

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญแผนภาพ	(10)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการศึกษา	6
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	16
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และความรู้ ความเข้าใจ	23
แนวคิดเกี่ยวกับ ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม	25
แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร.....	35

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
3. วิธีการวิจัย.....	39
กลุ่มตัวอย่าง.....	39
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรต่าง ๆ.....	50
4. ผลการวิจัย	52
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	52
ตอนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ของ สิงห์ คอร์ปอเรชั่น	56
ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ สิงห์ คอร์ปอเรชั่น	60
ตอนที่ 4 การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการสำรวจภาพลักษณ์ของ สิงห์ คอร์ปอเรชั่น	67
ตอนที่ 5 ช่องทางและการเปิดรับข่าวสาร	73
ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน	74
ตอนที่ 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	88
5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	90
สรุปผลการศึกษา	91
อภิปรายผลการศึกษา.....	95
ข้อเสนอแนะ	100
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	101

ภาคผนวก.....	102
บรรณานุกรม	109
ประวัติการศึกษา.....	114