

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ ท่านผู้อำนวยการวิทยาลัยนานาชาติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรองทอง ไครรรี และ ผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ ฉวีวรรณ แก้วไทรยะ อีกทั้งอาจารย์ไทยและอาจารย์ต่างชาติ วิทยาลัยนานาชาติ ที่ให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณ ด้านวิชาการ ขอขอบคุณพนักงานฝ่ายสนับสนุน ที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในด้านเอกสาร จึงทำให้บทความวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ ด้านปัจจัยการตลาด ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง สำเร็จลุล่วงไปตามเวลาที่กำหนด

ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์ อาจารย์สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ อาจารย์โอปอ พงษ์พา นิช สุรารักษ์ อาจารย์สาขาวิชาธุรกิจการบิน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือทำหน้าที่เป็นนักวิจัยร่วมในครั้งนี้ และทำหน้าที่ในการ ตรวจสอบ แก้ไข และการดูแลการเก็บข้อมูลภาคสนามได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณนักศึกษาวิทยาลัยนานาชาติ สาขาวิชาบริหารธุรกิจซึ่งทำหน้าที่ช่วยเหลือในการหาข้อมูล จัดพิมพ์ และแก้ไข คือ นางสาวปิยฉัตร ปานกมล และผู้วิจัยขอขอบคุณนักศึกษาวิทยาลัยนานาชาติ สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสาขาวิชาธุรกิจการบิน ที่ได้ช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลตัวอย่าง 400 ชุด

กวิน วงศ์ลีดี
กรกฎาคม 2554

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	-1-
ABSTRACT	-3-
กิตติกรรมประกาศ	-5-
สารบัญ	-6-
สารบัญตาราง	-8-
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น	5
1.6 ข้อจำกัดของการวิจัย	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	5
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.9 การวิเคราะห์ข้อมูล	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านความพึงพอใจ	9
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.4 กรอบความคิดในการศึกษา	16
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	17
3.1 กำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	24
4.1 กำหนดสัญลักษณ์	25
4.2 ผลของการวิจัย	
4.2.1 ผลของการวิจัยตารางที่ 4.1	28
4.2.2 ผลของการวิจัยตารางที่ 4.2	29
4.2.3 ผลของการวิจัยตารางที่ 4.3	30
4.2.4 ผลของการวิจัยตารางที่ 4.4	31
4.2.5 ผลของการวิจัยตารางที่ 4.5	32
4.2.6 ผลของการวิจัยตารางที่ 4.6	33
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	34
5.1 สรุปผลการศึกษา	34
5.2 การอภิปรายผล	35
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	36
5.4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแผนการตลาด	36
บรรณานุกรม	38
ภาคผนวก	40
ตัวอย่างแบบสอบถาม	41
ประวัตินักวิจัย	45

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า	09
ตารางที่ 2.2 กรอบความคิด	13
ตารางที่ 3.1 การให้คะแนนความพึงพอใจมีหลักเกณฑ์	22
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป	25
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลความพึงพอใจด้านสินค้าและบริการ	29
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลความพึงพอใจด้านราคา	30
ตารางที่ 4.4 ข้อมูลความพึงพอใจด้านสถานที่	30
ตารางที่ 4.5 ข้อมูลความประสงค์ในการกลับมา	31