

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฤษณ์ นิธิธีระนันท์. Business development, บริษัทวิริยะประกันภัย, สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2544.

กฤษณ์ รื่นรมย์. อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2543.

แก่นภา จิตติเรืองวิชัย. Brand management marketing department, บริษัทคาโอ คอมเมอร์เชียล (ประเทศไทย) จำกัด, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2544

เกริกฤทธิ์ คำสุระ. ผู้จัดการแผนกการจัดการธุรกิจ, บริษัทมาสด้าเซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2544.

ขวัญเนตร รัตนพฤษย์. ผู้จัดการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ สายงานวิซธุรกิจ, ธนาคารกสิกรไทย, สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2544.

จตุพล พุทธวิบูลย์. Product Manager Marketing Planning Department, บริษัทสยาม มอเตอร์ และนิสสันเชลล์ จำกัด, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2544.

จักรกฤษณ์ รัตนกำเนิด. Senior supervisor public affairs department, บริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด, สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2544.

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์, ธนาคารเสตนครีต นครธน, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2544

เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด, บริษัทอเมริกันเอ็กเพรส, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2544

ชาลิน นานา. Marketing Communication Customer Relations Management Mercedes Benz Passenger cars, บริษัทเดมเลอร์ไครสเลอร์ ประเทศไทย จำกัด, สัมภาษณ์, 25 มกราคม 2544.

เจ.ดี. พาวเวอร์ เอเชีย แปซิฟิก. การจัดลำดับจากผลการศึกษาด้านความพึงพอใจผู้บริโภค.

ฐานเศรษฐกิจ (20 กรกฎาคม 2543): 1.

ฐิติภา บัวบาน. ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์, โรงแรมโนโวเทล ไลต์ส, สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2544.

ณัฐริกา อนุวรรณ. ความเกี่ยวพันของผู้บริโภคการตอบสนองต่อโฆษณาและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาร่างกายของผู้บริโภคชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

เด่นอุทัย เจริญชาติ.ผู้จัดการ one stop service&customer service,บริษัทอาคเนย์ ประกันภัย,
สัมภาษณ์,29 มกราคม 2544.

ทวน สกุลประพิณพร.ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์,บริษัทคาโอ คอมเมอร์เชียล(ประเทศไทย)จำกัด,
สัมภาษณ์,21 กุมภาพันธ์ 2544.

ทศพร ศิริสัมพันธ์.การวางแผนเชิงกลยุทธ์.เอกสารวิชาการปีแห่งการส่งเสริมการบริการประชาชน
ของรัฐ.ลำดับที่ 1 .กรุงเทพมหานคร:บริษัทพิมพ์ดี จำกัด,2539

ทำนุ อมาตยกุล.Vice President corporate planning department,บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต,
สัมภาษณ์,7 กุมภาพันธ์ 2544.

ธงชัย สันติวงศ์.การวางแผนเชิงกลยุทธ์.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์
จำกัด,2537

ธงชัย สันติวงศ์.พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์
จำกัด,2540

ธงชัย สันติวงศ์.หลัก การจัดการ.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด,2537

นัตตา ทมมิต.ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของการโฆษณาที่มีต่อการ
ตัดสินใจซื้อ.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

บริษัทอเมริกัน อินเตอร์เนชั่นแนล แอสซัวร์ันส์ จำกัด,สัมภาษณ์,16 กุมภาพันธ์ 2544.

ประกัน.(Online).Avalible:<http://www.SiamInsure.com>. [12/01/01]

ผู้ช่วยผู้จัดการแบรนด์แพนทีน, บริษัทพรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอร์ริง(ประเทศไทย)
จำกัด, สัมภาษณ์,27 กุมภาพันธ์ 2544.

ผู้ช่วยผู้จัดการแบรนด์เฮด แอนด์ ไซว์เดอร์,บริษัทพรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอร์ริง
(ประเทศไทย)จำกัด, สัมภาษณ์,27 กุมภาพันธ์ 2544.

พงษ์ศักดิ์ เลิศฤดีวัฒนวงศ์.Department Manager Marketing Department.บริษัทฮอนด้า
ประเทศไทย จำกัด,สัมภาษณ์,9 กุมภาพันธ์ 2544.

พิสาखा พูลรัตน์.Group Communications Manager,โรงแรมเซ็นทรัล แกรนด์ ฟล้าซ่า,
สัมภาษณ์,7 กุมภาพันธ์ 2544.

ฟิลิป คอตเลอร์.การตลาดสำหรับนักปฏิบัติ.แปลโดย สายฟ้า พลวายุ.กรุงเทพมหานคร:บริษัท
พิมพ์ดี จำกัด,2542.

มณีวรรณ รัตมีเฟื่อง.Corporate Advertising Manager.กลุ่มโรงแรมอิมพีเรียล ประเทศไทย,
สัมภาษณ์,9 กุมภาพันธ์ 2544.

- รัชนี จึงจำเริญกิจ.ผู้ช่วยฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์,บริษัทพรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย)จำกัด, สัมภาษณ์,7 มีนาคม 2544.
- รัชชมา หุตายน.Manager-Customer Service Development&training,บริษัทดิจิตอล โฟน จำกัด,สัมภาษณ์,15 กุมภาพันธ์ 2544.
- รัชฎาภรณ์ ชวัญปัญญา.ความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานบริการจากการเปิดรับข่าวสารเชิงสัมพันธ์ภาพของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.
- รัตนสุดา วรสุนทรโรสด.Guest Relation Manager,โรงแรมมณเฑียร,สัมภาษณ์,30 มกราคม 2544.
- เว็ตร แม่นยำ.ผู้จัดการแผนกพัฒนาลูกค้าสัมพันธ์,บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน),สัมภาษณ์,8 มีนาคม 2544.
- รุพิชา อุษุโนกิ.ผู้จัดการส่วนประสานงานและลูกค้าสัมพันธ์, บริษัทสยาม มอเตอร์และนิสตันเชลล์ จำกัด,สัมภาษณ์,26 มกราคม 2544.
- วนิดา เมฆเรืองรักมี "Relationship Marketing ยุทธวิธีผูกใจลูกค้าตลอดกาล" คู่แข่ง.ปีที่16 ฉบับที่ 199 (ตุลาคม 2539) : 145-157
- วรลักษณ์ ตูลาภรณ์.Assistant Vice President Marketing and Sales(Payment Card Category Manager),ธนาคารซีที แบงค์,สัมภาษณ์,9 กุมภาพันธ์ 2544.
- วาสนา ปัญญาวงศ์"ยุทธการซื้อใจของค่ายรถญี่ปุ่นจากตัว C ที่ยังคงอำนาจอภาพ"คู่แข่ง.ปีที่16 ฉบับที่ 195 (มิถุนายน 2539) : 51-55
- วาสนา ปัญญาวงศ์"Image slowdown ในตลาดรถหลักขั้วรี"คู่แข่ง.ปีที่16 ฉบับที่ 199 (ตุลาคม 2539) : 50-54
- วิไลวรรณ อารีวานิช.พนักงานระดับ 6 แผนกบริการวิทยุคมนาคมระบบเซลลูล่า,การสื่อสารแห่งประเทศไทย,สัมภาษณ์,7กุมภาพันธ์ 2544.
- ศราวุธ สังข์ชู.ส่วนรับผิดชอบลูกค้าสัมพันธ์,บริษัทตะวันโมบาย จำกัด,สัมภาษณ์,13 กุมภาพันธ์ 2544.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์,ปริญญา ลักษิตานนท์,ศุกร เสรีรัตน์และองอาจ ปทะวานิช.กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา,2538.
- สมาคมโรงแรมไทย.สถานการณ์เปรียบเทียบราคาห้องพักและการเข้าพักโรงแรมในกรุงเทพฯ ช่วงไตรมาสแรกปี 2543.ประชาชาติธุรกิจ(8 พฤษภาคม 2543):1.

สมัชชา ข้าไ.เจ้าหน้าที่แผนกการตลาด กองพาณิชย์ การสื่อสารแห่งประเทศไทย,สัมภาษณ์,
7 กุมภาพันธ์ 2544.

สมชาย กิจยรรยง.สร้างบริการสร้างความประทับใจ.กรุงเทพมหานคร:เอช-เอน การพิมพ์,2536
สมบุญ รุจิขจร"แซมพู 7,900 ล้านเช็กแมนบิตต์ยังนำโด่ง"Brandage.ปีที่ 1 ฉบับที่ 7(พฤศจิกายน
2543): 148-150

สมยศ นาวิการ.การบริหารเชิงกลยุทธ์.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์บรรณกิจ,2531
สุธี นาทวรทัต.การจัดการการตลาดและการผลิต.นนทบุรี:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมวิราช,2533.

เสรี วงศ์มณฑา.ครบเครื่องเรื่องการค้าและการตลาด.กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา,2540
สำรวย บุญจริง.Rooms division manager,โรงแรมแลนมรวิาศ,สัมภาษณ์,17 มกราคม 2544.

อนันต์ จันทร์กุล,สุธี นาทวรทัต,เสนาะ ดิยาว์และอดุลย์ จาตุรงค์กุล.นโยบายธุรกิจ.
กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2519

อดุลย์ จาตุรงค์กุล.การบริหารการตลาด:กลยุทธ์และยุทธวิธี.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2542

อนุชิต ศิริกิจ.ผู้อำนวยการฝ่ายCustomer Retention,บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด
(มหาชน),สัมภาษณ์,16 กุมภาพันธ์ 2544.

อธิศ รุจิวัฒน์.ผู้จัดการการตลาดแผนกผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต,ธนาคารเอเชีย,สัมภาษณ์,
15 กุมภาพันธ์ 2544.

อังกูร ศรีกัลยาณบุตร.ผู้จัดการสายงานสื่อสารการตลาด,บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด,
สัมภาษณ์,9 กุมภาพันธ์ 2544.

ภาษาอังกฤษ

Arnold,E. J. and L.P.Linda (1993).River Magic:Extraordinary Experience and the
Extended Service Encounter.Journal of consumer research,20 (June), 24-45

Assael,S.Consumer behavior and Marketing action.6 th ed.Cincinnati:Ohio, South
Western college publishing,1995.

Bagozzi,R.P. Conceptual and Theoretical Developments in Marketing.Chicago:American
Marketing Association,1979.

Baker, M.J.,E.A.Buttery and E.M.Richter-Butter.(1998). Relationship Marketing in three
dimensions.Journal of interactive Marketing. v12n4, 47-62

- Band, W.A. Creating Value for Customers. American: Jhon Wiley & Sons, Inc, 1991
- Berry, P. (1980). Service Marketing is different. Business. 30(May-June), 24-29.
- Bulger, D.W. (1999). The evolution of Relationship Marketing: Reaching an audience of one. Direct Marketing. v61n12, 54-59.
- Butscher, S.A. (1996). Welcome to club: Building customer loyalty. Marketing news. v30n19, 9.
- Duncan, T.M., E.A. Sandra. (1998). communication-based marketing model for managing relationships. Journal of Marketing. v62n2, 1-13
- Gummesson, E. Total relationship marketing. Great Britain: Bath Press, 1999
- Gines, K. Creating. (1998). customers with connections that count. Incentive. v172n4, 92
- Griffin, J. Customer Loyalty: How to Earn It .How to keep It. 1 st ed. New York: The Free Press, 1995.
- Hochschild, A.R. The Managed heart. Berkeley: University of California Press, 1983.
- Hutton, J.G. (1996). Integrated relationship-marketing communications : A key opportunity for IMC. Journal of Marketing-Communications. 2, 191-199.
- Johnson, M.D. Customer Orientation and Market Action. New Jersey: Prentice Hall, 1998.
- Kotler, P. Marketing Management : Analysis. Planing. Implementation and Control. 7th ed., Eaglewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1991.
- Kotler, P. Marketing Management : Analysis. Planing. Implementation and Control. 8th ed., Eaglewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1994.
- Kotler, P. Marketing Management: Analysis. Planing. Implementation and Control. 9th ed. New jersey: Prentice-Hall International, Inc, 1997
- Kotler, P and S. Levy. (1969). Broadening the concept of marketing. Journal of Marketing. (January), 10-15.
- Martin C, P. Adrian and D. Ballantyne. Relationship Marketing: Bring Quality customer service and marketing together. Oxford: Butterworth-Heinemann. 1994.
- Morgan, R.M. and S.D. Hunt. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. Journal of Marketing. no 58, July, .20-38
- Paley, N. (1996). Romancing your customers. Sales & Marketing Mangement. v148n3. 30-32

- Percy, L. Strategies for Implementing Integrated Marketing Communication. Illinois:NTC Publishing group, 1997.
- Petrof, J.V. (1997). Relationship Marketing: The Wheel Reinvented?. Business Horizons. November-December, 26-31.
- Pine, B.J., P. Don and R. Martha. Do you want to keep your customer Forever. 103-108. Boston: Publishing Boston, 1995.
- Ries, H.T. and P. Shaver. Intimacy as an Interpersonal Process. 367-390. Chichester: John Wiley & Son, 1988.
- Reeder, R.R., E.G. Brierty and B.H. Reeder. Industrial marketing : analysis. Planning and control. New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 1991
- Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk. Consumer behavior. 6 th ed. New York: Prentice Hall, 1997.
- Smith, L. Meeting Customer needs. 1 st ed. Singapore: Uto-Print, 1994
- Stern, B.B. (1997). Advertising intimacy : Relationship Marketing and the services consumer . Journal of Advertising. v26n4. 7-9
- Stone, M., N. Woodcock, and L. Machtynger. Customer Relationship Marketing. 2nd ed. London: Kogan Page Ltd, 2000.
- Jones, T.O. and W. Earl Sasser, Jr. Why Satisfied Customers Defect. 88-99. Boston: Publishing Boston, 1995.
- Vaughan, R. How advertising works: A planning model. Journal of Advertising Research 20 (5) (October 1980); 27-33.
- Waring, E.M., M.P. Tillman, L. Frelick, L. Russell and G. Weisz, (1980). Concepts of Intermacy in the General Population. Journal of Nervous and Metal Disease, 168 (August). 471-474

ภาคผนวก

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

1. ข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท

- บริษัทของท่านมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์หรือฝ่ายที่มีการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าหรือไม่
- บริษัทของท่านมีการเริ่มจัดตั้งฝ่ายดังกล่าวครั้งแรกเมื่อไร
- มีติดต่อกับลูกค้าบ่อยแค่ไหน โดยใช้เครื่องมือสื่อสารใดในการติดต่อบ้าง
- มีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าหรือไม่ ถ้ามีใช้เครื่องมือสื่อสารใดในการจัดเก็บข้อมูลบ้าง

2. กระบวนการในการวางแผนการตลาด

- มีการกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายก่อนการคิดกลยุทธ์หรือไม่
- ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดบริษัทของท่านคำนึงถึงปัจจัยใดบ้าง
- กลยุทธ์หลักที่ใช้ในปี พ.ศ.2543
- มีการทบทวนและทดสอบกลยุทธ์ต่างๆก่อนนำมาปฏิบัติจริงหรือไม่อย่างไร
- แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มหรือไม่ แต่ละกลุ่มมีกลยุทธ์ทางการตลาดเฉพาะกลุ่มของตนเองหรือไม่
- มีการแบ่งแยกการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพไปสู่ลูกค้าเก่ากับลูกค้าใหม่หรือไม่
- ในแต่ละกิจกรรมของการส่งเสริมการตลาดมีการตั้งผู้รับผิดชอบโดยเฉพาะในแต่ละส่วนหรือไม่

3. การปรับปรุงและควบคุมคุณภาพในการนำมาปฏิบัติ

- ระหว่างการปฏิบัติตามกลยุทธ์มีการตรวจสอบหรือควบคุมคุณภาพในขณะปฏิบัติหรือไม่อย่างไร
- ถ้าหากลูกค้าไม่พอใจในสินค้าหรือบริการท่านใช้กลยุทธ์ใดในการแก้ไข

4. กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด

- ในปี 2543 ที่ผ่านมาท่านมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างไร แต่ละกิจกรรมมีวัตถุประสงค์ของตนเองหรือจัดขึ้นเพื่อส่งเสริมวัตถุประสงค์หลักของบริษัท
- อะไรคือจุดเด่นในการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพไปสู่ลูกค้าที่ท่านคิดว่าสามารถสร้างข้อแตกต่างจากบริษัทอื่นให้แก่บริษัทของท่าน
- ท่านคิดว่าการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพไปสู่ลูกค้ามีประโยชน์ต่อบริษัทอย่างไร

- ท่านคิดว่ารูปแบบและเครื่องมือติดต่อสื่อสารทางการตลาดชนิดใดที่ช่วยให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ได้มากที่สุด
- ท่านคิดว่าการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพไปสู่ลูกค้าในตลาดบริการและตลาดสินค้าผู้บริโภคมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

5. ปัญหาและอุปสรรค

- ในการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพไปสู่ลูกค้าของท่านมีปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้าง
- ท่านคิดว่ากลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพไปสู่ลูกค้ามีความคุ้มค่าหรือไม่และมีแนวโน้มอย่างไรในอนาคต

ประวัติผู้เขียน

นางสาวมนัสสา จินต์จันทรวงศ์ เกิดเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ.2520 สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอกสื่อสารมวลชน เกียรตินิยมอันดับ 1 เมื่อปีพ.ศ.2542 จากนั้นจึงเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีพ.ศ.2542 และสำเร็จการศึกษาในปีพ.ศ.2544