

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	(1)
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(2)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(3)
สารบัญ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพ.....	(7)
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
นิยามคำศัพท์.....	4
กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>6</b>
แนวคิดอัญมณีและเครื่องประดับ.....	6
แนวคิดการบริหารตลาด.....	11
แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด.....	16
แนวคิดกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า.....	33
แนวคิดการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันและการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์.....	38
งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	50
<b>บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....</b>	<b>58</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	59
ประเด็นคำถาม.....	59
การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	61

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b> .....	62
ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการค้าอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี .....	62
ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการค้าอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี .....	77
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b> .....	83
สรุปผลการศึกษา.....	83
อภิปรายผลวิจัย.....	87
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย.....	91

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1.1 กรอบแนวความคิดในการศึกษา.....5



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## สารภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	กรอบแนวความคิดในการศึกษา.....5
2.1	แสดงกระบวนการในการบริหาร (Marketing management process) หรือกระบวนการ ทางการตลาด (Marketing process).....16
2.2	ส่วนผสมทางการตลาด.....17
2.3	การโฆษณา.....19
2.4	การประชาสัมพันธ์.....19
2.5	การส่งเสริมการขาย.....20
2.6	การขายโดยบุคคล.....21
2.7	การตลาดทางตรง.....22
2.8	การสนับสนุนกิจกรรม.....22
2.9	สินค้าผู้บริโภคที่เคลื่อนย้ายเร็ว.....23
2.10	การสื่อสารกับผู้ลงทุน.....25
2.11	กระบวนการสื่อสารทางการตลาด.....26
2.12	การจัดสรรงบประมาณ.....27
2.13	การสะสมคะแนน.....31
2.14	การตลาดเชิงประสบการณ์.....32
2.15	กระบวนการสื่อสาร (Communication Process).....35
2.16	กระบวนการสื่อสาร (Communication Process).....35
2.17	กระบวนการสื่อสารทางการตลาด (A Basic Marketing Communication).....36
2.18	ภาพแสดงการกำหนดหัวข้อในการสร้าง.....38

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี