

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
กรอบแนวคิดการวิจัย	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	9
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	34
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ	44
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	47
การดำเนินงานของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	61
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	69
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	69
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	72
การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
การวิเคราะห์ข้อมูล	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	79
ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบริษัท ระบบขนส่งมวลชน กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	83
ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบริษัท ระบบขนส่งมวลชน กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	91
ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ของบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	98
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างต่อบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	109
ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	112
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	200
สรุปการวิจัย	200
อภิปรายผล	210
ข้อเสนอแนะ	224
บรรณานุกรม	227
ภาคผนวก	233
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	234
ประวัติผู้วิจัย	246

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงสถิติจำนวนผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ช่วงไตรมาสแรกของปี 2549	70
ตารางที่ 3.2 แสดงการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	71
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	79
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	82
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบริษัทฯ หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	83
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานีโทรทัศน์ที่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ	85
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานีวิทยุที่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ	86
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของหนังสือพิมพ์ที่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ	87
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของนิตยสารที่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ	88
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละประเภทกิจกรรมของบริษัทที่กลุ่มตัวอย่างเคยเข้าร่วม	89
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทหัวข้อข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทฯ ที่กลุ่มตัวอย่างรับทราบจากสื่อประเภทต่าง ๆ	90
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบริษัทฯ ในด้านต่าง ๆ	91
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทฯ หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	97
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบริษัทฯ หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส ในด้านต่าง ๆ	98
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ที่คาดหวังต่อบริษัทฯ หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	104
ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่คาดหวังต่อบริษัทฯ หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	107
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะบุคลิกภาพของรถไฟฟ้าบีทีเอส	108
ตารางที่ 4.16 แสดงข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างต่อบริษัทฯ หรือรถไฟฟ้าบีทีเอส	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 แสดงค่าความสัมพันธ์ของเพศกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	112
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน โดยรวมของบริษัทฯ ...	112
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม	113
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าความสัมพันธ์ของอายุกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	114
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน โดยรวมของบริษัทฯ ..	114
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์	115
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริหารจัดการ ..	116
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริการ	117
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม	118
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสถานภาพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	119
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน โดยรวมของ บริษัทฯ	119
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์	120
ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริการ ..	120
ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านส่งเสริม สังคม	121
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ..	121
ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ปัจจุบัน โดยรวม ของบริษัทฯ	122
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ด้านนโยบาย/พันธกิจ/ วิสัยทัศน์	122
ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ด้านการบริหารจัดการ	123
ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ด้านการบริการ	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษากับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ด้านส่งเสริมสังคม	124
ตารางที่ 4.37 แสดงค่าความสัมพันธ์ของอาชีพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	125
ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน โดยรวมของบริษัทฯ ..	125
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์	126
ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริหาร จัดการ	127
ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริการ	128
ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพกับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม ...	128
ตารางที่ 4.43 แสดงค่าความสัมพันธ์ของรายได้กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	129
ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้กับภาพลักษณ์ปัจจุบัน โดยรวมของบริษัทฯ ..	130
ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์	131
ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริหาร จัดการ	132
ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริการ	133
ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม ..	134
ตารางที่ 4.49 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายนอก (โทรทัศน์) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ	135
ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (โทรทัศน์) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์	136
ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (โทรทัศน์) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ	137
ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (โทรทัศน์) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม	138

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (โทรทัศน์) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	139
ตารางที่ 4.54 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายนอก (วิทยุ) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ของบริษัทฯ	140
ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (วิทยุ) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ	140
ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (วิทยุ) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ	141
ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (วิทยุ) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม	142
ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (วิทยุ) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	143
ตารางที่ 4.59 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายนอก (หนังสือพิมพ์) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ	144
ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (หนังสือพิมพ์) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ	144
ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (หนังสือพิมพ์) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม	145
ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (หนังสือพิมพ์) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	146
ตารางที่ 4.63 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายนอก (นิตยสาร/ วารสาร) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	147
ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (นิตยสาร/ วารสาร) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์	147
ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (นิตยสาร/ วารสาร) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ	148

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.66 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (นิตยสาร/ วารสาร) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ.....	149
ตารางที่ 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (นิตยสาร/ วารสาร) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม.....	150
ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (นิตยสาร/ วารสาร) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	151
ตารางที่ 4.69 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายนอก (สื่อบุคคล) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	152
ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (สื่อบุคคล) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์.....	152
ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (สื่อบุคคล) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ.....	153
ตารางที่ 4.72 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (สื่อบุคคล) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ.....	154
ตารางที่ 4.73 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (สื่อบุคคล) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม.....	155
ตารางที่ 4.74 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (สื่อบุคคล) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	156
ตารางที่ 4.75 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายนอก (เว็บไซต์ของบีทีเอส) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	157
ตารางที่ 4.76 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (เว็บไซต์ของบีทีเอส) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์.....	157
ตารางที่ 4.77 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (เว็บไซต์ของบีทีเอส) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ.....	158
ตารางที่ 4.78 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (เว็บไซต์ของบีทีเอส) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม.....	159

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.79 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายนอก (เว็บไซต์ของบีทีเอส) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวม.....	160
ตารางที่ 4.80 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายใน (โทรทัศน์บนชั้นชานชาลา) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	161
ตารางที่ 4.81 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (โทรทัศน์บนชั้นชานชาลา) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ.....	161
ตารางที่ 4.82 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (โทรทัศน์บนชั้นชานชาลา) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม.....	162
ตารางที่ 4.83 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายใน (ป้ายโฆษณาบนสถานี) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	163
ตารางที่ 4.84 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (ป้ายโฆษณาบนสถานี) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ.....	163
ตารางที่ 4.85 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายใน (แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	164
ตารางที่ 4.86 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ.....	165
ตารางที่ 4.87 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ.....	166
ตารางที่ 4.88 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม.....	167
ตารางที่ 4.89 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ.....	168
ตารางที่ 4.90 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายใน (จุดสารร่วมทาง) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	169
ตารางที่ 4.91 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (จุดสารร่วมทาง) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ.....	169

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.92 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (จุลสารร่วมทาง) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ	170
ตารางที่ 4.93 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (จุลสารร่วมทาง) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม	171
ตารางที่ 4.94 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (จุลสารร่วมทาง) ที่เปิดรับกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	172
ตารางที่ 4.95 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Sky Train คมชัดลึก) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	173
ตารางที่ 4.96 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Sky Train คมชัดลึก) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ	174
ตารางที่ 4.97 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Sky Train คมชัดลึก) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ	175
ตารางที่ 4.98 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Sky Train คมชัดลึก) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม	176
ตารางที่ 4.99 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Sky Train คมชัดลึก) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	177
ตารางที่ 4.100 แสดงค่าความสัมพันธ์ของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Today Express) ที่เปิดรับ กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ	178
ตารางที่ 4.101 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Today Express) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริหารจัดการ	179
ตารางที่ 4.102 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Today Express) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านการบริการ	180
ตารางที่ 4.103 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Today Express) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ ด้านส่งเสริมสังคม	181
ตารางที่ 4.104 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อภายใน (หนังสือพิมพ์ Today Express) ที่เปิดรับกับภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ	182

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.105 แสดงค่าความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในภาพรวมกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	183
ตารางที่ 4.106 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจในภาพรวมกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ.....	183
ตารางที่ 4.107 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจในภาพรวมกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์.....	184
ตารางที่ 4.108 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจในภาพรวมกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านการบริหารจัดการ.....	185
ตารางที่ 4.109 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจในภาพรวมกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านการบริการ.....	186
ตารางที่ 4.110 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจในภาพรวมกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม.....	186
ตารางที่ 4.111 แสดงค่าความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	187
ตารางที่ 4.112 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ.....	188
ตารางที่ 4.113 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์.....	188
ตารางที่ 4.114 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริหารจัดการ.....	189
ตารางที่ 4.115 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริการ.....	190
ตารางที่ 4.116 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม.....	190
ตารางที่ 4.117 แสดงค่าความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจด้านการบริการกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	191

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.118 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านการบริการกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ.....	192
ตารางที่ 4.119 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านการบริการกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์.....	192
ตารางที่ 4.120 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านการบริการกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านการบริหารจัดการ.....	193
ตารางที่ 4.121 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านการบริการกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านการบริการ.....	194
ตารางที่ 4.122 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านการบริการกับภาพลักษณ์ ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม.....	194
ตารางที่ 4.123 แสดงค่าความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจด้านส่งเสริมสังคมกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันของบริษัทฯ.....	195
ตารางที่ 4.124 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านส่งเสริมสังคมกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันโดยรวมของบริษัทฯ.....	196
ตารางที่ 4.125 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านส่งเสริมสังคมกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านนโยบาย/ พันธกิจ/ วิสัยทัศน์.....	196
ตารางที่ 4.126 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านส่งเสริมสังคมกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริหารจัดการ.....	197
ตารางที่ 4.127 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านส่งเสริมสังคมกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านการบริการ.....	198
ตารางที่ 4.128 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจด้านส่งเสริมสังคมกับ ภาพลักษณ์ปัจจุบันด้านส่งเสริมสังคม.....	199

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	8
ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร/ สถาบัน	30
ภาพที่ 2.2 กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น	38
ภาพที่ 2.3 แผนภาพของการรับสารอันจะนำไปสู่พฤติกรรม	41