

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวานิชชนนการ ต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด) สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์**

1. คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาการทำงาน รายได้ต่อเดือน
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส)
3. ความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส)
4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส)

**ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยผู้วิจัย ได้ใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้**

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มวานิชชนนการของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) และการทดสอบรายคู่ของ Scheffé'

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มวาณิชธนการของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) และการทดสอบรายคู่ของ Scheffé'

สมมติฐานที่ 3 กลุ่มวาณิชธนการของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน ใช้สถิติ t-test, การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) และการทดสอบรายคู่ของ Scheffé'

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยของกลุ่มวาณิชธนการมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในกลุ่มวาณิชธนการของสถาบันการเงินในประเทศไทย ใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlations อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในกลุ่มวาณิชธนการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในกลุ่มวาณิชธนการของสถาบันการเงินในประเทศไทย ใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlations อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

### 1. การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากร

### ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	179	44.8
หญิง	221	55.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่าเป็นเพศชาย 179 คน และเป็นเพศหญิง 221 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 44.8 และ 55.3 ตามลำดับ

### ตารางที่ 2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 - 25 ปี	67	16.8
26 - 30 ปี	214	53.5
31 - 35 ปี	95	23.8
36 - 40 ปี	23	5.8
ไม่ระบุ	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และช่วงอายุที่มีน้อยที่สุดคือ 36 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.8

### ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	69	17.3
ปริญญาโทขึ้นไป	331	82.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปมากกว่าสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปเป็นจำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 69 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### ตารางที่ 4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าหน้าที่	159	39.8
เจ้าหน้าที่อาวุโส	47	11.8
ผู้ช่วยผู้จัดการ	57	14.3
ผู้จัดการ	30	7.5
ผู้จัดการอาวุโส	3	0.8
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	42	10.5
ผู้อำนวยการ	17	4.3
ผู้อำนวยการอาวุโสขึ้นไป	5	1.3
ไม่ระบุตำแหน่ง	40	10.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าหน้าที่ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือผู้จัดการอาวุโส มีจำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.8

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการทำงาน

ระยะเวลาการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 4 ปี	162	40.5
มากกว่า 3 ปี - 4 ปี	57	14.3
มากกว่า 2 ปี - 3 ปี	70	17.5
1 - 2 ปี	76	19.0
ต่ำกว่า 1 ปี	32	8.0
ไม่ระบุ	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาการทำงานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงานต่ำกว่า 1 ปี โดยมีจำนวนถึง 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา มีระยะเวลาการทำงานอยู่ในช่วง 2 - 4 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีระยะเวลาการทำงานมากกว่า 4 ปี ซึ่งมีจำนวน 32 คน และคิดเป็นร้อยละ 8.0

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน (โดยประมาณ)

รายได้ต่อเดือน (โดยประมาณ)	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 40,000 บาท	103	25.8
มากกว่า 30,000 - 40,000 บาท	74	18.5
มากกว่า 20,000 - 30,000 บาท	110	27.5
มากกว่า 10,000 - 20,000 บาท	79	19.8
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3	0.8
ไม่ระบุ	31	7.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ต่อเดือน (โดยประมาณ) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ มากกว่า 20,000 - 30,000 บาท ซึ่งมีเป็นจำนวนถึง 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ซึ่งใกล้เคียงกับระดับรายได้รองลงมาคือ มากกว่า 40,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คือมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส)

ข้อมูลนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส) ว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ วารสารข่าวเครดิต อินเทอร์เน็ต และเข้าร่วมงานสัมมนาของทริส บ่อยครั้งเพียงใด ตลอดจนเหตุผลที่ติดตามข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยจำแนกตามประเภทของสื่อ รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมและเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารด้านเศรษฐกิจการเงินทั่วไปผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนทางการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในอนาคต

ตารางที่ 7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	285	71.3
บ่อยพอสมควร	74	18.5
ปานกลาง	33	8.3
น้อย	6	1.5
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	2	0.5
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 4.59 \quad S.D. = 0.75$$

จากตารางที่ 7 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่ระดับ 4.59 ซึ่งถือว่าการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์บ่อยมาก



### ตารางที่ 8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	74	18.5
บ่อยพอสมควร	157	39.3
ปานกลาง	125	31.3
น้อย	29	7.3
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	15	3.8
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 3.62 \quad S.D. = 0.99$$

จากตารางที่ 8 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์พบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์บ่อย คือที่ค่าเฉลี่ย 3.62

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านทางวารสารเศรษฐกิจ

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	40	10.0
บ่อยพอสมควร	132	33.0
ปานกลาง	167	41.8
น้อย	51	12.8
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	10	2.5
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 3.35 \quad S.D. = 0.91$$

จากตารางที่ 9 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวารสารเศรษฐกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านวารสารเศรษฐกิจบ่อยปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปที่ระดับ 3.35

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านทางสื่อวิทยุ

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	54	13.5
บ่อยพอสมควร	103	25.8
ปานกลาง	128	32.0
น้อย	89	22.3
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	26	6.5
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 3.18 \quad S.D. = 1.12$$

จากตารางที่ 10 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวิทยุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวิทยุบ่อยปานกลางโดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 3.18

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	1	0.3
บ่อยพอสมควร	15	3.8
ปานกลาง	60	15.0
น้อย	114	28.5
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	206	51.5
ไม่ระบุ	4	1.0
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 1.71 \quad S.D. = 0.88$$

จากตารางที่ 11 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปน้อย โดย  
มีค่าเฉลี่ยในการติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตคิดเป็น 1.71 และพบว่าร้อยละ 51.5  
หรือกว่าครึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามติดตามข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตน้อยมากหรือ  
ไม่เคยติดตามผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตเลย

## ตารางที่ 12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปโดยการเข้าร่วมงานสัมมนา

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	3	0.8
บ่อยพอสมควร	27	6.8
ปานกลาง	131	32.8
น้อย	185	46.3
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	53	13.3
ไม่ระบุ	1	0.3
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 2.35 \quad S.D. = 0.82$$

จากตารางที่ 12 เมื่อจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปโดยการเข้าร่วมงานสัมมนาพบว่า ค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปโดยการเข้าร่วมสัมมนาของผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากับ 2.35 ซึ่งถือว่าส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมีการติดตามข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปโดยการเข้าร่วมงานสัมมนาในระดับน้อย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	89	22.3
บ่อยพอสมควร	146	36.5
ปานกลาง	102	25.5
น้อย	49	12.3
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	14	3.5
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 3.62 \quad S.D. = 1.07$$

จากตารางที่ 13 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของ สถาบัน  
จัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์พบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับ  
ข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยผ่านสื่อหนังสือพิมพ์บ่อย คือที่ระดับค่าเฉลี่ย  
3.62

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่อโทรทัศน์

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	0	0.0
บ่อยพอสมควร	15	3.8
ปานกลาง	60	15.0
น้อย	144	36.0
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	181	45.3
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 1.77 \quad S.D. = 0.84$$

จากตารางที่ 14 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย ผ่านสื่อโทรทัศน์พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย ผ่านสื่อโทรทัศน์ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยที่ 1.77

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 15

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่อวิทยุ

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	0	0.0
บ่อยพอสมควร	14	3.5
ปานกลาง	36	9.0
น้อย	114	28.5
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	236	59.0
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 1.57 \quad S.D. = 0.80$$

จากตารางที่ 15 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของ  
สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) ผ่านสื่อวิทยุพบว่าค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสาร  
ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) ผ่านสื่อวิทยุอยู่ที่ระดับ 1.57 ซึ่งถือได้ว่า  
ผู้ตอบแบบสอบถามสอบถามมีการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
ผ่านสื่อวิทยุน้อย

## ตารางที่ 16

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
 บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ผ่านทางวารสารข่าวเครดิต (CreditNews)

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	23	5.8
บ่อยพอสมควร	69	17.3
ปานกลาง	106	26.5
น้อย	92	23.0
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	110	27.5
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 2.51 \quad S.D. = 1.22$$

จากตารางที่ 16 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของ  
 สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) ผ่านวารสารข่าวเครดิต (CreditNews)  
 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามติดตามข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
 ผ่านวารสารข่าวเครดิต ของ ทริส ในระดับปานกลาง คือที่ค่าเฉลี่ย 2.51

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	0	0.0
บ่อยพอสมควร	6	1.5
ปานกลาง	32	8.0
น้อย	94	23.5
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	266	66.5
ไม่ระบุ	2	0.5
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 1.44 \quad S.D. = 0.71$$

จากตารางที่ 17 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับน้อยมากคือที่ระดับค่าเฉลี่ย 1.44

ตารางที่ 18

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
บริษัท ไทยเรตติ้งแอนดิอินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด โดยการเข้าร่วมการสัมมนาที่ ทริส จัดขึ้น

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยมาก	0	0.0
บ่อยพอสมควร	6	1.5
ปานกลาง	52	13.0
น้อย	94	23.5
น้อยมากหรือไม่เคยเลย	248	62.0
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 1.54 \quad S.D. = 0.77$$

จากตารางที่ 18 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) โดยการเข้าร่วมงานสัมมนาที่ ทริส จัดขึ้นพบว่าส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) โดยการเข้าร่วมงานสัมมนาที่ ทริส จัดขึ้นน้อย คือที่ค่าเฉลี่ย 1.54 เท่านั้น อย่างไรก็ตาม มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นจำนวนร้อยละ 1.5 ที่มีโอกาสได้เข้าร่วมการสัมมนาที่ ทริส จัดขึ้นในระดับบ่อยพอสมควร

ตารางที่ 19

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
เหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคม ยุคปัจจุบันตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา ทางเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ	222	55.5
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	72	18.0
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	30	7.5
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	28	7.0
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	18	4.5
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	17	4.3
ไม่ระบุ	13	3.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 19 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์พบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์ด้วยเหตุผลเพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคมยุคปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ มากที่สุดโดยมีจำนวนถึง 222 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.5 เหตุผลรองลงมาของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 20

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
เหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวิทยุ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	206	51.5
เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคม ยุคปัจจุบันตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา ทางเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ	94	23.5
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	38	9.5
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	17	4.3
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	16	4.0
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	10	2.5
ไม่ระบุ	19	4.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 20 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวิทยุพบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวิทยุด้วยเหตุผลเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์มากที่สุด โดยมีจำนวนถึง 206 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.5 เหตุผลรองลงมาของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวิทยุ ได้แก่ เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคมยุคปัจจุบันตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงาน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น ตามลำดับ

## ตารางที่ 21

**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
เหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์**

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคม ยุคปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา ทางเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ	261	65.3
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	53	13.3
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	28	7.0
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	27	6.8
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	15	3.8
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	13	3.3
ไม่ระบุ	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 21 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์พบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ด้วยเหตุผลเพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคมยุคปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ มากที่สุด โดยมีจำนวนถึง 261 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 65.3 เหตุผลรองลงมาของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ได้แก่ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ตามลำดับ



ตารางที่ 22

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
เหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	100	25.0
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	58	14.5
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	28	7.0
เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคม ยุคปัจจุบันตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา ทางเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ	15	3.8
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	12	3.0
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	8	2.0
ไม่ระบุ	179	44.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 22 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า นอกจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบที่มีจำนวนถึง 179 คนแล้ว ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตด้วยเหตุผลเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นมากที่สุด โดยมีจำนวน 100 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.0 เหตุผลรองลงมาของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคมยุคปัจจุบันตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาด้านภาวะเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงาน และเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น ตามลำดับ

ตารางที่ 23

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
เหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านทางวารสารเศรษฐกิจทั่วไป

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	158	39.5
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	84	21.0
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	73	18.3
เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคม ยุคปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา ทางเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ	42	10.5
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	20	5.0
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	12	3.0
ไม่ระบุ	11	2.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 23 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านวารสารเศรษฐกิจทั่วไปพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านวารสารเศรษฐกิจด้วยเหตุผลเพื่อเพิ่มพูนความรู้มากที่สุด โดยมีจำนวน 158 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 39.5 เหตุผลรองลงมาของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านวารสารเศรษฐกิจ ได้แก่ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงาน เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคมยุคปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น ตามลำดับ

ตารางที่ 24

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม  
เหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปโดยการเข้าร่วมงานสัมมนา

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	227	56.8
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	84	21.0
เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคม ยุคปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหา ทางเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ	29	7.3
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	15	3.8
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	13	3.3
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	3	0.8
ไม่ระบุ	29	7.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 24 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปโดยการเข้าร่วมงานสัมมนาพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปโดยการเข้าร่วมงานสัมมนาด้วยเหตุผลเพื่อเพิ่มพูนความรู้มากที่สุด โดยมีจำนวนถึงกว่าครึ่งคือ 227 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.8 เหตุผลรองลงมาของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านวารสารเศรษฐกิจ ได้แก่ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงาน เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของสังคมยุคปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงินต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น และเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ตามลำดับ

ตารางที่ 25

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนลำดับเหตุผลที่สำคัญ  
ในการติดตามข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์  
ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย

เหตุผลที่สำคัญที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อทราบความเคลื่อนไหวทางภาวะเศรษฐกิจการเงิน	191	47.8
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	182	45.5
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	15	3.8
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	7	1.8
ไม่ระบุ	5	1.1
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 25 เมื่อจำแนกเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการติดตามข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) โดยเรียงตามลำดับความสำคัญแล้วพบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากเป็นลำดับที่ 1 คือเพื่อทราบความเคลื่อนไหวทางภาวะเศรษฐกิจการเงิน ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเหตุผลนี้เป็นลำดับที่ 1 ถึง 191 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 47.8 และเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเป็นเหตุผลสำคัญที่สุดจำนวนรองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงาน และเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น ตามลำดับ โดยเหตุผลเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่นมีผู้เลือกเป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการติดตามข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส น้อยที่สุด

ตารางที่ 26

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุด  
ในการเลือกอ่านข่าวสารทั่วไปของ ทริส ทางสื่อหนังสือพิมพ์

เหตุผลที่สำคัญที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	207	51.8
เพื่อทราบความเคลื่อนไหวตลอดจนปัญหา และวิธีการ แก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงิน	113	28.3
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	64	16.0
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	9	2.3
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	4	1.0
ไม่ระบุ	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 26 เมื่อจำแนกเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกอ่านข่าวสารทั่วไปของ ทริส ทางสื่อหนังสือพิมพ์แล้วพบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านข่าวสารทั่วไปของ ทริส ทางสื่อหนังสือพิมพ์ คือเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกเหตุผลนี้เป็นจำนวนถึง 207 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.8 และเหตุผลรองลงมา ได้แก่ เพื่อทราบความเคลื่อนไหวตลอดจนปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงิน และเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น ตามลำดับ



ตารางที่ 27

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุด  
ในการเลือกอ่านการประกาศผลการจัดอันดับความน่าเชื่อถือหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กร  
ที่ ทริส ดำเนินการจัดอันดับทางหนังสือพิมพ์

เหตุผลที่สำคัญที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	280	70.0
เพื่อทราบความเคลื่อนไหวตลอดจนปัญหา และวิธีการ แก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงิน	58	14.5
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	44	11.0
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	10	2.5
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	2	0.5
ไม่ระบุ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 27 เมื่อจำแนกเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกอ่านการประกาศผลการจัดอันดับความน่าเชื่อถือหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กร ที่ ทริส ดำเนินการจัดอันดับ ทางหนังสือพิมพ์ พบว่าส่วนใหญ่แล้วเหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านการประกาศผลการจัดอันดับความน่าเชื่อถือหุ้นกู้/การจัดอันดับองค์กร ที่ ทริส ดำเนินการจัดอันดับ ทางหนังสือพิมพ์ คือเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเหตุผลนี้ถึง 280 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 70.0 และเหตุผลรองลงมาได้แก่ เพื่อทราบความเคลื่อนไหวตลอดจนปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหาทางภาวะเศรษฐกิจการเงิน และเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 14.5 และ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 28

แสดงจำนวนและร้อยละความนิยมของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับ  
ข่าวสารทั่วไปและการประกาศผลการจัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กร  
ที่ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ (ทริส) ดำเนินการ จำแนกความนิยมเปิดรับตามรายชื่อหนังสือพิมพ์

รายชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	332	83.0
ผู้จัดการรายวัน	305	76.3
Bangkok Post	159	39.8
The Nation	141	35.3
ไทยไฟแนนเชียล	65	16.3
คู่แข่ง	51	12.8
Business Day	50	12.5
ประชาชาติธุรกิจ	46	11.5
ฐานเศรษฐกิจ	40	10.0

จากตารางที่ 28 พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกเปิดรับข่าวสารทั่วไป ตลอดจนการประกาศ  
ผลการจัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กรที่ ทริส ดำเนินการประกาศ ผ่านทางหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ  
มากเป็นอันดับหนึ่ง หนังสือพิมพ์ฉบับรองลงมาที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารและการประกาศผลการ  
จัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กรของ ทริส ได้แก่ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์  
หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น หนังสือพิมพ์ไทยไฟแนนเชียล หนังสือพิมพ์คู่แข่ง หนังสือพิมพ์บิสิเนสเดย์  
หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ตามลำดับ



ตารางที่ 29

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุด  
ในการเลือกอ่านข่าวสารทั่วไปของ ทริส ทางสื่ออินเทอร์เน็ต

เหตุผลที่สำคัญที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	83	20.8
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน	34	8.5
เพื่อทราบความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันจัดอันดับเครดิต	22	5.5
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	18	4.5
เพื่อฆ่าเวลาให้หมดไป	3	0.8
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	1	0.3
ไม่ระบุ	239	59.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 29 เมื่อจำแนกเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกอ่านข่าวสารทั่วไปของ ทริส ทางสื่ออินเทอร์เน็ต แล้วพบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านข่าวสารทั่วไปของ ทริส ทางสื่ออินเทอร์เน็ตคือเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเหตุผลนี้ถึง 83 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.8 และเหตุผลรองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงาน เพื่อทราบความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันจัดอันดับเครดิต และเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ตามลำดับ

ตารางที่ 30

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุด  
ในการเลือกอ่านการประกาศผลการจัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กร  
ที่ ทรিস ดำเนินการประกาศทางสื่ออินเทอร์เน็ต

เหตุผลที่สำคัญที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงเพิ่มเติมประกอบการทำงานและ การลงทุนในหุ้นกู้	97	24.3
เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น	39	9.8
เพื่อทราบการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางเศรษฐกิจ	21	5.3
เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น	4	1.0
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	3	0.8
ไม่ระบุ	239	59.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 30 เมื่อจำแนกเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกอ่านการประกาศผลการจัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กร ที่ ทรিসดำเนินการประกาศทางสื่ออินเทอร์เน็ต แล้วพบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านการประกาศผลการจัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กร ที่ ทรিসดำเนินการประกาศทางสื่ออินเทอร์เน็ตคือเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการทำงานและการลงทุนในหุ้นกู้ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 เหตุผลรองลงมาคือ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อทราบการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางเศรษฐกิจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น และเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ตามลำดับ อย่างไรก็ตามกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ระบุคำตอบในข้อนี้

3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส)

ข้อมูลนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส) ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (ทริส) ที่ได้รับผ่านทางสื่อแต่ละประเภทมากน้อยเพียงใด ตลอดจนศึกษาถึงประเภทเนื้อหาข่าวสารของ ทริส ที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 31

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อโทรทัศน์

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	2	0.5
พอใจ	70	17.5
พอใจปานกลาง	185	46.3
ไม่พอใจ	9	2.3
ไม่พอใจมาก	0	0.0
ไม่ระบุ	134	33.5
รวม	400	100.0

$$\bar{X} = 3.24 \quad S.D. = 0.52$$

จากตารางที่ 31 เมื่อจำแนกความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อโทรทัศน์ แล้วพบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อโทรทัศน์ในระดับพอใจปานกลาง คือที่ค่าเฉลี่ย 3.24

ตารางที่ 32

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร  
เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อวิทยุ

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	4	1.0
พอใจ	56	14.0
พอใจปานกลาง	188	47.0
ไม่พอใจ	13	3.3
ไม่พอใจมาก	0	0.0
ไม่ระบุ	139	34.8
รวม	400	100

$$\bar{X} = 3.20 \quad S.D. = 0.54$$

จากตารางที่ 32 เมื่อจำแนกความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของทริสผ่านสื่อวิทยุแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริสผ่านสื่อวิทยุในระดับพอใจปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุที่ 3.20

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 33

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร  
เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	22	5.5
พอใจ	171	42.8
พอใจปานกลาง	189	47.3
ไม่พอใจ	13	3.3
ไม่พอใจมาก	1	0.3
ไม่ระบุ	4	1.0
รวม	400	100

$$\bar{X} = 3.51 \quad S.D. = 0.67$$

จากตารางที่ 33 เมื่อจำแนกความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์แล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับสูง คือมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ที่ระดับ 3.51

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 34

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร  
เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	0	0.0
พอใจ	22	5.5
พอใจปานกลาง	145	36.3
ไม่พอใจ	9	2.3
ไม่พอใจมาก	0	0.0
ไม่ระบุ	224	56.0
รวม	400	100

$$\bar{X} = 3.07 \quad S.D. = 0.41$$

จากตารางที่ 34 เมื่อจำแนกความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตแล้วพบว่า จำนวนกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างไม่ระบุคำตอบ ทั้งนี้อาจจะเนื่องด้วยไม่ได้เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ระดับ 3.07 ซึ่งถือว่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 35

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวสาร  
เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านวารสารชาวเครดิต

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	23	5.8
พอใจ	214	53.5
พอใจปานกลาง	140	35.0
ไม่พอใจ	11	2.8
ไม่พอใจมาก	0	0.0
ไม่ระบุ	12	3.0
รวม	400	100

$$\bar{X} = 3.64 \quad S.D. = 0.64$$

จากตารางที่ 35 เมื่อจำแนกความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านวารสารชาวเครดิตแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านวารสารชาวเครดิต ในระดับสูง คิดเป็นระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.64

สถาบันวิจัยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 36

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวสาร  
เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส จากการเข้าร่วมงานสัมมนา

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	4	1.0
พอใจ	25	6.3
พอใจปานกลาง	198	49.5
ไม่พอใจ	11	2.8
ไม่พอใจมาก	1	0.3
ไม่ระบุ	161	40.3
รวม	400	100

$$\bar{X} = 3.08 \quad S.D. = 0.48$$

จากตารางที่ 36 เมื่อจำแนกความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารของ ทริส จากการเข้าร่วมงานสัมมนาที่ทริส จัดขึ้นแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านการเข้าร่วมการสัมมนาในระดับปานกลาง คือที่ค่าเฉลี่ย 3.08 และพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 40.3 ที่ไม่ระบุคำตอบ ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าไม่เคยได้เข้าร่วมการสัมมนาที่ทริส จัดขึ้น

ตารางที่ 37

แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลำดับความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวสาร  
ที่ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส)  
นำเสนอผ่านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

เนื้อหาข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.
การประกาศผลการจัดอันดับเครดิตหุ้นกู้และองค์กรของ หน่วยงานต่าง ๆ / บทวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กรที่ ทริส ดำเนินการประกาศผลการจัดอันดับเครดิต	400	4.13	0.88
ข้อคิดเห็นทางเศรษฐกิจของผู้บริหารองค์กร	400	3.50	0.92
กระบวนการจัดอันดับเครดิต / บทบาทและความสำคัญของ การจัดอันดับเครดิต / คำจำกัดความสัญลักษณ์	400	3.31	1.03
ข่าวความเคลื่อนไหว / ข่าวการจัดสัมมนา และกิจกรรม ต่าง ๆ ของสถาบันจัดอันดับเครดิต / บทสรุปจากการแถลง ข่าวการดำเนินงานของ ทริส	400	2.72	0.89
เงื่อนไขในการให้บริการจัดอันดับเครดิต / ค่าธรรมเนียมการให้บริการ	400	2.68	1.02
ประวัติความเป็นมาของสถาบันจัดอันดับเครดิตและ ข้อมูลทั่วไปเรื่องการจัดอันดับ	400	2.66	0.96

จากตารางที่ 37 พบว่าในเนื้อหาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส นั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม  
มีความสนใจในเนื้อหาข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ในส่วนของการประกาศผลการจัดอันดับเครดิตหุ้นกู้  
และองค์กรของหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนบทวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กรที่ ทริส ดำเนินการประกาศผลการจัดอันดับเครดิต  
มากที่สุด อันดับรองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจได้แก่ ข้อคิดเห็นทางเศรษฐกิจขององค์กร, กระบวนการ  
จัดอันดับเครดิต / บทบาทและความสำคัญของการจัดอันดับเครดิต / คำจำกัดความสัญลักษณ์, ข่าวความเคลื่อนไหว /  
ข่าวการจัดสัมมนา และกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันจัดอันดับเครดิต / บทสรุปจากการแถลงข่าวการดำเนินงานของ ทริส,  
เงื่อนไขในการให้บริการจัดอันดับเครดิต / ค่าธรรมเนียมการให้บริการ และลำดับสุดท้าย คือ ประวัติความเป็นมาของสถาบัน  
จัดอันดับเครดิตและข้อมูลทั่วไปในเรื่องการจัดอันดับ

**ตอนที่ 4 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด**

การศึกษาการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส) นั้น เป็นการศึกษาถึงลักษณะการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ ทริส นำเสนอในด้านต่าง ๆ ตลอดจนศึกษาว่ากลุ่มตัวอย่างได้ใช้ประโยชน์จากเนื้อหาข่าวสารของ ทริส ที่เผยแพร่ออกไปมากน้อยเพียงใด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38

แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร  
ที่ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย  
บริษัท ไทยเรตติ้งแอนดิอินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส)  
นำเสนอผ่านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

เนื้อหาข่าวสาร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำงาน	400	3.75	0.91
ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาด้าน ตราสารหนี้และด้านเศรษฐกิจทั่วไปมากขึ้น	400	3.60	0.87
ใช้เป็นข้อมูลที่จะนำไปอ้างอิงที่น่าเชื่อถือได้	400	3.55	0.92
ใช้ติดตามความเคลื่อนไหวในธุรกิจการจัดอันดับเครดิต	400	3.49	0.91
ใช้เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหา ข้อเท็จจริงของ ปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านตราสารหนี้	400	3.38	0.87
ใช้ตอบสนองความสนใจต่อประเด็นปัญหา	400	3.12	0.78
ใช้ประโยชน์ในการสนทนา ถกเถียงปัญหากับบุคคลอื่น	400	2.79	0.77
ทำให้ทันสมัยในวงการธุรกิจ	400	2.58	0.97
ใช้เป็นแนวทางในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ในเรื่องนั้น ๆ ขึ้นมาอีก	400	2.32	0.90
ใช้ฆ่าเวลาในยามว่าง	400	1.83	0.85
ใช้สนองความเพลิดเพลิน	400	1.57	0.78

$$\bar{X} = 2.90$$

จากตารางที่ 38 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนดิอินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส) นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำงาน, เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาด้านตราสารหนี้และด้านเศรษฐกิจทั่วไป, เพื่อใช้เป็นข้อมูลที่จะนำไปอ้างอิงที่น่าเชื่อถือได้, เพื่อใช้ติดตามความเคลื่อนไหวในธุรกิจ

การจัดอันดับเครดิต, เพื่อใช้เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหา ข้อเท็จจริงของปัญหา และวิธีการแก้ไข ปัญหาทางเศรษฐกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านตราสารหนี้ และใช้ตอบสนองต่อประเด็นปัญหาเสียส่วนใหญ่

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส) ในระดับปานกลางคือที่ระดับค่าเฉลี่ย 2.90

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานและผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนกรต่อ ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด) มีดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** กลุ่มวาณิชธนกรของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน

### ตารางที่ 39

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างเพศกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	P
ชาย	177	2.1328	0.626	1.78	0.076
หญิง	223	2.0271	0.536		

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 39 พบว่า วาณิชชานการเพศชายและหญิงมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าเพศชายมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของสถาบันจัดอันดับเครดิตแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด มากกว่าเพศหญิง ในสื่อทุกประเภทที่ทำการเผยแพร่ข่าวสาร อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ วารสารข่าวเครดิต อินเทอร์เน็ต ตลอดจนเพศชายมีค่าเฉลี่ยในการเข้าร่วมการสัมมนาที่ หริส จัดขึ้นมากกว่าเพศหญิงอีกด้วย

#### ตารางที่ 40

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ หริส ของวาณิชชานการที่ต่างอายุกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
21 - 25 ปี	67	2.1020	0.6175	0.5314	0.6610
26 - 30 ปี	214	2.0670	0.5725		
31 - 35 ปี	95	2.0404	0.5700		
36 - 40 ปี	21	2.2063	0.6007		

\* $p \leq 0.05$   $\bar{X} = 2.0739$  S.D. = 0.5801

จากตารางที่ 40 พบว่า วาณิชชานการที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน



## ตารางที่ 41

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร  
จากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ของวณิชชนากรที่ระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	P
ปริญญาตรี	69	2.1908	0.699	1.58	0.118
สูงกว่าปริญญาโท	329	2.0496	0.549		

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 41 พบว่า วณิชชนากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้ง แอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ตารางที่ 42

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร  
จากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ หริส ของวณิชธนกรที่ตำแหน่งการทำงานต่างกัน

ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
เจ้าหน้าที่	159	2.0241	0.5873	0.6570	0.6845
เจ้าหน้าที่อาวุโส	47	2.0496	0.5035		
ผู้ช่วยผู้จัดการ	57	1.9912	0.5837		
ผู้จัดการ	30	2.0667	0.3856		
ผู้จัดการอาวุโส	3	2.0000	1.0138		
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	40	2.1583	0.5243		
ผู้อำนวยการ	17	2.2157	0.7016		
ผู้อำนวยการอาวุโสขึ้นไป	5	2.0000	0.8079		

$$*p \leq 0.05 \quad \bar{X} = 2.0493 \quad S.D. = 0.5653$$

จากตารางที่ 42 พบว่า วณิชธนกรที่มีตำแหน่งต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ตำแหน่งไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 43

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร  
จากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ของวณิชธนกรที่ระยะเวลาทำงานต่างกัน

ระยะเวลาการทำงาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
ต่ำกว่า 1 ปี	32	2.0625	0.5953	1.7652	0.1351
1 - 2 ปี	76	2.1184	0.5610		
มากกว่า 2 - 3 ปี	70	1.9167	0.5352		
มากกว่า 3 - 4 ปี	57	2.1374	0.5834		
มากกว่า 4 ปี	160	2.1125	0.5942		

\* $p \leq 0.05$   $\bar{X} = 2.0785$  S.D. = 0.5786

จากตารางที่ 43 พบว่า วณิชธนกรที่มีระยะเวลาการทำงานต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ระยะเวลาการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 44

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ของวณิชธนกรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3	2.3333	1.3017	1.9519	0.1013
มากกว่า 10,000 - 20,000 บาท	79	2.0633	0.5517		
มากกว่า 20,000 - 30,000 บาท	110	1.9939	0.5236		
มากกว่า 30,000 - 40,000 บาท	74	2.0135	0.5502		
มากกว่า 40,000 บาท	101	2.1914	0.6339		

\* $p \leq 0.05$   $\bar{X} = 2.0699$  S.D. = 0.5770

จากตารางที่ 44 พบว่า วณิชธนกรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ รายได้ต่อเดือนไม่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ดังนั้น จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สมมติฐานที่ 2** กลุ่มวณิชธนกรของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน

**ตารางที่ 45**

**แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวณิชธนกรที่มีเพศต่างกัน**

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	P
ชาย	57	3.2836	0.313	-1.29	0.198
หญิง	67	3.3557	0.306		

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 45 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

## ตารางที่ 46

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร  
จากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวณิชชานกรที่มีอายุต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่อที่ แตกต่าง
21 -25 ปี (1)	65	3.4409	0.6175	4.0327**	0.0090	(1) > (2)
26 -30 ปี (2)	213	3.2651	0.5725			
31 -35 ปี (3)	94	3.2807	0.5700			
36 - 40 ปี (4)	23	3.5208	0.6007			

\*\*p ≤ 0.01  $\bar{X} = 2.0739$  S.D. = 0.5801

จากตารางที่ 46 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นั่นคืออายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อใช้วิธีการทดสอบรายคู่ของ Scheffe' แล้ว พบว่า กลุ่มวณิชชานกรที่มีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี (กลุ่ม 1 > กลุ่ม 2) มีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส มากกว่ากลุ่มวณิชชานกรที่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี และจากค่าเฉลี่ยพบว่ากลุ่มวณิชชานกรที่มีอายุ 36 - 40 ปี มีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส สูงสุด

## ตารางที่ 47

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร  
จากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มภาคีชนาการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	P
ระดับปริญญาตรี	29	3.4368	0.283	2.31*	0.023
ระดับปริญญาโทขึ้นไป	95	3.3524	0.659		

\* $p \leq 0.05$   $\bar{X} = 3.3720$  S.D. = 0.5935

จากตารางที่ 47 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ตารางที่ 48

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร  
จากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวณิชธนกรที่มีตำแหน่งต่างกัน

ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ แตกต่าง
เจ้าหน้าที่	156	3.4281	0.3304	4.1309**	0.0019	(1) > (2)
เจ้าหน้าที่อาวุโส	46	3.1373	0.1691			
ผู้ช่วยผู้จัดการ	57	3.2667	0.2725			
ผู้จัดการ	28	3.1944	0.2215			
ผู้จัดการอาวุโส	3	3.1691	0.1729			
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	41	3.1667	0.2764			
ผู้อำนวยการ	16	3.5417	0.2846			
ผู้อำนวยการอาวุโสขึ้นไป	5	3.3942	0.2822			

\*\*p ≤ 0.01  $\bar{X}$  = 3.3209 S.D. = 0.3094

จากตารางที่ 48 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นั่นคือตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อใช้วิธีทดสอบรายคู่ของ Scheffe' แล้วพบว่า กลุ่มวณิชธนกรที่มีตำแหน่งในตำแหน่งเจ้าหน้าที่จะมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส มากกว่า กลุ่มวณิชธนกรในระดับตำแหน่งเจ้าหน้าที่อาวุโส และวณิชธนกรระดับตำแหน่งผู้อำนวยการจะมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส สูงสุด



## ตารางที่ 49

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ  
จากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ หริส ระหว่างกลุ่มวามณิชนาครที่มีระยะเวลาทำงานต่างกัน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
มากกว่า 4 ปี (5)	160	3.3475	0.3437	1.0675	0.3758
มากกว่า 3 ปี - 4 ปี (4)	57	3.3016	0.3101		
มากกว่า 2 ปี - 3 ปี (3)	70	3.3452	0.3233		
1 - 2 ปี (2)	74	3.2346	0.2666		
ต่ำกว่า 1 ปี (1)	31	3.4286	0.2508		

$$*p \leq 0.05 \quad \bar{X} = 3.3707 \quad S.D. = 0.5941$$

จากตารางที่ 49 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาทำงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือระยะเวลาทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 50

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ  
จากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวณิชธนกรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่แตกต่าง
มากกว่า 40,000 บาท (5)	103	3.3580	0.3292	4.5606**	0.0019	(2) > (3)
มากกว่า 30,000 บ. - 40,000 บ. (4)	74	3.1750	0.3310			
มากกว่า 20,000 บ. - 30,000 บ. (3)	110	3.2206	0.2418			
มากกว่า 10,000 บ. - 20,000 บ. (2)	79	3.4667	0.2909			
ต่ำกว่า 10,000 บาท (1)	3	3.5000	0.3022			

$$**p \leq 0.01 \quad \bar{X} = 3.3205 \quad S.D. 0.3119$$

จากตารางที่ 50 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในจากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นั่นคือรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยดังนั้นก็จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อใช้วิธีทดสอบรายคู่ของ Scheffe' แล้วพบว่ากลุ่มวณิชธนกรที่ระดับรายได้ต่อเดือนในช่วงมากกว่า 10,000 - 20,000 บาท จะมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารที่ได้รับจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส มากกว่ากลุ่มวณิชธนกรที่ระดับรายได้ต่อเดือนในช่วง มากกว่า 20,000 - 30,000 บาท

**สมมติฐานที่ 3** กลุ่มวาณิชธนกรของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 51

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนกรที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	T	P
ชาย	172	2.8990	0.529	-0.13	0.896
หญิง	219	2.9058	0.487		

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 51 พบว่ากลุ่มตัวอย่างชายและหญิงมีค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

## ตารางที่ 52

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ  
จากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวณิชชานกรที่มีอายุต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ แตกต่าง
21 -25 ปี (1)	65	2.9888	0.5071			
26 -30 ปี (2)	213	2.8758	0.5014	3.5017*	0.0156	
31 -35 ปี (3)	94	2.8360	0.5077			
36 - 40 ปี (4)	23	3.1660	0.4526			(4) > (3)

\* $p \leq 0.05$   $\bar{X} = 2.9666$  S.D. = 0.4922

จากตารางที่ 52 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคืออายุมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อใช้วิธีทดสอบรายคู่ของ Scheffe' พบว่า กลุ่มวณิชชานกรที่มีช่วงอายุระหว่าง 36 - 40 ปี จะใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส มากกว่ากลุ่มวณิชชานกรที่มีช่วงอายุระหว่าง 31 -35 ปี ส่วนระดับช่วงอายุอื่นๆ นั้น ไม่มีความแตกต่างในการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส

ตารางที่ 53

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ  
จากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มภาคีชนานการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	T	P
ระดับปริญญาตรี	66	2.8939	-0.16	0.876
ระดับปริญญาโทขึ้นไป	325	2.9046		

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 53 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 54

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มภาคีชนนากรที่มีตำแหน่งต่างกัน

ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
เจ้าหน้าที่	156	2.8397	0.5006	2.4878*	0.0228
เจ้าหน้าที่อาวุโส	46	2.8162	0.4144		
ผู้ช่วยผู้จัดการ	57	2.9569	0.5200		
ผู้จัดการ	28	3.0357	0.4201		
ผู้จัดการอาวุโส	3	3.0000	0.5961		
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	41	3.0310	0.4410		
ผู้อำนวยการ	16	3.1648	0.4175		
ผู้อำนวยการอาวุโสขึ้นไป	5	2.3455	0.5118		
รวม	358	2.9026	0.4881		

$$*p \leq 0.05 \quad \bar{X} = 2.9026 \quad S.D. = 0.4881$$

จากตารางที่ 54 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อทดสอบการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับตำแหน่งต่างกันแล้วพบว่ามีความแตกต่างในการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส แต่เมื่อทดสอบภายในกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับเดียวกันแล้วไม่พบว่ามีความแตกต่างในการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส



## ตารางที่ 55

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ  
จากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาทชนนการที่มีระยะเวลาทำงานต่างกัน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
มากกว่า 4 ปี	160	2.1125	0.4068	1.7172	0.1454
มากกว่า 3 ปี - 4 ปี	57	2.1374	0.5331		
มากกว่า 2 ปี - 3 ปี	70	2.7844	0.4786		
1 - 2 ปี	74	2.9066	0.4859		
ต่ำกว่า 1 ปี	31	2.9824	0.5267		
รวม	388	2.9039	0.5070		

$$*p \leq 0.05 \quad \bar{X} = 2.9039 \quad S.D. = 0.5070$$

จากตารางที่ 55 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาทำงานแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือระยะเวลาทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อทดสอบความแตกต่างทั้งในกลุ่มวาทชนนการที่มีระยะเวลาการทำงานเท่ากัน และระหว่างกลุ่มวาทชนนการที่มีระยะเวลาการทำงานต่างกันแล้ว พบว่าไม่มีความแตกต่างในการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย



## ตารางที่ 56

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ  
จากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนกรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ แตกต่าง
มากกว่า 40,000 บาท (5)	99	3.0211	0.4632	4.7668**	0.0009	(5) > (3)
มากกว่า 30,000 บ. - 40,000 บ. (4)	71	2.9449	0.5173			
มากกว่า 20,000 บ. - 30,000 บ. (3)	109	2.7506	0.5326			
มากกว่า 10,000 บ. - 20,000 บ. (2)	78	2.9510	0.4453			
ต่ำกว่า 10,000 บาท (1)	3	3.2727	0.1575			
รวม	360	2.9111	0.5016			

\*\* $p \leq 0.01$   $\bar{X} = 2.9111$  S.D. = 0.5016

จากตารางที่ 56 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นั่นคือ รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ดังนั้นจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

เมื่อใช้วิธีทดสอบรายคู่ของ Scheffe' พบว่ากลุ่มวาณิชธนกรที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน จะใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส มากกว่ากลุ่มวาณิชธนกรที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท - 30,000 บาท ต่อเดือน

**สมมติฐานที่ 4** การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย ในกลุ่มภาวณิชนาการของสถาบันการเงินในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย ในกลุ่มภาวณิชนาการของสถาบันการเงินในประเทศไทย

ตารางที่ 57

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริสกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริสในกลุ่มภาวณิชนาการ

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส					
	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	วารสารข่าวเครดิต	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	งานสัมมนา
การใช้ประโยชน์	0.2712**	0.1755**	0.2196**	0.2204**	0.2295**	0.1916**

\*\*p ≤ 0.01

จากตารางที่ 57 พบว่าการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส) ของกลุ่มภาวณิชนาการผ่านทางสื่อทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วารสารข่าวเครดิต วิทยุ อินเทอร์เน็ต และงานสัมมนาต่างก็มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ ดังนี้คือ สื่อหนังสือพิมพ์ 0.2712 สื่อโทรทัศน์ 0.1755 วารสารข่าวเครดิต 0.2196 วิทยุ 0.2204 อินเทอร์เน็ต 0.2295 และงานสัมมนา 0.1916

**สมมติฐานที่ 5** การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในกลุ่มวณิชชานการของสถาบันการเงินในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในกลุ่มวณิชชานการของสถาบันการเงินแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 58

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส กับความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ในกลุ่มวณิชชานการ

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส					
	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	วารสารข่าวเครดิต	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	งานสัมมนา
ความพึงพอใจ	0.1509	0.1775*	0.2268*	0.1110	0.0885	0.0952

\* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 58 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด (ทริส) ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และงานสัมมนา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ส่วนการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด ทางวารสารข่าวเครดิตและโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เท่ากับ 0.1775 และมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเปิดรับวารสารข่าวเครดิตเท่ากับ 0.2268