

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยได้เตรียมความพร้อมที่จะรวมตัวกับประเทศเพื่อนบ้านเข้าสู่ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ.2558 ด้านการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดผลกระทบขนานใหญ่ตามแนวตะเข็บชายแดนไทย สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยให้การเติบโตทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวดีขึ้นจากการขยายพื้นที่แนวตะเข็บชายแดนของภาครัฐและเอกชน สื่อประชาสัมพันธ์จะส่งเสริมให้กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้สนใจกิจการท่องเที่ยวตัดสินใจร่วมลงทุนบนพื้นที่แนวตะเข็บชายแดนมากขึ้น

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลกซึ่งมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในแทบทุกภูมิภาคของโลก ในปี ค.ศ.1950 จำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพียง 25 ล้านคนขณะที่ปี ค.ศ.2006 มีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 846 ล้านคน องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO)พยากรณ์ไว้ว่าในปี ค.ศ.2020 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเพิ่มขึ้นถึงสองเท่า (องค์การท่องเที่ยวโลก, 2552.) ปัจจุบันพบว่าการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลายด้านไม่ว่าจะเป็น ทางสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และ ปัจจัยทางการเมือง ในจังหวัดที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง การท่องเที่ยวได้ช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง แม้ในท้องถิ่นทุรกันดาร การท่องเที่ยวก็ยังช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆให้ดีขึ้น ในทุกช่วงเวลาที่ผ่านไปมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่กำลังสืบค้นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ไปในสถานที่ต่างๆ ทั่วโลก จากการสอบถามผู้ที่กำลังวางแผนท่องเที่ยวทั่วไปพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความจำเป็นต้องสืบค้นข้อมูล ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยไม่ต้องเดินทางไปสำรวจจริง แต่ได้ข้อมูลครบถ้วนถูกต้องและรวดเร็ว สิ่งเหล่านี้จะส่งเสริมผสมผสานกันกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้การท่องเที่ยวได้มีการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 อันใกล้นี้ไปด้วยพร้อมกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่บริเวณด่านสิงขรจะเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย รูปแบบของสื่อจึงมีความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันสื่อที่คนไทยให้ความสนใจในระดับต้นๆ คือ สื่อออนไลน์ เพราะสามารถที่จะทำให้ผู้เข้าชมเห็นสถานที่จริง และข้อมูลของสิ่งที่ต้องการจะดูในสื่อเข้าใจได้อย่างรวดเร็วหลายมุมมอง จากรูปแบบที่เน้นความหลากหลายและไม่จำกัดช่องทางการเข้าถึงจึงเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทยและชาวต่างชาติ และการนำเสนอที่น่าสนใจ ทำให้สื่อได้รับความนิยมเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ช่วยในการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคที่มีต่อ

สถานที่ท่องเที่ยวในแง่มุมต่างๆได้ดี ยิ่งสื่อ่นั้นแสดงความคิดสร้างสรรค์มีการออกแบบเป็นที่น่าสนใจด้วยแล้ว ก็จะเป็นการสร้างความประทับใจต่อผู้เข้าชมมากเป็นพิเศษอีกด้วย

การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกข้อมูลให้แก่ผู้ที่กำลังวางแผนการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสมควรเร่งพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านท่องเที่ยวสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ อุปสรรค ในการดำเนินการเชิงรุกคือผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจกับการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย มากนักเพราะคิดว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวจึงไม่ต้องพึ่งโลกอินเทอร์เน็ต ขณะที่ต่างประเทศเช่น สิงคโปร์ และมาเลเซียมีการนำเทคโนโลยีสื่อเข้ามาใช้เป็นสื่อกลางและประสบความสำเร็จมาก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงควรมีกยุทธ์เพื่อตอบโต้ แย่งชิงและครอบครองพื้นที่การตลาดให้ได้มากที่สุด วิธีการนำเสนอเพื่อให้ผู้วางแผนการท่องเที่ยวสนใจและตัดสินใจมาท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้ดำเนินการต้องค้นคว้าวิจัย เพื่อให้ได้แนวทางในการดำเนินการให้แผนกลยุทธ์ประสบความสำเร็จ วิธีการนำเสนอที่จะดำเนินการวิจัยนี้จำเป็นต้องทำงานอยู่บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยมองระบบเครือข่ายเป็นเครื่องมือ เนื่องจากยุคนี้เป็นยุคแห่งสังคมสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศได้กลายเป็นทรัพยากรที่มีนัยสำคัญเพิ่มมากขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มีการพัฒนากันหลากหลายรูปแบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการใช้งานครอบคลุมพื้นที่และมีจำนวนคนใช้งานมากที่สุด รวมทั้งมีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุด (สุภางค์ ภูมวงษ์ และดารารัตน์ จุฬาพันธุ์. 2540 : 39) ปัจจุบันมีสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นจำนวนมาก สังเกตได้จากการสืบค้นผ่าน Search engine เช่น Google ,Yahoo (ชฎิล แก้วปลั่ง. 2543 : 3) ดังนั้นการจัดทำเว็บไซต์สื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมและบรรลุเป้าหมายนั้นจำเป็นต้องมีการค้นคว้าวิจัยเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมให้มากที่สุด

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาพื้นที่ดำเนินการ ชุมชนด้านสังขร อำเภอลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นกรณีศึกษา เพื่อหาวิธีการสร้างสื่อมัลติมีเดียที่สามารถประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ อันเนื่องมาจากหมู่บ้านรวมมิตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญของจังหวัด ลักษณะโดยทั่วไปของด้านสังขรเป็นด้านชายแดนติดต่อกับประเทศพม่าและประเทศไทย มีการพัฒนาทางด้านภูมิประเทศบ้างเล็กน้อยเพื่อความปลอดภัยและความมั่นคง มีการปรับแต่งสภาพภูมิประเทศเพื่อเป็นสถานที่ขายของที่ระลึก แต่อย่างไรก็ตามการปรับแต่งลักษณะภูมิประเทศนี้ยังไม่มีทิศทางที่แน่นอนขาดความรู้ทางด้านการพัฒนาให้กลมกลืนกับธรรมชาติ ซึ่งคาดว่าถ้ามีโครงการพัฒนาด้านสังขรให้มากขึ้นกว่านี้ หากการพัฒนายังไร้ทิศทางและไม่ถูกต้องทางวิชาการก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางด้านลบในกลุ่มทรัพยากรต่างๆ เพิ่มมากขึ้นไปกว่าที่เป็นอยู่ การท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วพิจารณาจากภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดเก็บจากธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ขยายตัวร้อยละ 36.98 ขณะเดียวกันปริมาณการใช้ไฟฟ้าในโรงแรมที่พัก ขยายตัวร้อยละ 13.28 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการ

ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของรัฐบาล ตลอดจนความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อทำตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (อ้างอิงจากแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พ.ศ. 2553 – 2556) แต่ในปัจจุบันขนาดของกิจกรรมของด้านสังขรมยังมีน้อยอยู่ จึงส่งผลกระทบทางลบในกลุ่มของทรัพยากรกายภาพและชีวภาพเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และส่งผลกระทบทางบวกด้านคุณค่าการใช้ประโยชน์ของมนุษย์เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ที่ดิน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับในด้านคุณภาพชีวิตจะเป็นผลกระทบทางบวกทางด้านความสวยงามนันทนาการ และเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของชุมชนบริเวณด้านสังขรม มีพื้นที่เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภายในหมู่บ้านมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันยังไม่เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวมากนัก เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งชุมชนยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาเที่ยวชมในหมู่บ้านอันเนื่องมาจากงบประมาณที่ได้จัดสรรเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอและความรู้ในการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในการพัฒนาเว็บไซต์ สื่อมัลติมีเดีย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียสำหรับประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้บังเกิดผลสัมฤทธิ์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เหมาะสม ในการพัฒนาและปรับปรุงประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งอื่นๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้วางแผนการท่องเที่ยวที่เลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวและส่งผลให้สาธารณชนสามารถเข้ามาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อการประชาสัมพันธ์รูปแบบศูนย์ออนไลน์ด้วยสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนด้านสังขรม อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. วิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนด้านสังขรม อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจและง่ายต่อการใช้ประโยชน์
2. ได้สื่อมัลติมีเดียเพื่อนำไปใช้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวการท่องเที่ยวชุมชนด้านสังขรม อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และใช้เป็นต้นแบบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้

3. สามารถกระจายข่าวประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวางในอนาคตสื่อออนไลน์จะเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากในระบบการประชาสัมพันธ์ของสากล

4. การเผยแพร่ในวารสาร จดสิทธิบัตรฯและหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ มีแนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นใช้เป็นประโยชน์เพื่อการค้นคว้าด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์สร้างองค์ความรู้ด้านประชาสัมพันธ์

ขอบเขตและวิธีการวิจัย

1. ผู้ดำเนินการได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1.1 จัดทำเว็บไซต์ มัลติมีเดีย ที่สามารถประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยววิเคราะหส์ื่อออนไลน์เพื่อกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนด้านสิงขร อ.คลองวาฬ จ.ประจวบคีรีขันธ์ ที่มีเนื้อหาครอบคลุม น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ

1.2 ขอบเขตการดำเนินการ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยววิเคราะหส์ื่อออนไลน์เพื่อกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนด้านสิงขร อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.3 กลุ่มเป้าหมายได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งชุมชนด้านสิงขร อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างกลุ่มบุคคลในชุมชนที่เข้าไปบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนด้านสิงขร อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่สัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม เกี่ยวกับเนื้อหา ด้านการท่องเที่ยว

2.2 กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่ยังไม่เคยไปเข้าไปเที่ยวชมแหล่งชุมชนด้านสิงขร อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยสอบถามข้อมูลความต้องการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างสื่อมัลติมีเดีย

2.3 กลุ่มตัวอย่าง ที่เข้าใช้บริการจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวชุมชนด้านสิงขร อำเภอกลองวาฬ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หลังจากการสร้างสื่อมัลติมีเดียเสร็จ และอนุญาตให้มีผู้เข้าใช้เพื่อสำรวจความคิดเห็นในการเยี่ยมชมเว็บไซต์

3. วิธีการวิจัย

ใช้วิธีดำเนินการแบบผสมผสาน ทั้งวิธีเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยวิธีเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สนทนากลุ่ม ส่วนวิธีเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามความคิดเห็นสื่อมัลติมีเดียการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การศึกษา รูปแบบศูนย์ออนไลน์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนด้านสิงขร อำเภอลองวาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักกับบุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือชาวต่างชาติ และเพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีแก่ชุมชน

3.1 ศึกษาเอกสารโดยแบ่งเนื้อหาดังต่อไปนี้

1) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวการทอหวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

2) ศึกษาเกี่ยวกับการจัดทำเว็บไซต์ เอกสารอ้างอิง (Reference) ของโครงการวิจัย

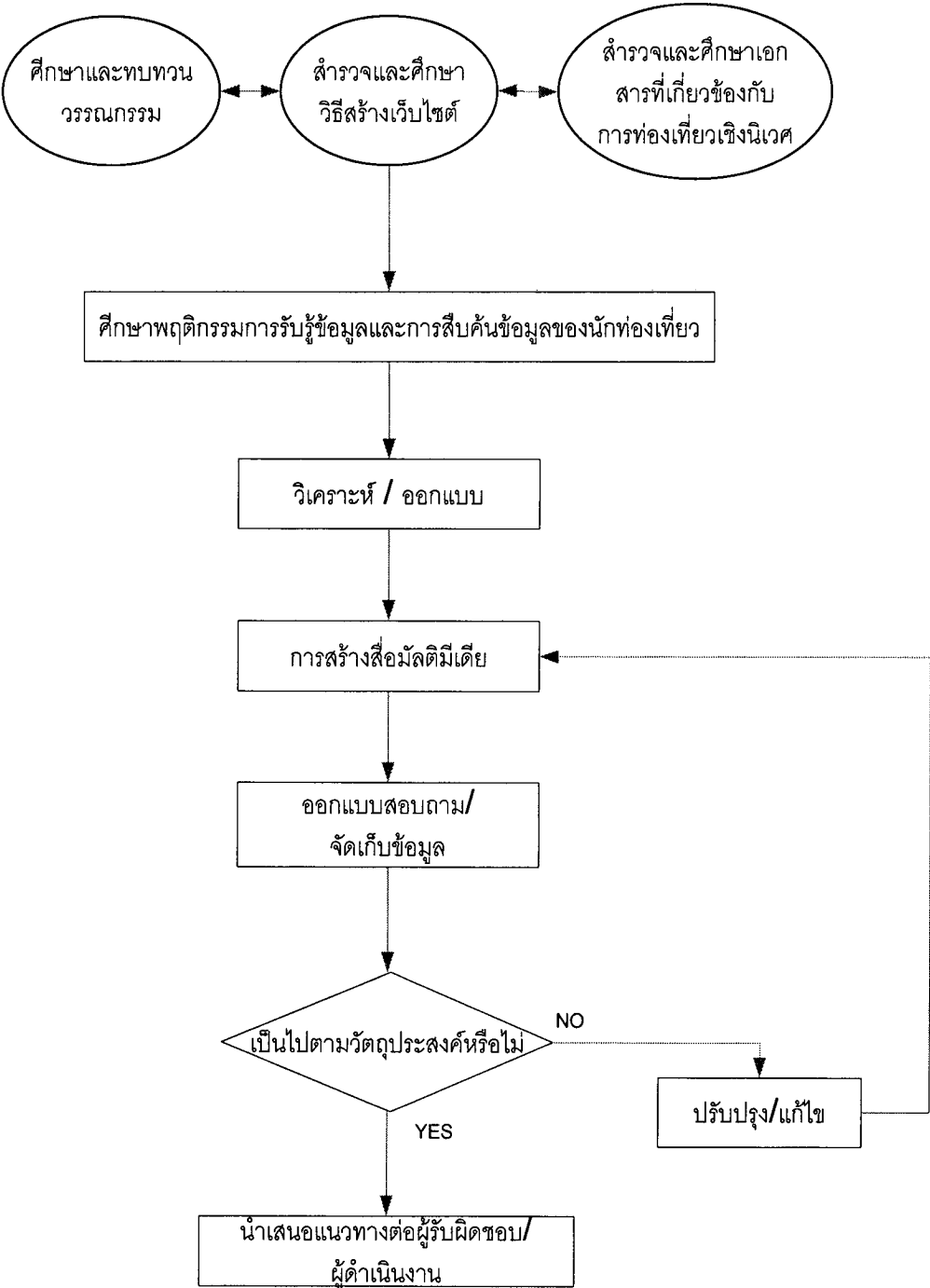
3.2 การสร้างสื่อมัลติมีเดีย

1) การออกแบบสอบถามเพื่อสอบถามข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวและความต้องการของสื่อที่จะใช้ในการรับรู้ข้อมูลจำนวน 100 ชุด เพื่อนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำสื่อมัลติมีเดีย

2) เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเอกสาร ข้อมูลเบื้องต้นจนเข้าใจปัญหา สามารถเชื่อมโยงส่วนที่เกี่ยวข้อง คิดค้นวิธีการแบบใหม่พร้อมคำอธิบายที่สอดคล้องกับหลักทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้วจึงดำเนินการสร้างสื่อมัลติมีเดีย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วางกรอบเพื่อหารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและประสิทธิภาพในการดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กำหนดแนวทางการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวรูปแบบศูนย์ออนไลน์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนด้านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



แผนผังที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อความเข้าใจตรงกัน จึงกำหนดความหมายของศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่แต่ละบุคคลมีการเลือกสรร จัดระเบียบ และนำมาตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ การเห็น การได้ยิน และการสัมผัส ซึ่งแต่ละคนได้รับ จัดการ และแปลความรู้สึกเหล่านี้ เพื่อเกิดการตอบสนองของแต่ละบุคคล

สื่อมัลติมีเดีย หมายถึง สื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และ วิดีโอ เป็นต้น โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์

เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ หน่วยงานที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

สื่อดิจิทัล หมายถึง สื่อที่มีการนำเอาเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เข้ามาช่วยนำเสนอข้อมูล เช่น ข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และ วิดีโอ เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการใช้งานแก่ ไฮไฟฟ์ เฟซบุ๊ก บล็อก อีเมล วินโดวส์ไลฟ์ และเอสเอ็มเอส

ไฮไฟฟ์ (hi5) หมายถึง เว็บไซต์ในลักษณะเครือข่ายชุมชนออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ แשרรูปภาพกันดูโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

เฟซบุ๊ก (Face book) หมายถึง เว็บไซต์เครือข่ายสังคมสำหรับติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ซึ่งเป็นที่นิยมอันดับต้นๆสำหรับเว็บเครือข่ายสังคมเช่นเดียวกับไฮไฟฟ์ และมายสเปซ ซึ่งมีภาพและชื่อของเพื่อนที่เรียนด้วยกันเพื่อไว้สำหรับจดจำชื่อคนอื่น

บล็อก (blog) หมายถึง รูปแบบเว็บไซต์ประเภทหนึ่ง ซึ่งถูกเขียนขึ้นในลำดับที่เรียงตามเวลาในการเขียน โดยปกติจะประกอบด้วย ข้อความ ภาพ ลิงค์ ซึ่งบางครั้งจะรวมสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เพลง หรือวิดีโอ ในหลายรูปแบบได้

อีเมล (e-mail) คือวิธีการในการเขียนส่ง หรือรับข้อความผ่านทางเครือข่ายเชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์

วินโดวส์ไลฟ์ (Windows Live) หมายถึง ชื่อเรียกกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านบริการที่พัฒนาโดยไมโครซอฟท์ ซึ่งบางส่วนนั้นยังอยู่ในระหว่างการพัฒนา และมีบางส่วนที่ได้เปลี่ยนชื่อจากเอ็มเอสเอ็นเดิม เพื่อเป็นการรวมเซอร์วิสเข้าด้วยกัน โดยไมโครซอฟท์หวังว่าจะช่วยในการแข่งขันกับคู่แข่งอย่างกูเกิลได้ดีขึ้น

เอสเอ็มเอส (SMS) หมายถึง บริการการสื่อสารอย่างหนึ่ง ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความสั้นๆ ไปยังอุปกรณ์สื่อสารอีกเครื่องหนึ่งได้ โดยการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์มือถือ หรือโทรศัพท์พื้นฐาน

อินเทอร์เน็ต(Internet) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลาย ๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า โพรโทคอล ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ในหลายๆ ทางโดยสะดวก รวดเร็ว โดยข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบตัวอักษร หรือข้อความ ภาพ เสียง อาทิเช่น อีเมลล์ เว็บบอร์ด และสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งคัดลอกแฟ้มข้อมูลและโปรแกรมมาใช้ได้

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้ใช้ดำเนินกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้จำนวนชั่วโมงในแต่ละครั้ง เวลาที่เล่นอินเทอร์เน็ต และสถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6

ความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ (Social Network) หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว บนอินเทอร์เน็ตมีความต้องการข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

สมมุติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่ใช้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว บนอินเทอร์เน็ตมีความต้องการข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว