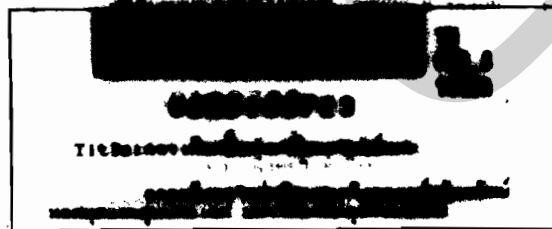


"การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ"

ต่อสินค้าสารวิเคราะห์หลักทรัพย์



ราเมศร์ คัมภีร์ชัย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2537

MOTIVATIONS THAT MAKE READERS CHOOSE AND PURCHASE STOCK ANALYSIS  
MAGAZINES, HOW THE MAGAZINES ARE UTILIZED,  
AND READERS' SATISFACTION WITH THEM

MR. RAMETH TANCHAVANICH

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School Dhurakijpundit University

1994



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปริญญา นิเทศศาสตรศาสตรบัณฑิต มหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

โดย นายราเมศร์ ตัฒชวณิชย์  
สาขาวิชา นิเทศศาสตรศาสตรบัณฑิต  
อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.พรทิพย์ วรกิจโกศาทร  
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณผ่อง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ  
(ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์)  
.....กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย  
(ผศ.สุธีร์ รุ่งนาคินทร)  
.....กรรมการ  
(รศ.ดร.พรทิพย์ วรกิจโกศาทร)  
.....กรรมการ  
(รศ.ดร.สมควรร กฤษณะ)  
.....กรรมการ  
(อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณผ่อง)  
.....กรรมการ

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ วิทยาธร )

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี พร้อมกับบทเรียนที่ทรงคุณค่ายิ่ง เนื่องจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการนำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สอนให้ข้าพเจ้ารู้จักการวางแผนการทำงานอย่างมีระบบ มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสอนให้ข้าพเจ้ารู้จักวิธีแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

กราบขอบพระคุณ รศ. ดร.พรทิพย์ วรกิจโกศาทร ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ท่าน อ. บรรยงค์ สุวรรณผ่อง บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์ อีคอนนิวส์ ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ และขอกราบขอบพระคุณ ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์ ที่ให้ความเมตตาได้รับเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.สมควร กวียะ และ ผศ.สุธีร์ รัตนาคินทร์ กรรมการวิทยานิพนธ์ รวมทั้งดร.พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร ผู้ทรงคุณวุฒิ และคณาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ข้าพเจ้าชื่อบุคคลเหล่านี้ล้วนเป็นผู้มีพระคุณที่มีส่วนสนับสนุน ให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือแก่ข้าพเจ้าโดยดีเสมอมา

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้มีพระคุณและมีส่วนสำคัญยิ่งก็คือ คุณพ่อคุณแม่ และพี่น้องที่ช่วยเป็นแรงใจและเป็นแรงผลักดัน ให้ข้าพเจ้ามีความมุ่งมั่นต่อสู้กับอุปสรรคของชีวิตจนถึงสู่ความสำเร็จในการศึกษามาโดยตลอด พระคุณของท่านจะจงรักในความทรงจำของข้าพเจ้าตลอดไป

ราเมศร์ คัมชนนชัย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2537

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฌ
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมุติฐานของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	5
คานิยามศัพท์.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร.....	9
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และด้วยความพอใจ.....	17
ทฤษฎีกระบวนการเลือกสรร.....	23
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ทางเศรษฐกิจสังคม กับการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์.....	25
การวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30

3	ระเบียบวิธีวิจัย .....	37
	รูปแบบการวิจัย .....	37
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	39
	การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	41
	การลงรหัสและประมวลผลข้อมูล .....	41
	การวิเคราะห์ข้อมูล .....	42
4	การวิเคราะห์ข้อมูล .....	45
	ข้อมูลพื้นฐานของประชากรตัวอย่าง สถานภาพของเศรษฐกิจสังคม .....	45
	การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์ หลักทรัพย์ .....	49
	พฤติกรรมในการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ .....	50
	ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ .....	59
	ความพึงพอใจที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ .....	65
	ผลการวิเคราะห์สมมุติฐานในการวิจัย .....	70
5	สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ .....	92
	บทสรุป .....	92
	อภิปรายผลการวิจัย .....	93
	สรุปผลหาความสัมพันธ์ระหว่าง "การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์กับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง" ...	96
	ข้อสังเกตจากการวิจัย "การเลือก การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อนิตยสารหลักทรัพย์ .....	97
	ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ .....	102
	ข้อเสนอแนะ .....	104

บรรณานุกรม.....	108
ภาคผนวก.....	115
รายชื่อบริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์.....	116
แบบสอบถาม.....	118
ประวัติผู้เขียน.....	125

D  
P  
U

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ .....	46
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ .....	46
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ .....	47
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา .....	48
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลำดับการศึกษา .....	48
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างชนิดยสารวิเคราะห์หลักทรีพี ที่เคยเสือกชื่อ .....	51
7. แสดงแหล่งที่นกลงทุนู้จักนิตยสารวิเคราะห์หลักทรีพี .....	52
8. แสดงรายชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรีพีที่นกลงทุนเสือกชื่ออ่าน .....	53
9. แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสือกชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรีพี .....	55
10. แสดงรูปแบบลักษณะการเสือกชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรีพี .....	57
11. แสดงปริมาณความต้องการนิตยสารวิเคราะห์หลักทรีพีที่มีขายอยู่ในปัจจุบัน .....	58
12. แสดงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ประโยชน์กับนกลงทุน .....	60
13. แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ประโยชน์กับผู้อ่านจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์ หลักทรีพี .....	63
14. แสดงนิตยสารวิเคราะห์หลักทรีพี สามารถให้ข้อมูลกับผู้อ่านเพียงพอ .....	65
15. แสดงผู้อ่านหาข้อมูลอื่นมาประกอบกับนิตยสารวิเคราะห์หลักทรีพี .....	66
16. แสดงแหล่งข้อมูลหาเพิ่มเติม .....	67
17. แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์ หลักทรีพี .....	68



18.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสนอของ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์.....	71
19.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสนอของ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์.....	72
20.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสนอของ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์.....	73
21.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสนอของ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์.....	75
22.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสนอของ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์.....	76
23.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์.....	78
24.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์.....	79
25.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์.....	80
26.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์.....	80
27.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์.....	83
28.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์ หลักทรัพย์.....	85

29.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์	
	หลักทฤษฎี.....	86
30.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์	
	หลักทฤษฎี.....	87
31.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์	
	หลักทฤษฎี.....	89
32.	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์	
	หลักทฤษฎี.....	90

## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

1	แบบจำลอง Expectancy Value Theory.....	18
2	แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ.....	19

DPU

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสาร  
วิเคราะห์หลักทรัพย์

ชื่อนักศึกษา : นาย ราเมษฐ์ ศิณชวินิชย์

อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร. พรทีพย์ วรกิจโกศาทร

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : อาจารย์ บรรยงค์ สุวรรณผ่อง

สาขาวิชา : นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

ปีการศึกษา : 2537

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง "การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสาร  
วิเคราะห์หลักทรัพย์" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อ การได้ประโยชน์ และ  
ความพึงพอใจที่ได้จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา  
ปัจจัย หรือตัวแปรที่มีความสำคัญ และการจัดลำดับความสำคัญของตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อการอ่าน  
นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ นักลงทุนซึ่งเป็นลูกค้าของ (BROKERS) ในตลาดหลักทรัพย์  
แห่งประเทศไทย บริษัทสมาชิกหลักทรัพย์ 20 บริษัท จากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ๆ จาก 40  
บริษัท และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สำหรับกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 139 คน  
โดยนำผลที่ได้จากการสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์เท่านั้นจากจำนวน 200 คน  
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามประเภทให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง  
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าร้อยละ การทดสอบสมมุติฐาน  
ใช้ค่าสถิติไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า เหตุสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่าง ก็คือ สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้เหตุผลนี้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

การทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศ และอายุมีคุณลักษณะทางประชากรและสังคมเป็นสองตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ นั่นก็คือไม่ว่าเพศและอายุมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคุณลักษณะทางประชากรและสังคม ได้แก่ อาชีพ รายได้ และการศึกษาผลสมมุติฐานพบว่า อาชีพ รายได้ และการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยในอนาคต การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักลงทุน อาจจะมีอุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูลบ้างพอสมควร เนื่องจากนักลงทุนที่เข้ามาซื้อหรือขายหุ้นในห้วงคำหลักทรัพย์ของบริษัทสมาชิก นักลงทุนส่วนใหญ่จะไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพราะเป็นช่วงเวลาที่ยืดหยุ่นของนักลงทุน ในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยเห็นว่า แบบสอบถามที่เหมาะสมกับสถานการณ์ (จากประสบการณ์ของผู้วิจัย รวมถึงได้รับคำแนะนำและยอมรับจากนักลงทุน) การที่ให้ให้นักลงทุนตอบแบบสอบถามเอง เหมาะสมกว่าแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์และกรอกคำตอบ

ข้อเสนอแนะหัวข้อที่จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในอนาคต "ประสิทธิผลของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่มีต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย"

**THESIS TITLE** : Motivations that make readers choose and purchase  
stock analysis magazines, how the magazines are  
utilized and readers' satisfaction with them.

**NAME** : Mr.Rameth Tanchavanich

**THESIS ADVISOR** : Associated Professor Pornthip Worakitphokathorn

**Co-THESIS ADVISOR** : Professor Banyong Suwanphong

**DEPARTMENT** : Business Communications Arts

**ACADEMIC YEAR** : 1994

#### ABSTRACT

This Research, dealing with "Motivations that make readers choose and purchase stock analysis magazines, how magazines are utilized, and readers' satisfaction with them", is aimed at studying the behaviour involving the choice, purchase and utilization of stock analysis magazines, and the satisfaction that purchasers get from reading them. Moreover, this Research is also aimed at studying the significant factors and shifts, and the scale of significant shifts, which have an impact on the reading of stock analysis magazines.

The sample groups studied are some investors who are the customers of 20 Brokerage Companies, informally selected amongst 40 Companies operating as Members of the Stock Exchange of Thailand. A

random poll was also carried out on a population group of 139 persons selected amongst 200 purchasers of stock analysis magazines. The tool used for the data collection was a questionnaire in which the interviewed persons were requested to write down their answers by themselves. Statistical methods utilized for data analysis were: percentage descriptive statistics and assumption tests utilizing statistic values based on the Kay square.

The Research's outcome was, that the most important motivations for people in the sample groups to decide to choose, purchase and utilize a stock analysis magazine, and the satisfaction they got from reading it, were related to the readers being enabled to use the data found in that magazines for a decision-making process on whether to buy or sell a given stock, and that most of the subjects in the sample groups found this criterion to be the most significant one when it came to choosing and buying a stock analysis magazine.

The assumption tests revealed that sex and age, and population and social characteristics, are the two variants most related to the choice and purchase of a stock analysis magazine; that is, regardless of the significant statistic level of sex and age being in the range, of .05, the assumption tests revealed that the population and social characteristics - that is occupation, income and education - were not related to the choice, purchase and utilization of stock analysis magazines, and to the satisfaction

readers get from reading them.

For further future research, we feel that research involving investors' sample groups might have to face up to some obstacles when it comes to collect data, since most investors who buy and sell shares in the Member Companies' trading rooms are not willing to cooperate in answering the questionnaires as they are, in the heat of the moment, very busy and quite in a hurry. As for questionnaires, the Researcher holds the opinion that questionnaires are the most appropriate method to deal with such situations because he understands (from his own experience and from the opinions expressed by the investors) that it is better to let investors fill in their answers by themselves rather than having the Researcher interview them and write down their answers.

We recommend the following subject for a future useful Research: "Effectiveness of modern communications technology in connection with Thailand's Stock Exchange"



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ตลาดหลักทรัพย์ นับเป็นตลาดทุนที่อำนวยความสะดวกในการซื้อขายหลักทรัพย์ ได้แก่ พันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ หุ้นบุริมสิทธิ หุ้นสามัญ หน่วยลงทุน ฯลฯ บทบาทของตลาดหลักทรัพย์เน้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเงินทุน คือการเป็นแหล่งระดมเงินทุนระยะยาวของธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ จากประชาชนทั่วไปความสำคัญของตลาดหลักทรัพย์ในฐานะตลาดทุนอาจสรุปได้ 3 ประการคือ

1. ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ สามารถเข้ามาระดมเงินทุนในรูปแบบของหุ้น ทำให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมมีต้นทุนประกอบการต่ำเนื่องจากไม่ต้องรับภาระดอกเบี้ยเงินกู้ เช่นที่กู้ยืมจากสถาบันการเงินการธนาคาร ภาระที่ต้องรับผิดชอบคือ เงินปันผล เมื่อกิจการมีกำไรที่ต้องจัดสรรแก่ผู้ถือหุ้น
2. ประชาชนสามารถออมเงินหรือลงทุนในหลักทรัพย์ที่ธุรกิจและอุตสาหกรรมทำการระดมเงินทุน เพื่อประโยชน์จากเงินปันผล (การลงทุนระยะยาว)
3. เมื่อประชาชนหรือนักลงทุนต้องการประโยชน์จากส่วนต่างของราคาหุ้นที่ลงทุนในกิจการซึ่งได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ซึ่งมีราคาสูงขึ้นจากที่ได้ซื้อไว้ ก็สามารถจำหน่ายออกไปโดยให้บริษัทหลักทรัพย์หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ซึ่งเป็นสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ (broker) เป็นผู้ดำเนินการซื้อขายผ่านตลาดรอง ในที่นี้ก็คือตลาดหลักทรัพย์อันทำให้บริษัทสมาชิกได้รับประโยชน์จากค่านายหน้าที่จะจัดให้มีการตกลงซื้อขายจากผู้ซื้อและผู้ขาย

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อ 30 เมษายน 2518 โดยมีหลักทรัพย์เข้าซื้อขายในห้วงค่า 16 ตัว เป็นหลักทรัพย์ภาครัฐบาล 2 ตัว และหลักทรัพย์ภาคเอกชน 14 ตัว ปัจจุบัน

ณ สิ้นไตรมาสแรกของปี 2537 มีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ 354 บริษัท และโครงการจัดการลงทุน 31 โครงการ มีมูลค่าเงินทุนในตลาด (market capital)

2.78 ล้านล้านบาท และมีบริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ 40 ราย

การซื้อขายหุ้น นับเป็นการลงทุนประเภทหนึ่งที่มีแบบฉบับน่าสนใจทั้งในอดีตจนปัจจุบัน นักลงทุนไม่ว่าระยะยาวหรือระยะสั้น (แก๊งกำไร) โดยส่วนใหญ่จะมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือการทำกำไร

การตัดสินใจเลือกซื้อหุ้นตัวใด ณ ระดับราคาใด ในเวลาหนึ่ง ๆ แตกต่างกันไปตามความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ ด้วยเหตุนี้ ระดับราคาหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จึงมีการปรับตัวขึ้นลงตลอดเวลา บางครั้งสูงขึ้นอย่างรวดเร็วติดต่อกันเป็นเวลานาน บางครั้งราคาต่ำลงติดต่อกันเป็นเวลานาน การลงทุนในหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง จึงแตกต่างไปจากการค้าโดยทั่วไป

การทันต่อเหตุการณ์ การรับรู้ข่าวสารที่เร็วกว่า การได้ข้อมูลประกอบการของกิจการซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนที่ถูกต้อง และการวิเคราะห์ทั้งด้านพื้นฐาน (fundamental) และทางเทคนิค (technical) ที่ใกล้เคียง จะมีส่วนช่วยให้นักลงทุนมีความเสี่ยงน้อยลงเมื่อต้องตัดสินใจ

ทางหนึ่งที่ทำให้นักลงทุนได้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวคือ ฝ่ายวิจัย และเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทสมาชิกซึ่งนักลงทุนเป็นลูกค้า อีกทางหนึ่งได้มาจากสื่อเฉพาะด้าน (selective media)

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยสำคัญที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน ได้แก่

#### 1. ปัจจัยพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ด้านมหภาค คือภาวะเศรษฐกิจโลกและภาวะเศรษฐกิจของประเทศเป้าหมาย

รวม

1.2 ด้านจุลภาค คือผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียน พิจารณาทั้งตลาด, พิจารณาเป็นรายกลุ่ม(industry) และพิจารณาเฉพาะกิจการนั้น

2. ปัจจัยทางเทคนิค ทั้งการวิเคราะห์ระยะสั้น และระยะปานกลาง หรืออาจไปถึงระยะยาว

3. ปัจจัยทางจิตวิทยา คือข่าวต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อบรรยากาศการลงทุนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

การตัดสินใจซื้อหรือขายหุ้น ยังไม่ปรากฏเป็นที่ชัดเจนว่า ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใด เนื้อหาสาระของข่าวสารอย่างไร ตลอดไปจนถึงสื่อชนิดใดเพียงแหล่งเดียว เรื่องเดียวและสื่อชนิดเดียว จะมีผลอันสำคัญยิ่งต่อนักลงทุน ในปัจจุบันและที่ผ่านมา นักลงทุนจึงนิยมใช้ข้อมูลข่าวสารจากหลายแหล่ง ติดตามข่าวสารหลายด้าน และจากสื่อต่างชนิดเพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุน และหรือเพื่อเพิ่มความมั่นใจ อันจะนำไปสู่ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน

ข้างต้น คือเหตุจูงใจประการสำคัญของการทำการศึกษาวิจัยเพื่อหาข้อมูลมาชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์กับเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการตัดสินใจลงทุน

นิตยสารที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์หลักทรัพย์ เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งซึ่งนักลงทุนให้ความสำคัญ ความนิยมที่พบไม่ได้จำกัดอยู่เพียงนักลงทุนที่เป็น 'ชาวหุ้น' ซึ่งตื่นเช้า เข้าห้องค้า (หุ้น) เท่านั้น หากยังได้รับความสนใจไปถึงนักศึกษา นักธุรกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้เกษียณอายุจากราชการ ฯลฯ อันเป็นผลมาจากการส่งเสริมให้ความรู้ข่าวสารของทางการผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจตลาดทุนแห่งนี้ทั้งก่อนหน้าและปัจจุบัน

สื่อที่ถือการนำเสนอข่าวสารซึ่งเน้นหนักไปในด้านการวิเคราะห์หลักทรัพย์ ปัจจุบันมี 2 ประเภท

1. จากนายโดยทั่วไป(retail)ตามแผงหนังสือ ได้แก่

- นิตยสารหุ้นไทย

- นิตยสารหลักทวารีย์ไทย
- นิตยสารเปิดพอร์ทกองทุน

## 2. จากฝ่ายในระบบสมาชิก(subscriber) ได้แก่

- นิตยสารทันหุ้น
- นิตยสารจิ้งหะหุ้น

แม้ว่า จะมีนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์หลายเล่มให้นักลงทุนได้เลือกซื้อและใช้เป็นเครื่องมือประกอบการตัดสินใจตามจุดเด่นที่สื่ออื่นๆ นำเสนอ อาทิ ราคา เนื้อหา ข้อมูลที่วิเคราะห์เจาะลึกจุดขายใกล้บ้าน ระยะเวลาในการวางแผง ฯลฯ แต่ก็น่าสนใจว่าสิ่งใดเป็นมูลเหตุสำคัญในการเลือกซื้อสื่อฉบับนี้

การศึกษาคั้งนี้ จึงเป็นการวิจัยเพื่ออธิบายรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์กับการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ซื้อคือนักลงทุน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์
2. ศึกษาการใช้ประโยชน์จากนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์
3. ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

### สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานข้อที่ 1 : สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์

### หลักสูตรวิชาชีพ

สมมุติฐานข้อที่ 2 : สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักสูตรวิชาชีพ

สมมุติฐานข้อที่ 3 : สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักสูตรวิชาชีพ

### ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เฉพาะห้องค้า 40 ห้องค้า (ไปรษณูปโภคผนวก) ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของการลงทุนในหลักสูตรวิชาชีพไทย และยอดจำหน่ายของนิตยสารวิเคราะห์หลักสูตรวิชาชีพส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. "นิตยสารวิเคราะห์หลักสูตรวิชาชีพ" ในที่นี้หมายถึงเฉพาะนิตยสารวิเคราะห์หลักสูตรวิชาชีพที่มีการจัดทำเป็นรูปเล่มไม่รวมหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงความคิดเห็น พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มผู้บริโภคนิตยสารวิเคราะห์หลักสูตรวิชาชีพ อันจะเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ผลิตในการปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
2. ได้เรียนรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของนิตยสารวิเคราะห์หลักสูตรวิชาชีพ ว่ามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ โดยพิจารณาจากการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค

## คำนิยามศัพท์

นิตยสาร	หมายถึง เป็นคำผสมระหว่าง "นิตย" ซึ่งแปลว่าช่วงระยะเวลาอันยาวนานต่อเนื่องตลอดไปและ "สาร" ซึ่งแปลว่าหนังสือหรือพิมพ์ฉบับนิตยสารรวมความแล้ว จึงแปลว่าหนังสือที่ออกมาในลักษณะเป็นช่วงระยะเวลาอย่างสม่ำเสมอ และมีการเขียนเล่ม
ตลาดหลักทรัพย์	หมายถึง สถาบันทางการเงินที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริมการระดมทุนในการก่อตั้งธุรกิจใหม่หรือธุรกิจที่จะขยายกิจการ ทั้งนี้โดยทำหน้าที่เป็นแหล่งกลางสำหรับการพบปะกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อทำการแลกเปลี่ยนซื้อขายหลักทรัพย์ทางการลงทุน <sup>5</sup>
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	หมายถึง สถาบันที่กระทรวงการคลังตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการตลาดหลักทรัพย์ โดยไม่นำผลกำไรมาแบ่งปันกัน <sup>6</sup> คำว่ากิจการตลาดหลักทรัพย์หมายความว่า การจัดให้มีตลาดหรือสถานที่อื่นเป็นศูนย์กลางซื้อขายหลักทรัพย์ รวมทั้งบริการเกี่ยวกับกิจการดังกล่าว <sup>7</sup>

<sup>5</sup> กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, รายงานผลการศึกษาวิจัยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย, 2523), หน้า 7.

<sup>6</sup> มาตรา 5 พระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517.

<sup>7</sup> มาตรา 3 พระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517.

บริษัทสมาชิก	หมายถึง บริษัทหลักทรัพย์และหรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ได้รับ อนุญาตให้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทกิจการนาย หน้าซื้อขายหลักทรัพย์ และได้รับการคัดเลือกให้เป็น สมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยความ เห็นชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง <sup>8</sup>
บริษัทจดทะเบียน	หมายถึง บริษัทจากัดซึ่งได้จดทะเบียนหลักทรัพย์ของตนเป็นหลัก ทรัพย์จดทะเบียน <sup>9</sup>
บริษัทรับอนุญาต	หมายถึง บริษัทจากัดซึ่งหลักทรัพย์ของตนได้รับอนุญาต เป็นหลัก ทรัพย์อนุญาต <sup>10</sup>
การซื้อขายหลักทรัพย์	หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการซื้อหรือการขายหลักทรัพย์ โดยทั่วไป ซึ่งรวมทั้งที่มีการซื้อขายทั้งในและนอกห้อง

<sup>8</sup>ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ตลาดหุ้นในประเทศไทย, (กรุงเทพมหานคร : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2526), หน้า 21.

<sup>9</sup>แหล่งเดิม., หน้า 34.

<sup>10</sup>แหล่งเดิม., หน้า 34.

คำหลักทรัพย์สิน<sup>11</sup>

นักลงทุนระยะสั้น	หมายถึง ทางการเรียกว่า นักเก็งกำไร ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่เกิน 3 วัน
นักลงทุนระยะปานกลาง	หมายถึง ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์อยู่ระหว่าง 1-3 เดือน
นักลงทุนระยะยาว	หมายถึง ลงทุนเพื่อหวังเงินปันผล

---

<sup>11</sup>ทั้งนี้ เป็นเพราะการซื้อขายหลักทรัพย์ในห้วงคำหลักทรัพย์สินของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น เป็นการซื้อกันระหว่างบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์บริษัทหลักทรัพย์อื่นและประชาชนผู้ลงทุนทั้งหลายซึ่งเป็น "ลูกค้า" ของตลาดหลักทรัพย์ ไม่สามารถเข้าไปทำการซื้อขายกันในห้วงคำของตลาดหลักทรัพย์ได้ แต่จะต้องสั่งซื้อซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านที่ทำการของบริษัทสมาชิกหลักทรัพย์รายใดรายหนึ่ง



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดในการศึกษาเรื่องนี้ คือการหาพฤติกรรมการตัดสินใจ การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่ได้จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ว่ามีส่วนใช้ประกอบในการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ โดยจะได้พิจารณาจากการได้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้อ่าน ดังนั้นแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาจะประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักๆ คือ ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจและ ทฤษฎีกระบวนการเลือกสรร

#### ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility)

การศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร เริ่มขึ้นประมาณทศวรรษ 1950 โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นใหญ่ๆ คือ

1. การหาองค์ประกอบของปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร
2. การปรับปรุงคุณสมบัติของแหล่งสารให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น
3. ประสิทธิภาพของปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

ในที่นี้ จะพูดถึงความหมายและองค์ประกอบของปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

เท่านั้น ส่วนประสิทธิผลของปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจะขอพูดในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของแหล่งสารกับพฤติกรรมการรับฟังข่าวสาร ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

### ความหมายและองค์ประกอบของปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว

คำว่า แหล่งข่าว (Source) นั้น แอปป์บายน์ (Applbaum)<sup>1</sup> อธิบายว่า หมายถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่ทำการส่งข่าวสาร (Message) ไปยังบุคคลอื่น ทั้งโดยความตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ

ดังนั้น คำว่า แหล่งข่าว (News Source) จึงหมายถึงบุคคลหรือองค์การ หน่วยงานที่กระทำการส่งข่าว (News) ให้ข่าว หรือแพร่กระจายข่าวแก่บุคคลอื่น

นิตยสารวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์ ซึ่งในฐานะหนึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อ (Media) หรือช่องทาง (Channel) ส่งผ่านข่าวสารจากนิตยสารวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์ไปสู่ประชาชน จึงพิจารณาว่าเป็นแหล่งข่าว (News Source) ได้อีกฐานะหนึ่ง ตามความหมายดังกล่าวแล้ว

สำหรับคำว่า ความน่าเชื่อถือ (Credibility) นั้น ทับบส์ (Tubbs)<sup>2</sup> อธิบายว่า หมายถึง ความเชื่อได้ หรือความเต็มใจของเราที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้อื่นพูดหรือทำ ซึ่งเหมือนกับ เทย์เลอร์ (Taylor)<sup>3</sup> ให้ความหมายไว้ คือ ความเชื่อถือได้

เมื่อนำคำ 2 คำนี้ มารวมกันเป็นความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว (Source Credibility) เทย์เลอร์ ให้ความหมายไว้ คือ การประเมินของผู้รับสารเกี่ยวกับความเชื่อถือ

<sup>1</sup>Ronald L. Applbaum et.al., Fundamental Concepts in Human Communication (Canfield Press, San Francisco: A Department of harper & Row Publishers Inc., 1973), 124.

<sup>2</sup>Stewart L.tubbs and Sylvia Moss, Human Communication (New York : Random House, 1974), 316.

<sup>3</sup>Anita Taylor, Teresa Rosegrant, Arthur Meyer and B.Tomas Samples, Communicating (Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall Inc.), 152.

ได้ของแหล่งสารในสถานการณ์หนึ่งๆ

ส่วน (Applbaum)<sup>4</sup> ขยายความเพิ่มขึ้นอีกเล็กน้อยว่า หมายถึงคุณลักษณะ (Characteristics) ของผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร ที่ทำให้ข่าวสารของเขาเป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับของผู้รับสาร

ในขณะที่ แมคครอสกี (McCroskey)<sup>5</sup> อธิบายว่า หมายถึงการรับรู้ของผู้รับสาร เกี่ยวกับภาพลักษณ์ (image) ของแหล่งสารนั้นๆ

ความหมายของคำว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ถูกระบุชัดเจนขึ้นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือ โฮฟแลนค์ (Hovlang)<sup>6</sup> กล่าวไว้ในการศึกษาของเขา ร่วมกับ (Janis) และ (Kelly) ว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หมายถึงขอบเขตหรือระดับแห่งการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสาร ในเรื่องของความรู้ความสามารถ (Expertise) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)

ความรู้ความสามารถ (Expertise) หมายถึง ขอบเขตที่แหล่งสารถูกประเมินเรื่องความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง กล่าวให้ชัดเจนขึ้นก็คือ Expertise เป็นสิ่งที่ประเมินจากคุณสมบัติที่แหล่งสารหรือผู้ส่งสารมีในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ข่าอ้างถึง หรือกาสังพุดอยู่

ส่วน Trustworthiness หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้รับสารที่ประเมินเจตนาของผู้ส่งสาร ในการที่จะส่งข่าวสารหรือทำการสื่อสารข้อความที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงที่เห็นได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เจตนาที่ผู้ส่งสารจะพูดความจริงอย่างจริงจังเพื่อประโยชน์ของผู้ฟังส่วนรวม มิได้เคลือบแฝงความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน

---

<sup>4</sup>Ibid. p. 124.

<sup>5</sup>James C. McCroskey and Thomas A. Jenson, "Image of Mass media News Source, "Journal of Broadcasting 19 (Spring 1975) : 169.

จะเห็นได้ว่า จากความหมายของ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ที่มีผู้พยายามอธิบายไว้ต่างๆ กันนั้น สรุปได้ชัดเจนอยู่อย่างหนึ่งว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารไม่ใช่คุณสมบัติที่มีอยู่จริงในตัวของแหล่งสารเอง แต่เป็นการรับรู้หรือเป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสารหนึ่งๆ ดังนั้น การจะวัดความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร จึงต้องวัดจากความคิดเห็นของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งนั้นๆ

(Hovland)<sup>7</sup> ระบุไว้แล้ว 2 องค์ประกอบสำคัญของปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสารคือ ความรู้ความสามารถ (Expertise หรือ Competence) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) โยฟแลนด์ ยังกล่าวด้วยว่าในการประเมินคุณลักษณะที่น่าเชื่อถือของแหล่งสารนั้น มักจะเกิดควบคู่ไปกับการประเมินความน่าเชื่อถือของเนื้อหาข่าวสาร (Content) ที่ถูกส่งออกมาด้วย

พูล (Pool)<sup>8</sup> กล่าวไว้ในรายงานผลการศึกษของเขา สอดคล้องกับโยฟแลนด์ พูลบอกว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารสะท้อนให้เห็นถึงขอบเขตที่ข่าวสาร (Message)

---

<sup>6</sup>Carl L. Hovland, Irving L. Janis and Harold H. Kelley, Communication and Persuasion (New Haven and London : Yale University Press, 1953) หรือ Everette M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations (New York : The Free Press, 1971) หรือ Everette M. Rogers, Communication Strategies for Family Planning (New York : The Free Press, 1973) หรือ P.N. Middlebrook, Social Psychology and Modern Life (New York : Alfred A. Knopf, 1974)

<sup>7</sup>Ibid. p.6

<sup>8</sup>Ithiel de Sola Pool, et.al., Handbook of Communication (Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973), 230-231.

ได้รับการยอมรับหรือถูกรับรู้โดยผู้รับสาร (Recipient) ว่าถูกต้องตรงตามหลักฐานที่ปรากฏ ดังนั้น ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจึงขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ว่าเป็นผู้รับสารในสิ่งที่ถูกต้อง และมีความประสงค์ที่จะทำการสื่อสารในสิ่งที่เขารู้ในอย่างถูกต้องตรงไปตรงมา ซึ่งก็คือ การรับรู้ในเรื่องของ ความรู้ความสามารถและความจริง นั้นเอง

ทั้งนี้ความจริงมิได้หมายความว่า ผู้ส่งสารจะพูดความจริงเท่านั้น แต่หมายความว่า เขจะต้องมีเจตนาหรือมีแรงจูงใจที่จะบอกในสิ่งที่เขารู้ได้อย่างถูกต้องด้วย ซึ่งก็ตรงกับองค์ประกอบความน่าไว้วางใจของไซฟแลนด์

สำหรับความรู้ความสามารถในความหมายของพูด หมายถึง ความเป็นผู้มีความรู้ความสามารถทั้งในเรื่องที่พูด และโดยลักษณะส่วนตัวของผู้ส่งสารเอง เช่น เป็นผู้มีการศึกษาสูง มีอาชีพตรงกับเรื่องที่พูด หรือเป็นผู้มีสถานภาพทางสังคมในระดับสูง

เทย์เลอร์ (Taylor)<sup>9</sup> ศึกษาพบองค์ประกอบสำคัญที่แตกต่างออกไป องค์ประกอบเหล่านั้น ได้แก่ บุคลิกลักษณะ (Characters) และความรู้ความสามารถ (Competence)

โดยที่บุคลิกลักษณะ หมายถึงคุณสมบัติต่างๆ อันได้แก่ ความซื่อสัตย์ (Honesty) ความเป็นกันเอง (Friendliness) และความน่าคบหาสมาคม (Pleasantness) เป็นต้น

ส่วนความรู้ความสามารถ หมายถึง ความเชื่อถือได้ (Reliable) มีความรู้ (Informed) มีคุณสมบัติ (Qualified) ฉลาดมีไหวพริบสติปัญญา (Intelligent) เป็นต้น

---

<sup>9</sup>Anita Taylor, Teresa Rosegrant, Arthur Meyer and B. Thomas Samples, Communicating (Englewood Cliffs, New Jersey : Prestice-Hall Iwe., 151-153

ทางค้ำัน เบอร์โล (Berlo)<sup>10</sup> และคณะศึกษาขององค์ประกอบสำคัญ 3 องค์ประกอบในการประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนหลายประเภท องค์ประกอบดังกล่าว ได้แก่

1. ปัจจัยเรื่องความปลอดภัย (Safety Factor) ได้แก่ ความยุติธรรม (just) ตรงความจริง (Objective) ฯลฯ
2. ปัจจัยเรื่องคุณสมบัติ (Qualification Factor) ได้แก่ ความมีประสบการณ์ (Experienced) มีอำนาจหน้าที่โดยตรง (Authoritative) มีความรู้ (Informed) เป็นต้น
3. ปัจจัยเรื่องความคล่องคล่องว่องไว (Dynamism Factor) เช่น กระตือรือร้น (Active) รวดเร็ว (Fast) เป็นต้น

แมคครอสกี (McCroskey)<sup>11</sup> ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบบางตัวโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางการสื่อสาร เขาพบว่า Competence หรือ Expertise เป็นตัวทำนายที่ดีที่สุดของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ตัวถัดมาคือ Character ซึ่งได้แก่คุณสมบัติในเรื่องของความกรุณา ความเห็นอกเห็นใจ ความไม่เห็นแก่ตัว เป็นต้น อีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการทำนายพฤติกรรมทางการสื่อสาร คือ Sociability ซึ่งได้แก่ความเป็นกันเอง ความรื่นเริง เป็นต้น

ในการวัดความน่าเชื่อถือของแหล่งสารในระดับปฏิบัติการหรือระดับที่สังเกตได้ นอกจากจะมีการให้ประเมินความน่าเชื่อถือในองค์ประกอบต่างๆ แล้ว นักวิจัยการสื่อสารบางคนใช้

---

<sup>10</sup>David K. Berlo, James B. Lemert, and Robert J. Mertz, "Dimensions for Evaluating the Acceptability of Message Sources," Public Opinion Quarterly 38 (1970) : 563-576.

<sup>11</sup>James C. McCroskey and Thomas A. Jenson "Image of mass Media News Source," Journal of Broadcasting 19 (Spring 1975) : 169

วิธีการวัดแบบตรงไปตรงมา ด้วยคำถามง่ายๆ เช่น โรเปอร์ และคณะ (Roper & Associates)<sup>12</sup> ศึกษาความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนต่างๆ เปรียบเทียบกัน โดยใช้คำถามตรงๆ 2 คำถาม คือ

คำถามแรก "ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ความเป็นไปในโลกปัจจุบันจากสื่อไหนมากที่สุด : หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หรือพูดคุยกับบุคคลอื่น หรือจากที่ใด"

คำถามที่สอง "หากเกิดความขัดแย้งหรือแตกต่างกันขึ้นในเนื้อหาของข่าวสารเดียวกันที่เสนอโดยสื่อต่างๆ ท่านเชื่อข่าวจากสื่อใดมากที่สุด : วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร"

คาร์เตอร์ และกรีนเบิร์ก (Carter & Greenberg)<sup>13</sup> ปรับปรุงคำถามของ Roper เล็กน้อยในการศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์กับโทรทัศน์ จากการสัมภาษณ์ตัวอย่าง 500 คน ที่เมือง San Jose มลรัฐแคลิฟอร์เนีย เมื่อ ค.ศ. 1964 โดย Carter เปลี่ยนคำถามที่ 2 ของ Roper เป็นว่า "ถ้าให้คะแนนความเชื่อถือทั้งหมดเป็น 100% ท่านเชื่อข่าวจากสื่อต่างๆ ต่อไปนี้ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์...กี่% (จาก 0-100%)"

นอกจากการวัดความน่าเชื่อถือของแหล่งสารโดยใช้คำถามตรงไปตรงมา ดังกล่าวแล้ว ยังมีการวัดความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจากความชอบ และการเลือกแหล่งข่าวสารเพียงแหล่งเดียว เช่นที่ใช้ในการศึกษาของกาเซียโน และแมคเกรธ (Gaziano & McGrath)<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Elmo Roper and Associates, New Trends in the Public's Measure of Television and Other Media (New York : Television Information Office, 1964)

<sup>13</sup>Richard F. Carter and Bradley S. Greenberg, "Newspaper or Television : Which do you believe?" Journalism Quarterly 42 (1965) : 29-34

<sup>14</sup>Cecilie Gaziano and Kristin McGrath, "Measuring the Concept of Credibility" Journalism Quarterly (Autumn 1986) : 456-457

เขาทั้งสองยังได้สร้างข้อความขึ้นใช้เป็นมาตรวัดความน่าเชื่อถือของสื่อหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ต่างหากขึ้นอีก 12 ข้อ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว มาตรวัดทั้ง 12 ข้อ เป็นองค์ประกอบย่อยๆ ในการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนั้นเอง มาตรวัดดังกล่าว ได้แก่

- มีความยุติธรรม
- ไม่ลำเอียง
- บอกเรื่องราวทั้งหมด
- ให้ความสำคัญถูกต้อง
- มีความเคารพสิทธิส่วนบุคคล
- รักษาผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวม
- คำนึงถึงความยุติกันดีของชุมชน
- แยกความเห็นและข้อเท็จจริงออกจากกัน
- ไว้วางใจได้
- ให้ความสำคัญ
- คำนึงถึงผลประโยชน์ของสาธารณชน
- มีผู้สื่อข่าวที่ผ่านการอบรมมาอย่างดี

การศึกษาของ (Clarke & Ruggels)<sup>15</sup> เป็นงานวิจัยชิ้นหนึ่งที่ศึกษาความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร โดยวัดความชอบ (Preference) ในการเสนอข่าวเกี่ยวกับกิจการสาธารณะระหว่างสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ซึ่งปรากฏว่าผู้ตอบประเมินสื่อที่เสนอข่าวได้ดีที่สุดจากความครบถ้วนสมบูรณ์ในการเสนอข่าว (Completeness

---

<sup>15</sup>Peter Clarke and Lee Ruggels, "Preferences Among News Media for Coverage of Public Affairs, Journalism Quarterly 47 (1970) : 464-471.



of Coverage) ความรวดเร็วในการเสนอข่าว (Speed) และความถูกต้องของข่าว (Accuracy) เป็นต้น

จากที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร มีทั้งที่เป็นองค์ประกอบใหญ่ๆ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะย่อยๆ ลงไปอีก และที่เป็นองค์ประกอบย่อย หรือเป็นคุณสมบัติย่อยๆ โดยมีได้รวมอยู่ในองค์ประกอบใหญ่ อย่างไรก็ตาม เบอร์กูน และรัฟเนอร์ (Burgoon & Ruffner)<sup>16</sup> กล่าวว่า องค์ประกอบต่างๆ ที่เป็นเครื่องชี้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารแยกออกจากกันเป็นอิสระ กล่าวคือ แหล่งสารหนึ่งๆ อาจถูกประเมินว่ามีความน่าเชื่อถือในเรื่องความรู้ความสามารถ (Expertise) แต่อาจจะไม่ได้รับความเชื่อถือในเรื่องความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ก็ได้

#### **ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)**

สำหรับทฤษฎีที่ 2 ที่ทำให้เกิดความเข้าใจทางด้านการใช้ประโยชน์ในนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ และความพึงพอใจที่มีต่อนิตยสารดังกล่าวนี้ จำเป็นจะต้องนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจขึ้นมาอธิบาย โดยหลักเบื้องต้นนั้น ได้กล่าวถึงบุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารด้วยเหตุผลว่า สื่อมวลชนนั้นจะให้ประโยชน์อย่างไรต่อตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมองเห็นประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารนั่นเอง ดังนั้น ผู้รับสาร หรือประชาชนจะเลือกอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ฉบับใดก็มักจะมีพิจารณาว่าสิ่งที่จะได้รับจากนิตยสาร หรือสื่อมวลชนนั้นๆ จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด เป็นประเด็นหลัก ทั้งนี้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารนั้นแตกต่างกันในหลายกรณี

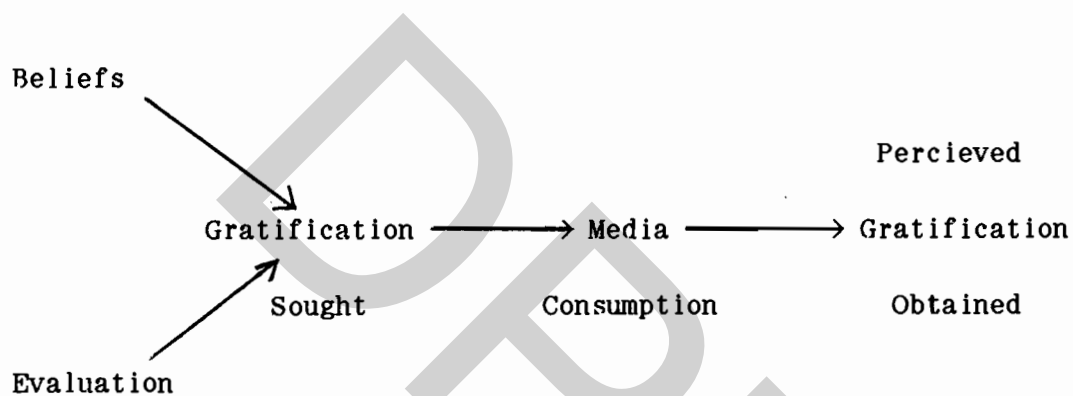
---

<sup>16</sup>Michael Burgoon and Michael Ruffner, Human Communication (Holt, Rinehart and Winston, 1978), p.55.

เรเบิร์นและพาล์มกรีน (Rayburn & Palmgreen)<sup>17</sup> ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาแบบหนึ่งเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectation Value ซึ่งมีรูปแบบดังนี้ คือ

### แบบจำลอง 1

#### แบบจำลอง Expectancy value Theory



แหล่งที่มา : Rayburn and Philip Palmgreen, Communication Research and International Quarterly. (11 October 1984) : 537-560.

เรเบิร์น และ พาล์มกรีน<sup>18</sup> อธิบายว่า ความเชื่อ (Beliefs) หรือความคาดหวัง (Expectation) เกี่ยวกับสื่อใด ๆ ว่า สื่อชนิดนั้น ๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่าง ผสมผสานกับ

<sup>17</sup>J.D. Rayburn and Philip Palmgreen, "Merging Used and Gratifications and Expectancy-Value Theory," in Communication Research and International Quarterly. (11 October 1984) : 537-560.

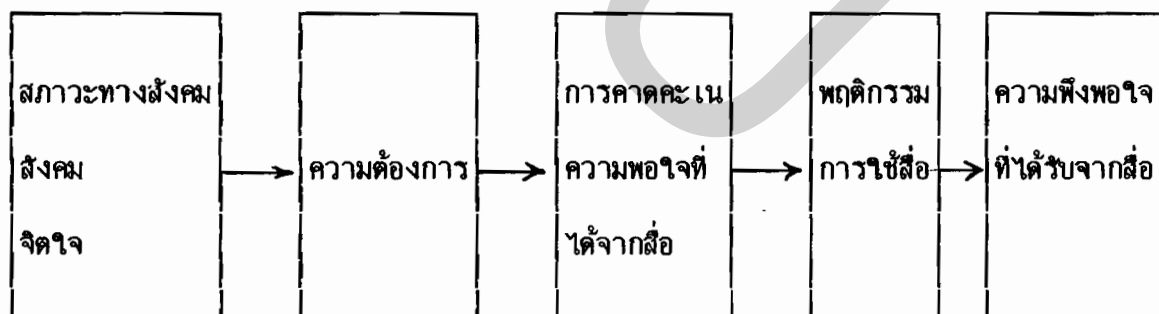
<sup>18</sup>Ibid. p.539-560

การประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อนั้น เป็นตัวแปรมาก่อน (antecedent) ที่สำคัญของแรงจูงใจ (motives) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratification Sought) ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อนั้นๆ และหากบริโภคสื่อ (Media Consuasion) ดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Percieved Gratification Obtained) ผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อหรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

เรเบิร์น และ พาล์มกรีน<sup>19</sup> อธิบายความหมายของความคาดหวัง (Expectation) ว่า หมายถึง ความน่าจะเป็นในการรับรู้ว่ามีคุณลักษณะเฉพาะ หรือรับรู้ว่าการกระทำบางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาอีกรูปแบบ ดังนี้

## แบบจำลองที่ 2

แบบจำลองอธิบายการบริโภคสื่อ เพื่อสนองความพอใจ



แหล่งที่มา : Rayburn and Philip Palmgreen, Communication Research and International Quarterly. (11 October 1984) : 537-560.

<sup>19</sup>Ibid. P.539-560

และอีกท่านหนึ่ง คือ แคทซ์ (Katz)<sup>20</sup> บอกว่า ความคาดหวังก็คือ การแสวงหาความพอใจนั่นเอง

สำหรับคำว่า ความพึงพอใจ (Gratifications) นั้น ใน Longman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่า หมายถึง ภาวะที่มีความพอใจ หรือ ภาวะที่ได้รับ การตอบสนองความพอใจ ซึ่งก็คล้ายกับที่แม็คคอมส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker)<sup>21</sup> พยายามอธิบายไว้ โดย แม็คคอมส์ กล่าวว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกันคำว่าเหตุผลนี้ หมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองและสร้าง ความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Gratifications)

จากความหมายที่ผู้พยายามอธิบายไว้มากมาย อาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดภายในของบุคคล ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นสิ่งที่วัดหรือสังเกตได้จากความต้องการหรือเหตุผลในการใช้สื่อของบุคคลต่างๆ นั้นเอง

---

<sup>20</sup>E.Katz, J.G.Blumler and M.Guravitch (1973), Quoted In "An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications," By Palmgreen and Rayburn II, In Karl Erik Roxengren, Lawrence A.Wenner, Philip Palmgreen, Media Gratifications Research: Current Perspectives (Beverly Hills : Sage, 1985), p.62

<sup>21</sup>Maxwell E. McCombs and Lee B.Becker, Using Mass Communication Theory (1979), p. 50-52

และในความหมายของคำว่า ประโยชน์ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratification) โรเซนเกรน (Rosengren)<sup>22</sup> กล่าวไว้ว่า ทั้ง 2 คำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่าประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์

งานวิจัยเกี่ยวกับการจำแนกองค์ประกอบหรือกลุ่มของการวัดความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีการอ้างอิงและกล่าวถึงกันมากอีกชิ้นหนึ่ง เป็นผลงานของ เบคเกอร์ (Becker)<sup>23</sup>

เบคเกอร์ วิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจ 3 องค์ประกอบ คือ

1. การติดตามข่าวสารและการแนะนำพฤติกรรม (Surveillance/Guidance) ซึ่งสะท้อนให้เห็นขอบเขตที่ปัจเจกชนใช้สื่อมวลชน เพื่อจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและเพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น

2. การใช้ประโยชน์ทางการติดต่อสื่อสาร ความตื่นเต้น และเสริมย้ำความเชื่อ (Communicatory Utility/excitement/Reinforcement) ซึ่งครอบคลุมถึงการหลบหนีจากงานประจำ การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารกับผู้อื่น และการชิมชั้ข่าวสารเข้าสู่ชีวิตประจำวัน

3. การหลีกเลี่ยงไม่ใช้สื่อ (Media Avoidance) สะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่คนไม่ใช้สื่อ ไม่รับข่าวสารจากสื่อ เป็นต้น

---

<sup>22</sup>Karl Erik Rosengren, "Used and Gratifications : A Paradigm Outlined," In The Used of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research, eds. J.G.Blumler and E.Katz (Beverly Hills : Sage, 1974) p.269-286

<sup>23</sup>Lee B. Becker, "The Measurement of Gratifications," Communication Research 6 (January 1979): 54-73

เบคเกอร์ ศึกษาพบว่าองค์ประกอบเรื่องการติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นองค์ประกอบที่มีความมั่นคงสูงในการวัดตัวแปรการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ หรือ การแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) แม้ว่าเวลา หรือสถานการณ์จะ เปลี่ยนไปก็ตาม

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คืองานของเวนเนอร์ (Wenner, 1985)<sup>24</sup> ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการ บริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะ เวนเนอร์ ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่ มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร

สรุปจากการแสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารดังกล่าว เวนเนอร์ แบ่ง ความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. **1. Orientational Gratifications** หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมภายในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับ สังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลง คะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance) เป็นต้น

---

<sup>24</sup>Lawrence A. Wenner, "The Nature of News Gratifications," in Media Gratifications Research : Current Perspectives (eds.) Kral Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner, and Philip Palmgreen (Beverly Hills : Sage Publications, 1985), 171-193

2. Social Gratifications เป็นการเข้าข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น

4. Para-orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไป เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

### ทฤษฎีกระบวนการเลือกสรร

กระบวนการเลือกสรร เลือกรับรู้ เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ (Perception Filter) ของมนุษย์ ซึ่งมีทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสาร จากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านนิตยสารฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ พบว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอย หรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าว ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือลงรอยกับความคิดเดิมของตน อย่างไรก็ตาม การรับ

ข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมนั้น บางครั้งต้องพิจารณาพร้อมกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย

2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) เป็นการเปิดเลือกข่าวสารด้วยความตั้งใจ ตามปกติคนเราจะรับข่าวสารในแต่ละวันมากมาย ข่าวสารบางเรื่องก็รับรู้ผ่านไป เรื่องใดที่คนเราเห็นว่าตรงกับความสนใจก็จะตั้งใจรับข่าวสารนั้น

3. การเลือกตีความ (Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเกี่ยวกับที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เช่น การลดค่าเงินบาท บางคนอาจจะมองว่ามีผลดี บางคนอาจจะเห็นว่าผลเสียมากกว่า เป็นต้น ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเองและมักจะไม่สนใจในสิ่งที่ไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

การศึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์วิเคราะห์หลักทรัพย์ ได้มีการนำทฤษฎีกระบวนการเลือกสรรนี้มาประกอบการพิจารณาเป็นตัวแปรตัวหนึ่งของการศึกษา และกำหนดแบบสอบถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อและอ่านของประชาชน

โดยสรุปทฤษฎีแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวไปแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีปัจจัยสำคัญๆ หลายอย่าง ที่มีผลต่อการศึกษานี้ ซึ่งเป็นการศึกษา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกซื้อ ขอบุ๋อ่านนิตยสาร พฤติกรรม ทัศนคติ และความสนใจต่างๆ ของประชาชน



จากทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่าง ทั้งปัจจัยภายในของผู้บริโภคเอง และปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นภาวะตลาดค่าหลักทรัพย์ที่สร้างอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมของเศรษฐกิจการเมืองของไทยและต่างประเทศ

**แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม กับการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสินค้าวิเคาระห์หลักทรัพย์**

การที่จะคงไว้ซึ่งพฤติกรรมใช้สื่อใดๆ น่าจะมีตัวแปรตัวอื่นอีกที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่มีหลักฐานทางทฤษฎี และผลงานวิจัยจำนวนมากสนับสนุนก็คือ การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ (Expectations หรือ Gratifications Sought) ซึ่งเป็นการศึกษาตามแนวความคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)

**แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ**

แนวความคิดนี้ แคทซ์ให้ความสำคัญที่ตัวผู้รับสาร (Audience) มากกว่าตัวข่าวสาร (Message) ดังที่แคทซ์ (Katz)<sup>25</sup> กล่าวไว้ว่า

เมื่อเปรียบเทียบกับ Classical Effect Studies แล้ว แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจเริ่มต้นที่ผู้บริโภคสื่อ (Media Consumer) แทนที่จะเป็นข่าว

---

<sup>25</sup>Elisu Katz, Jay Blumler and Michael Gurevitch, "Uses of Mass Communication by the Individual." Mass Communication Research : Major Issues and Future Directions, W. Philip Davidson and Frederick Yu, eds. (New ork : Praeger Publishers, 1974) pp. 11-35.

สารของสื่อ (Media message) และศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของคนที่ได้รับสารโดยตรงที่เขามีกับสื่อ แนวคิดนี้มองว่า ผู้รับสารสื่อสารของคนจากประสบการณ์โดยตรงที่เขามีกับสื่อ แนวคิดนี้มองว่า ผู้รับสาร (Audience) มีบทบาทอย่างกระตือรือร้นในฐานะผู้กระทำ (Active) ในการที่ผู้ใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าที่จะเป็นผู้รับผลหรือเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) จากสื่อเพียงด้านเดียว เพราะฉะนั้นความสัมพันธ์ตามแนวคิดนี้จึงไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่มีทิศทางจาก เนื้อหาข่าวสาร (Message) ไปสู่ผล (Message) ไปใช้ประโยชน์ และการใช้ประโยชน์นั้น (Usage) เป็นตัวแปรแทรกในกระบวนการของผล

คาทซ์ (Katz)<sup>26</sup> ยังได้สรุปแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจว่า คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคม และจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคลซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่นๆ ของบุคคล ซึ่งผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

แกลโลเวย์ และมีค (Galloway & Meek)<sup>27</sup> ได้ทำการศึกษาความสนใจของประชาชนต่อสื่อมวลชนโดยใช้แบบจำลองเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy Model) เช่นกัน และพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์ เพราะมีความคาดหวังจะได้รับ ความพึงพอใจ

<sup>26</sup>Ibid. pp. 11-35

<sup>27</sup>J.J. Galloway and F.L. Meek, "Audience Uses and Gratifications : an Expectancy model," communication Research 8 (1981) : 435-449.

ผลงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่สนับสนุนทฤษฎีนี้ คือผลงานวิจัยของ รูบิน (Rubin)<sup>28</sup> (1981) ที่ศึกษาจากกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์สูงอายุ และพบว่าผู้ชมใช้สื่อโทรทัศน์สอดคล้องกับความตั้งใจต่างๆ กันไป ผู้ชมสูงอายุมีความคาดหวังเกี่ยวกับประโยชน์จากการดูโทรทัศน์สูงมักจะเลือกชมรายการที่เสนอสาระต่างๆ มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้หวังประโยชน์จากการชมโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังพบความสัมพันธ์ในเชิงลบระหว่างความคาดหวังที่จะใช้สื่อเป็นเครื่องฆ่าเวลา กับการดูรายการข่าวโทรทัศน์ในผู้ชมกลุ่มนี้ด้วย

รูบิน (Rubin)<sup>29</sup> ยังได้สรุปไว้ในงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งของเขาในเวลาต่อมาว่า ผลการวิเคราะห์ทางสถิติสนับสนุนสมมติฐานที่ว่า การใช้สื่อของปัจเจกชนได้รับอิทธิพลจากแรงจูงใจและความคาดหวังของเขา

ชอย และเบ็คเกอร์ (Choi & Becker)<sup>30</sup> ศึกษาพบว่า แรงจูงใจที่ต่างกันนำไปสู่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน แรงจูงใจดังกล่าวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ แรงจูงใจเพื่อแสวงหาข่าวสาร แรงจูงใจเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และแรงจูงใจเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง Choi และ Becker ใช้คำว่าแรงจูงใจในความหมายของความพึงพอใจที่คนเราแสวงหา โดยอธิบายว่า "แรงจูงใจ" เป็นแนวคิดรวบยอดหรือแนวคิดโดยสรุปที่ครอบคลุมทั้งการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

<sup>28</sup>A.M. Rubin, "An Examination of Television Viewing Motivation," Communication Research 8 (1981) : 141-165.

<sup>29</sup>Alan M. Rubin, Elizabeth M. Perse, "Audience Activity and Television News Gratifications," Communication Research 14 (February 1987) : 274.

<sup>30</sup>Hyeon Cheol Choi, Samuel L. Becker, "Media Use, Issue/Image Discriminations, and Voting," Communication Research 14 (June 1987) : 274.

จากรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ กับ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อตามที่ปรากฏในทฤษฎีและผลงานวิจัยต่างๆ ดังกล่าวมาแล้ว ทำให้ผู้วิจัยกำหนดเป็นสมมติฐานเบื้องต้น เพื่อทำการพิสูจน์ในการวิจัยครั้งนี้ว่า การเลือกซื้อ การใช้ ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม

### ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของผู้รับสาร กับ พฤติกรรมการใช้สื่อ

คุณลักษณะทางประชากรและสังคมของผู้ชม (Audience) เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ เป็นตัวแปรอีกกลุ่มหนึ่งทางด้านผู้รับสาร (Audience) ที่มีการวิจัย พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อของคนเรา

ทั้งนี้ เบเรลสัน และ สไตเนอร์ (Berelson & Steiner)<sup>31</sup> กล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะดูแลฟังการสื่อสารที่สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงทางความคิดของเขา

กรอบอ้างอิงทางความคิดนี้ หมายรวมถึง บทบาททางเพศ การศึกษา ความสนใจ และความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ สถานภาพทางสังคม และอื่นๆ ที่เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญของบุคคล

ทำให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องของความรู้ ความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางการสื่อสารของคน ตามแนวความคิดในเรื่องของการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

มีผลงานวิจัยอยู่หลายชิ้นที่ศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางด้านประชากรและสังคมกับการใช้สื่อของบุคคล

---

<sup>31</sup>Berelson and G.A. Steiner, Human Behaviour (New York : Barcourt Brace World, 1964), pp. 529-530.

โรบินสัน (Robinson)<sup>32</sup> พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือกลุ่มคนที่มีความรู้สูง เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้อ่านมวลชน

เชียร์ส และฟรีดแมน (Gears & Freedman)<sup>33</sup> ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลและพบว่ากลุ่มตัวแปรทางด้านบุคคลที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนที่ดีที่สุด คือ ระดับการศึกษาและระดับชั้นทางสังคม ซึ่งตัวแปรตัวหลังนี้ใช้อธิบายเป็นเครื่องชี้ได้

กรีนเบิร์ก และอุมาร่า (Greenberg & Kumara)<sup>34</sup> ศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาใน 5 ประเทศ คือ สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น คอสตาริกา เม็กซิโก และสหรัฐอเมริกา โดยตัวแปรทั้งสองเป็นตัวแปรที่มาก่อนของเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุ และยิ่งตัวแปรทั้งสองร่วมกันจะสามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้เวลาฟังวิทยุได้มากกว่าตัวแปรแต่ละตัวใดๆ

---

<sup>32</sup>John P. Robinson, "Mass Communication and Information Diffusion," in Kline and Tichenor, current Perspectives in Mass Communication Ressearch (London : Sage Publications, 1972), p. 77.

<sup>33</sup>David O. Sears and Jonathan L. Freedman, "Selective Exposure to Information : A Critical Review," Public Opinion Quarterly 31 (1967) : 194-213.

<sup>34</sup>Bradley S. Greenberg and Hideya Kumara, "National Sample Predictors of Mass Media Use," Journalism Quarterly 45 (1968) : 641-647.

และจากการศึกษาของเซลท์ (Self)<sup>35</sup> ก็ยืนยันว่า การศึกษาและรายได้เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ

ชอยและเบ็คเกอร์ (Choi & Becker)<sup>36</sup> กล่าวไว้ในรายงานผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อของเขาว่า มีการศึกษาหลายชิ้นที่ผ่านมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การศึกษามีผลในทางบวกต่อการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และมีผลทางลบต่อการใช้อีเล็กทรอนิกส์ นั่นคือ คนยิ่งมีการศึกษาสูงจะยิ่งอ่านหนังสือมาก และยิ่งมีการศึกษาต่ำ ก็จะยิ่งดูโทรทัศน์หรือฟังวิทยุมาก

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานการวิจัยของ ปราการ ทวีสุวรรณ และคณะ<sup>37</sup> เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพบว่า ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจสังคม ที่แตกต่างกันของผู้ลงทุนในแต่ละกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการศึกษา อาชีพ หรือ รายได้ จะมีแบบแผนของพฤติกรรมการลงทุนที่ไม่แตกต่างกันมากนักจนเกินไป โดยนักลงทุนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเกือบทั้งหมด

<sup>35</sup>Charles C. Self, "Perceived Task of News Report As a Predictor of media Choice," Journalism Quarterly 65 (Spring 1988)

<sup>36</sup>Hyeon Cheol Choi and Samuet L. Beeker, "Media Use, issue/Image Diseriminations, and Voting," Communication Research 14 (June 1987) : 274

<sup>37</sup>ปราการ ทวีสุวรรณ และคณะ, "ทัศนคติของผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" เอกสารประกอบการสัมมนาหัวข้อ "การสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" ในการสัมมนาเรื่อง "ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : นานาประเด็นการศึกษา" จัดโดยคณะพาณิชยศาสตร์และบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (22-24 พฤศจิกายน 2531), หน้า 1-72.

จะมีลักษณะเป็นนักลงทุนเก็งกำไร และมีความเต็มใจเสี่ยงไปในด้านชอบเสี่ยง ไม่สนใจข่าวสารข้อมูลวิเคราะห์ทางเทคนิคเท่าไร

### จากผลการวิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมของผู้ลงทุนได้ดังนี้

1. มวลเหตุจูงใจที่ทำให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มีความคาดหวังที่จะได้กำไรจากการซื้อหรือขายหลักทรัพย์เป็นสำคัญ โดยใช้ข้อมูลพื้นฐานการดำเนินงานของกิจการเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุน
2. นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนระยะสั้น โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งจะถือหลักทรัพย์ไว้นานไม่เกิน 1 เดือน รองลงมาเป็นผู้ที่ถือหลักทรัพย์ไว้ในช่วง 1-2 เดือน ซึ่งแสดงว่าผู้ลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักเก็งกำไรมากกว่าจะเป็นนักลงทุน
3. ข้อมูลข่าวสารของดัชนีราคาหลักทรัพย์ในตลาดประเทศมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ค่อนข้างสูง

จากผลการวิจัยของสมพงษ์ อรพินท์<sup>38</sup> เกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นเพศชายร้อยละ 66.02 เพศหญิงร้อยละ 33.98 ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพหลักเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท

ทางด้านสิ่งจูงใจสำคัญที่ลงทุน ผลการศึกษาวิจัยของ สมพงษ์ อรพินท์ ยังพบว่าต้องการส่วนเพิ่มของทุนร้อยละ 44.90 ต้องการเงินปันผลร้อยละ 22.17 และเพื่อนฝูงชักชวน ร้อย

---

<sup>38</sup>สมพงษ์ อรพินท์, ทัศนคติและพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์, วิทยานพนธ์ (กรุงเทพ : คณะพาณิชยศาสตร์และบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531), หน้า 22-24.

ละ 8.30 สำหรับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อหุ้น พบว่ามีหลักเกณฑ์สำคัญคือใช้อัตราเงินปันผลของหุ้น ใช้ราคาตลาดหุ้น ศักลสินใจลงทุน ใช้กำไรต่อหุ้น และใช้งบดุลของกิจการที่ออกหุ้นมาพิจารณาตามลำดับ ส่วนที่สนใจต่อการตัดสินใจขายหุ้น ปรากฏว่า ถ้าถึงร้อยละ 76.27 ที่ตัดสินใจซื้อหรือขายหุ้นด้วยตนเอง ร้อยละ 10.73 ให้เพื่อนหรือญาติช่วยตัดสินใจ ร้อยละ 9.04 ให้เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัท BROKER ช่วยตัดสินใจ และอื่นๆ ร้อยละ 3.95 ตามลำดับ

ผลงานวิจัยอีกแง่มุมหนึ่งของชลลดา เสริมนิภารัตน์<sup>39</sup> เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า

#### 1. ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมของประชากรตัวอย่าง

นักลงทุนที่ซื้อขายหุ้นที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนเพศชาย (ร้อยละ 68.0) มีอายุเฉลี่ย 31.9 ปี เป็นคนโสดและผู้ที่เคยสมรสแล้วในสัดส่วนร้อยละไม่แตกต่างกันมากนัก (ร้อยละ 54.5 และ 45.5 ตามลำดับ) สำหรับระดับการศึกษาชั้น ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี (ร้อยละ 63.0) มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 49.0 และ 30.5 ตามลำดับ) โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรที่ศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 61.5) และนักลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนประเภทนักเก็งกำไรหรือนักลงทุนระยะสั้น (ร้อยละ 64.0) มีผู้ที่ เป็นนักลงทุนระยะยาว ร้อยละ 25.0 และเป็นทั้งนักลงทุนระยะยาวและนักเก็งกำไรอีกร้อยละ 11.0

#### 2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

นักลงทุนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ โดยมีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวันถึง ร้อยละ 80.0 หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุดคือ กรุงเทพธุรกิจ ส่วนนิตยสารที่นิยมอ่านคือผู้จัดการ

<sup>39</sup>อ้างอิงใน ชลลดา เสริมนิภารัตน์, ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, วิทยานิพนธ์ (กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 98-100



โดยคอสม์ที่นักลงทุนนิยมอ่านมากที่สุดคือข่าวเศรษฐกิจและธุรกิจ รองลงมาเป็นรายงานสรุปภาวะหุ้น

ทางด้านวิทยุมีนักลงทุนร้อยละ 56.0 ฟังวิทยุทุกวัน รายการที่ชอบฟังมากที่สุดเป็นรายการเพลง รองลงมาเป็นบทวิเคราะห์หุ้น สำหรับโทรทัศน์มีนักลงทุนถึงร้อยละ 72.0 ที่เปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ทุกวัน รายการทางโทรทัศน์ที่นักลงทุนนิยมดูมากที่สุด คือ ข่าวภายในประเทศ ข่าวต่างประเทศ และรายงานภาวะหุ้น ตามลำดับ

3. พฤติกรรมการซื้อขายหุ้นของนักลงทุน

นักลงทุนซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเก็งกำไรมีประสบการณ์การซื้อขายหุ้นเฉลี่ย 2.8 ปี โดยมีร้อยละ 60.5 ที่เคยได้รับผลทั้งกำไรและขาดทุนพอๆ กัน มีผู้ที่ได้กำไรอยู่เสมอร้อยละ 28.0 และที่ขาดทุนเสมอมีร้อยละ 11.5 การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนมีแรงจูงใจสำคัญ 3 ประการคือ กำไรจากการซื้อขายหุ้น ได้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก และได้รับสิทธิจองหุ้นใหม่ในราคาต่ำกว่าราคาดตลาด นักลงทุนส่วนใหญ่มีวงเงินทุนต่ำกว่า 500,000 บาท

4. เกณฑ์การตัดสินใจซื้อขายหุ้นของนักลงทุน

การตัดสินใจลงทุนซื้อขายหุ้นของนักลงทุนส่วนใหญ่จะอยู่ในสภาพตลาดช่วงที่ราคาหุ้นกำลังปรับตัวสูงขึ้น รองลงมาเป็นช่วงที่ราคาหุ้นกำลังลดลง โดยมีเกณฑ์การตัดสินใจที่สำคัญที่สุดคือ เกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะของหุ้น คือต้องเป็นหุ้นที่มีสภาพคล่องทั้งซื้อและขายทำได้สะดวก รองลงมาเป็นเกณฑ์เกี่ยวกับราคาและผลตอบแทนของหุ้น (คือดูอัตราเงินปันผลของหุ้น ผลกำไรต่อหุ้น และราคาหลักทรัพย์นั้นกำลังสูงหรือต่ำ) และเกณฑ์เกี่ยวกับบริษัทที่หุ้นออกขายในตลาดหลักทรัพย์ (ดูผลการดำเนินงานของบริษัท บริษัทที่มีความมั่นคงสูง และดูบุคลากรของกิจการที่ออกหุ้น)

5. ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหุ้น

โดยปกติแล้วธุรกิจซื้อขายหลักทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีการเคลื่อนไหวคือมีการซื้อขายหมุนเวียนอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากนักลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักเก็งกำไรมากกว่าจะเป็นนักลงทุนระยะยาว ดังนั้นการติดตามข่าวสารของนักลงทุนจึงมีอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากที่

เป็นประชากรตัวอย่างโดยส่วนใหญ่จะติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับหุ้นและตลาดหลักทรัพย์อยู่ทุกวัน โดยมีกระบวนการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจ ดังนี้

5.1 แหล่งสาร ในส่วนของแหล่งสารนี้ที่จริงแล้วแหล่งข่าวสารปฐมภูมิจริงๆ คือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทสมาชิก และบริษัทจดทะเบียน ซึ่งจัดเป็นแหล่งสารที่เป็นนิติบุคคล แต่นักลงทุนกลับนิยมที่จะหาข่าวสารจากแหล่งสารทุติยภูมิ เพราะผลจากการวิจัยพบว่าแหล่งสารสำคัญของนักลงทุนคือ จากสื่อมวลชน ซึ่งมากกว่านิติบุคคล และบุคคล (เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง) เรียงตามลำดับ

5.2 ประเภทของข่าวสาร ทางด้านประเภทของข่าวสารนี้ข่าวสารที่นักลงทุนมีความต้องการนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดทางเลือก ได้แก่ ข่าวสารความเคลื่อนไหวของราคาหุ้น ภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและการเมือง แนวโน้มดัชนีราคาหุ้น บทความวิจารณ์หุ้น และสรุปข้อสนเทศของตลาดหลักทรัพย์ ตามลำดับ

5.3 สื่อ สื่อที่นักลงทุนใช้กันมากคือสื่อที่แหล่งสารสามารถควบคุมข่าวสารได้ เนื่องจากข่าวสารทั้งหมดจะต้องอยู่ในความควบคุมของตลาดหลักทรัพย์ก่อนที่จะเผยแพร่ออกไป ซึ่งมีถึงร้อยละ 54.5 โดยมีนักลงทุนที่นิยมรับข่าวสารจากสื่อที่ไม่สามารถควบคุมข่าวสารได้อีก ร้อยละ 45.5

5.4 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับหุ้นและตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนโดยส่วนใหญ่คือร้อยละ 77.5 มีการเปิดรับข่าวสารทุกวัน เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารที่ทันเวลาและทันต่อเหตุการณ์ โดยเฉพาะข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์เป็นข่าวสารที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทุกวันในสัดส่วนที่สูงกว่าร้อยละ 70

5.5 การวิเคราะห์และประเมินข่าวสาร การตัดสินใจซื้อขายหุ้นของนักลงทุนจะขึ้นอยู่กับผลการวิเคราะห์และประเมินข่าวสารของนักลงทุนด้วย กล่าวคือ นักลงทุนชลอการลงทุนลงถ้าข่าวสารที่ได้รับแสดงให้เห็นว่าช่วงเวลานั้นเป็นช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การประเมินข่าวสารของนักลงทุนเป็นสำคัญ ประเด็นหนึ่งของการประเมินข่าวสารที่นักลงทุนให้ความสำคัญมากคือ การประเมินความ

นำเชื่อถือของข่าวสาร ในการศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษาให้ความสนใจกับการประเมินข่าวสารจากแหล่ง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ด้วย ผลการวิจัยพบว่า ข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่นักลงทุนประเมินว่ามี ความน่าเชื่อถือมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และบริษัทสมาชิก โดยมีแหล่ง ข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำที่สุด คือ วิทยุแต่โดยส่วนใหญ่แล้วการประเมินความน่าเชื่อถือของ ข่าวสารจะอยู่ในระดับปานกลาง

**สรุปผลหาความสัมพันธ์ระหว่าง "การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์กับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง"**

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม จำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้การศึกษากับการเลือกการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์ หลักทรัพย์ ซึ่งพบว่า มีตัวแปรอายุและเพศที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .051 นั้น ปรากฏว่าสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กรีนเบิร์กและคูมาร่า (Greenberg & Kumara)<sup>40</sup> ในการศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อ ซึ่งพบว่า ตัวแปรทางด้าน ประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ แต่ละตัวเดี่ยวๆ แทบจะไม่มีอิทธิพลใน การทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อเลย แต่ตัวแปรเหล่านี้จะพหุอิทธิพลเกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออยู่บ้าง เล็กน้อยในลักษณะตัวแปรกลุ่ม

ความไม่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรทางด้านประชากร และสังคมกับพฤติกรรมการใช้สื่อยังได้รับการยืนยันจากแมคเคลอยด์และโอคีฟส์ (McLeod & O'Keefe)<sup>41</sup> ที่ว่าการ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของการทำนายพฤติกรรมทางการสื่อสารโดยตัวแปรทางด้านประชากร

---

<sup>40</sup>Bradley S. Greenberg and Hideya Kumara, "National Sample Predictors of Mass Media Use, "Journalism Quarterly Vol. 45 (1968): 641.

ส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากตามทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม พฤติกรรมการสื่อสารของปัจเจกบุคคลมีแบบแผนเป็นไปตามกลุ่มทางสังคมที่ตนสังกัดมากกว่า ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะคาดหวังพฤติกรรมทางการสื่อสาร โดยผู้รู้และผู้รู้เฉพาะทางด้านประชากรและสังคมเป็นตัวอธิบายเพียงอย่างเดียว

อย่างไรก็ดี แม้การศึกษาจะเป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสารการวิเคราะห์หลักทรัพย์ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้มีความรู้ในระดับปริญญาตรีมีมากที่สุด ร้อยละ 65.0 ที่เลือกซื้อนิตยสารการวิเคราะห์หลักทรัพย์ รองลงมา ร้อยละ 20.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี และสุดท้าย ร้อยละ 9.0 สูงกว่าปริญญาตรี ก็สอดคล้องกับผลการวิจัยอีกแง่มุมหนึ่งของ ชลลดา เสริมนิภารัตน์<sup>42</sup> เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี ร้อยละ 63.0 เช่นกัน

---

<sup>41</sup>McLeod and O'Keefe, "Socialization Perspective," in Kline and Tichener (London: Sage Publications, 1972), p.126.

<sup>42</sup>ชลลดา เสริมนิภารัตน์, ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, วิทยานิพนธ์ (กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 98.

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย ที่มุ่งศึกษาถึงอิทธิพลหรือปัจจัยใดที่สำคัญ ที่ทำให้นักลงทุน  
ใช้โดยสรววิเคราะห์หลักทรัพย์เป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งในการช่วยตัดสินใจลงทุนในตลาดหลัก  
ทรัพย์ในปัจจุบันว่ามีความสำคัญอย่างไร มีประสิทธิภาพเพียงไร โดยได้มีการออกแบบวิจัยและ  
วางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

#### การออกแบบการวิจัย

การกำหนดกลยุทธ์ในการออกแบบการวิจัย เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบของปัญหาการวิจัย  
หลักเกณฑ์ที่ควรคำนึงถึงคือ ต้องเข้าใจเสียก่อนว่าจะต้องการข้อมูลอะไร จะหาข้อมูลได้จากไหน  
จะหาข้อมูลจากใคร จะใช้วิธีอะไรเก็บข้อมูล และจะวิเคราะห์ข้อมูลอย่างไร แต่ทั้งนี้ต้อง  
ตระหนักอยู่เสมอว่า "จะไม่มีแบบการวิจัยใดๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิจัยที่กล่าวถึงต่อไปนี้  
จึงเหมาะสมเฉพาะกับการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น"<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>สุบรรณ พันธ์วิศา และชัยวัฒน์ บัญพงษ์, ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ

## 1. รูปแบบวิจัย

1.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นการวิจัยโดยใช้เอกสารที่มีส่วนสำคัญนำมาเป็นข้อมูล มาประกอบเท่าที่จะสามารถค้นหามาใช้ได้ เพื่ออธิบายถึงสภาพการณ์ระหว่างการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ผลลัพธ์ โดยนำตัวแปรนี้เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Research) ให้เห็นภาพของเหตุการณ์นั้นๆ

ข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่างๆ นำมาศึกษาวิเคราะห์ และเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นทฤษฎีหรือแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้ได้ผลชัดเจนยิ่งขึ้น

1.2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการเก็บข้อมูลในรูปแบบปฐมภูมิ (Primary Data) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีผู้ตอบกรอกคำตอบด้วยตนเอง ซึ่งจำแนกแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

1. สภาพเศรษฐกิจสังคม (Socio-economic)
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วิเคราะห์ผลลัพธ์
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ประโยชน์กับผู้อ่านจากการอ่านผลิตภัณฑ์วิเคราะห์ผลลัพธ์
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ความพึงพอใจกับผู้อื่น จากการอ่านผลิตภัณฑ์วิเคราะห์ผลลัพธ์

ข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมครั้งนี้เป็นแบบข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) โดยใช้แบบสอบถามที่เป็นคำถามแบบปิด (Closed-end question) คือ มีคำตอบเป็นตัวเลือก ดังนั้นเพื่อให้การสำรวจข้อมูลครั้งนี้มีความสมบูรณ์ทางวิชาการ จึงได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม โครงสร้างโดยผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ โดยในขั้นตอนแรก ผู้วิจัยได้ร่างแบบสอบถามแล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และผู้อำนวยการทางสถิติช่วยพิจารณา จากนั้นจึงนำมาแก้ไขปรับปรุงในส่วนต้นต้น และจึงนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบอีกครั้งหนึ่ง นำแบบสอบถามไปทดสอบกับนักลงทุนซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท (BROKERS) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต่างๆ ตามบริษัทที่สุ่มขึ้นมา 4 บริษัท ทดสอบแบบสอบถาม 20 ตัวอย่าง

บริษัทละ 5 ตัวอย่าง ระยะเวลาทดสอบแบบสอบถาม 4 วัน แล้วนำผลแบบสอบถามที่กำหนดทดสอบ 20 ชุด นำมาวิเคราะห์พิจารณาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความเข้าใจของผู้ถูกทดสอบวิเคราะห์พิจารณาว่า ส่วนใหญ่เข้าใจในคำถามและวิธีการตอบหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำผลการทดสอบทั้งหมดมาแก้ไข ปรับปรุงสอบถามอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะออกเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

## 2. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการที่นำมาใช้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling)

กลุ่มประชากรที่เลือกศึกษา คือ นักลงทุนที่เป็นบุคคลธรรมดา ลงทุนซื้อขายในหุ้นของ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ต่างๆ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบทฤษฎีจะใช้วิธีการกระจายประชากรตามหุ้นค่าหลักทรัพย์โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนแรก เป็นการสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อบริษัท สมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 20 บริษัท หรือร้อยละ 50 ของบริษัท สมาชิกทั้งสิ้น 40 บริษัท (ข้อมูลถึงปี 2536) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 รายชื่อบริษัทสมาชิกที่ส่งตัวอย่างได้

หมายเลขสมาชิก	รายชื่อบริษัท
3	บริษัทหลักทรัพย์แอดคินซัน จำกัด
4	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์นวมกิจ จำกัด
6	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ภัทรธนกิจ จำกัด
8	บริษัทหลักทรัพย์เอเชีย จำกัด
9	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ไทยแม็กซ์ จำกัด
10	บริษัทหลักทรัพย์ยูเนี่ยน จำกัด
13	บริษัทหลักทรัพย์เอกธำรง จำกัด
15	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์สินเอเชีย จำกัด
18	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์สหชนกิจไทย จำกัด
19	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เกียรตินาคิน จำกัด
20	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์จีเอฟ จำกัด
22	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เอ็มซีซี จำกัด
24	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ไอทีเอฟ จำกัด
27	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์กรุงเทพธนাত্র จำกัด
28	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ร่วมเสริมกิจ จำกัด
31	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ศรีมิตร จำกัด
32	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ธนสยาม จำกัด
33	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์นครหลวงเครดิต จำกัด
36	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์วอลล์สตรีท จำกัด
39	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ไทยซูจี จำกัด



2. ขั้นตอนที่สอง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ให้ได้จำนวนตัวอย่างตามที่กำหนดไว้เบื้องต้น รวม 200 ตัวอย่าง คือ บริษัทละ 10 ตัวอย่าง จนกระทั่งได้จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 200 ตัวอย่างจนครบ

การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยทำการส่งพนักงานสัมภาษณ์เข้าไปในห้องค้าของบริษัท สมาชิกที่สุ่มตัวอย่างไว้ตั้งแต่ 9.00 โมงเช้าก่อนเปิดตลาดเงินทุนหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จนกระทั่งถึงช่วงหลังปิดห้องค้าหลักทรัพย์ พนักงานสัมภาษณ์จะเปิดตัวต่อการสัมภาษณ์กับลูกค้าของแต่ละบริษัท โดยไม่จำกัดว่าตัวอย่างนั้นจะเป็น เพศ อายุ หรืออาชีพอะไร จะเข้าสัมภาษณ์ให้ครบตามที่กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยผู้ช่วยวิจัย 5 คน เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้กระจายกลุ่มประชากรในการเก็บข้อมูลในห้องค้าหลักทรัพย์ โดยผู้ช่วยวิจัยแต่ละท่านจะได้รับการชี้แจงวัตถุประสงค์ และรายละเอียดของแบบสอบถามอย่างชัดเจน หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์นักลงทุน ณ ห้องค้าหลักทรัพย์ที่เป็นตัวอย่างทั้ง 20 บริษัท จึงสัมภาษณ์ได้ครบตามที่กำหนดไว้

### 4. การลงรหัสและประมวลผลข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ข้างต้น 200 ตัวอย่างแล้ว จึงนำแบบสอบถามเหล่านั้นมาแปลงค่าเป็นรหัส (Coding) เพื่อสะดวกนำข้อมูลไปบันทึกเข้าเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อการประมวลผลข้อมูล คือ โปรแกรมทางสถิติ SPSS/PC PLUS ซึ่งจะนำตารางสถิติดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์และเขียนรายงานผลการวิจัยต่อไปนี้ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ให้คะแนนและทำการลงรหัสในแบบสอบถาม เพื่อ เปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในสภาพที่จะสามารถประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ให้แล้วจึงนำแบบสอบถามเหล่านั้นไปลงรหัสข้อมูลในแบบบันทึกการลงรหัส (Coding Form)
2. นำแบบบันทึกการลงรหัสไปบันทึกข้อมูลเข้า เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC PLUS
3. ทดสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ประมวลผลโดยตรวจสอบจากความถี่ (Frequencies) ของตัวแปรแต่ละตัว จากนั้นจึงเขียนคำสั่งประมวลผลข้อมูลทางสถิติ
4. นำผลข้อมูล (Output Data) ที่อยู่ในรูปตารางวิเคราะห์ทางสถิติมาแปลความหมายเพื่อจัดทำรายงานและสรุปผลการวิจัย

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวางแผนวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) หมายถึง การจัดประเภท จัดลำดับ หรือ สรุปย่อเพื่อได้คำตอบของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลก็เพื่อลดข้อมูลหรือสรุปข้อมูลให้อยู่ในรูปที่สามารถตีความหมาย หรือ แปลความได้ เพื่ออธิบายหรือตรวจสอบสมมติฐานของการวิจัย<sup>2</sup> โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการทำการวิเคราะห์ทางสถิติ (Statistic Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งจะได้กล่าวถึงแผนการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับไปดังนี้

5.1 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกเป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

---

<sup>2</sup>สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, การวิจัยเชิงบรรยาย (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ และ ทาปกเจริญผล, 2524), น 54.

ก. ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยตัวแปรด้านลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคม  
ของประชากร

ตัวแปรทางด้านลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคม ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- อาชีพหลัก
- โดยเฉลี่ยต่อเดือน
- การศึกษา

ข. ตัวแปรตาม ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว คือ

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์สุขภาพ
- การได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์สุขภาพ
- ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์สุขภาพ

## 5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ประมวลผลเรียบร้อยแล้ว เพื่อจัดทำรายงานและสรุปผลมีวิ  
ดำเนินการดังนี้

### 1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

- ค่าแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage)  
เพื่อดูลักษณะการแจกแจงของข้อมูลให้สามารถเปรียบเทียบกันได้ และเพื่อใช้ในการวิเคราะห์  
เชิงอธิบาย (Explanatory Analysis) เกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจสังคมของกลุ่ม  
ตัวอย่าง

### 2. สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดย

- ได้สร้างตารางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Crosstab tables) เพื่อ  
สร้าง Contingency Table สำหรับดูความสัมพันธ์ของข้อมูล 2 ตัวแปร (Bi-variation)  
ด้านสถานการณ์เศรษฐกิจสังคม กับการเลือกซื้อการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้อ่าน

นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ เพื่อดูว่ามีปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับด้านใด  
ดังกล่าวบ้าง โดยใช้ค่าสถิติ Chi-square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อการทดสอบ  
สมมติฐานที่กำหนดไว้

D  
P  
U

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการประมวลผลข้อมูลผ่านเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรม SPSS/PC Plus ทำในรูปของสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามได้นำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็น เรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง : ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคม
2. ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์จะนำเสนอในรูปตารางสถิติและการอธิบายการตีความข้อมูลอย่างละเอียดเฉพาะประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา และสมมติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลพื้นฐานของประชากรตัวอย่าง : สถานภาพเศรษฐกิจสังคม

การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ (SPSS/PC Plus) พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย (ร้อยละ 59.0) อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 25-29 ปี (ร้อยละ 29.0) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และนำลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นหลัก (ร้อยละ 35.5 และ 21.0 ตามลำดับ) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 43.0) สำหรับระดับการศึกษานั้นส่วนใหญ่จบปริญญาตรี (ร้อยละ 65.0) ดังรายละเอียดในตารางที่ 1 ถึง 5

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	118	59.0
หญิง	82	41.0
รวม	200	100.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-24 ปี	44	22.0
25-29 ปี	58	29.0
30-34 ปี	23	11.5
35-39 ปี	26	13.0
40-44 ปี	21	10.5
45-49 ปี	11	5.5
50 ปีขึ้นไป	16	8.0
ไม่ตอบ	1	0.5
รวม	200	100.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักธุรกิจ	16	8.0
ค้าขาย	33	16.5
นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	42	21.0
พนักงานบริษัทเอกชน	71	35.5
ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ	9	4.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5	2.5
อื่นๆ	23	11.5
ไม่ตอบ	1	0.5
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	86	43.0
20,001-30,000 บาท	43	21.5
30,001-40,000 บาท	20	10.0
40,000 บาทขึ้นไป	36	18.0
ไม่ตอบ	15	7.5
รวม	200	100.0

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	41	20.5
ปริญญาตรี	130	65.0
สูงกว่าปริญญาตรี	18	9.0
อื่นๆ	9	4.5
ไม่ตอบ	2	1.0
รวม	200	100.0



## การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสารวีเคราะห์หลักทรัพย์

การจะตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ในแต่ละครั้ง ทั้งนักลงทุนระยะยาว และนักเก็งกำไร จะต้องอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับตลาดหุ้น และราคาหุ้นนำมาประกอบการตัดสินใจในการลงทุนธุรกิจหลักทรัพย์แหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตลาดหุ้นและราคาหุ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทผู้เสนอขายหุ้น บริษัทสมาชิกและสื่อมวลชนต่างๆ

แต่ในการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ยังไม่มีการสรุปยืนยันได้อย่างชัดเจนว่า ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใด ที่ให้ประสิทธิผลอย่างดีที่สุดกับผู้รับสาร ในการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ที่นักลงทุนถือไว้ นิตยสารวีเคราะห์หลักทรัพย์เป็นแหล่งข้อมูลประเภทหนึ่งที่กำลังเติบโตขึ้นมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจของธุรกิจหลักทรัพย์ ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญ นำข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ ให้ความรู้กับผู้อ่านหรือนักลงทุน เปรียบเสมือนเครื่องมือชนิดหนึ่งให้กับนักลงทุน ป้องกันความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการวิจัยเพื่อการอธิบายเกี่ยวกับรูปแบบ การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวีเคราะห์หลักทรัพย์ว่ามีความสำคัญอย่างไร โดยผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอไว้เป็นลำดับๆ คือ

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อนิตยสารวีเคราะห์หลักทรัพย์

ข้อมูลข่าวสารในสังคมที่ถูกผลิตขึ้นมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน ตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต อาจจะเพื่อแจกจ่ายไปหรือรับไว้เพื่อผลิตเป็นวิทยุกรของกระบวนการข่าวสาร ประเด็นที่ศึกษาน่าสนใจที่ว่า ปัจเจกบุคคลที่จะค้นหาข่าวสารที่ตรงกับความต้องการของตนเอง จะหาว่าข่าวสารนั้นได้จากที่ไหน หาข่าวสารได้โดยวิธีใด

เมื่อมีการแสวงหาข่าวสาร ปัจเจกบุคคลจะเป็นผู้เลือกกว่า จะเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดบ้าง ซึ่งโดยปรกติแหล่งข่าวสารจะถูกส่งมาจากแหล่งสารต่างๆ ผ่านทางสื่อ สื่อที่มี

อิทธิพลและสำคัญนั้นได้แก่ สื่อมวลชน เป็นสื่อที่มีผลต่อจิตวิทยาของผู้รับสารมาก อาจเปลี่ยนพฤติกรรมคล้อยตามได้ และสามารถกระจายได้อย่างทั่วถึงในเวลาเดียวกัน นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์เป็นส่วนหนึ่งของสื่อมวลชน ที่ผลิตออกมาเพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลในแวดวงธุรกิจหลักทรัพย์ ให้ความสำคัญและนำเสนอเชื่อถือกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นนิตยสารประเภทเฉพาะกลุ่ม มีการวิเคราะห์ ประเมินผลของข่าวสารให้มีคุณภาพและถูกต้องก่อนออกสู่ผู้อ่าน เพื่อนำไปประกอบในการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์

สำหรับอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ จำนวนปัจจัยได้ดังนี้

#### 1. พฤติกรรมในการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

การวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างหรือนักลงทุนในห้วงคำ 200 ตัวอย่าง นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญตัดสินใจเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ เพื่ออ่านประกอบการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ กล่าวคือ มีร้อยละ 69.5 หรือจำนวน 139 ตัวอย่าง ในขณะที่มีผู้ไม่ซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์อ่านร้อยละ 30.5 หรือจำนวน 61 ตัวอย่าง ซึ่งจากข้อมูลในตารางที่ 6 พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่เคยเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

หมายเหตุ : (ผู้วิจัยจะนำเสนอผลวิจัยข้อมูล เฉพาะผู้ที่เคยซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ไว้อ่านเท่านั้น)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่เคยเลือกซื้อ

นักลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
เคยซื้อ	139	69.5
ไม่เคยซื้อ	61	30.5
รวม	200	100

หมายเหตุ : ในการนี้ผู้ที่ตอบไม่เคยซื้อจะสิ้นสุดแบบสอบถามในข้อต่อไป

สำหรับแหล่งนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่นักลงทุนรู้จักนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่จะรู้จักจากแหล่งแผงขายหนังสือ ร้านค้า ร้อยละ 62.6 หรือ จำนวน 87 ตัวอย่าง มากที่สุด รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ การโฆษณาจากสื่อต่างๆ ร้อยละ 20.9 หรือ จำนวน 29 ตัวอย่าง คำแนะนำจากพนักงานขายของบริษัทฯ ร้อยละ 12.2 หรือจำนวน 17 ตัวอย่าง

ซึ่งผลจากข้อมูลในตารางที่ 7 สรุปว่า นักลงทุนส่วนใหญ่รู้จักนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์จากแหล่งแผงขายหนังสือ/ร้านค้ามากที่สุด

ตารางที่ 7 แหล่งที่นักลงทุนรู้จักนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

แหล่ง	จำนวน	ร้อยละ
แผงขายหนังสือ/ร้านค้า	87	62.6
โฆษณาจากสื่อโฆษณา	29	20.9
คำแนะนำจากพนักงาน- ขายของบริษัท	17	12.2
อื่นๆ	6	4.3
รวม	139	100

หมายเหตุ : เลือกตอบได้เพียง 1 คำตอบ

ในส่วน of รายชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่นักลงทุนเลือกซื้ออ่านประจำพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่จะเลือกนิตยสารหุ้นไทยมากที่สุด ร้อยละ 20.9 หรือจำนวน 29 ตัวอย่าง รองลงมาตามลำดับได้แก่ จังหะหุ้น ร้อยละ 13.7 หรือจำนวน 19 ตัวอย่าง หลักทรัพย์ไทย ร้อยละ 12.9 หรือ จำนวน 18 ตัวอย่าง ที่นหุ้นร้อยละ 7.9 หรือจำนวน 11 ตัวอย่าง และ เปิดพอร์ตกองทุน ร้อยละ 5.0 หรือจำนวน 7 ตัวอย่าง

สำหรับรายชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่นักลงทุนเลือกซื้อเป็นบางครั้ง พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่จะเลือกชื่อนิตยสารหุ้นไทยมากที่สุด ร้อยละ 52.5 หรือจำนวน 73 ตัวอย่าง รองลงมาตามลำดับได้แก่หลักทรัพย์ไทย ร้อยละ 30.2 หรือจำนวน 42 ตัวอย่าง จังหะหุ้นร้อยละ 29.5 หรือจำนวน 41 ตัวอย่าง ที่นหุ้น ร้อยละ 22.3 หรือ 31 ตัวอย่าง และเปิดพอร์ตกองทุน ร้อยละ 13.7 หรือจำนวน 19 ตัวอย่าง

ซึ่งผลจากข้อมูลในตารางที่ 8 สรุปได้ว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเลือกข้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์แบบซื้อประจำหรือซื้อเป็นบางครั้ง นิตยสารหุ้นไทย เป็นนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่นักลงทุนเลือกซื้ออ่านมากที่สุด

ตารางที่ 8 รายชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่นักลงทุนเลือกซื้ออ่าน

รายชื่อนิตยสารวิเคราะห์ เงินทุนหลักทรัพย์	ซื้อประจำ		ซื้อเป็นบางครั้ง		ไม่ตอบ/ไม่ซื้อ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หุ้นไทย	29	20.9	73	52.5	37	26.6	139	100
หลักทรัพย์ไทย	18	12.9	42	30.2	79	56.8	139	100
เปิดพอร์ตกองทุน	7	5.0	19	13.7	113	81.3	139	100
ขายหุ้น	11	7.9	31	22.3	97	69.8	139	100
จังหวะหุ้น	19	13.7	41	29.5	79	56.8	139	100

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกชื่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ พบว่า ปัจจัยด้านราคานักลงทุน เห็นด้วยร้อยละ 53.2 หรือจำนวน 74 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็น

ด้วย ร้อยละ 13.7 หรือจำนวน 19 ตัวอย่าง ปัจจัยด้านเนื้อหาสาระในนิตยสารนักลงทุน เห็นด้วยร้อยละ 46.0 หรือจำนวน 64 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วย ร้อยละ 0.7 หรือจำนวน 1 ตัวอย่าง ปัจจัยด้านข้อมูลที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ นักลงทุนเห็นด้วย ร้อยละ 38.8 หรือจำนวน 47 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วย ไม่มีผู้ตอบในแบบสอบถาม ปัจจัยด้านการวิเคราะห์เจาะลึกและแม่นยำ นักลงทุน เห็นด้วยร้อยละ 29.5 หรือจำนวน 41 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 3.6 หรือจำนวน 5 ตัวอย่าง ปัจจัยด้านการออกนิตยสารตรงเวลา นักลงทุน เห็นด้วยร้อยละ 52.5 หรือจำนวน 73 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 5.8 หรือจำนวน 8 ตัวอย่าง และปัจจัยด้านสถานที่เลือกซื้อ นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 49.6 หรือจำนวน 69 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วย ร้อยละ 7.9 หรือจำนวน 11 ตัวอย่างจำแนกรายละเอียดในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าสารวัเคราะห์สุขภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	เห็นด้วย		เห็นด้วย		ไม่เห็นใจ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	18	12.9	74	53.2	19	13.7	19	13.7	6	4.3	3	2.2	139	100		
เนื้อหาสาระในนิตยสาร	53	38.1	64	46.0	15	10.8	1	0.7	3	2.2	3	2.2	139	100		
ข้อมูลที่น่าสนใจและน่าเชื่อถือ	58	41.7	47	33.8	28	20.1	-	-	1	0.7	5	3.6	139	100		
มีการวิเคราะห์จากสื่อและเมมเบอร์	52	37.4	41	29.5	34	24.5	5	3.6	2	1.4	5	3.6	139	100		

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ปัจจัยที่สิทธิพลต่อการ เลือกชื่อ	เห็นด้วย		เห็นด้วย		ไม่เห็นใจ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		ไม่ตอบ/ไม่ชื่อ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การออกนิตยสารตรงเวลา	30	21.6	73	52.5	23	16.5	8	5.8	1	0.7	4	2.9	139	100
สถานที่เลือกชื่อ	18	12.9	69	49.6	27	19.4	11	7.9	5	3.6	9	6.5	139	100
อื่นๆ	3	2.2	3	2.2	2	1.4	-	-	3	2.2	128	92.1	139	100



ส่วนพฤติกรรมการซื้อสินค้าสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ พบว่า นักลงทุนเลือกซื้อฉบับเดิมซ้ำๆ ร้อยละ 54.0 หรือจำนวน 75 ตัวอย่าง และไม่เคยซื้อซ้ำเปลี่ยนตามความสะดวก ร้อยละ 43.9 หรือจำนวน 61 ตัวอย่าง จำแนกรายละเอียดในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 รูปแบบลักษณะการเลือกซื้อสินค้าสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

แหล่ง	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อฉบับเดิมซ้ำๆ	75	54.0
ไม่เคยซื้อซ้ำเปลี่ยนตาม ความสะดวกในการซื้อ	61	43.9
ไม่ตอบ/ไม่ซื้อ	3	2.2
รวม	139	100

สำหรับปริมาณความต้องการนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีขายอยู่ในปัจจุบัน พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ต้องการให้มีนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ฉบับใหม่ๆ สมควรที่จะพิมพ์ออกมาขายในท้องตลาดเพิ่มอีกร้อยละ 61.2 หรือจำนวน 85 ตัวอย่าง ในขณะที่มีผู้ให้ความเห็นว่านิตยสารหลักทรัพย์เพียงพอแล้วในปัจจุบัน ร้อยละ 30.2 หรือจำนวน 42 ตัวอย่าง และผู้ที่เห็นว่านิตยสารหลักทรัพย์มีมากเกินไปในปัจจุบันมีเพียงร้อยละ 5.7 หรือจำนวน 8 ตัวอย่างจำแนกรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ปริมาณความต้องการนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีขายอยู่ในปัจจุบัน

ปริมาณความต้องการนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอแล้ว	42	30.2
ต้องการให้มีเพิ่มในท้อง- ตลาด	85	61.2
มีมากเกินไปในปัจจุบัน	8	5.7
ไม่ตอบ/ไม่ชี้	4	2.9
รวม	139	100

## 2. ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

แม้ว่านิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์เป็นแหล่งข้อมูลชนิดหนึ่งที่นักลงทุนได้ประโยชน์จากการอ่านเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ แต่นักลงทุนก็ยังมีแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ อีกที่จะให้ประโยชน์แก่นักลงทุนเพื่อไปประกอบการตัดสินใจการลงทุนหลักทรัพย์ ซึ่งแหล่งข้อมูลที่ทำให้ประโยชน์แก่ผู้อ่านไปประกอบการตัดสินใจ ซื้อ หรือ ขายหลักทรัพย์ พบว่า แหล่งข้อมูลแผนกวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์ของ BROKER นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 47.5 หรือจำนวน 66 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 25.2 หรือจำนวน 35 ตัวอย่าง แหล่งข้อมูลหน่วยงานวิจัยต่างๆ นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 42.4 หรือจำนวน 59 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 10.1 หรือจำนวน 14 ตัวอย่าง แหล่งข้อมูลเสนอโดยตลาดหลักทรัพย์ นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 41.7 หรือจำนวน 58 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วย ร้อยละ 5.0 หรือจำนวน 7 ตัวอย่าง แหล่งข้อมูลเสนอโดยบริษัทจดทะเบียน นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 43.2 หรือจำนวน 60 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 4.3 หรือจำนวน 6 ตัวอย่าง แหล่งข้อมูลเพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 23.0 หรือจำนวน 32 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 15 หรือจำนวน 22 ตัวอย่าง และในส่วนสื่อมวลชนพบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญกับนิตยสารวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์มากที่สุด เห็นด้วยร้อยละ 59.0 หรือจำนวน 82 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 0.7 หรือจำนวน 1 ตัวอย่าง จำนวนรายละเอียดในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ประชาชนกับนักลงทุน

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ประชาชนกับนักลงทุน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แผนกวิเคราะห์เงินลงทุนหลักทรัพย์สินของ BROKER	27	19.4	66	47.5	35	25.2	7	5.0	4	2.9	139	100
หน่วยงานวิจัยต่างๆ	16	11.5	59	42.4	42	30.2	14	10.1	8	5.8	139	100
ข้อมูลเสนอโดยตลาดหลักทรัพย์	26	18.7	58	41.7	41	29.5	7	5.0	6	4.3	139	100
ข้อมูลเสนอโดยบริษัทจดทะเบียน	20	14.4	60	43.2	47	33.8	6	4.3	6	4.3	139	100

ตารางที่ 12 (ต่อ)

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ให้ ประโยชน์กับนักลงทุน	3	2.2	32	23.0	65	46.8	22	15.8	9	4.5	8	5.8	139	100
เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง														
สื่อมวลชนต่าง ๆ														
- โทรทัศน์	8	5.8	73	52.5	42	30.2	7	5.0	2	1.4	7	5.0	139	100
- วิทยุ	5	3.6	66	47.5	50	36.0	8	5.8	2	1.4	8	5.8	139	100
- หนังสือพิมพ์ธุรกิจ รายวัน/สัปดาห์	20	14.4	72	51.8	39	28.1	2	1.4	-	-	6	4.3	139	100
- วารสารธุรกิจ	11	7.9	74	53.2	43	30.9	-	-	-	-	11	7.9	139	100
- นิตยสารประเภท วิเคราะห์หลักทรัพย์	21	15.1	82	59.0	28	20.1	1	0.7	-	-	7	5.0	139	100
อื่นๆ	3	2.2	4	2.9	1	0.7	-	-	-	-	181	94.2	139	100

สำหรับในส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ทำให้ประโยชน์กับนักลงทุนที่อ่านนิตยสารวิเคราะห์  
 หลักทรัพย์ พบว่า ปัจจัยที่ได้จากการอ่าน นำข้อมูลที่ได้ไปช่วยประกอบการตัดสินใจซื้อหรือขาย  
 หลักทรัพย์ นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 59.7 หรือจำนวน 83 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ  
 2.9 หรือจำนวน 4 ตัวอย่าง ปัจจัยที่ได้จากการอ่านนำข้อมูลที่ได้สามารถนำมาพัฒนาความคิด  
 ให้กับตนเอง นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 64.7 หรือจำนวน 90 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วย  
 ร้อยละ 1.4 หรือจำนวน 2 ตัวอย่าง ปัจจัยที่ได้จากการอ่านนำข้อมูลไปสนทนาแลกเปลี่ยนความ  
 คิดเห็นกับบุคคลอื่น นักลงทุนเห็นด้วย ร้อยละ 62.6 หรือจำนวน 87 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็น  
 ด้วย ร้อยละ 0.7 หรือจำนวน 1 ตัวอย่าง ปัจจัยที่นักวิเคราะห์ข้อมูลจะให้มุมมองและแง่คิดที่  
 เป็นประโยชน์ นักลงทุนเห็นด้วย ร้อยละ 62.6 หรือจำนวน 87 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วย  
 ร้อยละ 3.6 หรือจำนวน 5 ตัวอย่าง ปัจจัยที่ทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ นักลงทุนเห็นด้วย  
 ร้อยละ 59.0 หรือจำนวน 82 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 4.3 หรือจำนวน 6 ตัวอย่าง  
 จำนวนกระจายละเอียดในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ประโยชน์กับผู้อ่านจากการอ่านนิยายสสารวิเคราะห์ห้วงศกทฤษฎี

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประโยชน์ที่ผู้่านได้รับจาก การอ่านนิยายสสารวิเคราะห์ ห้วงศกทฤษฎี	36	25.9	83	59.7	11	7.9	4	2.9	1	0.7	4	2.9	139	100
ข้อมูลที่ได้มีส่วนช่วยให้ไป ประกอบเบาะแสในการตัดสินใจใน การลงพินในตลาคห้วงศกทฤษฎี	34	24.5	90	64.7	11	7.9	2	1.4	1	0.7	1	0.7	139	100

ตารางที่ 13 (ต่อ)

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชนที่ผู้อ่านได้รับจาก การอ่านนิตยสารวีเคราที่ หลักทรัพย์	30	21.6	87	62.6	17	12.2	1	0.7	1	0.7	3	2.2	139	100
สามารถนำข้อมูลที่ได้จาก การอ่านไปสนทนาแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกับ บุคคลอื่นได้														
นักวิเคราะห์ข้อมูลจะหม่อมอง และแง่คิดที่เป็น ประโยชน์	22	15.8	87	62.6	22	15.8	5	3.6	1	0.7	2	1.4	139	100
ทำให้งานที่ตนทำ เกิดความดี	37	26.6	82	59.0	7	5.0	6	4.3	2	1.4	5	3.6	139	100



### 3. ความพึงพอใจที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ผู้ที่เลือกอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์นั้นต้องการที่จะได้ข้อมูลจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ให้มากที่สุด เพื่อนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ ผลของความพึงพอใจที่ได้ข้อมูลจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ความพอใจในข้อมูลนั้นมีระดับอยู่ที่ พอใช้มากที่สุด ร้อยละ 55.4 หรือ จำนวน 77 ตัวอย่าง รองลงมาตามลำดับได้แก่ ความพอใจในข้อมูลระดับมาก ร้อยละ 34.5 หรือจำนวน 48 ตัวอย่างความพอใจในข้อมูลระดับมากที่สุด ร้อยละ 3.6 หรือจำนวน 5 ตัวอย่าง และในค่าความพอใจในข้อมูลระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 2.9 หรือจำนวน 4 ตัวอย่าง จำแนกรายละเอียดในตารางที่ 14

ตาราง 14 นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์สามารถให้ข้อมูลกับผู้อ่านพึงพอใจ

ความพึงพอใจจากการอ่าน นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	5	3.6
มาก	48	34.5
พอใช้	77	55.4
น้อย	3	2.2
น้อยที่สุด	4	2.9
ไม่ตอบ	2	1.4
รวม	139	100

และหลังจากที่ได้ข้อมูลจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์แล้ว นักลงทุนส่วนใหญ่ยังไปแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่แหล่งอื่นอีก ถึงร้อยละ 86.3 หรือจำนวน 120 ตัวอย่าง และไม่ได้หาเพิ่มเติม มีเพียงร้อยละ 12.2 หรือ จำนวน 17 ตัวอย่าง

ซึ่งผลจากข้อมูลในตารางที่ 15 สรุปได้ว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ยังแสวงหาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งอื่นอีก

ตารางที่ 15 ผู้อ่านหาข้อมูลที่ยื่นมาประกอบกับนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
หาเพิ่มเติม	120	86.3
ไม่ได้หาเพิ่มเติม	17	12.2
ไม่ตอบ	2	1.4
รวม	139	100

หมายเหตุ : กรณีผู้ตอบคำถามเลือกตอบข้อไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม (ข้ามไม่ตอบข้อ 12)

แหล่งข้อมูลที่นักลงทุนแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับแผนวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์ของ BROKER มากที่สุด ร้อยละ 67.6 หรือจำนวน 94 ตัวอย่าง รองลงมาตามลำดับได้แก่ สื่อมวลชนอื่นๆ ร้อยละ 55.4 หรือจำนวน 77 ตัวอย่าง ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร้อยละ 42.4 หรือจำนวน 59 ตัวอย่าง เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง ร้อยละ 37.4 หรือจำนวน 52 ตัวอย่าง ส่วนแหล่งข้อมูลที่นักลงทุนให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทจดทะเบียน ร้อยละ 20.9 หรือจำนวน 29 ตัวอย่าง

จำแนกรายละเอียดในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม

ลำดับ	แหล่งข้อมูลที่หาเพิ่ม	จำนวน	ร้อยละ
1	แผนวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์ของ BROKER	94	67.6
2	หน่วยงานวิจัยต่างๆ	38	27.3
3	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	59	42.4
4	บริษัทจดทะเบียน	29	20.9
5	เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง	52	37.4
6	สื่อมวลชนอื่นๆ	77	55.7
7	อื่นๆ	1	0.7

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

สำหรับส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ความพึงพอใจกับนักลงทุนที่ย่านนิคมसारวิเคราะห์หลัก พบว่า ปัจจัยที่ให้ข้อมูลไปช่วยในการตัดสินใจการลงทุนให้เกิดผลกำไร นักลงทุนเห็นด้วย ร้อยละ 57.6 หรือจำนวน 80 ตัวอย่างในด้านไม่เห็นด้วย ร้อยละ 2.2 หรือจำนวน 3 ตัวอย่าง ปัจจัยให้ข้อมูลที่แท้จริงและเจาะลึก นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 34.5 หรือจำนวน 48 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 2.2 หรือจำนวน 3 ตัวอย่าง ปัจจัยให้ข้อมูลวิเคราะห์ทางเทคนิคดัชนี และแนะนำหุ้นเพื่อการลงทุน นักลงทุนเห็นด้วยร้อยละ 56.1 หรือจำนวน 78 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 2.2 หรือจำนวน 3 ตัวอย่าง และปัจจัยช่วยลดบทบาท ข่าวสื่อโดยช่วยขจัดปัญหา "อินไซด์" นักลงทุนเห็นด้วย ร้อยละ 41.7 หรือจำนวน 58 ตัวอย่าง ในด้านไม่เห็นด้วยร้อยละ 13.7 หรือจำนวน 19 ตัวอย่าง

จำแนกรายละเอียดในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิยายสารวิเคราะห์หลักทฤษฎี

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจที่ผู้อ่านได้รับ จากการอ่านนิยายสาร วิเคราะห์หลักทฤษฎี	26	18.7	80	57.6	26	18.7	3	2.2	2	1.4	2	1.4	139	100
ข้อมูลที่ไปช่วยในการตัด สินใจในการลงทฤษฎีให้ ผลกาไว	22	15.8	48	34.5	63	45.3	3	2.2	1	0.7	2	1.4	139	100
ข้อมูลที่แท้จริงและ เจาะลึก	21	15.1	78	56.1	34	24.5	3	2.2	1	0.7	2	1.4	139	100

ตารางที่ 17 (ต่อ)

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		ไม่ตอบ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจที่ผู้อ่านได้รับ จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์	14	10.1	58	41.7	41	29.5	19	13.7	3	2.2	4	2.9	139	100
ช่วยลดบทบาทข่าวลือ โดย ช่วยจัดปัญหา "อินไซด์"	-	-	3	2.2	1	0.7	-	-	-	-	135	97.1	139	100
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

### ผลการวิเคราะห์สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ มีทั้งหมด 3 ข้อ ในการวิเคราะห์สมมติฐาน เพื่อให้เกิดผลของการวิจัยวิเคราะห์ไม่กระจายออกไป จึงได้รวมกลุ่มแต่ละกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน วิเคราะห์ใหม่ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังลักษณะนี้

1. การวัดค่าระดับผล : แบ่งตามหลักเกณฑ์เปอร์เซ็นต์ขึ้นใหม่ ได้เป็น 3 ช่วง 1. ไม่เห็นด้วย 2. ไม่แน่ใจ 3. เห็นด้วย

2. ระดับอายุ : แบ่งรวมกลุ่มใหม่ได้ 4 ช่วงดังนี้ 1. อายุ 20-29 ปี 2. อายุ 30-39 ปี 3. อายุ 40-49 ปี 4. 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ : แบ่งรวมกลุ่มใหม่ได้ 5 ช่วง มีดังนี้ 1. นักธุรกิจ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ 2. ค้าขาย 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. รับราชการรัฐวิสาหกิจ 5. อื่นๆ

4. รายได้ : แบ่งรวมกลุ่มใหม่ได้ 2 กลุ่มดังนี้ 1. ต่ำกว่า 30,001 บาท 2. 30,001 ขึ้นไป

หลังจากได้จัดเปลี่ยนกลุ่มใหม่ได้แล้วจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับของสมมติฐาน ดังนี้

#### สมมติฐานข้อที่ 1

"สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

เพศ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ชาย	18 (21.4)	28 (33.3)	38 (45.3)	87 (100.0)
หญิง	20 (36.4)	21 (38.1)	14 (25.5)	55 (100.0)
รวม	38 (27.3)	49 (35.3)	52 (37.4)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 6.41088 \quad D.F. = 2 \quad (P < .05)$$

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าเพศชายและหญิง มีความคิดเห็นในด้านการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์  
หลักทรัพย์

อายุ (ปี)	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
20-29	14 (18.9)	24 (32.5)	36 (48.6)	74 (100.0)
30-39	9 (27.3)	14 (42.4)	10 (30.3)	33 (100.0)
40-49	8 (38.1)	8 (38.1)	5 (23.8)	21 (100.0)
50 ปีขึ้นไป	7 (63.6)	3 (27.3)	1 (9.1)	11 (100.0)
รวม	38 (27.3)	49 (35.3)	52 (37.4)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 15.34478 \quad D.F. = 6 \quad (P < .05)$$



ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

อาชีพ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
นักธุรกิจ/นักลงทุน ในตลาดหลักทรัพย์/ ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ	14 (29.8)	16 (34.0)	17 (36.2)	47 (100.0)
ค้าขาย	9 (36.0)	7 (28.0)	9 (36.0)	25 (100.0)
พนักงานบริษัท เอกชน	9 (19.2)	19 (40.4)	19 (40.4)	47 (100.0)

อาชีพ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2 (25.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	4 (100.0)
อื่นๆ	4 (25.0)	6 (37.5)	6 (37.5)	16 (100.0)
รวม	38 (27.3)	49 (35.3)	52 (37.4)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 3.92867 \quad D.F. = 8 \quad (P > .05)$$

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าวิเคราะห์หลักทรัพย์ จึงจะกล่าวได้ว่า ไม่ว่าจะอยู่ในสาขาอาชีพใดๆ ก็ตาม ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์  
หลักทรัพย์

รายได้	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ต่ำกว่า 30,000 บาท	23 (23.7)	35 (36.1)	39 (40.2)	97 (100.0)
30,000 ขึ้นไป	15 (35.7)	14 (23.3)	13 (31.0)	42 (100.0)
รวม	38 (27.3)	49 (35.3)	52 (37.4)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 2.27833 \quad D.F. = 2 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ค่าสถิติไค-สแควร์ จากตารางที่ 21 พบว่าความแตกต่างในเรื่องรายได้โดยเฉลี่ยต่อเนื่อง ไม่มีผลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ จึงสรุปได้ว่ารายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร  
วิเคราะห์ห้สหภาพ

การศึกษา	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์ห้สหภาพ			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8 (33.3)	9 (37.5)	7 (29.2)	24 (100.0)
ปริญญาตรี	25 (26.9)	33 (35.5)	35 (37.6)	93 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	3 (21.4)	5 (35.7)	6 (42.9)	14 (100.0)
อื่นๆ	1 (14.3)	2 (28.6)	4 (57.1)	7 (100.0)
รวม	37 (26.8)	49 (35.5)	52 (37.7)	139 (100.0)

$$x^2 = 2.32865 \quad D.F. = 6 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ ตามตารางที่ 22 พบว่าความแตกต่างทางด้านการศึกษา ไม่มีผลทำให้ปัจจัยการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารหลักทรัพย์

## สมมติฐานข้อที่ 2

"สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์"

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์  
หลักทรัพย์

เพศ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ชาย	20 (23.8)	30 (35.7)	34 (40.5)	84 (100.0)
หญิง	22 (40.0)	18 (32.7)	15 (27.3)	55 (100.0)
รวม	42 (30.2)	48 (34.5)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 4.61302 \quad D.F. = 2 \quad (P < .05)$$

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ จากตารางที่ 23 พบว่าในเรื่องเพศ มีผลทำให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีนัยสำคัญจึงกล่าวได้ว่าเพศมีความสัมพันธ์กับการได้อ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์  
หลักทรัพย์

อายุ (ปี)	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
20-29	20 (27.0)	24 (32.4)	30 (40.5)	74 (100.0)
30-39	8 (24.2)	13 (39.4)	12 (36.4)	33 (100.0)
40-49	10 (47.6)	8 (38.1)	3 (14.3)	21 (100.0)
50 ปีขึ้นไป	4 (36.4)	3 (27.3)	4 (36.4)	11 (100.0)
รวม	42 (30.2)	48 (34.5)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 6.66792 \quad D.F. = 6 \quad (P < .05)$$

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ ตามตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลที่เ้าประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลที่เ้าประโยชน์จากการอ่านนิตยสารว่าด้วยหลักทรัพย์

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์

อาชีพ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
	นักธุรกิจ/นักลงทุน ในตลาดหลักทรัพย์/ ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ	13 (27.7)	19 (40.4)	15 (31.9)
ค้าขาย	11 (44.0)	7 (28.0)	7 (28.0)	25 (100.0)
พนักงานบริษัท เอกชน	10 (21.3)	15 (31.9)	22 (46.8)	47 (100.0)



ตารางที่ 25 (ต่อ)

อาชีพ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	1 (25.0)	-	3 (75.0)	4 (100.0)
อื่นๆ	7 (43.8)	7 (43.8)	2 (12.4)	16 (100.0)
รวม	42 (30.2)	48 (94.5)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$x^2 = 13.01674 \quad D.F. = 8 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ ตารางที่ 25 พบว่าไม่ว่าอาชีพใดๆ ก็ตาม ไม่มีผล คือ ปัจจัยที่ได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวได้ว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์  
หลักทฤษฎี

รายได้	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทฤษฎี			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ต่ำกว่า 30,000 บาท	24 (24.7)	35 (36.1)	38 (39.2)	97 (100.0)
30,000 ขึ้นไป	18 (42.9)	13 (31.0)	11 (26.1)	42 (100.0)
รวม	42 (30.2)	48 (34.5)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 4.80824 \quad D.F. = 2 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ค่าสถิติไค-สแควร์ ตามตารางที่ 26 พบว่าความแตกต่างในเรื่องระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อปัจจัยที่ได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทฤษฎี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวได้ว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทฤษฎี

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร  
วิเคราะห์ห้สหกรณ์

การศึกษา	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์ห้สหกรณ์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7 (29.2)	8 (33.3)	9 (37.5)	24 (100.0)
ปริญญาตรี	26 (28.0)	30 (32.2)	37 (39.8)	93 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	5 (35.7)	6 (42.9)	3 (21.4)	14 (100.0)
อื่นๆ	3 (42.9)	4 (54.1)	-	7 (100.0)
รวม	41 (29.7)	48 (34.8)	49 (35.5)	139 (100.0)

$$x^2 = 5.90237 \quad D.F. = 6 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ ตามตารางที่ 27 พบว่า ความแตกต่าง ด้านการศึกษา ไม่มีผลต่อปัจจัยที่ได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวได้ว่า การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการได้ประโยชน์จากการ อ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

### สมมุติฐานข้อที่ 3

"สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษามี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

เพศ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ชาย	23 (27.48)	24 (28.6)	37 (44.0)	84 (100.0)
หญิง	16 (29.1)	27 (49.1)	12 (21.8)	55 (100.0)
รวม	39 (28.1)	51 (36.7)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 8.50796 \quad D.F. = 2 \quad (P < .05)$$

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าเพศมีผลต่อความพึงพอใจในการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์  
หลักทฤษฎี

อายุ (ปี)	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทฤษฎี			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
20-29	26 (21.6)	27 (36.5)	31 (41.9)	74 (100.0)
30-39	11 (33.3)	14 (42.4)	8 (24.2)	33 (100.0)
40-49	7 (33.3)	7 (33.3)	7 (33.3)	21 (100.0)
50 ปีขึ้นไป	5 (45.5)	3 (27.3)	3 (27.3)	11 (100.0)
รวม	39 (28.1)	51 (36.7)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 5.72244 \quad D.F. = 6 \quad (P < .05)$$

ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ ตามตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์

อาชีพ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชื่อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
นักธุรกิจ/นักลงทุน ในตลาดหลักทรัพย์/ ผู้บริหาร ผู้ประกอบ การ	16 (34.0)	13 (27.7)	18 (38.3)	47 (100.0)
ค้าขาย	8 (32.0)	12 (48.0)	5 (20.0)	25 (100.0)
พนักงานบริษัท เอกชน	8 (17.0)	19 (40.4)	20 (42.6)	47 (100.0)

ตารางที่ 30 (ต่อ)

อาชีพ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์ห้หลักทฤษฎี			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	1 (25.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	4 (100.0)
อื่นๆ	6 (37.5)	6 (37.5)	4 (25.0)	16 (100.0)
รวม	39 (28.0)	51 (36.7)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 8.75538 \quad D.F. = 8 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ ตารางที่ 30 พบว่าไม่ว่าอาชีพที่แตกต่างกัน  
กันไม่มีผลต่อปัจจัยที่ให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์ห้หลักทฤษฎี มีความแตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวได้ว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่าน  
นิตยสารวิเคราะห์ห้หลักทฤษฎี



ตารางที่ 31 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์  
หลักทฤษฎี

รายได้	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทฤษฎี			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ต่ำกว่า 30,000 บาท	25 (25.8)	36 (37.1)	36 (37.1)	97 (100.0)
30,000 ขึ้นไป	14 (33.3)	15 (35.7)	13 (31.0)	42 (100.0)
รวม	39 (28.1)	51 (36.7)	49 (35.3)	139 (100.0)

$$\chi^2 = .92829 \quad D.F. = 2 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ค่าสถิติไค-สแควร์ ตามตารางที่ 31 พบว่าความแตกต่างกันในเรื่องระดับรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อปัจจัยที่ได้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทฤษฎี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวได้ว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทฤษฎี

ตารางที่ 32 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์  
 หลักทรัพย์

การศึกษา	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์			
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	รวม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8 (33.3)	10 (41.7)	6 (25.0)	24 (100.0)
ปริญญาตรี	24 (25.8)	36 (39.7)	33 (35.5)	93 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	4 (28.6)	3 (21.4)	7 (50.0)	14 (100.0)
อื่นๆ	2 (28.6)	2 (28.6)	3 (42.8)	7 (100.0)
รวม	38 (27.5)	51 (37.0)	49 (35.5)	139 (100.0)

$$\chi^2 = 3.35104 \quad D.F. = 6 \quad (P > .05)$$

ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ ตามตารางที่ 32 พบว่าความแตกต่างทางการศึกษาไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวได้ว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### บทสรุป

นักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ไม่ว่าจะจะเป็นนักลงทุนจากสถาบันการเงินต่างๆ นักลงทุนระยะยาว หรือนักลงทุนระยะสั้น ต่างเข้ามาลงทุนเพื่อจุดมุ่งหมายเดียวกัน นั่นคือกำไร แต่ละบุคคลจะมีประสบการณ์ในการลงทุนที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่ขาดประสบการณ์ จากความรู้ที่ได้กำไรมาเป็นขาดทุน ทั้งนี้เป็นเพราะนักลงทุนส่วนใหญ่ไม่มีข้อมูลที่แท้จริง และขาดการวิเคราะห์ผล และประเมินข่าวสาร แนนอนข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว เป็นหัวใจที่สำคัญของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ การได้เปรียบเสียเปรียบในจุดนี้จะนำไปผลกำไรอันมหาศาล หรือขาดทุนมหาศาลได้เช่นกัน

แม้ว่าในปัจจุบันโดยแท้จริง ในตลาดหลักทรัพย์เป็นองค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลผลประโยชน์ของนักลงทุนในธุรกิจ และโดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูล ข่าวสารให้แก่ลงทุนนั้นต้องเท่าเทียมกัน แต่ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้ ในบางครั้งข่าวสารบางข้อมูล นักลงทุนบางกลุ่มได้ใช้ประสบการณ์มาสร้างสถานการณ์สร้างราคาของหุ้นสูงเกินกว่าความเป็นจริง กระแสข่าวเริ่มเข้าห้องค้าหลักทรัพย์จนถึงนักลงทุนรายย่อย ซึ่งนักลงทุนประเภทนี้จะเป็นเหยื่ออันโอชะของนักปั่นหุ้นเอากำไรจากส่วนนี้ไป ซึ่งความแตกต่างจากกรณีประเภทนี้ จะเกิดขึ้นบ่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะจะเป็นนักลงทุนประเภทไหนๆ การตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์แต่ละครั้ง จะต้องอาศัยข้อมูลน่าเชื่อถือมีการวิเคราะห์ประเมินผลออกมาแล้ว จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทผู้เสนอขายหุ้น บริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ และสื่อ

มวลชนต่างๆ เพื่อกำหนดทางเลือกก่อน การตัดสินใจซื้อขายหุ้นแต่ละตัว

นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์นั้น เป็นส่วนหนึ่งของสื่อมวลชน ที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ในตลาดนิตยสาร จากการขยายตัวของเศรษฐกิจตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ข้อมูลที่นำเสนอออกมาสู่นักลงทุน จะถูกวิเคราะห์และประเมินผล ทั้งทางเทคนิค และข้อมูลข่าวสารให้แน่นอนก่อน ล่าหังสื่อข่าวสารสื่อสิ่งพิมพ์รายวัน และรายสัปดาห์ความฉับไวข่าวสารอาจเกิดความผิดพลาดได้ ดังนั้นความสำคัญที่เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งให้กับนักลงทุน จึงจะต้องมีคุณภาพและน่าเชื่อถือได้

### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการอธิบายเกี่ยวกับการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ว่ามีแบบความสัมพันธ์เป็นเช่นไร โดยผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอไว้เป็นลำดับๆ ไป ดังนี้

#### 1. ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมของประชากรตัวอย่าง

จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างประชากรที่ลงทุนซื้อหรือขายหลักทรัพย์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย (ร้อยละ 59.0) อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 25-29 ปี (ร้อยละ 29.0) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นหลัก (ร้อยละ 35.5 และ 21.0 ตามลำดับ)

#### 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่ จะมีความเห็นด้วยโดย มีปัจจัยองค์ประกอบหลายอย่างที่มีส่วนช่วยให้ตัดสินใจเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ อาทิ ราคา เนื้อหาสาระ ในนิตยสาร ข้อมูลที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ มีการวิเคราะห์เจาะลึกและแม่นยำ และการออกนิตยสารตรงเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

### 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ำให้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ำให้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่จะมีความเห็นด้วยโดยมีปัจจัยองค์ประกอบหลายอย่างที่ำได้รับ ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ อาทิ ข้อมูลที่ำได้มีส่วนช่วยใหำไปประกอบในการตัดสินใจในการลงทุนในหลักทรัพย์ ข้อมูลที่ำได้สามารถนำมาพัฒนาความคิด สามารถนำข้อมูลที่ำได้จากการอ่านนำไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นได้ ทำให้เป็นคนทันต่อเหตุการณ์ ปัจจัยเหล่านี้ที่ำให้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

### 4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ำให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ำให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่ จะมีความเห็นด้วยโดย มีปัจจัยองค์ประกอบหลายอย่างที่ำได้รับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ อาทิ แหล่งข้อมูลไปช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนใหำเกิดผลกำไรใหำข้อมูลที่เป็นจริงและเจาะลึกใหำข้อมูลทางเทคนิค ครอบคลุมทุกขั้คำว่า "อินไซด์" ปัจจัยเหล่านี้ที่ำให้ความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

### 5. ผลการวิเคราะห์สมมุติฐานการวิจัย

ในการศึกษาคั้งนี้ไดำตั้งสมมุติฐานการวิจัยไว้ 3 ประการ โดยได้รับผลการทดสอบสมมุติฐานคั้งนี้

#### 5.1 สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การ

ศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ สรุปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคั้งเศรษฐกิจสังคมของประชากรตัวอย่าง กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันจริงเฉพาะตัวแปรคั้งเพศ อายุ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติคั้งกว่า 0.05 ส่วนตัวแปรคั้งอาชีพ รายได้ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า ตัวแปรคั้งเศรษฐกิจสังคมของประชากร

ตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์มีเพียงตัวแปรเพศและอายุเท่านั้น

5.2 สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ สรุปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านเศรษฐกิจสังคมของประชากรตัวอย่างกับการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันจริงเฉพาะตัวแปรด้านเพศ และอายุ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 ส่วนตัวแปรด้านอาชีพ รายได้ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงกล่าวสรุปได้ว่า ตัวแปรด้านเศรษฐกิจสังคมของประชากรตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ เพียงตัวแปรเพศและอายุเท่านั้น

5.3 สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมจำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ผลจากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านเศรษฐกิจสังคมของประชากรตัวอย่างกับความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กันจริงเฉพาะตัวแปรด้านเพศ และอายุ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 ส่วน ตัวแปรด้าน อาชีพ รายได้ การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังกล่าวสรุปได้ว่า ตัวแปรด้านเศรษฐกิจสังคมของประชากร ตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์ถึงความพึงพอใจจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์มีเพียงตัวแปรเพศ และอายุเท่านั้น

**สรุปผลหาความสัมพันธ์ระหว่าง "การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อ  
นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์กับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง**

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม จำแนกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษากับการเลือกการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ซึ่งพบว่า มีตัวแปรอายุและเพศที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .051 นั้น ปรากฏว่าสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กรีนเบิร์กและคูมาร่า (Greenberg & Kumara)<sup>1</sup> ในการศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อ ซึ่งพบว่า ตัวแปรทางด้านประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ แต่ละตัวเดี่ยวๆ แทบจะไม่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อเลย แต่ตัวแปรเหล่านี้จะพอมิทธิพลเกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออยู่บ้างเล็กน้อยในลักษณะตัวแปรกลุ่ม

ความไม่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรทางด้านประชากร และสังคมกับพฤติกรรมการใช้สื่อยังได้รับการยืนยันจากแมคเคลอยด์และโอคีฟส์ (McLeod & O'Keefe)<sup>2</sup> ที่ว่าการศึกษาวัยผู้ใหญ่เกี่ยวกับอิทธิพลของการทำนายพฤติกรรมทางการสื่อสารโดยตัวแปรทางด้านประชากรส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จล้มเหลว เนื่องจากตามทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม พฤติกรรมการสื่อสารของปัจเจกบุคคลมีแบบแผนเป็นไปตามกลุ่มทางสังคมที่ตนสังกัดมากกว่า ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะคาดหวังพฤติกรรมการสื่อสาร โดยใช้คุณลักษณะทางด้านประชากรและสังคมเป็นตัวอธิบายเพียงอย่างเดียว

---

<sup>1</sup>Bradley S. Greenberg and Hideya Kumara, "National Sample Predictors of Mass Media Use, "Journalism Quarterly Vol. 45 (1968): 641.

<sup>2</sup>McLeod and O'Keefe, "Socialization Perspective," in Kline and Tichener (London: Sage Publications, 1972), p.126.



อย่างไรก็ดี แม้การศึกษาจะเป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสารการวิเคราะห์หลักทรัพย์ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้มีความรู้ในระดับปริญญาตรีมีมากที่สุด ร้อยละ 65.0 ที่เลือกซื้อนิตยสารการวิเคราะห์หลักทรัพย์ รองลงมา ร้อยละ 20.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี และสุดท้าย ร้อยละ 9.0 สูงกว่าปริญญาตรี ก็สอดคล้องกับผลการวิจัยอีกแง่มุมหนึ่งของ ชลลดา เสริมนิภารัตน์<sup>3</sup> เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี ร้อยละ 63.0 เช่นกัน

#### ข้อสังเกตจากการวิจัย "การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารการวิเคราะห์หลักทรัพย์"

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างนักลงทุน ซึ่งเป็นลูกค้าของสมาชิกตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (broker) 20 บริษัทจากทั้งหมด 40 บริษัทจากทั้งหมด 40 บริษัท โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเพื่อสำรวจความคิดเห็นนักลงทุนจำนวน 200 คน ในห้องคำหุ้นของบริษัทสมาชิกก่อนการซื้อขาย รอบเช้า (ก่อน 10.00 น.) และก่อนเวลาการซื้อขายในช่วงบ่าย (ก่อน 14.30 น.) สถานภาพทางเศรษฐกิจของนักลงทุนที่ได้จากการสำรวจระหว่างเดือน เมษายน-พฤษภาคมที่ผ่านมาสรุปได้ว่า

- นักลงทุนในห้องคำ เป็นผู้ขายร้อยละ 59 ที่เหลือเป็นผู้หญิงร้อยละ 41

<sup>3</sup>ชลลดา เสริมนิภารัตน์, ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, วิทยานิพนธ์ (กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 98.

- อายุของนักลงทุนระหว่าง 25-29 ปี มีจำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 29 และอายุระหว่าง 45-49 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 5.5
- ร้อยละ 35.5 ของนักลงทุนในท้องถิ่น อันเป็นส่วนมากที่สุดในหน่วยงานบริษัทเอกชน โดยมีนักลงทุนจริง ๆ ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพอื่นใด เป็นอันดับสอง ร้อยละ 21.0 การสำรวจยังพบด้วยว่า มีข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เข้าไปลงทุนในท้องถิ่น ร้อยละ 2.5
- ร้อยละ 18 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดคือ เกินกว่า 40,000 บาท นับเป็นอันดับที่สาม โดยนักลงทุนที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 43
- มีความรู้ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 65 รองลงมาร้อยละ 20.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี และอันดับสาม ร้อยละ 9 สูงกว่าปริญญาตรี

หากนำเอาความสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ อันเป็นสถานภาพทางเศรษฐกิจโดยนำเอาสัดส่วนมากที่สุดของแต่ละด้านมาสร้างภาพใหม่ของนักลงทุนในท้องถิ่นแล้ว เราอาจได้นักลงทุนชายที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุระหว่าง 25-29 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งมีรายได้ต่ำกว่าเดือนละ 20,000 บาท แม้ว่าจะไม่ใช่ภาพที่แท้จริง แต่ก็ไม่อาจมองข้ามหากจะมีการศึกษาเรื่องใด ๆ อันเป็นพฤติกรรมของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

#### เพศไม่ใช่ขีดจำกัดนักลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามให้ผู้ตอบเป็นผู้รอกคำถามด้วยตนเอง ปรากฏว่า นักลงทุน 200 คน ในท้องถิ่นของโบรกเกอร์นั้น เป็นชายร้อยละ 59 ที่เหลือเป็นหญิงร้อยละ 41 อันมีข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า

1. เพศไม่ใช่ขีดจำกัดต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์
2. แม้ตลาดทุนจะไม่ใช่แหล่งการพนัน แต่ก็มีความเสี่ยง อันอาจสะท้อนให้เห็นถึงผู้หญิงไทยในปัจจุบัน กล้าตัดสินใจในงานที่มีความเสี่ยงมากขึ้นกว่าอดีต
3. ข่าวสารการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ถึงผลตอบแทนที่ดีกว่าการฝากเงิน และการลงทุนอื่นๆ อาจมีอิทธิพลต่อสัดส่วนนักลงทุนหญิงที่มีจำนวนน้อยกว่านักลงทุน

ชายเพียงร้อยละ 18 เท่านั้น

เมื่อนำเอาข้อมูลด้านอายุมาประมวลผล พบว่า นักลงทุนร้อยละ 29 มีอายุระหว่าง 25-29 ปี อันเป็นจำนวนมากที่สุดในห้วงคำของบริษัทสมาชิก รองลงมาร้อยละ 22 มีอายุระหว่าง 20-24 ปี อันดับสามร้อยละ 13 มีอายุระหว่าง 35-39 ปี อันดับสี่ร้อยละ 10.5 มีอายุระหว่าง 40-44 ปี อันดับห้าร้อยละ 8 มีอายุ 50 ปีขึ้นไป และอันดับหกร้อยละ 5.5 มีอายุระหว่าง 45-49 ปี อันมีข้อที่นำเสนอมากก็คือ

1. นับเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในตลาดทุนของเมืองไทยที่คนในวัยหนุ่มสาว ซึ่งส่วนหนึ่งจบออกจากมหาวิทยาลัยแล้ว เดินเข้ามาประกอบอาชีพในตลาดทุน และยังอาจเป็นอาชีพแรกก็ได้อีกเช่นกัน เพราะร้อยละ 22 มีอายุระหว่าง 20-24 ปี

2. แม้ก่อนหน้านี้ จะไม่ปรากฏการสำรวจอายุของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ แต่ก็อาจคาดเดาได้บ้างว่า นักลงทุนโดยส่วนใหญ่ น่าจะมีอายุระหว่าง 35-39 ปี เพราะเป็นวัยที่มีทุนสำรองจำนวนหนึ่งสำหรับการเดินเข้ามาในห้วงคำ ในขณะที่การสำรวจครั้งนี้ คนในวัยดังกล่าวอยู่ในอันดับที่ 3 โดยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 13

**ข้าราชการ/พนักงานของรัฐเข้ามาลงทุนในห้วงคำ 2.5%**

จากการสำรวจในครั้งนี้มีนักลงทุนในห้วงคำ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดถึงร้อยละ 35.5 รองลงมาคืออาชีพหลักในการลงทุนเพียงอย่างเดียว โดยมีสัดส่วนร้อยละ 21 อันดับสามประกอบอาชีพค้าขายร้อยละ 16.5 อันดับสี่ ประกอบอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 11.5 อันดับห้า เป็นนักธุรกิจร้อยละ 8 อันดับหก เป็นผู้บริหาร ผู้ประกอบการ ร้อยละ 4.5 และอันดับเจ็ด เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 2.5 อันมีข้อสังเกตที่น่าสนใจ ได้แก่

1. เวลาในการซื้อ-ขายหุ้นปัจจุบันมี 2 ช่วง โดยช่วงเช้าระหว่าง 10.00-12.30 น. เป็นเวลา 2 ชั่วโมง 30 นาที และช่วงบ่าย 14.30-16.00 น. เป็นเวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที

พิจารณาจากระดับการศึกษา ปริมาณที่มากที่สุด ร้อยละ 65, รองลงมา ต่ำกว่า ปริมาณที่ ร้อยละ 20.5 และอันดับสาม สูงกว่าปริมาณที่ ร้อยละ 9 อันสะท้อนได้ประการหนึ่งว่า

1. ตลาดทุนอาจจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในการลงทุน
2. หรือในทางกลับกันผู้ที่มีความรู้ในระดับปริมาณที่ให้ความสนใจการลงทุนในตลาด

หลักทรัพย์มากที่สุด

3. แต่ถ้าสูงกว่าปริมาณที่ไปแล้วกลับมีจำนวนน้อยเพียงร้อยละ 9 เท่านั้น

#### โบรกเกอร์มีอิทธิพลมากที่สุดต่อมวลชนมาเป็นอันดับสอง

สิ่งที่ได้จากการสำรวจอาจวิเคราะห์ได้ว่านักลงทุน 139 ใน 200 คน ซึ่งอ่านสื่อสิ่งพิมพ์บางประเภทวิเคราะห์หลักทรัพย์ ยังไม่หาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำไปช่วยตัดสินใจในการลงทุนให้เกิดผลกำไรถึงร้อยละ 86.3 เพราะมีเพียงร้อยละ 12.2 เท่านั้นที่ไม่ได้หาเพิ่มเติม โดยผู้ที่หาแหล่งข้อมูลเพิ่มเติมใช้ข้อมูลซึ่งมาจากหน่วยงานวิเคราะห์ของโบรกเกอร์มากที่สุดร้อยละ 67.6, อันดับสองร้อยละ 55.7 ใช้แหล่งข้อมูลที่มาจากสื่อมวลชน, อันดับสามร้อยละ 42.4 เป็นข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, อันดับสี่ ร้อยละ 37.4 จากเพื่อนฝูงญาติพี่น้อง, อันดับห้าร้อยละ 27.3 จากหน่วยงานวิจัยต่างๆ และอันดับหกร้อยละ 20.9 จากบริษัทจดทะเบียน

ทำไม จึงไม่ให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลซึ่งมาจากตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นอันดับหนึ่ง? ทำไมจึงเชื่อแหล่งข้อมูลซึ่งวิเคราะห์โดยหน่วยงานของโบรกเกอร์มากที่สุด? และทำไมจึงให้ความสำคัญแหล่งข้อมูลซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนน้อยที่สุด?

อาจวิเคราะห์ได้ว่า

1. แม้ว่าตลาดหลักทรัพย์ฯ จะให้ข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง แต่..

ตลาดหลักทรัพย์ฯ สามารถให้ได้แต่ข้อมูลบริสุทธิ์ (ข้อมูลดิบ) ที่ไม่มีการวิเคราะห์ใดๆ อันไม่ใช่งานที่ของตลาดหลักทรัพย์ฯ จะกระทำ

1.2 แม้ว่าตลาดหลักทรัพย์ฯ จะมีข่าวสารข้อมูลที่อาจกล่าวได้ว่า มากที่สุด ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจการซื้อขาย หรือสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องแต่ก็ยังมีข้อสงสัยว่า โอกาสที่นักลงทุนจะ ได้ใช้ข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการลงทุนมีมากน้อยแค่ไหน แม้ว่าสื่อมวลชนในสายเศรษฐกิจจะให้ความสนใจนำมาเผยแพร่ต่อ แต่ก็ทำได้ในระดับหนึ่ง เพราะข้อมูลในระดับที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในการลงทุนได้อย่างแท้จริงนั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายให้ตลาดหลักทรัพย์สูงมาก (ข้อมูล จาก Public SIM)

2. แม้โบรกเกอร์จะมีฐานข้อมูลน้อยกว่าตลาดหลักทรัพย์ แต่..

2.1 ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างโบรกเกอร์กับนักลงทุนในฐานะลูกค้า

2.2 หน่วยงานวิเคราะห์ของโบรกเกอร์นำข้อมูลมาประมวลผลเพื่อชี้ให้เห็นที่มาที่ไป และแนวโน้มของการลงทุนทั้งด้านพื้นฐานและเทคนิคในระดับหนึ่ง

2.3 ตัวของโบรกเกอร์เองเป็นนายหน้าซื้อขายหุ้นซึ่งเปรียบเสมือนเจ้าของธุรกรรม การซื้อขายอันอาจกล่าวได้ว่า มีผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อการลงทุน และยังเป็นเจ้าของหน่วยงานวิเคราะห์หลักทรัพย์อีกด้วย

2.4 ความเชื่อถือในการวิเคราะห์โดยหน่วยงานของโบรกเกอร์โดยทั่วไปที่สั่งสม

3. แม้บริษัทจดทะเบียนจะรู้ดีที่สุดในกิจกรรมทางธุรกิจ และการจัดการของตนแต่..

3.1 ระเบียบปฏิบัติของตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสามารถกระทำได้ในระดับหนึ่ง ตลอดไปจนถึงวิธีการเผยแพร่ที่ต้องยึดกรอบ

3.2 ครั้นข่าวสารภายในที่มีผลกระทบสูง อาทิ ข่าวการเพิ่มทุน ไม่ว่าจะปรากฏโดยผ่านสื่อมวลชน หรือจากการบอกเล่าอันทำให้ราคาหุ้นของบริษัทจดทะเบียนมีความเคลื่อนไหวผิดปกติโดยไม่ผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ เสียก่อน ก็จะทำให้เกิดความสับสนอันทำให้บริษัทจดทะเบียนเป็นแหล่งข้อมูลที่ช้า หรือความเชื่อถือลดน้อยลงไปในตัวเอง

## ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

จากการวิจัย เรื่อง "การเลือกซื้อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์" นี้คือความต้องการของผู้ซื้ออ่าน ที่ได้แสดงความคิดเห็น รู้สึกที่ต้องการ ได้มีส่วนร่วม แสดงความต้องการต่างๆ ออกมา ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจหรือข้อติชม เสนอแนะให้แก่ผู้ผลิต ได้รับข้อมูลไปเป็นแนวทางแก้ไข ดังนี้

### 1. ความต้องการของผู้เลือกซื้อและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

นักลงทุนที่เลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ส่วนใหญ่ที่ได้แสดงความคิดเห็น หลังจากตอบแบบสอบถาม จะมีความต้องการที่อยากจะบอกให้ผู้ผลิตนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ได้รับทราบความคิดเห็นจากผู้ซื้ออ่าน โดยผู้วิจัยเองจะเป็นสื่อกลางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ เพื่อจะเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งให้แก่ผู้ผลิตในการปรับปรุงนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

#### 1.1 เนื้อหาสาระในนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

- นักลงทุนได้เสนอความต้องการที่อยากจะให้ผู้ผลิตให้ข้อมูลที่ เป็นข้อคิด และน่าสนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปไตร่ตรองในการจะซื้อหรือขายหลักทรัพย์ อาทิ ผลกำไรของหมวดธนาคารพาณิชย์ไตรมาสแรก ซึ่งนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ซึ่งมีข้อมูลข่าวสารที่ใกล้เคียงกับแหล่งข้อมูลต่างๆ มีนักวิเคราะห์ นักวิชาการประจำนิตยสาร แต่ไม่เสนอหรือให้เก็ลด์ข้อมูลแก่ผู้ซื้ออ่านไว้ล่วงหน้า หรือข้อสังเกตว่า หมวดธนาคารพาณิชย์จะเป็นหมวดธุรกิจหลักทรัพย์ที่น่าสนใจ ในระยะไม่เกิน 1 เดือน ก่อนที่จะที่ธนาคารพาณิชย์ได้ประกาศผลกำไรประจำไตรมาสเป็นทางการ ซึ่งทำให้นักลงทุนที่เป็นนักลงทุนประเภทปานกลาง ลงทุนซื้อหรือขายหลักทรัพย์ประมาณ 1 เดือน รู้สึกสนใจอยากจะได้ข้อมูลข่าวสารประเภทนี้มากกว่า เพราะจะทำให้ให้นักลงทุนได้เตรียมตัวทยอยจะซื้อหรือขาย เตรียมวางแผนไว้ล่วงหน้า

- การใช้ศัพท์ภาษาต่างประเทศที่เป็นศัพท์เฉพาะ : นักลงทุนอีกมากที่ไม่ได้มีความรู้ทางศัพท์เฉพาะ หรือศัพท์เทคนิค อยากให้มีการขยายความหมาย หรือคอสัมน์เสียๆ ให้ความรู้ทางศัพท์เฉพาะหรือศัพท์เทคนิคแก่นักลงทุน ที่เพิ่งเข้ามาซื้อหรือขายในตลาดหลักทรัพย์ อีกทั้งผู้ที่กำลังศึกษา สนใจอยู่ภายนอก ช่วงกำลังเดินสู่อุตสาหกรรมหลักทรัพย์

- คอสัมน์เสนอแนะและถามตอบปัญหา : สารพันปัญหาที่นักลงทุนสงสัยในด้านธุรกิจหลักทรัพย์ ไม่ว่าจะเป็นการที่ดัชนีขึ้นหรือลงในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ รายตัวของผู้ถือหุ้นที่มีการเคลื่อนไหวผิดปกติ ควรจะลงทุนในตลาดช่วงนี้หรือไม่ เป็นต้น ความสงสัยต่างๆ ยังมีอีกมาก แต่ผู้ที่ตอบปัญหาได้ดี นอกจากแผนกวิเคราะห์ของแต่ละ BROKER แล้ว สื่อมวลชนหรือในที่นี่จะระบุเฉพาะนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ก็สมควรจะให้ความรู้ แก้ไขความสงสัยปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะนักลงทุนบางท่านเห็นความสำคัญของสื่อมวลชน เข้าใจในสถานการณ์ของแต่ละสื่อ ดังนั้น นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์เป็นส่วนหนึ่งของสื่อสิ่งพิมพ์ บทบาทที่ได้ถูกกำหนด มีคณะทำงานที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านหลักทรัพย์ ควรที่จะเป็นผู้ตอบให้แก่นักลงทุน เพื่อความมั่นใจในกรณีที่สงสัยและยังให้ความรู้แก่ผู้อื่นที่กำลังสนใจในเนื้อหา นั้น ควรจะเพิ่ม คอสัมน์เสนอแนะ และถามตอบปัญหา ในนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

## 1.2 มีการวิเคราะห์ทางเทคนิคให้เจาะลึก

จุดเด่นของนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ก็คือ การวิเคราะห์หุ้นทางเทคนิค เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญในการลงทุน จะมีส่วนช่วยให้นักลงทุนมีความเสี่ยงน้อยลงเมื่อต้องตัดสินใจ นักลงทุนที่ได้แสดงความต้องการทางด้านวิเคราะห์ทางเทคนิคของหุ้นแต่ละตัว และภาพรวมดัชนี นักลงทุนที่ลงทุนลักษณะระยะสั้นอยากให้ออกมาวิเคราะห์ทางเทคนิคของผู้ผลิตให้วิเคราะห์ให้ข้อมูลในด้านวิเคราะห์กระชับขึ้น บอกจุดแนวทวน แนวต้านที่แน่นอน ควรซื้อหรือควรขายในราคาเท่าไร ถึงแม้ว่าในปัจจุบันแต่ละนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ก็ได้มีข้อมูลบอกที่แน่นอนอยู่แล้ว แต่นักลงทุนอาจจะต้องการให้เกิดความปลอดภัย หรือเสี่ยงน้อยที่สุดในการลงทุน ก็ขึ้นอยู่กับแต่ละนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ว่าจะให้อะไร มีกลยุทธ์ไหนที่เข้าถึงความต้องการผู้อ่านให้มากที่สุด

## 2. ความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

ในด้านของความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ จากการแสดงความคิดเห็นของนักลงทุน สรุปได้ว่า ในด้านเนื้อหาข่าวสารข้อมูล และการวิเคราะห์ทางเทคนิค นักลงทุนจะพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ แม้ว่านักลงทุนบางคนจะมีความพอใจไม่เท่ากัน แล้วแต่ที่คนละแต่ละบุคคล แต่โดยภาพรวมแล้วผู้วิจัยจะนำผลจากการวิจัยมาแจกแจงรายละเอียดในรูปแบบของค่าร้อยละ เพื่อจะได้ดูชัดเจน และข้อมูลจะได้นำเชื่อถือโดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ปัจจัยที่ให้ข้อมูลไปช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนให้เกิดผลกำไร : เห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 18.7 และเห็นด้วยร้อยละ 57.6 รวมร้อยละ 76.3

2.2 ปัจจัยที่ให้ข้อมูลที่ เป็นจริงและเจาะลึก : เห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 15.8 และเห็นด้วยร้อยละ 34.5 รวมร้อยละ 50.3

2.3 ปัจจัยที่ให้ข้อมูลวิเคราะห์ทางเทคนิค ศัพท์ และตัวหุ้น : เห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 15.1 และ เห็นด้วยร้อยละ 56.1 รวมร้อยละ 71.2

2.4 ปัจจัยที่ช่วยให้ลดบทบาทข่าวลือ : เห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 10.1 และเห็นด้วยร้อยละ 41.7 รวมร้อยละ 51.8

สรุปจะเห็นได้ว่าผลของแจกแจงรายละเอียดในรูปแบบของค่าร้อยละ จะพบว่านักลงทุนที่อ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์มีความพึงพอใจต่อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์มากกว่าร้อยละ 50.0

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล กล่าวได้ว่านิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีประสิทธิภาพดีพอใช้ สามารถให้ประโยชน์ และความพึงพอใจนักลงทุนได้ส่วนหนึ่ง ในแง่ของการวิเคราะห์ข้อมูลทางเทคนิคของตัวหุ้นเป็นหลักสำคัญ นักลงทุนส่วนใหญ่ยังต้องการหาข้อมูลจากแหล่งข่าวต่างๆ เข้ามาเสนออีก ในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้เกิดความมั่นใจใน



## การลงทุน

ผู้วิจัยจะเสนอ ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับลักษณะข่าวสารที่ต้องการไว้เป็นข้อเสนอแนะใน รายงานผลการศึกษาคั้งนี้ ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจ 2 ประเด็นสำคัญคือ

### 1. ข้อมูลบางส่วนของนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

1.1 การวิเคราะห์หุ้นเป็นการวิเคราะห์รายหลักทรัพย์ตามเทคนิค เพื่อเป็นข้อมูล พื้นฐาน หรือข้อมูลเสริมให้นักลงทุนเกิดความมั่นใจได้ประโยชน์ไปประกอบการตัดสินใจ ซื้อขาย หลักทรัพย์ เพราะผู้ที่มาทำหน้าที่วิเคราะห์หุ้นนั้น จะต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ทั้งทางวิชาการ และปฏิบัติ หาข้อมูลที่เป็นประโยชน์มานำเสนอในบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ จะสามารถช่วยเหลือนัก ลงทุนได้โดยไม่ต้องไปค้นคว้าหาข้อมูลเอง

1.2 การวิเคราะห์สภาวะทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เนื่อง จากผลการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเกิดขึ้นภายในประเทศหรือต่างประเทศ ล้วนแต่ ส่งผลกระทบต่อสภาวะตลาดหุ้นในประเทศไทย ทั้งนี้เพราะเศรษฐกิจของไทยติดต่อกับระบบทุน นิยมโลก ยันได้แก่ประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เป็นต้น เมื่อเหตุ การณ์เกิดการเปลี่ยนแปลงในต่างประเทศ ณ จุดใดจุดหนึ่ง ย่อมส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ ตามลำดับไปด้วย เช่น สหรัฐอเมริกาขึ้นอัตราดอกเบี้ย ทำให้ตลาดหุ้นไทยได้รับผลกระทบ ดัชนี ลงไม่ต่ำกว่า 200 จุด ในระยะภายในหนึ่งอาทิตย์ เป็นต้น

1.3 การวิเคราะห์สภาวะทางการเมืองทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีความ สัมพันธ์ต่อเนื่องกับสภาวะเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เนื่องจากผลของการเมืองไม่มีเสถียรภาพ ในการปกครองของรัฐบาลทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศมหาอำนาจ ก็จะส่งผลกระทบต่อ ตลาดหุ้นด้วยจากความไม่แน่นอน เช่น รัฐบาลของไทย ปกครองโดยนายกรัฐมนตรี ชวน หลีกภัย ความถี่เสถียรภาพของรัฐบาล ไม่มั่นคงทำให้นักลงทุนชาวไทยและต่างชาติได้ชะลอการลงทุนใน ตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น

1.4 การแนะนำวิเคราะห์ข้อมูลตามสถานการณ์ใช้ในการลงทุน เนื่องจากตลาดหุ้นเป็นตลาดที่เปราะบางและละเอียดอ่อน ไม่ว่าจะเกิดผลกระทบทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การเมืองหรือเศรษฐกิจต่างๆ เกิดขึ้นอาจเกิดผลกระทบทำให้สถานการณ์ในการลงทุนเวลาช่วงนั้น มีการเปลี่ยนแปลงไปหน้าที่หลักของนิตยสารวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์เปรียบเทียบเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่ง ให้กับนักลงทุนไปลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แล้วปลอดภัยเกิดความเสียหายให้น้อยที่สุด แนะนำสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

## 2. ประสิทธิภาพข้อมูลข่าวสารของนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

### 2.1 ข้อมูลจริงและมีคุณภาพ

ข้อมูลที่น่าเสนอนอกจากนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ อาจจะมีผลกระทบต่อความเคลื่อนไหวของราคาหุ้น และตลาดหลักทรัพย์ในเชิงจิตวิทยากับผู้อ่าน ความคลาดเคลื่อนของข่าวสาร อาจจะทำให้นักลงทุนตัดสินใจลงทุนไปโดยผิดพลาด ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพก่อนจะให้นักลงทุนรับรู้ จะต้องมีการตรวจสอบ วิเคราะห์ข้อมูล และประเมินผลจากผู้มีความรู้ความสามารถ ประสพการณ์ก่อนออกมาสู่ให้นักลงทุน

### 2.2 การวางตัวเป็นกลาง

นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ควรจะเป็นตัวแทนของนักลงทุนสอดคล้องความยุติธรรมในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ในแง่ของการลดบทบาท ข่าวลือ ช่วยขจัดปัญหา ข่าวสารอินไซด์ หรือแม้กระทั่งการสร้างราคาหุ้นหรือปั่นหุ้น จากเจ้าของกิจการหรือแม้กระทั่งกลุ่มที่มีอิทธิพลที่มาชักตวงกำไร ได้รับผลประโยชน์อย่างมหาศาล นักลงทุนอีกมากที่ไม่ทราบเรื่องราว ก็จะเป็นผู้รับเคราะห์

### ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยในอนาคต

จากข้อจำกัดหลายประการในการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่สนใจจะทำวิจัยในประเด็นที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้

1. ควรจะต้องทำความเข้าใจกับนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ว่าไม่ได้มาจากแหล่งข่าวสารอื่นๆ เป็นการวิจัยด้านการศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมมากกว่าด้านธุรกิจ
2. ควรเตรียมการเก็บรวบรวมข้อมูลให้รัดกุม และควรจะมีช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพราะช่วยเวลาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ 10.00-12.30 น. และ 14.30-16.00 น. ควรจะเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนเปิดตลาดตอนเช้าและก่อนเปิดตลาดช่วงบ่าย
3. การออกแบบสอบถามที่เหมาะสมกับกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เป็นนักลงทุนแบบสอบถามควรจะเป็นแบบสอบถามที่ให้นักลงทุนตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อจะได้รับความร่วมมือจากนักลงทุน และไม่ไปรบกวนช่วงเวลาการลงทุนของนักลงทุน

### ข้อแนะนำหัวข้อที่จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในอนาคต

"ประสิทธิผลของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่มีต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย"

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, รายงานผลการศึกษาวิจัยตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทย, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย, 2530.

ชิดนีย์ เอ็ม. รอบินส์. ตลาดทุนประเทศไทย. แปลโดย ทวี วิริยะฑูรย์. กรุงเทพมหานคร :

โรงพิมพ์เจริญกิจ, 2525.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ตลาดหุ้นในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : ตลาดหลัก

ทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2526.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. รวมข้อคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์. กรุงเทพมหานคร :

บริษัท เอส.พี.วี.บิวซิเนส แอนด์คอนซัลแทนต์ จำกัด, 2523.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. รวมบทความธุรกิจหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร : เทพนิมิตการพิมพ์, 2522.

ทวี วิริยะฑูรย์. กฎหมายและความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์และตลาดการเงิน.

กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, 2527.

นาตศิริ วิมลเจลา. จิตวิทยาการลงทุนในตลาดหุ้น. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ดีแอนด์เอส,

2528.

มังกร ชัยชนะดารา. ลักษณะของการสื่อสารและการสื่อมวลชน. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2512.

วุฒิชัย จานงค์. พฤติกรรมการค้าสินค้า. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไอเดียน, 2523.

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531

มังกร ชัยชนะดารา. ลักษณะของการสื่อสารและการสื่อมวลชน. คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2512.

### วิทยานิพนธ์และบทความ

สมพงษ์ อรพินท์, "ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย"  
เอกสารประกอบการสัมมนาหัวข้อ "การสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
ประเทศไทย" ในการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง "ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
: นานาประเด็นศึกษา" จัดโดยคณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรม  
ศาสตร์, (22-24 พฤศจิกายน 2531).

ปราการ ทวีสุวรรณ และคณะ. "ทัศนคติของผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย"  
เอกสารประกอบการสัมมนาหัวข้อ "การสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  
ประเทศไทย" ในการสัมมนาเรื่อง "ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : นานา  
ประเด็นศึกษา" จัดโดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
(22-24 พฤศจิกายน 2531) : 1-72

ทวี วิริยะบุรุษ. "ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย." เอกสารการสอนชุดวิชา "การลง  
ทุน" หน่วยที่ 3 ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพมหานคร : สำนัก  
พิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.

คู่ภววรรณ สัจจงหงส์. "ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ  
และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะ  
กรณีรายการข่าวภาคถ่ายทอดสดของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย."  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์, 2532

- กรรณิกา ศิริสวัสดิ์วิชัย. "การตัดสินใจซื้อและอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง." วิทยานิพนธ์ กรุงเทพฯ : คณะวารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- ชลลดา เสริมณาคารณ์ "ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ กรุงเทพฯ : คณะวารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

#### BOOK

- Applbaum, ronald L., et.al. Fundamental Concepts in Human Communication. San Francisco : Canfield Press, 1973.
- Asch, S.E. social Psychology. new York : Prentice-Hall, 1952.
- Austin S. Babrow. "Theory and Method in Research on Audience Motives, "Journd of Broadcasting and electronic Media 32 (Fall 1988) :
- Berelson and Steiner, G.A. Human Behaviour. New York : Harcourt Brace World, 1964.
- Betinghaus, Erwin P. Persuasive Communication. Holt, Rinehart and Winston Inc., 1973.
- Blumler, J.G. "The Social Character of Media Gratifications." In Media Gratifications Research : Current Perspectives, p.50. Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen. Beverly Hills : Sage, 1985.

- Bogart, L. "The Mass Media and The Blue-collar Worker." In The Blue Collar World. Edited by A. Bennett and W. Gomberg. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1965
- Burgoon, Michael and Ruffner, Michael. Human Communication. Holt, Rinehart and Winston Inc., 1978.
- Edelstein, Alex S. The uses of Communication in Decision Making : A Comparative Study of Yugoslavia and the United States. New York : Praeger Publishers Inc., 1974.
- Hovland, Carl I., James, Irving L., and Kelley, Harold H. Communicating and Persuasion. new haven and London : Yale University Press, 1953.
- Katz, E., Blumler, J. G., and Grenvitch, M. (1983) quoted in "An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications." by Palmgreen and Rayburn II. In Media Gratifications Research : Current Perspectives, p. 62. Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen, Beverly Hills : Sage, 1985.
- Rosengren, Karl Erik. "Uses and Gratifications: A Paradim Qutlined," In The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research, 269-285. Edited by J. G. Blumler and E. Katz. Beverly Hills: Sage, 1974.
- McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. Using MassCommunication Theory. 1979.

- Blumler, J. G. "The Social Character of Media Gratifications." In Media Gratifications Research : Current Perspectives, p. 50. Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen. Beverly Hills : Sage, 1985.
- Bogart, L. "The Mass Media and The Blue-Collar Worker." In The Blue Collar World. Edited by A. Bennett and W. Gomberg. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1965.
- Rogers, Everett M. and Shoemaker, Floyd F. Communication of Innovation : A Cross-cultural Approach New York : The Free Press, 1971.
- Rogers, Everatt M. Communication Strategies for Family Planning, New York : The Free Press, 1973.
- Jack M. McLeod Card R. Bybee and Jean A. Durall "Evaluating Media Performance by Gratifications Sought and Received, Journalism Quarterly (Spring 1982)
- William R. Elliott and William L. Rosenberg, "The 1985 Philadelphia Strike : Uses and Grallifications Study," Journalism Quarterly (Winter 1987) :
- McLeod, jack M. and Becker, L.B. "The Uses and Gratifications Approach." In handbook of Political Communication. Edited by D.D. Nimmo and K.R. Sanders. Beverly Hills : Sage, 1981.
- McLeod and O'Keefe. "Socialization Perspective." In Current Perspectives in mass Communication Research, p.123. Edited



- Taylor Anita ; Rosegrant, Teresa; Meyer, Arthur ; and Samples, thomas B. Communicating. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall Inc.
- Tubbs, Stewart L. and Moss, sylvia. Human Communication. New York : Random House, 1974.

#### ARTICLES

- Berlo, david K.; lemert, James B.; and Mertz, Robert J. "Dimensions for Evaluating the Acceptability of Message Sources." Public Opinion quarterly 38 (1970) : 563-567.
- Burgoon, Michael ; Burgoon, Judee K. and Wilkinson, Miriam. "Newspaper Image and Evaluation." Journalism Quarterly 58 (1981) : 411-419, 433.
- Carter, Richard F. and Greenberg, Bradley S. "Newspaper or Television : Which do you believe?" Journalism Quarterly 42 (1965) : 29-34.
- Choi, Richard F. and Greenberg, Bradley S. "Newspaper or Television : Which do you believe?" Journalism Quarterly 42 (1965) : 29-34.
- Clarke, Peter and Ruggels, Lee. "Preferences Among News media for Coverage of Public Affairs." Journalism Quarterly 47 (1970) : 464-471.
- Gaziano, Cecilia and mcGrath, Kristin. "Measuring the Concept of Credibility." Journalism Quarterly (Autumn 1986) : 456-457.

Greenberg, Bradley S. and Kumara, Hideya. "National Sample Predictors of Mass Media Use." Journalism Quarterly 45 (1968) : 641-647.

McCroskey, James C. and Jenson, thomas A. "Image of Mass media news Source." Journal of Braodcasting 19 (Spring 1975) : 169-180.

DRU

กรม  
การ  
การ  
การ

ภาคผนวก

รายชื่อบริษัทที่เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

(ถึงวันที่ 1 พฤศจิกายน 2536)

หมายเลขสมาชิก	รายชื่อบริษัท
1	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ตะวันออกฟายแนนซ์ จำกัด
2	บริษัทหลักทรัพย์ไทยคำ
3	บริษัทหลักทรัพย์แอ็ดคินซัน จำกัด
4	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์นวมธนกิจ จำกัด
5	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์สินธุตสาหกรรม จำกัด
6	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ภัทรธนกิจ จำกัด
7	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เงินทุนสากล จำกัด
8	บริษัทหลักทรัพย์เอเชีย จำกัด
9	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ไทยแม็กซ์ จำกัด
10	บริษัทหลักทรัพย์ยูเนี่ยน จำกัด
11	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์พูลพิพัฒน์ จำกัด
12	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์คาเซย์ทริสต์ จำกัด
13	บริษัทหลักทรัพย์เอกฉ่าง จำกัด
14	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์พัฒนาเงิน จำกัด
15	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์สินเอเชีย จำกัด
16	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด
17	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ธนารินทร์ จำกัด
18	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์สหธนกิจไทย จำกัด

หมายเลขสมาชิก	รายชื่อบริษัท
19	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ทรัพย์เกียรติคุณ จำกัด
20	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์จีเอฟ จำกัด
21	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์พาราพัฒนา จำกัด
22	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เอ็มซีซี จำกัด
23	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์บุคคลภัย จำกัด
24	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ไอทีเฮฟ จำกัด
25	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ธนไทย จำกัด
26	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มหาสมุทร จำกัด
27	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์กรุงเทพธนাত্র จำกัด
28	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ร่วมเสริมกิจ จำกัด
29	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์กรุงศรีอยุธยา จำกัด
30	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มิตรไทยยูโรพาร์ทเนอร์ จำกัด
31	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ศรีมิตร จำกัด
32	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ธนสยาม จำกัด
33	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์นครหลวงเครดิต จำกัด
34	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เอกเอเชีย จำกัด
35	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์นครหลวง จำกัด
36	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์วอลล์สตรีท จำกัด
37	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ธนพล จำกัด
38	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ยูไทยเน็คค จำกัด
39	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ไทยฟูจิ จำกัด
40	บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มหาธนกิจ จำกัด

## แบบสอบถาม

ในปัจจุบัน นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์กำลังได้รับความนิยมจากกลุ่มบริโศคเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบันมีลักษณะตรงกับความต้องการของผู้บริโศคมากที่สุด ข้าพเจ้า นายราเมศร์ คิมชวินิชย์ นักศึกษา ปริญญาโท สาขา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จึงได้ทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อ

### "การเลือกซื้อ" การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ต่อ นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์

เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรของภาควิชา ซึ่งข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าจึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้และส่งคืนกลับมาถึงข้าพเจ้าตามที่อยู่ซึ่งได้ระบุไว้ด้านหลังข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับและไม่มีการอ้างถึงตัวบุคคลใดทั้งสิ้น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ต้องการ และกรอกรายละเอียดข้อความในช่องว่างที่กำหนด

หมายเหตุ "นิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์" ในที่นี้ หมายถึง เฉพาะนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีการ จัดทำเป็นรูปเล่ม ไม่รวมหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

## 1/ เพศ

1/ ( ) ชาย	2/ ( ) หญิง	[ ]
------------	-------------	-----

## 2/ อายุ

1/ ( ) 20-24 ปี	2/ ( ) 25-29 ปี	[ ]
-----------------	-----------------	-----

3/ ( ) 30-34 ปี	4/ ( ) 35-39 ปี	
-----------------	-----------------	--

5/ ( ) 40-44 ปีขึ้นไป	6/ ( ) 45-49 ปี	
-----------------------	-----------------	--

7/ ( ) 50 ปีขึ้นไป		
--------------------	--	--

## 3/ อาชีพหลัก

1/ ( ) นักธุรกิจ	2/ ( ) ค้าขาย	[ ]
------------------	---------------	-----

3/ ( ) นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	4/ ( ) พนักงานบริษัทเอกชน	
---------------------------------	---------------------------	--

5/ ( ) ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ	6/ ( ) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	
-------------------------------	------------------------------	--

7/ ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
------------------------------	--	--

## 4/ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1/ ( ) ต่ำกว่า 20,000 บาท	2/ ( ) 20,001 - 30,000 บาท	[ ]
---------------------------	----------------------------	-----

3/ ( ) 30,001 - 40,000 บาท	4/ 40,000 บาทขึ้นไป	
----------------------------	---------------------	--

## 5/ จบการศึกษา

1/ ( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี	2/ ( ) ปริญญาตรี	[ ]
-------------------------	------------------	-----

3/ ( ) สูงกว่าปริญญาตรี	4/ ( ) อื่นๆ โปรดระบุ	
-------------------------	-----------------------	--





4. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์  
(กรุณาตอบทุกหัวข้อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. ราคา						[ ]
2. เนื้อหาสาระในนิตยสาร						[ ]
3. ข้อมูลที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือ						[ ]
4. มีการวิเคราะห์เจาะลึก และแม่นยำ						[ ]
5. การออกนิตยสารตรงเวลา						[ ]
6. สถานที่เลือกซื้อ						[ ]
7. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....						[ ]

5. ในปัจจุบันท่านซื้อนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ในรูปแบบใด (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- 1/ ( ) ซื้อฉบับเดิมซ้ำๆ [ ]
- 2/ ( ) ไม่เคยซื้อซ้ำเปลี่ยนตามความสะดวกในการซื้อ [ ]
6. ท่านคิดว่าจำนวนนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีขายอยู่ในปัจจุบันเป็นจำนวนที่ท่านคิดว่าเพียงพอหรือไม่ (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- 1/ ( ) เพียงพอแล้ว [ ]
- 2/ ( ) ต้องการให้มีเพิ่มในท้องตลาด
- 3/ ( ) มีมากเกินไปในปัจจุบัน

7. แหล่งข้อมูลข่าวสารใดที่ท่านคิดว่าให้ประโยชน์แก่ท่านในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์  
(กรุณาตอบทุกข้อ)

จากประสบการณ์ของท่าน แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ให้ ประโยชน์กับท่าน	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. แผนวิเคราะห์เงินทุน หลักทรัพย์ของ BROKER						[ ]
2. หน่วยงานวิจัยต่างๆ						[ ]
3. ข้อมูลเสนอโดยตลาดเช้าถือ						[ ]
4. ข้อมูลเสนอโดยบริษัท จดทะเบียน						[ ]
5. เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง						[ ]
6. สื่อมวลชนต่างๆ						[ ]
6.1 โทรทัศน์						[ ]
6.2 วิทยุ						[ ]
6.3 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ รายวัน/สัปดาห์						[ ]
6.4 วารสารธุรกิจ						[ ]
6.5 นิตยสารประเภท วิเคราะห์หลักทรัพย์						[ ]
7. อื่นๆ (โปรดระบุ)						[ ]

8. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ทำให้ประโยชน์กับท่านจากการอ่านนิตยสาร (กรุณาตอบทุกหัวข้อ)

ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์ ประโยชน์กับท่าน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1/ ข้อมูลที่ได้มีส่วนช่วยให้ไปประกอบในการตัดสินใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์						[ ]
2/ ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาพัฒนาความคิดให้กับตนเอง						[ ]
3/ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการอ่านนำไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นได้						[ ]
4/ นักวิเคราะห์ข้อมูลจะให้เห็นมุมมองและแง่คิดที่เป็นประโยชน์						[ ]
5/ ทำให้เป็นคนทันต่อเหตุการณ์						[ ]

9. ท่านคิดว่านิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์สามารถให้ข้อมูลที่ท่านพึงพอใจและนำไปใช้ในการลงทุนเพียงใด (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- 1 ( ) มากที่สุด 2 ( ) มาก [ ]
- 3 ( ) พอใช้ 4 ( ) น้อย
- 5 ( ) น้อยที่สุด

10. หลังจากที่ท่านได้ข้อมูลจากนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์แล้ว ท่านได้หาข้อมูลจากแหล่งใดอีก หรือไม่ (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ) [ ]

- 1 ( ) หาเพิ่มเติม 2 ( ) ไม่ได้หาเพิ่มเติม (ข้ามไปตอนข้อ 12)

11. แหล่งข้อมูลใดบ้างที่ท่านหาข้อมูลเพิ่มเติม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1/ ( ) แผนกวิเคราะห์เงินทุนหลักทรัพย์ของ BROKER [ ]
- 2/ ( ) หน่วยงานวิจัยต่างๆ [ ]
- 3/ ( ) ตลาดหลักทรัพย์ [ ]
- 4/ ( ) บริษัทจดทะเบียน [ ]
- 5/ ( ) เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง [ ]
- 6/ ( ) สื่อมวลชนอื่นๆ [ ]
- 7/ ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... [ ]
12. ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ให้ความพึงพอใจกับท่านจากการอ่านนิตยสาร วิเคราะห์หลักทรัพย์ (กรุณาตอบทุกข้อ)

ความพึงพอใจที่ท่านได้รับจากการอ่านนิตยสารวิเคราะห์หลักทรัพย์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1/ ให้อะไรไปช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนให้เกิดผลกำไร						[ ]
2/ ให้อะไรที่เป็นจริงและเจาะลึก						[ ]
3/ ให้การวิเคราะห์ทางเทคนิค ดัชนี และแนะนำหุ้นเพื่อการลงทุนเพื่อให้เกิดประสิทธิผล						[ ]
4/ ช่วยลดบทบาทข่าวลือ โดยช่วยจัดปัญหา "อินไซด์"						[ ]
5/ อื่นๆ โปรดระบุ						[ ]

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ : นายราเมศร์ ตันชาวนิชย์

อายุ : 28 ปี

ภูมิลำเนา : 443 ถ.ตะนาว ต.เสาชิงช้า อ.พระนครศรีอยุธยา 10200

การศึกษา : ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เอกโฆษณา โทประชาสัมพันธ์  
เมื่อปีการศึกษา 2531

ประวัติการทำงาน : 1. ผู้สื่อข่าว บ.ศูนย์รวมข่าวธุรกิจ จำกัด ททบ. 5  
2. เจ้าหน้าที่ติดต่อหน่วยงานราชการ บ.แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)