

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (1)

กิตติกรรมประกาศ..... (3)

สารบัญตาราง..... (6)

บทที่

1. บทนำ..... 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา..... 1

ปัญหานำการวิจัย..... 8

วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 8

ขอบเขตของการวิจัย..... 8

นิยามศัพท์..... 8

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 9

2. แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 10

แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาด..... 10

แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์..... 16

แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด..... 24

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 36

3. ระเบียบวิธีวิจัย..... 40

ประชากร..... 40

วิธีการสุ่มตัวอย่าง..... 42

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	43
การตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของเครื่องมือ.....	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
การนำเสนอผลการวิจัย.....	46
แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์.....	46
4. ผลการวิจัย.....	48
ส่วนที่ 1: กลยุทธ์ในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด.....	49
ส่วนที่ 2: ประสิทธิภาพของแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด.....	63
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	66
สรุปผลการวิจัย.....	66
อภิปรายผล.....	80
ข้อเสนอแนะ.....	89
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	90
ภาคผนวก	
ก. แนวคำถาม.....	92
ข. ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการทำการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด.....	94
บรรณานุกรม.....	112
ประวัติการศึกษา.....	116