

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นายสุเมธ จงศรีสวาท



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการหนังสือพิมพ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2539

ISBN 974-633-726-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE INFORMATION ACQUISITION AND THE MEDIA EXPOSURE OF
RETAIL INVESTORS IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

MR. SUMATE CHONGSRISAWAT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the degree of Master of Arts

Department of Journalism

Graduate School


Chulalongkorn University

1996

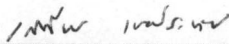
ISBN 974-633-726-2

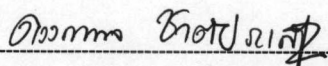
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อยใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
โดย นาย สุเมธ จงศรีสวาท
ภาควิชา การหนังสือพิมพ์
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ

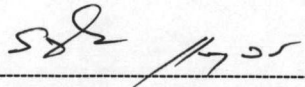
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต


----- คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ จงสุวรรณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


----- ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เชยประทับ)


----- อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)


----- กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว



ผู้ประพันธ์ : การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (THE INFORMATION ACQUISITION AND THE MEDIA EXPOSURE OF RETAIL INVESTORS IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND)

อ. ที่ปรึกษา : อ.ดร.ดวงมกล ชาศิริประเสริฐ, 109 หน้า. ISBN 974-633-726-2

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะการลงทุนกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย รวมถึงการให้ความเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสาร และเปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารในช่วงสภาพตลาดต่าง ๆ กับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับสื่อ โดยใช้วิธีการสำรวจนักลงทุนรายย่อย

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ของนักลงทุนรายย่อยไม่ได้ทำให้พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านเพศที่นักลงทุนเพศหญิงมีความต้องการข่าวสารต่าง ๆ และมี การเปิดรับสื่อมากกว่าเพศชาย
2. ประสบการณ์และประเภทการลงทุนที่แตกต่างกันของนักลงทุนรายย่อยไม่ได้ทำให้พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน
3. ในด้านความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อ นักลงทุนรายย่อยมีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด โดยเปิดรับมากกว่าสื่อสารสนเทศ สื่อบุคคล สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์
4. พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนรายย่อยแตกต่างกันในสภาพตลาดต่าง ๆ ดังนี้
ช่วงตลาดปกติ นักลงทุนรายย่อยต้องการข้อมูลปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยเทคนิคมากกว่าในช่วงตลาดวิกฤต
ช่วงตลาดคึกคัก นักลงทุนรายย่อยต้องการข้อมูลสัมมนาเฉพาะตัวหลักทรัพย์จากสื่อมวลชนมากกว่าในช่วงตลาดขบเซ้าและตลาดวิกฤต และต้องการข่าวใหญ่ของสถานการณ์ที่สำคัญ ๆ จาก สื่อมวลชนมากกว่าในช่วงตลาดขบเซ้า รวมทั้งต้องการข่าวลือมากกว่าในช่วงตลาดปกติและตลาดขบเซ้า
ช่วงตลาดวิกฤต นักลงทุนรายย่อยต้องการข่าวใหญ่ของสถานการณ์ที่สำคัญ ๆ จากสื่อมวลชนมากกว่าในช่วงตลาดขบเซ้า และต้องการข่าวลือมากกว่าในช่วงตลาดปกติและตลาดขบเซ้า
ช่วงตลาดขบเซ้า นักลงทุนรายย่อยต้องการข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าในช่วงสภาพตลาดอื่น ๆ

ภาควิชา ...การหนังสือพิมพ์.....
สาขาวิชา ...การหนังสือพิมพ์.....
ปีการศึกษา ...2538.....

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C450133 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: : INFORMATION ACQUISITION/MEDIA EXPOSURE/STOCK INVESTORS
SUMATE CHONGSRISAWAT : THE INFORMATION ACQUISITION AND
THE MEDIA EXPOSURE OF RETAIL INVESTORS IN THE STOCK EXCHANGE
OF THAILAND. THESIS ADVISOR : DUANG-KAMOL CHARTPRASERT, Ph.D.
109 pp. ISBN 974-633-726-2

This research is aimed at studying the connection between retail stock investors' individual backgrounds (such as education, experience, marital status, etc.) and investment behaviours, and the way they acquire information and expose to the media. This study also looks into the way retail investors treat the information they receive. In addition, it investigates retail investors' need for information in different market conditions. The data were collected through interviews of investors.

It was found that:

1. Retail investors' differences in income are unrelated to the way they get information and expose to the media. However, findings showed female investors tend to rely on rumours and expose to interpersonal-channel communications more than their male counterparts.

2. The type and experience of retail investors have no influence on how they get information and expose to the media.

3. Most retail investors expose to the print media more than the electronic media (radio and television), the interpersonal-channel and electronic devices like stock-price electronic boards, computers and telephones.

4. Retail investors' need for information differs in different market periods, as follows:

- When trading is normal, the investors need information about fundamental and technical factors more than when stock prices tumble.

- When trading is brisk, they need information on particular stocks from the mass media more than when trading is slow and when prices tumble. During this period, the investors also need to know about major current news more than when trading is slow, and about rumours more than when trading is normal and slow.

- When prices tumble, the investors need to know about major current news from the mass media more than when trading is slow, and about rumours more than when trading is normal and slow.

- When trading is slow, the investors need to know information less than in other market periods.

ภาควิชา..... การหนังสือพิมพ์

สาขาวิชา..... การหนังสือพิมพ์

ปีการศึกษา..... 2538

ลายมือชื่อนิสิต..... *U Ch*

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *Duang Kamol Chartprasert*

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งกรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำปรึกษาและแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ อย่างดี ทำให้วิทยานิพนธ์สมบูรณ์ขึ้น พร้อมทั้ง รศ.ดร.เสถียร เชยประทับ ที่เมตตาเป็นประธานกรรมการสอบ และ รศ. รจิตลักษณ์ แสงอุไร ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน อาทิ พี่จิ้น เกษม ชิ อมรา ครรชิต ไก่ สมปอง พีตี พีไต้ง วันเพ็ญ ธงชัย เกษฎา จ้อ รวมทั้งนักลงทุนรายย่อยที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามทุกท่าน อีกทั้งเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลเสมอมา ตลอดจนท่านอื่น ๆ ที่มีได้เอ่ยนามในที่นี้

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา รวมถึงพี่ ๆ ทุกคน ที่คอยเป็นแรงสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

สุเมธ จงศรีสวาท

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญแผนภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	8
ปัญหานำวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
การเปิดรับข่าวสาร.....	13
การแสวงหาข่าวสาร.....	18
การใช้สื่อและความพึงพอใจ.....	20
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ.....	25
แบบจำลองเชิงพึ่งพาว่าด้วยผลของการสื่อสารมวลชน.....	28
สมมติฐาน.....	33
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	34
ประชากร.....	34
กลุ่มตัวอย่าง.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	39
4. ผลการศึกษา.....	41
ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรตัวอย่าง.....	41
ผลการแจกแจงลักษณะการลงทุนของนักลงทุนรายย่อย.....	44
ผลการแจกแจงการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อ ของนักลงทุนรายย่อย.....	52
ผลการแจกแจงความต้องการข้อมูลข่าวสารในช่วง สภาพตลาดต่าง ๆ ของนักลงทุนรายย่อย.....	57
ผลการแจกแจงการให้น้ำหนักความน่าเชื่อถือต่อข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ โดยนักลงทุนรายย่อย.....	59
ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน.....	60
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	85
สรุปผลการศึกษา.....	85
อภิปรายผล.....	95
ข้อเสนอแนะ.....	97
รายการอ้างอิง.....	99
ภาคผนวก.....	101
แบบสอบถามการวิจัย.....	102
ประวัติผู้เขียน.....	109

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามเพศ.....	41
ตารางที่ 2	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามอายุ.....	42
ตารางที่ 3	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามวุฒิทางการศึกษา	42
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามการจัดการลงทุน	43
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามอาชีพ.....	43
ตารางที่ 6	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	44
ตารางที่ 7	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามประสบการณ์ ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์.....	44
ตารางที่ 8	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามประเภทของ นักลงทุน.....	45
ตารางที่ 9	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามประเภทบัญชี ซื้อขายหลักทรัพย์.....	45
ตารางที่ 10	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามวงเงินที่ใช้ ในการซื้อขาย.....	46
ตารางที่ 11	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามประเภทของ หุ้นที่ลงทุน.....	46
ตารางที่ 12	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามจำนวน หลักทรัพย์ที่ถือครอง.....	47
ตารางที่ 13	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามราคา หลักทรัพย์ที่ซื้อขาย.....	47
ตารางที่ 14	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามระยะเวลา ถือครองหลักทรัพย์.....	48
ตารางที่ 15	จำนวนและร้อยละของนักลงทุน จำแนกตามรูปแบบของผลตอบแทน ที่คาดหวัง.....	48
ตารางที่ 16	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ...	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ญ

หน้า

ตารางที่ 17	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามปัจจัยในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์.....	49
ตารางที่ 18	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามกลุ่มผู้ลงทุนที่นักลงทุนให้ความสนใจสูงสุด	50
ตารางที่ 19	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีผลสูงต่อการตัดสินใจลงทุน.....	50
ตารางที่ 20	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามแหล่งข่าวลือที่ได้รับ	51
ตารางที่ 21	จำนวนและร้อยละของนักลงทุนรายย่อย จำแนกตามปัจจัยที่มีผลสูงที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้แหล่งข่าว.....	52
ตารางที่ 22	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสื่อสารสนเทศด้านต่าง ๆ ของนักลงทุนรายย่อย.....	52
ตารางที่ 23	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสื่อบุคคลด้านต่าง ๆ ของนักลงทุนรายย่อย.....	53
ตารางที่ 24	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ด้านต่าง ๆ ของนักลงทุนรายย่อย.....	53
ตารางที่ 25	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุภาคต่าง ๆ ของนักลงทุนรายย่อย.....	54
ตารางที่ 26	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ภาคต่าง ๆ ของนักลงทุนรายย่อย.....	54
ตารางที่ 27	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ ของนักลงทุนรายย่อย.....	55
ตารางที่ 28	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสนใจหรือติดตามเนื้อหาต่าง ๆ จากสื่อของนักลงทุนรายย่อย.....	56
ตารางที่ 29	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข่าวสารด้านต่าง ๆ ในช่วงสภาพตลาดปกติ.....	57

		หน้า
ตารางที่ 30	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข่าวสารด้านต่าง ๆ ในช่วงสภาพตลาดคึกคัก.....	57
ตารางที่ 31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข่าวสารด้านต่าง ๆ ในช่วงสภาพตลาดซบเซา.....	58
ตารางที่ 32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการข่าวสารด้านต่าง ๆ ในช่วงสภาพตลาดวิกฤต.....	58
ตารางที่ 33	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้น้ำหนักความน่าเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ.....	59
ตารางที่ 34	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางด้านเพศของนักลงทุนรายย่อยในด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ.....	60
ตารางที่ 35	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านรายได้ของนักลงทุนรายย่อยในด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ.....	62
ตารางที่ 36	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางด้านเพศของนักลงทุนรายย่อยในด้านการเปิดรับสื่อ.....	63
ตารางที่ 37	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านรายได้ของนักลงทุนรายย่อยในด้านการเปิดรับสื่อ.....	64
ตารางที่ 38	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประสบการณ์ลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ.....	65
ตารางที่ 39	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประเภทของนักลงทุนรายย่อยในด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ.....	67
ตารางที่ 40	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประสบการณ์ลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในด้านการเปิดรับสื่อ.....	68
ตารางที่ 41	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างประเภทของนักลงทุนรายย่อยในด้านการเปิดรับสื่อ.....	69
ตารางที่ 42	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อด้านต่างๆของสื่อสารสนเทศ.....	70

		หน้า
ตารางที่ 43	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อด้านต่างๆ ของสื่อบุคคล.....	71
ตารางที่ 44	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อด้านต่างๆ ของสื่อสิ่งพิมพ์.....	72
ตารางที่ 45	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อด้านต่างๆ ของสื่อวิทยุ.....	73
ตารางที่ 46	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อด้านต่าง ๆ ของสื่อโทรทัศน์.....	74
ตารางที่ 47	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ.....	75
ตารางที่ 48	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข้อมูลข่าวสารในช่วงสภาพตลาดต่างๆ	77
ตารางที่ 49	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆของนักลงทุนรายย่อย.....	79
ตารางที่ 50	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข่าวสารด้านข้อมูลปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยเทคนิคในช่วงสภาพตลาดต่าง ๆ.....	81
ตารางที่ 51	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข่าวสาร ด้านข้อมูลสนับสนุนเฉพาะตัวหลักทรัพย์จากสื่อมวลชนในช่วงสภาพตลาดต่างๆ.....	82
ตารางที่ 52	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข่าวสารด้านข่าวใหญ่ของสถานการณ์ที่สำคัญๆในช่วงนั้นๆจากสื่อมวลชนในช่วงสภาพตลาดต่างๆ	83
ตารางที่ 53	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความต้องการข่าวสารด้านข่าวลือในช่วงสภาพตลาดต่างๆ.....	84
ตารางที่ 54	สรุปพฤติกรรมกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันของนักลงทุนรายย่อยในช่วงสภาพตลาดต่างๆ.....	94

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ.....	23
2. แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ.....	25
3. แบบจำลองเชิงพึ่งพาว่าด้วยผลของการสื่อสารมวลชน.....	29