

AGRITOURISM EXPERIENCE: DEVELOPMENT STUDY OF COCONUT FARM IN SAMUT SAKHON PROVINCE

Thirawat SRIKAEW¹, Aerwadee PREMASHTHIRA¹ and Sophon YAMKLIN¹

1 Faculty of Economic, Kasetsart University, Bangkok Campus, Thailand; Aerwadee.p@ku.th (A. P.)
(Corresponding Author); sophon.y@ku.th (S. Y.) (Corresponding Author)

ABSTRACT

The objective of this research was to investigate tourists' behavior and agritourism experiences, and to analyze the factors influencing agritourism experiences in the case of aromatic coconut farms in Samut Sakhon Province. Data were collected through an online questionnaire from 420 respondents, including individuals who had and had not previously participated in agritourism activities. The data were analyzed using the Chi-square test to examine relationships among variables. The results revealed that 67.1% of respondents had previously participated in agritourism, while 32.9% had never engaged in agritourism activities. Among those who had participated in agritourism, the most important factors were attractive natural surroundings, environmental beauty, health-related trends, and safe food consumption. For respondents who had never participated in agritourism, the primary reason was a lack of information about agritourism destinations. The findings further indicated that agritourism experience was significantly associated with several variables, including prior participation in agritourism, gender, age, educational level, occupation, monthly income, and domicile. All of these variables showed statistical significance at the 0.05 level. The results provide useful insights for developing and improving agritourism destinations, particularly aromatic coconut farms in Samut Sakhon Province, and for enhancing their attractiveness in order to increase the number of agritourists.

Keywords: Agritourism, Coconut Farm, Experience

CITATION INFORMATION: Srikaew, T., Premashthira, A., & Yamklin, S. (2026). Agritourism Experience: Development Study of Coconut Farm in Samut Sakhon Province. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(7), 67

การศึกษาเพื่อปรับปรุงประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในสวนมะพร้าวน้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร

กิริวัฒน์ ศรีแก้ว¹, เออวดี เปรมษ์เจริญ¹ และ โสภณ แยมกลิ่น¹

1 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน; Aerwadee.p@ku.th (เออวดี) (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ); sophon.y@ku.th (โสภณ) (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว และเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีสวนมะพร้าวน้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์บุคคลทั่วไปที่เคยหรือไม่เคยท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 420 ราย ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่าเคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรร้อยละ 67.1 และไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรร้อยละ 32.9 ส่วนใหญ่ผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมสวยงาม เป็นธรรมชาติ และกระแสเกี่ยวกับสุขภาพ และอาหารปลอดภัยมากที่สุด ในส่วนของผู้ที่ไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการวิเคราะห์ พบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต่างๆ ได้แก่ พฤติกรรมการเคยหรือไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิสำเนา ซึ่งในแต่ละตัวแปรมีความสำคัญทางสถิติในระดับ 0.05 และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนะในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีสวนมะพร้าวน้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร รวมถึงการสร้าง ความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, สวนมะพร้าวน้ำหอม, ประสบการณ์

ข้อมูลการอ้างอิง: กิริวัฒน์ ศรีแก้ว, เออวดี เปรมษ์เจริญ และ โสภณ แยมกลิ่น. (2569). การศึกษาเพื่อปรับปรุงประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในสวนมะพร้าวน้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 4(7), 67

บทนำ

จากข้อมูลกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า ประเทศไทยมีแนวโน้มความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพักผ่อน และใช้เวลาว่างกับครอบครัวเป็นหลัก เน้นการท่องเที่ยวในสวนผลไม้ สวนเกษตรแบบผสมผสาน และสวนไม้ดอกไม้ประดับ ตามลำดับ ในช่วงปีที่ผ่านมา พบว่า รายได้จากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.26 ในปี 2566 มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้นจาก 1,200 แห่ง เป็น 2,200 แห่ง และอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 19 โดยธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบ่งได้หลากหลายประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสร้างรายได้เสริม และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการมีส่วนร่วมของชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่อย่างไรก็ตามยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่าในทุกรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมองในเชิงลึก นักท่องเที่ยวมีความต้องการหรือความสนใจของตนเองที่แตกต่างกันทั้งภายในและภายนอกในการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสวนมะพร้าว น้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร นำไปสู่ประเด็นปัญหานี้ว่า เกษตรกรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นไม่ได้เข้าใจในจุดขายของตนเองอย่างแท้จริง รวมไปถึงการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างไม่ตรงจุด และส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่เป็นที่นิยม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในสวนมะพร้าว น้ำหอม และมุมมองของนักท่องเที่ยวที่คิดว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่สนุก ไม่ตรงกับความสนใจ หรือไม่น่าตื่นเต้นมากนัก จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเพื่อปรับปรุงประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในสวนมะพร้าว น้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร” โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง 2) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล และปรับปรุงประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในสวนมะพร้าว น้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร และเกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับการศึกษาในครั้งนีถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความคาดหวัง ทัศนคติและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยมีกรณีศึกษาเป็นสวนมะพร้าว น้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร ด้วยวิธีการทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของสองตัวแปร (Chi-Square Test) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยและไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 420 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามแบบสุ่มตามสะดวก

การสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้เกิดความเข้าใจแนวทาง รูปแบบ และเครื่องมือที่ใช้กับงานวิจัยนี้ ในการสำรวจเอกสาร จึงแบ่งออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกคือ แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาประยุกต์ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดด้านเศรษฐกิจประสบการณ์ ประสบการณ์การบริโภคและภูมิทัศน์แห่งประสบการณ์ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และแนวคิด 4E ในส่วนที่สองเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอธิบายได้จากการบูรณาการแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจประสบการณ์ โดยเริ่มจากแนวคิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Push-Pull Factors) ของ Crompton (1979) และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม ส่วนบุคคล และจิตวิทยา ตามแนวคิดของ Kotler (2017) ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ การตัดสินใจ และความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว สร้างความดึงดูด สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง กิจกรรม และการบริหารจัดการ ซึ่งส่งผลต่อการเลือกเดินทางและคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ดี ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์ ของ Pine และ Gilmore (1999) ประสบการณ์ถือเป็นคุณค่าที่สำคัญกว่าสินค้าและบริการ โดยประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว กิจกรรมทางการเกษตร และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ นอกจากนี้ แนวคิด Experiential Consumption และ Experiencescape ชี้ให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นองค์ประกอบที่ส่งผล

ต่ออารมณ์ ความทรงจำ และคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับ ในส่วนของทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน ของ Ajzen (1991) อธิบายความตั้งใจในการเดินทางเกิดจากทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมสุดท้าย แนวคิด 4E ได้แก่ Entertainment, Education, Esthetics และ Escapism เป็นกรอบในการออกแบบและประเมินประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจ และการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเชิงธรรมชาติสามารถอธิบายผ่านมิติสำคัญต่างๆ ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทาง ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ โดยงานวิจัยของ Suhartanto et al. (2020), สมชาย ไชยมูลวงศ์ (2562), ปิยาภรณ์ ตรงชื่น (2563), ศุภฤกษ์ อันประเสริฐ (2565) และกมลวรรณ ภักดี และคณะ (2567) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเป็นวัยทำงานที่มีระดับศึกษาค่อนข้างสูง แต่ลักษณะด้านเพศ ภูมิลำเนา และพฤติกรรมการเดินทางอาจแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่และลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแรงจูงใจจากงานวิจัยของ กมลวรรณ นันทน์ภัส และภาณุชาติ (2567) พบว่า ปัจจัยสำคัญประกอบด้วยแรงจูงใจภายใน เช่น ความต้องการพักผ่อน ความเจ็บสงบ การหลีกเลี่ยงความวุ่นวาย และการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ รวมถึงแรงจูงใจภายนอกหรือสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ เอกลักษณ์ของพื้นที่ กิจกรรมทางการเกษตร และความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของงานวิจัย กรกันยา สุขจันทร์ (2568) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก และรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะ Facebook ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ กิจกรรมที่ได้รับความนิยมได้เป็นสองลักษณะ ได้แก่ กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและถ่ายภาพ และกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ ซึ่งงานวิจัยของในต่างประเทศของ Dwi S, David D, Brendon T & Lusianus K. (2020) พบว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่าและมีความเต็มใจจ่ายสูงสำหรับกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ลงมือปฏิบัติจริง เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม และกระบวนการทางการเกษตร นอกจากนี้ งานวิจัยส่วนใหญ่ยังสอดคล้องกันว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่อออนไลน์ คุณค่าที่รับรู้จากการมาเยือน และประสบการณ์เดิมของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ ขณะที่ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการอาจมีอิทธิพลแตกต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่และรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันควรมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า การผสมผสานระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และการสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับความพึงพอใจและส่งเสริมความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เคยไปหรือไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกแบบไม่เจาะจง ภายใต้ข้อสมมติที่ว่า ตัวแปรในการวัดปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่แตกต่างกัน สามารถใช้สูตรการคำนวณของ Cochran, W.G. (1977) แบบกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร

$$N = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 0.5)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ โดยให้ Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) $\Rightarrow Z = 1.96$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$\text{แทนค่าสูตร ได้ดังนี้ } n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อให้การวิเคราะห์ผลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงได้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 420 ราย ส่วนข้อมูลทฤษฎีงานวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีของปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การตัดสินใจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมตามแบบแผน ทักษะคติ ภูมิทัศน์แห่งประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความพึงพอใจ และความประทับใจของนักท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสารเผยแพร่ทางวิชาการทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงเว็บไซต์

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลจึงประกอบไปด้วยสองส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ศึกษาสภาพทั่วไปทางสังคม การตัดสินใจ รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และปัจจัยที่มีผลต่อการไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มตัวอย่าง ร่วมกับค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ประกอบการอธิบาย และส่วนที่สอง เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ กับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรม หรือความคาดหวังในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา พฤติกรรมการเคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการตัดสินใจมากที่สุด ความคาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สวนมะพร้าวน้ำหอม พฤติกรรมหลังจากท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนมะพร้าวแล้วเกิดความประทับใจ และความคาดหวังสินค้าและบริการในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนมะพร้าวน้ำหอม

ผลการวิจัย

ผลการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.8 มีอายุอยู่ระหว่าง 18-25 ปี ร้อยละ 30.6 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 60.4 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 27.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 35.5 ภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 67.1 โดยเมื่อเทียบระหว่างผู้ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้ที่ไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร ร้อยละ 67.1 และ 32.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 1) โดยส่วนใหญ่ผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะไปท่องเที่ยวปีละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.5 มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ อยู่ใกล้ชิดธรรมชาติ ร้อยละ 41.3 เดินทางเป็นกลุ่มไปกับครอบครัว และใช้รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 65.7 และ 51.9 ตามลำดับ ช่องทางการรับรู้ข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจาก Facebook Instagram X มากที่สุด ร้อยละ 32.5 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ที่ 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 35.7 และระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะไปเช้าเย็นกลับ ร้อยละ 50.2 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ตารางแสดงปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด

ปัจจัยที่คำนึงถึงจากแบบสอบถาม	ตัวเลือกที่ผู้ตอบเลือกมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่การไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อปี	1-2 ครั้งต่อปี	177	62.5
เหตุผลหลักที่ต้องการไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด	พักผ่อนหย่อนใจ ใกล้ชิดธรรมชาติ	117	41.3
วิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร	รถยนต์ส่วนตัว	186	65.7
ผู้ที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรร่วมกัน	ครอบครัว	147	51.9
ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	Facebook Instagram X	92	32.5
ค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละครั้ง	1,001-2,000 บาท	101	35.7

สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการตัดสินใจมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมสวยงาม เป็นธรรมชาติ รองลงมาคือ มีกิจกรรม Workshop ฝึกหัดทำจริง และการได้พักผ่อนกับธรรมชาติอย่างเต็มที่ตามลำดับ และสิ่งที่สำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ กระแสเกี่ยวกับสุขภาพและอาหารปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ประเพณีท้องถิ่น ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ ละความคุ้มค่าระหว่างค่าใช้จ่ายและประสบการณ์ที่ได้รับ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ปัจจัยความคาดหวังที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนมะพร้าวหน้าหอมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ทุกตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิสำเนา รองลงมาคือ ปัจจัยพฤติกรรมการเคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร และปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการตัดสินใจมากที่สุด ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรทางลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ มากที่สุด ได้แก่ ตัวแปรระดับการศึกษาและตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคย/ไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร

	จำนวน	ร้อยละ
เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร	282	67.1
ไม่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร	138	32.9
รวม	420	100.0

ตารางที่ 3 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (กลุ่มที่เคยไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่าง	282	100.0
ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อปี		
1-2 ครั้ง	176	62.4
3-4 ครั้ง	57	20.2
5-6 ครั้ง	26	9.2
มากกว่า 6 ครั้ง	23	8.2
เหตุผลหลักที่ท่นต้องการไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด		
พักผ่อนหย่อนใจ ใกล้ชิดกับธรรมชาติ	117	41.5
เรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรกร เช่น การปลูก การดูแลรักษา	59	20.9

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การรับรู้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ รีวิว หรือการประชาสัมพันธ์โดยตรง	44	15.6
ได้รับคำแนะนำจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัวญาติพี่น้อง	29	10.3
สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	25	8.9
อื่นๆ	8	3.2
วิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่		
รถยนต์ส่วนตัว	186	66.0
บริษัทนำเที่ยว กลุ่มคณะศึกษาดูงาน	60	21.3
รถโดยสารสาธารณะ	21	7.4
รถเช่า	15	5.3
ผู้ที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยส่วนใหญ่กับท่าน		
ครอบครัว	146	51.8
เพื่อน	59	20.9
เพื่อนร่วมงาน	32	11.4
คนเดียว	24	8.5
คู่รัก	21	7.4
ช่องทางหลักที่ทำให้ท่านรับรู้ข่าวสารในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร		
Facebook, Instagram, X	94	33.2
เว็บไซต์ท่องเที่ยวออนไลน์ / รีวิวในอินเทอร์เน็ต	67	23.7
เพื่อน / คนรู้จักใกล้ชิด	52	18.4
โทรทัศน์ / วิทยุ	29	10.2
YouTube	28	9.8
อื่นๆ	12	4.7
ค่าใช้จ่ายต่อคนในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	80	28.4
1,001-2,000 บาท	103	36.5
2,001-3,000 บาท	45	16.0
3,001-4,000 บาท	33	11.7
มากกว่า 4,000 บาท	21	7.4
ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแต่ละครั้ง		
ไปเช้าเย็นกลับ	143	50.7
2-3 วัน	101	35.8
4-5 วัน	20	7.1
มากกว่า 5 วัน	18	6.4

ตารางที่ 4 ตารางสรุปข้อมูลความสัมพันธ์ตัวแปรที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยที่ทำการทดสอบ	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ภูมิลำเนา
พฤติกรรมเคยไป	5.06	12.51	7.89	28.45	14.09	31.42
ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	(0.08)*	(0.014)**	(0.02)**	(0.00008)***	(0.007)***	(0.00002)***
ปัจจัยที่ส่งผลต่อ	13.33	36.41	30.72	80.47	41.74	60.99
ประสบการณ์การ	(0.5)	(0.13)	(0.01)***	(0.00033)***	(0.046)**	(0.03)**
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ						
การตัดสินใจมากที่สุด						
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ	12.54	27.94	24.07	41.30	43.63	36.91
ตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว	(0.56)	(0.47)	(0.04)**	(0.5)	(0.03)**	(0.69)
เชิงเกษตรมากที่สุด						
ความคาดหวังที่จะได้รับ	20.32	46.05	19.73	68.26	44.08	47.46
จากการท่องเที่ยวเชิง	(0.03)**	(0.0008)***	(0.03)**	(0.00008)***	(0.0015)***	(0.02)**
เกษตรสวนมะพร้าว						
น้ำหอม						
พฤติกรรม หากสถานที่	15.41	26.83	13.40	39.33	23.37	70.27
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวน	(0.12)	(0.14)	(0.2)	(0.11)	(0.27)	(0.00005)***
มะพร้าวน้ำหอมสร้าง						
ความประทับใจได้						
ความคาดหวังสินค้าหรือ	6.07	41.43	26.09	43.11	32.59	30.77
บริการในบริเวณสถานที่	(0.81)	(0.003)***	(0.004)***	(0.057)*	(0.04)**	(0.43)
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวน						
มะพร้าวน้ำหอม						

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่า P-Value ของตัวแปรอิสระ

*** นัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 99

** นัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95

* นัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 90 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเพื่อปรับปรุงประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในสวนมะพร้าวน้ำหอมในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลและประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และนำเสนอกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสวนมะพร้าวน้ำหอม ซึ่งงานวิจัยนี้มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวด้วยการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จำนวน 420 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เน้นการพักผ่อนหย่อนใจ ใกล้ชิดธรรมชาติเป็นหลัก และมีการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร Chi-Square Test พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา

งานวิจัยนี้ พบว่านักท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล ความต้องการในชีวิต หรือความสนใจของตนเอง และมีสื่อโซเชียลมีเดียเป็นสิ่งที่สนใจหรือแสดงถึงความน่าสนใจในการไปท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ สถานที่นั้นๆ จึงได้มีข้อเสนอแนะให้แก่ผู้ประกอบการ หรือเกษตรกรที่ต้องการทำให้ส่วนของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความน่าสนใจ ดังนี้

- 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์และกิจกรรมหลัก มีกิจกรรมเล็กๆ หรือกิจกรรมที่ดูแปลกใหม่ แต่ไม่ละทิ้งความเป็นธรรมชาติ นักท่องเที่ยวต้องได้สัมผัสกับบรรยากาศการพักผ่อนอย่างเต็มที่ ทำให้กิจกรรมเป็นส่วนเติมเต็มในการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น
 - 2) การออกแบบกิจกรรมทำภารกิจในสวนตอบโจทยในทุกกลุ่มช่วงอายุ เช่น กลุ่มครอบครัว วัยรุ่น หรือวัยทำงาน และนำคะแนนที่ได้แลกของรางวัลหรือสิทธิพิเศษภายในสวน
 - 3) การสร้างตลาดนัดแห่งการแบ่งปันและเวทีปราศรัยชาวบ้าน เป็นแหล่งรวมกลุ่มของชุมชน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตและจำหน่ายด้วยตนเอง ทำให้คนในพื้นที่สามารถผลิตสินค้าและจำหน่าย หรือมีการอบรมแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านที่ตนเองถนัดและมีผู้เรียนรู้จากภายนอกเข้ามาศึกษา เป็นต้น
- หากมีการยกระดับในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่รู้จัก เข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ ก็จะสามารถพัฒนาให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเติบโตขึ้นไปในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ ภักดี, นันทน์ภัส เต็งทอง & ภาณุชาติ จันทร์แสงทอง. 2567. แรงจูงใจและภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้าน้อยกลางป่าใหญ่ ตำบลวังตะกอก อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร. สาขาวิชาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กาญจนา กาแก้ว. 2558. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปิยพงศ์ เขตปิยรัตน์. 2564. ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปิยาภรณ์ ตรงชื่น. 2563. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวสวนผลไม้ จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พัทธนกร ศรีไชยวาน. 2561. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมชาย ไชยมูลวงศ์. 2562. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2568. คุณค่าทางสังคมในมิติของคุณค่า. สืบค้นจาก <https://oae.go.th/> เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2568.
- Cochran, W.G. 1977. Sampling techniques (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Pesonen, J., & Komppula, R. 2010. Rural tourism development in Finland: Customers' motivation and satisfaction. Tourism Review, 65(3), 27-36.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. 1999. The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business School Press.

- Schmitt, B. H. 1999. *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2026 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).