

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.5 กรอบแนวคิด	5
1.6 นิยามศัพท์	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์	7
2.2 แนวคิดสื่อประชาสัมพันธ์	8
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ	9
2.4 ทฤษฎีว่าด้วยสื่อและประสิทธิผลของสื่อ	11
2.5 ทฤษฎีการตัดสินใจ	12
2.6 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ	16
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย	25
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.3 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล	30
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	31
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	31
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	34
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 วิธีดำเนินการวิจัย	51
5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	52
5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
5.4 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล	53
5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	53
5.6 สรุปผลการวิจัย	54
5.7 อภิปรายผล	56
5.8 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	58
5.9 ข้อเสนอแนะเพื่อทำวิจัยครั้งต่อไป	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เอกสารอ้างอิง	60
ภาคผนวก	
- แบบสอบถาม	63
- ประวัติผู้วิจัย	67

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ตารางที่ 2.1 แนวคิดสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละประเภทมีทั้งข้อดี ข้อเสีย	9
ตารางที่ 3.1 นักศึกษาที่เข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ภาคปกติ ปีการศึกษา 2557	29
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ แต่ละประเภท	39
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อมวลชน	40
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์	41
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อออนไลน์	42
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อบุคคล	42
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อกิจกรรม	43
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เข้าศึกษาต่อ	44
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าจำนวนร้อยละ และค่าสถิติทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ ประชากร กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ	46
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าจำนวนร้อยละ และค่าสถิติทดสอบการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ แต่ละประเภทแตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อแตกต่างกัน	49