

## สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ม
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	4
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
บริบท บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์.....	6
โทรศัพท์สาธารณะ.....	8
ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังและการซื้อ.....	15
ทฤษฎีทางการตลาด.....	23
การบริการและการรักษาลูกค้า.....	30
การสนทนากลุ่ม.....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
กรอบความคิดในการวิจัย.....	53
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
ขั้นตอนการวิจัย.....	54
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	57
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย.....	59
5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	74
วิธีดำเนินการวิจัย.....	74
สรุปผลการวิจัย.....	76
อภิปรายผลการวิจัย.....	77
ข้อเสนอแนะ.....	82
รายการอ้างอิง.....	83
ภาคผนวก.....	87
ภาคผนวก ก การตรวจเครื่องมือการวิจัย.....	88
ภาคผนวก ข การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย.....	94
ภาคผนวก ค การสนทนากลุ่ม (F.G.D.).....	99
ประวัติของผู้วิจัย.....	113

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงจำนวนสถานภาพเลขหมายโทรศัพท์สาธารณะทั่วประเทศไทย.....	10
2.2 แสดงความสัมพันธ์อันดับกับลูกค้า.....	34
4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	60
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของการตลาดโทรศัพท์สาธารณะ.....	62
4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการตลาดโทรศัพท์สาธารณะ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product).....	63
4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการตลาด โทรศัพท์สาธารณะ ด้านสถานที่ตั้ง (Place).....	64
4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการตลาดโทรศัพท์สาธารณะ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	65
4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการตลาดโทรศัพท์สาธารณะ ด้านราคา(Price).....	66
4.7 กำหนดหัวข้อรายการของปัญหาการตลาดทั้ง 4 ด้าน.....	67
4.8 วิเคราะห์ปัญหาการตลาดโทรศัพท์สาธารณะ.....	69
4.9 วิเคราะห์ประเด็นปัญหารูปแบบการตลาดโทรศัพท์สาธารณะ บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน).....	73

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงรูปแบบจำลองกล่องมิด.....	16
2.2 แสดงการวิเคราะห์แรงกระตุ้นจากภายนอกและภายในของบุคคล.....	17
2.3 แสดง 4P's ของส่วนผสมทางการตลาด.....	29
2.4 ภาพการนั่งสนทนากลุ่ม.....	41
2.5 กรอบแสดงความคิดในการวิจัย.....	53
4.1 รูปแบบการตลาดโทรศัพท์สาธารณะ ของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์.....	72