

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	(1)
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(1)
สารบัญ.....	(1)
สารบัญภาพ.....	(1)
สารบัญตาราง.....	(1)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามนำการวิจัย.....	6
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารนโยบายสาธารณะ.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสาร.....	35
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และพฤติกรรม.....	40
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ.....	46
ข้อมูลพื้นฐานมณฑลเหอหนาน (河南省).....	49
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	59
ประเภทของการวิจัย.....	59
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	59
ขอบเขตของการวิจัย.....	62
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	64
การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย.....	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	68
ตอนที่ 1 รูปแบบ กระบวนการบริหารจัดการ และกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายสาธารณะ ของมณฑลเหอหนานผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	68
ตอนที่ 2 การรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชนของมณฑลเหอหนาน ที่มีต่อการสื่อสารนโยบายสาธารณะของมณฑลเหอหนานผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	86
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	110
สรุปผลการวิจัย.....	110
อภิปรายผลการวิจัย.....	121
ข้อเสนอแนะการวิจัย.....	125
บรรณานุกรม.....	126
ภาคผนวก.....	135
ภาคผนวก ก. แบบสอบถามการวิจัย (ภาษาไทย).....	136
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามการวิจัย (ภาษาจีน).....	142
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	146

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 แสดงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	45
ภาพที่ 2 Flow Chat กระบวนการตอบกลับ.....	78

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	86
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	87
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	88
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	89
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	90
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์ม ในการติดตามข้อมูลข่าวสารนโยบายของมณฑลเหอหนาน.....	91
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของค่ากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการรับหรือ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารนโยบายของมณฑลเหอหนาน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	92
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของค่ากลุ่มตัวอย่างจำแนกพฤติกรรมการติดตาม (Follow) บัญชีทางการของมณฑลเหอหนาน บนสื่อสังคมออนไลน์หรือไม่ เช่น บัญชีทางการบน WeChat, Weibo, Douyin.....	93
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	94
ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจต่อการ สื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	96
ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคาดหวังต่อการ สื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	99
ตารางที่ 12 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศกับความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติกับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบายที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	102
ตารางที่ 13 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุกับความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติกับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบายที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	103
ตารางที่ 14 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านการศึกษากับความสัมพันธ์อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบายที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	104
ตารางที่ 15 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพกับความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติกับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบายที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	105
ตารางที่ 16 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้กับความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติกับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบายที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	106
ตารางที่ 17 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนกับความ สัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความพึงพอใจต่อข้อมูลนโยบายที่เผยแพร่โดยหน่วยงานรัฐ.....	107
ตารางที่ 18 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างระดับความไว้วางใจต่อหน่วยงานภาครัฐสูงกับระดับการมี ส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือแชร์ข้อมูลนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	108
ตารางที่ 19 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างระดับความไว้วางใจต่อหน่วยงานภาครัฐสูงกับระดับการมี ส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือแชร์ข้อมูลนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	109