หัวข้อวิจัย: การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษา โครงการตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี

ผู้วิจัย: นางปิ่นปินัทธ์ สัทธรรมนุวงศ์

หน่วยงาน: คณะนิเทศศาสตร์

ปีที่พิมพ์: พ.ศ. 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนตลาดอ่างศิลา กระบวนการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยว และรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการวิจัยทางเอกสาร ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร โดยอาศัยรูปแบบการสื่อสาร 2 รูปแบบ ทั้งรูปแบบการสื่อสารภายในเครือข่ายและรูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่าย ส่วนประสิทธิภาพการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลของการบริหารจัดการพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้เรื่องโครงการตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ส่วนประเด็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนประเด็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพื้นฐานความรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี

คำสำคัญ: การสื่อสาร, การจัดการแหล่งท่องเที่ยว, การมีส่วนร่วมของประชาชน

SRU CHONBURI

Research Title:	Communication for community-based attraction management: A case study of 133-year Angsila' s old market
Name of researcher:	Mrs. Pinpinut Satthamnuwong
Name of Institution:	School of Communication Arts
Year of Publication:	2014

ABSTRACT

The objective of the research was to study the Angsila Market Community context, communication process and communication style for tourism management with community participation. Mixed research method was applied in the research conduction. Data from in-depth interviews, participant observation and documentary research were used in qualitative part where a survey of 400 tourists was used as qualitative data in the research.

The results revealed that there were four key elements in communication for tourist attraction management with community participation which were senders, massage, channel and receivers. The communication methods were categorized into two main styles which were Internetworking Communication and External Communication. Tourists' perceptual performance, as a result of the management, indicated that the factor significantly affecting "133-Year Angsila's Old Market" perception through various types of media had the average opinion at low level. However, information about tourism had the average perception at high level. In terms of "Sustainable Tourism", it was found that the average opinion was at high level which indicated that the tourists' background knowledge and attitude towards tourist attraction information was good.

Keywords: communication, tourism management, community participation

SPU CHONBURI