

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพประกอบ	(12)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานำการศึกษา	8
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	8
สมมติฐานการศึกษา.....	8
ขอบเขตในการศึกษา	9
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	11
ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (The Individual Differences Theory)	32
แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics)	33
ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory)	37
ประเภทของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	40
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	43

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
3. ระเบียบวิธีการศึกษา	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
ขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	50
การสุ่มตัวอย่าง.....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	52
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการศึกษา.....	52
กรอบแนวคิดในการศึกษา	53
หลักเกณฑ์การให้คะแนน	54
การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน.....	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	58
การวิเคราะห์ข้อมูล	59
สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล	59
4. ผลการศึกษา	61
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	63
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	69
ตอนที่ 4 การรับรู้ภาพลักษณ์ของ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	74
ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน	84
5. สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	117
สรุปผลการศึกษา.....	118
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	118

อภิปรายผลการศึกษา	131
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	144
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	149
ภาคผนวก	
ก. ข้อมูล รายละเอียดการออกอากาศผลงานของ บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด	151
ข. แบบสอบถาม	154
บรรณานุกรม	163
ประวัติการศึกษา	168