

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(2)
สารบัญตาราง .....	(6)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	8
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	9
1.4 ข้อยกเว้นงานวิจัย .....	13
1.5 นิยามศัพท์ .....	13
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	16
2.1 แนวคิดเรื่องการตลาด และการบริการการตลาด.....	16
2.2 แนวคิดเรื่องการแข่งขันทางการตลาด และการกำหนดเป้าหมาย .....	17
2.3 แนวคิดเรื่องการจัดสรรตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	21
2.4 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาด .....	22
2.5 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ .....	24

2.6 แนวคิดเรื่องการบริการลูกค้าสัมพันธ์.....	26
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
3.1 การค้นหา และการกำหนดปัญหาสำหรับงานวิจัย.....	32
3.2 การวางแผน และการออกแบบงานวิจัย.....	32
3.3 การวางแผนกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.4 การรวบรวมข้อมูล.....	36
3.5 การประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
3.6 การสรุปผลการศึกษา.....	54
4. ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4.1 ข้อมูลได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ 1.....	56
4.2 ข้อมูลได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ 2.....	65
4.3 ข้อมูลได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ 3.....	94
4.4 สรุปข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2.....	109
4.5 วิเคราะห์ระบบผู้ส่งสารภายใน (ระหว่างผู้บริหาร และพนักงาน).....	112
4.6 วิเคราะห์ในประเด็นผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร.....	121
4.7 สรุปปัญหาในมุมมองของลูกค้า และผู้บริหารรวมทั้งแนวทางการแก้ไข.....	134
4.8 สรุปนโยบายในปี 2550 และแผนงานเพื่อแก้ไขอัตราการสูญเสียลูกค้า.....	138
5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	144
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	145
5.2 แผนงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และสื่อสารการตลาด.....	150
5.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย.....	151

ภาคผนวก	
ก. แผนภูมิแสดงความถี่ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง .....	152
ข. แบบสอบถาม.....	153
บรรณานุกรม .....	154
ประวัติการศึกษา .....	156