การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนากรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด)

นางสาว ชิดชนก อุทัยกร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-704-8

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I17042297

USES AND GRATIFICATIONS OF PUBLICLY RELEASED INFORMATION BY CREDIT RATING AGENCY OF THAILAND (THAI RATING AND INFORMATION SERVICES CO., LTD.)

Miss Chidchanok Uthaigorn

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Communication Arts

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1996

ISBN 974-636-704-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนากรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด)
โดย	นางสาว ชิดชนก อุทัยกร
ภาควิชา	การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชุติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร. ปาริชาต สถาปิตานนท์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ)

..... กรรมการ
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียงแผ่นเดียว

ชิดชนก อุทัยกร : : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนากรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรทติ้ง แอนด์อินฟอร์เมชั่น เซอร์วิส จำกัด) (USES AND GRATIFICATIONS OF PUBLICLY RELEASED INFORMATION BY CREDIT RATING AGENCY OF THAILAND (THAI RATING AND INFORMATION SERVICES CO., LTD.)) อ.ที่ปรึกษา รศ.ดร. ธนวดี บุญลือ, 158 หน้า ISBN 974-636-704-8

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในกลุ่มวาณิชธนากรของสถาบันการเงินในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยในกลุ่มวาณิชธนากรของสถาบันการเงินในประเทศไทย โดยศึกษาจากกลุ่มวาณิชธนากรของสถาบันการเงินในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ในรูปการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ การทดสอบความแตกต่าง t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่าไม่มีความแตกต่างในการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มวาณิชธนากรที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน แต่พบว่ามีความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับในกลุ่มวาณิชธนากรที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งการทำงาน และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นยังพบว่าวาณิชธนากรที่มีอายุ ตำแหน่งการทำงาน และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน และพบว่าการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทยทุกประเภทมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจในข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น พบว่ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และวารสารข่าวเครดิตเท่านั้น

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

ปีการศึกษา 2539 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวนี้เพียงแผ่นเดียว

C851644 :MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD:

USES AND GRATIFICATIONS / PUBLICLY RELEASED INFORMATION / CREDIT RATING AGENCY OF THAILAND
CHIDCHANOK UTHAIGORN : USES AND GRATIFICATIONS OF PUBLICLY RELEASED INFORMATION BY CREDIT RATING AGENCY OF THAILAND (THAI RATING AND INFORMATION SERVICES, CO., LTD.)) THESIS ADVISOR : ASST. PROF. TANAVADEE BOONLUE, Ph.D. 158 pp. ISBN 974-636-704-8

The purpose of this research was to study the relationships among demographic characteristics and media exposure behaviour as well as uses and gratifications of investment bankers in Thailand's financial institutions of publicly released information from the credit rating agency of Thailand. Another aspect researched was the relationships between media exposure and uses and gratifications of publicly released information from the credit rating agency, Thai Rating and Information Services (TRIS). The research used questionaires to collect data from 400 investment bankers in Thailand. Frequency, percentage, mean, t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), multiple comparison of Scheffé method and Pearson's product moment correlation coefficient were used to analyze data through SPSS/PC+.

The research reveals no significant differences are founded concerning the investment bankers' demographics and their media exposure, but age, educational level, position and salary correlate with the investment bankers' gratifications. Also age, position and salary are significantly related to their information uses. Media exposure through various media used by the rating agency correlate with the investment bankers' uses, but only exposure through television and the credit rating agency's publication "CreditNews" are founded significantly correlated with their gratifications.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

ปีการศึกษา 2539 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาและด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ของ รศ.ดร. ธนวดี บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้คอยให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณ อ. ดร. ปาริชาต สถาปิตานนท์ ซึ่งกรุณาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งกรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ในการทำวิจัยเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ ดร. วุฒิพงษ์ เพรียบจริยวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด (ทริส) ที่กรุณาให้การสนับสนุนในการศึกษาต่อ ขอกราบขอบพระคุณ คุณบุรินทร์ กันตะบุตร กรรมการผู้อำนวยการสมาคม และ พี่ ๆ จากสมาคมนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมืออย่างดีในการเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ขอบพระคุณในความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ของพี่ ๆ ทุก ๆ คนจาก บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด (ทริส) โดยเฉพาะพี่พ้อยท์ ที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณพี่หมอสมิทธิ์ สุขสมิทธิ์ สำหรับความช่วยเหลือและกำลังใจตลอดระยะเวลา 2 ปี และขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นนิเทศศาสตรพัฒนาการ (ภาคนอกเวลาราชการ) ทุกคน

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อทองสุก อุทัยกร คุณแม่จินตนา อุทัยกร ที่ทุ่มเททั้งกำลังกายและกำลังใจ ตลอดจนเฝ้าคอยดูแลเอาใจใส่ด้วยความรัก ความห่วงใย และความหวังในความสำเร็จของผู้วิจัย ขอบคุณพี่สาวที่แสนดีที่คอยให้กำลังใจมากมายและคอยช่วยเหลือตลอดเวลา ขอบคุณนายกิตติ สงวนศิษย์ สำหรับกำลังใจและทุกสิ่งทุกอย่างโดยเฉพาะแรงบันดาลใจในการศึกษาต่อ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสำหรับความช่วยเหลือและสนับสนุนให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ชิดชนก อุทัยกร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภา		ง
บทคัดย่อภา		จ
กิตติกรรมประ		ฉ
สารบัญ		ช
สารบัญตาร		ฌ
สารบัญภาพ		ญ
บทที่ 1	บทนำ	
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	11
	ปัญหานำการวิจัย	12
	สมมติฐานการวิจัย	12
	ขอบเขตของการศึกษา	13
	นิยามศัพท์ในการวิจัย	13
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
	ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ	15
	ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกและแสวงหาข่าวสาร	24
	แนวความคิดเรื่องการเปิดรับต่อสื่อมวลชน	28
	แนวความคิดเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน	29
	บทบาทของสื่อเฉพาะกิจ	35
	แนวคิดเรื่องผู้รับสาร	36
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	42
	รูปแบบในการวิจัย	42
	ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	42
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	42

		หน้า
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
	การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	44
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
	เกณฑ์การวัดและให้คะแนน	45
	สถิติที่ใช้ในการวิจัย	46
	เกณฑ์ในการแปลความหมาย	48
	การประมวลผลข้อมูล	49
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
บทที่ 5	สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	110
บรรณานุกรม		129
ภาคผนวก		
	ภาคผนวก ก	135
	ภาคผนวก ข	143
ประวัติผู้เขียน		158

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ..... 52

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....52

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา..... 53

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง.....54

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ระยะเวลาการทำงาน..... 55

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
รายได้ต่อเดือน (โดยประมาณ).....56

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป
ผ่านหนังสือพิมพ์..... 57

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป
ผ่านสื่อโทรทัศน์.....58

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป
ผ่านทางวารสารเศรษฐกิจ.....59

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป
ผ่านทางสื่อวิทยุ..... 60

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป
ผ่านทางสื่ออินเตอร์เนท.....61

หน้า

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป โดยการเข้าร่วมการสัมมนา....62

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์....63

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่อโทรทัศน์....64

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่อวิทยุ....65

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด ผ่านวารสารข่าวเครดิต (CreditNews)....66

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด ผ่านสื่ออินเตอร์เนท....67

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด โดยการเข้าร่วม การสัมมนาที่ ทริส จัดขึ้น....68

หน้า

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผล ในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อโทรทัศน์.....69

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผล ในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่านสื่อวิทยุ..... 70

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผล ในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์.....71

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผล ในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป ผ่านสื่ออินเตอร์เนท..... 72

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผล ในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไปผ่าน ทางวารสารเศรษฐกิจทั่วไป.....73

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผล ในการเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจทั่วไป โดยการเข้าร่วมงานสัมมนา.....74

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลำดับเหตุผล ที่สำคัญในการติดตามข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย..... 75

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผล ที่สำคัญที่สุดในการเลือกอ่านข่าวสารทั่วไป ของ ทริส ทางสื่อหนังสือพิมพ์..... 76

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผล ที่สำคัญที่สุดในการเลือกอ่านการประกาศผลการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ หุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กร ที่ ทริส ดำเนินการจัดอันดับ ทางสื่อหนังสือพิมพ์..... 77

หน้า

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละความนิยมของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการประกาศผลการจัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กรที่ ทริส ดำเนินการจัดอันดับทางสื่อหนังสือพิมพ์ 78

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกอ่านข่าวสารทั่วไปของ ทริส ทางสื่ออินเตอร์เนท 79

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละความนิยมของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการประกาศผลการจัดอันดับหุ้นกู้ / การจัดอันดับองค์กรที่ ทริส ดำเนินการจัดอันดับทางสื่ออินเตอร์เนท 80

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อโทรทัศน์ 81

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อวิทยุ 82

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ 83

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านสื่ออินเตอร์เนท 84

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ผ่านวารสารข่าวเครดิต 85

หน้า

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส จากการเข้าร่วมงานสัมมนา....86

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลำดับความพึงพอใจต่อเนื้อหาข่าวสารที่สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด (ทริส) นำเสนอผ่านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ....87

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ที่สถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย บริษัท ไทยเรทติ้งแอนด์อินฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด (ทริส) นำเสนอผ่านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ....89

ตารางที่ 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส ของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างเพศกัน....90

ตารางที่ 40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส ของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างอายุกัน....91

ตารางที่ 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส ของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาต่างกัน....92

ตารางที่ 42 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส ของวาณิชธนากรที่ตำแหน่งการทำงานต่างกัน....93

ตารางที่ 43 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส ของวาณิชธนากรที่ระยะเวลาทำงานต่างกัน....94

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หน้า

ตารางที่ 44 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส ของวาณิชธนากรที่รายได้ต่อเดือนต่างกัน..... 95

ตารางที่ 45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีเพศต่างกัน..... 96

ตารางที่ 46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีอายุต่างกัน..... 97

ตารางที่ 47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน..... 98

ตารางที่ 48 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีตำแหน่งต่างกัน.....99

ตารางที่ 49 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีระยะเวลาการทำงานต่างกัน..... 100

ตารางที่ 50 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....101

ตารางที่ 51 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีเพศต่างกัน..... 102

หน้า

ตารางที่ 52 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีอายุต่างกัน.....103

ตารางที่ 53 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน..... 104

ตารางที่ 54 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีตำแหน่งต่างกัน.....105

ตารางที่ 55 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีระยะเวลาทำงานต่างกัน.....106

ตารางที่ 56 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างในเรื่องการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ระหว่างกลุ่มวาณิชธนากรที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....107

ตารางที่ 57 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ในกลุ่มวาณิชธนากร..... 108

ตารางที่ 58 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ ทริส กับความพึงพอใจจากข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ ทริส ในกลุ่มวาณิชธนากร..... 109

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

			หน้า
ภาพที่	1	แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	20
ภาพที่	2	กระบวนการเลือกสรรการรับรู้ข่าวสาร	25
ภาพที่	3	ภาพแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดของ Lerner	28

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย