

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภาพ	(7)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	9
ขอบเขตในการศึกษา.....	9
ข้อจำกัดในการศึกษา.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
2. แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด.....	11
แนวคิดการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด.....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	32
วิธีการศึกษา.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	33
การวิเคราะห์และการสรุปผล.....	34
4. ผลการศึกษา.....	36
การใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของหนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์.....	36
การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเฉพาะส่วน (Segmenting Targeting and Positioning : STP Marketing Strategy)	56
การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของหนังสือพิมพ์.....	62
5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
อภิปรายผลการศึกษา.....	70
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	73
ภาคผนวก.....	74
ก. ประวัติความเป็นมาของบริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน).....	75
ข. ที่มาและประวัติการก่อตั้งหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์.....	78
บรรณานุกรม.....	82
ประวัติการศึกษา.....	86