

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง” ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.3 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง
- 2.5 ข้อมูลสวนเกษตร สวนสุภัทราแลนด์
- 2.6 ข้อมูลสวนเกษตร สวนขยายดา ป่าบุญขึ้น
- 2.7 ข้อมูลสวนเกษตร สวนคุณไพบูลย์
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายอย่าง แต่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง (เบญจพร แปงหลวง, 2554)

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในอดีตมนุษย์มักเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหาที่อยู่อาศัยใหม่ เพื่อติดต่อค้าขาย เพื่อเผยแพร่ศาสนา และเพื่อสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศ ปัจจุบันการเดินทางเกิดขึ้นในหลายวัตถุประสงค์หากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวผู้เดินทางต้องการที่จะไปเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ เพื่อความเพลิดเพลินใจ และเป็นการผ่อนคลายความเครียด จากวัตถุประสงค์ที่หลากหลายของการเดินทางจึงมีผู้ให้คำจำกัดความของการเดินทางและการท่องเที่ยว ดังนี้

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลีในปี พ.ศ. 2506 และได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวรพร้อมกับให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า ผู้มาเยือน แทนคำว่า นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน

Gee, Choy and Maskens (1984, p. 4) ให้ความหมายของการเดินทางไว้ว่า การเดินทางหมายถึง การออกจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่อื่น ๆ เช่น การเดินทางออกจากบ้านตามปกติ และการเดินทางเพื่อไปอาศัยที่อื่น

MsIntosh and Goeldner (1986, p. 4) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง ผลของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำซึ่งกันและกัน) ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ

จริญญา เจริญสุกใส และสุวัฒน์ จูชากรณ์ (2545, น. 72) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรม

ดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวภาครัฐที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

ศรัณยา วรากุลวิทย์ (2546, น. 2) กล่าวว่า การประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้น ผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ (อุดม เขียววงศ์ และคณะ, 2548, น. 222-224)

1. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเดินทางจากที่อยู่ของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใด ๆ ที่ไม่ใช่การหารายได้ในสถานที่ที่ไปเยือน และระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากไปกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ

- 2.1 การติดต่อธุรกิจแต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้
- 2.2 การมาเที่ยวเรือเดินสมุทรที่แวะจอดในท่าเรือ
- 2.3 การท่องเที่ยว การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การเยี่ยมญาติมิตร การศึกษา และการดูงาน
- 2.4 การร่วมประชุมสัมมนา หรือเป็นตัวแทนสมาคม นักบวช นักกีฬา

จากความหมายของการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า คำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง ไม่ได้มีความหมายเพียงการเดินทาง เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ฉะนั้น การท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวางและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก

2.1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยว ได้มีนักวิชาการกล่าวไว้ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ปวีณา โทณแก้ว (2542 น. 1-3) กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวจัดเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อมนุษย์ซึ่งอาจจำแนกออกได้เป็น 3 ด้าน คือ

1. ความสำคัญต่อบุคคล การท่องเที่ยวเป็นสื่อสร้างสรรค์ความสำราญเพลิดเพลินแก่มนุษย์ อันเป็นการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้มีทัศนคติกว้างไกล สามารถรับและเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นจริง เสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตตลอดจนสถาปนาความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ เนื่องจากการท่องเที่ยวนำมาซึ่งโอกาสแห่งการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของชนในชาติและนานาชาติ

2. ความสำคัญต่อสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ช่วยพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค มาตรฐานการครองชีพ ตลอดจนคุณภาพชีวิตที่ดี

3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้สำคัญในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ กระตุ้นการสร้างงานและรายได้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตรา และกระจายรายได้แก่ท้องถิ่น รวมทั้งกระตุ้นการผลิตและธุรกิจบริการต่าง ๆ

จากการศึกษาถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวนั้นมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรายได้ การจ้างงาน สร้างอาชีพ การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลป ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ ดังนั้น การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวถือเป็นความสำคัญและความจำเป็นสำหรับการพัฒนาประเทศไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง

2.1.3 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายเหตุผล ซึ่งนักวิชาการได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ดังนี้

Holloway (1983 p. 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวของคนเรานั้นเกิดจากสาเหตุ 3 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร
2. การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา ฯลฯ

ในขณะที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 น. 19-20) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย ฯลฯ ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนร่างกายและสมองอาจจะรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่สามารถทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มานุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะ หรือการแสดงต่าง ๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวประเภทนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรกเป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ ประการที่สองเป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย การท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อดูนก ตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุมและสัมมนา ซึ่งผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อศึกษาดูงาน หรือวิจัยหรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัยและจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วยจัดได้ว่าเป็น

นักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอีกอย่างหนึ่ง

จะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวของคนเรานั้นแตกต่างกันไปตามโอกาสและความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งก็มีอยู่ด้วยกันหลายเหตุผลดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

2.1.4 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีอยู่หลายประเภทซึ่งนักวิชาการได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวไว้แตกต่างกัน กล่าวคือ

กวี วรรณ (2546 น. 10-11) นักวิชาการทางภูมิศาสตร์ ได้ให้ความหมายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่า หรือมีมูลค่าต่อการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจ หรือสร้างความสนใจ ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะแสดงออกในรูปของสถานที่ทั้งที่เป็นสถานที่ทางธรรมชาติและสถานที่ทางวัฒนธรรม สถานที่ใด ๆ ก็แล้วแต่จะเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวได้นั้นจะมีลักษณะพิเศษ เช่น งดงาม แปลกตา โดดเด่น แตกต่างหรือเป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น

อุดม เชยกิจวงศ์ และคณะ (2548 น. 48) ได้ให้ความหมายของประเภทของการท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และสามารถแบ่งประเภทการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภทได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา แชน้ำพุรักษาโรค การอาบแดดและการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจสถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส ฯลฯ

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อดูงาน การสันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานและโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรู้เรื่องในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่าง ๆ ชมการแสดงแสงสีเสียงเหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือการพบปะกันหรือการสัมมนา เพื่อมักจะมารวมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีความน่าสนใจเป็นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเรีงระบำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมโบราณ ฯลฯ

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะ

สังเกตเห็นการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมทั้งการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีการรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนาต่าง ๆ

7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ แต่เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่เน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ซึ่งรวมทั้งการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางท่องเที่ยว หรือ ต้องการเดินทาง เพื่อพักผ่อน หย่อนใจ เพลิดเพลินใจ และเป็นการผ่อนคลายความเครียด การท่องเที่ยวนี้มีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรายได้ การจ้างงาน สร้างอาชีพ การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปะ ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ ดังนั้น การส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวถือเป็นความสำคัญ และความจำเป็นสำหรับการพัฒนาประเทศ

2.2 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2.1 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้เหนืออื่นใดนี้คือการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้เข้าใจจากภูมิปัญญาอาชีพเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จ และเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นการคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศ จัดกิจกรรม จัดรูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทางทางการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นผู้ประกอบการนั้น (อดิเทพ เลขยัน, 2552)

ราโพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ได้ระบุถึงความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เริ่มจากแนวความคิดหรือการคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศจัดกิจกรรม จัดรูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทางทางการท่องเที่ยวและสร้างรายได้กระจายอยู่ท้องถิ่นสู่ผู้ประกอบการนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แยกประเภททรัพยากรจัดกิจกรรม 7 กิจกรรม ได้แก่

1. การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปี การทำนาปี้ง การทำนาผ่านน้ำตาม การทำนาขึ้นบันได พิพิธภัณฑ์ข้าว ความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

2. การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชาติ ไม้กระถางทุกประเภทรวมถึงไร้นานตะวัน

3. การทำสวนผลไม้ (Horticulture) การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมถึงการทำวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึงการทำสวนยางพารา สวนไผ่ สวนปาล์มน้ำมัน

4. การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภท รวมถึงการทำไร่ผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพดข้าวฟ่าง ไร่พริกไทย เป็นต้น

5. การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องดื่ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

6. การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา ทั้งปลาสวยงาม ปลาน้ำจืด ปลาน้ำกร่อย การทำฟาร์มมุก การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะโกรม ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนของสภากาชาดไทย

7. งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (festival) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกซุก อาทิ มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่ งานเทศกาลลำไย งานเทศกาลกินปลา เป็นต้น

2.2.2 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สำนักงานพัฒนาเกษตรกรรม กรมส่งเสริมการเกษตร (2541) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ เหนืออื่นใดคือการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้เข้าใจภาคภูมิกับอาชีพเกษตรกรรมรากฐานของแผ่นดินไทยที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าภายใต้แนวคิดปรัชญา องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ

เกษตรกรไทยได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณี รูปแบบกิจกรรม และการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงามที่บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน ได้รับความประทับใจที่เกิดจากการได้ชม ชิม ชื้อผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะและประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยวทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาจัดกิจกรรม จัดรูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยวเพื่อขยายเส้นทางการท่องเที่ยว และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

2.2.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถาพร วิเชียรดิษฐ์ (2547) ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรเฉพาะราย หมายถึง พื้นที่นา ไร่ สวนผลไม้ สวนดอกไม้ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ แหล่งประมงและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การเกษตรแบบผสมผสานของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะที่มีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว เช่น ฟาร์มโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ไร่อรุณปัทมรา จังหวัดสระบุรี ฟาร์มผีเสื้อแม่สา จังหวัดเชียงใหม่ สวนกล้วยไม้ ตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร เป็นต้น

2. หมู่บ้านเชิงเกษตรและชุมชนการเกษตร หมายถึง พื้นที่ที่มีการดำเนินการร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน มีการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นไม่เกิน 1 วัน และประเภทพักค้างคืนในหมู่บ้าน โดยแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีจุดเฉพาะ เช่น ชุมชนเกาะมะพร้าว จังหวัดภูเก็ต หมู่บ้านหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ จังหวัดนครนายก เป็นต้น

3. ศูนย์ศึกษา สถานวิจัย และทดลองการเกษตร หมายถึง สถานที่ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำการศึกษ วิจัย ทดลองทางการเกษตร เพื่อเป็นการสาธิตและนำความรู้มาเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป ได้แก่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง ศูนย์ศึกษาและวิจัยของกรมวิชาการเกษตร ศูนย์ศึกษาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เช่น ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน จังหวัดฉะเชิงเทรา โครงการห้วยองคต อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดกาญจนบุรี โครงการหลวงดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

2.2.4 ความหมายของการเกษตร

จากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตร มีสวนพืชดอก พืชผล และแหล่งปศุสัตว์ ทั่วทุกภูมิภาค สถานที่เหล่านี้แท้จริงมีความน่าสนใจไม่แพ้แหล่งท่องเที่ยวที่รับทราบและคุ้นเคยกัน

ดี จึงเป็นที่มาของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ขยายเส้นทางให้กว้างขึ้นในอีกลักษณะหนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่เดิมได้เริ่มจากการที่เราต่างเคยแวะเยี่ยมชมสวนเกษตรของเพื่อนสนิทในลักษณะกลุ่มใหญ่ ได้รับรู้ ได้เห็นการเพาะปลูก การดูแลเอาใจใส่ การเก็บเกี่ยว ครั้นเมื่อพิจารณาจะพบว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจ จึงได้มีการพัฒนามาเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวนาชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กิจกรรม แล้วแต่สภาพจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง ได้แก่

1) ประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตในสวนหรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บได้ และทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น จีควาย นั่งเกวียน และอื่น ๆ

2) ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน การให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้านเพื่อศึกษาและสัมผัสกับชีวิตของชาวนาชนบทเกษตรโดยนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะอาด และสะอาด

3) ประเภทอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน การทำเกษตรแผนใหม่ เช่น การปลูกและการดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาจมีการให้ใบประกาศนียบัตรด้วย การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การศึกษาแมลงที่มีประโยชน์ พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การทำน้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลโตนด ฯลฯ

4) ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของเกษตรกร ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผลไม้สด ดอกไม้สด เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูก

5) ประเภทให้ลู่ทางธุรกิจ ช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาจากธุรกิจตกต่ำ ให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อหาช่องทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร เพราะเป็นธุรกิจที่ให้

ผลตอบแทนเร็ว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่เกษตรกรแล้วยังเป็นหนทางที่ช่วยภาคเอกชนที่รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอีกด้วย

2.2.5 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

1. แบบกิจกรรมรายบุคคล ได้แก่ การนำเที่ยวชมสวนของเกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ เช่น สวนทุเรียน มังคุด สวนไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมจะได้รับความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการ การตลาดแล้วยังสามารถซื้อผลผลิตต่าง ๆ ที่ทางสวนจัดขึ้นอีกด้วย

2. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น การจัดงานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียน พุทธรักษาวันบาน พุทธรักษาพุ่มมา ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้จะมีขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตรเท่านั้น

3. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรในชุมชน ร่วมกันจัดตั้งบริหาร และจัดการท่องเที่ยว โดยกรมส่งเสริมการเกษตรให้ความร่วมมือสนับสนุนในการจัดทำโครงสร้างทางกายภาพ การจัดภูมิทัศน์ การให้แนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถของเกษตรกรในชุมชนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ของบุคคลทั้ง 3 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกัน คือ เจ้าของสวน ผู้จัดนำเที่ยวรวมถึงมัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว ที่ต่างกลุ่มจะต้องรู้วิธีการจัดการอย่างมีระบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน ดังนี้

1. แนวทางบริหารจัดการของเจ้าของสวน

1.1 เตรียมสถานที่เที่ยวชม ควรเป็นเส้นทางวงรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็น

1.2 หากมีมุมสาธิตได้ ควรจัดเจ้าหน้าที่เตรียมการสาธิตให้ชม

1.3 มีมัคคุเทศก์นำชมสวน สามารถอธิบายได้ดีเท่ากับหรือมากกว่าเจ้าของสวน (มีเกร็ดความรู้ มีการเปรียบเทียบ)

1.4 จัดมุมสถานที่พักผ่อน จัดมุมบริการอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย (โดยอาจขอให้เพื่อนบ้านบริการแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น) มุมนี้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกด้วยทั้งของในสวนและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง

1.5 จัดเตรียมอุปกรณ์ที่ทั้งขยะ แยกเปียกและแห้ง

1.6 มีบริการห้องสุขาที่สะอาด (อาจมีกล่องรับเงินบริการ เพื่อให้ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแล ได้รับผลประโยชน์)

2. แนวทางบริหารจัดการของผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์

2.1 ต้องรอบรู้สถานที่/สวนแห่งนั้นอย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจและการ

เตรียมตัวแก่นักท่องเที่ยวได้

2.2 รู้ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามในการเที่ยวสวนเกษตร และถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจก่อนเดินทาง

2.3 หลังจากนำเที่ยวชมแล้ว ควรหาเวลาให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสัก 15 - 20 นาที ระหว่างการเดินทางกลับ หรือเป็นการประเมินผลการชมสวนนั้น ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงได้

3. แนวทางการเตรียมตัวไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว

3.1 เป็นผู้ที่สนใจการทำสวนเกษตรแต่ละสาขาที่จะไปชม

3.2 มีการเตรียมตัวเดินทาง และเตรียมอุปกรณ์ของที่ใช้ตามที่ผู้จัดรายการนำเที่ยวแนะนำ

3.3 หากมีความชอบถ่ายภาพเป็นที่ระลึกแล้ว ควรเตรียมกล้องและฟิล์มไปให้มากพอเหลือใช้ดีกว่าไม่พอ

3.4 ปฏิบัติตามข้อแนะนำและข้อห้ามของแต่ละสถานที่ เพราะต้นพืชและธรรมชาติรอบด้านนั้นมีความอ่อนไหวและเปราะบาง มีโอกาสติดเชื้อโรคจากผู้ที่ไปเยือนได้ ในทำนองเดียวกันหากนักท่องเที่ยวบางคนเป็นภูมิแพ้ต่อยาฆ่าแมลงง่ายก็ควรต้องระมัดระวังเช่นกัน ในช่วงที่เจ้าของสวนฉีดยาป้องกันแมลงและเชื้อราที่สามารถทำลายต้นพืชได้

3.5 มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนมีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และสวยงาม

2.2.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับว่าเป็นการสร้างรายได้โดยตรงให้กับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ผลิต นักท่องเที่ยวเดินทางเยี่ยมชมแล้ว ยังได้ซื้อผลิตผลต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำในอาชีพปกติ เช่น

1) สามารถจำหน่ายต้นอ่อนและเมล็ดพันธุ์ เพื่อนักท่องเที่ยวซื้อกลับไปทดลองปลูกหรือไม่บางคนอาจนำไปขยายอาชีพเสริมต่อ เป็นเกษตรกรใหม่เพิ่มขึ้น เป็นการสร้างงานสร้างอาชีพใหม่ได้

2) สามารถขายผลิตผลที่เก็บได้ส่งให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ช่วยขยายตลาดขายปลีกและขายส่งให้กับเกษตรกรได้

3) ผลผลิตบางชนิดที่จำหน่ายสดไม่ทันสามารถแปรรูปเป็นผลิตผลอีกรูปแบบหนึ่ง จัดทำเป็นของแห้ง เป็นการถนอมอาหาร จำหน่ายให้นักท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่เพิ่มพูนจากเดิม

4) มีส่วนแนะนำธุรกิจการเกษตรเพิ่มขึ้นนักท่องเที่ยวและเกษตรกรที่ได้แลกเปลี่ยนความรู้ความคิด สามารถช่วยขยายผลจากการทำการเกษตรต่อไปทางธุรกิจอื่น ๆ ได้อีก นับเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพเพิ่มขึ้น อาทิ การทำธุรกิจผลไม้สดกับเครื่องจักสาน เครื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

5) การจัดการท่องเที่ยวแะพัชฌสวนเกษตร ยังทำให้เพื่อนบ้านสามารถขายสินค้า ทั้งจากสวนเกษตร และสินค้าจำพวกอาหาร เครื่องดื่มได้เพิ่มขึ้น (การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, 2557)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และการทำกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ทั้งได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยวในสวนเกษตร รวมทั้งได้รับความประทับใจที่เกิดจากการไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อีกทั้งยังได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวนชนบท ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณี รูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ และการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีการพัฒนาบริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน อีกทั้งนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจที่เกิดจากการได้ชม ชิม ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นการส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่นจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป และค่าตอบแทนที่ได้จากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ธิดิมานันท์ พูนจันทร์ (2554) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกหรือการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้มีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรตินิยมโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกและทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบไม่ควรทำใน

ขณะที่มีพาณัณพาคะนง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในการณการณหนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่งเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่งเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่งเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่งเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่งเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่งเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจ่งที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่งเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทยแต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้มีผลลัพธ์ทำให้นักท่งเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิภิรยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

เลวิทท์ (พิบูล ที่ปะปาล, 2543) ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าจิตใจให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอนหรือเป็นกระบวนการ เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา นั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งที่ป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) คือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้วคนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal-directed) หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา นั้นมิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไว้

ทิศทาง ตรงข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน อย่างไรก็ตามแม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนที่แสดงออกในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้เกิดจากสาเหตุหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคมและจิตวิทยา ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว นั้นมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำมีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่ท่องเที่ยวย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ไกลและในเวลาสั้นเท่านั้น แต่ในขณะที่คนที่มีรายได้สูงมีเวลามากและมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่ทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันท์ (2526) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละวัน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตนเพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่องสำหรับคนบางคนที่การเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภาระกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมีประสบการณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ

2.3.2 รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม จากลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง กล่าวคือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือนักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวนั้นคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปนก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนที่ท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัด คือ ชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.3.3.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก ๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือกว่า 1 พันล้านคน ผู้ที่สามารถมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่าง ๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น

2.3.3.2 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor)

ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ ระบบการจองสำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความสะดวกสบายรวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

2.3.3.3 ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor)

ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลัก คือ การพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอล ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมาก อีกทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ที่นักแสวงบุญนิยมเดินทางไปเยี่ยมชม แต่ก็เกิดปัญหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัย ความไม่สะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลาทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

2.3.3.4 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วยหากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักถูกจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศการแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุก ๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่พื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี การแสดงออกของนักท่องเที่ยวจะถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

2.3.3.5 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor)

ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

2.3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง บทบาทของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งกระบวนการซื้อของผู้บริโภคมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้น และตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยเห็นได้ว่าสิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจสินค้าและบริการเหล่านี้มีการแข่งขันสูงและเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ แสวงหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น

ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้ แรงจูงใจ ประสบการณ์และทัศนคติของตน การกลั่นกรองข้อมูลซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของตน โดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และโรงแรมที่เลือกสรรแล้ว การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง (Output) จากสิ่งกระตุ้นและกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ต้น และถ้าสินค้าและบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจจะเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้นและทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็กลายเป็นประสบการณ์ลบ และไม่กลับมาท่องเที่ยวอีกแม้ว่าจะมีเส้นทางท่องเที่ยวที่ดีกว่า

ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในสังคมได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และยังสามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด

2.3.5 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) คือผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้นบุคคลนั้นต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ หรือบริการ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค ความต้องการนั้นต้องเป็นนามธรรม เป็นความต้องการพื้นฐานเบื้องต้นที่ไม่ใช่กล่าวถึงสินค้าแต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตัวบุคคล สินค้า และบริการต่าง ๆ ก็สามารถนำออกมาขายเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นปฐมภูมิได้

2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่ต้องมีอำนาจซื้อด้วย ฉะนั้นการวิเคราะห์ของผู้บริโภคต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจ ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน

4. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อย่างไร เช่น ซื้อกี่ครั้ง ครั้งละเท่าไร ซื้อกับใคร เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ (Physical) และลักษณะ

ทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา (Psychological) สภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว (Family) ครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม (Social) รวมถึงสังคมถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น (Cultural) ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องคำนึงถึงพฤติกรรม การซื้อ และพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 32)

ลาวดอน และเดลลา กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และกิจกรรมกายภาพที่บุคคลกระทำ เมื่อเขาทำการประเมิน (Evaluating) แสวงหาและครอบครอง (Acquiring) การใช้ (Using) หรือบริโภค (Consuming) สินค้าและบริการ (Goods and Services) (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Loudon; & Della. 1993)

ชิฟแมน และคานัค กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการ ค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk. 1997)

เอ็นเกล แบล็คเวล และไมเนียร์ด กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Engel Blackell; & Mininrd. 1993)

2.3.6 พฤติกรรมผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว

การกำหนดและประเมินทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีอยู่หลากหลายรวมไปถึงกรอบพฤติกรรมผู้บริโภคหรือโมเดลต่าง ๆ เป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่จะเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว แต่การที่มีผลการศึกษาและวิจัยที่ออกมาหลากหลายในขณะที่ทวิวิชาการทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวที่มีความก้าวหน้ามากขึ้น ก็ทำให้ความเข้าใจในเรื่องของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ยากและซับซ้อนมากขึ้น ประโยชน์ของทฤษฎีหรือโมเดลต่าง ๆ ที่นักวิชาการทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ นำเสนอออกมาทำให้ได้เห็นความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันของบรรดาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้เรายังจะต้องเข้าใจถึงลักษณะการตัดสินใจซื้อการท่องเที่ยวว่ามีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ เช่น สินค้าสะดวกซื้อเพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางด้านการบริการ

การสร้างทฤษฎีหรือโมเดลต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่ออธิบายกระบวนการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว เริ่มต้นขึ้นในทศวรรษที่ 1960 จากหลักฐานคือคำร่าเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเล่มแรกที่มีการตีพิมพ์จำหน่ายใน ค.ศ. 1968 โดย Engel, Kollat และ Blackwell (Cooper และคณะ, 2005) ติดตาม

มาด้วยตำราของ Howard และ Sheth ใน ค.ศ. 1969 โมเดลที่อธิบายพฤติกรรมการซื้อของ Howard และ Sheth เป็นโมเดลที่มีน้ำหนักมากที่สุด เพราะได้จำแนกแจกแจงปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค โมเดลที่มีการนำเสนอในระยะของการพัฒนาให้เป็นทฤษฎี ในทศวรรษที่ 1960 นั้นนับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพราะทำให้มีการจัดระเบียบความรู้ที่มีอยู่กระจัดกระจายให้เป็นระบบระเบียบขึ้น นักทฤษฎีต่าง ๆ ได้มีการสร้างทฤษฎีหลัก หรือ grand model เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคขึ้น ซึ่งในระยะต่อมาได้ถูกใช้เป็นหลักฐานโดยนักทฤษฎีที่สนใจในเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภคการทอ่งเกี่ยวรุ่นหลัง ๆ ทฤษฎีหลักที่มีการสร้างขึ้นมานักทฤษฎีหลายคนมีประเด็นที่เหมือนกันในด้านต่อไปนี้ (เลิศพร ภาระสกุล, 2556)

1. มีการแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งถือว่าเป็นแกนกลางของโมเดล
2. เป็นโมเดลเบ็ดเสร็จที่เน้นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นรายบุคคล
3. ทุกคนมีความเชื่อไปในแนวทางเดียวกันว่าเป็นพฤติกรรมที่มีเหตุผลสามารถอธิบายได้
4. ทุกคนมองพฤติกรรมการซื้อว่าเป็นพฤติกรรมที่มีจุดมุ่งหมาย โดยมีผู้บริโภคเป็นผู้แสวงหาข้อมูล ทั้งข้อมูลที่มีอยู่ภายในการรับรู้ของตัวผู้บริโภคเองและข้อมูลจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ดังนั้น การค้นหาข้อมูลและการประเมินข้อมูลจึงเป็นองค์ประกอบหลักในกระบวนการการตัดสินใจ
5. ทุกคนมีความเชื่อร่วมกันว่า ผู้บริโภคมีการจำกัดข้อมูลที่รับเข้ามา และเริ่มจากความคิดกว้าง ๆ แล้วค่อย ๆ จัดระเบียบความคิดให้แคบเข้ามาเรื่อย ๆ และจะมีความพอใจที่จะพิจารณาความชอบหรือความไม่ชอบต่าง ๆ หรือพิจารณาตัวเลือกนั่นเอง
6. ทฤษฎีหลักจะมีแนวคิดเกี่ยวกับการให้ข้อมูลย้อนกลับ หรือ feedback รวมอยู่ด้วย ซึ่งได้แก่ผลลัพธ์ภายหลังจากการซื้อจะส่งผลต่อการซื้อใหม่ในอนาคต
7. ทฤษฎีหลักจะมองพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นพฤติกรรมที่มีหลายระดับโดยมีความคาดหวังของบุคคลเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม ความคาดหวังที่ว่านี่คือความคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลได้

2.3.7 กระบวนการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว

จากทฤษฎีหลักต่าง ๆ นักทฤษฎีทุกคนมีความเชื่อร่วมกันว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย ผู้บริโภคทุกคนมีอิสระในการเลือกและมีอิสระในการตัดสินใจว่าจะเลือกท่องเที่ยวที่ไหน

Ajzen and Fishbein (2000) กล่าวว่า “โดยทั่วไปมนุษย์ทุกคนมีเหตุผลและมีการใช้ข้อมูลที่มีอย่างเป็นระบบ เราไม่ยอมรับในความคิดที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์เป็นพฤติกรรมที่ถูก

ควบคุมโดยแรงจูงใจที่ไม่รู้สึกตัวหรือเกิดจากความอยากที่ไม่จบสิ้น ตรงกันข้ามกับมนุษย์เราจะพิจารณาไตร่ตรองนับต่าง ๆ ของการกระทำก่อนการตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมของเขา”

พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ และสำหรับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวก็ประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ เช่นเดียวกัน โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนแรกที่บุคคล (ผู้บริโภค) ตระหนักถึงความต้องการจำเป็นที่เกิดขึ้น จนกระทั่งผู้นั้นได้รับการกระตุ้นจนกระทั่งกลายเป็นผู้บริโภคที่มีศักยภาพในที่สุด ขั้นตอนแต่ละขั้นของพฤติกรรมผู้บริโภคดำเนินเป็นขั้น ๆ ดังต่อไปนี้

1. เกิดการกระตุ้นให้มีความต้องการ
2. การรับรู้ความต้องการที่เกิดขึ้น
3. ระดับของการใช้เวลาในการหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
4. ระดับของการแยกแยะตัวเลือกแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ (ยี่ห้อหรือประเทศต่าง ๆ ที่ปรากฏขึ้นมาในใจของผู้ที่กำลังตัดสินใจ เช่น รายชื่อประเทศต่าง ๆ ที่เคยรู้จัก หรือที่เรียกว่า evoked set ในขั้นนี้ปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการพิจารณาล้นกรอง ได้แก่ บุคคล เช่น เพื่อนหรือญาติ พนักงานขายของตัวแทนการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์หรือแฟ้มเกทัวร์ แผ่นพับ ประกาศโฆษณา)
5. ขั้นการประเมินตัวเลือกต่าง ๆ ในขั้นนี้ผู้ซื้อจะมีการพิจารณาเปรียบเทียบลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่แต่ละคนกำหนดไว้
6. ขั้นการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว
7. ขั้นการซื้อการท่องเที่ยว เป็นขั้นที่บุคคลทำการเดินทางและท่องเที่ยว
8. พฤติกรรมหลังการซื้อ หรือพฤติกรรมหลังจากการท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยว การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวหรือซื้อการท่องเที่ยวเป็นการตัดสินใจซื้อที่ต้องใช้การพิจารณาอย่างรอบคอบเหมือนกับการตัดสินใจซื้อบ้านหรือซื้อรถผู้ซื้อบางคนพอใจกับประสบการณ์ที่ได้รับ แต่บางคนอาจคิดว่าเป็นการตัดสินใจที่ผิดพลาดในขั้นนี้นักท่องเที่ยวต้องการความมั่นใจจากผู้จัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการชดเชยในด้านความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยว รวมไปถึงการจัดการให้มีสายด่วนเพื่อให้ นักท่องเที่ยวขอความช่วยเหลือได้ในขณะท่องเที่ยว

2.3.8 โมเดลของ Schmoll

ใน ค.ศ. 1977 Schmoll (อ้างใน Pizam และ Mansfeld, 2000) ได้เสนอโมเดลที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกล่าวว่า โมเดลของเขาไม่ใช่แค่แบบฝึกหัดเกี่ยวกับการสร้างทฤษฎีเท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์ในการช่วยตัดสินใจในการท่องเที่ยว โมเดลที่ Schmoll ได้นำเสนอนี้ใช้โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Howard และ Sheth (1969)

และของ Nicosia (1966) เป็นฐานโมเดลที่ Schmoll สร้างขึ้นอยู่บนหลักการที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางประกอบด้วยแรงจูงใจต่าง ๆ ความปรารถนา ความต้องการจำเป็น และความคาดหวังต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นผลมาจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น สิ่งรื้อทางการท่องเที่ยว ความมั่นใจของตัวนักท่องเที่ยวเอง ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวเคยมีมาก่อน และข้อจำกัดทางด้านเวลาและงบประมาณ โมเดลของ Schmoll ประกอบด้วยมิติ 4 ด้าน ซึ่งแต่ละด้านจะส่งผลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย ดังที่เขาได้กล่าวว่า “การตัดสินใจขั้นสุดท้ายซึ่งได้แก่ การตัดสินใจที่จะเดินทางไปยังที่ใด เดินทางเมื่อใด จะพักที่ไหน เดินทางอย่างไร และอื่น ๆ” เป็นผลมาจากกระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งเกิดจากมิติทั้ง 4 ด้าน ดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน มิติทั้ง 4 ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในขั้นสุดท้าย ได้แก่

มิติที่ 1 : สิ่งรื้อทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งรื้อภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ การสื่อสารการตลาด สื่อทางด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ คำแนะนำจากปากต่อปาก หรือคำแนะนำจากผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว

มิติที่ 2 : ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยส่วนบุคคล เป็นตัวกำหนดถึงเป้าหมายของลูกค้ายใน ด้านของรูปแบบการเดินทางที่ต้องการ ความคาดหวังต่าง ๆ จากการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายทางการท่องเที่ยว ความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

มิติที่ 3 : ตัวแปรภายนอก ได้แก่ ปัจจัยภายนอก เช่น ความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ข้อจำกัดทางด้านเวลาและค่าใช้จ่าย

มิติที่ 4 : คุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ คุณลักษณะหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว หรือบริการต่าง ๆ ที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจในขั้นสุดท้าย

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกมาทางด้านร่างกาย โดยต้องอาศัยพฤติกรรมภายนอกและพฤติกรรมจากภายในของนักเที่ยวมาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง

2.4.1 ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดระยอง

ผลไม้รสล้ำ อุตสาหกรรมก้าวหน้า น้ำปลารสเด็ด เกาะเสม็ดสวยหรู สุนทรภู่กวีเอก จังหวัดระยอง ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ห่างจากกรุงเทพ ฯ 179

กิโลเมตร มีชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 100 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 3,552 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับกับที่ดอนและเนินเขาเป็นแหล่งอาหารทะเลมีสวนผลไม้และพืชไร่นานาชนิด

เป็นเมืองอุตสาหกรรมและเป็นที่ตั้งของโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศรวมทั้งเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญ แบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองระยอง อำเภอแกลง อำเภอบ้านค่าย อำเภอบ้านฉาง อำเภอปลวกแดง อำเภอวังจันทร์ อำเภอเขาชะเมา และอำเภอนิคมพัฒนา

การเดินทาง

รถยนต์ สามารถใช้เส้นทางได้หลายเส้นทาง ได้แก่ เส้นทางแรก ทางหลวงหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) จากกรุงเทพ ฯ ผ่านอำเภอบางปะอิน อำเภอบางปะกง จังหวัดชลบุรี บางแสน ศรีราชา พัทยา หาดจอมเทียน สัตหีบ อำเภอบ้านฉาง ไปจนถึงอำเภอเมือง จังหวัดระยอง รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร เส้นทางที่ 2 ทางหลวงหมายเลข 34 (ถนนบางนา - ตราด) เริ่มจากตรงจุดสิ้นสุดทางด่วนด่านเฉลิมนคร อำเภอบางนา ผ่านอำเภอบางพลี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ และเชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 3 ที่กิโลเมตรที่ 70 อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา หลังจากนั้นจะผ่านเส้นทางเดียวกันกับเส้นทางที่ 1 รวมระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร เส้นทางที่ 3 ทางหลวงหมายเลข 36 (บายพาส 36) จากกรุงเทพ ฯ ใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 2 จนถึงกิโลเมตรที่ 140 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่เส้นทางหลวงหมายเลข 36 จากนั้นให้เดินทางต่อไปยังจังหวัดระยอง ระยะทาง 70 กิโลเมตร รวมระยะทางประมาณ 210 กิโลเมตร เส้นทางที่ 4 ทางหลวงหมายเลข 344 (ถนนสายบ้านบึง - แกลง) เริ่มจากจังหวัดชลบุรี ผ่านอำเภอบ้านบึง หนองใหญ่ วังจันทร์ และสิ้นสุดที่อำเภอแกลง รวมระยะทาง 100 กิโลเมตร (กรุงเทพ ฯ - ชลบุรี 80 กิโลเมตร) เส้นทางนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอแกลง หรือเดินทางไปยังจังหวัดจันทบุรี หรือจังหวัดตราด และหากต้องการที่จะเดินทางเข้าสู่อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ให้ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3 โดยย้อนกลับมาอีกประมาณ 42 กิโลเมตร เส้นทางที่ 5 ทางหลวงหมายเลข 7 (สายมอเตอร์เวย์) เริ่มจากถนนพัฒนาการ เขตประเวศ กรุงเทพ ฯ ไปสิ้นสุดที่จังหวัดชลบุรี ระยะทาง 75 กิโลเมตร จากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 36 เป็นระยะทาง 100 กิโลเมตร จนถึงอำเภอเมือง จังหวัดระยอง รวมระยะทางประมาณ 175 กิโลเมตร (การท่องเที่ยวจังหวัดระยอง, 2558)

รถโดยสารประจำทาง จากสถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) มีรถประจำทางไปจังหวัดระยองและอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดหลายเส้นทาง ได้แก่ สายกรุงเทพ ฯ - ระยอง, บ้านเพ, แกลง, แหลมแม่พิมพ์, มาบตาพุด, ประแสร์ เป็นต้น

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 0 2391 2504, 0 2391 6846

สถานีเดินรถโดยสารจังหวัดระยอง โทร. 0 3861 1379 และมีบริษัทเดินรถเอกชนที่วิ่งบริการ เส้นทางสายมอเตอร์เวย์ ได้แก่

บริษัท ระยอง ทวีร์ กรุงเทพ ฯ โทร. 0 2712 3662 สาขาระยอง โทร. 0 3886 1354-5

บริษัท เชิดชัย ทวีร์ กรุงเทพ ฯ โทร. 0 2391 2237 สาขาระยอง โทร. 0 3867 4144

บริษัท นครชัยแอร์ กรุงเทพ ฯ โทร. 0 2936 3355 สาขาระยอง โทร. 0 3861 6009

จากสถานีขนส่งหมอชิต ถนนกำแพงเพชร 2 มีรถโดยสารประจำทางทั้งรถธรรมดาและรถปรับอากาศชั้น 2 หมอชิต - ระยอง ออกทุก 1 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 04.30 - 16.30 น. ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมง

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 0 2936 2841

ส่วนรถปรับอากาศที่ใช้เส้นทางสายมอเตอร์เวย์ ออกตั้งแต่เวลา 04.30 - 21.00 น. ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

บริษัท รัตนมงคล ทวีร์ กรุงเทพ ฯ โทร. 0 2936 1216 สาขาระยอง โทร. 0 3886 1354-5

บริษัท นครชัยแอร์ กรุงเทพ ฯ โทร. 0 2936 3355 สาขาระยอง โทร. 0 3861 6009

จากสนามบินสุวรรณภูมิมียรถโดยสารประจำทางไปจังหวัดระยองวันละหลายเที่ยว ตั้งแต่เวลา 05.40 - 18.40 น.

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

บริษัท รัตนมงคล ทวีร์ กรุงเทพ ฯ โทร. 0 2936 1216 สาขาระยอง โทร. 0 3886 1354-5 หรือสถานีขนส่งสนามบินสุวรรณภูมิ โทร. 0 2134 4099

การเดินทางไปยังจังหวัดอื่น ๆ มีบริการรถประจำทางออกจากสถานีขนส่งจังหวัดระยองไปยังจังหวัดต่าง ๆ ได้แก่ จันทบุรี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา นครราชสีมา เชียงใหม่ หนองคาย อุบลราชธานี เป็นต้น

สอบถามรายละเอียดได้ที่ สถานีเดินรถโดยสาร จังหวัดระยอง โทร. 0 3861 1379

การเดินทางภายในจังหวัดระยอง

การเดินทางภายในจังหวัดส่วนใหญ่ใช้รถสองแถวจากบริเวณสถานีขนส่งระยองไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ สายระยอง - มาบตาพุด - บ้านฉาง, ระยอง - บ้านค่าย, ระยอง - หาดแม่รำพึง - บ้านก้นอ่าว, ระยอง - ปากน้ำระยอง, ระยอง - บ้านเพ - สวนสน - แหลมแม่พิมพ์, ระยอง - แกลง (สามย่าน) อัตราค่าโดยสารระหว่าง 8 - 20 บาท

ระยะทางจากจังหวัดระยองไปอำเภอต่าง ๆ

บ้านค่าย 11 กิโลเมตร

บ้านเพ 19 กิโลเมตร
 บ้านฉาง 27 กิโลเมตร
 แหลมแม่พิมพ์ 45 กิโลเมตร
 ปลวกแดง 46 กิโลเมตร
 แกลง 47 กิโลเมตร
 วังจันทร์ 70 กิโลเมตร
 เขาชะเมา 74 กิโลเมตร

ระยะทางจากจังหวัดระยองไปจังหวัดใกล้เคียง

สนามบินอู่ตะเภา 35 กิโลเมตร
 พัทยา 60 กิโลเมตร
 ชลบุรี 98 กิโลเมตร
 จันทบุรี 110 กิโลเมตร
 ตราด 179 กิโลเมตร
 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

2.4.2 ข้อมูลทั่วไปสวนผลไม้ ระยอง

การเที่ยวสวนผลไม้จังหวัดระยอง เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมากในทุก ๆ ปี พออย่างเข้าฤดูร้อนราว ๆ ปลายเดือนเมษายน ถึงต้นพฤษภาคมผลไม้ต่าง ๆ จะไล่กันออกมาจนถึงช่วงเดือนมิถุนายน ผลไม้ที่น่าสนใจในจังหวัดระยองมีชื่อเสียงเลื่องลือว่ามีรสชาติอร่อย โดยเฉพาะทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง สละ และอีกหลายชนิดที่หลายคนตั้งหน้าตั้งตารอการได้มาชมสวนผลไม้แบบบุฟเฟต์ เพื่อพักผ่อนเที่ยวชมสวนอย่างใกล้ชิด ได้เห็นวิถีชีวิตชาวสวนผลไม้ ได้เรียนรู้และสัมผัสธรรมชาติของผลไม้ที่ขึ้นชื่อทางภาคตะวันออก ที่สำคัญการได้เข้าไปเที่ยวในสวนผลไม้ยังได้ชิมผลไม้มากมายหลายชนิดได้อย่างเต็มอิ่มและสามารถเลือกซื้อผลไม้สด ๆ ใหม่ ๆ ได้จากมือชาวสวนติดไม้ติดมือกลับบ้านอีกด้วย

สวนผลไม้ในจังหวัดระยองมีอยู่หลายแห่งในหลายอำเภอ เปิดบริการให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมและชิมผลไม้ได้อย่างไม่อัน บางแห่งจัดที่เก็บเป็นแบบโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้ค้างคืนในสวน ใกล้ชิดธรรมชาติและได้เห็นชีวิตชาวสวนผลไม้ เรียนรู้การใช้ชีวิตแบบชาวสวน ชมผลไม้ให้ผลดีสันตสุขบนดินและเลือกเด็ดกินผลไม้จากต้นได้อย่างจุใจอีกด้วย

ข้อเสนอแนะการเข้าชมสวนผลไม้

ผลไม้แต่ละชนิดในแต่ละปีอาจออกผลในช่วงเวลาที่แตกต่างกันส่วนใหญ่ผลไม้จะแก่จัดในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงมิถุนายน ก่อนเข้าเที่ยวชมควรโทรสอบถามกับสวนผลไม้ที่ตั้งใจไป

ให้แน่นอนก่อนว่ามีผลไม้มั้ให้ชิมให้ชิมแล้วหรือยัง ซึ่งแต่ละสวนก็อาจมีการให้ผลไม้พร้อมกันจึงควรโทรเช็คไว้หลาย ๆ ที่ด้วย

การเก็บค่าเข้าชมและบุฟเฟต์ผลไม้ของแต่ละสถานที่อาจไม่เท่ากัน และมีการเปลี่ยนแปลงตามราคาผลไม้ในปีนั้น ๆ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของเจ้าของสวน บุฟเฟต์ผลไม้จะให้รับประทานผลไม้ได้มากเท่าที่ต้องการแต่ไม่อนุญาตให้นำออกไปรับประทานข้างนอกสวน

การชิมผลไม้แบบบุฟเฟต์หรือการกินแบบไม่จำกัดปริมาณอาจเกิดผลเสียกับคนที่มีย่อจำกัดทางสุขภาพ เช่น เป็นโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง เช่น การรับประทานทุเรียน ซึ่งหากรับประทานมาก ๆ อาจมีผลให้น้ำตาลในเลือดสูงหรือหน้ามืดเป็นลมได้

ผลไม้บางอย่างมีฤทธิ์ร้อน เช่น ทุเรียน เมื่อรับประทานมาก ๆ ทำให้เกิดอาการร้อนในหรือเกิดเป็นแผลในปาก วิธีแก้ตามวิถีชาวบ้านคือการรับประทานมังคุดที่มีฤทธิ์เย็นตามไปด้วยเพื่อล้างกัน หรืออาจจะรับประทานน้ำผสมเกลือตามก็ได้

ธรรมชาติของสวนผลไม้อาจมีมด ยุง และแมลงต่าง ๆ จึงควรแต่งกายที่ค่อนข้างรัดกุมเพื่อป้องกันแมลงสัตว์กัดต่อยได้

2.5 ข้อมูลสวนเกษตร สวนสุภัทราแลนด์

สวนสุภัทราแลนด์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากมายตลอดทั้งปี เจ้าของสวนสุภัทราแลนด์คือคุณสุวัฒน์ และคุณสุภัทรา เริ่มเปิดให้เข้าชมมาตั้งแต่ พ.ศ. 2540 เดิมเปิดให้เข้าชมเฉพาะฤดูผลไม้ (พฤษภาคม - มิถุนายน) แต่ปัจจุบันมีผลไม้ที่ปลูกนอกฤดูและเปิดให้ชมให้ชิมได้ตลอดปีบนพื้นที่อันกว้างใหญ่ 800 ไร่ มีการจัดแต่งพื้นที่อย่างเป็นระเบียบสวยงาม มีพืชผักผลไม้ปลูกไว้หลากหลายชนิด แบ่งเป็นโซน ๆ มีต้นยางพารา ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงการกรีดยางและได้ลองกรีดยางจากต้นยาง มีโรงปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ (การปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน) เพื่อใช้เป็นผักสลัด มีแผนกเลี้ยงผึ้งที่ให้เห็นถึงกระบวนการเลี้ยงผึ้ง การเก็บน้ำผึ้ง และการทดสอบน้ำผึ้งแท้ มีสวนองุ่น และผลไม้ตามฤดูกาลและนอกฤดูกาลอีกมากมาย เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ สละ กล้วย สับปะรด มะพร้าว มะม่วง กระท้อน ขนุน ลำไย ส้มโอ ชมพู่ มะละกอ มะเฟือง แก้วมังกร เมื่อซื้อบัตรเข้าสวนผลไม้แล้วทางสวนจะมีรถนำชมพร้อมไกด์บรรยายตลอดเส้นทางทำให้เห็นบรรยากาศสองข้างทางของสวนผลไม้มานานชนิดแล้วก็จะพามาแวะในจุดที่ให้ได้ชิมผลไม้ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ตัดปอกไว้ให้ หรือจะปอกเองจากลูกสด ๆ ก็ได้ มีทั้งสับปะรด มะม่วง ส้มโอ ชมพู่ เป็นต้น จุดนี้เป็นจุดที่สามารถเลือกกินได้จนพุงกาง

โดยเฉพาะทุเรียนที่ทางสวนเคยชนะการประกวดทุเรียนพันธุ์หมอนทองจะมีเจ้าหน้าที่คอยปอกให้ชิมได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังมีบุฟเฟต์ส้มตำ และสลัดผักไฮโดรโปนิกส์สด ๆ จากสวนด้วย

การเดินทางไปสวนสุภัทราแลนด์

จากทางหลวงหมายเลข 36 ก่อนเข้าตัวเมืองระยอง ตรงแยกมาบ่าให้เลี้ยวซ้ายไปทางเส้น 3191 ไปอำเภอนิคมน้ำอ่าว (ทางไปปลวกแดง และมาตาพุด) เมื่อถึงสี่แยกอำเภอนิคมน้ำอ่าวให้เลี้ยวขวามาที่อำเภอบ้านค่าย ตรงมาประมาณ 4 กิโลเมตร ถึงสามแยกให้เลี้ยวขวาประมาณ 1 กิโลเมตร สวนอยู่ทางซ้ายมือ

จากตัวเมืองระยอง เส้นสุขุมวิท ให้วิ่งไปทางบ้านค่าย (เส้น 3138) วิ่งตรงเข้าอำเภอบ้านค่ายผ่านโรงพยาบาลบ้านค่าย ให้เลี้ยวซ้ายที่สามแยกถัดไป ไปทางอำเภอนิคมน้ำอ่าว (เส้น 3143) สวนสุภัทราแลนด์จะอยู่ทางขวามือ ภายในสวนสุภัทราแลนด์มีให้บริการบ้านพักเป็นบ้านเดี่ยวที่พักได้หลังละ 6 คน (ราคา 1,800 บาท/คืน)

เวลาเปิดให้เข้าชมสวน 8.00 - 17.00 น. ตลอดทั้งปี

ค่าเข้าชมสวน คนไทย 300 บาท ชาวต่างชาติ 400 บาท

ที่อยู่ 70 หมู่ 10 ตำบลหนองละลอก อำเภอบ้านค่าย

โทร 038-892-048-9

เว็บไซต์ <http://www.suphatrailand.com/>

2.6 ข้อมูลสวนเกษตร สวนยายดา ป่าบุญขึ้น

ศูนย์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนยายดา มีเจ้าของสวนชื่อ คุณบุญขึ้น โพธิ์แก้ว หรือที่รู้จักกันว่า “ป้าขึ้น” มีเนื้อที่ประมาณ 30 ไร่ ที่เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษ แต่เดิมสวนยายดาเป็นสวนผลไม้แบบผสมผสานที่ส่วนใหญ่มีแก่ทุเรียนและเงาะเป็นหลัก จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 สวนยายดาได้เข้าร่วมโครงการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลตะพง และด้วยความร่วมมือจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลางเขต 4 สำนักงานระยองทำให้มีสื่อมวลชนและรายการโทรทัศน์เข้ามาถ่ายทำจนทำให้สวนยายดาเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ผู้เข้าชมสวนสามารถเดินชมวิถีชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง ชิมบุฟเฟต์ผลไม้ นานาชนิดที่สดอร่อยจากต้นชิมกันได้ไม่อั้นโดยไม่จำกัดเวลา หรือจะลองอาหารพื้นบ้านก็มีให้สั่งได้ เช่น หมูชะมวง น้ำพริกผักจิ้ม ไก่ต้องการซื้อของฝากก็มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจำหน่าย เช่น ทุเรียนกวน ทุเรียนทอด กะปิระยองแท้ ๆ บริเวณสวนยายดาให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการกางเต็นท์นอนในสวน ชมธรรมชาติ และมีห้องพักแบบโฮมสเตย์

การเดินทางไปยังสวนยายดา

จากถนนสุขุมวิท วิ่งเลยจากตัวเมืองระยองไปทางแกลงเลยจากตลาดผลไม้ตะพง ประมาณ 500 เมตร มีทางแยกเลี้ยวซ้ายทางไปวัดยายดา จากแยกตรงไปตามป้ายบอกทาง ประมาณ 5 กิโลเมตร จะเห็นสวนยายดาอยู่ทางขวามือ

เวลาเปิดให้เข้าชมสวน 8.00 - 17.00 น. ตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน

ค่าบริการห้องพัก 400 บาท/คืน กางเตียง 100 บาท

ค่าเข้าชมผลไม้ 150 บาท/คน (ราคาอาจเปลี่ยนไปในแต่ละปี)

ที่อยู่ 30 บ้านยายดา หมู่ 3 ตำบลตะพง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

โทร 08-90991297, 08-90431330

เว็บไซต์ <http://www.suanyaida.net/>

2.7 ข้อมูลสวนเกษตร สวนคุณไพบูลย์

เจ้าของสวนคือคุณไพบูลย์ อรัญนารถ หรือลุงบุญ ซึ่งในพื้นที่ที่มรดกตกทอดจากบรรพบุรุษ มีเนื้อที่ประมาณ 200 ไร่ เริ่มเปิดเป็นสวนท่องเที่ยวเชิงเกษตร เมื่อปี พ.ศ. 2550 มีทุเรียนพันธุ์โบราณคือพันธุ์นกกระจับที่หาทานได้ยากและกำลังเป็นที่นิยม เป็นทุเรียนที่ให้ผลลูกเล็ก น้ำหนักเบา ทำให้ขายได้น้อยเนื้อทุเรียนมีรสชาติหวานมัน เนื้อเยื่อ เม็ดลีบ เปลือกบาง นอกจากนี้ยังมีทุเรียนพันธุ์หลงลับแลจากจังหวัดอุตรดิตถ์ หมอนทอง ชะนี ภายในสวนมีต้นมังคุดร้อยปี เงาะโรงเรียน และมะขงชิด ตั้งแต่เมษายนของทุกปีจะเปิดให้เข้าชมและชิมแบบบุฟเฟต์ผลไม้ และสามารถเลือกสด ๆ จากต้นได้

การเดินทางไปสวนคุณไพบูลย์

จากทางหลวงหมายเลข 36 เมื่อผ่านแยกบ้านคอนแอกัดไปจะเป็นแยกบ้านแดงให้เลี้ยวซ้ายเข้าบ้านแดง (เส้น 3139) เมื่อข้ามสะพานจะมีวัดจุฬามณีอยู่ขวามือ จากนั้นจะเจอสามแยกให้เลี้ยวซ้ายไปทางวัดนาตาขวัญ (ทางเดียวกับบรุคไฮด์ วิลเลจ) วิ่งมาจนเลยวัดนาตาขวัญไปสัก กิโลเมตรกว่า ๆ จะมีป้ายบอกทางเลี้ยวขวาไปบ้านตะเกราทองให้เลี้ยวขวาวิ่งไปจนเจอสามแยกให้เลี้ยวซ้าย (มีป้ายบอกทางไปสวนคุณไพบูลย์) สวนอยู่ทางขวามือ

เวลาเปิดให้เข้าชมสวน 8.00 - 18.00 น. ตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน

ค่าเข้าชมสวนและบุฟเฟต์ผลไม้ 170 บาท/คน (ราคาอาจเปลี่ยนไปในแต่ละปี)

ที่อยู่ 21 หมู่ 4 ตำบลนาตาขวัญ อำเภอเมือง

โทร 08-1567-6368, 08-6149-1772, 08-2210-0188

เว็บไซต์ <http://www.paiboonrayong.com/>

Facebook: <http://www.facebook.com/suanpaiboon>

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างของสวนเกษตรที่นำมาใช้เป็นกรณีศึกษา โดยเลือกสวนเกษตรที่มีความพร้อมต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 สวน ได้แก่ สวนสุภัทราแลนด์ สวนยายดา และสวนคุณไพบูลย์ ซึ่งสวนเกษตรทั้ง 3 สวน ได้มีการจัดเตรียมระเบียบความสวยงามภายในสวน มีการปลูกผลไม้และพันธุ์พืชหลากหลายชนิด เช่น เงาะ มังคุด ทุเรียน ลองกอง กระท้อน ลิ้นจี่ มะปราง มะปริง ฝรั่ง สละ ระกำ มะละกอ กล้วยหอม ชมพู่ มะเหมี่ยว มะไฟ ขนุน รวมถึงการส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรภายในสวน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินและประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ยังได้มีการร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของสำนักงานจังหวัดระยอง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสวนเกษตรทั้ง 3 สวนดังกล่าว ได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิมพ์พา หิรัญกิตติ และคณะ (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 1,600 คนผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยว่าควรจัดตั้งศูนย์บริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งซื้อสินค้าเกษตร/ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเคยท่องเที่ยวเชิงเกษตรรวมครั้งนี้ด้วย จำนวน 4 ครั้ง โดยในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,500 บาท โดยเดินทางแบบเข้าไป - เย็นกลับ มากกว่านักท่องเที่ยวพักค้างแรม โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวพักค้างแรม จำนวน 1 คืน ในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวรูปแบบสวนผลไม้ รองลงมา คือ รูปแบบเกษตรแบบผสมผสาน และรูปแบบไม้ดอกไม้ประดับตามลำดับ

ปริศนา มั่นเภา (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและเป็นผู้ร่วมเดินทางมาเที่ยว โดยมีเพื่อนร่วมเดินทางจำนวน 3 - 5 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคย

มาเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์ ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเดือนตุลาคม - ธันวาคม นาบัวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและซื้อของพื้นเมืองและของที่ระลึกไม่เกิน 500 บาท/ครั้ง ถ้ามีโอกาสจะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง แนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวสื่อออนไลน์ที่มีบทบาท ความประทับใจในความเป็นธรรมชาติของเกษตรกร

สามารถ ปิติพัฒน์ และกฤษฎา ณ หนองคาย (2556) ทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี” การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง จำนวน 1,000 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ และสถิติการทดสอบไคสแควร์ ผลจากการวิจัย พบว่า ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกพักค้างแรม ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล มีผู้ร่วมท่องเที่ยว คือ เพื่อนจำนวน 2 - 3 คน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน มีการวางแผนล่วงหน้าและการจัดสรรเงินสำหรับการท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการท่องเที่ยวไม่เกิน 1,000 บาทต่อคน โดยค่าพาหนะเดินทางเป็นค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง จากอินเทอร์เน็ต และกำหนดช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพศมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการพักแรม สถานที่พักแรม ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว และระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อายุมีความสัมพันธ์กับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อายุมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับการพักแรม สถานที่พักแรม ยานพาหนะในการเดินทาง ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว และระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการวางแผนการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ฉัตรชัย อินทสังข์, ดุษฎี เทียมเทศ บุญมา สูงทรง (2554) ได้ศึกษาวิจัยถึงการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงาน นครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร (2) เพื่อศึกษา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว และ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ของนักท่องเที่ยว พบว่า รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นอันดับแรก 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เลือกท่องเที่ยวในฤดูหนาวใช้ระยะเวลา 1 - 3 วัน มาโดยรถยนต์ส่วนตัว พักโรงแรม มีค่าใช้จ่าย 1,000 - 2,000 บาท เดินทางมากับครอบครัว นิยมซื้ออาหารและเครื่องดื่มเป็นของที่ระลึก และเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจ 3) ผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ในแต่ละด้านจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และรายได้ครอบครัวยุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีระดับ การรับรู้ ที่แตกต่างกัน ส่วนด้านเพศและการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการรับรู้ ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เทพกร ณ สงขลา (2554) ทำวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้เกษตรของชุมชน : กรณีศึกษาท่องเที่ยวเชิงเกษตรช่วงกลาง จังหวัดนครราชสีมา” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรการใช้ทรัพยากรเกษตรของชุมชน เครื่องมือและวิธีรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสำรวจรวบรวมข้อมูลการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการใช้ทรัพยากรเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้ง 9 แห่ง รวบรวมโดยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบมีโครงสร้างเป็นการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับการใช้ทรัพยากรเกษตร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานเกษตรอำเภอ และภาคประชาชนที่เป็นผู้นำในการผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอช่วงกลาง และการสัมภาษณ์เกษตรกรทั่วไปแบบมีโครงสร้าง จำนวน 10 ตัวอย่าง เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผลที่เกิดขึ้นต่อการเกษตรของชุมชน จากการศึกษาสามารถจำแนกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้แก่ สาธิตขั้นตอนการผลิตให้ความรู้การเกษตร จำหน่ายสินค้าชุมชน และแนะนำธุรกิจการเกษตรและการสร้างมูลค่าทรัพยากร อย่างไรก็ตาม การใช้ทรัพยากรเกษตรดังกล่าว นอกจากส่งผลต่ออาชีพการเกษตรแล้ว ยังกลายเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวที่อาจมีแนวโน้มว่ามีทรัพยากรเกษตรถูกใช้เพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าใช้เพื่ออาชีพการเกษตรของชุมชน

อำนวยพร ไหญ่ยิ่ง และเกษราพร ทิราวงศ์ (2553) ทำวิจัยเรื่อง “วิจัยและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในชุมชนมลาบรี อำเภอวังยาง จังหวัดแพร่” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ รวมถึงการศึกษาศักยภาพของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร บนฐานการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงอย่างมีความรับผิดชอบ และเพื่อทราบถึงประสิทธิภาพของการสื่อความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชาวมลาบรี โดยกำหนดใช้รูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research, PAR) และเทคนิคการจัดประชุมแบบเทคนิค AIC ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องการวิถีการเกษตร เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้แบบประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมลาบรีมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นในเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าและวิถีชีวิตในระดับประเทศ ซึ่งเป็นชนเผ่าที่หายากในเชิงมนุษยศาสตร์ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐต้องเข้ามาดูแลทุกด้านเพื่อรักษาความเป็นชาติพันธุ์ที่กำลังจะหายไป ทรัพยากรเชิงการท่องเที่ยวมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชนมลาบรี ได้แก่ วิถีวัฒนธรรมมลาบรี อาชีพการเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษามลาบรี งานหัตถกรรม และพื้นที่ป่าธรรมชาติ ซึ่งสามารถนำมาจัดทำเป็นกิจกรรมและการสื่อความหมายได้ และที่สำคัญคือ ประชาชนมลาบรีรุ่นใหม่ต้องการการเรียนรู้ การพัฒนาทุกด้านและการได้รับสิทธิประโยชน์เหมือนกับคนไทย จากการจัดประชุมและการพัฒนาร่วมกันของนักวิจัยและประชาชนมลาบรีสามารถจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมมลาบรี และมีโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้มีการฝึกทักษะกระบวนการทำงานและให้บริการ ซึ่งผลที่ได้พบว่ามลาบรีมีความสามารถทำได้ในระดับที่เหมาะสมกับสถานภาพของพวกเขาโดยมีคุณบุญยืน สุขแสนห์ เป็นที่ปรึกษาที่ดี นอกจากนี้ยังต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องมาร่วมกันพัฒนามลาบรี เพื่อให้พวกเขาได้รับโอกาสการพัฒนาเหมือนกับคนไทยในประเทศไทย

กาญจนา กันภัย และคณะ (2552) ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในส่วนใหญ่มุ่งเลือกที่จะมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา เพื่อซื้อสินค้า อาหารอร่อย ตามเพื่อน ชอบมาก เป็นเมืองเล็ก ๆ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวใกล้ที่พัก การจัดแต่งร้านย้อนยุคและต้องการมาดูแลชมลักษณะกิจกรรมในการรวมตัวมาเป็นตลาดน้ำ ร้อยละ 25.88 เคยมาท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวา 1 - 5 ครั้ง/ปี ร้อยละ 15.5 มาโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 73.5 มาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 74.21 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในวันอาทิตย์ ร้อยละ 40.8 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาจะไม่ค้างคืน ร้อยละ 72.75

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,500 บาทขึ้นไป ร้อยละ 25.5 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำเมื่อมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา คือ รับประทานอาหาร ร้อยละ 30.64 อาหารที่นักท่องเที่ยวทานมากที่สุด คือ ผัดไทกุ้งสด ขนมที่นักท่องเที่ยวชอบทานมากที่สุด คือ ทองหยิบ/ทองหยอด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เคยนั่งเรือชมหิ่งห้อย สินค้าที่ซื้อไปเป็นของฝาก คือ เสื้อที่มีโลโก้ของอัมพวา ร้อยละ 28.71 เป็นประโยคคำว่าอัมพวา ร้อยละ 26.72 สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามที่นักท่องเที่ยวเคยไป คือ ตลาดแม่กลอง ร้อยละ 25 ผลการศึกษาข้อมูลทางการตลาด พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการที่ตลาดน้ำอัมพวา ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศดั้งเดิมภายในร้านค้าต่าง ๆ ด้านราคา คือ อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ตลาดน้ำอัมพวามีชื่อเสียงและเป็นอันดับหนึ่งของตลาดน้ำ และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้บริการใส่บาตรตอนเช้าจากโครงการที่ตลาดน้ำอัมพวาได้จัดทำขึ้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา

ชลระดา หนันดี (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน” โดยการใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และออกแบบสอบถามจำนวน 204 ตัวอย่าง ผลการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นผู้ที่มียุระหว่าง 20 - 30 ปี สถานภาพโสด อาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ระดับรายได้ต่อเดือนมีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาครั้งแรกมีวัตถุประสงค์เดินทางมาพักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางมาพร้อมกับเพื่อน ยานพาหนะที่ใช้เดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะที่พักส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวพักในโรงแรมเพราะมีความสะดวกและมีความปลอดภัยสูง ระยะเวลาในการพำนักรในการท่องเที่ยว คือ 4 วัน ซึ่งจากผลศึกษานักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลในการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ตและโดยอนาคตจะกลับมาท่องเที่ยวอีก ส่วนในเรื่องของปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวนั้น ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

วัฒนา มโนรัตน์ (2552) ได้วิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาชุมชนบ้านฝึมด อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดำเนินการโดยคณะกรรมการศูนย์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีกิจกรรมที่จัดให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ ชมสวนผลไม้ การเกษตรผสมผสาน แปลงปลูกพืช สมุนไพร การแปรรูปผลผลิต การเที่ยววัด กิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนาและสังคมโดยมีการประสานงานกับเทศบาลตำบลบางบาล สำนักงานเกษตรอำเภอและเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ให้การสนับสนุนและความร่วมมือด้านข้อมูลของนักท่องเที่ยว เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคกลางเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การแก้ไขปัญหาและส่งต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลในชุมชน เจ้าของบ้านพักและวิทยากรให้บริการที่พัก (โฮมสเตย์) สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว วิทยากรบรรยายการสาธิต ป้ายสถานที่ อาหารต้อนรับพื้นบ้าน ของที่ระลึก งบประมาณการจัดการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตร และรายรับของนักท่องเที่ยว

ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านฝึมด ได้แก่

1. คณะกรรมการศูนย์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความแตกต่างในด้านอายุ อาชีพ และการศึกษา มีลักษณะของความเป็นเครือญาติ
2. ปัญหาการจัดกิจกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวมีจำนวนไม่แน่นอน ทำให้ศูนย์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและชาวบ้านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมเท่านั้น
3. ปัญหาการประสานงาน ขาดเครือข่ายที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
4. ปัญหาการบริการด้านที่พักมีจำนวนน้อยและมีข้อจำกัดด้านกิจกรรมเนื่องจากพื้นที่ประสบปัญหาอุทกภัยไม่สามารถมาท่องเที่ยวได้ตลอดปี
5. ปัญหาขาดงบประมาณสนับสนุนและพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งจากหน่วยงานท้องถิ่นและส่วนกลาง

วันทนา นิยมบ้านดอน (2552) ได้วิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในตำบลบางไผ่ไม่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ตำบลบางไผ่ไม่มีการพัฒนาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเริ่มมาตั้งแต่ก่อนที่จะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เดิมเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่ยากต่อการเข้าถึง มีเพียงการสัญจรทางน้ำ ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สร้างสะพานตัดถนนเข้าไป การเดินทางสะดวกสบาย จึงได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้น โดยการเปิดตัวตำบลบางไผ่ไม่ ออกสู่สายตาคนภายนอก ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 5 ได้จัดตลาดน้ำขึ้นที่บริเวณวัดบางไผ่ไม่ ทำให้ตำบลบางไผ่ไม่เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 มีการจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวคลองร้อยสาย (ในบางแม่น้ำตาปี) ขึ้นโดยการรวมตัวกันของชาวชุมชนท้องถิ่น เพื่อจัดการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ต่อมาในปี 2550 เริ่มมีการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บางไผ่ไม่ โดยการสนับสนุนจากภาครัฐให้ประชาชนในตำบลบางไผ่ไม่มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวมาก

ที่สุด โดยการให้แต่ละหมู่บ้านสร้างทรัพยากรการท่องเที่ยวขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นวิถีการดำเนินชีวิต วิธีการทำเกษตรกรรม เน้นการอนุรักษ์วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ เพื่อเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวให้หลากหลายและแพร่หลายมากขึ้น ปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้นมาในตำบลบางไผ่ คือ การเป็นพื้นที่ที่มีการทำเกษตรกรรมที่หลากหลาย เช่น การเป็นแหล่งผลิตมะพร้าวแหล่งใหญ่ของประเทศ การทำสวนสมรม การทำสวนต้นจากการประมง และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและเพื่อประโยชน์ในกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้แล้วตำบลบางไผ่ยังมีลักษณะภูมิประเทศที่มีลำคลองเป็นจำนวนมากสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับสายน้ำและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกิดขึ้น การเดินทางเข้าถึงพื้นที่สะดวก ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาน้อยสามารถเข้าไปท่องเที่ยวได้ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกิดขึ้นมีทั้งกิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมบ้านพักโฮมสเตย์ กิจกรรมด้านการแสดงวิถีชีวิต ด้านการเกษตร และวัฒนธรรม มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพียง 2 ประเภท คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเกษตร ดำเนินการในลักษณะเป็นการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน และ 2) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเฉพาะรายบุคคล หรือรายกิจกรรม เป็นจุดท่องเที่ยวเกษตรที่เป็นสวน หรือไร่ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในตำบลบางไผ่ไม่ออกเป็น ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ที่ต่างร่วมมือกันจัดการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในบาง (คลองร้อยสาย) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่นมีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในด้านต่าง ๆ แตกต่างกันไป ส่วนใหญ่ต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในด้านที่ตนเองถนัดและไม่มีข้อจำกัดในเงื่อนไขอื่น ๆ เช่น สถานที่หรือแหล่งเงินทุน ศักยภาพของตำบลบางไผ่ไม่ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน โดยการใช้แบบประเมินศักยภาพของชุมชนพบว่า ตำบลบางไผ่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาโดยรวมนอกจากจะทำให้ทราบและเข้าใจพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแล้วสามารถใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ตำบลบางไผ่ได้ต่อไป

เฟื่องฟ้า ฉาดฉาน (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกซื้อสินค้าในกิจกรรมถนนคนเดินวันอาทิตย์ ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกซื้อสินค้า โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 100 คน จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคเหนือ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 -

15,000 บาท การท่องเที่ยวในกิจกรรมถนนคนเดินส่วนใหญ่เป็นการมาเที่ยวครั้งที่ 2 - 4 โดยมีลักษณะมาเที่ยวกับครอบครัวเป็นการเที่ยวชมกิจกรรม โครงการถนนคนเดินของนักท่องเที่ยวส่วนมากมีจุดประสงค์เพื่อซื้อสินค้า สินค้าที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อและมีมูลค่าเฉลี่ยในการซื้อสูงสุดคือ อาหาร/เครื่องดื่ม ซึ่งมีมูลค่าสูงสุดถึง 19,760 บาท อาจเป็นเพราะอาหาร/เครื่องดื่ม มีราคาก่อนข้างถูกหาซื้อได้ง่ายในบริเวณกิจกรรมถนนคนเดิน นอกจากนี้กิจกรรมถนนคนเดินจัดในเวลาเย็น ซึ่งตรงกับเวลาในการรับประทานอาหารของคนส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้คนจึงนิยมซื้ออาหารและเครื่องดื่มมากเป็นพิเศษ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงมีความเห็นว่าราคาของสินค้าและบริการที่นำมาจำหน่ายในบริเวณกิจกรรมถนนคนเดินมีราคาที่สมเหตุสมผล ระยะเวลาที่ใช้ในกิจกรรมถนนคนเดินประมาณ 3 - 4 ชั่วโมง โดยได้รับข้อมูลของถนนคนเดินที่สำคัญคือ แหล่งข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ประโยชน์จากกิจกรรมถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดคือ เป็นการขายสินค้าและบริการ และนักท่องเที่ยวทั้งหมดมีความต้องการที่จะให้มีการจัดกิจกรรมถนนคนเดินต่อไปด้วย เหตุผลหลักคือ เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบในกิจกรรมถนนคนเดินเรียงตามลำดับดังนี้ ขาดแคลนห้องน้ำ ที่จอดรถ ไม่เพียงพอ ปัญหาการจราจรติดขัด การจัดระเบียบสินค้า ขอทานมาก และสินค้าไม่มีคุณภาพ

กมลวันย์ โมราศิลป์ และคณะ (2551) วิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของตำบลเขาวง อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า จุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ สภาพพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเกษตร ปลูกผลไม้ได้หลากหลายประเภทผลผลิตที่มีคุณภาพและมีจำหน่ายตลอดปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใกล้เคียง เช่น เขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จุดอ่อน คือ ประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว เช่น การบริการ การต้อนรับ เกษตรกรไม่มีเวลาเข้าร่วมกิจกรรม และยังไม่มีการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ โอกาส คือ การส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และการมีส่วนร่วมของชุมชนตามนโยบายกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การให้ความสำคัญเรื่องการท่องเที่ยวของทุกภาคส่วน อุปสรรค คือ ขาดการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงาน เช่น เรื่องความรู้ด้านการเกษตร สาธารณูปโภคพื้นฐาน และชุมชนขาดความเข้มแข็ง ชุมชนร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ เป็นแหล่งเรียนรู้การเกษตร ผู้นำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ยกย่องสินค้าการเกษตรสู่สากล ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและสินค้า OTOP 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน 3) การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว 4) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

กิตติพนธ์ แสนสิงห์ (2551) วิจัยรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบมีส่วนร่วมของชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านบัวเทิง ตำบลท่าช้าง อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัด

อุบลราชธานี ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 6 ฐานการเรียนรู้ คือ การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ศาลากลางบ้านด้วยการมอบดอกไม้ให้นักท่องเที่ยว การบริการน้ำดื่มสมุนไพร และผลไม้ตามฤดูกาล การแสดงฟ้อนรำต้อนรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มผู้สูงอายุและนักเรียน

ฐานการเรียนรู้ที่ 1 - 6 ได้แก่ ฐานการสักการบูชา ฐานเยี่ยมชมศูนย์สาธิตการตลาด ฐานสวนเกษตรผสมผสาน 3 แห่ง ฐานสวนแก้วมังกร ฐานไหว้ปู่เจ้าคองตา ฐานวิถีชีวิตคนริมมูล ชุมชนใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมฟื้นฟูอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

วัชรวิทย์ พืชผล และเนาวรัตน์ คงวิเชียรวัฒน์ (2551) ศึกษารูปแบบการสื่อความหมาย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา สวนสมุนไพร ตำบลคลองปราบ อำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้รูปแบบเส้นทางภายในสวนสมุนไพรหนึ่งเส้นทางโดยมีจุดแวะชมภายในสวนสมุนไพรโดยมีกิจกรรมและการสื่อความหมายจากเอกสารคู่มือ แผ่นพับรวมถึงป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ นอกจากนี้รูปแบบเส้นทางภายในสวนแล้วยังมีเส้นทางเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสวนสมุนไพรกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงกับสวนสมุนไพร ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและโรงนวด ซึ่งเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่เป็นลักษณะของเชิงเกษตรสุขภาพ เนื่องจากลักษณะเด่นของสวนสมุนไพรเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่ดีต่อสุขภาพ

นัฐพงศ์ कुमार (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิโดยการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์ 389 ชุด จากนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการใช้สถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยสถิติไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาเที่ยวครั้งแรก มีระยะเวลาในการพำนักร้อยละประมาณ 2 - 3 วัน โดยความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลให้เลือกมาท่องเที่ยวในอำเภอปายนั้นอันดับแรก คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมา คือ เรื่องความสวยงามความชื่นชอบในธรรมชาติ

ปริญญ์ อภิวงศา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยววัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ

บังเอิญ จำนวน 109 ตัวอย่าง สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นได้ใช้วิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามพบว่าลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่ามีเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยนักท่องเที่ยวมีอายุเฉลี่ย 29.83 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่าอาชีพอื่น ๆ สำหรับระดับการศึกษาพบว่ามีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนระดับรายได้เฉลี่ยต่อหัวคือ 20,205.12 บาท สำหรับแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวคือ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก พฤติกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจกับปัจจัยทางด้าน บรรยากาศ สภาพภูมิอากาศ การมาท่องเที่ยววัฒนธรรมและการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติตามลำดับ

ทิพย์สุดา ดำรงหัด (2546) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนที่ย้ายมาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 - 25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างบริษัทและร้านค้า รายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือต่ำกว่า โดยมีวัตถุประสงค์คือท่องเที่ยว พักผ่อน ผู้ที่ร่วมเดินทางเป็นครอบครัวและญาติ เดินทางเองโดยใช้พาหนะส่วนตัว สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปคือครอบครัวและญาติ ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกเล่าปากต่อปาก กิจกรรมที่มักทำคือการชมทิวทัศน์ นั่งเล่น ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการเดินทางคือเรื่องเส้นทาง

ทัศนวรรณ วิบุรุษมานนธ์ (2545) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน จากการศึกษาพบว่า ผู้มาเที่ยวส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20 - 29 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 5,000 - 9,999 บาทต่อเดือน เพื่อนเป็นผู้แนะนำมาเที่ยว ทราบข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือหรือนิตยสาร เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ค่าใช้จ่ายครั้งละ 500 - 900 โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญมากที่สุด

กัณณางค์ วรกิจขุนเกียรติ (2543) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และเพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ดครั้งนี้เป็นครั้งแรก

โดยวัตถุประสงค์ คือ เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว ส่วนใหญ่มาอยู่กับกลุ่มเพื่อน หรือครอบครัว และญาติ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมักจะทำขณะอยู่บนเกาะเกร็ด 3 อันดับแรก คือ เดินเที่ยว ชื้อของ ผักกลับบ้าน และรับประทานอาหาร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาเกาะเกร็ดซ้ำอีก

เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2553) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่อรุณ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 49 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ใน 1 ปี ที่ผ่านมาได้มาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่อรุณเพียง 1 ครั้ง มีเพื่อนและญาติเป็นผู้ให้ข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โดยเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวสวนเกษตร และร่วมเดินทางมากับครอบครัวมาในวันหยุดสุดสัปดาห์

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปร ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยว แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดระยอง ข้อมูลสวนเกษตร สวนสุภัทราแลนด์ ข้อมูลสวนเกษตร สวนยายดา ป่าบุญขึ้น ข้อมูลสวนเกษตร สวนคุณไพบูลย์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำมาสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยระบุตัวแปรที่อยู่ในกรอบความคิดให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย ขอบเขตการวิจัย และนิยามศัพท์ ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเพื่อให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการศึกษาถึง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง”

2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ผู้ที่เดินทางมาร่วมการท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ช่วงวันที่เหมาะสมต่อการมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในการมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ค่าใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อของพื้นเมืองและของที่ระลึกที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง การเข้าร่วมกิจกรรมในการมาท่องเที่ยวที่

สวนเกษตร จังหวัดระยอง การมีส่วนร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการมาท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง รูปแบบการเที่ยวชมการท่องเที่ยวที่สนใจที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวภายใน 1 ปีข้างหน้าที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ดังแสดงในภาพนี้

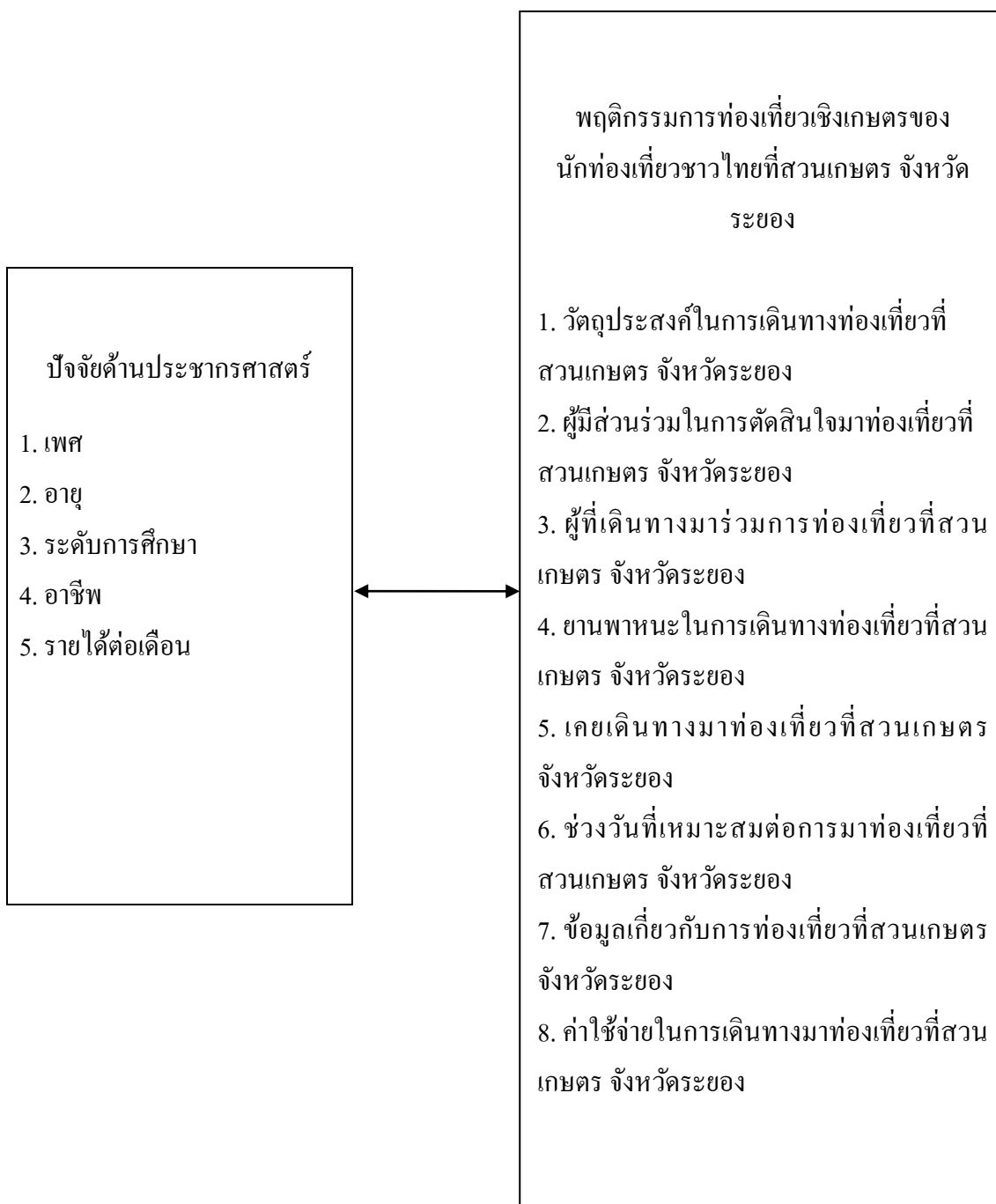
2.9.1 กรอบแนวความคิด

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)



ตัวแปรอิสระ
(Independent Variables)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variables)

