

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำถามวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามศัพท์	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวความคิดเกี่ยวกับการโฆษณา	8
แนวคิดกลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา	10
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	33
วิธีการวิจัย.....	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา.....	33
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	35
ประเด็นสัมภาษณ์.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	39
การวิเคราะห์เนื้อหา.....	39
4. ผลการศึกษา.....	40
ส่วนที่ 1 การใช้กลยุทธ์การสร้างสร้งงานโฆษณาโดยใช้รูปภาพผู้บริหารทำ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน).....	40
ส่วนที่ 2 ผลสำเร็จของการใช้ผู้บริหารในการประชาสัมพันธ์ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน).....	54
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการใช้ผู้บริหารในการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีแก่ธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน).....	61
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	64
สรุปผลการศึกษา.....	64
อภิปรายผล.....	69
ข้อเสนอแนะ.....	76
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	77
รายการอ้างอิง.....	78

ภาคผนวก

ก. ประวัติความเป็นมา ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน).....	82
ข. ภาพตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณา ชุด “SCIB HEART ก้าวไปกับคุณด้วยใจ”	89
ค. ตัวอย่างการเตรียมการก่อนการถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาชุด “SCIB HEART ก้าวไปกับคุณด้วยใจ”	96
ง. โครงสร้างองค์กร ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	105
จ. โครงสร้างฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร (ส่วนการตลาด) ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน).....	106
ประวัติการศึกษา.....	107