

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	15
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	45
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี	47
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	82
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	116
วิธีดำเนินการวิจัย	116
สรุปผลการวิจัย	117
อภิปรายผล	126
ข้อเสนอแนะ	130
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	131
บรรณานุกรม	133
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	137
ประวัติผู้วิจัย	141

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.1	รูปแบบการสื่อสารแบบสามัญ	18
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	47
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ	51
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	56
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	61
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	65
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ	69
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลแบบบ้านจากสื่อ	73
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามแบบบ้านเหมาะสมกับพื้นที่ ๆ ที่มีอยู่	78
4.10	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	82
4.11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ	85
4.12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	91

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	95
4.14	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	99
4.15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ	103
4.16	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ให้บริการ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลแบบบ้าน	106
4.17	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อการให้บริการ “แบบบ้านเพื่อประชาชน” ของผู้ให้บริการ จำแนกตามแบบบ้านเหมาะสมกับพื้นที่	113

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
2.1	โมเดลกระบวนการทางการรับรู้	12
2.2	องค์ประกอบของการติดต่อสื่อสาร	20

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี