สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		**(1)**
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		**(3)**
กิตติกรรมประกาศ		**(5)**
สารบัญ		**(7)**
สารบัญตาราง		**(9)**
สารบัญภาพ		**(11)**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
	สมมติฐานของการวิจัย	4
	ขอบเขตของการวิจัย	4
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2	**แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	**9**
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	9
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	14
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	22
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดผูกขาด	28
	นโยบายเกี่ยวกับการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	30
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
บทที่ 3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	**41**
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	42
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	**45**
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ	49
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ของผู้โดยสารชาวไทย จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล	57
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	**67**
วิธีดำเนินการวิจัย	67
สรุปผลการวิจัย	68
อภิปรายผล	71
ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	**75**
ภาคผนวก	**77**
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	79
ประวัติผู้วิจัย	**83**

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค	15
2.2	ความแตกต่างของสินค้าและบริการ	23
2.3	ข้อมูลทั่วไปของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	31
2.4	การให้บริการในบริเวณนอกเขตการบิน (Landside)	34
4.1	จำนวน และร้อยละของผู้โดยสารชาวไทยในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล	47
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในภาพรวมและรายด้าน	49
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านกระบวนการขาเข้า	50
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านกระบวนการขาออก	51
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ ด้านสถานที่จอดรถ	52
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านความสะอาดพื้นที่ใน/นอกอาคารผู้โดยสาร	53
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารผู้โดยสาร	54

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านร้านค้าภายในอาคาร	55
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการรักษาความปลอดภัยและการตรวจคนเข้าเมือง	56
4.10	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามเพศ	57
4.11	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารชาวไทย จำแนกตามอายุ	58
4.12	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา	60
4.13	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	62
4.14	การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค)	16
2.2	รูปแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors influencing consumer's buying behavior)	19
2.3	โมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	20
2.4	ขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	22
2.5	การตลาดที่สำคัญ 3 ประเภทในการบริการ	25

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี