

หัวข้อคุณิพนธ์ การพัฒนารูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบเคลื่อนที่

ชื่อและนามสกุล นายนิคม ชัยขุนพล

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันตัด ทองรินทร์
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วิทยาธร ท่อแก้ว
3. อาจารย์ ดร. นิพนธ์ นาคสมภพ

คุณิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาเอก เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560

คณะกรรมการสอบคุณิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันตัด ทองรินทร์)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิทยาธร ท่อแก้ว)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร. นิพนธ์ นาคสมภพ)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์)

วลสินะ ทรัพย์พันธ์ุ

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์รวลสินะ ศิริยะพันธุ์)

ชื่อคุณนิพนธ์ การพัฒนารูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดเชียงใหม่ ผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบเคลื่อนที่

ผู้วิจัย นายนิคม ชัยขุนพล รหัสนักศึกษา 4541500080 **ปริญญา** ปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัต ทองรินทร์ (2) รองศาสตราจารย์ ดร. วิยาธร ท่อแก้ว
ปีการศึกษา 2559

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ความต้องการเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ 3) ความต้องการรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ และ 4) เพื่อพัฒนารูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบเคลื่อนที่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการด้านสื่อใหม่ และด้านจิตวิทยา จำนวน 10 คน เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถามและค้นแบบรูปแบบการปฏิสัมพันธ์เพื่อการสื่อสาร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อทุกวัน โดยการค้นหาข้อมูลและการสนทนาทุกวัน ส่วนการโพสต์ข้อความ แสดงความเห็น เล่นเกมแล้วแต่โอกาส 2) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการบริบทการท่องเที่ยวในด้านข้อมูลการติดต่อ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวหรือบริการอื่นๆ ที่ใกล้เคียง สถานีบริการเชื้อเพลิง เส้นทางและแผนที่ ข้อมูลพิกัดตำแหน่ง ค่าบริการ ที่พักริมทาง ของฝากหรือของที่ระลึก ระบบความปลอดภัย สถานพยาบาล ส่วนเนื้อหาการท่องเที่ยวต้องการด้านประวัติและเรื่องราวความเป็นมา สภาพแวดล้อม วรรณกรรม โบราณสถาน ประเพณีและเทศกาลอาหารประจำถิ่น วิถีชีวิต ภาษาท้องถิ่น จิตรกรรม คนตรีพื้นบ้าน นาฏศิลป์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเชื่อและพิธีกรรม การละเล่นพื้นบ้าน การแต่งกาย เครื่องใช้ 3) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการปฏิสัมพันธ์ได้แก่ การเชื่อมโยงจากภาพ กราฟิก ข้อความ สัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยเลื่อนอ่านได้ทีละหน้า การค้นหาโดยการพิมพ์คำค้นและแสดงผลเฉพาะเรื่องที่ต้องการ และต้องการสื่อในรูปแบบภาพถ่าย วิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว อะนิเมชัน เสียง ข้อความและกราฟิก 4) รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่มี 3 รูปแบบคือ แบบให้ข้อมูล แบบแลกเปลี่ยนและแบบร่วมสร้าง โดยผลการประเมินการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญโดยรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับดีมากทั้ง 3 รูปแบบ และผลการประเมินจากนักท่องเที่ยวโดยรวมพบว่า มีความพึงพอใจในแบบแลกเปลี่ยนมากที่สุด รองลงมาคือ แบบให้ข้อมูล และแบบร่วมสร้าง ตามลำดับ

คำสำคัญ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์เพื่อการสื่อสาร ระบบปฏิสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Dissertation title: Development of an Interaction Communication Model for Chiang Mai Cultural Tourism Via Mobile Devices

Researcher: Mr. Nikhom Chaikhunpol; **ID:** 4541500080;

Degree: Doctor of Philosophy (Communication Arts);

Dissertation advisors: (1) Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor;

(2) Dr. Wittayatorn Tokeaw, Associate Professor; **Academic year:** 2016

Abstract

The purposes of this research were 1) to study behaviors of Thai tourist interacting with media, 2) to survey the traveling information requirement of tourists who plan for Chiangmai cultural touring, 3) to study the need of an interaction on media, and 4) to create and develop a communication interaction model for the Chiangmai cultural mobile tourism.

The samples were 2 groups; 400 samples of Thai tourist selected by applying the quota sampling technique, and 10 experts /scholars who are professional in new media and Psychology. The second group was approached by purposive sampling technique. Aside from this, the questionnaires and the media prototype were used as the research instrument. And the results were analyzed under considering of percentage statistics and mean.

The findings indicated that 1) the samples used the mobile media (smartphone/tablet) daily in order to search for information and do chat. But for other activities such as posting, giving comments and playing games, they do randomly, depend on their convenience time. 2) The samples required for information to support their travelling, which are the contact information, residence, restaurant and beverages services, near places to visit, vehicle fuel station, located GPS information, service charges, accommodation along the way, souvenirs, security system, and the convenient first aid station. Moreover, they required for the information about histories, environments, literatures, traditions and festivals, archaeological sites, local food, local life, folk music, folk dance, local wisdom beliefs and rituals, folk plays, and local wares. 3) The samples ordered the media to have interaction interfaces; which are the linkages formed with images, graphics, texts and related symbols. The pacing of interaction should be moved and stepped page by page. For the searching functions, the media should provide searchable function by entering the keywords and then the results show only matched information exactly. Nevertheless, the media forms to convey the contents should be images, videos, animations, audios, texts and graphics. 4) The communication interaction model for the Chiangmai Cultural Mobile Tourism included 3 models of interaction, there are the informative, the proactive and the mutual interaction. Furthermore, the result of assessment by the experts/scholars shown the high score for all models. And for the results of assessment of tourists, the proactive model is the most popular, followed by the informative and the mutual interaction model sequently.

Keywords: Interactive media, Interaction Model, Cultural tourism, M-Tourism

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์ และรองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาคุษฎีนิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้ความรู้ ความช่วยเหลือและแนะนำแนวทางในการแก้ปัญหาและกำลังใจเสมอตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นการวิจัย

ขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกิ้น และ ดร.นิพนธ์ นาคสมภพ ที่กรุณาให้เกียรติเป็นกรรมการในการสอบและให้คำชี้แนะอันทำให้ งานวิจัยครั้งนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ อาจารย์ประจำแขนงวิชา เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรณฤมต คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองศาสตราจารย์เอนก ชิตเกษร ผู้อำนวยการสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยพายัพ ที่กรุณาให้เกียรติเป็น กรรมการตรวจสอบเครื่องมือ เป็นนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อใหม่และเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการ วิจัยที่ให้คำชี้แนะในการออกแบบเครื่องมือวิจัยและเนื้อหา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นงนภัศ พันธุ์ พลกฤต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยพายัพ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยา ให้คำแนะนำด้านข้อมูล และหลักการด้านจิตวิทยาที่ใช้ในการวิจัย คุณวิสูตร บัวชุม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ให้คำแนะนำด้านความรู้เนื้อหาการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ อาจารย์ภูษิต ก้อนสุรินทร์ ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยี สารสนเทศและนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยพายัพ และอาจารย์ญาณิศา จันทร์เส็ง ผู้อำนวยการ สำนักสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยพายัพ และคุณทีปรกอน เสือโนนม่วง ผู้อำนวยการส่วนผลิต บริษัทคลิกซิสเต็มส์ จำกัด (Click Systems Ltd.) ในกลุ่มบริษัทแอสเซลเลนซ์ (Accellence Group Company) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อใหม่ที่ให้คำชี้แนะด้านการออกแบบและสร้างรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ เพื่อการสื่อสาร

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัยพายัพ และมหาวิทยาลัย พายัพที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษา และขอบคุณพี่น้องคณาจารย์และเจ้าหน้าที่เพื่อนร่วมงานใน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ ที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

นิคม ชัยขุนพล

กุมภาพันธ์ 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ณ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ที่มาและความสำคัญ	1
2. คำถามการวิจัย	7
3. วัตถุประสงค์การวิจัย	7
4. กรอบแนวคิดการวิจัย	8
5. สมมติฐานการวิจัย	9
6. ขอบเขตการวิจัย	9
6. นิยามศัพท์	10
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
1. ขอบเขตที่ 1 กลุ่มทฤษฎีสันับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยา และพฤติกรรมการใช้สื่อ	14
2. ขอบเขตที่ 2 คือแนวคิดสนับสนุนเกี่ยวกับการผลิตสื่อ	22
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	34
1. แบบการวิจัย	34
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
5. การดำเนินงาน	40
6. การวิเคราะห์ข้อมูล	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
1. พฤติกรรมการมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบเคลื่อนที่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	43
1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม.....	43
1.2 พฤติกรรมการใช้งานเครื่องมือสื่อสารแบบเคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	44
2. ความต้องการเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่.....	46
2.1 ความต้องการข้อมูลบริบทแหล่งท่องเที่ยว.....	46
2.2 ความต้องการเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	48
3. ความต้องการรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ ผ่านเครื่องมือสื่อสารแบบเคลื่อนที่.....	51
3.1 ความต้องการวิธีการในการเชื่อมโยงเนื้อหา.....	51
3.2 ความต้องการวิธีการค้นหาเนื้อหาการท่องเที่ยว.....	54
3.3 ความต้องการห้องแสดงสำหรับการมีส่วนร่วมของสมาชิก.....	56
3.4 ความต้องการระดับการอนุญาตในการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิก.....	58
3.5 ความต้องการรูปแบบของสื่อที่ใช้.....	60
บทที่ 5 การออกแบบและการทดสอบ.....	62
ส่วนที่ 1 การออกแบบรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสาร.....	62
ส่วนที่ 2 ผลการทดลอง.....	80
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	134
1. สรุปการวิจัย.....	135
2. อภิปรายผลการวิจัย.....	165
3. ข้อเสนอแนะ.....	172
บรรณานุกรม.....	178
ภาคผนวก.....	184
ประวัติผู้วิจัย.....	221

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน.....	40
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล.....	43
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าร้อยละพฤติกรรมการใช้งานเครื่องมือสื่อสารแบบเคลื่อนที่ ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	44
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละความต้องการข้อมูลบริบทแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	46
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าร้อยละความต้องการเนื้อหาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	48
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าร้อยละความต้องการวิธีการในการเชื่อมโยงเนื้อหา ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	51
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าร้อยละความต้องการวิธีการค้นหาเนื้อหาการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	54
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละความต้องการห้องแสดงสำหรับการมีส่วนร่วมของสมาชิก ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	56
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าร้อยละความต้องการระดับการอนุญาตในการปฏิสัมพันธ์ของสมาชิก ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	58
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละความต้องการรูปแบบของสื่อที่ใช้ของนักท่องเที่ยวยชาวไทย.....	60
ตารางที่ 5.1 แสดงผลการประเมินการออกแบบรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารโดย ผู้เชี่ยวชาญ.....	76
ตารางที่ 5.2 แสดงผลการสำรวจความพึงพอใจต่อรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสาร โดยภาพรวม.....	80
ตารางที่ 5.3 แสดงผลการสำรวจความพึงพอใจต่อรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสาร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ.....	84

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
ภาพที่ 2.1 การยอมรับเทคโนโลยี.....	17
ภาพที่ 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม.....	19
ภาพที่ 5.1 ตัวอย่างรูปแบบปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบให้ข้อมูล หน้าหลัก.....	64
ภาพที่ 5.2 ตัวอย่างรูปแบบปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบให้ข้อมูล หน้ารายละเอียด.....	65
ภาพที่ 5.3 โครงสร้างรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบให้ข้อมูล.....	66
ภาพที่ 5.4 ภาพตัวอย่างรูปแบบปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบแลกเปลี่ยน หน้าหลัก.....	68
ภาพที่ 5.5 ภาพตัวอย่างรูปแบบปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบแลกเปลี่ยน หน้ารายละเอียด.....	70
ภาพที่ 5.6 โครงสร้างรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบแลกเปลี่ยน.....	71
ภาพที่ 5.7 ภาพตัวอย่างรูปแบบปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบร่วมสร้าง หน้าหลัก.....	73
ภาพที่ 5.8 ภาพตัวอย่างรูปแบบปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบร่วมสร้าง หน้ารายละเอียด.....	74
ภาพที่ 5.9 โครงสร้างรูปแบบการปฏิสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วม.....	75
ภาพที่ 6.1 แผนผังเสนอแนะรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่.....	174

