้วย

3 รูปแบบ คือ 1) การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ คือ การใช้เสียงตามสาย 2) การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ คือ การประชุม 3) การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ คือ การพูดคุยกันโดยตรง

1.2 สถานการณ์แก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ประกอบด้วย 2 รูปแบบ คือ 1) การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ คือ การสั่งการด้วยคำพูด และการประชุมเพื่อตักเตือนสมาชิกชุมชน 2) การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ คือ การไกล่เกลี่ยด้วยการพูดคุยโดยตรง โดยมีประธานคณะกรรมการชุมชนเป็นตัวกลางไกล่เกลี่ย

1.3 สถานการณ์การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย 2 รูปแบบ คือ 1) การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ คือ การพูดคุยโดยตรงระหว่างคณะกรรมการชุมชนกับสื่อมวลชน 2) การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ คือ การใช้เสียงตามสายเพื่อประชาสัมพันธ์ไปสู่นักท่องเที่ยว

2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ประกอบด้วย 4 บทบาท คือ 1) บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมคนเข้ามารวมกลุ่มเป็นคณะกรรมการชุมชน 2) บทบาททางการสื่อสารเพื่อระดมความคิดของสมาชิกภายในชุมชน 3) บทบาททางการสื่อสารในการจัดการกับข้อขัดแย้งภายในชุมชน คือ การเป็นตัวกลาง ตักเตือนสั่งให้ทำตาม และสั่งให้ผู้ค้าขายออกไปจากตลาด 4) บทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

4785265828 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: COMMUNICATION / ECO-TOURISM MANAGEMENT / DON-WAI MARKET COMMUNITY

SIRILUCK PARINRAM : COMMUNICATION AND ECO-TOURISM MANAGEMENT OF

DON - WAI MARKET COMMUNITY, NAKHONPATHOM PROVINCE. THESIS ADVISOR :

PARICHART SATHAPITANONDA , Ph.D., 222 pp. ISBN 974-53-2713-1.

The purposes of this qualitative research are to study communication patterns for eco-tourism management at Don-Wai market community and communication roles of community leaders on the eco-tourism management at Don-Wai market community by the methods of nonparticipating investigations and in-depth interviews of community leaders and community-forming leaders, as well as members of the community and supporting alliances which made up of altogether 23 people

The research findings are

1. By analyzing 3 events, communication patterns are found to happen in eco-tourism management at Don-Wai market community

1.1 Event that stimulates local merchants' co-operation consists of 3 communication patterns: 1) informal one-way communication by means of public address system 2) formal two-way communication by means of arranging meetings 3) informal two-way communication by means of face-to-face conversation

1.2 Event that eases conflicts in the community consists of 2 communication patterns: 1) formal two-way communication by leaving orders or arranging meetings to warn community members 2) informal two-way communication by direct mediation such as the committee chairman as a mediator to bring the parties together to reconcile the conflicts of interest

1.3 Eco-tourism management event at the community consists of 2 communication patterns: 1) informal two-way communication by means of direct conversation between community committees and media reporters 2) one-way informal communication by means of public address system to inform tourists

2. Communication roles of community leaders consist of 4 aspects: 1) communication roles to gather people to form a community committee 2) communication roles to gather opinions from members of the community 3) communication roles to cope with conflicts in the community in terms of mediation, warning, giving orders and terminating the merchants from the market 4) communication roles on eco-tourism management