



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพประกอบ.....	ท
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมุติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
การท่องเที่ยว.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	28
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป.....	54
ตอนที่ 2 พฤติกรรมในลักษณะการท่องเที่ยว.....	61
ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัทท่องเที่ยว.....	70
ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	117
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	119
สรุปผลการวิจัย.....	119
อภิปรายผล.....	124
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	125
บรรณานุกรม.....	127
ภาคผนวก.....	131
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	162



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	54
2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	55
3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ.....	56
4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว.....	57
5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	58
6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	59
7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	60
8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยว.....	61
9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยวใน ประเทศไทยก่อนการเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	62
10 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ทำให้รู้จักพระนครศรีอยุธยา.....	63
11 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการของ บริษัทท่องเที่ยว.....	64
12 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ประทับใจการเที่ยวชม อยุธยา.....	65
13 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทางมา พระนครศรีอยุธยา.....	66
14 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่ประทับใจมากที่สุด ในพระนครศรีอยุธยา.....	67
15 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พระนครศรีอยุธยา.....	68
16 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยว พระนครศรีอยุธยา.....	69
17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	70
18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน -โดยสรุปรวมแต่ละด้าน.....	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19	แสดงการเปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว..... 74
20	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว..... 75
21	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe' Method) ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านระบบการให้บริการ จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว.... 76
22	การวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจ ในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว..... 77
23	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe' Method) ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว..... 79
24	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe' Method) ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านราคาจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว..... 81
25	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe' Method) ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว..... 83
26	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe' Method) ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว..... 85
27	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe' Method) ของความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านบุคลากรให้บริการจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว..... 87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว.....	89
29 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยว ด้านระบบการให้บริการจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว.....	91
30 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว.....	93
31 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว.....	94
32 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	95
33 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	96
34 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคาจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	97
35 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	98
36 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
37 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	100
38 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	101
39 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านระบบการให้บริการจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	102
40 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจในการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ ทางการตลาดของบริษัทท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว.....	103
41 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัทท่องเที่ยวด้านบุคลากรให้บริการจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว....	104
42 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัทท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว.	105
43 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัทท่องเที่ยวด้านบุคลากรให้บริการจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว...	106
44 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัทท่องเที่ยวด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามรายได้ ของนักท่องเที่ยว.....	107



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
45	การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method) ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัทท่องเที่ยวด้านระบบการให้บริการจำแนกตามรายได้ของ นักท่องเที่ยว..... 108
46	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยว อยุธยา..... 109
47	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยว ก่อนเดินทางมาอยุธยา..... 110
48	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับการรู้จักอยุธยา..... 110
49	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับการใช้บริการ ของบริษัทท่องเที่ยว..... 111
50	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับการประทับใจในการเที่ยวชม... 111
51	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับบุคคลที่ร่วมเดินทาง มาท่องเที่ยวอยุธยา..... 112
52	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับค่าใช้จ่ายในการซื้อแพ็คเกจ ท่องเที่ยวอยุธยา..... 113
53	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามกับบุคคลที่ร่วมเดินทาง มาท่องเที่ยวอยุธยา..... 114
54	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามกับค่าใช้จ่ายในการซื้อแพ็คเกจ ท่องเที่ยวอยุธยา..... 115
55	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอยุธยา..... 116



สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	9
3 แผนภูมิแสดงกลไกของธุรกิจท่องเที่ยว.....	15
4 โครงสร้างของบริษัทนำเที่ยว.....	18
5 การจัดการแบบคลาสสิก.....	29
6 การจัดการเชิงพฤติกรรม.....	31
7 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามเพศ.....	54
8 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามอายุ.....	55
9 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามสัญชาติ.....	56
10 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว.....	57
11 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามระดับการศึกษา.....	58
12 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามอาชีพ.....	59
13 ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	60
14 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการมาเที่ยว..	61
15 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่ที่เคยไปท่องเที่ยว ในประเทศไทยก่อนเดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	62
16 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ทำให้รู้จัก พระนครศรีอยุธยา.....	63
17 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมา ใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว.....	64
18 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามเหตุผลที่ประทับใจการเที่ยวชม พระนครศรีอยุธยา.....	65
19 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามประสบการณ์ในการเดินทาง มาพระนครศรีอยุธยา.....	66

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
20 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่ที่ประทับใจมากที่สุด ในพระนครศรีอยุธยา.....	67
21 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว พระนครศรีอยุธยา.....	68
22 ข้อมูลพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อแพ็คเกจ ท่องเที่ยวพระนครศรีอยุธยา.....	69