

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	๓
บทที่	
1    บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
กรอบแนวคิด	6
สมมติฐานการวิจัย	7
ขอบเขตในการวิจัย	7
ตัวแปรที่ศึกษา	7
นิยามศัพท์	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	9
2    แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
ส่วนที่ 1 ประวัติการท่องเที่ยวและองค์กรของโลกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	10
ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว	17
ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีบริการนำเที่ยว	22
ส่วนที่ 4 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลกและแนวโน้มในปี พ.ศ.2558	29
ส่วนที่ 5 ความหมายและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	36
ส่วนที่ 6 ประวัติบริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด	42
ส่วนที่ 7 แนวคิดและทฤษฎีสวนประสมการตลาด	51

### สารบัญ (ต่อ)

	ส่วนที่ 8 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ	63
	ส่วนที่ 9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65
3	วิธีดำเนินการวิจัย	70
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	70
	วิธีการสุ่มตัวอย่าง	71
	เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	72
	วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	72
	วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	74
	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	74
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	80
	ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความถี่ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจากบริษัท วันเวิลด์ทัวร์ จำกัด	80
	ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากบริษัท วันเวิลด์ทัวร์ จำกัด	82
	ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจากบริษัทจากบริษัท วันเวิลด์ทัวร์ จำกัด	90
	ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญของการใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจากบริษัทจากบริษัท วันเวิลด์ทัวร์ จำกัด โดยจำแนกตามข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ	95

5	สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	157
	สรุปผลการวิจัย	157
	อภิปรายผล	171
	ข้อเสนอแนะ	175
	บรรณานุกรม	177
	ภาคผนวก	180
	ประวัติผู้วิจัย	188

สารบัญตาราง

ตารางที่

1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเปลี่ยนแปลงระหว่างปี 2556	2
1.2	จำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ คาดการณ์ระหว่างปี 2563-2573	3
2.1	การจัดอันดับ 1 ใน 10 ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโลก ปี พ.ศ. 2556	31
2.2	ดัชนีวัดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของโลก ปี พ.ศ.2015	35
2.3	การแบ่งส่วนตลาดสำหรับตลาดผู้บริโภคร	60
4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ	81
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Service)	83
4.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาค่าบริการ (Price)	84
4.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	85
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	86
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ (Process)	87
4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร (People)	88
4.8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)	89
4.9	สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	90
4.10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของการใช้บริการด้านการตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหา	91

4.11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของ การใช้บริการด้านการ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ	92
4.12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของ การใช้บริการด้านการ ประเมินทางเลือก	93
4.13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของ การใช้บริการด้าน ประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการเดินทาง	94
4.14	สรุปค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของ การใช้บริการ บริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจากบริษัท	95
4.15	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทรา เวล จำกัด โดยจำแนกตามเพศ	97
4.16	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทรา เวล จำกัด โดยจำแนกตามอายุ	99
4.17	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทรา เวล จำกัด ด้านการตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหาโดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	101
4.18	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทรา เวล จำกัด ด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยจำแนกตามอายุเป็น รายคู่	102
4.19	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทรา เวล จำกัด ด้านการประเมินทางเลือกโดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่	103
4.20	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทรา เวล จำกัด ด้านประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการเดินทางโดยจำแนกตามอายุเป็น รายคู่	104
4.21	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทรา เวล จำกัด โดยจำแนกตามอาชีพ	105

**สารบัญญัตราง (ต่อ)**

4.22	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหาโดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	108
4.23	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	110
4.24	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	112
4.25	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการเดินทางโดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	114
4.26	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด โดยจำแนกตามสถานภาพ	116
4.27	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านการตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหาโดยจำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่	118
4.28	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยจำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่	119
4.29	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่	120
4.30	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการเดินทางโดยจำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่	121
4.31	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	123

### สารบัญตาราง (ต่อ)

4.32	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านการตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหาโดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	125
4.33	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	126
4.34	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	127
4.35	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการเดินทาง โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	128
4.36	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย	130
4.37	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหา โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยเป็นรายคู่	132
4.38	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยเป็นรายคู่	134
4.39	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านการประเมินทางเลือก โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยเป็นรายคู่	135
4.40	ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัดด้านประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากการเดินทาง โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยเป็นรายคู่	137
4.41	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านการตระหนักหรือการรับรู้ถึงปัญหา	139

## สารบัญตาราง (ต่อ)

4.42	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการ บริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านการค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ	143
4.43	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการ บริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านการประเมิน ทางเลือก	146
4.44	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการ บริษัทนำเที่ยว บริษัท วันเวิลด์ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด ด้านประสบการณ์ที่ ได้รับหลังจากการเดินทาง	150
4.45	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	153



## สารบัญภาพ

### ภาพที่

1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2556	2
1.2	จำนวนนักท่องเที่ยวใน 10 อันดับจุดหมายปลายทางระหว่างประเทศที่มีการค้นหา มากที่สุดประจำปี 2559	4
1.3	7 ใน 10 อันดับจุดหมายปลายทางที่มีการค้นหามากที่สุดประจำปี 2559	4
2.1	การท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2013	29
2.2	สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และรายได้จากการท่องเที่ยวพ.ศ.2550 – 2557	32
2.3	โลโก้บริษัท วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล จำกัด	42
2.4	ภายนอกอาคาร วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล	44
2.5	ภายในอาคาร วัน เวิลด์ ทัวร์ แอนด์ ทราเวล	45
2.6	ภาพเคาน์เตอร์ส่วนต้อนรับลูกค้า	45
2.7	ภาพบริเวณที่เจ้าหน้าที่และลูกค้าสามารถเลือกรายการท่องเที่ยวและกรอกเอกสาร	46
2.8	ภาพห้องผู้บริหารบริษัทและส่วนรับแขกภายในห้อง	46
2.9	ภาพโลโก้ควอลิตี้ เอ็กซ์เพรส	47
2.10	ภาพ โท ฮอลิเดย์ ทัวร์	48
2.11	ภาพ โลโก้ยูนิค 2000 ทัวร์	50