

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงการเกิดภาพลักษณ์ในปัจจุบันบุคคล.....	18
2.2 คุณภาพของการบริการที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ.....	42
2.3 ภาพรวมของการบริการที่มีคุณภาพ.....	43
2.4 ช่วงความแตกต่างระหว่างการบริการลูกค้ากับผู้บริโภค	45
2.5 องค์ประกอบคุณค่าของการบริการ	46
2.6 แบบจำลองสามเหลี่ยมการให้บริการ (Service Triangle)	48
3.1 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย	71
5.1 แสดงตัวแปรลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ ด้านการบริการ	99
5.2 แสดงตัวแปรด้านพฤติกรรม的开รับข่าวสารที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของ สายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ.....	99