

วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

## รื่นรมย์ชมสวนดอกไม้: การวิเคราะห์แรงจูงใจและกิจกรรม

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ

กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่และเพชรบูรณ์

**DELIGHTED TO VISIT FLOWER GARDENS: ANALYZING**

**MOTIVATIONS AND ACTIVITIES OF SPECIAL INTEREST**

**TOURISTS, CASE STUDIES IN CHIANG MAI**

**AND PETCHABOON PROVINCE**

ขวัญข้าว พูลเพิ่ม<sup>1</sup> กิตติพิชญ์ กิตติพรไพบูลย์<sup>2</sup> ศิริเพ็ญ ดาบเพชร<sup>3</sup>

Kwankhao Poonperm, Kittipih Kittipompaiboon, Siripen Dabphet

Received January 12, 2023

Revised April 10, 2023

Accepted May 18, 2023

### บทคัดย่อ

การเที่ยวชมสวนดอกไม้เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความนิยมในประเทศไทย โดยสวนดอกไม้สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมและยังช่วยสร้าง ประสพการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมได้ แต่อย่างไรก็ตามยังมีความไม่ชัดเจนในความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การเที่ยวชมสวนดอกไม้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน การศึกษานี้จึงมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและกิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และวิเคราะห์ ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงอายุต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถาม ความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวจำนวน 384 คนที่เดินทางไปเที่ยวชมสวนดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัด

<sup>1</sup> สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผู้เขียนหลัก

อีเมล: kwankhao.poo@kbu.ac.th

Tourism Management, Faculty of Liberal Arts, Kasem Bundit University, 1761 Suanluang Bangkok 10250, Thailand, Corresponding Author, E-mail Address: kwankhao.poo@kbu.ac.th

<sup>2</sup> สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

อีเมล: 159kittipit@gmail.com

School of Business and Communication Arts, University of Phayao, 19 Mae Ka Mueang Phayao Phayao 56000, Thailand, E-mail Address: 159kittipit@gmail.com

<sup>3</sup> ภาควิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

อีเมล: siripend@nu.ac.th

Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Economics and Communications, Naresuan University, E-mail Address: siripend@nu.ac.th

เพชรบูรณ์ โดยเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสะดวกและเต็มใจ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ทางสถิติในการจำแนกลักษณะประชากรศาสตร์ แรงจูงใจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบในการจัดกลุ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อวิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวชมสวนในนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจหลักในการเที่ยวชมสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพื่อพักผ่อนเพื่อชื่นชมดอกไม้/ ต้นไม้ และเพื่อใช้เวลาในวันหยุด สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจมี 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่สามารถให้การเรียนรู้และความบันเทิง กิจกรรมที่ได้พักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ และกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ เมื่อเปรียบเทียบลักษณะกิจกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม พบว่า นักท่องเที่ยววัยหนุ่ม-สาว (20 - 39 ปี) สนใจในกิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง และกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ นักท่องเที่ยววัยกลางคน (40 - 49 ปี) สนใจในกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุ (ตั้งแต่ 50 ปี) สนใจในกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสามารถเข้าใจถึงความต้องการนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้สามารถนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวสวน กิจกรรมการท่องเที่ยวสวน การเที่ยวชมสวน

## Abstract

Flower garden visiting has become a popular form of special interest tourism in Thailand as it can attract people to the destination and contribute to the overall experience of the trip. However, little is known about the interesting activities and motivations of tourists, especially in different age groups. This research then explores motivations and tourism activities in flower gardens of Thai tourists and to analyze tourism activities of Thai tourists in different ages. Questionnaire was distributed to 384 Thai tourists in Chiang Mai and Petchaboon Province through convenience-sampling approach. Statistic analysis was utilized to describe socio-demographic and tourists' motives. Factor analysis was used to categorize garden activities and one-way ANOVA was applied on activity differences in each tourist group.

The results found that the main motivations for garden visiting are to relax, to enjoy flowers/plants, and for a day out. The garden activities can be divided into 3 main activities: learning and entertaining, relaxation and social connection, and shooting and sharing. Compared with tourists to garden activities, young adult tourists (ages 20-39) placed greater importance on learning and entertainment activity and shooting and sharing. Middle-aged tourists (ages 40-49) focused on shooting and sharing, while older tourists (ages 50 and over) rated relaxation and social connection as relatively more important. The findings bring to light implications for destination providers that may assist management and operating of garden attractions and activities that enhance visitor experience.

**Keywords:** Special interest, Garden motivations, Garden activities, Garden visiting

## บทนำ

การเที่ยวชมสวนดอกไม้เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษประเภทหนึ่งที่มีความได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ซึ่งดอกไม้และพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่อยู่ในสวนเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มให้กับพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว ดังความเห็นของ Eugene (2019) ที่กล่าวว่า นอกจากชายหาด

และทะเลแล้ว ส่วนเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี การเที่ยวชมสวนจึงได้รับการพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเพื่อชมสวน (Garden Tourism) คือ การเดินทางไปยังสวนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสวน เช่น เข้าร่วมเทศกาลในสวน การซื้อสินค้าที่มีในสวน เพื่อเรียนรู้ เพื่อชมสวนและดอกไม้ ทั้งในส่วนของทัวร์ชมสวนและการชมแปลงเพาะปลูก (Benfield, 2018; Lipovská, 2013) โดยลักษณะของสวนหมายถึงพื้นที่สีเขียวทุกชนิด ทั้งที่เป็นสวนประวัติศาสตร์ สวนพฤกษศาสตร์ สวนดอกไม้ สวนสวนตัว และสวนสาธารณะ และยังรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในสวน เช่น เทศกาล งานแสดงดอกไม้ การประกวดพรรณไม้ งานประชุม และงานนิทรรศการต่าง ๆ (Paiva et al., 2020)

โดยทั่วไปนั้น สวนเป็นสถานที่ใช้ประโยชน์ได้หลายประการแล้วแต่ความต้องการ โดยสามารถเป็นสถานที่พักผ่อน เป็นที่สำหรับการคิดสร้างสรรค์ เป็นสถานที่สำหรับทำกิจกรรมของครอบครัวและเพื่อน เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ใช้ในการพบปะสังสรรค์กับผู้อื่น ทำให้บุคคลสามารถได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมชาติและเป็นการใช้เวลาว่าง (Alexander, 2002; Benfield, 2018; Bhatti & Church, 2004) ทำให้การเที่ยวชมสวนเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 ของกิจกรรมกลางแจ้ง (อันดับ 1 คือ การเดิน: walking) เพราะเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างความผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี (Benfield, 2020) นอกจากนี้ การเที่ยวชมสวนยังเป็น การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในส่วนของคุณค่าวัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary culture) สิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม (Material artefacts of culture) และวัฒนธรรมทางการเมือง (Cultural political institutions) ผ่านรูปแบบการจัดสวน เพราะลักษณะของสวนที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเยี่ยมชมมีหลายประเภท ทั้งสวนพฤกษศาสตร์ สวนพันธุ์พืช และโดยเฉพาะสวนดอกไม้ (Rubenstein, 2003) ที่หลายพื้นที่นิยมนำดอกไม้มาใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์และความสวยงามของพื้นที่ ซีกเลอร์ (Ziegler, 2007) กล่าวว่า ดอกไม้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ เนื่องจากสามารถนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ทางกายภาพและความรู้สึกได้ ดังเห็นได้จากดอกไม้บางชนิดถูกนำมาใช้แทนความหมายในโอกาสต่าง ๆ เช่น ดอกกุหลาบในวันแห่งความรัก หรือใช้เป็นสัญลักษณ์ของสถานที่ เช่น ดอกไม้ประจำจังหวัด

สำหรับประเทศไทยนั้นสวนดอกไม้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับพื้นที่ได้เป็นอย่างมาก เช่น สวนดอกไม้หลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดนครราชสีมา เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวชมได้เป็นจำนวนมาก แต่ถึงแม้การท่องเที่ยวเพื่อชมสวนดอกไม้เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนโดยส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสวน การจัดการเกี่ยวกับสวน บทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานในการจัดการสวน มากกว่าการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว (Benfield, 2018; Bhatti & Church, 2000; Joanne. Connell, 2004) โดยเฉพาะยังขาดการศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการชมสวน (Benfield, 2018, 2020) รวมทั้งขาดความเข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ (Stone, 2003; Carr & Whitehand, 2001) คอนเนลล์ (Connell, 2004) แสดงความคิดเห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการชมสวนมีความสำคัญ เพราะจะทำให้สามารถเข้าใจถึงการรับรู้ ความต้องการและความสนใจของผู้เยี่ยมชม ส่วนประเด็นเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนนั้น บัลแลนไทน และคนอื่นๆ (Ballantyne et al., 2008) แสดงความคิดเห็นว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในการมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แม้ว่าบุคคลมีแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนเหมือนกัน แต่อาจมีความสนใจในการทำกิจกรรมภายในสวนที่แตกต่างกัน เช่น บางคนไปเที่ยวสวนเพื่อเข้าร่วมเทศกาล ซื้อผลผลิตในสวน เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับดอกไม้/ พรรณไม้ หรือแม้กระทั่งเพียงเพื่อต้องการเพลิดเพลินกับสวนและดอกไม้ (Benfield, 2018; Lipovská, 2013) จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยว

ที่เข้าชมสวนมีความหลากหลาย ซึ่งแต่ละกลุ่มต้องการประสบการณ์ที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีความคาดหวังที่แตกต่างกันไปตามประเภทของสวน (Connell & Meyer, 2004) ซึ่งความเข้าใจในประเด็นต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสามารถวางแผนกลยุทธ์ ตลอดจนพัฒนาพื้นที่ให้สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวชมสวนดอกไม้และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการ โดยมีพื้นที่ในการศึกษาคือ สวนดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนดอกไม้ที่มีชื่อเสียงและมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ผลการศึกษาครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเจ้าของ แหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในการสร้างความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้สามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจและกิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงอายุต่างๆ

## ทบทวนวรรณกรรม

### แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนดอกไม้

ในการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับรายละเอียดของผู้เดินทางและสาเหตุในการเดินทาง โดยเฉพาะศาสตร์ทางด้านนันทนาการ (Leisure) นิยมศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมนันทนาการต่างๆ รวมถึงการเที่ยวชมสวน (Permana et al., 2019) วาสเซนเบิร์ก และคนอื่นๆ (Wassenberga et al., 2015) อธิบายว่า ความเข้าใจในแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนของบุคคลมีความสำคัญ เพราะผู้ดูแลสวนโดยส่วนใหญ่มักคิดว่าวัตถุประสงค์ของผู้ที่มาชมสวนคือ เพื่อการศึกษาจึงทำให้พัฒนาและดูแลสวนไปในทิศทางนั้น แต่จากการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน (Ballantyne et al., 2008; Connell, 2004; Nordh et al., 2011) พบว่า ผู้ชมสวนส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการชมสวนเพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการศึกษา และเพื่อการอนุรักษ์ น้อยมาก แต่กลับมีแรงจูงใจทางด้านสังคม ด้านการทำสวน และด้านสภาพแวดล้อมที่สวยงามของสวนมากกว่า นอกจากนี้ บุคคลยังมีแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนที่หลากหลาย เช่น แมนเดอร์ (Mandler, 1997) ศึกษาถึงสาเหตุการเที่ยวชมสวน พบว่า บางคนไปเที่ยวชมสวนเพราะต้องการจะไปเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ที่อยู่ในสวน รวมถึงมีความสงสัยใคร่รู้ หรือต้องการสูดอากาศบริสุทธิ์ส่วน สวาร์บรูก (Swarbrooke, 2001) พบว่า ความสนใจในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้บุคคลไปเที่ยวชมสวน ซึ่งแรงจูงใจดังกล่าวเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่หลากหลายทั้งการจัดแสดงพรรณพืช การบริหารพันธุ์ไม้ รวมถึงลักษณะภูมิทัศน์ของสวน ในขณะที่การศึกษาของ เบนฟิลด์ (Benfield, 2018) พบว่า สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวชมสวนดอกไม้เนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์ด้านความสุขและความพอใจ จะเห็นได้ว่าสวนมีความหมายต่อบุคคลไม่เหมือนกัน และแต่ละบุคคลต่างมองหาประสบการณ์ที่แตกต่างกันไป คอนเนลล์ (Connell, 2004) ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนได้สรุปถึงแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติทางสังคม (การได้ใช้เวลาอยู่กับเพื่อน/ ครอบครัว) มิติทางการทำสวน (สนใจเกี่ยวกับพันธุ์ไม้การเพาะปลูก การจัดสวน) และมิติทางสภาพแวดล้อม (สวนสามารถสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้กับผู้มาเยือน เช่น ความสงบ ความสุข)

นอกจากนี้ แรงจูงใจและพฤติกรรมของบุคคลที่เยี่ยมชมสวนสามารถแปรเปลี่ยนไปได้ตลอดเวลา เนื่องจากการเที่ยวชมสวนเป็นประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัส (Sensory experience) ทำให้การไปชมสวนอาจเกิดขึ้นจากหลายเหตุผล (Eugene, 2019) แรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนอาจมีตั้งแต่ความต้องการที่จะชื่นชม

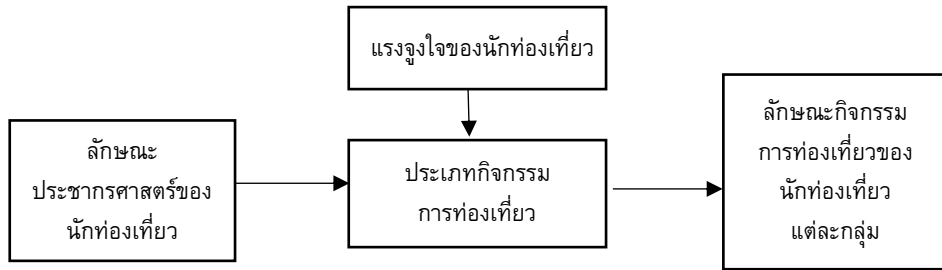
การจัดแสดงพรรณไม้/ ดอกไม้ในสวน การเที่ยวชมสถานที่เก็บรักษาพันธุ์พืช/ พันธุ์ไม้ ไปจนถึงการไปดู การออกแบบสวน ด้วยเหตุนี้ คอนเนลล์ (Connell, 2004) จึงสรุปว่า ความคาดหวังของการเยี่ยมชมสวนของบุคคล จะแตกต่างกันไป โดยขึ้นอยู่กับประเภทของสวน การเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ผู้ที่เข้าร่วมชมสวนด้วย ทัศนคติและ อารมณ์ของบุคคล ณ ขณะนั้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนทั้งสิ้น เช่นจากการศึกษา ของ บัลแลนไท์ และคนอื่นๆ (Ballantyne et al., 2008) พบว่า ความต้องการฟื้นฟูสุขภาพเป็นแรงจูงใจในการไป เที่ยวชมสวนของนักท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย และเพื่อให้สอดคล้องกับแรงจูงใจดังกล่าวการออกแบบสวน ควรนำเสนอถึงความสงบผ่อนคลาย และนักท่องเที่ยวสามารถได้รับประสบการณ์ที่ทำให้รู้สึกว่าได้พักผ่อนเมื่ออยู่ ภายในสวน จากลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว/ สวนควรต้องมีความเข้าใจในแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน เพื่อสามารถออกแบบสวนและการส่งมอบประสบการณ์การเที่ยวชมสวนให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

### กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน

ผู้เข้าชมสวนมีความหลากหลายตั้งแต่เป็นผู้ชมทั่วไปจนถึงผู้ที่ชื่นชอบมาก ทำให้ความต้องการใน กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ดังการศึกษาของ แกลลาเกอร์ (Gallagher, 1983) พบว่า ผู้เยี่ยมชมสวนมักมีความชอบในการชมสวนเหมือน ๆ กัน แต่มีความสนใจในสิ่งที่เกี่ยวกับสวนแตกต่างกัน สอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่าน เช่น คอนเนลล์ (Connell, 2004) พบว่า การได้พูดคุยกันในกลุ่มเพื่อนและ ครอบครัวเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเพื่อชมสวนทุกกลุ่มนิยม ส่วนการปิกนิกและการวาดรูปเป็นกิจกรรมของ นักท่องเที่ยววัยหนุ่ม-สาว สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นนิยมจดบันทึก (Take notes) และถ่ายรูปขณะชมสวน เบนฟิลด์ (Benfield, 2018) ได้ศึกษาถึงกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อชมสวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม Baby Boomers และกลุ่ม Millennials โดยพบว่า กลุ่ม Baby Boomers เป็นกลุ่มตลาดหลักของการเยี่ยมชมสวนมีความสนใจใน สวนและการปลูกต้นไม้ ส่วนกลุ่ม Millennials นั้นนิยมทำกิจกรรมกลางแจ้งในสวน และต่อมา เบนฟิลด์ (Benfield, 2020) ได้ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวเพื่อชมสวนอีกครั้ง พบว่า กลุ่ม Millennials กลายเป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวหลักของการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน โดยกิจกรรมที่สนใจ ได้แก่ ความสนใจในสวน การเพาะปลูก/ จัด สวน และการเข้าร่วมงานนิทรรศการเกี่ยวกับสวน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นสวนดอกไม้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมานาน นับตั้งแต่ สวนสามพราน หรือ Rose garden จังหวัดนครปฐม ที่ปัจจุบันมีชื่อเสียงด้านวิถีการท่องเที่ยวแบบออร์แกนิก Jim Thompson farm ปัจจุบันกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปชม ความสวยงามของดอกไม้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของสถาปัตยกรรมทางภาคอีสาน รวมถึงสวนดอกไม้เอกชนอื่น ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร และคนอื่นๆ (2015) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การเที่ยวชมสวน/ ไร่ดอกไม้เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยชื่นชอบ รวมทั้ง การเติบโตของเทคโนโลยีที่ทำให้การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนดอกไม้เป็นไปได้ง่ายและกลายเป็น กระแสอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสวนดอกไม้ในหลายจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวชมเป็นจำนวนมากใน แต่ละปี อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบของการชมสวนดอกไม้คือ ปริมาณนักท่องเที่ยวที่หนาแน่นและกระจุกตัวในบาง พื้นที่ เนื่องจากกิจกรรมในสวนส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมคือ การถ่ายรูปกับดอกไม้ และเมื่อมี นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องการถ่ายรูปในบริเวณที่เป็นไฮไลท์ของสวนทำให้เกิดความแออัดและการเกิด แถวคอยส่งผลต่อการรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Heo & Lee, 2009) ประกอบกับการขาดกิจกรรม อื่นๆ ภายในสวนทำให้ไม่สามารถกระจายนักท่องเที่ยวไปยังบริเวณอื่นส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่ายจน ทำให้ใช้เวลา อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวไม่นานจะส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว (Ballantyne et al., 2008; Swarbrooke, 2002) จากประเด็นปัญหาข้างต้นนำไปสู่ปัญหาในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวน โดยเฉพาะการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็น การจัดการปัญหาเรื่องการแออัดของนักท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่แล้ว ยังเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ได้

นานขึ้นและใช้จ่ายมากขึ้น โดยความเข้าใจในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสามารถเตรียมความพร้อมในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการสอบถามความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังสวนดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากการเที่ยวชมสวนเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ศิริเพ็ญ ดาบเพชร และคนอื่น ๆ, 2015) แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ โคชราน (Cochran, 1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง 384 คน คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงและเพศชาย มีอายุ 20 ปีบริบูรณ์ ที่เดินทางท่องเที่ยวในสวนดอกไม้ในพื้นที่ศึกษา

คำถามในแบบสอบถามพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ กิจกรรมในสวน และการท่องเที่ยวในสวน (เช่น Ballantyne et al., 2008; Benfield, 2018; Joanne. Connell, 2004) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้มีการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pilot test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำผลที่ได้มาหาความเชื่อมั่นตามวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนี้เท่ากับ 0.8 โดย Nunnally (1978) ได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นไว้ที่ 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงในระดับสูงจึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ และรูปแบบการท่องเที่ยว การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบร่วมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน กระบวนการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถช่วยในการอธิบายข้อมูลให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงจะจับกลุ่มกัน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการวิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเนื่องจากเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ที่เหมาะสมในกรณีที่มีการจำแนกข้อมูลตามปัจจัยที่สนใจศึกษาเพียงปัจจัยเดียวและมีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากรหลายกลุ่ม (Hair et al., 2014) สำหรับการศึกษานี้ได้แก่ ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

## ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้สอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนดอกไม้ โดยรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะประชากรศาสตร์และรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อชมสวน

รายละเอียด	จำนวนนักท่องเที่ยว	รายละเอียด	จำนวนนักท่องเที่ยว
<b>เพศ</b>		<b>รายได้/ เดือน (บาท)</b>	
ชาย	41%	น้อยกว่า 15,000	33%
หญิง	59%	15,000-20,000	33%
<b>อายุ</b>		20,001-30,000	21.3%
20-29 ปี	41%	30,001-40,000	10.3%
20-39 ปี	30.5%	มากกว่า 40,000	2.5%
40-49 ปี	14.8%	<b>ผู้ร่วมเดินทาง</b>	
50-59 ปี	9.3%	ตามลำพัง	4%
60 ปี และมากกว่า	4.3%	คู่รัก	25%
<b>ระดับการศึกษา</b>		ครอบครัว	30.5%
ต่ำกว่าปริญญาตรี	30.5%	เพื่อน	40.5%
ปริญญาตรี	60.8%	<b>การจัดการด้านการท่องเที่ยว</b>	
สูงกว่าปริญญาตรี	6.8%	ดำเนินการด้วยตนเอง	86.5%
อื่นๆ	1.5%	หน่วยงาน/ บริษัทนำเที่ยว	12%
<b>ภูมิลำเนา</b>		อื่นๆ	1.5%
กรุงเทพ	22.3%	<b>ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว/ คน (บาท)</b>	
ภาคกลาง	16%	น้อยกว่า 500	29.5%
ภาคเหนือ	44.5%	500-1000	35.8%
ภาคอีสาน	10.8%	1,001-1,500	12.3%
ภาคใต้	6.5%	มากกว่า 1,500	22.5%

### แรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนดอกไม้

การศึกษาแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า แรงจูงใจในการชมสวนที่สำคัญของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพื่อพักผ่อน เพื่อชื่นชมดอกไม้/ ต้นไม้ และเพื่อใช้เวลาในวันหยุดจากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยส่วนใหญ่เป็นเหตุผลโดยทั่วไป ในขณะที่แรงจูงใจเกี่ยวกับการทำสวน/ พรรณไม้ต่างๆ มีจำนวนค่อนข้างน้อย รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนดอกไม้

แรงจูงใจ	นักท่องเที่ยว	แรงจูงใจ	นักท่องเที่ยว
เพื่อการพักผ่อน	74.5%	ติดตามมาจากรายการโทรทัศน์	15%
เพลิดเพลินกับความงามของดอกไม้	65.3%	การทำสวนเป็นงานอดิเรก	12.8%
เพื่อใช้เวลาในวันหยุด	57.3%	เพื่อชื่นชมทัศนียภาพและการออกแบบสวน	9%
เพื่อแสวงหาความสงบสุข จากธรรมชาติ	43.3%	เพื่อส่งเสริมสุขภาพ	8.5%
ติดตามมาจากสื่อออนไลน์	40%	เพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ไม้ การจัดสวน	6%
เพื่อใช้เวลาไปกับเพื่อน/ ครอบครัว	37.5%	ร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นในสวน	5.3%
เพื่อพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ๆ	19%		

**กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน**

จากการนำแบบสอบถามด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมาทดสอบความเหมาะสมในการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Kaiser-Myer-Olkin Measure (KMO) เท่ากับ 0.862 และผลการทดสอบ Bartlett's test of Sphericity ของตัวแปรกิจกรรมการท่องเที่ยวจำนวน 18 กิจกรรม เท่ากับ 4834.048 และมีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปัจจัยเหล่านี้สามารถเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) ได้เหมาะสมด้วยเทคนิค Varimax เนื่องจากเป็นเทคนิคที่ทำให้มีจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุด และมีค่า Factor loading มากในแต่ละองค์ประกอบ รวมทั้งมีความคงที่มากกว่าวิธีอื่น (Hair et al., 2010) สรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนดอกไม้จำนวน 3 ด้าน (17 กิจกรรม) ได้แก่ ด้านการเรียนรู้และความบันเทิง (10 กิจกรรม, Cronbach alpha = .93) ด้านการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ (5 กิจกรรม, Cronbach alpha = .60) และด้านการถ่ายภาพและแชร์ภาพ (2 กิจกรรม, Cronbach alpha = .59) โดยเมื่อวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในของแต่ละปัจจัย (Internal consistency reliability) พบว่า “เพื่อชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง” มีปัจจัยที่ค่าความสอดคล้องภายในน้อยกว่า 0.5 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวมีค่าความเชื่อมั่นน้อยจึงถูกตัดออก (Nunnally, 1978)

**ตารางที่ 3** แสดงกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน

Factor	Mean	Factor Loading	Eigen Value	% of Variance	Reliability Coefficient
<b>องค์ประกอบ 1: กิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง</b>	<b>2.46</b>		<b>6.45</b>	<b>33.95</b>	<b>.93</b>
กิจกรรมประกอบอาหาร/ เครื่องดื่มในสวน	2.22	.908			
เรียนรู้การส่งเสริมสุขภาพจากดอกไม้	2.19	.899			
เรียนรู้เกี่ยวกับพรรณไม้/ ดอกไม้	2.22	.868			
เรียนรู้เกี่ยวกับการจัดสวน	2.25	.833			
ร่วมเทศกาล	2.34	.828			
ได้พักแรมอยู่ในที่พักท่ามกลางสวนดอกไม้	2.35	.828			
กิจกรรมรับประทานอาหาร/ เครื่องดื่มในสวน	2.52	.779			
การจัดงานอีเวนต์ต่าง ๆ	2.25	.714			
ชื่นชมศิลปะวัตถุในสวนดอกไม้	2.90	.598			
เลือกซื้อของ เช่น ต้นไม้ ดอกไม้ ของฝาก	3.15	.498			
<b>องค์ประกอบ 2: กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์</b>	<b>3.86</b>		<b>3.85</b>	<b>20.26</b>	<b>.60</b>
พักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ	4.05	.846			
ชมความงามของสวน	3.97	.775			
ได้ทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัว/ เพื่อน	3.99	.767			
ได้เห็นชมสวน	4.07	.619			
มีกิจกรรมสำหรับเด็ก	3.22	.424			
<b>องค์ประกอบ 3: กิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ</b>	<b>4.13</b>		<b>1.41</b>	<b>7.44</b>	<b>.59</b>
ถ่ายภาพ	4.20	.772			
แบ่งปันรูปภาพและประสบการณ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	4.05	.789			
<b>Total Variance Explained</b>				<b>61.65</b>	
<b>Kaiser-Meyer-Olkin: 0.86</b>					
<b>Bartlett test: p = 0.000</b>					



กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนที่นักท่องเที่ยวสนใจแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ และมีค่าความแปรปรวน (Total variance explained) ในแต่ละกิจกรรม ดังนี้

**กิจกรรมที่ 1:** กิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง (33.95%)

เป็นกิจกรรมที่มีองค์ประกอบย่อยมากที่สุด (10 องค์ประกอบ) มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับดอกไม้และพรรณพืชต่างๆ พร้อมกับความบันเทิง เช่น การเรียนรู้เกี่ยวกับสวน/ดอกไม้ การทำกิจกรรมเกี่ยวกับดอกไม้ การซื้อสินค้าที่ระลึก และการจัดงานเทศกาลต่างๆ ในสวน

**กิจกรรมที่ 2:** กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ (20.26%)

เป็นกิจกรรมที่เน้นการได้พักผ่อนและการสร้าง/กระชับความสัมพันธ์ โดยลักษณะของกิจกรรมที่สร้างขึ้น สามารถสร้างความรู้สึกผ่อนคลายและสร้างความสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การเที่ยวชมสวน การทำกิจกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์กับครอบครัว

**กิจกรรมที่ 3:** กิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ (7.44%)

ลักษณะของกิจกรรมในด้านนี้มุ่งเน้นการเก็บภาพประทับใจในขณะที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและแชร์ประสบการณ์ที่ได้รับผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

**การวิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ**

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน พบว่า รายได้ต่อเดือน ภูมิภาค อาชีพ การจัดการท่องเที่ยว ระดับการศึกษา และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ส่งผลต่อความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุของนักท่องเที่ยว และบุคคลที่ร่วมเดินทางส่งผลต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ดังตารางที่ 4 - 5

**ตารางที่ 4** แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านอายุของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
กิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	17.304	4	4.326	4.078*	.003
	ภายในกลุ่ม	419.015	395	1.061		
	รวม	436.319	399			
กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	7.492	4	1.873	2.501*	.042
	ภายในกลุ่ม	295.015	395	.749		
	รวม	303.372	399			
กิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ	ระหว่างกลุ่ม	15.865	4	3.966	4.335**	.002
	ภายในกลุ่ม	361.375	395	.935		
	รวม	377.240	399			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดนักท่องเที่ยวทั้ง 5 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มอายุ 20 - 29 ปี กลุ่มอายุ 30 - 39 ปี กลุ่มอายุ 40 - 49 ปี กลุ่มอายุ 50 - 59 ปี และกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยว 3 ประเภท (กิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ และกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ) พบว่า ความแตกต่างด้านอายุของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01

ได้ทำการทดสอบหาค่าความแตกต่างในรายคู่เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภทโดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least-Significant Different (LSD) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 20 - 29 ปี และกลุ่มอายุ 30 - 39 ปี สนใจในกิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง และกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 40 - 49 ปี สนใจในกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 50 - 59 ปี และกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป สนใจในกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงความแตกต่างของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวน

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	P-Value
กิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	7.206	3	2.402	2.217	.086
	ภายในกลุ่ม	429.113	396	1.084		
	รวม	436.319	399			
กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	14.060	3	4.687	6.415**	.000
	ภายในกลุ่ม	289.113	396	.731		
	รวม	303.372	399			
กิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.276	3	.425	.448	.791
	ภายในกลุ่ม	375.964	396	.949		
	รวม	377.240	399			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความสนใจต่อกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อวิเคราะห์ค่าความแตกต่างในรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวและที่เดินทางกับคู่รักสนใจในกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์น้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและกลุ่มที่เดินทางกับเพื่อน

## สรุปและอภิปรายผล

สวนดอกไม้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวที่มองหาความผ่อนคลายและความสวยงามจากรายอากาศและสิ่งแวดล้อมต่างๆ สวนแต่ละประเภทมีเอกลักษณ์และบริบทที่แตกต่างกันออกไป ทำให้การจัดการสวนแต่ละแห่งต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะของสวนและกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยกำหนดสิ่งทีนักท่องเที่ยวต้องการและสนใจให้ชัดเจน ตลอดจนการเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการเที่ยวชมสวนมีส่วนสำคัญต่อผู้ประกอบการ/ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้สามารถพัฒนาและนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนทั้งในด้านความหลากหลายของพันธุ์ไม้/ดอกไม้ ความสวยงามของพื้นที่การออกแบบสวน และการผสมผสานเสียงธรรมชาติอื่นๆ ที่สร้างความรู้สึกผ่อนคลายและบรรเทาความตึงเครียด ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

จากการศึกษาถึงแรงจูงใจในการเที่ยวชมสวนดอกไม้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่หลากหลาย โดยแรงจูงใจด้านความต้องการพักผ่อนและต้องการเพลิดเพลินกับความสวยงามของสวนและดอกไม้เป็นแรงจูงใจสำคัญมากที่สุด 2 อันดับแรกของนักท่องเที่ยวชาวไทย สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้า

(Connell, 2005; Holbrook, 2010; Maller et al., 2006) ที่พบว่า การเที่ยวชมสวนช่วยบรรเทาความเครียดและทำให้รู้สึกผ่อนคลาย Connell (2004) อธิบายในประเด็นนี้ว่า สภาพแวดล้อมที่สวยงามของสวนสามารถสร้างความพอใจทางอารมณ์และจิตวิญญาณของผู้มาเยือน เพราะได้ผ่อนคลายเมื่อได้มาเห็นดอกไม้ ต้นไม้ ในสภาพแวดล้อมที่สวยงาม ซึ่งผลการศึกษาค้นพบว่า สวนดอกไม้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถให้ประสบการณ์กับนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ ในขณะที่แรงจูงใจด้านการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ไม้ การจัดสวนและการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นในสวนเป็นแรงจูงใจที่น้อยที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวไทย นักวิชาการหลายท่าน (Ballantyne et al., 2008; Page & Connell, 2020) อธิบายในประเด็นนี้ว่า การเที่ยวชมสวนไม่ได้มีแรงจูงใจพิเศษใดๆ นอกเหนือไปจากที่เห็นว่าสวนเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการใช้เวลาในวันหยุด เช่นเดียวกับการศึกษาค้นคว้าที่พบว่า การใช้เวลาในวันหยุดเป็นเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมสวน จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสวนเป็นสถานที่ผู้ไปเยือนคาดหวังว่า จะได้พักผ่อนและใช้เวลาในวันหยุด ดังนั้นการออกแบบสถานที่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้พักผ่อน ได้พักผ่อน และรู้สึกสงบเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตามที่คาดหวัง

ในการศึกษาถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่หลากหลาย และไม่ได้สนใจในเรื่องของการทำสวน/การจัดสวนอย่างจริงจังเท่าใดนัก โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจประกอบไปด้วย 3 ลักษณะ ได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ และกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ Sharpley (2007, p. 137) แสดงความคิดเห็นว่า การจัดกิจกรรมที่หลากหลายจะทำให้สวนสามารถวางตำแหน่งทางการตลาดได้ว่า “เป็นมากกว่าสวนที่ให้ประสบการณ์ด้านการทำสวนเท่านั้น” โดยกิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิงเป็นลักษณะของกิจกรรมเกี่ยวกับสวน/พันธุ์ไม้ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจควบคู่กับสร้างความบันเทิงไปด้วย เช่น การประกอบอาหารด้วยดอกไม้ การซื้อสินค้าที่ระลึกที่ทำจากดอกไม้/ต้นไม้ ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนดอกไม้สามารถจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะของสวน เช่น ดนตรีในสวน การวาดรูป/การทำงานศิลปะต่างๆ หรือกิจกรรมดูผีเสื้อ ดูนก นอกจากนี้ การกระตุ้นเตือนให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของการช่วยกันอนุรักษ์และดูแลสวนเป็นสิ่งแหล่งท่องเที่ยวสามารถทำได้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมของสวน ดังความคิดเห็นของ บัลแลนไธน์ และคนอื่นๆ (Ballantyne et al., 2008) ที่กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการมอบประสบการณ์การท่องเที่ยว สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนนี้สามารถสร้างความตระหนักในเรื่องการอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีในสวน เช่น จัดสวน การจัดสวน ดูนก ดูนก ดอกไม้/ต้นไม้ โดยเฉพาะการได้รับประสบการณ์ทางตรงทั้งในเรื่องของการอนุรักษ์และความสนุกที่ได้จากการทำกิจกรรมเป็นการสร้างความประทับใจและเป็นการเรียนรู้ที่ยั่งยืน และกิจกรรมเหล่านี้ยังสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในสวนได้เป็นเวลานาน ตลอดจนลดความแออัดของนักท่องเที่ยวเพราะสามารถกระจายนักท่องเที่ยวไปตามพื้นที่ต่างๆ ในสวนทำให้ไม่แออัดอยู่เฉพาะที่

กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์นั้นเป็นกิจกรรมที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและยังคงสามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ ตัวอย่างกิจกรรมของสวนดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเพชรบูรณ์ เช่น การเดินชมสวนด้วยตนเองหรือมีไกด์นำเที่ยว การมีกิจกรรมให้ครอบครัวได้ทำร่วมกันจะเพิ่มความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนดอกไม้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเพชรบูรณ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสพันธุ์ไม้ ธรรมชาติ และอากาศบริสุทธิ์ ตลอดจนได้ชื่นชมกับความสวยงามของการออกแบบสวนและการเลือกใช้ดอกไม้/ต้นไม้ในการประดับประดาพื้นที่ ดังความคิดเห็นของ เอร์นันเดซ (Hernandez, 2007) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนทั้งในด้านการมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น และการสัมผัส กอนซาเลซ และเคียร์เคโวล (Gonzalez & Kirkevold, 2014) อธิบายเพิ่มเติมว่า การออกแบบเพื่อสร้างพื้นที่ที่รม

พื้นที่โล่งและผสมผสานเสียงธรรมชาติ เช่น มีลำธาร หรือสระ สภาพแวดล้อมทางกายภาพเหล่านี้สามารถส่งเสริมการผ่อนคลายให้เกิดขึ้นได้ ยิ่งกว่านั้น สวนที่ล้อมรอบด้วยเขตเมืองแต่ยังสามารถทำให้เกิดความร่มรื่นได้จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ทางธรรมชาติและสร้างความรู้สึกลึกซึ้งให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สวนที่มีความปลอดภัยยังสามารถสร้างความรู้สึที่ได้พักผ่อนให้กับนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับความคิดเห็นของยาริ และคนอื่นๆ (Yari et al., 2020) ที่กล่าวว่า การออกแบบสวนที่ดีนอกจากจะต้องคำนึงเรื่องการสร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้พักผ่อนแล้ว สภาพแวดล้อมในสวนต้องมีความปลอดภัย ดังนั้น การกำหนดข้อปฏิบัติที่ชัดเจนให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่แหล่งท่องเที่ยวควรคำนึงถึง เห็นได้จากสวนดอกไม้ทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเพชรบูรณ์ได้กำหนดกฎระเบียบในการอยู่ในสวนไว้อย่างชัดเจน เช่น การไม่ปีนปายหรือเด็ดดอกไม้ด้วยคำนึงถึงความปลอดภัยและการใช้สวนร่วมกันของนักท่องเที่ยว

สำหรับกิจกรรมการถ่ายภาพและการแชร์ข้อมูลผ่านสังคมออนไลน์นั้นเป็นรูปแบบกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงควรตระหนักถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ตในฐานะเครื่องมือทางการตลาด คอนเนลล์ (Connell, 2004) อธิบายถึงความสำคัญของอินเทอร์เน็ตในการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนไว้ 2 ประเด็น คือ เป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าช่องทางสื่อสารประเภทอื่น และเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างจุดชมวิว จุดถ่ายรูป จุดตำแหน่งน่าสนใจ เป็นอาคาร ร้านอาหารที่ออกแบบให้กลมกลืนไปกับพื้นที่ การจัดสวน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่อยู่ภายในสวน นอกจากนี้ยังสามารถจัดทำข้อมูลที่สามารถใช้โทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตอ่านและแสดงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการให้บริการฟรีอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ย่อมสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างภาพลักษณ์ของสวนทันสมัยให้กับแหล่งท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม พบว่านักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป การศึกษาค้นคว้าพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย (กลุ่มอายุ 20 - 29 ปี และกลุ่มอายุ 30 - 39 ปี) สนใจในกิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิง และกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ นักท่องเที่ยวอายุระหว่าง 40 - 49 ปี สนใจในกิจกรรมการถ่ายภาพและแชร์ภาพ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 50 - 59 ปี และกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป สนใจในกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์

สำหรับนักท่องเที่ยววัยหนุ่ม-สาวนั้นกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนดอกไม้ที่ประเภทกิจกรรมการเรียนรู้และความบันเทิงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างมาก โดยแหล่งท่องเที่ยวสวนในจังหวัดเชียงใหม่และเพชรบูรณ์มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ควบคู่ไปกับความสนุกสนานที่หลากหลาย เช่น เรียนรู้การส่งเสริมสุขภาพจากดอกไม้ในลักษณะของการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม การเรียนรู้เกี่ยวกับต้นไม้/ดอกไม้ผ่านกิจกรรม workshop ทั้งการเทศน์ย้อมสีธรรมชาติจากดอกไม้/ใบไม้ กิจกรรมปลูกผัก เฮค (Hake, 2017) ให้ความเห็นว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับต้นไม้/ดอกไม้ผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารการกินจะทำให้ผู้เข้าชมสวนได้รับทั้งความรู้และสามารถจดจำลักษณะและประโยชน์ของต้นไม้/ดอกไม้ได้เป็นอย่างมาก เพราะเป็นกิจกรรมการเรียนรู้ที่เข้าใจ เป็นระบบ และยั่งยืน ส่วนกิจกรรมการถ่ายภาพและการแชร์ข้อมูลผ่านสังคมออนไลน์นั้นเป็นกิจกรรมสำคัญของนักท่องเที่ยววัยหนุ่ม-สาว สอดคล้องกับรายงานของบริษัท Mobile travel Tracker (Customer Insight, 2018) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนและโซเชียลมีเดียของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials (ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2525 ถึง 2543) มีพฤติกรรมชอบแชร์ภาพและเรื่องราวการท่องเที่ยวบนสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อแบ่งปันประสบการณ์กับกลุ่มเพื่อนและกลุ่มคนที่ติดตามอ่านบนสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าที่พบว่า นักท่องเที่ยวเพื่อชมสวนอายุระหว่าง 20 - 39 ปี ที่นิยมแชร์ภาพและข้อมูลผ่านโปรแกรมการสื่อสารต่างๆ เช่น Facebook และ Instagram สวนดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่และ

เพชรบูรณ์จึงได้จัดมุมให้ถ่ายรูป ทั้งมุมจิบน้ำกลางสวนให้โพสต์ท่าแบบเก๋ ๆ การมีอุปกรณ์ประกอบฉากในการถ่ายรูปเป็นกิจกรรมที่สร้างสีสันให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม 40 - 49 ปีที่หันมาเล่นอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนกลายเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่ในโลกออนไลน์ ดังผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2021) ที่พบว่า ผู้ใหญ่วัยทำงานตอนปลายเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งคนในวัยนี้มีทั้งเวลา และกำลังซื้อสูงจึงเป็นลูกค้าออนไลน์กลุ่มสำคัญของธุรกิจต่าง ๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มนิยมถ่ายรูปและแชร์ข่าวสาร รวมทั้งรูปภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่นกัน

สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นการเที่ยวชมสวนเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง แหล่งท่องเที่ยวสวนจึงควรคำนึงถึงการออกแบบสวนเพื่อส่งเสริมการพักผ่อน ให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย และเพื่อหลบหนีจากโลกภายนอก เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ฮริสตอฟ, และคนอื่น ๆ (Hristov, 2018) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้สึกละเลย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง เช่น มีที่นั่งพักระหว่างทาง เพื่อให้สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้ รวมทั้งการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการแบ่งปันและการสนทนาในครอบครัว โดยกิจกรรมที่พบในแหล่งท่องเที่ยวสวนดอกไม้ของจังหวัดเชียงใหม่และเพชรบูรณ์ เช่น การได้ชม ชิม และเลือกซื้อสินค้าจากสวน การได้เดินชมสวน/ ดอกไม้หลากหลายชนิด ดูผีเสื้อ ดูนก เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตดนตรีในสวนร่วมกับครอบครัวเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาลเพลย์ (Sharpley, 2007) แสดงความเห็นว่าการส่งเสริมและเพิ่มปฏิสัมพันธ์ทางสังคมใช้ได้ผลกับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ ดังนั้นในทางปฏิบัตินั้นแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนลักษณะต่าง ๆ สามารถนำเสนอจุดเด่นดังกล่าวมาใช้ในการดึงดูดตลาดครอบครัว

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังได้วิเคราะห์ลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมสวนจากลักษณะผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยว พบว่า สมาชิกที่ร่วมเดินทางส่งผลต่อลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคู่รักสนใจในกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนและเพิ่มโอกาสในการปฏิสัมพันธ์น้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและกลุ่มที่เดินทางกับเพื่อน ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่าผู้ที่ท่องเที่ยวคนเดียว โดยส่วนใหญ่มักต้องการความเป็นอิสระจากสังคมจึงทำให้ไม่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวคนอื่น หยาง (Yang, 2021) อธิบายในประเด็นนี้ว่า นักท่องเที่ยวคนเดียวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 'ลุยเดี่ยวตามสถานการณ์ (Solo by circumstances)' และ 'ลุยเดี่ยวตามทางเลือก (Solo by choice)' โดยทั้งสองกลุ่มมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวคนเดียว คือ ต้องการได้รับประสบการณ์การเปลี่ยนแปลง ต้องการเป็นอิสระ และต้องการความยืดหยุ่นในการเดินทาง จากเหตุผลดังกล่าวนักท่องเที่ยวคนเดียวจึงไม่ค่อยสนใจในกิจกรรมที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับคู่รักนั้นมักให้ความสนใจในคู่ของตนมากกว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมกับคนอื่น สอดคล้องกับการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน (Durko & Petrick, 2013; Lehto et al., 2009; Shaw et al., 2008) ที่พบว่า การได้ทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวหรือนักท่องเที่ยวอื่นเป็นเหตุผลสำคัญของการท่องเที่ยวกับครอบครัว และเป็นองค์ประกอบหลักในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษานี้สามารถเป็นแนวทางให้ผู้เกี่ยวข้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนที่เน้นกิจกรรมส่งเสริมการอยู่ร่วมกันของครอบครัวและให้โอกาสปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น รวมทั้งสร้างจุดเด่นของ แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนให้ชัดเจนมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าความเข้าใจในแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวและความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างด้านอายุสามารถช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมความสัมพันธ์เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัว ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดกลุ่มเป้าหมายและเลือกวิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวในสวนได้อย่างชัดเจน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มมากขึ้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ สามารถพิจารณาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้ดังนี้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นแหล่งการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทสวนที่สามารถนำเสนอทั้งการเรียนรู้และความเพลิดเพลิน เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การตลาดเชิงรุกโดยการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง การจัดการที่ใช้สวนเป็นฐานการเรียนรู้ และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

2. แหล่งท่องเที่ยวสามารถวัดผลกระทบของประสบการณ์ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยว โดยทำความเข้าใจว่าผู้เยี่ยมชมเรียนรู้อย่างไรและอย่างไรในการเยี่ยมชม ซึ่งการประเมินดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสามารถนำเสนอกิจกรรมและออกแบบสวนให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนำเสนอข้อมูลเชิงลึกบางประการเกี่ยวกับแรงจูงใจและความสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชมสวน แม้ว่าจำกััดกลุ่มตัวอย่างเพียงสองจังหวัด จึงจำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อขยายการศึกษานี้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมุมมองของเจ้าของสวน/ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนที่มีต่อการบริหารจัดการพื้นที่ในด้านต่างๆ ทั้งในการมอบประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และการจัดการพื้นที่

2. ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชม และกลับมาเที่ยวซ้ำ

## เอกสารอ้างอิง

- Alexander, C. (2002). The garden as occasional domestic space. *Signs: The Journal of Women, Culture and Society*, 27(3), 857–871. <https://doi.org/10.1086/337930>
- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2008). Environmental awareness, interests and motives of botanic gardens visitors: Implications for interpretive practice. *Tourism Management Perspectives*, 29, 439-444. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517707001148>
- Benfield, R. (2018). Garden tourism in S. Agarwal, G. Busby, & R. Huang (Eds.), *Special interest tourism: Concepts, contexts and cases* (pp. 156-170). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780645667.0000>
- Benfield, R. (2020). *New directions in garden tourism*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9781789241761.0000>
- Bhatti, M., & Church, A. (2000). I never promised you a rose garden: Gender, leisure and home-making. *Leisure Studies*, 19, 183-197. <https://doi.org/10.1080/02614360050023071>
- Bhatti, M., & Church, A. (2004). Home, the culture of nature and the meanings of gardens in late modernity. *Housing Studies*, 19(1), 37-51. <https://doi.org/10.1080/0267303042000152168>

- Cochran, W. (1977). *Sampling techniques*. John Wiley, & Sons.
- Connell, J. (2004). The purest of human pleasures: The characteristics and motivations of garden visitors in Great Britain. *Tourism Management Perspectives*, 25, 229-247.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.021>
- Connell, J. (2005). Managing gardens for visitors in Great Britain: A story of continuity and change. *Tourism Management*, 26(2), 185–201. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517703002346>
- Connell, J., & Meyer, D. (2004). Modelling the visitor experience in the gardens of Great Britain. *Current Issues in Tourism*, 7(4), 183-216.  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500408667979>
- Customer Insight. (2018). Revealing the behavior of new generation tourists, chatting, checking up, sharing experiences. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/hotels-com-share-consumer-behavior/>
- Dabphet, S., Khwanboon, T., & Salaiwarakul, A. (2015). The creation of lower northern 1 touring route from thai tourist's behaviour. *Journal of Social Sciences, Srinakarinwirot University*, 18 226-246.  
<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/7036/6550>
- Durko, A. M., & Petrick, J. F. (2013). Family and relationship benefits of travel experiences: A literature review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 720–730. <https://doi:10.1177/0047287513496478>
- Electronic Transactions Development Agency. (2021). *Thailand interner user behavior 2021*. Ministry of Digital Economy and Society
- Eugene, J. (2019). Garden tourism: The gallic gateway to Gaiety. *Review of Research*, 8(9), 1-6.  
[https://www.academia.edu/39551007/GARDEN\\_TOURISM\\_THE\\_GALLIC\\_ATEWAY\\_TO\\_GAIETY](https://www.academia.edu/39551007/GARDEN_TOURISM_THE_GALLIC_ATEWAY_TO_GAIETY)
- Gallagher, J. (1983). *Visiting historic gardens: A report on contemporary garden visiting and its literature*. Leeds Polytechnic, Leeds, Planning esearch Unit, School of Planning and Environmental Studies <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19831803799>
- Gonzalez, M. T., & Kirkevold, M. (2014). Benefits of sensory garden and horticultural activities in dementia care: a modified scoping review. *Journal of Clinical Nursing*, 23(19-20), 2698–2715.  
<https://doi.org/10.1111/jocn.12388>
- Hair, F.J.J., Black, C.W., Babin, J.B., & Anderson, E.R. (Eds.). (2010). *Multivariate data analysis with readings* (7 ed.). England: Pearson Education Limited.
- Hake, B. J. (2017). Gardens as learning spaces: Intergenerational learning in urban food gardens. *Journal of Intergenerational Relationships*, 15(1), 26-38.  
<https://doi.org/10.1080/15350770.2017.1260369>
- Heo, Y., & Lee, S. (2009). Application of revenue management practice to the theme park industry. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 446-453.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431909000255>
- Hernandez, R. O. (2007). Effects of therapeutic gardens in special care units for people with dementia: Two case studies. *Journal of Housing for the Elderly*, 21, 117–152.  
[https://doi.org/10.1300/J081v21n01\\_07](https://doi.org/10.1300/J081v21n01_07)

- Holbrook, A. (2010). *The green we need: An investigation of the benefits of green life and green spaces for urban dwellers' physical, mental and social health*. University of Newcastle.  
<http://hdl.handle.net/1959.13/1058993>
- Hristov, D., Naumov, N., & Petrova, P. (2018). English heritage perspective. *Tourism Review*, 73(2), 199-215.  
[:http://nectar.northampton.ac.uk/12874/1/Naumov\\_Nikola\\_SSRN\\_2018\\_English\\_Heritage\\_Tourism\\_Review.pdf](http://nectar.northampton.ac.uk/12874/1/Naumov_Nikola_SSRN_2018_English_Heritage_Tourism_Review.pdf)
- Lehto, X., Choi, S., Lin, Y., & MacDermid, S. (2009). Vacation and family functioning. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 459-479. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.04.003>
- Lipovská, B. (2013). The fruit of garden tourism may fall over the wall: Small private gardens and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 6, 114-121.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973613000032>
- Maller, C., Townsend, M., Pryor, A., Brown, P., & St. Leger, L. (2006). Healthy nature healthy people: 'Contact with nature' as an upstream health promotion intervention for populations. *Health Promotion International*, 21(1), 45-54. <https://academic.oup.com/heapro/article/21/1/45/646436>
- Mandler, P. (1997). *The fall and rise of the stately home*. Yale University Press.
- Nordh, H., Alalouch, C., & Hartig, T. (2011). Assessing restorative components of small urban parks using conjoint methodology. *Urban Forestry, & Urban Greening*, 10(2), 95-103.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1618866711000021>
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric methods*. McGraw-Hill.
- Page, S. J., & Connell, J. (2020). *tourism: a modern synthesis* (5 ed.). Routledge.
- Paiva, P. D. O., Sousa, R. B., & Carcaud, N. (2020). Flowers and gardens on the context and tourism potential. *Ornamental Horticulture*, 26(1), 121-133.  
<https://www.scielo.br/j/oh/a/X4ggKStVhngk5jccTKC4kZqd/abstract/?lang=en>
- Permana, F., Masyhuri, A., & Suryantini, A. (2019). Tourism decision making and the effect of satisfaction in agro tambu tourism. *Journal of Tourism Hospitality and Environment Management*, 4(16), 56-69.  
<https://doi:10.35631/JTHEM.416005>
- Rubenstein, J. M. (2003). *The cultural landscape: An introduction to human geography* (8 ed.). Miami University of Ohio.
- Sharpley, R. (2007). Flagship attractions and sustainable rural tourism development: The case of the Alnwick Garden, England. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 125-143. <https://doi.org/10.2167/jost604.0>
- Shaw, S., Havitz, M., & Delemere, F. M. (2008). 'I Decided to Invest in My Kids' Memories': Family Vacations, Memories, and the Social Construction of the Family. *Tourism Culture & Communication*, 8(1):13-26, 8(1), 13-26. <https://10.3727/109830408783900361>
- Stone, R. (2003). Privat: Theologies of privacy in some modernist urbanism. In I. B. Whyte (Ed.), *Modernism and the spirit of the city* (pp. 209-236). Routledge.  
[HShiner\\_Routledge\\_Wertheim\\_2003-libre.pdf](HShiner_Routledge_Wertheim_2003-libre.pdf)
- Swarbrooke, J. (2001). Key challenges for visitor attraction managers in the UK. *Journal Retail Leisure Property*, 1, 318-336. <https://doi.org/10.1057/palgrave.rlp.5090130>
- Swarbrooke, J. (2002). *The development and management of visitor attractions* (2 ed.). Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.4324/9780080494500>



- Wassenberga, C. L., Goldenberg, M. A., & Soule, K. E. (2015). Benefits of botanical garden visitation: A means-end study. *Urban Forestry, & Urban Greening*, 14, 148-155.  
<https://doi.org/10.1016/j.ufug.2015.01.002>
- Carr, C.M.H., & Whitehand, J.W.R. (2001). *Twentieth-Century suburbs: A morphological approach*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315013039>
- Yang, E. C. L. (2021). What motivates and hinders people from travelling alone? A study of solo and non-solo travellers. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2458-2471.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839025>
- Yari, M., Lee, K., Cassidy, J., & Chen, Z. (2020). Transforming space into place: A person-environment interchange approach for designing an assisted living facility courtyard. *Journal of Aging and Environment*, 35(2), 188-206. <https://doi.org/10.1080/26892618.2020.1815923>
- Ziegler, C. (2007). *Favored flowers: Culture and economy in a global system*. Duke University Press.  
<https://doi.org/10.1515/9780822390015>