

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร ได้แบ่งผลการศึกษออกเป็น 6 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 พื้นฐานของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตอนที่ 2 พื้นฐานของบริษัทท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตอนที่ 3 การดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 พื้นฐานของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวในประเทศไทย

สำหรับผลการศึกษาพื้นฐานของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวในประเทศไทย จากตารางที่ 2 พบว่า

เพศ ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวที่ทำการศึกษ เป็นชาย ร้อยละ 68.1 เป็นหญิง ร้อยละ 31.9

อายุ อายุของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวในประเทศไทย ปรากฏว่าเป็นผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี มากที่สุด ร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็นผู้มีอายุ 30-39 ปี ร้อยละ 35.3 ผู้ที่มีอายุมากกว่า 49 ปี ร้อยละ 16.0 และผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ร้อยละ 11.8 นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยที่สุด คือ มีอายุ 24 ปี และผู้ที่มีอายุมากที่สุดคือ 67 ปี ดังนั้น อายุเฉลี่ยจึงเท่ากับ 40 ปี

ระดับการศึกษา จากผลการศึกษาระดับการศึกษาของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว พบว่า เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 58.8 รองลงมาเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 23.5 มีการศึกษาระดับ ปวส. ร้อยละ 7.6 มีการศึกษาระดับ ปวช. ร้อยละ 6.7 และเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา น้อยที่สุด ร้อยละ 3.4

ประสบการณ์ในการทำงานด้านการท่องเที่ยว จากผลการศึกษาประสบการณ์ในการทำงานด้านการท่องเที่ยวของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว พบว่า เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการท่องเที่ยว น้อยกว่า 5 ปี มากที่สุด ร้อยละ 34.5 รองลงมาเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการท่องเที่ยว 10-14 ปี และมากกว่า 19 ปี เท่ากัน ร้อยละ 17.6 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการท่องเที่ยว 5-9 ปี ร้อยละ 16.8 และมีประสบการณ์การทำงานท่องเที่ยว 15-19 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 13.4 โดยผู้มีประสบการณ์การทำงานท่องเที่ยว น้อยที่สุด 1 ปี และมากที่สุด 35 ปี ดังนั้น ประสบการณ์ในการทำงานด้านท่องเที่ยวเฉลี่ยจึงเท่ากับ 10 ปี

ตำแหน่งการทำงาน จากผลการศึกษาดำเน่งการทำงานของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว พบว่า เป็นผู้ทำงานในตำแหน่งผู้จัดการมากที่สุด ร้อยละ 42.0 รองลงมาเป็นตำแหน่งกรรมการในบริษัท ร้อยละ 24.4 เป็นตำแหน่งผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 20.2 และ ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัท ร้อยละ 13.4

ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ จากผลการศึกษาความสามารถด้านภาษาต่างประเทศของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว พบว่า ภาษาอังกฤษ เป็นภาษาที่ผู้บริหารส่วนใหญ่สามารถใช้ได้ดีมากที่สุด ร้อยละ 91.6 รองลงมาคือภาษาจีน ร้อยละ 20.2 ภาษาญี่ปุ่น ร้อยละ 5.9 ภาษาเยอรมัน ร้อยละ 4.2 และภาษาฝรั่งเศส น้อยที่สุด ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตำแหน่งการทำงาน และความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ

(n = 119)		
พื้นฐานของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	81	68.1
หญิง	38	31.9
อายุ(ปี) ^{1/}		
น้อยกว่า 30	14	11.8
30-39	42	35.3
40-49	44	37.0
มากกว่า 49	19	16.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	4	3.4
ปวช.	8	6.7
ปวส.	9	7.6
ปริญญาตรี	70	58.8
ปริญญาโท	28	23.5
ประสบการณ์ในการทำงานท่องเที่ยว (ปี) ^{2/}		
น้อยกว่า 5	41	34.5
5-9	20	16.8
10-14	21	17.6
15-19	16	13.4
มากกว่า 19	21	17.6

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n = 119)

พื้นฐานของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตำแหน่งการทำงาน		
ผู้บริหาร	24	20.2
ผู้จัดการ	50	42.0
กรรมการผู้จัดการ	16	13.4
กรรมการ	29	24.4
ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ^{3/}		
ภาษาอังกฤษ	109	91.6
ภาษาจีน	24	20.2
ภาษาญี่ปุ่น	7	5.9
ภาษาเยอรมัน	5	4.2
ภาษาฝรั่งเศส	1	0.8

หมายเหตุ: ^{1/} ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวอายุน้อยที่สุด 24 ปี อายุมากที่สุด 67 ปี อายุเฉลี่ย 40 ปี

^{2/} ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการทำงานท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุดคือ 1 ปี มากที่สุดคือ 35 ปี ประสบการณ์ในการทำงานท่องเที่ยวเฉลี่ย 10 ปี

^{3/} ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวมีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมากกว่าคนละ 1 ภาษา

ตอนที่ 2 พื้นฐานของบริษัทท่องเที่ยว (ในประเทศไทย)

ผลการศึกษาพื้นฐานของบริษัทท่องเที่ยวที่ทำการศึกษา พบว่า

ระยะเวลาจัดตั้งเพื่อดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว จากผลการศึกษาปรากฏว่าบริษัทที่ทำการศึกษามีระยะเวลาการจัดตั้งเพื่อดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างน้อยกว่า 4 ปีมากที่สุด ร้อยละ 43.7 รองลงมาเป็นบริษัทท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 4-8 ปี ร้อยละ 31.1 ระยะเวลาจัดตั้ง 9-13 ปี ร้อยละ 12.6 มากกว่า 18 ปี ร้อยละ และ 14-18 ปี ร้อยละ 5.0 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตาม ระยะเวลาการจัดตั้งเพื่อดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว

(n = 119)

ระยะเวลาการจัดตั้งบริษัท เพื่อดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
น้อยกว่า 4 ปี	52	43.7
4-8 ปี	37	31.1
9-13 ปี	15	12.6
14-18 ปี	6	5.0
มากกว่า 18 ปี	9	7.6

จำนวนผู้ปฏิบัติงาน และมัลคฤเทศก์ของบริษัทท่องเที่ยว

ผลการศึกษาจำนวนผู้ปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ผู้ปฏิบัติงานในประเทศ ผู้ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ และผู้ปฏิบัติงานในต่างประเทศ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

สำหรับจำนวนผู้ปฏิบัติงานในประเทศของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานในประเทศ น้อยกว่า 6 คน มีมากที่สุด ร้อยละ 53.8 รองลงมาเป็นบริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในประเทศ จำนวน 6-10 คน ร้อยละ 21.8 บริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในประเทศ 11-15 คน ร้อยละ 7.6 บริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในประเทศ จำนวน 16-20 คน ร้อยละ 6.7 บริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในประเทศ มากกว่า 45 คน ร้อยละ 3.4 บริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในประเทศ จำนวน 26-30 คน ร้อยละ 2.5 บริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในประเทศ จำนวน 21-25 คน และมีผู้ปฏิบัติงานในประเทศจำนวน 36-40 คน ร้อยละ 1.7 เท่ากัน และบริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในประเทศจำนวน 41-45 คน มีเพียงร้อยละ 0.8

ส่วนจำนวนผู้ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ น้อยกว่า 6 คน มากที่สุด ร้อยละ 94.1 รองลงมาเป็นบริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศจำนวน 6-10 คน ร้อยละ 2.5 และบริษัท

ท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ 11-15 คน มีร้อยละ 1.7 เท่ากับบริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ 36-40 คน

และจำนวนผู้ปฏิบัติงานในต่างประเทศของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานในต่างประเทศ น้อยกว่า 6 คน มีมากที่สุด ร้อยละ 95.8 รองลงมาเป็นบริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในต่างประเทศ 6-10 คน ร้อยละ 2.5 และน้อยที่สุด คือบริษัทท่องเที่ยวที่มีผู้ปฏิบัติงานในต่างประเทศ 16-20 คน ร้อยละ 1.7

สำหรับจำนวนผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดของบริษัทท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาทั้ง 119 บริษัท พบว่าเป็นบริษัทที่มีผู้ปฏิบัติงานน้อยที่สุด 1 คน และมากที่สุด 150 คน จำนวนผู้ปฏิบัติงานเฉลี่ยของบริษัทท่องเที่ยว คือ 14 คน

จากผลการศึกษาจำนวนมัคคุเทศก์ของบริษัทท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ มัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานในประเทศ มัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ และมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานในต่างประเทศเท่านั้น ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

จำนวนมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานในประเทศของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในประเทศ น้อยกว่า 6 คน มีมากที่สุด ร้อยละ 68.9 รองลงมา เป็นบริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในประเทศ 6-10 คน ร้อยละ 17.6 บริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในประเทศ 11-15 คน ร้อยละ 6.7 บริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในประเทศ 16-20 คน เท่ากับ บริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในประเทศ 26-30 คน ร้อยละ 2.5 และ บริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในประเทศ มากกว่า 45 คน มีเพียง ร้อยละ 1.7

จำนวนมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ น้อยกว่า 6 คน มีมากที่สุด ร้อยละ 89.9 รองลงมาเป็นบริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ 6-10 คน ร้อยละ 4.2 บริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 11-15 คน มีมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 31-35 คน และมีมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ จำนวนมากกว่า 45 คน เท่ากัน ร้อยละ 1.7 น้อยที่สุด คือ บริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 16-20 คน ร้อยละ 0.8

จำนวนมัคคุเทศก์ที่ปฏิบัติงานในต่างประเทศของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในต่างประเทศ น้อยกว่า 6 คน มีมากที่สุด ร้อยละ 93.3 รองลงมาเป็นบริษัทท่องเที่ยวที่มีมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในต่างประเทศจำนวน 6-10 คน ร้อยละ 3.4 และบริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในต่างประเทศ 11-15 คน เท่ากับ บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานในต่างประเทศ มากกว่า 45 คน เพียงร้อยละ 1.7

สำหรับจำนวนมัคคุเทศก์ทั้งหมดของบริษัทท่องเที่ยวที่ทำการศึกษา ปรากฏว่า เป็นบริษัทที่มีมัคคุเทศก์น้อยที่สุด คือ ไม่มีมัคคุเทศก์เลย และมากที่สุด 200 คน จำนวนมัคคุเทศก์เฉลี่ยของบริษัทท่องเที่ยว คือ 11 คน

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนผู้ปฏิบัติงาน และมัคคุเทศก์

(n=119)

ผู้ปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยว ^{u/}		
<u>จำนวนผู้ปฏิบัติงานในประเทศ (คน)</u>		
< 6	64	53.8
6-10	26	21.8
11-15	9	7.6
16-20	8	6.7
21-25	2	1.7
26-30	3	2.5
31-35	-	-
36-40	2	1.7
41-45	1	0.8
>45	4	3.4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=119)

ผู้ปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<u>จำนวนผู้ปฏิบัติงานในและต่างประเทศ (คน)</u>		
< 6	112	94.1
6-10	3	2.5
11-15	2	1.7
16-20	-	-
21-25	-	-
26-30	-	-
31-35	-	-
36-40	2	1.7
41-45	-	-
>45	-	-
<u>จำนวนผู้ปฏิบัติงานต่างประเทศ (คน)</u>		
< 6	114	95.8
6-10	3	2.5
11-15	-	-
16-20	2	1.7
21-25	-	-
26-30	-	-
31-35	-	-
36-40	-	-
41-45	-	-
>45	-	-

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=119)

ผู้ปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มัลคฤเทศก์ของบริษัทท่องเที่ยว ^{2/}		
<u>จำนวนมัลคฤเทศก์ปฏิบัติงานในประเทศ (คน)</u>		
< 6	82	68.9
6-10	21	17.6
11-15	8	6.7
16-20	3	2.5
21-25	-	-
26-30	3	2.5
31-35	-	-
36-40	-	-
41-45	-	-
>45	2	1.7
<u>จำนวนมัลคฤเทศก์ปฏิบัติงานในและต่างประเทศ</u>		
<u>(คน)</u>		
< 6	107	89.9
6-10	5	4.2
11-15	2	1.7
16-20	1	0.8
21-25	-	-
26-30	-	-
31-35	2	1.7
36-40	-	-
41-45	-	-
>45	2	1.7

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=119)

ผู้ปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนมัคคุเทศก์ปฏิบัติงานต่างประเทศ (คน)		
< 6	111	93.3
6-10	4	3.4
11-15	2	1.7
16-20	-	-
21-25	-	-
26-30	-	-
31-35	-	-
36-40	-	-
41-45	-	-
>45	2	1.7

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนผู้ปฏิบัติงานน้อยที่สุด 1 คน มากที่สุด 150 คน เฉลี่ยจำนวนผู้ปฏิบัติงานเท่ากับ 14 คน

^{2/} บริษัทท่องเที่ยวที่มีจำนวนมัคคุเทศก์น้อยที่สุด 0 คน มากที่สุด 200 คน เฉลี่ยจำนวนมัคคุเทศก์เท่ากับ 11 คน

สถานที่ตั้ง สถานที่ตั้งเพื่อการปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ อยู่ในประเทศ และ อยู่ในต่างประเทศ (ตารางที่ 5)

จากการศึกษาสถานที่ตั้งเพื่อการปฏิบัติงานของบริษัทท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศ ปรากฏว่าอยู่ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.6 รองลงมาตั้งอยู่ที่ จังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 7.6 อยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ เท่ากับ จังหวัดปทุมธานี ร้อยละ 5.0 อยู่ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เท่ากับ จังหวัดกาญจนบุรี และ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้อยละ 3.4 ส่วนจังหวัดที่มีสถานที่ตั้งของบริษัทท่องเที่ยวเพื่อการปฏิบัติงานน้อยเท่ากันร้อยละ 1.7 คือ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดตาก จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด และ จังหวัดระยอง

ส่วนสถานที่ตั้งเพื่อการปฏิบัติงานที่อยู่ต่างประเทศ พบว่า ตั้งอยู่ที่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ร้อยละ 0.8 เท่ากับที่ รัฐนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่ตั้ง

(n=119)		
พื้นฐานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งของบริษัทท่องเที่ยว ^{1/}		
ในประเทศ	127	
ภาคกลาง	117	98.3
-กรุงเทพมหานคร	84	70.6
-นนทบุรี	9	7.6
-ปทุมธานี	6	5.0
-สมุทรปราการ	6	5.0
-ประจวบคีรีขันธ์	4	3.4
-กาญจนบุรี	4	3.4
-พระนครศรีอยุธยา	4	3.4
ภาคเหนือ	4	3.4
-นครสวรรค์	2	1.7
-ตาก	2	1.7
ภาคตะวันออก	6	5.0
-ชลบุรี	2	1.7
-ตราด	2	1.7
-ระยอง	2	1.7
ต่างประเทศ	2	1.7
-สาธารณรัฐประชาชนจีน	1	0.8
-รัฐนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา	1	0.8

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวมีสถานที่ตั้งมากกว่าบริษัทละ 1 แห่ง

จำนวนรายการนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว รายการนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยวในรอบปีที่ผ่านมาแบ่งเป็น รายการนำเที่ยวในประเทศ และรายการนำเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 6)

รายการนำเที่ยวที่จัดขึ้นในประเทศของบริษัทท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า ในรอบปีที่ผ่านมาบริษัทมีการจัดรายการนำเที่ยว จำนวน 1-20 รายการ มากที่สุด ร้อยละ 50.4 รองลงมามีการจัดรายการนำเที่ยว 21-40 รายการ ร้อยละ 16.8 จัดรายการนำเที่ยวจำนวน 41-60 รายการ ร้อยละ 13.4 รายการนำเที่ยวมากกว่า 100 รายการ ร้อยละ 7.6 และรายการนำเที่ยว 61-80 รายการ น้อยที่สุด ร้อยละ 3.4 โดยบริษัทได้จัดท่องเที่ยวในภาคกลางมากที่สุด ร้อยละ 53.8 สำหรับจังหวัดในภาคกลางที่มีการจัดนำเที่ยวมากที่สุด คือ จังหวัดกาญจนบุรี ร้อยละ 21.0 รองลงมาคือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ร้อยละ 16.0 จังหวัดนครปฐม ร้อยละ 15.1 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร้อยละ 13.4 กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 9.2 จังหวัดราชบุรี ร้อยละ 6.7 และ จังหวัดเพชรบุรี เท่ากับ จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 3.4 ภาคเหนือเป็นภาคที่มีจำนวนรายการนำเที่ยวมากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 32.8 โดยจังหวัดในภาคเหนือที่มีรายการนำเที่ยวมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 27.7 รองลงมาคือ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดตาก ร้อยละ 10.9 และ ร้อยละ 7.6 ตามลำดับ โดยจังหวัดที่มีรายการนำเที่ยวน้อยที่สุดในภาคเหนือ คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ร้อยละ 1.7 ภาคใต้มีรายการนำเที่ยว ร้อยละ 17.6 สำหรับจังหวัดในภาคใต้ที่มีรายการนำเที่ยวมากที่สุด คือ จังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 12.6 และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ร้อยละ 10.1 ภาคตะวันออกมีรายการนำเที่ยวร้อยละ 12.6 โดย จังหวัดตราด และ จังหวัดชลบุรี มีรายการนำเที่ยว ร้อยละ 10.1 และ 2.5 ตามลำดับ ส่วนภาคที่มีการจัดรายการนำเที่ยวน้อยที่สุด คือภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพียงร้อยละ 11.8 โดยมีรายการนำเที่ยวใน จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดบุรีรัมย์ ร้อยละ 7.6 และ 4.2 ตามลำดับ

รายการนำเที่ยวที่จัดขึ้นที่ต่างประเทศ พบว่า บริษัทนำเที่ยวร้อยละ 37.8 มีการจัดรายการนำเที่ยวต่างประเทศ โดยมีการจัด 1-20 รายการ ร้อยละ 28.6 รองลงมามีการจัดมากกว่า 100 รายการ ร้อยละ 2.5 ส่วนที่มีการจัดท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 21-40 รายการ และ จำนวน 81-100 รายการ มีเท่ากัน ร้อยละ 1.7 และมีการจัดรายการท่องเที่ยวต่างประเทศ 41-60 รายการ มีเพียงร้อยละ 0.8 โดยที่รายการนำเที่ยวต่างประเทศที่มีจำนวนมากที่สุด จัดขึ้นในทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 33.6 โดยมีการจัดนำเที่ยวมากที่สุดคือ สาธารณรัฐประชาชนจีน ร้อยละ 12.6 รองมาคือประเทศ กัมพูชา ร้อยละ 7.6 ประเทศฮ่องกง ร้อยละ 5.9 ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศสิงคโปร์ เท่ากันร้อยละ 2.5 ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 1.7 และ ประเทศลาว ร้อยละ 0.8 ส่วนทวีปยุโรป และ นิวซีแลนด์ มีการจัดท่องเที่ยวเท่ากันเพียง ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนรายการนำเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา

(n =119)		
รายการนำเที่ยวในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
รายการนำเที่ยวในประเทศ (ครั้ง/ปี)		
1-20	60	50.4
21-40	20	16.8
41-60	16	13.4
61-80	4	3.4
81-100	-	-
> 100	9	7.6
ไม่ระบุ	10	8.4
แหล่งท่องเที่ยวในประเทศ ^{1/}		
ภาคกลาง	64	53.8
- กาญจนบุรี	25	21.0
- พระนครศรีอยุธยา	19	16.0
- นครปฐม	18	15.1
- ประจวบคีรีขันธ์	16	13.4
- กรุงเทพมหานคร	11	9.2
- ราชบุรี	8	6.7
- เพชรบุรี	4	3.4
- สมุทรสงคราม	4	3.4

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=119)

รายการนำเข้าในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	39	32.8
- เชียงใหม่	33	27.7
- เชียงราย	13	10.9
- ดาก	9	7.6
- ลำปาง	6	5.0
- แม่ฮ่องสอน	2	1.7
ภาคใต้	21	17.6
- ภูเก็ต	15	12.6
- สุราษฎร์ธานี	12	10.1
ภาคตะวันออก	15	12.6
- ตราด	12	10.1
- ชลบุรี	3	2.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	11.8
- นครราชสีมา	9	7.6
- บุรีรัมย์	5	4.2
รายการนำเข้าต่างประเทศ (ครั้ง/ปี)		
ไม่มีการจัดนำเข้า	74	62.2
มีรายการจัดนำเข้า	45	37.8
1-20	34	28.6
21-40	2	1.7
41-60	1	0.8
61-80	-	-
81-100	2	1.7
> 100	3	2.5
ไม่ระบุ	3	2.5

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=119)

รายการนำเที่ยวในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
<u>แหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศ^{2/}</u>		
เอเชีย	40	33.6
-สาธารณรัฐประชาชนจีน	15	12.6
-ญี่ปุ่น	2	1.7
-กัมพูชา	9	7.6
-ฮ่องกง	7	5.9
-เกาหลีใต้	3	2.5
-สิงคโปร์	3	2.5
-ลาว	1	0.8
นิวซีแลนด์	1	0.8
ยุโรป	1	0.8
ไม่ระบุ	3	2.5

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวมีการจัดการนำเที่ยวในประเทศมากกว่าบริษัทละ 1 รายการ

^{2/} บริษัทท่องเที่ยวมีการจัดการนำเที่ยวในต่างประเทศมากกว่าบริษัทละ 1 รายการ

ประเภทรายการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า รายการนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดในรอบปีที่ผ่านมาที่จัดในประเทศไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 27.7 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 16.8 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ร้อยละ 13.4 การท่องเที่ยวสัมมนา, คูงาน ร้อยละ 11.8 การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ร้อยละ 10.9 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน ร้อยละ 8.4 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ร้อยละ 7.6 และรายการนำเที่ยวที่นิยมน้อยที่สุดคือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ร้อยละ 3.4 (ตารางที่ 7)

ส่วนการจัดการท่องเที่ยวในต่างประเทศ พบว่า มีการจัดรายการท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 37.8 โดยรายการนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดในรอบปีที่ผ่านมาคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ร้อยละ 16.0 รองมาคือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ร้อยละ 10.9 ส่วนการจัดการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน การท่องเที่ยวแบบสัมมนา, คูงาน การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย มีการจัดร้อยละ 5.9 ร้อยละ 3.4 และร้อยละ 1.7 ตามลำดับ และบริษัทท่องเที่ยวที่ไม่มีการจัดการท่องเที่ยวในต่างประเทศ มีถึงร้อยละ 62.2 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทรายการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดในรอบปีที่ผ่านมา

(n=119)		
ประเภทรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รายการท่องเที่ยวในประเทศ		
มีการจัดการท่องเที่ยว	119	100
- เชิงวัฒนธรรม	33	27.7
- เชิงนิเวศ	20	16.8
- เชิงประวัติศาสตร์	16	13.4
- สัมมนา, คูงาน	14	11.8
- เชิงผจญภัย	13	10.9
- ผสมผสาน	10	8.4
- เชิงสุขภาพ	9	7.6
- เชิงเกษตร	4	3.4
รายการท่องเที่ยวต่างประเทศ		
ไม่มีการจัดการท่องเที่ยว	74	62.2
มีการจัดการท่องเที่ยว	45	37.8
- เชิงวัฒนธรรม	19	16.0
- เชิงนิเวศ	-	-
- เชิงประวัติศาสตร์	13	10.9
- สัมมนา, คูงาน	4	3.4

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=119)		
ประเภทรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
- เจริญผจญภัย	2	1.7
- ผสมผสาน	7	5.9
- เจริญสุขภาพ	-	-
- เจริญเกษตร	-	-

ตอนที่ 3 การดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

จากการศึกษาการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวมีการศึกษาข้อมูลการดำเนินงานการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของบริษัทตนเองมากที่สุด ร้อยละ 69.7 รองลงมาคือ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ของประเทศไทย ร้อยละ 51.3 ศึกษาข้อมูลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทอื่น ร้อยละ 26.1 วางแผนการดำเนินงานการท่องเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 18.5 รวมถึงศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ของต่างประเทศ และศึกษาข้อมูลจากปฏิทินการท่องเที่ยวในเทศกาลท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 13.4 และ 11.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามการวางแผนการจัดการท่องเที่ยว

(n=119)		
การดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การวางแผนการจัดการท่องเที่ยว ^u		
การศึกษาข้อมูลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทตนเอง	83	69.7
ศึกษาข้อมูลสถานการณ์ของประเทศไทย	61	51.3
ศึกษาข้อมูลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทอื่น	31	26.1
วางแผนการดำเนินงานการท่องเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า	22	18.5

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n=119)		
การดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาข้อมูลสถานการณ์ของต่างประเทศ	16	13.4
ศึกษาข้อมูลจากปฏิทินการท่องเที่ยว	14	11.8

หมายเหตุ: ^u บริษัทท่องเที่ยวมีการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวมากกว่าบริษัทละ 1 อย่าง

2. การกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

จากการศึกษาการกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวมีการกำหนดเส้นทางการประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมา มากที่สุดร้อยละ 73.1 รองลงมา คือการกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 27.7 และ กำหนดเส้นทางการประชุมผู้บริหารของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.4 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามการกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว

(n=119)		
การดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<u>การกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว</u> ^u		
จากการประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมา	87	73.1
ตามความต้องการของลูกค้า	29	24.4
จากการประชุมผู้บริหารของบริษัท	33	27.7

หมายเหตุ: ^u บริษัทท่องเที่ยวกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าบริษัทละ 1 เหตุผล

3. การเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับปีต่อไป

จากการศึกษา การเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับปีต่อไปของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวทำการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 73.9 รองลงมาเป็นการติดต่อกับแหล่งบริการอาหารและที่พัก ร้อยละ 51.3 โดยสื่อที่ใช้ติดต่อกับแหล่งบริการอาหารและที่พักที่ใช้มากที่สุด คือ โทรศัพท์ร้อยละ 30.3 รองลงมาติดต่อทาง อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 15.1 ติดต่อกับแหล่งที่พักและอาหาร ร้อยละ 4.2 และใช้โทรสาร(แฟกซ์)น้อยที่สุด ร้อยละ 1.7 ส่วนการติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศ ร้อยละ 48.7 โดยสื่อที่ใช้ในการติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศมากที่สุด คือ โทรศัพท์ ร้อยละ 29.4 รองลงมา คือ การใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อร้อยละ 13.4 ใช้โทรสาร(แฟกซ์) ร้อยละ 3.4 สื่อที่ใช้ติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือการติดต่อโดยตรงกับสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 2.5 ส่วนการเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวภายในประเทศที่น้อยที่สุดคือ การเตรียมงานตามความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 8.4 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามการเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับปีต่อไป

	(n=119)	
การเตรียมการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวภายในประเทศ ^u		
สำรวจแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดเส้นทางการเดินทางติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยว	88	73.9
ไม่มี	61	51.3
มี	58	48.7
- โทรศัพท์	35	29.4
- อินเทอร์เน็ต	16	13.4
- ติดต่อโดยตรง	3	2.5
- โทรสาร(แฟกซ์)	4	3.4

ตารางที่ 10 (ต่อ)

(n=119)		
การเตรียมการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ติดต่อกับแหล่งบริการอาหารและที่พัก		
ไม่มี	58	48.7
มี	61	51.3
- โทรศัพท์	36	30.3
- อินเทอร์เน็ต	18	15.1
- ติดต่อโดยตรง	5	4.2
- โทรสาร(แฟกซ์)	2	1.7
ตามความต้องการของลูกค้า	10	8.4

หมายเหตุ: ^u บริษัทท่องเที่ยวเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับปีต่อไป
มากกว่าบริษัทละ 1 อย่าง

4. การเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวต่างประเทศสำหรับปีต่อไป

จากการศึกษา การเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวต่างประเทศสำหรับปีต่อไปของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยวทำการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 31.9 รองลงมาเป็นการติดต่อกับแหล่งบริการอาหารและที่พัก ร้อยละ 13.4 โดยใช้สื่อที่ติดต่อกับแหล่งบริการอาหารและที่พักมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 9.2 รองลงมาติดต่อทางโทรศัพท์ร้อยละ 2.5 ติดต่อโดยตรงกับแหล่งที่พักและอาหารน้อยที่สุด ร้อยละ 1.7 ส่วนการติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 10.9 โดยสื่อที่ใช้ในการติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 8.4 รองลงมา คือ ใช้โทรศัพท์ติดต่อร้อยละ 2.5 ส่วนการเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวต่างประเทศที่น้อยที่สุดคือ การเตรียมงานตามความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 6.7 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามการเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวต่างประเทศสำหรับปีต่อไป

(n =119)		
การเตรียมการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวต่างประเทศ ^u		
สำรวจแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดเส้นทางการเดินทาง	38	31.9
ติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยว		
ไม่มี	106	89.1
มี	13	10.9
- โทรศัพท์	3	2.5
- อินเทอร์เน็ต	10	8.4
ติดต่อกับแหล่งบริการอาหารและที่พัก		
ไม่มี	103	86.6
มี	16	13.4
- โทรศัพท์	3	2.5
- อินเทอร์เน็ต	11	9.2
- ติดต่อโดยตรง	2	1.7
ตามความต้องการของลูกค้า	8	6.7

หมายเหตุ: ^u บริษัทท่องเที่ยวเตรียมการดำเนินงานท่องเที่ยวต่างประเทศสำหรับปีต่อไปมากกว่าบริษัทละ 1 อย่าง

5. สื่อที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

สื่อที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในประเทศ และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ (ตารางที่ 12)

จากการศึกษา พบว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศที่ใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ (Website) ร้อยละ 31.1 รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์โดยนักท่องเที่ยว ร้อยละ 27.7 การประชาสัมพันธ์ผ่านทางแผ่นพับ (Brochure) ร้อยละ 24.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์ แท็บเล็ต การออกร้านในงานท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 13.4 ส่วนการประชาสัมพันธ์ที่น้อยที่สุดคือการใช้โทรศัพท์ติดต่อโดยตรง ร้อยละ 5.0

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศที่ใช้มากที่สุด คือ ทางเว็บไซต์ (Website) ร้อยละ 8.4 รองมา คือ การประชาสัมพันธ์โดยนักท่องเที่ยว ร้อยละ 7.6 ส่วนการออกร้าน และการประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสารมีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 3.4 การประชาสัมพันธ์ที่น้อยที่สุด คือ ผ่าน หนังสือพิมพ์ โทรศัพท์ติดต่อโดยตรง และผ่านทาง อีเมลล์ (E-Mail) เท่ากันเพียงร้อยละ 1.7

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

(n=119)		
การดำเนินงานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศ ^u		
เว็บไซต์ (Website)	37	31.1
นักท่องเที่ยว	33	27.7
แผ่นพับ (Brochure)	29	24.4
หนังสือพิมพ์	16	13.4
การออกร้านในงานท่องเที่ยว	16	13.4
จดหมายแนะนำตัว	14	11.8
นิตยสาร	12	10.1
วิทยุ	10	8.4
ป้ายโฆษณา	9	7.6
อีเมลล์ (E-Mail)	8	6.7
โทรศัพท์	6	5.0

ตารางที่ 12 (ต่อ)

(n=119)		
การดำเนินงานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต่างประเทศ ^{2/}		
เว็บไซต์ (Website)	10	8.4
ลูกค้า	9	7.6
แผ่นพับ (Brochure)	-	-
หนังสือพิมพ์	-	-
การออกร้านในงานท่องเที่ยว	4	3.4
จดหมายแนะนำตัว	-	-
นิตยสาร	4	3.4
วิทยุ	-	-
ป้ายโฆษณา	-	-
อีเมลล์ (E-Mail)	2	1.7
โทรศัพท์	2	1.7

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวมีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่า บริษัทละ 1 สื่อ

^{2/} บริษัทท่องเที่ยวมีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต่างประเทศ มากกว่า บริษัทละ 1 สื่อ

6. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในประเทศ และ ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในต่างประเทศ (ตารางที่ 13)

จากการศึกษาพบว่า ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากที่สุด คือ รถโค้ช ร้อยละ 81.7 รองมาเป็น รถตู้ ร้อยละ 58.8 เครื่องบิน ร้อยละ 30.3 เรือร้อยละ 18.5 รถไฟ ร้อยละ 10.1 รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 5.9 และน้อยที่สุด คือ จักรยาน ร้อยละ 1.7

ส่วนยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ มากที่สุด คือ เครื่องบิน ร้อยละ 29.4 รองลงมาเป็น รถโค้ช ร้อยละ 22.7 รถตู้ ร้อยละ 8.4 เรือ ร้อยละ 7.6 และ น้อยที่สุด คือ รถไฟ ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

(n=119)		
การดำเนินงานของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ^{1/}		
รถตู้	70	58.8
รถโค้ช	97	81.5
เครื่องบิน	36	30.3
เรือ	22	18.5
รถไฟ	12	10.1
รถยนต์ส่วนตัว	7	5.9
จักรยาน	2	1.7
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ^{2/}		
รถตู้	10	8.4
รถโค้ช	27	22.7
เครื่องบิน	35	29.4
เรือ	9	7.6
รถไฟ	1	0.8
รถยนต์ส่วนตัว	-	-
จักรยาน	-	-

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวมีการใช้ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่าบริษัทละ 1 ประเภท

^{2/} บริษัทท่องเที่ยวมีการใช้ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ มากกว่าบริษัทละ 1 ประเภท

7. การประเมินผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

จากการศึกษาเกี่ยวกับ การประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทท่องเที่ยว พบว่าบริษัทท่องเที่ยวมีการประเมินผลการดำเนินงานของบริษัท ร้อยละ 80.7 โดยจากการสอบถามความพึงพอใจจากลูกค้าที่ใช้บริการ มากที่สุด ร้อยละ 59.7 รองลงมาเป็นการประเมินผลจากการใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการ ร้อยละ 38.7 และการประเมินผลจากผู้ปฏิบัติงานและผู้เกี่ยวข้อง ร้อยละ 19.3 ส่วนการประเมินผลจากรายรับ รายจ่าย ผลกำไร ของบริษัทเป็นวิธีที่ใช้ น้อยที่สุด ร้อยละ 13.4 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามการประเมินผลการดำเนินงาน

(n=119)		
การดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การประเมินผลการดำเนินงานของบริษัทท่องเที่ยว^{1/}		
ไม่มีการประเมินผล	23	19.3
มีการประเมินผล	96	80.7
-การสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	71	59.7
-แบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการ	46	38.7
-ผู้ปฏิบัติงาน และผู้เกี่ยวข้อง	23	19.3
-รายรับ รายจ่าย ผลกำไร ของบริษัท	16	13.4

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวมีการประเมินผลการดำเนินงานของบริษัท มากกว่า บริษัทละ 1 อย่าง

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การจัดการท่องเที่ยวเกษตรในปีที่ผ่านมาของบริษัทท่องเที่ยว

ผลการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเกษตรในปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548) ของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า บริษัทท่องเที่ยว เพียงร้อยละ 37.0 มีการจัดท่องเที่ยวเกษตร โดยสถานที่ท่องเที่ยวเกษตรที่มีการจัดท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ไร่รุ่งน ร้อยละ 12.6 รองลงมา คือสวนผักปลอดสารพิษ ร้อยละ 11.4

สวนผลไม้ ร้อยละ 9.2 สวนไม้ดอกไม้ประดับ ร้อยละ 6.7 ส่วน คลองมหาสวัสดิ์ กับ บึงฉวาก และ หมู่บ้านควาย จ.สุพรรณบุรี มีการจัดท่องเที่ยวเท่ากัน คือร้อยละ 5.0 โครงการหลวง ร้อยละ 4.2 เท่ากับ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ส่วนงานเทศกาลผลไม้ที่จัดขึ้นตามจังหวัดต่างๆ บริษัทท่องเที่ยวจัดนำเที่ยวร้อยละ 3.4 และสวนสมุนไพรมีการจัดท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด เพียงร้อยละ 1.7 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามการจัดการท่องเที่ยวเกษตรในปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548)

	(n =119)	
การจัดการท่องเที่ยวเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
การจัดการท่องเที่ยวเกษตรในปี พ.ศ. 2548^{1/}		
ไม่มีการจัดท่องเที่ยวเกษตร	75	63.0
มีการจัดท่องเที่ยวเกษตร	44	37.0
-ไร่อรุณ	15	12.6
-สวนผักปลอดสารพิษ	14	11.4
-สวนผลไม้	11	9.2
-สวนไม้ดอกไม้ประดับ	8	6.7
-คลองมหาสวัสดิ์ จ.นครปฐม	6	5.0
-บึงฉวาก, หมู่บ้านควาย จ.สุพรรณบุรี	6	5.0
-โครงการหลวง	5	4.2
-ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	5	4.2
-งานเทศกาลผลไม้ในจังหวัดต่างๆ	4	3.7
-สวนสมุนไพร	2	1.7

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวเกษตรในปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548) มากกว่าบริษัทละ 1 แห่ง

2. แหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่บริษัทท่องเที่ยวคิดว่าน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ

ผลการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่บริษัทท่องเที่ยวคิดว่าน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับพบว่า สวนผลไม้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่บริษัทท่องเที่ยวคิดว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจและเป็นที่ยอมรับมากที่สุด ร้อยละ 32.8 รองลงมา คือ โครงการหลวง ร้อยละ 26.9 สวนเกษตรปลอดสารพิษ ร้อย

ละ 20.2 ไร่ ร่องน้ เเทกบ สวณไม้ดอกไม้ประดับ คือ ร้อยละ 13.4 แหล่งท่งเทียวประเภทฟาร์มเลี้ยง สัตว์ ร้อยละ 12.6 ตลาดน้ำ ร้อยละ 7.6 สวณสมุนไพร ร้อยละ 6.7 และ สวณกล้วยไม้ มีผู้สนใจ และ นิยมเพียง ร้อยละ 5.0 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่น่าสนใจและเป็นที่นิยม ^u

(n=119)		
แหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่น่าสนใจและเป็นที่นิยม	จำนวน	ร้อยละ
สวณผลไม้	39	32.8
โครงการหลวง	32	26.9
สวณเกษตรปลอดสารพิษ	24	20.2
ไร่ ร่องน้	16	13.4
สวณไม้ดอกไม้ประดับ	16	13.4
ฟาร์มเลี้ยงสัตว์	15	12.6
ตลาดน้ำ	9	7.6
สวณสมุนไพร	8	6.7
สวณกล้วยไม้	6	5.0

หมายเหตุ: ^u แหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวคิดว่าน่าสนใจ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตรของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว (ตารางที่ 17) พบว่า

ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยระดับมากที่สุดเพียง 1 ประเด็น คือ แหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่มีความพร้อม จำเป็นต้องมีวิทยากรเพื่อช่วยอธิบายความรู้ทางการเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวเกษตรอย่างชัดเจนให้นักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.54

ส่วนความคิดเห็นที่ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเห็นด้วยระดับมาก คือ การจัดการท่องเที่ยวเกษตรต้องทำการสำรวจเส้นทางอย่างละเอียด ก่อนกำหนดเส้นทางเพื่อความถูกต้องและเหมาะสม

(4.45 คะแนน) การทำการประเมินผลการท่องเที่ยวเกษตรจากนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเกษตร (4.37 คะแนน) มักคุเทศก์ควรขออนุญาตเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเกษตร เพื่อช่วยอธิบายในสิ่งที่มีความรู้และไม่แสดงตัวเป็นวิทยากรเอง (4.33 คะแนน) นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่ไปถึงได้สะดวกเพื่อความสะดวกสบาย และปลอดภัย (3.99 คะแนน) การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้สะดวก เพราะเป็นประเทศเกษตรกรรม (3.82 คะแนน) นักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวเกษตรได้ตลอดปี หรือทุกครั้งที่ได้ไปเยี่ยมชม (3.66 คะแนน) การจัดการท่องเที่ยวเกษตรมีความคุ้มค่าเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างอื่น เช่นการท่องเที่ยว Shopping (3.66 คะแนน) การกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้สะดวก เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวเกษตรอยู่มากมายและเป็นที่รู้จักกันดี (3.60 คะแนน) การจัดการท่องเที่ยวเกษตรสามารถดำเนินงานได้ในราคาต่ำกว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบอื่น (3.59 คะแนน)

ส่วนความคิดเห็นที่ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยระดับปานกลาง คือ การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้อย่างมีระบบเช่นเดียวกับการวางแผนการจัดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (3.50 คะแนน) นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกษตรเป็นผู้มีอายุมากกว่า 40 ปีมากที่สุด (3.50 คะแนน) นักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวเกษตรเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ (3.50 คะแนน) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรส่วนมากมีการจัดสภาพแวดล้อมที่สะอาด และสวยงามตลอดเวลา (3.35 คะแนน) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจการท่องเที่ยวเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยวอย่างอื่น (3.08 คะแนน) แหล่งท่องเที่ยวเกษตรส่วนมากไม่มีห้องสุขาที่สะดวกสะอาด และปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม (3.06 คะแนน) การวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้ยากเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวนจำกัด (2.92 คะแนน) การกำหนดเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้ยาก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จักและไม่เป็นที่นิยม (2.83 คะแนน) และ นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่การเดินทางเป็นไปอย่างยากลำบากเพื่อความตื่นเต้น (2.62 คะแนน)

สำหรับความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยระดับน้อย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจการท่องเที่ยวเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยวอย่างอื่น (2.50 คะแนน) นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมการท่องเที่ยวแบบ Home Stay มาเป็นอันดับต้นๆ (2.45 คะแนน) และแหล่งท่องเที่ยวเกษตรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเพียงพอ (2.07 คะแนน)

ตารางที่ 17 คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการ
ท่องเที่ยวเกษตร

(n =119)							
ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดการท่องเที่ยวเกษตร	ระดับความคิดเห็น					คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1.ท่านคิดว่าการวางแผนการจัดการ ท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้ สะดวกเพราะเป็นประเทศเกษตรกรรม	26	50	39	4	-	3.82	มาก
2.ท่านคิดว่าการวางแผนการจัดการ ท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้ยาก เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวน จำกัด	15	30	28	23	23	2.92	ปาน กลาง
3.ท่านคิดว่าการวางแผนการจัดการ ท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้ อย่างมีระบบเช่นเดียวกับการวางแผนการ จัดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	20	42	39	14	4	3.50	ปาน กลาง
4.ท่านคิดว่าการกำหนดเส้นทางการเดินทาง ท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้ สะดวก เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวเกษตร อยู่มากมายและเป็นที่รู้จักกันดี	20	47	38	12	2	3.60	มาก
5.ท่านคิดว่าการกำหนดเส้นทางการเดินทาง ท่องเที่ยวเกษตรในประเทศไทยทำได้ยาก เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ไม่ค่อยรู้จักและไม่เป็นที่นิยม	12	27	30	29	21	2.83	ปาน กลาง
6.ท่านคิดว่าการจัดการท่องเที่ยวเกษตรต้อง ทำการสำรวจเส้นทางอย่างละเอียดก่อน กำหนดเส้นทางเพื่อความถูกต้องและ เหมาะสม	65	42	12	-	-	4.45	มาก
7.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทาง ท่องเที่ยวเกษตรเป็นผู้มีอายุมากกว่า 40 ปี มากที่สุด	20	38	43	18	-	3.50	ปาน กลาง

(n =119)

ตารางที่ 17 (ต่อ)

(n=119)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดการท่องเที่ยวเกษตร	ระดับความคิดเห็น					คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
8.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวสนใจเดินทางไป แหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่การเดินทางเป็น ไปอย่างยากลำบากเพื่อความตื่นเต้น	2	20	50	25	22	2.62	ปาน กลาง
9.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวสนใจเดินทางไป แหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่ไปถึงได้สะดวก เพื่อความสะดวกสบายและปลอดภัย	26	66	27	-	-	3.99	มาก
10.ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่มีความ พร้อม จำเป็นต้องมีวิทยากรเพื่อช่วยอธิบาย ความรู้ทางการเกษตรของแหล่งท่องเที่ยว เกษตรอย่างชัดเจนให้นักท่องเที่ยว	77	29	13	-	-	4.54	มาก ที่สุด
11.ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรส่วนมาก มีการจัดสภาพแวดล้อมที่สะอาด และ สวยงามตลอดเวลา	21	23	52	23	-	3.35	ปาน กลาง
12.ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรส่วนมาก ไม่มีห้องสุขาที่สะดวก สะอาดและปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม	13	28	38	33	7	3.06	ปาน กลาง
13.ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรได้ รับการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเพียงพอ	2	7	22	54	34	2.07	น้อย
14.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวสามารถซื้อผล ผลิตของแหล่งท่องเที่ยวเกษตรได้ตลอดปี หรือทุกครั้งที่ได้ไปเยี่ยมชม	29	40	33	15	2	3.66	มาก
15.ท่านคิดว่ามัคคุเทศก์ควรขออนุญาต เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเกษตร เพื่อช่วย อธิบายในสิ่งที่มีความรู้ และไม่แสดงตัวเป็น วิทยากรเอง	66	34	12	6	1	4.33	มาก

ตารางที่ 17 (ต่อ)

(n=119)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดการท่องเที่ยวเกษตร	ระดับความคิดเห็น					คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
16.ท่านคิดว่าการทำการประเมินผลการท่องเที่ยวเกษตรจากนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเกษตร	63	37	19	-	-	4.37	มาก
17.ท่านคิดว่าการจัดการท่องเที่ยวเกษตรมีความคุ้มค่าเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างอื่น เช่น การท่องเที่ยว Shopping	27	39	43	6	4	3.66	มาก
18.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยสนใจการท่องเที่ยวเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยวอย่างอื่น	7	4	47	45	16	2.50	น้อย
19.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจการท่องเที่ยวเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยวอย่างอื่น	10	26	55	20	8	3.08	ปานกลาง
20.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมการท่องเที่ยวแบบ Home Stay มากเป็นอันดับต้นๆ	6	8	37	51	17	2.45	น้อย
21.ท่านคิดว่าการจัดการท่องเที่ยวเกษตรสามารถดำเนินงานได้ในราคาต่ำกว่าการจัดการท่องเที่ยวแบบอื่น	14	51	45	9	-	3.59	มาก
22.ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวเกษตรเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ	18	32	61	8	-	3.50	ปานกลาง

ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

1. ปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

การศึกษาปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว แบ่งเป็น ปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวในประเทศ และ ปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 18)

บริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 72.3 มีปัญหาในการดำเนินงาน โดยมีปัญหามากที่สุด คือ การแข่งขัน และการตัดราคากันเองระหว่างบริษัททัวร์ ร้อยละ 21.1 รองลงมาคือ ปัญหาด้านการเดินทาง และการจราจร ร้อยละ 14.3 เท่ากับ ปัญหาด้านความรู้และจำนวนบุคลากรภายในบริษัท ปัญหาด้านต้นทุนในการจัดท่องเที่ยวที่สูงขึ้น ร้อยละ 13.4 จำนวนและงบประมาณในการท่องเที่ยวของลูกค้าที่ลดลง ร้อยละ 12.6 การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึง ร้อยละ 11.8 เท่ากับ ปัญหาความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล ปัญหาภัยธรรมชาติ การเมือง สังคม ร้อยละ 10.9 ปัญหาไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ร้อยละ 6.7 และ ปัญหาความร่วมมือจากหน่วยงานของภาครัฐ เพียงร้อยละ 4.2

ส่วนปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวต่างประเทศของบริษัทท่องเที่ยว พบว่า ร้อยละ 16.8 มีปัญหา โดยเป็นปัญหาด้านงบประมาณในการจัดท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 7.6 รองลงมาคือ ปัญหาด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่มีความแปลกใหม่ ร้อยละ 6.7 เท่ากับ ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศมีราคาสูง รวมทั้ง ปัญหาด้านบุคลากรในบริษัท ร้อยละ 3.4 และ ปัญหาภัยธรรมชาติ การเมือง และสังคม ร้อยละ 1.7

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยว
(n=119)

ปัญหาในการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวในประเทศ ^{1/}		
ไม่มีปัญหาในการดำเนินงาน	33	27.7
มีปัญหาในการดำเนินงาน	86	72.3
-การแข่งขันระหว่างบริษัททัวร์	26	21.8
-การเดินทาง การจราจร	17	14.3
-ความรู้, จำนวนบุคลากรในบริษัท	17	14.3
-ต้นทุนในการจัดท่องเที่ยวสูงขึ้น	16	13.4
-จำนวนและงบประมาณในการท่องเที่ยวของลูกค้าที่ลดลง	15	12.6
-การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง	14	11.8
-ปัญหาความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล	14	11.8
-ปัญหาภัยธรรมชาติ การเมือง สังคม	13	10.9
-ไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่	8	6.7
-ปัญหาความร่วมมือจากหน่วยงานของภาครัฐ	5	4.2
ปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวต่างประเทศ ^{2/}		
ไม่มีปัญหาในการดำเนินงาน	99	83.2
มีปัญหาในการดำเนินงาน	20	16.8
-ด้านงบประมาณในการจัดท่องเที่ยว	9	7.6
-สถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความแปลกใหม่	8	6.7
-ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศมีราคาสูง	8	6.7
-ปัญหาด้านบุคลากรในบริษัท	4	3.4
-ปัญหาภัยธรรมชาติ การเมือง สังคม	2	1.7

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวที่มีปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่า
บริษัทละ 1 ปัญหา

^{2/} บริษัทท่องเที่ยวที่มีปัญหาการดำเนินงานการท่องเที่ยวต่างประเทศ มากกว่า
บริษัทละ 1 ปัญหา

2. ข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

ผลการศึกษาข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น ข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในประเทศ และ ข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (ตารางที่ 19)

จากการศึกษาข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า บริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 47.1 มีข้อเสนอแนะในการดำเนินงานการท่องเที่ยว โดยมีข้อเสนอแนะว่า ควรปรับปรุงและรักษาคุณภาพในการดำเนินงานของบริษัทอยู่เสมอ มากที่สุด ร้อยละ 16.8 รองมาคือ หน่วยงานของภาครัฐควรให้การสนับสนุนบริษัทท่องเที่ยวมากขึ้น ร้อยละ 14.3 ควรปฏิบัติงานให้ลูกค้าพึงพอใจ ร้อยละ 12.6 เท่ากับ ควรกำหนดเกณฑ์การตั้งราคาในการจัดทัวร์ของแต่ละบริษัทให้เท่าเทียมกัน ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ทันสมัย และให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ร้อยละ 10.1 ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 6.7 เท่ากับ ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆอยู่เสมอ และเสนอแนะว่าสถานที่ท่องเที่ยวควรมีความสะอาดสบายและราคาถูก เพียงร้อยละ 5.0

ส่วนข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ พบว่า บริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 14.3 มีข้อเสนอแนะในการดำเนินงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศว่า ควรจัดงบประมาณการท่องเที่ยวต่างประเทศของลูกค้าให้มีราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 9.2 ควรทำการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆอยู่เสมอ ร้อยละ 5.9 ควรพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพในการปฏิบัติงาน ร้อยละ 5.0 และเสนอแนะว่า ควรทำการขยายตลาดการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในต่างประเทศ ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยว

(n =119)		
ข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในประเทศ^{1/}		
ไม่มีข้อเสนอแนะ	63	52.9
มีข้อเสนอแนะ	56	47.1
-ปรับปรุงและรักษาคุณภาพในการดำเนินงานอยู่เสมอ	20	16.8
-หน่วยงานของภาครัฐควรให้การสนับสนุนมากขึ้น	17	14.3
-ควรปฏิบัติงานให้ลูกค้าพึงพอใจ	15	12.6
-ควรกำหนดเกณฑ์การตั้งราคาในการจัดทัวร์ให้เท่าเทียมกัน	15	12.6
-ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ทันสมัย	12	10.1
-ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	8	6.7
-ควรศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆอยู่เสมอ	8	6.7
-สถานที่ท่องเที่ยวควรมีความสะอาดสบายและราคาถูก	6	5.0
ข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ^{2/}		
ไม่มีข้อเสนอแนะ	102	85.7
มีข้อเสนอแนะ	17	14.3
-ควรจัดงบประมาณการท่องเที่ยวต่างประเทศของลูกค้าให้มีราคาที่เหมาะสม	11	9.2
-ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆอยู่เสมอ	7	5.9
-พัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพในการปฏิบัติงาน	6	5.0
-ขยายตลาดการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในต่างประเทศ	5	4.2

หมายเหตุ: ^{1/} บริษัทท่องเที่ยวที่มีข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวในประเทศ มากกว่าบริษัทละ 1 ข้อ

^{2/} บริษัทท่องเที่ยวที่มีข้อเสนอแนะการดำเนินงานการท่องเที่ยวต่างประเทศ มากกว่าบริษัทละ 1 ข้อ

3. ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

ผลการศึกษา ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเกษตรตามความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว (ตารางที่ 20) พบว่า

ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 69.7 เห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวเกษตรมีปัญหา ที่สำคัญที่สุด คือ ปัญหาด้านความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 29.4 รองลงมาคือ การขาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 21.8 การเดินทางไม่สะดวก และปัญหาด้านความพร้อมของวิทยากรในการบรรยาย มีความสำคัญเท่ากัน ร้อยละ 21.0 สถานที่ท่องเที่ยวมีน้อย และไม่น่าสนใจ ร้อยละ 20.2 นักท่องเที่ยวไม่รู้จัก และไม่นิยมการท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 19.3 การขาดการส่งเสริมจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 12.6 ปัญหาด้านราคามีความสำคัญเท่ากับการจัดการท่องเที่ยวเกษตรต้องคำนึงถึงฤดูกาล ร้อยละ 11.8 และปัญหาที่ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวพบว่า มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ภาครัฐไม่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

	(n=119)	
ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเกษตร ^{1/}		
ไม่มีปัญหา	36	30.3
มีปัญหา	83	69.7
-ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	35	29.4
-ขาดการประชาสัมพันธ์	26	21.8
-การเดินทางไม่สะดวก	25	21.0
-ความพร้อมของวิทยากรบรรยาย	25	21.0
-สถานที่ท่องเที่ยวมีน้อยและไม่น่าสนใจ	24	20.2
-นักท่องเที่ยวไม่รู้จักและไม่นิยมการท่องเที่ยวเกษตร	23	19.3

ตารางที่ 20 (ต่อ)

(n=119)		
ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
-การขาดการส่งเสริมจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	15	12.6
-ปัญหาด้านราคา	14	11.8
-การจัดการท่องเที่ยวเกษตรต้องคำนึงถึงฤดูกาล	14	11.8
-มักคุเทศก์ไม่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเกษตร	7	5.9

หมายเหตุ: ^{1/} ผู้บริหารมีปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวเกษตร มากกว่าคนละ 1 ปัญหา

4. ข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเกษตร

ส่วนข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเกษตรให้ประสบความสำเร็จตามความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว (ตารางที่ 21) พบว่า

ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวร้อยละ 61.3 มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรให้มากขึ้น ร้อยละ 36.1 หน่วยงานภาครัฐและที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจริงจัง ร้อยละ 23.5 เท่ากับ ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกษตรให้มีความพร้อมในทุกด้าน ควรพัฒนาความรู้ ความสามารถของวิทยากร ร้อยละ 18.5 ควรจัดการท่องเที่ยวเกษตรแทรกกับการท่องเที่ยวแบบอื่น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ร้อยละ 12.6 ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรให้น่าสนใจอยู่เสมอ ร้อยละ 11.8 ควรมีการกำหนดเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวเกษตรให้มีความสะดวก และปลอดภัย ร้อยละ 10.9 และควรสนับสนุนให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตร ร้อยละ 10.1

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเกษตรให้ประสบความสำเร็จ

(n =119)		
ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเกษตร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเกษตร ^{1/}		
ไม่มีข้อเสนอแนะ	46	38.7
มีข้อเสนอแนะ	73	61.3
-ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรให้มากขึ้น	43	36.1
-หน่วยงานภาครัฐและที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจริงจัง	28	23.5
-ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกษตรให้มีความพร้อมในทุกด้าน	28	23.5
-ควรพัฒนาความรู้ ความสามารถให้วิทยากร	22	18.5
-ควรจัดการท่องเที่ยวเกษตรแทรกกับการท่องเที่ยวแบบอื่น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ	15	12.6
-ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรให้น่าสนใจอยู่เสมอ	14	11.8
-ควรกำหนดเส้นทางเดินทางท่องเที่ยวเกษตรให้มีความสะดวกและปลอดภัย	13	10.9
-ควรสนับสนุนให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตร	12	10.1

หมายเหตุ: ^{1/} ผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยวที่มีข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวเกษตร มากกว่าคนละ 1 ข้อ