



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับวันได้ทวีบทบาทความสำคัญต่อเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศเป็นอันมาก และการจะรักษาและดำรงไว้ซึ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าวภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่ค่อนข้างสูงนี้ นับว่าเป็นสิ่งที่ต้องใช้ความสามารถและความพยายามในการดำเนินงาน รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือ และการประสานงานจากหน่วยต่าง ๆ เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ในช่วงปี พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นปีท่องเที่ยวไทย คนไทยมีการตื่นตัวด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีการขยายเพิ่มมากขึ้นโดยตลอด ในปี 2530 นี้ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 8 (ธนาคารแห่งประเทศไทย) และปี พ.ศ. 2531 อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจยังขยายเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10.3 ซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้การเดินทางภายในประเทศของคนไทยเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2530 เป็นปีเริ่มต้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2534) ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อปรับระบบการพัฒนาประเทศให้เศรษฐกิจของไทยขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการแก้ไขปัญหาการขาดดุลการค้า การคลัง ภาวะการจ้างงาน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนภาวะตกต่ำทางฐานะของเกษตรกร

แผนพัฒนาระบบการผลิต การตลาด และการสร้างงาน เป็นแผนหนึ่งในจำนวน 10 แผนงานของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 นี้ ที่เน้นการแก้ไขปัญหาการขาดดุลทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน และการกระจายรายได้ และในแผนนี้ได้รวมเอาการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เข้าไว้ด้วย โดยที่ ททท.เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และมีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวข้องโดยตรงกับแผนงานนี้ จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6

พ.ศ. 2530-2534 ขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานในช่วงเวลาดังกล่าว โดยกำหนดบทบาทและหน้าที่ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ในส่วนที่สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มมาตรฐานการพัฒนา การบำรุงรักษา การวางโครงข่ายของบริการพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ตลอดจนปรับปรุงการบริการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และให้ประสานและสอดคล้องกับการพัฒนาระบบการผลิต การตลาด และการส่งออกของประเทศ ซึ่งจะเป็นผลให้สามารถแข่งขันในเชิงการค้ากับต่างประเทศได้ดีขึ้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น และเป็นผลให้ได้รับเงินตราต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เพิ่มการจ้างงานและสนับสนุนการกระจายรายได้ไปสู่ส่วนภูมิภาค ในช่วงปี พ.ศ. 2530 ประเทศไทยประสบผลสำเร็จในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี พ.ศ. 2530 มีจำนวนถึง 3,482,958 คน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2529 (จำนวน 2,818,092 คน) มีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 23.59 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530 'ข) นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2531 ต่อเนื่องไปยังปี พ.ศ. 2532 รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีศิลปหัตถกรรมไทย 2531-2532 (Thailand Arts and Crafts Year' 88 - 89) เพื่อให้ต่อเนื่องกับปีท่องเที่ยวไทย ซึ่งสามารถใช้เป็นปัจจัยดึงดูดและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกประการหนึ่ง

จากสภาพที่เื่ออ่านเวลาดังกล่าว การท่องเที่ยวภายในประเทศไทยปี พ.ศ. 2533 มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงมีปัญหาอุปสรรคบางประการ ซึ่งถ้าได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพด้วยความร่วมมือของหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ก็จะทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วได้ยิ่งขึ้น ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก, ปัญหาที่แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดความสะดวกในการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ, ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว, การขายสินค้าและบริการที่มุ่งประโยชน์ในเชิงการค้ามากเกินไป อันเป็นการทำลายความประทับใจของนักท่องเที่ยว, ปัญหาด้านการขาดแคลนพาหนะในการขนส่งนักท่องเที่ยว หรือขาดการคมนาคมที่สะดวกและปลอดภัย รวมทั้งปัญหาในด้านความปลอดภัยคือชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว จากปัญหาที่กล่าวมานี้ แม้จะมีการแก้ปัญหาและจุดบกพร่องต่าง ๆ ได้ลุล่วงแล้วในบางพื้นที่ แต่ก็ยังมีอีกหลายพื้นที่ที่

ประสบปัญหาและยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างตรงจุด เช่น ปัญหา เมืองพัทยา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในภาคตะวันออก กำลังประสบปัญหาสิ่งแวดล้อม ความแออัด และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น สมควรที่จะได้มีการกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดใกล้เคียงที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ การพัฒนาระบบคมนาคมโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การตัดถนนสายชลบุรี-แกลง ทำให้การเดินทางไปยังจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ใช้เวลาน้อยลง ประกอบกับ 3 จังหวัดดังกล่าว เป็นพื้นที่ซึ่งเป็นอนุภาคตะวันออกทางตอนล่าง ประกอบด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาสูงมากมายหลายแห่ง ซึ่งมีทั้งประเภทธรรมชาติ อันได้แก่ ทะเล ภูเขา หมู่เกาะ และชายหาดที่สวยงาม รวมทั้งป่าเขา และน้ำตกที่มีชื่อเสียงมา เป็นเวลานาน ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมก็ยังคงประกอบด้วยหลักฐานทางโบราณคดีที่สืบเนื่องมาจากกรณีพิพาทกับฝรั่งเศส และยังมีโบราณสถานสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย และสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ที่น่าสนใจอีกหลายแห่งด้วย

นอกจากทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น ในพื้นที่ของทั้ง 3 จังหวัด ยังได้รับการขนานนามว่า เป็นเมืองผลไม้ของประเทศ

จากความสำเร็จของทั้งสามจังหวัดดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้บรรจุจังหวัดทั้งสามนี้ เข้าในแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้น โดยได้จัดลำดับความสำคัญของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาในช่วงของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 6 ออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มความสำคัญเร่งด่วนลำดับที่หนึ่ง, กลุ่มความสำคัญเร่งด่วนลำดับที่สอง และกลุ่มความสำคัญเร่งด่วนลำดับที่สาม และในจำนวน 3 กลุ่มดังกล่าว จังหวัด ระยอง จันทบุรี และตราด ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกตอนล่าง ถูกจัดให้เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญเร่งด่วนลำดับที่หนึ่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

ในการวางแผนหลักเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกตอนล่างทั้ง 3 จังหวัดดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับเงื่อนไขทรัพยากรที่มีอยู่ โดยก่อให้เกิดผลประโยชน์ในเชิง เศรษฐกิจซึ่งไม่ขัดแย้งหรือทำลายสภาพของสังคม ศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีของท้องถิ่น และยังคงสามารถอนุรักษ์ และสงวนรักษาทรัพยากรอันมีค่าเพื่ออนุชนรุ่นหลัง (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม, 2528)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เริ่มงานพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณ 3 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงใต้ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 ต่อมาในปี พ.ศ. 2523 ก็ได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินการศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด หนองคาย นครพนม และนครราชสีมา ผลการศึกษาได้ประเมินว่า จังหวัดทั้งสามซึ่งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวระดับสากลคือ พัทยา มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดที่สวยงามอยู่มากมาย และยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่น่าสนใจอีกด้วย แต่แหล่งท่องเที่ยวนี้ยังขาดการพัฒนาและการวางแผนเพื่อที่จะรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งจะขยายตัวขึ้นในอนาคตอันใกล้

จากผลการศึกษาดังกล่าว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับภาคเอกชนในการที่จะกระจายข่าวสาร และให้บริการในด้านการท่องเที่ยว โดยที่ตระหนักดีว่า ปัญหาการบริการการท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดดังกล่าวที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือ ขาดการกระจายข่าวสารและประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนข่าวสารอยู่น้อย ทั้ง ๆ ที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่เป็นจำนวนมาก (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้บริการด้านข่าวสาร นับว่าเป็นการเผยแพร่สิ่งใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว หรือบุคคลในสังคม หรือที่เรียกว่า นวัตกรรม ดังที่ เฮจ.จี บาร์เน็ต (H.G. Barnett) ได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรมไว้ สรุปได้ว่า นวัตกรรม (Innovation) ก็คือ แนวความคิด แบบแผน พฤติกรรม หรือสิ่งของใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากของเดิมที่มีอยู่ ของใหม่ในที่นี้ครอบคลุมสิ่งที่ยังมองไม่เห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่น แบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติ สิ่งประดิษฐ์ วิทยาการใหม่ ๆ และสิ่งที่ยังมองไม่เห็น เช่น ความเชื่อ ความนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ในความคิดของบุคคล (H.G. Barnett, 1953)

วิธีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ดังกล่าวที่ด้รวบรวมทั้งวิธีการเดินทาง ที่พัก ค่าใช้จ่าย และรายละเอียดต่าง ๆ จะเป็นเครื่องชักนำให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยอาจเผยแพร่ในรูปของแผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือคู่มือนำเที่ยว หรือสื่อประเภทอื่น ๆ อันได้แก่ สื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ รวมทั้งสื่อบุคคล เช่น

เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, พนักงานของบริษัทบริการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานด้านธุรกิจท่องเที่ยวอื่นใด นอกจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว สื่อบุคคลอื่น ๆ ก็อาจมีส่วนในการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วย เช่น เพื่อน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน ญาติพี่น้อง หัวหน้าครอบครัว และครู เป็นต้น

แผนการปฏิบัติงานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของทั้ง 3 จังหวัดนี้ มีระยะเวลา
ดำเนินการรวมทั้งสิ้น 15 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ถึง พ.ศ. 2544 ซึ่งแผนหลักดังกล่าว จะบรรลุเป้าหมายได้ จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนด้านงบประมาณเป็นอย่างมาก ดังนั้น หน่วยงานของรัฐจึงควรเป็นผู้ลงทุนในส่วนที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างเพื่อกิจกรรม สาธารณะ ซึ่งได้แก่ ศาลาพักผ่อน ศูนย์ประชาสัมพันธ์ และศูนย์รักษาความปลอดภัย เป็นต้น ส่วนในด้านที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สมควรสนับสนุนให้เอกชนเข้ามามีบทบาท รับผิดชอบ เป็นผู้ดำเนินการ โดยรัฐบาลเป็นผู้ดูแลให้อยู่ในกรอบของการพัฒนาที่เหมาะสม

ปัญหาด้านงบประมาณนั้น การจัดสรรงบประมาณอยู่ในดุลยพินิจของส่วนกลางคือ กระทรวง ทบวง กรม และรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ซึ่งต่างก็มีแผนงานและโครงการเฉพาะทั้งสิ้น ในด้านบุคลากรก็ยังเป็นปัญหาทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ซึ่งในการปฏิบัติราชการตามปกติก็มี ข้าราชการไม่เพียงพออยู่แล้ว นอกจากนี้ยังขาดประสบการณ์ด้านการบริหารการท่องเที่ยว นอกจากภาครัฐบาลแล้ว ภาคเอกชนนับว่าเป็นอีกองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นอย่างมาก โดยมีส่วนตั้งแต่ การให้บริการขนส่งที่พัก ซึ่งยังต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐบาลในด้านข้อมูล ข่าวสาร ความคิดสร้างสรรค์ การวางแผน แหล่งเงินทุน โครงสร้างพื้นฐาน การลดหย่อนค่าธรรมเนียมและภาษี อันจะนำไปสู่การลดต้นทุนเพื่อแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ซึ่งเท่าที่ผ่านมา นั้น ยังขาดการประสานงานอย่างใกล้ชิดระหว่างภาครัฐบาล กับภาคเอกชน ในอันที่จะร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยว และขจัดอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ลง

จากที่กล่าวมาข้างต้น งบประมาณส่วนหนึ่งถูกใช้ไปในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การผลิตสื่อเฉพาะกิจ การแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน หรือ แม้แต่งบประมาณที่ต้องใช้กับสื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านสื่อแล้ว ก็ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกันให้คนไปท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงน่าที่จะเป็นประโยชน์ที่จะใช้ เป็นแนวทางสำหรับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และบุคคลผู้เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้โดยเฉพาะ และยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่กิจกรรมอื่น ๆ ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้ โดยสิ้นเปลืองงบประมาณน้อยแต่ได้รับประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจ การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ กับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานในการวิจัย

1. การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การจำแนกตัวแปร

จำแนกตามสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 การเผยแพร่ข่าวสารของบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ การเผยแพร่ข่าวสารของบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ
ซึ่งวัดโดย

-การจัดลำดับความสำคัญของสื่อที่เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หัวแปรตาม คือ การไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งวัดโดย

- เวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวหลังจากทราบข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ความพอใจที่ได้ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ความตั้งใจที่จะชักชวนให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ความตั้งใจที่จะกลับไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีก

สมมติฐานข้อ 2 การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อบุคคล, สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ, การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก, ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ และฐานะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

หัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งวัดโดย

- การเคยรับทราบข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อน ญาติ ครู-อาจารย์
- ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อบุคคล
- การเคยรับทราบข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร
- ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อมวลชน
- การเคยรับทราบข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ วารสาร ฯลฯ
- ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อเฉพาะกิจ

การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก ซึ่งวัดโดย

- ความบ่อยครั้งในการเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ หรือการมีโอกาสพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่น

-ความชอบที่จะพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่น

ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับจากการไปท่องเที่ยว ซึ่งวัดโดย

-ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับมากที่สุด และรองลงมาในการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ฐานะทางเศรษฐกิจ ซึ่งวัดโดย

-รายได้รวมทั้งหมดไม่หักค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ในแต่ละเดือน

ตัวแปรตาม คือการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งวัดโดย

-เวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวหลังจากทราบข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

-ความถูกต้องในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

-ความตั้งใจที่จะชักชวนให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

-ความตั้งใจที่จะกลับไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีก

นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ

1. สื่อ หมายถึง ช่องทางที่นำข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาเผยแพร่

2. การเปิดรับสื่อบุคคล หมายถึง ความเคยหรือไม่เคยรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและความบ่อยครั้งในการได้พบปะพูดคุยในเรื่องการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับเพื่อน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน ญาติพี่น้อง ครู และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

3. การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความเคยหรือไม่เคยรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากการอ่านหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, พังวิทย์ และชมโทรทัศน์

4. การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง ความเคยหรือไม่เคยรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากเอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, บริษัทบริการการท่องเที่ยว เป็นต้น

5. การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเดินทางออกนอกภูมิลำเนา และความบ่อยครั้งในการพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นในเรื่องทั่ว ๆ ไป

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการไปท่องเที่ยว หมายถึง การได้เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว, การได้มีโอกาสไปทัศนศึกษาไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ตลอดจนการได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และการพักผ่อนหย่อนใจ

7. ฐานะทางเศรษฐกิจ คือ รายได้รวมทั้งหมดของบุคคลในแต่ละเดือน (ไม่รวมบุคคลอื่นในครอบครัว) ซึ่งหมายถึง รายได้จากเงินเดือนประจำและรายได้อื่น ๆ นอกจากเงินเดือนประจำทั้งหมดรวมกัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การสนับสนุนให้มีการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวภายในประเทศให้ท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น และมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ภูมิภาคและประชาชนให้มากขึ้น

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม) หมายถึง กลุ่มจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่อยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 12 30' ถึง 13 21' เหนือ และเส้นแวงที่ 101 ถึง 102 5' ตะวันออก โดยมี

ทิศเหนือ	จรด จังหวัดชลบุรี และปราจีนบุรี
ทิศใต้	จรด อ่าวไทย และเกาะกงของสาธารณรัฐกัมพูชาประชาธิปไตย
ทิศตะวันออก	จรด สาธารณรัฐกัมพูชาประชาธิปไตย
ทิศตะวันตก	จรด จังหวัดชลบุรี

ซึ่งในที่นี้ครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัดคือ ระยอง จันทบุรี และตราด คิดเป็นเนื้อที่ทั้งสิ้น 12,334.59 ตารางกิโลเมตร

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงเฉพาะปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงตอนล่างที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัด ระยอง จันทบุรี และตราด ในช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2533

2. การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะศึกษาเฉพาะปัจจัยต่อไปนี้คือ การเปิดรับสื่อบุคคล การเปิดรับสื่อมวลชน การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการไปท่องเที่ยว และฐานะทางเศรษฐกิจเท่านั้น ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการไปท่องเที่ยวจะไม่นำมาศึกษา

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงตอนล่าง (จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด) จึงมีอาจสรุปอ้างอิงไปยังนักท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศได้ แต่อาจอนุมานผลการวิจัยนี้ไปประกอบการพิจารณาเพื่อเผยแพร่ นวัตกรรมอื่น ๆ ต่อไปได้

ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลการวิจัยนี้จะทำให้ทราบถึงบทบาทของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลต่อการไปท่องเที่ยวอันอาจจะเป็นประโยชน์สำหรับโครงการเผยแพร่และส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ นอกจากนั้น จะใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อเผยแพร่ นวัตกรรมของหน่วยงานอื่น ๆ ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังอาจเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อผู้สนใจและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย