

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหลักในภาคธุรกิจบริการที่มีขนาดใหญ่และเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็วปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ สามารถนำรายได้เงินตราต่างประเทศเข้ามาในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก ก่อให้เกิดการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาประเทศ การลงทุน การจ้างงาน การสร้างอาชีพและ การกระจายรายได้สู่ประชาชนในภูมิภาคท้องถิ่นอย่างกว้างขวางก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศชาติและ ทำให้คุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้น (วรสุดา สุขารมย์, 2554, น. 7)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว โดยที่หลายๆ จังหวัดในประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในเรื่องของการมีทิวทัศน์ ชายหาด ท้องทะเล และ เกาะต่างๆซึ่งยังคงความงดงามตามธรรมชาติ และในจำนวนจังหวัดที่มีชื่อเสียงเหล่านั้น จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นหนึ่งจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านความงดงามของท้องทะเล และมีหมู่เกาะต่างๆอยู่เป็นจำนวนมาก จนได้รับการขนานนามว่า เป็น “จังหวัดร้อยเกาะ” (เริงศักดิ์ เพชรหัสตระกูล, 2550, น. 12)

สาเหตุที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้รับชื่อดังกล่าว เนื่องจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเต็มไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมายทั้งเกาะแก่งที่รวมแล้วมากกว่าร้อยเกาะ หนึ่งในบรรดาเกาะน้อยใหญ่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในบรรดานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เกาะพะงัน ซึ่งเป็นหนึ่งในจำนวน 48 เกาะของหมู่เกาะอ่างทองได้รับการยกฐานะเป็นกิ่งอำเภอเมื่อ พ.ศ.2513 และเป็นอำเภอเกาะพะงันเมื่อ พ.ศ.2520 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยออนไลน์, 2556)

เกาะพะงันเป็นเกาะแห่งประวัติศาสตร์เกาะแห่งความภาคภูมิใจเนื่องจากมีพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีเสด็จประพาสถึง 4 พระองค์คือพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชรัชกาลที่ 9

โดยเฉพาะรัชกาลที่ 5 ทรงเสด็จประพาสถึง 14 ครั้งดังมีหลักฐานรอยจารึกพระปรมาภิไธยย่อของทุกพระองค์ปรากฏ ณ บริเวณน้ำตกธารเสด็จ น้ำตกธารประพาสและน้ำตกธารประเวศ เกาะพะงันมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย

ได้แก่หาดรีน หาดรีนใน และหาดรีนนอก เป็นต้น และที่เกาะพะงันหาดนี้เองที่เป็นสถานที่จัดงานฟูลมูนปาร์ตี้ (Full Moon party) (พิพิธ รัตนรักษ์, 2551, น. 12)

ฟูลมูนปาร์ตี้เป็นปาร์ตี้ชายหาดที่จัดทุกวันพระจันทร์เต็มดวงขึ้น 15 ค่ำของแต่ละเดือน ซึ่งเป็นปาร์ตี้ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงของเกาะพะงันเป็นอย่างมาก “ฟูลมูนปาร์ตี้” เริ่มจัดขึ้นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2528 (สมปอง บุญรัตน์, 2550, น. 8) โดยการจัดครั้งแรกเป็นการจัดงานเลี้ยงส่งขอบคุณให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักอาศัยของพาราไคร์บังกะโลงานปาร์ตี้โดยจัดงานในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำซึ่งในขณะนั้นสภาพแวดล้อมภายในที่พัkbังกะโล ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ประปาและถนนหนทางสัญจรไปมาทางทะเล สภาพของพื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติจริง ๆ ซึ่งประกอบด้วยชายหาดขาว น้ำทะเลใส ปะการังสวยงามและมีภูเขาที่ยืนลงไปทะเลสองข้างด้านซ้ายขวา โอบล้อมบริเวณพื้นที่แห่งนั้นเป็นพื้นที่แปลกแต่มีความสวยงามมหัศจรรย์ พอดกเวลาใกล้มีพระจันทร์เต็มดวงเคลื่อนขึ้นสู่ตำแหน่งบริเวณกลางชายหาดที่มีภูเขาโอบล้อมอยู่พระจันทร์เต็มดวงส่องแสงสว่างสวยงามยิ่งนักซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงาน ฟูลมูนปาร์ตี้ ที่เกาะพะงันได้เพิ่มขึ้นตามลำดับจากเพียงหลักร้อย มาเป็นกว่าห้าหมื่นคนในปี 2556 (มติชนออนไลน์, 2556)

นอกจาก กิจกรรมงานฟูลมูนปาร์ตี้แล้ว เกาะพะงันยังมีกิจกรรมหลากหลายทางทะเล ทั้ง ดำน้ำตื้น ดำน้ำลึก เดินป่าดูนก ชมวิถีชีวิตชาวเกาะชาวประมงที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ชุมชนดั้งเดิมไว้ อย่างชัดเจน ทำให้เกาะพะงันได้รับความสนใจและเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวต่างชาติมากขึ้นเป็นลำดับทุกปีและด้วยความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของเกาะพะงันส่งผลให้การท่องเที่ยวเกาะพะงันเกิดการขยายตัวอย่างไม่หยุดยั้งส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี (พิชิต กองสาสน, 2552, น. 14) ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันปี พ.ศ 2553-2555

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)
2553	290,110
2554	292,248
2555	440,858

ที่มา: กรมการท่องเที่ยวออนไลน์ : เข้าถึง 12 มกราคม 2556 , จาก

<http://www.tourism.go.th/tourism/th/home/tourism.php?id=4>

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สามารถดำเนินการผ่านสื่อต่างๆหลายประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา โบรชัวร์ การออกโรดโชว์ (Road show) และสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทำให้ข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบัน เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายการสื่อสารที่ไร้พรมแดน อาทิเช่น การมีเครือข่าย 3 G (Third Generation Mobile Telecommunication) หรือ 4 G (Fourth Generation Mobile Telecommunication) ได้ทำให้การเข้าถึงข่าวสารข้อมูลต่างๆจากสื่ออินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายขึ้น โดยผ่านทางอุปกรณ์ต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และ แท็บเล็ต (Tablet) เป็นต้น (สุนิสมา มาณพ, 2550, น. 14)

จากรายงานการสำรวจของคูสิต โพล เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2554 ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ อายุระหว่าง 25-60 ปีจำนวน 600 คน ในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ถนนสุขุมวิท ถนนสาทร และ ถนนสีลมผลการศึกษาพบว่า 80% ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทยใช้อินเทอร์เน็ตในการวางแผนการเดินทาง การตรวจสอบราคา และการจองตั๋วโดยสาร (ภควดี สุวรรณโสภณ, 2554, น. 13) ในขณะที่ผลสำรวจแบบออนไลน์จัดทำโดย Microsoft Digital Advertising Solution (MDAS) ในปี พ.ศ. 2555 ได้ชี้ให้เห็นว่าร้อยละ 61 ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ ใช้อินเทอร์เน็ตในการวางแผนการเดินทางของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม ในขณะที่นักท่องเที่ยวใช้บริการของกู๊ปทัวร์เพียงร้อยละ 14 เท่านั้น (Microsoft Digital Advertising Solution Online, 2556)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า อินเทอร์เน็ต ได้กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ และมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการ

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเกาะพะงัน จึงเป็นแนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่การท่องเที่ยวของเกาะพะงันเป็นอย่างยิ่ง แต่การจะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมจำเป็นต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยด้วยความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และ ความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวต่างชาติบนเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” โดยมีรายละเอียดของการวิจัยดังนี้

1.2 ปัญหาวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดปัญหาในการวิจัย ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนเกาะพะงันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวอย่างไร
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนเกาะพะงันมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวอย่างไร
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันหรือไม่
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตในการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนเกาะพะงัน และความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบนเกาะพะงัน เท่านั้น

1.4.2 ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งตัวแปรออกเป็นสองประเภทตามลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรคือ

1) ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 6 ตัวแปรคือ

- 1.1) เพศ
- 1.2) อายุ
- 1.3) ระดับการศึกษา
- 1.4) อาชีพ
- 1.5) รายได้
- 1.6) แหล่งที่มา (ทวีป)

2) ตัวแปรตาม

2.1) พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวประกอบด้วยตัวแปรย่อยคือ

2.1.1) จำนวนครั้งในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อ

สัปดาห์

2.1.2) จำนวนครั้งในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวัน

2.1.3) ระยะเวลาที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

2.1.4) ช่วงเวลาที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวบ่อยที่สุด

2.2) ความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวประกอบด้วยตัวแปร

ย่อยคือ

2.2.1) ความพึงพอใจด้านการใช้งาน

2.2.2) ความพึงพอใจด้านรายละเอียด

2.2.3) ความพึงพอใจด้านผลลัพธ์

1.4.4 ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวอยู่ในบริเวณ หาดรีน ใน หาดรีนนอก หาดกันตัง และ หาดบ้านค่าย ซึ่งเป็นชายหาดที่ทอดยาวเรียงกัน และเป็นชายหาดที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว และพักผ่อนเป็นจำนวนมาก

1.5 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

1.5.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

4) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

5) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

6) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1.5.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

4) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

5) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

6) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน สามารถใช้เป็นแนวทางในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเกาะพะงัน อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยใช้เป็นแนวทางในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

3. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว และการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อ หมายถึง ตัวกลางที่จะนำพาข้อมูล ข่าวสาร ทั้งที่เป็นภาพ และเสียงจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร

สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง สื่อข้อมูล ข่าวสารที่เกิดจากการเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์หลายๆ เครือข่ายภายใต้มาตรฐานและข้อตกลงเดียวกัน โดยที่เครือข่ายนั้นสามารถสื่อสารข้อมูลกันในรูปแบบของตัวอักษร ภาพและเสียงได้อย่างรวดเร็ว จากคอมพิวเตอร์ที่ต่างชนิดและต่างระบบกัน

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การจองตั๋วเครื่องบิน พาหนะในการเดินทาง การจองโรงแรม ฯลฯ ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อใกล้ชิดกับธรรมชาติท่องเที่ยวทะเลได้พบปะเพื่อน/ผู้คนใหม่ๆ จากประเทศอื่นเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นและไม่ได้อาศัยอย่างถาวรในเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวกระทำในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่

ความถี่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์/วัน

ระยะเวลาแต่ละครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนชั่วโมงที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง ช่วงระยะเวลาภายใน 1 วันจาก 06.00 นาฬิกา จนถึง 06.00 น ของวันใหม่ ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ความพอใจต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) หมายถึง ประสิทธิภาพที่เหนือความคาดหวัง ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆคือ

ด้านการใช้งาน หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็วและ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการค้นหาข้อมูล

ด้านรายละเอียด หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวทำให้ได้รับ ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงกับความต้องการ และทันสมัยอยู่เสมอ

ด้านผลลัพธ์ หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ทำให้ได้รับข้อมูลตรงความต้องการ ได้รับข้อมูลอย่างพอเพียง และมีความถูกต้อง