สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญภาพ ..... ฎ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์การวิจัย 4
กรอบแนวคิดการวิจัย 5
สมมติฐานการวิจัย 6
ขอบเขตการวิจัย 6
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย 6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ 10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร 33
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ 37
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ 40
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ 48
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของรัฐ 52
กรมประชาสัมพันธ์ 60
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 68
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 79
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 79
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 82
การเก็บรวบรวมข้อมูล 83
เกณฑ์การวัดและการแปลผล 84
การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล 87

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 89
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร 90
ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ 93
ตอนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ 103
ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ 118
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน 130
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 143
สรุปการวิจัย 143
อภิปรายผล 151
ข้อเสนอแนะ 158
บรรณานุกรม 161
ภาคผนวก 167
ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย 168
ข แบบสอบถามการวิจัย 170
ประวัติผู้วิจัย 179

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากร..... 90

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์จากสื่อบุคคล..... 93

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน..... 95

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์จากสื่อเฉพาะกิจ..... 98

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา..... 101

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์..... 103

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ถูกต้องและการรับรู้ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ 110

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ถูกต้องและการรับรู้ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ โดยรวม.....117

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเมื่อนึกถึงกรมประชาสัมพันธ์ 118

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์..... 119

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ โดยรวม..... 127

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการให้กรมประชาสัมพันธ์มีจุดเด่น..... 128

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลิกลักษณะของกรมประชาสัมพันธ์ 129

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทและหน้าที่.....130

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ กรมประชาสัมพันธ์ ด้านการบริหารจัดการ..... 130

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ กรมประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร 131

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ กรมประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์..... 132

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ กรมประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์..... 132

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ กรมประชาสัมพันธ์ โดยรวม 133

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าความสัมพันธ์ของการรับรู้กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์..... 134

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าความสัมพันธ์ของเพศกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์..... 135

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าความสัมพันธ์ของอายุกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ 136

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ กรมประชาสัมพันธ์..... 137

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าความสัมพันธ์ของอาชีพกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์..... 138

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทและหน้าที่..... 139

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ด้านการบริหารจัดการ 140

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร..... 140

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์..... 141

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ด้านการบริการข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ 141

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม..... 142

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1 กระบวนการเกิดภาพลักษณ์..... 12
ภาพที่ 2.2 กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์..... 35
ภาพที่ 2.3 กระบวนการรับรู้..... 44