สารบาญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบาญ	ช
สารบาญตาราง	ญ
สารบาญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	5
1.6 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล	5
บทที่ 2 แนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิวัฒนาการผ้าไหม	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด (Marketing Communications)	12
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	18
2.4 แนวคิดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Strategy)	40
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรการรับรู้ (Selective Processes)	53
บทที่ 3 การดำเนินงานวิจัย	57
3.1 กลุ่มตัวอย่าง	57
3.2 แหล่งข้อมูล	57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และการสร้างเครื่องมือ	58
3.4 การตรวจสอบข้อมูล	60
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	60
3.6 การนำเสนอข้อมูล	61
3.7 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล	61
3.8 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	61
บทที่ 4 ผลการศึกษา	62
4.1 ประวัติของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ	63
4.2 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ	65
4.3 ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ	74
4.4 การประสานงานร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ	74
4.5 การรับรู้ข่าวสารของกลุ่มลูกค้าบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ	75
บทที่ 5 การอภิปรายผลของการศึกษา สรุปและข้อเสนอแนะ	81
5.1 อภิปรายผลของการศึกษา	81
5.2 สรุป	87
5.3 ข้อเสนอแนะ	89
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	90
5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา	91
เอกสารอ้างอิง	92
ภาคผนวก	97
ภาคผนวก ก สำเนาหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล	98
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	99
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์	101

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ง แบบบันทึก	102
ภาคผนวก จ สื่อสิ่งพิมพ์	103
ภาคผนวก ฉ รูปผลิตภัณฑ์	108
ประวัติผู้เขียน	110

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ความรับผิดชอบเชิงหน้าที่ของการตลาด การประชาสัมพันธ์การตลาด และการประชาสัมพันธ์องค์กร	45
4.1 แสดงการใช้สื่อ ประจำปี	71
4.2 แสดงเชื้อชาติที่เดินทางมาเยี่ยมชมร้านผ้าไหมไทยซิลค์ วิลเลจ	76
4.3 แสดงช่องทางการรับรู้ข่าวสารของลูกค้าที่เดินทางมาเยี่ยมชมร้านผ้าไหมไทยซิลค์ วิลเลจ	77
4.4 แสดงเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับทราบ	77
4.5 แสดงความประทับใจของลูกค้า	78
4.6 แสดงช่องทางการสื่อสารที่ต้องการเพิ่ม	79

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบาญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร	13
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	15
2.3 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	23
2.4 การวางแผนการประชาสัมพันธ์	36
2.5 กระบวนการวางแผนการประชาสัมพันธ์การตลาด	50
4.1 เครื่องหมายทางการค้าของบริษัทไทยซิลค์ วิล เลจ	63
4.2 แผนที่บริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ	63
4.3 โครงสร้างฝ่ายต่างๆ ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	68
4.4 เว็บไซต์ของบริษัทไทยซิลค์ วิลเลจ	73
5.1 การประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยซิลค์รูปแบบที่ 1	83
5.2 การประชาสัมพันธ์ของบริษัทไทยซิลค์รูปแบบที่ 2	83

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved