

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(12)
สารบัญภาพประกอบ.....	(17)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
สมมติฐานการวิจัย	9
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	11
กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย.....	12
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
แนวความคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์กลุ่มบริษัท	13
แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อโฆษณา	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและความคิดเห็น.....	21
ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	28
แนวคิดการให้บริการ	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32

3. วิธีการวิจัย	34
ลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	34
การสุ่มตัวอย่าง	34
ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง	35
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	35
กรอบแนวคิดความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	37
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4. ผลของการวิจัย	41
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	41
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทย ...	47
ส่วนที่ 3 การเปิดรับสิ่งโฆษณาเกี่ยวกับเอกลักษณ์ใหม่ของสายการบินไทย .	51
ส่วนที่ 4 ทศนคติของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยต่อเอกลักษณ์ใหม่ ของการบินไทย.....	54
ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยต่อการบริการ ของสายการบินไทย.....	58
ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	75
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	121
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	121
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	122
สรุปผลการศึกษา	122
อภิปรายผล	135
ข้อเสนอแนะทั่วไป	151

รายการอ้างอิง.....	157
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	163
ข. พัฒนาการการบินไทย	174
ค. Thai Logo.....	179
ง. Touches of Thai	180
จ. History of Thai's Brand	182
ฉ. Skytrax.....	186
ประวัติการศึกษา.....	189