

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(12)
สารบัญแผนภูมิ.....	(14)
สารบัญภาพประกอบ.....	(15)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	10
วัตถุประสงค์การวิจัย	11
ขอบเขตการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
2. ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
ทฤษฎีระบบ.....	14
แนวคิดธุรกิจบริการการศึกษา.....	19
แนวคิดการสร้างแบรนด์และกลยุทธ์การบริหารจัดการแบรนด์.....	21
แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	41

แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	51
แนวคิดกลยุทธ์การตลาดโดยบุคคลสาธารณะ	57
แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด	60
แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม	66
ทฤษฎีการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร	69
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	73
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	76
 3. ระเบียบวิธีวิจัย	 82
รูปแบบการวิจัย	82
แหล่งข้อมูล	82
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	83
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	86
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	88
การวิเคราะห์ข้อมูล	90
การนำเสนอข้อมูล	91
 4. ผลการวิจัย	 92
ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย	93
ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1	137
ส่วนที่ 3 ผลลัพธ์ของการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชน นำมาใช้เพื่อการสร้างแบรนด์ต่อกลุ่มเป้าหมาย	204
 5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	 220
สรุปผลการศึกษา	221

อภิปรายผลการศึกษา.....	239
ข้อเสนอแนะ	262
รายการอ้างอิง.....	265
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา	272
ประวัติการศึกษา.....	280