

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่นในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวความคิดและทฤษฎีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.5 ประวัติการเพาะปลูกองุ่นในประเทศไทย
- 2.6 ประวัติความเป็นมาของไร่่องุ่นกราน มอนเต้
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ได้มีผู้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism – IASET) (1994) (อ้างถึงใน Lickorish and Jenkins, 1997) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า คือการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน และจากการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (The United Nations World Tourism Organization – UNWTO) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ 1) การเดินทาง (Travel) ที่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้า โดยไม่ได้ถูกบังคับหรือถูกว่าจ้าง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้ 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) ที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวนั้นจะต้องเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอกับความ ต้องการและความพอใจให้กับผู้ที่มาเยือน และสุดท้ายจะต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม 3) จุดประสงค์ (Purpose) ในการเดินทางนั้น ต้องไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวตามองค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization: WTO) หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึงมีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

วิมล จิโรจพันธ์และคณะ (2548) กล่าวว่า โดยทั่วไปการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมชมยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติและเพื่อน พักผ่อนวันหยุด ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจหมายรวมถึง บุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทาง

วิชาการ การประชุมธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้วย โดยที่มาแล้วนี้สามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบนอกจากนี้ยังมีผู้ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางไปสู่สถานที่ต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อการศึกษา การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และอื่น ๆ และนักวิชาการให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดใจและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548) กล่าวว่า หากจะอธิบายคำว่า การท่องเที่ยวให้ครอบคลุมที่สุด ต้องพิจารณา 4 ประเด็นหลักต่อไปนี้ คือ

1. ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ ทั้งประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยกายและทางจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป

2. ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ภาครัฐบาลที่ดูแลนักท่องเที่ยว คือ องค์กรที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อควบคุมดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว โดยนอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางโอกาสยังเป็นหน่วยงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อประชาชนเข้ามาทำงานเป็นพนักงานส่วนหนึ่งของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์ (2549) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ การที่มนุษย์เดินทางออกจากที่พักไปยังสถานที่พักที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้น ๆ และมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร
2. เดินทางเพื่อไปประชุมสัมมนา

3. เส้นทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศาสนา การศึกษา เล่นกีฬา และรักษาสุขภาพ เป็นต้น

วรรณ วลัยวานิช (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ฉะนั้น การท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ซึ่งสรุปได้ว่าความหมายของการท่องเที่ยว นั้นจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ก็ได้ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

2.1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว และธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. นักท่องเที่ยว จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ปัจจัยหลักที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ควรศึกษา ได้แก่

1.1 ลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นพำนัก ซึ่งแต่ละปัจจัยจะส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน

1.2 การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

1.3 กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

1.4 ฤดูกาลท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเดือน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีมากน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในแหล่งท่องเที่ยวและถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว รวมทั้งระยะเวลาวันหยุดพักผ่อนของนักท่องเที่ยวด้วย

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ทรัพยากรการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ลักษณะทั่วไป คือ

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

3. ธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น ประกอบไปด้วย 6 ธุรกิจหลัก คือ

3.1 ธุรกิจที่พักแรม

3.2 ธุรกิจนำเที่ยว

3.3 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

3.4 ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

3.5 ธุรกิจคมนาคมขนส่ง

3.6 ธุรกิจนันทนาการ

พิมพรรณ สุจารินพงค์ (2549) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีดังนี้

1. นักท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 6 ประเภท

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักร

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้าอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช้เป็นถิ่นที่อยู่ประจำ

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. การตลาดการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่มีความสำคัญของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับตลาดท่องเที่ยวจะชักชวนจูงใจนักท่องเที่ยวมากแค่ไหน ซึ่งมีวิธีสำคัญ คือ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของตน

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก หาด เกาะ แก่ง ป่าไม้ เป็นต้น

3.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตและทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น การบริการด้านการขนส่ง บริการที่พัก แรมบริการร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกด้านพิธีการเข้า-ออกประเทศ และให้ความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

5. การต้อนรับอย่างมีไมตรีจิต เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมาใช้บริการและกลับบ้านแล้วสิ่งที่เขาจะรำลึกถึง คือ ความประทับใจของผู้ให้บริการ ดังนั้น ควรที่จะมีการคำนึงถึงแรงงานที่มีหน้าที่บริการนักท่องเที่ยว ให้มีลักษณะที่สุภาพอ่อนน้อม ซื่อสัตย์ บุคลิกที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีจิตใจที่พร้อมจะบริการผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ

2.1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

วิลล จีโรจพันธ์และคณะ (2548) กล่าวว่า การจำแนกที่หมายปลายทางทางการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นประเภทของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreation Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขัน กีฬาเล่นกีฬา เช่นน้ำพุ น้ำแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลาย ใจดีสถานที่ดังกล่าว เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tour) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อดูงาน การนันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต ได้แก่ พิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์เก่า ๆ หรือ อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วัดต่าง ๆ ชมการแสดงแสง สี เสียง เหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุมหรือพบปะหรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่หาได้ยาก ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นที่ดึงดูดความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเรียงระบำพื้นบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมโบราณ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็น แสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมทั้งไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟูลอน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่าง ๆ

7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่เน้นขายชาติพันธุ์ มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ รวมทั้งการถ่ายรูป ปีนเขา ล่องแก่ง และการตั้งแคมป์

วรรณ วลัยวานิช (2546) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมวิวทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน บางครั้งเป็นการไป เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสถานที่พักผ่อน การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยมฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและสุขภาพ เป็นการใช้เวลาว่าง เพื่อพักผ่อนร่างกายและสมองอาจจะรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะอาด สบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาค้นคว้าความเป็นอยู่ทั้งในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ หรือ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล หรือการเดินทางป่าเพื่อยิงนก ตกปลา เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา การท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ

ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัย หรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดี สะดวกรวดเร็ว

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษา ดูงาน หรือ วิจัยหรือการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย

2.1.4 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันสภาวะการณ์ทั่วโลกกำลังประสบปัญหาทางด้านการผลิตและด้านการตลาด ในการส่งออกสินค้า ทั้งผลผลิตทางเกษตรกรรมและผลผลิตทางอุตสาหกรรม รวมถึงปัญหา ทางด้านการกีดกันทางการค้า แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับมีบทบาทสูงมากขึ้นในการสร้าง รายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มดุลการค้าและดุลการชำระเงินของประเทศ และยัง ช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคอีกทางหนึ่ง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะศึกษาถึง บทบาทความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของประเทศ ตามที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

สามารถสรุปความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศได้ 6 ประการดังนี้

1.1 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ

1.2 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่าง ประเทศ โดยรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยใน การสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน เมื่อนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางและซื้อสินค้ารวมถึงค่าบริการการ ท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้สามารถนำไปช่วยลดการขาดดุลการค้าและการ ขาดดุลการชำระเงินของประเทศให้น้อยลง หรือบางครั้งก็ทำให้เกิดการเกินดุลได้ ส่งผลให้เกิด ความมั่นคงทางเศรษฐกิจตามมาในที่สุด

1.3 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน กล่าวคือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ ในรูปแบบ ของการต้อนรับและให้บริการ จึงมีการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการจ้างงานทางตรง ได้แก่ อาชีพในธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ส่วนการจ้างงานทางอ้อม ได้แก่ อาชีพทางเกษตรกรรมซึ่งเป็นแหล่งผลิตอาหาร อาชีพ ทางด้านหัตถกรรมซึ่งผลิตสินค้าที่ระลึก อาชีพก่อสร้างหรือการบริการในสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน อื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นการแก้ปัญหาการว่างงานของประเทศได้อีกทางหนึ่ง

1.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะมีการซื้อสินค้าและบริการจากคนในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

1.5 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยเริ่มจากระยะแรกที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่น ประชากรท้องถิ่นนั้น ๆ อาจยังไม่สามารถผลิตบริการทางการท่องเที่ยวได้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าและบริการจากนอกชุมชนหรือจากต่างถิ่น และเมื่อการดำเนินกิจการบริการทางการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น ก็จะมีผลการลงทุนผลิตสินค้าและบริการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้เอง การสั่งซื้อจากนอกชุมชนก็จะน้อยลง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นขึ้นตามมาในที่สุด

1.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต เนื่องจากเงินที่นักท่องเที่ยวนำมาใช้จ่ายจะหมุนเวียนอยู่ในเศรษฐกิจของประเทศ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดผลประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อสังคมและการเมือง

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในมุมมองทางสังคมและการเมืองสามารถสรุปออกเป็น 8 ประการ ดังนี้

2.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นให้สูงขึ้น โดยมีผลมาจากการกระจายรายได้และการจ้างงานคนในท้องถิ่นอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว ทำให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพ มีรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น

2.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเจริญทางสังคมในท้องถิ่น กล่าวคือ การเดินทางท่องเที่ยวจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกท้องถิ่นหนึ่งของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในท้องถิ่น เช่น การปลูกสร้างที่พักแรมหรือโรงแรม ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปาและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ มีโอกาสได้รับความสะดวกสบายและบริการต่าง ๆ จากทั้งภาครัฐและจากการลงทุนของภาคเอกชนไปด้วย ทำให้พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่โดยรอบมีความเจริญมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ มีความเป็นอยู่ดีขึ้นตามไปด้วย

2.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม ช่วยรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ และกระตุ้นความมีจิตสำนึกและความตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมในตัวเจ้าของมรดกวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยว ให้เจ้าของ

มรดกศิลปวัฒนธรรมเกิดความภาคภูมิใจ และเกิดความหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติและ วัฒนธรรมของแหล่งที่อยู่

2.4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษาให้กับนักท่องเที่ยว ในการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์จากสิ่งที่ได้พบ เห็นมาด้วยตัวเอง ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับชีวิตสังคมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการเดินทางเพื่อ เข้าร่วมสัมมนาวิชาการ ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ทำให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาหรือเหล่านักวิชาการ ได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้

2.5 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพของแรงงานเข้าสู่เมืองใหญ่ ในกรณีที่ท้องถิ่นกำเนิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยความรักในถิ่นบ้านเกิดจึงทำให้ผู้คนในท้องถิ่นไม่ เดินทางไปหางานทำในเมือง

2.6 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นหานำทรัพยากรที่มีค่า รวมถึงทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการ เสริมรายได้ให้กับท้องถิ่น และยังเป็น การหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของการผลิตของที่ระลึก ให้ทันสมัยและคุณภาพดียิ่งขึ้น

2.7 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยป้องกันการแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม เมื่อท้องถิ่นมีผู้คนเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่นมีอาชีพ ทำให้เกิดความเข้มแข็ง ในสังคม ส่งผลให้ผู้ก่อการร้ายหรือข้าศึกเข้าแทรกซึมบ่อนทำลายได้ยาก

2.8 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี เมื่อประชากร ในประเทศเดียวกันเดินทางไปท่องเที่ยวยังท้องถิ่นใดภายในประเทศ ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่ง กันและกัน ไม่ว่าจะป็นระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือระหว่างคนในท้องถิ่นต่อนักท่องเที่ยว ล้วนก่อให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะด้วนกันทั้งสิ้น

2.1.4 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ อ้างถึงใน (วาริชต์ มัชยมนุรุช, 2553) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้ 3 รูปแบบหลัก คือ

1. รูปแบบการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)
2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)
3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติทางทะเลและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo – Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์ โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอก หินย้อย เพื่อดูความงดงามของภูมิประเทศที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพื้นโลก

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro – Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological – Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้น เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวตามจักราศี ที่ปรากฏขึ้นบนท้องฟ้าในแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล เกิดเป็นความประทับใจ ความทรงจำและเพิ่มพูนประสบการณ์

2. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical – Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical – Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อหาความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในท้องถิ่น ที่จัดโดยชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อการเรียนรู้และเข้าใจต่อสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะโดดเด่น รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อความเพลิดเพลินและความรู้ และได้เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น

3. การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจ ให้ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ รวมถึงความรู้ต่อการรักษาคุณค่า ซึ่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu – Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อศึกษาปรัชญาทางศาสนา สัจธรรมแห่งชีวิต รวมถึงการฝึกทำสมาธิ ให้มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งเน้นเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและการเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านกระเหรียงคอยาว หมู่บ้านไทยโซ่ง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด และความสนใจทางด้านกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น ผจญภัย ได้ความทรงจำและประสบการณ์ชีวิตใหม่ ๆ

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay and Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้เคียงกับครอบครัวของชาวบ้านในท้องถิ่นที่มาเยือน เพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายชีวิต หลังเกษียณอายุจากการทำงาน มาใช้ชีวิตในต่างแดน เพื่อเป็นการเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี ครั้งละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Income Travel) หมายถึง การจําหน่ายให้แก่มูลค่าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการขายสินค้าตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง ส่วนใหญ่เป็นการจําหน่ายการพักรวมตั้งแต่ 2 – 7 วัน

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE Tourism) หมายถึง การจําหน่ายให้แก่มูลค่าของธุรกิจที่จัดประชุม มีการจําหน่ายที่มาก่อนการประชุม (Pre Tour) และจําหน่ายนำเที่ยวหลังการประชุม (Post Tour) เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือผู้ติดตาม อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรวม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ผู้จัดการท่องเที่ยว นำเอารูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น มาจัดเป็นรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเกษตร (Eco – Agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro – Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco – Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประวัติศาสตร์ (Geo – Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco – Adventure Travel) เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว คือการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ 1) การเดินทาง (Travel) ที่มีการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าโดยไม่ได้ถูกบังคับหรือถูกว่าจ้าง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้ 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) ที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวนั้น จะต้องเป็นสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอกับความต้องการและความพอใจให้กับผู้ที่มาเยือน และสุดท้ายจะต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม 3) จุดประสงค์ (Purpose) ในการเดินทางนั้น ต้องไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ และความสำคัญของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้แก่ภาคอุตสาหกรรม ทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างรายได้ให้แก่ผู้คนในแหล่งท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2.1 ความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในประเทศไทย ถือได้ว่าเริ่มมีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปแบบและเป็นระบบมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว และเพิ่มรูปแบบทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดปี และเพื่อเพิ่มการกระจายตัวไปทั่วภูมิภาค การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับการเข้าไปสัมผัสกับธรรมชาติ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ด้วยวิธีต่าง ๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกที่จะอนุรักษ์และตระหนักถึงความสำคัญของธรรมชาติและการรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดำรงอยู่ได้โดยไม่มีการทำลาย ดังนั้นทุกคนควรคำนึงถึงความสำคัญที่จะช่วยรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนไม่ให้เสื่อมโทรมเนื่องจากมีความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศเกษตรกรรม พร้อมทั้งมีความหลากหลายในการประกอบอาชีพ

ทางการเกษตร มีภูมิปัญญาทางการเกษตร มีชื่อเสียงทางด้านไม้ผล ข้าว การประมง และกิจกรรมปศุสัตว์ที่ก้าวหน้ามาแต่โบราณ ความหลากหลายดังกล่าว จะเป็นสิ่งดึงดูดใจและนำความประทับใจมาสู่นักท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมกับเกษตรกร สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ วิถีชีวิตการเกษตรที่ผสมผสานกิจกรรมทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ตลอดจนการศึกษา เรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านกระบวนการประกอบสัมมาชีพอย่างใกล้ชิด และยังเพิ่มการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น การกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ชัดเจนนั้น จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นแนวทางดำเนินการกำหนดตัวชี้วัดและกำหนดระดับมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป เพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน รวมทั้งกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการ คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่ไปตามระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่กำหนดไว้ต่อไป (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

2.2.2 มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมายถึง การกำหนด แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ การบริการและความปลอดภัย เพื่อการยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

1. ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

โดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ปัจจัยหลักหรือปัจจัยรอง ตัวแปรหลักหรือตัวแปรรอง ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงคุณลักษณะขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับนำไปใช้ในการประเมินคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

2.2.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ การเพาะปลูกการเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน

2. แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการและการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชนและบุคคลทั่วไป

3. แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยว ขนาดใหญ่ (51 ไร่ ขึ้นไป) ขนาดกลาง (21 – 50 ไร่) และ ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 20 ไร่)

(สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

2.2.4 กรอบแนวคิดและกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การกำหนดกรอบแนวคิดและกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พิจารณาจาก องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5 ปัจจัย ร่วมกับมุมมองด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน 5 ปัจจัย ดังนี้

1. องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 1. ปัจจัยด้านความดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)
 2. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
 3. ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
 4. ปัจจัยด้านความหลากหลายของกิจกรรม (Activities)
 5. ปัจจัยด้านที่พัก (Accommodation)
2. มุมมองด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
 1. ปัจจัยด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Site Management)
 2. ปัจจัยด้านแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร (Knowledge Management)
 3. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participations)
 4. ปัจจัยด้านความมีไมตรีจิต (Hospitality)
 5. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)

ผลการพิจารณาปัจจัยย่อยทั้ง 10 ปัจจัย สามารถกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ 4 องค์ประกอบ คือ

1. ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
2. ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
4. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงาน วางแผน ควบคุม ดูแลและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนประกอบด้วย 10 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจาก การวางแผนบุคลากร งบประมาณ ผลผลิตทางการเกษตร แผนการตลาด เป็นต้น
2. การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น กำหนดเขต การใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการเกษตร พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว พื้นที่อนุรักษ์ ถนนและลานจอดรถ เป็นต้น
3. การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมด้านการรักษาความปลอดภัย การรักษาพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย
4. การจัดการของเสียในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ขยะ สิ่งปฏิกูล น้ำเสีย และมลพิษในอากาศที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. การยอมรับและความร่วมมือกับชุมชนโดยรอบ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในวิสาหกิจชุมชน การศึกษาวัฒนธรรม การจ้างงานและสร้างรายได้ในชุมชน
6. การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน
7. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรักษาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิต ได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ การผลิตแบบปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัย
8. การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การรักษาความสะอาดห้องน้ำและที่พัก การดูแลรักษาระบบถนน ไฟฟ้า ประปา และโทรศัพท์การปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
9. การส่งเสริมการขาย เพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ การแปรรูปผลผลิตการเกษตรไปเป็นผลิตภัณฑ์เกษตร การพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ การยกระดับมาตรฐานสินค้าไปสู่สากล เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสำหรับลูกค้า
10. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายโฆษณาการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความพร้อมในการจัดหาบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. เส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวกและปลอดภัย (ความสะดวกพิจารณาจากช่วงเวลาที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต่อปี)

2. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต

3. ความพร้อมด้านที่พักสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีหรือไม่มีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก เช่น ที่พักแบบโฮมสเตย์ หรือแบบกางเต็นท์นอน

4. ความพร้อมด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น ไม่มีอาหารบริการ มีอาหารบริการ เฉพาะเมื่อสั่งจองล่วงหน้า และมีร้านอาหารบริการในแหล่งท่องเที่ยว

5. การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว หรือไม่มีกระจาย หรือส่งนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นหรือไม่เมื่อมีนักท่องเที่ยวเกินกว่าจำนวนที่กำหนด

6. การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการรองรับนักท่องเที่ยว มีบุคลากรพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลาหรือไม่ และมีเพียงพอหรือไม่ ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

7. การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว มีการกำหนดช่วงฤดูกาล หรือระยะเวลา เปิด-ปิด ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวได้ตลอดปีหรือไม่

องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าที่ให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 9 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยว มีการบรรยาย แนะนำสถานที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยว แจ้งให้ทราบถึงกติกาและการปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวขณะเยี่ยมชม หรือพักอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

2. มีมัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่ออธิบายถ่ายทอดความรู้และข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน มัคคุเทศก์หรือผู้นำชมสามารถพูดภาษาต่างประเทศได้หรือไม่

3. ร้านขายของใช้ประจำวัน ของฝากและของที่ระลึก สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว จับจ่ายซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว หรือนำกลับบ้าน

4. ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่เสริมสร้างความรู้ การพักผ่อนและให้ความบันเทิงภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ประเภท

5. การให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว เช่น เอกสารหรือ แผ่นพับ บอร์ดหรือป้ายแสดงข้อมูลหรือความรู้ด้านการเกษตร และการสาธิตวิธีปฏิบัติ

6. การให้บริการด้านยานพาหนะเยี่ยมชมสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ บริการรถพ่วงรถจักรยานหรือพาหนะต่าง ๆ สำหรับบริการนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ หรือส่วนบุคคล

7. การให้บริการติดต่อสื่อสารสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการส่งจดหมาย โทรศัพท์ภายในและภายนอกประเทศ บริการอินเทอร์เน็ต

8. การให้บริการการฝึกอบรมและการถ่ายทอดองค์ความรู้ ได้แก่ การให้บริการอุปกรณ์ฝึกทักษะเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการให้บริการฝึกอบรมเป็นหมู่คณะ

9. การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับบริการผู้สูงอายุและคนพิการหรือไม่ ที่สำคัญ ได้แก่ ห้องน้ำ ทางลาดเอียง ทางสัญจร ลี้อเพื่อการเรียนรู้และฝึกอาชีพผู้สูงอายุและคนพิการ

องค์ประกอบที่ 4 ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึงความสามารถในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 8 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. ความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรและองค์ความรู้เฉพาะ ที่เป็นต้นแบบของการทำเกษตรกรรม เช่น การผลิตพืชแบบไม่ใช้ดิน ฟาร์มโคนมสมัยใหม่ ที่มีคุณค่า ต่อการเรียนรู้ และมีการถ่ายทอดความรู้ให้นักท่องเที่ยว

2. ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเกษตร ทฤษฎีใหม่การเกษตรกรรมแบบธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์ การผลิตสารชีวภาพเพื่อกำจัดศัตรูพืช เป็นต้น

3. สภาพธรรมชาติและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยว มีความสวยงามตามธรรมชาติ หรือได้รับการและตกแต่งภูมิทัศน์ให้มีความสวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติ

4. ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท ภายในระยะรัศมี 20 กิโลเมตรมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ หรือไม่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

5. การได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณ จากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น รางวัลกินรี รางวัลโลกสีเขียว ตราสัญลักษณ์ เป็นต้น

6. ความโดดเด่น และหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อจำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ไวน์ สบู่สมุนไพร ผลไม้แปรรูป สินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

7. ความโดดเด่นและความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การอบการนวดและประคบสมุนไพร การขี่ม้า การรีดนมวัว การเก็บผลไม้ การคราดหอย การตกปลา การนั่งช้าง เป็นต้น

8. การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร ได้แก่ การร่วมกิจกรรมและพักค้างคืนกับเกษตรกรในที่สูง การสัมผัสชีวิตของชาวนาไทยในภาคกลาง การร่วมกิจกรรมกับชาวประมงชายฝั่งทะเล การร่วมกันอยู่และทำกิจกรรมกับชาวสวนอัมพวา เป็นต้น (สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557)

2.2.5 แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

รวิไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ได้ระบุถึงความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เริ่มจากแนวความคิด หรือการคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศจัดกิจกรรมจัดรูปแบบทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ และอยากเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทางการท่องเที่ยวและสร้างรายได้กระจายสู่ท้องถิ่นสู่ผู้ประกอบการนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แยกประเภททรัพยากรจัดกิจกรรม 7 กิจกรรม และได้นำเสนอแพร่เป็น Amazing Thailand เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนหนึ่งใน Amazing Thailand คือ “การเกษตรไทย” หรือ Amazing Agricultural Heritage ซึ่งแบ่งเป็นกิจกรรมย่อย ๆ ได้แก่ 1. การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑชาข้าว ความรู้เรื่องข้าว สายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

2. การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวน กุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชาติไม้กระถางทุกประเภท รวมถึงไร่ทานตะวัน

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

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

5. การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องดื่มน้ำ เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

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

7. งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่างๆ (Festival) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกชุก อาทิ มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่ งานเทศกาลลำไย งานเทศกาลกินปลา เป็นต้น

การเที่ยวสวนเกษตรในเมืองไทยนั้นมีมานานแล้ว ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมของเพื่อนๆ ที่รู้จักมักคุ้น ไปดูความสำเร็จ ไปชื่นชมกับผลิตผลในไร่ ในสวน ในฟาร์ม เจ้าของกิจการ เจ้าของสวน ให้การต้อนรับผู้ไปเยี่ยมชม การนำชมกิจการ การอธิบายให้ทราบถึงปัญหา การแก้ไขปัญหา การถนอมเลี้ยงดูจนกระทั่งได้รับความสำเร็จ และส่งออกไปขาย ในทำนองเดียวกันเจ้าของสวน เจ้าของฟาร์มก็จะมีสภาพภูมิใจที่มีคนต่างถิ่นต่างอาชีพมาสนใจ เขาเหล่านั้นยินดีที่จะต้อนรับอย่างมีอัธยาศัยไมตรีใจดีและใจเย็นสวนเกษตร สวนผลไม้ นับเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งจัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เกษตรกรเป็นผู้สร้างขึ้น เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง “การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร สวนเกษตรสวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในการสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น”

ผลจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นับว่าเป็นการสร้างรายได้โดยตรงให้กับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ผลิต นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมแล้ว ยังได้ซื้อผลิตผลต่างๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำในอาชีพปกติ เช่น

1. สามารถจำหน่ายต้นอ่อน และเมล็ดพันธุ์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวซื้อกลับไปทดลองปลูก หรือไม่บางคนอาจนำไปขยายอาชีพเสริมต่อ เป็นเกษตรกรใหม่เพิ่มขึ้น เป็นการสร้างงานสร้างอาชีพใหม่ได้

2. สามารถขายผลิตผลที่เก็บได้ส่งให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ช่วยขยายตลาดขายปลีก และขายส่งให้กับเกษตรกรได้

3. ผลิตผลบางชนิดที่จำหน่ายสดไม่ทันสามารถแปรรูปเป็นผลิตผลอีกรูปแบบหนึ่ง จัดทำเป็นของแห้ง เป็นการถนอมอาหารจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวเป็นรายได้เพิ่มพูนจากเดิม

4. มีส่วนแนะนำสู่ทางธุรกิจการเกษตรเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวและเกษตรกรที่ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด สามารถช่วยขยายผลจากการทำการเกษตรต่อไปทางธุรกิจอื่น ๆ ได้อีก นับเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพเพิ่มขึ้น อาทิการทำธุรกิจผลไม้สดกับเครื่องจักสาน เครื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

5. การจัดการท่องเที่ยวแวะพัก ชมสวนเกษตร ยังทำให้เพื่อนบ้านสามารถขายสินค้า ทั้งจากสวนเกษตร และสินค้าจำพวกอาหาร เครื่องดื่มได้เพิ่มขึ้นสวนเกษตรและสวนผลไม้ นับเป็น

สถานที่ที่มีความอ่อนไหว ปรึะบาง หากได้รับความกระทบกระเทือน หรือผลกระทบจากการขาดความระมัดระวังแล้ว ย่อมทำให้เกิดความเสียหาย ต้นไม้ตายจากการติดเชื้อ หรือสัตว์ตัวเล็ก ๆ อาจติดเชื้อเกิดโรคระบาดและตายลงได้เรื่องนี้มิใช่กล่าวโง่ไม่มีเหตุผล ความเสียหายของสวนผลไม้ที่เกิดจากการรับบริการนักท่องเที่ยวที่ไม่รู้วิธีการเที่ยวที่คั้นั้น ประการหนึ่ง คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่รู้วิธีการเที่ยวสวนที่ดี เข้าไป เค็ด หัก เอาผลไม้จากต้น ทำให้กิ่งก้านต้นไม้ฉีกเกิดรอยแผล อาจมีเชื้อราเข้าไปทำให้ลำต้น กิ่งเน่าตายได้ ประการที่สอง บางคนที่ไม่รู้เรื่อง ผลอ่อน ผลแก่ ไปหักเอามาแล้วทิ้ง ทำให้เจ้าของสวนขายไม้ได้เกิดความเสียหาย

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) จึงต้องมีการบริหารจัดการที่ดี คือเจ้าของสวนผู้จัดนำเที่ยวรวมถึงมัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยว บุคคลทั้ง 3 กลุ่มที่เกี่ยวข้องกันจะต้องรู้วิธีการจัดการอย่างมีระบบ การเริ่มต้นจากเจ้าของสวนหรือกลุ่มเกษตรกร ผู้ดำเนินการตัดสินใจว่าจะจัดส่วนหนึ่งของสวนเป็นสถานที่บริการท่องเที่ยวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละ 1 รถบัส 30-35 คน กำหนดเส้นทางเดินชมสวนแบบเป็นวงรอบหรือวงกลม เพื่อป้องกันนักท่องเที่ยวเดินซ้ำซ้ำทางเดิน มีจุดสาธิตการเก็บผลเพื่อให้ได้รู้ได้เห็นกับตา จนกระทั่งเก็บผลออกสู่ตลาดได้ มีจุดแบ่งผลไม้ให้ลองชิม และมุมจำหน่าย สวนบางแห่งมีแปลงสาธิตได้เพื่อรองรับบริการนำเที่ยวโดยเฉพาะกันไว้ต่างหากจากสวนผลไม้ที่เก็บออกสู่ตลาด บุคลากรกลุ่มที่สอง คือ เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว รวมถึงมัคคุเทศก์นำชมจะต้องมีความรอบรู้ถึงการทำสวนผลไม้แต่ละชนิด ประคองผู้แทนของสวนเพื่อตอบข้อมูลนำชมสิ่งที่จะต้องรอบรู้มากกว่าเจ้าของสวน ทำหน้าที่เหมือนคนกลาง ที่รู้เขา รู้เรา และรู้ว่าสิ่งใดที่ควรปฏิบัติ สิ่งใดที่ไม่ควรปฏิบัติเมื่อไปเที่ยวสวน วิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องนั้น เมื่อมีนักท่องเที่ยวจะซื้อรายการนำเที่ยว ฝ่ายต้อนรับจะต้องอธิบายวิธีเตรียมตัวเที่ยวสวนให้นักท่องเที่ยวทราบด้วยทั้งข้อห้ามข้อควรปฏิบัติ เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้เตรียมตัวเตรียมใจ นอกจากนั้นต้องเสนอข้อควรพิจารณาเพื่อเที่ยวสวนเสร็จแล้ว มีเอกสารแนะนำ เตรียมอุปกรณ์ของใช้เดินทาง

บุคลากรกลุ่มที่สาม คือ นักท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่มีการเตรียมตัวเดินทาง เตรียมอุปกรณ์ของใช้พร้อม มีความสนใจใฝ่รู้ มีความรอบรู้วิธีการปฏิบัติตัวเมื่อจะเที่ยวสวน สิ่งหนึ่งคือต้องไม่เบียดเบียนทั้งเจ้าของสวนและต้นไม้ เช่น เมื่อเห็นผลไม้ออกลูกสะพรั่งอยู่บนต้น ก็ควรจะห้ามมุดถ่ายรูปให้สวยงาม ไม่ควรใช้มือแคะ จับ เค็ด หาเป็นต้นที่เจ้าของสวนอนุญาตให้เก็บเอาได้ก็ควรใช้กรรไกรตัดออกมาตามที่เขาสาธิตให้ชม เพื่อไม่ให้กิ่งบอบช้ำ การถ่ายรูปควรระวังมิให้เหยียบหรือเบียดกิ่งจนต้องหักเสียหายได้การบริหารจัดการของเจ้าของสวน

1. จัดเตรียมสถานที่นำชม ควรเป็นเส้นทางวงรอบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นจริง
2. หากมีมุมสาธิตได้ ควรจัดเจ้าหน้าที่เตรียมสาธิตให้ชม
3. มีมัคคุเทศก์นำชมสวน สามารถอธิบายได้ดีเท่ากับ หรือดีกว่าเจ้าของสวน

4. จัดมุมสถานที่พักผ่อน จัดมุมบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ทั้งของในสวนและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง พร้อมคิดราคาให้ชัดเจน

5. จัดเตรียมอุปกรณ์ที่ทันสมัย

6. มีการจัดห้องสุขาที่สะอาดแนวทางการเตรียมตัวไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้เสนอแนวทางการดำเนินงานการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพร้อมบริการวิธีการดำเนินงาน

1. เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ กอวางแผน โครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำการศึกษาและสำรวจว่ามีศักยภาพ 3 ระดับ คือ A = ระดับดีมาก B = ระดับดี C = ระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากความพร้อมของพื้นที่ และความพร้อมการบริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2. ส่งแบบสอบถามถึงแหล่งที่มีศักยภาพตามข้อ 1. เพื่อประเมินเบื้องต้นก่อนออกสำรวจ

3. ออกสำรวจพื้นที่ สัมภาษณ์ ถ่ายภาพ และทำแผนที่เดินทางในพื้นที่ที่มีการตอบรับ

4. จัดทำต้นฉบับภาษาไทย / อังกฤษ และดำเนินการจัดพิมพ์เอกสารเผยแพร่หลักเกณฑ์การพิจารณาความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรพร้อมบริการที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้มีหลักเกณฑ์การพิจารณาความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

1. พื้นที่ที่มีการจัดเส้นทางนำชมในพื้นที่ โดยจัดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าชมแยกจากพื้นที่เกษตรจริง

2. มีพื้นที่ / โรงเรียนคัดแยกและบรรจุผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

3. มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสด / แปรรูป พร้อมคิดป้ายราคาชัดเจน

4. มีวิทยากรบรรยาย

5. มีป้ายสื่อความหมาย

6. มีเอกสารเผยแพร่

7. ยินดีรับบริการนักท่องเที่ยวเมื่อมีการแจ้งวัน / เวลาล่วงหน้า

8. กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ราคาเข้าชมสถานที่ และค่าบริการอื่น ๆ (มีใบเสร็จรับเงินหรือหลักฐานการรับเงินมอบให้)

9. เปิดบริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการ

10. จัดอาหารพื้นบ้าน น้ำดื่ม เครื่องดื่มจำพวกพืชสมุนไพร / น้ำผลไม้ บริการ

11. มีบริเวณที่จอดรถ

12. มีห้องสุขาบริการ

2.2.6 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สำนักพัฒนาเกษตรกรรมส่งเสริมการเกษตร (2541) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัยฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้รับความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้เหนืออื่นใดคือการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้เข้าใจภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกรรมรากฐานของแผ่นดินไทยที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าภายใต้แนวคิดปรัชญา องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทยได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณีรูปแบบกิจกรรมและการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงามที่บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน ได้รับความประทับใจที่เกิดจากการได้ชมชิมซื้อผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะและประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยวทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาจัดกิจกรรม จัดรูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยวเพื่อขยายเส้นทางทางการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

2.2.7 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้เหนืออื่นใดนี้คือการได้หวนกลับไปค้นหาเรียนรู้ เข้าใจ ภาคภูมิใจกับอาชีพเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตรสวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆสถานที่ราชการตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัยเพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่าง ๆ ได้รับความรู้ได้ประสบการณ์ใหม่ๆบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นการคิดค้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศ จัดกิจกรรม จัดรูปแบบ

ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทาง การท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นผู้ประกอบการนั้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการส่งเสริม การหารายได้เข้าประเทศมีการส่งเสริมโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยรวมเอาการท่องเที่ยว (รายได้อันดับ1) และการเกษตร (รายได้อันดับ2) เข้าด้วยกัน ผลที่ได้คือนักท่องเที่ยวได้ทั้งเที่ยวและชม ผลผลิตทางเกษตรตลอดจนถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวบ้านในพื้นที่ (อติเทพ เลขยัน, 2552)

2.2.8 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลาย กิจกรรมแล้วแต่สภาพจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง ได้แก่

1) ประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร โดย นักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตในสวนหรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บได้ และทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะ สั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ขี่ควาย นั่งเกวียน และอื่น ๆ

2) ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนในหมู่บ้าน การให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับชีวิตของชาวชนบทเกษตร โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะอาด และสะอาด

3) ประเภทอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านการทำ การเกษตรแผนใหม่เช่น การปลูกและการดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาจมีการให้ ใบประกาศนียบัตรด้วย การเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การศึกษาแมลงที่มีประโยชน์ พืชผัก พื้นเมืองที่กินได้ การทำน้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลโตนด ๆ ล ๆ

4) ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของเกษตรกร ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผลไม้สด ดอกไม้สด เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อ ไปปลูก

5) ประเภทให้รู้ทางธุรกิจ ช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาจากธุรกิจตกต่ำให้ นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อหาช่องทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตรเพราะ เป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนเร็ว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่ เกษตรกรแล้วยังเป็นหนทางที่ช่วยภาคเอกชนที่รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอีกด้วย (อติเทพ เลขยัน, 2552)

2.2.9 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่น

จากการแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ การท่องเที่ยวไร่่องุ่นก็ถือว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งจัดอยู่ในรูปแบบการ ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ และได้มีการให้คำนิยามในลักษณะใกล้เคียงกันไม่ว่าจะเป็น Hall et

al., (2000) ที่ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวในไร่องุ่นว่าเป็นการเยี่ยมชม ไร่องุ่น โรงผลิตไวน์องุ่น เทศกาลไวน์ และการแสดงไวน์เพื่อชิมไวน์องุ่น หรือรับประทานจากแหล่งปลูกองุ่น ทำไวน์ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่กระตุ้นผู้มาเยือน รวมถึง Carlsen and Charters (2006) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นไว้ใกล้เคียงกันว่า เป็นการเยี่ยมชมไร่องุ่น โรงผลิตไวน์ เทศกาลไวน์ และการแสดงไวน์ โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อการันทนาการ นอกจากนี้แล้ว นักรเลิม งามอาจรานศาล (วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไร่องุ่นว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ในการชิม การบริโภค หรือซื้อไวน์ จากแหล่งผลิตโดยตรง หรือสถานที่ใกล้เคียง การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ส่วนมากคือการเยี่ยมชมโรงผลิตไวน์ ส่วนองุ่น ภัตตาคารที่เสิร์ฟไวน์ชนิดพิเศษ หรือการเยี่ยมชมเทศกาลไวน์ต่าง ๆ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นเป็น อุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งมีการเติบโตค่อนข้างสูงในประเทศแถบยุโรป ก่อให้เกิดการเยี่ยมชมไร่องุ่นจนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวตั้งแต่ในช่วงยุค Grand Tour และการเดินทางตามเส้นทางไวน์ก็ได้กลายมาเป็นการท่องเที่ยวตั้งแต่ช่วงยุคปี ค.ศ. 1920 ในประเทศเยอรมนี Hall et al (2000) ไร่องุ่นหลายแห่งมีการปรับปรุงพัฒนาสถานที่ปลูกองุ่นให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่า และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและเช่าพื้นที่ในการจัดจำหน่ายไวน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ชื่นชอบในการดื่มไวน์ ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตแห่งเกษตรกรรมได้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้นตัวอย่างที่เห็นได้เด่นชัด ได้แก่ นาปาวัลเลย์ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ในช่วงปี ค.ศ. 1831 เป็นเพียงที่ตั้งรกรากของชาวพื้นเมืองแต่ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุ และมีสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกองุ่น Robert Mondavi ได้พัฒนาจากแปลงองุ่นให้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นทัวร์โรงผลิตไวน์มีการให้ลองชิมไวน์โดยมีแรงบันดาลใจมาจากการพบเห็นการให้ชิมไวน์ควบคู่ไปกับอาคารรสเลิศในประเทศฝรั่งเศส ทำให้นาปาวัลเลย์ กลายเป็นที่ยอมรับของนักชิมไวน์โดยทั่วไปโดยมีเอกลักษณ์โดดเด่นในความเป็นเลิศของไวน์ อาหาร ศิลปะ และไลฟ์สไตล์ มีรีสอร์ตระดับ 5 ดาวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละปีได้จำนวนมาก (สุทธิศักดิ์ สุจริตานนท์, 2550)

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวสวนเกษตรในเมืองไทยส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวเยี่ยมชม ความงดงาม การพักผ่อนหย่อนใจ การหาประสบการณ์ ที่มีความหลากหลายของแต่ละแหล่งที่เจ้าของสวนเกษตรจัดเตรียมไว้ ชมและดูความสำเร็จ ชื่นชมกับผลผลิตในไร่ ในสวน ในฟาร์ม เจ้าของสวนให้การต้อนรับผู้ไปเยี่ยมชม เพื่อนำชมกิจการ สร้างกิจกรรม สร้างแหล่งเรียนรู้ อธิบายให้ทราบถึงปัญหา การแก้ไขปัญหา การถนอมเลี้ยงดู จนกระทั่งได้รับความสำเร็จและส่งออกขาย ในทำนองเดียวกันเจ้าของสวน เจ้าของฟาร์ม ก็จะมีภาคภูมิใจที่มีคนต่างถิ่นต่างอาชีพมาสนใจ เขาเหล่านั้นยินดีที่จะต้อนรับอย่างมีอัธยาศัยไมตรี สวนเกษตรสวนผลไม้ นับเป็นทรัพยากรทางการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทหนึ่งที่ดีว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่เกษตรกรเป็นผู้สร้างขึ้น เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3.1 ความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายหลักของการตลาด Kotler and Armstrong (2004) ซึ่งให้เห็นว่าหัวใจหลักของการตลาดคือ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด ดังนั้น ความพึงพอใจของลูกค้าจึงกลายเป็นหัวข้อ สำคัญที่นักการตลาดและนักวิชาการให้ความสนใจและได้ทำการวิจัยกันมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ระยะเวลาประมาณกว่า 20 ปีมาแล้ว ความพึงพอใจจัดได้ว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งในทฤษฎีของพฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้หลักการตลาดในภาพกว้างในส่วนของทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภคนี้ ความพึงพอใจมีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behaviour) โดยที่ Kotler and Armstrong (2004) ได้อธิบายว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนั้นจะเริ่มตั้งแต่การที่ผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงความจำเป็นและมีความต้องการก่อนที่จะเริ่มเสาะหาข้อมูลของแต่ละแนวทางในการตอบสนองต่อความต้องการนั้น หลังจากนั้นผู้บริโภคก็จะทำการประเมินแต่ละทางเลือกหรือแต่ละสินค้า และบริการแล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ตนคิดว่าจะตอบสนองต่อความต้องการได้ดี และคุ้มค่าที่สุดหลังจากได้เลือกซื้อ และบริโภคแล้ว พฤติกรรมต่อมาของลูกค้าคือการเกิดของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจกับสินค้าหรือบริการที่ตนได้ เลือกซื้อ ซึ่งระดับของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอื่น ๆ ต่อไปอีก เช่น ซื้อซ้ำ ไม่ซื้ออีก บอกต่อไปยังผู้อื่น หรือร้องเรียนในกรณีที่มีระดับความไม่พอใจสูง

2.3.2 ความหมายของความพึงพอใจ

(Maslow 1970) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ ที่พอใจหรือที่ประทับใจของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับ โดยสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจ บุคคลทุกคนมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง และมีความต้องการหลายระดับ ซึ่งหากได้รับการตอบสนองก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ การจัดการเรียนรู้ใด ๆ ที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจ การเรียนรู้นั้นจะต้องสนองความต้องการของผู้เรียน ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ที่สำคัญสรุปได้ดังนี้ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ Maslow (Needs-Hierarchy Theory) เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนี้

1. ลักษณะความต้องการของมนุษย์ ได้แก่

1.1 ความต้องการของมนุษย์เป็นไปตามลำดับชั้นความสำคัญ โดยเริ่มระดับความต้องการขั้นสูงสุด

1.2 มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอเมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็มีความ

ต้องการสิ่งใหม่เข้ามาแทนที่

1.3 เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่อสิ่งนั้น แต่จะมีความต้องการอยู่ในระดับสูงเข้ามาแทน และเป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมนั้น

1.4 ความต้องการที่เกิดขึ้น อาศัยซึ่งกันและกัน มีลักษณะควบคู่ คือ เมื่อความต้องการอย่างหนึ่งยังไม่หมดสิ้นไป ก็จะมีความต้องการอีกอย่างหนึ่งเกิดขึ้นมา

2. ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ มี 5 ระดับ ได้แก่

2.1 ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการ อาหาร น้ำ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย และความต้องการทางเพศ ความต้องการทางด้านร่างกายจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการทั้งหมดของคนยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2.2 ความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย (Security Needs) เป็นความรู้สึกที่ต้องการความมั่นคงปลอดภัย ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งรวมถึงความก้าวหน้าและความอบอุ่นใจ

2.3 ความต้องการทางสังคม (Social or Belonging Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตรและความรักจากเพื่อน

2.4 ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องหรือมีชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการระดับสูงได้แก่ ความต้องการอยากเด่นในสังคม รวมถึงความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ ความเป็นอิสรภาพและเสรี และการเป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั้งหลาย

2.5 ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs) เป็นความต้องการระดับสูงของมนุษย์ ส่วนมากจะเป็นการนึกอยากจะเป็น อยากจะได้ตามความคิดเห็นของตัวเอง แต่ไม่สามารถแสวงหาได้

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (อ้างถึงในสำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร, 2538) กล่าวว่าทัศนคติหรือความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น โดยที่บุคคลจะมีความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับการต้องการขั้นพื้นฐาน โดยมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ

2.3.2 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

ปราณี คุเจริญไพศาลและนงลักษณ์ วิรัชชัย (2545) กล่าวว่า ในธุรกิจบริการ ความพึงพอใจของลูกค้ามักจะได้รับอิทธิพลจากคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานให้บริการและลูกค้า เช่น พนักงานสุภาพและให้เกียรติลูกค้า พนักงานแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่อบอุ่น พนักงานให้ความเป็นมิตร พนักงานให้ความเอาใจใส่และยอมให้เวลาเพื่อทำความรู้จักลูกค้าซึ่งหมายถึงท่าทางและท่าทีของพนักงานบริการที่แสดงต่อลูกค้าซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและพฤติกรรมการเป็นลูกค้าประจำ ดังนั้น ความพึงพอใจมีความสำคัญที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบเพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการและตอบสนองบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการหากกิจการ โดยนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการความคาดหวังของลูกค้าย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้น

2.3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

มีปัจจัยสำคัญ ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้า หรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญ ในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณา เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นจากการ ได้ยินข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มี อยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ / ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็น บุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานการบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของด้านการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้อง กับการออกแบบอาคารสถานที่ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่ เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการ ส่งผลให้การ ปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ (สาทิศย์ จินากักดี, 2550)

2.3.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2543) แบ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการออกเป็น 2 ประการดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ ว่าผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควร จะเป็นอย่างน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องที่จองไว้ ลูกค้าที่เข้าไปใน ภัตตาคารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง ผู้โดยสารจะสามารถเดินทางจาก ที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง หนึ่งหรือลูกค้าธนาคารจะได้รับการช่วยเหลือด้านสินเชื่อ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการ ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ ตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า ในสิ่ง ที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาท หน้าที่และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบ ต่องานการใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับ

แขกด้วยอัชชาศย์ไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระ พนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพเป็นกันเอง พนักงานธนาคารช่วยชี้แจงระเบียบข้อบังคับการยื่นขอสินเชื่อด้วยความเอาใจใส่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง

2.3.5 การวัดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการเรียนรู้ ประกอบกับระดับความรู้สึกลูกของนักเรียน ดังนั้น ในการวัดความพึงพอใจในการเรียนรู้ กระทำได้หลายวิธี ต่อไปนี้ (สารโรจน์ ไสยสมบัติ, 2534)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง
2. การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นวิธีที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตามข้อเท็จจริง
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการปฏิบัติกิจกรรม ขณะปฏิบัติกิจกรรม และหลังการปฏิบัติกิจกรรมจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจในการเรียนรู้สามารถที่จะวัดได้หลายวิธีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความ สะดวกความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ

ภณิกา ชัยปัญญา (2541) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

- 1) การใช้แบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
- 2) การสัมภาษณ์เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรงซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงได้ข้อมูลที่เป็นจริง
- 3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจากริยาท่าทางวิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกดีใจยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้เหมาะสมและเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้น เราสามารถวัดความพึงพอใจของบุคคลจากการวัดทัศนคติโดยอ้อมโดยวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน

นปภา พิธิฐุมกค, (2551) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้ทำงานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการบริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการที่จะทำให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญที่ฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้าคือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่จะทำให้เกิดความสุขาผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ่าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังก็ทำให้เกิดความพึงพอใจดังนั้นความพึงพอใจจึงมีความสำคัญที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการทั้งของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานบริการ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

2.4.1 ความหมายของการบริการ

Kotler and Armstrong (2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง ผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง ที่เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่เสนอขาย เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่ก่อให้เกิดความเป็นเจ้าของต่อสิ่งใด และอาจหมายความถึง กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตน และเกิดขึ้นขณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของลูกค้าที่ Gronroos (1990, อ้างถึงใน นุชจรินทร์ เทียบเพ็ลย, 2550) ได้ให้นิยามไว้ นอกจากนี้แล้ว Lovelock and Wright (2003) ยังได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ ปฏิบัติการหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการอาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้ เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

2.4.2 ลักษณะของการบริการ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549) ได้จำแนกความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการไว้ 5 ประการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การรับรู้รสชาติ ความรู้สึก การได้ยิน และการได้กลิ่นในการประเมินผลงานบริการได้ แต่จะสามารถรับรู้ว่าการบริการนั้นดีหรือไม่ก็ต่อเมื่อได้รับบริการนั้น ๆ แล้ว ในขณะที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็น จับต้อง หรือพิจารณาคุณสมบัติของสินค้าได้ก่อนการซื้อ เนื่องจากสินค้าจะมีตัวตนและคุณสมบัติที่ชัดเจน ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้ จึงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น และง่ายกว่าการตัดสินใจซื้อบริการ

2) บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การบริการมีการผลิตและบริการในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม ดังนั้นจึงเป็นข้อจำกัดในด้านผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลและข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งทำให้สามารถให้บริการได้เพียงครั้งละ 1 ราย พนักงานผู้ให้บริการ 1 คน จึงไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าหลาย ๆ รายในเวลาเดียวกันได้ ในขณะที่สินค้าสามารถแยกกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การซื้อ และการบริโภคออกจากกันได้อย่างชัดเจน สามารถผลิตได้ครั้งละจำนวนมาก และสามารถแบ่งแยกออกเป็นหน่วยย่อยและขายให้ผู้บริโภคได้พร้อมกันหลาย ๆ ราย

3) บริการมีความไม่แน่นอน (Variability) การผลิตสินค้าอาศัยปัจจัยสำคัญคือ วัตถุดิบ เครื่องจักร และกระบวนการผลิตที่สามารถเตรียมพร้อม ตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ง่ายกว่า แต่ปัจจัยสำคัญในการให้บริการไม่ได้มีเพียงวัตถุดิบ เครื่องจักร หรือกระบวนการบริการที่เหมือนกันเท่านั้น แต่อยู่ที่ส่วนบริการ และเกิดขึ้นเฉพาะสถานการณ์เดียวเท่านั้น คือ เมื่อให้และรับบริการในเวลาเดียวกัน ถึงแม้จะมีการวางแผนกระบวนการให้บริการไว้ล่วงหน้า แต่บริการส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับบุคคล

4) บริการทามาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous) การผลิตสินค้าสามารถจัดทำมาตรฐานได้ชัดเจนทั้งรูปแบบ คุณภาพ และปริมาณ ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการผลิต ควบคุม และตรวจสอบได้ เนื่องจากสามารถกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตได้ชัดเจนมากกว่า ในขณะที่การจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ ในการให้บริการเป็นส่วนช่วยให้กระบวนการบริการเกิดความสะดวกและคู่มือตัวตนเท่านั้น โดยปัจจัยหลักที่จะช่วยในการให้บริการคือ คน และคุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับทักษะ ความสามารถ และอัธยาศัยของผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการที่มีฝีมือ ประสบความสำเร็จได้เฉพาะบุคคลเท่านั้น ส่งผลให้การแข่งขันด้านการบริการทำได้ยากกว่า เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ รวมถึงการพยายามพัฒนาคุณภาพของบุคลากรให้เท่าเทียม และการขยายศักยภาพในการให้บริการ เนื่องจากการสร้างมาตรฐานโดยอาศัยการจัดการคนให้มีมาตรฐานเดียวกันเป็นเรื่องยาก

5) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการสามารถผลิตได้เพียงครั้งละหนึ่งหน่วย และเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเกิดการซื้อและบริการในขณะเดียวกัน แต่ความต้องการซื้อส่วนใหญ่จะไม่ตรงกันกับความต้องการขาย จึงทำให้เกิดการบริการที่ไม่พอเพียง เกิดการสูญเสียโอกาสกับลูกค้ารายอื่นๆ ที่ผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้ และเกิดความสูญเสียเปล่ากับพนักงานที่ต้องอยู่ว่าง ๆ ในขณะที่ลูกค้าน้อย ในขณะที่ธุรกิจผู้ผลิตสินค้าสามารถทำการคาดคะเนล่วงหน้าและทำการผลิตเก็บไว้เพื่อรองรับปริมาณความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แต่การบริการไม่สามารถทำได้ นักการตลาดจะสามารถออกแบบโปรแกรมทางการตลาดให้สามารถรองรับกับลักษณะเฉพาะด้านของบริการได้ หากทราบถึงความแตกต่างระหว่างบริการและสินค้าดังกล่าว

2.4.3 พื้นฐานสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, (2542) การจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการรับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น หากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวัง เฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจมีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้ สิ่งที่ถูกคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของงานบริการ โดยมีรายละเอียดดังที่ Christopher Vandermerve and Lewis อ้างถึงใน อินทิรา จันทร์ฐ (2552) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า

1. ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อสินค้าและบริการจะมีความแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการจะมีความแตกต่างกันในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน

3. ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ซึ่งได้แก่การรับบริการจากผู้ให้บริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน สำหรับกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องกันมาก่อน ลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectation) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย เป็นต้น

4. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริหารหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากร รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ ก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

5. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะต่าง ๆ กันและมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ

6. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับ และทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน

7. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการแสดงถึงอหิชาสัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ มีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ

8. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” หรือแผนในการให้บริการและพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิกิริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นามากำหนดเป้าหมายของการบริการ รวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงาน การตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่างสม่ำเสมอ

สุนันท์ บุญวโรดม (2543) สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการบริการหรือการให้บริการได้มีผู้ให้แนวคิดไว้ ดังนี้ กล่าวว่า “การบริการ” หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ Gronroos (1990) ได้ขยายความว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้าหรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า Stanton (1981) ได้ขยายความให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในความหมายที่ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้านลักษณะเฉพาะตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2540) กล่าวว่า งานบริการคืองานที่ไม่มีตัวตนสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าการบริการคือกิจกรรมหรืองานที่ไม่มีตัวตนและสัมผัสไม่ได้แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งสินค้าเกี่ยวกับบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือ การตัดสินใจซื้อบริการจะขึ้นอยู่กับความไว้วางใจของลูกค้าเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนเก็บรักษาสินค้าไว้ไม่ได้และไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ

2.4.4 แนวความคิดด้านคุณสมบัติของผู้ทำงานบริการ

สมิต สัจฉกร (2543) ได้กล่าวไว้ว่า คุณสมบัติ คือ ลักษณะประจำตัว ซึ่งบุคคลต้องมีก่อนที่จะได้มาซึ่งสิทธิหรือตำแหน่งการพิจารณาว่าผู้ใดมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานใด หมายถึงจะทำงานได้ดีในหน้าที่อะไรอาจพิจารณาจากลักษณะประจำตัวของผู้นั้น ลักษณะประจำตัวของผู้ที่ทำงานบริการได้คืออาจพิจารณาจากองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1) คุณลักษณะ หมายถึง สิ่งที่ใช้ให้เห็นความดีอาจเป็นสิ่งซึ่งปรากฏให้เห็นจากภายนอก เช่น ร่างกาย รูปร่าง เป็นต้น หรืออาจเป็นสิ่งซึ่งมีอยู่ภายใน เช่น จิตอารมณ์และความรู้สึกนึกคิด คุณลักษณะที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดีซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วน

2) พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกทางความคิดและความรู้สึก โดยทั่วไปจะเห็นได้จากการกระทำของบุคคลผู้ใดมีความคิดและความรู้สึกที่ดีก็จะมีกรกระทำที่ดี พฤติกรรมที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลดีจึงนับเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีเพื่อให้เกิดคุณสมบัติเช่นเดียวกับคุณลักษณะดังได้กล่าวมาแล้ว

2.4.5 คุณสมบัติของผู้ที่จะทำการบริการที่ดี

สมิต สัจฉกร (2543) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานบริการไว้ดังนี้

1) มีจิตใจรักงานบริการ คนเราจะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยความสมัครใจทุ่มเทแรงกายแรงใจให้แก่สิ่งนั้น ย่อมเกิดจากความมีใจรักเป็นทุนเดิม ดังจะเห็นได้จากการที่เราให้เวลาให้ความเอาใจใส่สนใจกับงานอดิเรก ไม่ว่าจะเป็นงานเขียนหนังสือ งานปลูกต้นไม้ หรืองานเก็บสะสมสิ่งของหายาก จึงต้องใช้ความมุ่งมั่นมานะเพียรพยายามเป็นพิเศษมากกว่างานปกติในหน้าที่ประจำ ซึ่งเป็นงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำไม่ได้เกิดจากความสมัครใจ เว้นเสียแต่งานในหน้าที่เป็นงานที่เรารักเราชอบเราถนัดเราก็จะเกิดความสมัครใจทำ ซึ่งจะเป็นผลให้เราเอาใจใส่ต่องานนั้น งานบริการก็เช่นกันผู้ซึ่งจะทำได้ดีจะต้องมีใจรักและชอบงานบริการ

2) มีความรู้ในงานที่จะบริการงานบริการต้องการความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญดังนั้นผู้ซึ่งจะทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริงมิฉะนั้นจะก่อให้เกิดความผิดพลาดตกหล่นเสียหายแก่งานบริการนั้นๆ ได้ผู้ที่จะทำงานบริการในแต่ละงานจึงต้องขวนขวายหาความรู้ในงานเฉพาะนั้นให้รู้แจ้งรู้จริงอย่างถ่องแท้เพื่อให้มีคุณลักษณะเพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการในงานที่ตนรับผิดชอบ

3) มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ เหตุผลที่ว่าผู้ทำงานบริการจำเป็นต้องรู้ในตัวสินค้าหรือบริการที่ตนจะเป็นผู้ให้บริการเพราะการให้ความรู้และสารสนเทศเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการเป็นส่วนสำคัญของงานบริการและเป็นงานบริการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนจะต้องทำในแต่ละหน้าที่หาก

ผู้ให้บริการไม่มีความรู้ในตัวสินค้าและบริการแล้วก็ไม่สามารถจะอธิบายหรือให้คำชี้แจงเป็นการช่วยเหลือแก่ผู้รับบริการได้

กล่าวโดยสรุปการบริการคือกิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือผลประโยชน์ใดๆที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจด้านลักษณะเฉพาะตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด โดยผู้ให้บริการมีคุณสมบัติ คือ ลักษณะประจำตัวมีจิตใจรักงานบริการมีความรู้ในงานที่จะบริการ มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ คุณลักษณะที่คิยอมนำมาซึ่งผลดีซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่จะต้องทำให้เกิดคุณสมบัติครบถ้วนจึงทำให้เกิดการบริการที่ดี

2.5 ประวัติการเพาะปลูกองุ่นในประเทศไทย

2.5.1 การเพาะปลูกองุ่นในประเทศไทย

องุ่นเป็นไม้ผล ซึ่งแต่เดิมเชื่อกันว่าไม่สามารถปลูกได้ในประเทศไทย เพราะเป็นไม้เมืองหนาว มีปลูกกันบ้างไม่มากในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว จนกระทั่งประมาณปี พ.ศ. 2497 – 2498 ศาสตราจารย์ คุณหลวงสมานวนกิจ และ ดร. พิศ ปันยาลักษณ์ ได้เอนำพันธุ์กิ่งและลำต้นใหม่จากรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศอเมริกา เช่น พันธุ์ Christmas ผลสีแดง Golden Muscat มีผลสีเหลืองมาทดลอง แต่ปรากฏว่ารสชาติไม่ดีเปรี้ยว เมล็ดใหญ่ เปลือกเหนียวไม่เหมาะสมกับการรับประทานสด ในปี พ.ศ. 2500 ซึ่งเป็นปีแรกที่ท่าน ศาสตราจารย์ปวิณ ปุณศรี เข้ารับราชการที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จึงได้รับมอบหมายจาก คุณหลวงสมานวนกิจ คณบดีคณะเกษตรในขณะนั้น ให้รับผิดชอบงานพัฒนาการปลูกองุ่นตั้งแต่นั้นมา โดยในช่วงปี พ.ศ. 2500 – 2504 ศาสตราจารย์ปวิณ ปุณศรี ได้สั่งพันธุ์องุ่นจากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียและจากประเทศออสเตรเลีย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทใช้รับประทานสดที่ตลาดโลกยอมรับ โดยส่วนมากจะเป็นสายพันธุ์ยุโรปเข้ามาปลูกทดลอง เช่น พันธุ์ Beauty Seedless, Black Hamburg, Black Rose, Canner, Flame Tokay, Gold, Gros Colman, July Muscat, Kandahar, Ohanez, Perlette, Purple Cornichon, Queen, Red Malaga, Ribier, Royal Ascot, Thompson Seedless, White Malaga, Cardinal, เป็นต้น แล ในปี พ.ศ. 2502 – 2503 ชาวสวน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมได้ประสบปัญหาโรคาคอดดำและขาดทุน จึงเริ่มสนใจในการปลูกพืชใหม่ คือองุ่นจึงร่วมกันทดลองกับ ศาสตราจารย์ปวิณ ปุณศรี และเป็นการค้าได้เป็นแห่งแรกในประเทศไทย และเริ่มพัฒนาการขยายการปลูกองุ่นไปยังอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จังหวัดสมุทรสาคร และสมุทรสงคราม อันเป็นแหล่งผลิตองุ่นเป็นการค้าที่สำคัญของประเทศไทย และที่สำคัญที่สุดก็คือประเทศไทยเป็นแห่งเดียวในโลกที่สามารถ

พัฒนาการปลูกองุ่นได้ในสภาพพื้นที่ดินนาซึ่งเป็นดินเหนียว มีน้ำท่วมขังในฤดูฝน โดยการยกแปลงแปลงปลูกเพื่อการระบายน้ำ โดยพันธุ์ที่สามารถปลูกเป็นการค้าได้สำเร็จคือ White Malaga และ Cardinal ทั้งนี้การวิจัยศึกษาต่าง ๆ ในช่วงนี้เน้นในเรื่อง การศึกษาด้านการตัดแต่งกิ่ง การทดลองเพื่อหาจำนวนตาบนกิ่งแก่ที่เหมาะสมในการบังคับให้ต้นองุ่นติดดอกติดผลตามต้องการ ซึ่งงานศึกษาต่าง ๆ ได้นำไปสู่ความสำเร็จจนสามารถปลูกองุ่นเป็นการค้าและสามารถบังคับให้อองุ่นออกผลตลอดปีได้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2503 เป็นต้นมา (สุรศักดิ์ นิลนนท์และจรัส เห็นพิทักษ์, 2546)

การขยายพื้นที่ปลูกอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องทำให้มีผลผลิตเข้าสู่ตลาดมาก แต่ปรากฏว่าคุณภาพขององุ่นสดกลับตกต่ำลง จากงานวิจัยในปี พ.ศ.2512 พบว่า ชาวสวนยังไม่รู้จักวิธีการใช้ปุ๋ยที่ถูกต้องในการปรับปรุงคุณภาพของผล งานวิจัยและพัฒนาองุ่นโดยทีมงานของอาจารย์ไม้ผล ภาควิชาพืชศาสตร์ ในขณะนั้น ซึ่งมี ศาสตราจารย์ชูพงษ์ สุขุมลนันทน์ ร่วมอยู่ด้วย ทำให้ชาวสวนได้รู้จักและทราบเป็นครั้งแรกว่า ปุ๋ยโปแตสเซียมซัลเฟต เป็นประโยชน์แก่การปลูกองุ่นอย่างไร ทำให้งานวิจัยและพัฒนาเรื่ององุ่นของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เข้มแข็งยิ่งขึ้น จากผลงานการทดลองปุ๋ยดังกล่าวเมื่อมีการประกวดองุ่นที่วัดบางช้างใต้ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ.2516 ท่าน ศาสตราจารย์ ดร. เดวิส ไลเดอร์ จากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย แอล เอ สหรัฐอเมริกา ร่วมตัดสิน ผลปรากฏว่าองุ่นที่ได้รับรางวัลชนะเลิศด้านคุณภาพผลองุ่นสดมาจากแปลงที่ทดลองปุ๋ยโปแตสเซียมซัลเฟต และพันธุ์องุ่นที่ปลูกได้ดีที่สุดที่ได้รับคำชมก็คือ White Malaga ด้วยเหตุการณ์อันสืบเนื่องครั้งนี้ ประเทศไทยได้รับเกียรติอย่างยิ่ง ในการพิมพ์ตำราองุ่นเล่มใหม่ ซึ่งตีพิมพ์เมื่อปี ค.ศ.1974 ชื่อหนังสือ General Viticulture, Revised and enlarged edition โดยได้กล่าวถึงการปลูกองุ่นในเมืองไทยนับเป็นครั้งแรกของตำราองุ่นที่เป็นมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา และใน ปี พ.ศ.2522 ฯ พณ ฯ นายกรัฐมนตรีพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ ได้ติดต่อบริษัทซีแกรม จากสหรัฐอเมริกาเพื่อสนับสนุนโครงการทำเหล้าองุ่นในประเทศไทย โดยมีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ร่วมมือกับกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทดลองปลูกพบว่า มีองุ่นบางพันธุ์เหมาะสมสามารถปลูกและใช้ทำเหล้าองุ่นได้ดี (สุรศักดิ์ นิลนนท์ และ จรัส เห็นพิทักษ์, 2546)

ปี พ.ศ. 2524 เป็นต้นมา ภาควิชาพืชสวน คณะเกษตร โดย รองศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์นิลนนท์ ได้เริ่มศึกษาการปลูกองุ่นทั้งชนิดมีเมล็ดและไม่มีเมล็ด โดยได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิงานวิจัยที่โครงการหลวงดอยอินทนนท์ โครงการหลวงท่า คอยอปางและห้วยลึก จังหวัดเชียงใหม่ และที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่า องุ่นรับประทานสดหลายสายพันธุ์สามารถส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเป็นการค้าได้ เช่น พันธุ์ไม่มีเมล็ด ได้แก่ Beauty Seedless, Ruby Seedless, Loose Perlette สำหรับพันธุ์มีเมล็ด ได้แก่ Early Muscat เป็นต้น

2.6 ประวัติไร่องุ่นกราน มอนเต้

2.6.1 ไร่องุ่นกราน มอนเต้

คณะผู้บริหาร

สกฤณา โลहितนาวิ President

วิสุทธิ์ โลहितนาวิ CEO & Managing Director

วิสุตา โลहितนาวิ Oenologist, Vineyard & Winery Operation Director

สุวิสุทธิ์ โลहितนาวิ Director & Assistant to the President

ไร่องุ่นกราน มอนเต้ แปลว่า เขาสูงใหญ่ในภาษาอิตาลี ตั้งอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมหุบเขาโศกในพื้นที่เขาใหญ่ซึ่งอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 350 เมตร มีพื้นที่กว่า 100 ไร่ มีความเหมาะสมต่อการปลูกองุ่นชั้นเลิศผลิตองุ่นไวน์หลากหลายชนิด ได้แก่ Syrah, Cabernet Sauvignon, Chenin Blanc, Viognier, Semillon, Verdelho และ Durif เป็นต้น อยู่ในวิวที่โอบล้อมด้วยขุนเขาใกล้อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่สถานที่ที่สวยงามรวมถึงสวนพฤกษชาติเต็มไปด้วยดอกไม้หลากสีนานาพันธุ์ ในไร่องุ่นยังมีร้านอาหารและไวน์รวมทั้งร้านอาหารและห้องพัก ไร่องุ่นกราน มอนเต้เป็นไร่องุ่นที่ใช้เทคโนโลยีในการดูแลมีการใช้เครื่อง Micro – Climate Station ช่วยในการวัดอุณหภูมิความชื้น เพื่อดูแลต้นองุ่นให้ดีที่สุด ตั้งปณิธานในการผลิตไวน์ที่มีคุณภาพดี ไวน์ทุกขวดต้องผลิตจากองุ่นที่ดีที่สุดและสดใหม่ที่ปลูกภายในไร่ของ กราน มอนเต้ เท่านั้น ผสมผสานกับกรรมวิธีและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อให้ไวน์ของ กรานมอนเต้มีกลิ่นและรสชาติที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ไร่องุ่น กรานมอนเต้ยังภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการดูแลรักษาโลกด้วยการนำเทคโนโลยีของการปลูกองุ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้และเป็นการส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตรไปในตัว ซึ่งสืบเนื่องจากผลงานที่โดดเด่นในด้านต่างของไร่องุ่น ทำให้ได้รับรางวัลผลงานอุตสาหกรรม Thailand Tourism awards – outstanding Performance 2008, 2010, 2012 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรางวัลดีเด่น (กรานมอนเต้, 2557)

ไร่องุ่นกราน มอนเต้ ยังมีโปรแกรมฝึกอบรมให้แก่ผู้สนใจในสายงานอาชีพ เช่น พนักงานร้านอาหารและ (Sommelier) ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องไวน์ จากคุณ วิสุตา โลहितนาวิ (ลูกสาว) ซึ่งเป็นไวน์เมกเกอร์ ของไร่กราน มอนเต้ ที่มีประวัติจบการศึกษาด้านการทำไวน์โดยเฉพาะจากประเทศออสเตรเลีย รวมถึงประสบการณ์ทำงานกับไวน์เนอร์รี่อีกหลายแห่งทั่วโลก ที่เป็นมืออาชีพและมีความรักในอาชีพชาวไร่องุ่นและนักปรังไวน์อย่างสุดซึ้งหัวใจ นับเป็นนิมิตหมายที่ดีที่ผู้ให้บริการด้านไวน์ในภาคการให้บริการจะมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตไวน์อย่างถูกต้องและสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม (กรานมอนเต้, 2557)

ในขณะที่นายสุหฤทธิ์ ชาญวณัฏฐ์ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครราชสีมา (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2557) กล่าวในเรื่องเทศกาลการเก็บองุ่นประจำปีของไร่องุ่นกราน มอนเต้ ในช่วงวันที่ 13 – 15 ของทุกปี ว่าการจัดเทศกาลดังกล่าวถือเป็น การสร้างสีสันเส้นทางสายโรแมนติก เส้นทางของดั่งองุ่นในเดือนแห่งความรักเหมาะสำหรับเที่ยว วันวาเลนไทน์ โดยเน้นบรรยากาศโรแมนติกและกิจกรรม สนุกสนานกับคู่รักและครอบครัว โดยมี กิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ ชุมจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตร เช่น ไวน์องุ่น แยม น้ำองุ่นสด เป็นต้น การแสดงดนตรีกลางแจ้งกลางไร่องุ่น กิจกรรมสำหรับครอบครัวโดยการแข่งขันเก็บองุ่น แข่งขันคั้นน้ำองุ่นสด ซึ่งเปิดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าชมฟรี ซึ่งถือเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว เขาใหญ่ ประกอบกับไร่องุ่นกรานมอนเต้ ก็ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) หรือรางวัลกินรี มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก็ถือเป็นความสำเร็จส่วนหนึ่งที่ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ทั้งนี้การจัดงานดังกล่าวก็จะเป็นงานแห่งสีสันความสวยงามของ เวลาแห่งการเก็บเกี่ยวองุ่น และนอกจากมาเทศกาลเก็บองุ่น ไวน์แล้วยังสามารถเดินทางมาสัมผัสกับ ธรรมชาติของเทือกเขาดงพญาเย็นมรดกโลกเขาใหญ่ได้อีกด้วย

นอกจากนี้ตลอดเดือนกุมภาพันธ์ ไร่องุ่นกราน มอนเต้ ยังเปิดให้ผู้สนใจเข้าชมไร่องุ่น และโรงงานทำไวน์ที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทย และชิมไวน์ที่ชนะรางวัลจากการประกวดในระดับนานาชาติ พร้อมเลือกซื้อไวน์ องุ่น และผลิตภัณฑ์จากองุ่นคุณภาพเยี่ยมที่ร้านมอนติโน (Montino) โดยในช่วงสุดสัปดาห์จะมีการจัดทัวร์เป็นรอบ ๆ ตลอดวันส่วนในช่วงวันธรรมดาจะจัด ทัวร์สำหรับหมู่คณะที่มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 20 คนเท่านั้น

การเดินทางโดยทางรถยนต์ส่วนตัวจากกรุงเทพฯวิ่งมาตามถนนสายมิตรภาพ ผ่าน สระบุรี เข้าสู่ อ.ปากช่อง มาตามป้ายบอกทางไปเขาใหญ่ สามารถเข้าได้สองทางคือ จากถนน มิตรภาพ ก.ม. 144 ให้กลับรถเลี้ยวเข้าถนนกุดค้ำ ผ่านสี่กักริมร้านแคว้นโครม จากทางนี้จะเข้าไป ประมาณ 12 ก.ม. ตรงมาจะเห็นป้ายทางเข้าไร่องุ่นกราน มอนเต้ ทางขวามือหรืออีกทางหนึ่งมาจาก ทางถนนพระราชดำริตรงมา ผ่าน โรงแรมจุฬาลงกรณ์จนถึงแยกขวาเข้าถนนกุดค้ำผ่านสี่กักริมร้านแคว้นโครม หรือทางไป มวกเหล็กตรงมาจะเห็นป้ายทางเข้าไร่องุ่นกราน มอนเต้ ทางซ้ายมือ

กล่าวโดยสรุป จากประวัติความเป็นมาของไร่องุ่นกราน มอนเต้ เป็นไร่องุ่นที่มีการ ดำเนินการในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่น เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นที่มี ความน่าสนใจ มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งมีความทันสมัย ให้มีความพร้อมที่สร้างความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ มีกิจกรรมตามฤดูกาล เป็นแหล่งสร้างความรู้ด้าน การเกษตร นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว

ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสิ่งที่นำเอาไร่องุ่นกราน มอนเต้ มาเป็นกรณีศึกษาของการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไร่องุ่นในครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้มองเห็นว่า ไร่องุ่นกราน มอนเต้ มีความพร้อม ทั้งในด้านการจัดการ การบริหารและการพัฒนา ด้านต่าง ๆ ที่มุ่งหวังจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่น ทั้ง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการของพนักงาน ด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านร้านอาหาร ด้านกิจกรรมในไร่องุ่น ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งทางไร่องุ่นกราน มอนเต้ ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากการที่ได้รับรางวัลผลงาน อุตสาหกรรม Thailand Tourism awards – outstanding Performance 2008, 2010, 2012 ประเภท แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรางวัลดีเด่น ที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ไร่องุ่นเอง สร้างชื่อเสียงและเป็นการ สร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทยให้มีความน่าสนใจนักท่องเที่ยว

ดังนั้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการ ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่องุ่นกราน มอนเต้ ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการการเกษตร ไร่องุ่นที่ดำเนินการในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพศาล ชุ่มวงศ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววนอุทยาน ภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววน อุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามความพึง พอใจของนักท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $t - test$, $f - test$ และ Multiple Regression Analysis (MRA) ผล การศึกษาสรุปได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมิ ความพึงพอใจมากที่สุด ในด้านสิ่งดึงดูดใจเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลางโดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางเดินทาง ความสะดวกในการเดินทางและค่าพาหนะในการ เดินทางตามลำดับ ด้านร้านอาหาร นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึง พอใจระดับสูงสุดคือ ความสุขสบายเรียบร้อยในการบริการของพนักงาน จำนวนร้านอาหารและราคา ของอาหารตามลำดับ ด้านบริการนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมิ ความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว มีข้อมูลสารสนเทศให้กับ นักท่องเที่ยว และการบริการติดต่อสื่อสารก่อนการเดินทางตามลำดับ ด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว

ให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ จุดท่องเที่ยวที่มีความงดงาม ดึงดูดให้มาท่องเที่ยว ความสวยงามของวนอุทยานภูชี้ฟ้าและความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ ด้านความสามารถในการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลระดับต่ำ นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในระดับสูงสุดคือ การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลระดับต่ำตามลำดับ ด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่าย นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ ความหลากหลายของของที่ระลึก คุณภาพของที่ระลึก และความเหมาะสมของราคาของที่ระลึกตามลำดับ สำหรับด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ ป้ายหรือสัญญาณเตือนนักท่องเที่ยวเมื่อไม่ปลอดภัย การรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และจำนวนเจ้าหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยวตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุดคือ ป้ายบอกเส้นทาง จำนวนห้องน้ำ ห้องสุขา และความสะอาดของห้องน้ำ ห้องสุขาตามลำดับ

ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การศึกษาเฉพาะบุคคลของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการหาค่า จากตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยทางด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ด้านการคมนาคม ด้านบทบาทของรัฐ ได้รับความพึงพอใจมาก ส่วนปัจจัยด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านของที่ระลึก ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อมมากที่สุด และได้รับความพึงพอใจด้านความปลอดภัยน้อยที่สุด ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่ แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ระดับรายได้ อาชีพ และสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ได้รับความพึงพอใจจากการมาท่องเที่ยวที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อม ราคาสินค้าและบริการ การคมนาคม ความปลอดภัย การบริการ ของที่ระลึก และบทบาทของภาครัฐ แตกต่างกัน

วิธาน จินากักดี (2555) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ) กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ด้านความเป็นธรรมชาติ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตั้งแปรตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา การศึกษา และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ผลพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับกลาง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

บังอร รัตนมณี และ กัญญา เจริญศักดิ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่องานบริการ การศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน คือ บุคลากร การให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาในภาพรวม บุคลากร การให้บริการ ความสะดวกรวดเร็ว พบว่านักศึกษาที่เรียนหลักสูตรระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการงานบริการ การศึกษา ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกนักศึกษามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พัสดร์ หิรัญญการ (2554) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของวัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่วัดพระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐมจำนวน 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยโดยรวมด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว

องค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับกลาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับกลาง ด้านสถานที่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวขององค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวขององค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐมมีความสวยงามและน่าสนใจมากที่สุด ส่วนการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตัวแปรอิสระ คือ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

วณิชช์ช วรรณรัตน์ และ ศศิธร งามพันธ์ (2557) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้สูตรของ Taro Yamane กำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรสงคราม อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่แตกต่างกันในด้านรายได้ ในส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า ภูมิภาค ระยะเวลาการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อปี และพาหนะในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ด้านสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการจัดรายการนาเที่ยว และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

อุไรวรรณ สุวรรณเสรี (2548) ศึกษานักท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวทั่วไป เจ้าหน้าที่ศูนย์การท่องเที่ยว เจ้าของสวนเกษตร และผู้จัดการบริษัทนำเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและปัจจัยย่อย 7 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ การเข้าถึงความน่าประทับใจ ปริมาณผู้เยี่ยมชม สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหารและบริการต่าง ๆ ความปลอดภัยในชีวิต และฤดูกาลท่องเที่ยวเชิงเกษตร อยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวอยู่ในระดับมากเพียง 3 ด้านคือฤดูกาลท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและความน่าประทับใจส่วนปัจจัยอื่นที่เหลือและปัจจัยโดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปมีความเห็นต่อปัจจัยโดยรวมและปัจจัยรายย่อย 5 ด้าน มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยด้านการรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความปลอดภัยในชีวิต / ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ศูนย์การเกษตร ได้ข้อสรุปว่าการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหน่วยงานราชการมีความพร้อมในปัจจัยที่มีความสำคัญทุกด้านในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวที่ทาง

เกษตรกรได้ทดสอบจัดรูปแบบสวนเกษตรนั้นยังขาดความพร้อมในทุกปัจจัย จึงยังไม่เคยรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

ปิยะ หนูนิล (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสัชนาลัย และความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยบางประการ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการในอุทยานแห่งชาติ ศรีสัชนาลัย โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 394 คน และทำการวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พร้อมทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี สถิติ t -test และ f -test ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย อายุอยู่ในช่วง 15 – 25 ปี ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ไม่ได้ประกอบอาชีพ ไม่มีรายได้ ภูมิลำเนาครัวเรือนอยู่ในเขตภาคกลาง และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวชมน้ำตก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการโดยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 84.3 ด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 89.9 ด้านความเต็มใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการ ร้อยละ 89.75 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 87.8 และด้านการสื่อความหมายธรรมชาติ ร้อยละ 88.3

ยศวีร์ ยุคตะนันท์ (2547) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่ได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวเกษตรความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกษตรของนักท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานแตกต่างกันรวมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยได้ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 293 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาค้นคว้าเป็นหญิง ร้อยละ 60.41 มีอายุเฉลี่ย 36.39 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.53 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 26.28 ที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 44.72 ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 60.07 สำหรับความพึงพอใจ ปรากฏว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง ตามลำดับคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว และมีความคิดเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง มีประโยชน์มาก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึง

พอใจมากในการบริการที่เกี่ยวข้อง คือ บุคลากรของศูนย์บริการการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ส่วนปัญหาของนักท่องเที่ยวพบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับความสะดวก สะอาด และเอกสารเผยแพร่

สุวัจชัย สามา (2549) ทำการศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย วัดดูประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและบางแสนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวและบางแสน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและบางแสนมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ตัวอย่างนักท่องเที่ยว เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.75 มีอายุเฉลี่ย 21 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 53.25 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.42 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานของบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.75 ระดับรายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับร้อยละ 1 ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ

เพ็ญวิภา ทรงบัณฑิต (2553) ศึกษาคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ฮ่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่ฮ่อง ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 30 – 49 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,000 – 39,999 บาท และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจัยทางด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยมีค่าความพึงพอใจโดยรวม – 0.132 แสดงถึงการส่งมอบคุณภาพบริการของไร่ฮ่องยังไม่ถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่า มีปัจจัยที่เป็นตัวแปร ด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่นำไปใช้ประกอบการออกแบบทางในการศึกษา โดยตัวแปรอิสระในครั้งนี้นำแบ่งเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน (วิธาน จินากักดิ์, 2555)

ด้านตัวแปรตามของงานวิจัย ได้นำด้านต่างในแต่ละด้านของงานวิจัยที่ผ่านที่มีความเกี่ยวกับงานวิจัยด้านความพึงพอใจ โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ อุไรวรรณ สุวรรณเสรี (2548) และ พัศตร์ หิรัญญการ (2554) และ ยศวีร์ ยุกตะนันท์ (2547) ซึ่งนำมาใช้การสร้ากรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้นำแบ่งเป็น 7 ด้าน คือ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านการบริการของพนักงาน 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านกิจกรรมในไร่่องุ่น และ 7) ด้านร้านอาหารของที่ระลึก

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่่องุ่น กรณีศึกษา: ไร่่องุ่นกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาจากปัจจัยทางลักษณะส่วนบุคคลและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ไร่่องุ่นกราน มอนต์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานข้างต้นของการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงในภาพ

2.8.1 กรอบแนวคิด

