

พฤติกรรมการใช้ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในอาชีพมัคคุเทศก์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

พฤติกรรมการใช้ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในอาชีพมัคคุเทศก์
USAGE BEHAVIOR, USES AND GRATIFICATIONS TO INTERNET IN THE TOURIST
GUIDE PROFESSION

เทอด อยู่จ้อย 4736101 LCCD/M

ศศ.ม. (ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและพัฒนา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : สิรินทร พิบูลภาณุวัฒน์, PhD., ดวงพร คำณูวัฒน์, M.A.,
สุนิดา ศิวปฐมชัย, M.A.

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของมัคคุเทศก์ 2) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของมัคคุเทศก์ 3) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร (อายุและอายุงาน) ของมัคคุเทศก์กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ต 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะสังกัดงานของมัคคุเทศก์กับพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และ 5) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะสังกัดงานของมัคคุเทศก์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในอาชีพมัคคุเทศก์ กลุ่มตัวอย่างเป็นมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 142 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ.2552 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติค่าทีทดสอบ สถิติไคสแควร์ และสถิติความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า มัคคุเทศก์ที่มีอายุและอายุงานแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ลักษณะสังกัดงานของมัคคุเทศก์ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมง และสถานที่ที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ระดับการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการจัดการท่องเที่ยวของมัคคุเทศก์อยู่ในระดับปานกลาง ระดับความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของมัคคุเทศก์เพื่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง

จากการศึกษานี้มีข้อเสนอแนะว่า มัคคุเทศก์ควรใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และปฏิบัติงานมัคคุเทศก์ต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะหาข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา

คำสำคัญ : อินเทอร์เน็ต / การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ / มัคคุเทศก์

USAGE BEHAVIOR, USES AND GRATIFICATIONS TO INTERNET
IN THE TOURIST GUIDE PROFESSION

THOET YOOJUI 4736101 LCCD/M

M.A. (LANGUAGE AND CULTURE FOR COMMUNICATION AND
DEVELOPMENT)

THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: SIRINTORN
BHIBULBHANUVAT, Ph.D., DUANGPORN KAMNOOWATANA, M.A.,
SUNIDA SIWAPATHOMCHAI, M.A.

ABSTRACT

The objectives of this survey are: 1) to study internet usage behavior of tourist guides; 2) to study tourist guide uses and gratifications of the internet; 3) to compare tourist guide uses and gratifications of the internet, classified by age and work experience; 4) to study the relationship between work types and internet usage behavior of tourist guides; and 5) to compare work types and uses and gratifications of the internet in the tourist guide profession. Questionnaires were distributed to 142 tourist guides in Bangkok from February to March, 2009. Data were analyzed by statistical methods which were frequencies, percentage, mean, standard deviation, t-test, Chi-square and F-test (One-way ANOVA).

The results of the study were as follows. 1) Ages of tourist guides were not significantly related to the uses and gratifications of the internet. 2) Work experience of tourist guides was not significantly related to the uses and gratifications of the internet. 3) Work type differences and internet usage behavior of tourist guides were significantly correlated with duration of internet use and content for travel management. 4) Work type differences and internet usage behavior of tourist guides were not significantly correlated with internet usage hours and place of use. 5) Internet use of tourist guides was at a moderate level and internet gratification of tourist guides was at a high level.

These findings suggest that tourist guides should give more time to use internet for gathering various information to improve their travel management and services, so that tourist guides can appropriately deal with different kinds of foreign travellers who are gradually gain more knowledge about traveling from the internet.

KEY WORDS: INTERNET / USES AND GRATIFICATIONS / TOURIST GUIDE

94 pages