

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 การตลาดแบบองค์รวม	10
2.2 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	12
2.3 การบริการ	28
2.4 ศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์	35
2.5 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร	46

2.6	ทัศนคติของผู้บริโภค	50
2.7	ความเกี่ยวพันของสินค้า	54
2.8	ความภักดีต่อตราสินค้า.....	56
2.9	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	74
3.	ระเบียบวิธีวิจัย.....	86
3.1	แหล่งข้อมูล.....	86
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	86
3.3	การรวบรวมข้อมูล	88
3.4	การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	89
3.5	ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	89
3.6	กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	89
3.7	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล	90
3.8	กรอบการวิจัย.....	95
3.9	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	96
3.10	การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	96
3.11	การรวบรวมข้อมูล	97
3.12	กรรมวิธีทางข้อมูล.....	97
3.13	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	97
4.	ผลการทำวิจัย	102
4.1	ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์.....	102
4.2	ผลการวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม.....	111
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	111

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการเอไอเอสคอลล์เซ็นเตอร์	116
ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยข้อมูลด้านความคิดเห็นและทัศนคติต่อระดับการให้บริการ เอไอเอสคอลล์เซ็นเตอร์.....	131
ส่วนที่ 4 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้าเอไอเอส	133
ผลการทดสอบสมมติฐาน	135
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	144
5.1 สรุปผลการวิจัย	144
5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย	152
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย	152
ภาคผนวก	153
บรรณานุกรม.....	177