

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของ นักลงทุนที่แสวงหาข้อมูล ข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ เพื่อการตัดสินใจของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งอยู่ในห้องค้าหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ จำนวน 400 คน

วิธีการดำเนินการวิจัยได้ออกแบบคำถามเพื่อการทดสอบและนำเสนอผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ สถิติ F test การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ของ LSD ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรของนักลงทุนต่างกัน พบว่า อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาลงทุน ประเภทบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ วงเงินซื้อขายหลักทรัพย์ ประเภทของหุ้นที่ลงทุน ระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์ และผลตอบแทนแตกต่างกันมีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน กล่าวคือ นักลงทุนอายุต่ำกว่า 25 ปี และมีวุฒิการศึกษาระดับอนุปริญญา มีการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากที่สุด ผู้ที่มีอาชีพนักธุรกิจหรือพนักงานบริษัท และมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเป็นอาชีพหลัก มีการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากที่สุดเช่นกัน

2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากหนังสือกระแสนั้น หนังสือพิมพ์คอกหุ้น หนังสือพิมพ์ข่าวหุ้น หนังสือพิมพ์ทันหุ้น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ แตกต่างกันมีการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน กล่าวคือ นักลงทุนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการมากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ โดยเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ทันหุ้นน้อยที่สุด

3. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 สถานีโทรทัศน์ NBT และสถานีโทรทัศน์ True Vision ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แตกต่างกัน โดยนักลงทุนเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ช่อง True Vision มากที่สุด

This thesis delineates (1) the demographical characteristics of selected investors searching for information they need for making decisions concerning Stock Exchange of Thailand (SET) investments. In addition, (2) the researcher investigates the exposure behaviors of these investors via-a-vis searches they conduct for pertinent information through the printed and television media for purposes of SET investment decision making.

The sample population consisted of 400 investors in SET in the securities trading rooms of securities companies.

The researcher constructed a questionnaire for purposes of collecting data. Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the

data in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation. Using techniques of inferential statistics, the researcher tested the hypotheses posited for this investigation by applying the techniques of *F* test, one-way analysis of variance (ANOVA), and least significant difference (LSD) multiple comparison in cases in which differences were found at a statistically significant level.

Findings are as follows:

1. In regard to differences in the demographical characteristics of the investors under study, it was found that differences in age, educational level, occupation, period of investment, types of accounts for buying and selling securities, the amount of money spent on buying and selling securities, types of stocks in which investments were made, the duration of time in which securities were held, and investment yields were correlated with concomitant differences in the decision to invest. Accordingly, investors who were younger than twenty-five and whose level of education was that of a diploma were found to manifest the highest level of decisions to invest in SET. Those whose occupations were that of business persons or company employees and whose major concern was making investments also manifested the highest level of decisions to invest in SET as well.

2. In respect to differences in searching for information in printed media, the researcher found that members of the sample population who differed in exposure behaviors in searching for information in Krasae Hun Newspaper, Khor Hun Newspaper, Khao Hun Newspaper, Than Hun

Newspaper, Bangkok Business Newspaper, Than Setthakit Newspaper, Prachachat Turakij Newspaper, The Nation Newspaper, The Bangkok Post Newspaper, and Siam Turakij Newspaper exhibited concomitant differences in decisions to invest. It was accordingly seen that most of the investors were most frequently exposed to Manager Newspaper. Next, in descending order, was the Bangkok Post Newspaper. However, exposure to Than Hun Newspaper was at the lowest level.

3. In regard to differences in behaviors manifested in the search for information on the television media, the researcher found that differences in exposure of members of the sample population to Channel 9, NBT, and True Visions corresponded to differences in decisions to invest in SET. Finally, investors being exposed to True Visions made decisions to invest in SET at the highest level.