

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการอธิบายและสนับสนุนการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อและข่าวสาร
2. แนวคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร
3. ทฤษฎีว่าด้วยสื่อ และประสิทธิผลของสื่อ
4. แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์และสังคมเศรษฐกิจ
5. แนวคิดเรื่องการตัดสินใจ
6. ความรู้เรื่องการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องกองทุนรวม LTF โดยพิจารณาจากนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุน LTF เป็นผู้รับสารหลัก เนื่องจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในกองทุน LTF จากสื่อประเภทต่างๆ นั้น ล้วนเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นมากสำหรับนักลงทุนเอง ทั้งนี้ จะขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้รับสารและความน่าสนใจของสารนั้นๆ ด้วย โดยข่าวสารที่สามารถเข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มากจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการ ดังที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973, pp.121-122 อ้างใน สุวีริยาธิ ผดุงจำรัสเสถียร, 2543, น. 16) กล่าวถึง องค์ประกอบในด้านต่างๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร ได้แก่

1. ประสบการณ์ บุคคลจะแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตนเอง
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน การประเมินข่าวสารจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า แต่ละข่าวสารมี

ประโยชน์แตกต่างกัน จึงส่งผลให้เกิดพัฒนาการปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

3. ภูมิหลัง ความสนใจในเนื้อหาข่าวสารของแต่ละบุคคล จะแตกต่างกันไปตามภูมิหลังที่แตกต่างกัน

4. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจจะมีผลทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน

6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารของผู้รับสารได้

8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสาร แต่ละประเภทที่พบด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีข่าวสารแต่ละประเภท ทัศนคติของผู้รับสารสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งการรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารของผู้รับสารจะเปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติของผู้รับสาร

ชาร์ลส แอทกิน (Charles K. Atkin, อ้างใน พีระ จิรโสภณ, 2540, น. 639) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้ารางวัลหรือผลตอบแทนคือการได้รับข่าวสาร หรือความบันเทิงที่ต้องการสูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น ซึ่งบุคคลแต่ละคนนั้นล้วนมีขั้นตอนและกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป

พีระ จิรโสภณ (2540, น. 637-639) กล่าวถึง กระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Process) ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วของตน ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับสื่อที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติของตน

จะทำให้บุคคลเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ได้

2. การเลือกรับรู้ หรือการเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) คือ เมื่อบุคคลเปิดรับสื่อจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสื่ออาจมีการรับรู้และเลือกตีความที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละคน เพราะความหมายของสื่อที่ส่งไปไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือตีความหมายตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความเข้าใจ ความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวัง ตามสภาวะทางร่างกายหรือสภาวะทางอารมณ์ของตนในขณะนั้น ซึ่งในบางครั้งคนเราอาจบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองด้วย ดังนั้น การรับรู้หรือการตีความจึงเป็นลักษณะจำเพาะทางจิตวิทยาของมนุษย์แต่ละคน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน และมักลืมในสิ่งที่ตนไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือไม่ตรงกับความคิดของตน การเลือกจดจำถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่มีผลต่อการลงสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการเลือกที่จะไม่เปิดรับข่าวสาร ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารอาจพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือตามความต้องการของตนเอง หากข่าวสารนั้นไม่สามารถตีความหมายให้แตกต่างได้ ผู้รับสารก็มีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้ายโดยเลือกจะจำเฉพาะบางส่วนของตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเป็นการเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมให้มีความมั่นคงขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยาก

แมคเวล แมคคอมส์ และเบคเคอร์ (Maxwell E., McCombs and Becker, 1979, pp. 51-52) กล่าวว่า บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนโดยเน้นเรื่องการดำรงชีพในสังคมทั่วไป ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อที่จะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์รอบๆ ตัวได้

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นในชีวิตประจำวันได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ ตัว

5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ความต้องการความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ และผ่อนคลายความเครียด

นอกจากนี้ แม็คลอยด์ และคณะ (McLeod and others, 1972, p.123 อ้างใน ดนุพล อุณจินดาภณี, 2545) ระบุไว้ว่า ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ส่วนใหญ่จะใช้ 2 ตัวคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ

โดยการวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อ มีข้อเสียคือ คำตอบที่ได้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่มีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว ดังนั้นคำตอบที่วัดได้จากเวลาที่ใช้สื่อ จึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยา และมักให้ผลที่ไม่ชัดเจน จึงได้มีการวัดตัวแปรโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงเนื้อหา

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเป็นกรอบหนึ่งในการวิจัย เนื่องจากแนวโน้มให้ความสำคัญกับตัวผู้รับสาร และมองว่าผู้ลงทุนจะมีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF หรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับทางเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ และการเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกองทุนรวม LTF โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุน LTF และผลการเปิดรับข่าวสารที่มีต่อการรับรู้เกี่ยวกับการลงทุนในกองทุน LTF ที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF

แนวคิดเรื่องการรับรู้ข่าวสาร

การรับรู้ เป็นกระบวนการตีความหมายจากสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย (Meaning) คือ สิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมายหรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือเราจะมีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรารับรู้ (Perceive) หรือตีความ (Interpret) สิ่งนั้นอย่างไร ในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น เรากระทำโดยอาศัยประสบการณ์ของเรา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และความหมายของเราต่อสิ่งที่เราพบ (อ้างใน จรัสศรี ปีกัดตัง, 2542, น. 19) ดังเช่น อนุชิต เทียงธรรม (2546, น. 20) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึงกระบวนการที่บุคคลคัดเลือก จัดรูปแบบ ตีความให้ความหมายต่อสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบประสาทสัมผัส เช่นเดียวกับ DeVito (1978 อ้างใน บุษบา สุธีธร, 2548, น. 366) กล่าวว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการเลือก รวบรวม และแปลผลหรือตีความสารสนเทศ ซึ่งจัดเป็นสิ่งที่เร้าชนิดหนึ่ง ผ่านการรับสัมผัสของประสาทสัมผัสทั้งห้า อันได้แก่ การเห็น การได้กลิ่น การรับรส การรับสัมผัสทางการ และการได้ยิน

การศึกษาความหมายของการรับรู้ดังกล่าวข้างต้น ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ Katz (1990, อ้างใน กาญจนา เขียววิทย์การ, 2540, น. 30) ที่กล่าวว่า ในสถานการณ์จริงๆ นั้น การรับรู้ของบุคคลจะเกิดจากการกลั่นกรองและตีความจากความรู้สึกที่คนเราได้ยิน ได้สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรส ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา ภาระหน้าที่ต่างๆ ความรู้สึกต่างๆ และอุดมการณ์ของแต่ละบุคคล ดังเช่น จิราภา เต็งไธรัตน์ และคณะ. (2547) ที่กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่เริ่มจากมีสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลข่าวสาร พลังงาน หรือวัตถุต่างๆ มากระตุ้นอวัยวะรับความรู้สึกของเรา คือ ตา หู จมูก ผิวหนัง โดยอวัยวะเหล่านี้ จะรับสิ่งเร้าไปสู่สมอง สมองจะตีความสิ่งเร้านั้นจากประสบการณ์ สถานการณ์ และบุคลิกของเราออกมาเป็นการรับรู้ โดยกระบวนการในการรับรู้ นั้น จะเกี่ยวข้องกับขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกรับสาร คือ การที่ผู้รับสารมีการเปิดรับข้อมูล (Exposure) และให้ความสนใจ (Attention) กับสิ่งเร้า ซึ่งการเปิดรับข้อมูลเกิดขึ้นเมื่อถูกสิ่งเร้าเข้ามากระตุ้นประสาทสัมผัส การได้ยิน หรือการได้กลิ่น โดยผู้รับสารสามารถเลือกสิ่งเร้าที่ตนจะเปิดรับได้ (Selective Exposure) ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความต้องการ ความสนใจ ประสบการณ์ที่ผ่านมา ส่วนข้อมูล que ผู้รับสารไม่สนใจเลือกเปิดรับก็จะถูกกำจัดออกไปด้วยวิธีการต่างๆ

2. การรวบรวม คือ การที่ผู้รับสารรวบรวมสิ่งเร้าต่างๆ เข้าเป็นรูปแบบต่างๆ ให้เป็นกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะและความหมายที่คล้ายคลึงกัน เพื่อให้เกิดความง่ายต่อการตีความ

3. การตีความ (Interpretation) คือ การที่ผู้รับสารแปลความหมายต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการรับรู้ ซึ่งในการตีความนั้นนอกจากจะพิจารณาจากลักษณะของสิ่งเร้า ไม่ว่าจะเป็น ขนาด สี รส กลิ่น โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้วแปลความหมายตามสถานการณ์ เจตนาและบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลด้วย โดยสามารถตีความสิ่งเร้าโดยอาศัยความรู้เดิมที่ตนเคยมี และตีความโดยใช้อารมณ์ความรู้สึก ซึ่งการตีความทั้งสองแบบไม่ได้อิงหลักเกณฑ์ความถูกต้องแต่อย่างใด เป็นการตีความตามความสามารถของแต่ละบุคคลเท่านั้น

ส่วน โมเวนและไมเนอร์ (Moven and Minor อ้างใน อนุชิต เทียงธรรม, 2546, น. 19) กล่าวถึง กระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นโดยบุคคลต้องเกิดความเข้าใจ กล่าวคือ การรับรู้จะเป็นกระบวนการที่ต้องมีสิ่งกระตุ้นจากภายนอกที่เรียกว่า “Information Inputs” ผ่านเข้ามากระทบประสาทสัมผัส ขั้นนี้เรียกว่า “Exposure Stage” หรือการเปิดรับ จากนั้นจะเกิดการส่งข้อมูลหรือสิ่งกระตุ้นที่กระทบประสาทสัมผัสนั้นไปยังสมอง เรียกขั้นนี้ว่า “Attention Stage” หรือการตั้งใจใส่ใจรับ และสมองก็จะเข้าใจความหมาย เรียกขั้นนี้ว่า “Comprehension Stage” จึงเป็นกระบวนการรับรู้ที่ครบถ้วน

ผู้วิจัยนำแนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษาการเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าการที่ผู้รับสารเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ จนเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF หรือไม่นั้น จะขึ้นอยู่กับ การตีความหมายสิ่งเร้า หรือข้อมูลข่าวสารนั้นๆ เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดหรือเนื้อหาเกี่ยวกับกองทุน LTF

ทฤษฎีว่าด้วยสื่อ และประสิทธิผลของสื่อ

สื่อ คือ พาหนะที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร (พรทิพย์ พิมลสินธุ์) ซึ่ง เดวิด เค บอร์โล (David K. Berlo 1960, pp. 30-38) และนักทฤษฎีทางการสื่อสารได้แยกความหมายของสื่อออกเป็น 3 ประการ คือ

1. วิธีการเข้ารหัส และถอดรหัสสาร ได้แก่ กริยาของการสร้างสาร เช่นการพูดหรือการเขียน ถือเป็นการเข้ารหัส
2. ตัวนำสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ ภาพถ่าย เป็นต้น หรือหมายถึง พาหนะที่นำข่าวสารไปสู่ผู้รับ
3. ตัวนำพาหะ ได้แก่ ตัวนำซึ่งทำหน้าที่พาหะที่นำข่าวสาร เช่น สายเคเบิล ที่ใช้ส่งสัญญาณเคเบิลทีวีหรือโทรทัศน์ตามสายไปยังบ้านสมาชิก หรืออากาศซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงวิทยุ

ดาวเทียมซึ่งเป็นตัวกลางรับสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์จากสถานีหนึ่งต่อไปยังอีก สถานีหนึ่งที่อยู่ห่างไกลเพื่อออกอากาศในท้องถิ่นนั้น

เสถียร เชนประทับ (2533, น. 32) จำแนกประเภทของสื่อ ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media)

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียว หรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัด กระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนในการวิจัยนี้ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

สื่อมวลชน (Mass Media) ในกระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างจากการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ 2 ประการ คือ

1.1 กลุ่มผู้รับสารต้องเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคม หรือมีประสบการณ์ ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จัก หรือ มีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

1.2 สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการ ฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ เป็นต้น และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio- Visual Transmitter) เช่น โทรทัศน์ เป็นต้น

2. สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึงตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไป ยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คน ขึ้นไป

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973, p. 125 อ้าง ใน อรรถเสวี สารเนตร, 2539, น. 16) กล่าวว่า ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน บุคคลหรือกลุ่มบุคคลสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

อาดัมส์ (Adams, 1971) กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจ นั้น จัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่แนวคิดและข่าวสารข้อมูล เนื่องจากสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจในการให้ความรู้และ ข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน

สำหรับประสิทธิผลของสื่อ นั้น ปรเม สตะเวทิน (2546, น. 61) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารเช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่นๆ การเลือกใช้สื่อย่อมสามารถที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมีมาก

โรเจอร์ส (Roger, 1978, p. 291) เปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลจากผลการวิจัยต่างๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิผลมากกว่าในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกมาจากสื่อมวลชนอย่างเดียวนั้น ไม่สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติที่ฝังแน่น หรือทำให้เปลี่ยนพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของเบตติงเฮาส์ (Erwin P. Bettinghaus, 1986, pp. 180-185) ที่กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติเดิมที่มีอยู่ให้แน่น มากกว่าจะเปลี่ยนทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงความรู้ได้บ้างในขอบเขตของประสบการณ์ ดังนั้น สื่อมวลชนเป็นเพียงแหล่งความคิดและผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น แต่กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

แคทซ์ (Katz) กับลาซาสเฟล (Lazarsfeld, 1955, p. 27) ก็เห็นพ้องต้องกันว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับ ที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้น สื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้าง

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2536) กล่าวว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มี 2 ประเภท คือ

1. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถควบคุมได้

- สามารถควบคุมได้ทั้งการผลิต (เนื้อหา สาระ วิธีการนำเสนอ รูปแบบ เทคนิค) และการเผยแพร่ (ถึงใคร เมื่อไร ความถี่หรือจำนวนเท่าใด)

- สื่อมวลชนที่ประชาสัมพันธ์ได้ซื้อเนื้อที่และเวลา เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ต้องการ หรืออาจจะเป็นข้อตกลงกับสื่อมวลชน (Barter) ที่ให้เนื้อที่และเวลาเพื่อเผยแพร่เหมือนกับการจ่ายเงินซื้อ

2. สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถจะควบคุมได้

- สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งปกติ

จะมีความเป็นอิสระ มีดุลพินิจเป็นของตนเองที่จะพิจารณาตัดสินว่าอะไรน่าเป็นข่าวได้หรือไม่เป็นข่าวที่ที่น่าสนใจแก่สาธารณะชน สมควรที่เผยแพร่ต่อไปได้

- สื่อบุคคล ปกตินักข่าวมีสิทธิส่วนตัวและมีอิสระไม่สามารถจะไปควบคุมได้ บุคคลที่เผยแพร่ข่าวสารออกไป และสาธารณะชนให้ความเชื่อถือสูงนั้น นอกจากจะเป็นผู้นำทางความคิดแล้ว มักจะเป็นพนักงานหรือผู้ร่วมกิจกรรม

นอกจากนี้ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2531, น. 27) กล่าวว่า ความรู้เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการเน้นทั้งข้อดีและข้อเสียเป็นรายสื่อเป็นพื้นฐานที่เพียงพอระดับหนึ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจใช้หรือเลือกใช้ให้เหมาะสมได้ โดยนักวิชาการทางด้านวารสารศาสตร์หรือประชาสัมพันธ์ต่างกล่าวถึงข้อดีข้อเสียเป็นรายสื่อ และโดยสรุปคุณสมบัติ ข้อดีข้อเสียของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะมีความแตกต่างหรือมีรายละเอียดแตกต่างกันน้อยมาก ดังต่อไปนี้

สะอาด ตันศุภผล (อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2531, น. 37) กล่าวว่า
หนังสือพิมพ์

ข้อดี

1. เป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างประชาคมดี และถ่ายทอดประชาคมดีให้ปรากฏด้วย
2. หนังสือพิมพ์บางฉบับมีสถานะเป็นที่ยอมรับนับถือของประชาชนอย่างยิ่ง ซึ่งทำให้ข่าวสารภายในน่าเชื่อถือมากด้วย

เอกสารประชาสัมพันธ์

ข้อดี

1. เป็นสื่อที่มีลักษณะโฆษณาพุ่งตรงไปสู่กลุ่มเป้าหมายจนถึงตัว เราสามารถให้ติดต่อไปยังประชาชนโดยตรงได้ หลายกลุ่ม

2. มีความคงทนถาวร เก็บไว้ศึกษาค้นคว้าได้นาน

3. สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้อ่านได้ดีกว่าลมปากและวิทยุ

วิทยุ

ข้อดี

1. แพร่กระจายไปสู่คนหมู่มากได้ดี เพราะสามารถรับฟังได้ทุกหนทุกแห่ง

2. เสนอรายการได้มากมายหลายแบบ

3. เสนอข่าวได้รวดเร็ว

4. มีอิทธิพลในการสร้างประชาคมดีโดยเฉพาะข่าวประกอบเสียง ทั้งนี้ การถ่ายทอด

ที่ดีขึ้นอยู่กับบุคคลผู้จัดและความหลากหลายในรายการด้วย

โทรทัศน์

ข้อดี

1. ได้ยินทั้งเสียงและเห็นภาพ จึงประทับใจผู้ชมได้ดีกว่าวิทยุ

ข้อเสีย

1. ราคาเครื่องรับแพง จึงมีผู้ให้ความเห็นว่ากิจกรรมของโทรทัศน์ซึ่งมีขอบเขต

จำกัดอยู่ไม่แพร่หลายเหมือนวิทยุ

2. ความสะดวกในการจัดทำสูง

การจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์

ข้อดี

1. ดึงดูดความสนใจ และสร้างความสนใจด้วยสี แสง และบรรยากาศที่แปลกๆ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้อย่างมาก ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง

สนองความอยากรู้อยากเห็นของคน

3. ประชาชนมีสัญชาตญาณที่เหมือนกันคือ เข้าร่วมชุมนุมกับงานที่มีคนคับคั่ง ฉะนั้นจึงได้ผลทางการประชาสัมพันธ์

4. สร้างความภูมิใจให้หน่วยงานภายในได้ว่าสามารถแสดงผลงานของเขาให้

ปรากฏแก่ประชาชนเท่ากับประชาสัมพันธ์ภายในไปในตัว

วิรัช ฤทธิธนกุล (อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2531, น. 39) กล่าวว่า

วิทยุ

ข้อดี

1. วิทยุสามารถแพร่กระจายรัศมี ครอบคลุมได้กว้าง แม้จะห่างไกลความเจริญ
2. วิทยุมีความรวดเร็วมาก สามารถรายงานข่าวสด หรือข่าวด่วนได้ทันที
3. มีผลทางด้านจิตวิทยาสูง เราอารมณ์หรือจิตใจได้ง่าย
4. ใช้สมาธิบ้างเล็กน้อยก็สามารถรับฟังได้
5. มีความน่าเชื่อถือมากในความคิดของประชาชน
6. เข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้น ประชาชนไม่รู้หนังสือก็รับฟังได้ จึงได้กันมาก

ในประเทศด้อยพัฒนา

7. สามารถเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและติดตามรายงานเหตุการณ์นั้นได้ตลอดไป

เท่าที่จำเป็น

8. วิทย์มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมาก ผู้ฟังสามารถนำวิทย์ติดตัวไปฟังได้ตลอด

9. เครื่องรับวิทยุมีราคาถูก มีอายุการใช้งานนาน เมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ

ข้อเสีย

1. ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มากๆ และสลับซับซ้อนเหมือนหนังสือพิมพ์

2. ช่วงเวลานับว่ามีความสำคัญมาก หากจัดช่วงเวลาไม่เหมาะสม จะใช้

ประโยชน์ การเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมจะจับกลุ่มผู้ฟังได้มาก

3. ขาดความคงทนถาวร

4. ถ้าหากฟังไม่ชัดหรือไม่เข้าใจ ไม่สามารถกลับมาทวนฟังได้

5. ไม่สามารถถ่ายภาพเหตุการณ์เสริมความเข้าใจได้

โทรทัศน์

ข้อดี

1. มีลักษณะคล้ายสื่อมวลชน 3 ประเภทรวมกันคือ วิทย์ หนังสือพิมพ์ และ ภาพยนตร์ จึงสร้างความสนใจได้มาก

2. ให้ความเข้าใจและประทับใจได้ดี

3. มีความรวดเร็วสูง เชื่อถือได้ สามารถถ่ายทอดเหตุการณ์สดในเวลานั้นได้

4. ใช้อบรม ชี้แจงรายละเอียดบางประการที่ยากแก่ความเข้าใจได้ดี

5. สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ไม่รู้หนังสือได้

ข้อเสีย

1. เครื่องรับมีราคาแพง

2. ไม่มีความคงทนถาวร

3. ใช้ได้เฉพาะเนื้อที่ หรือสถานที่ที่มีคลื่นส่งไปถึง

4. เวลาชมต้องใช้ความตั้งใจและสมาธิพอสมควร

5. มีช่วงระยะเวลาออกอากาศจำกัด ไม่สามารถออกอากาศได้ตลอดวัน ทุกเวลาได้เหมือนวิทยุ

หนังสือพิมพ์

ข้อดี

1. มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อมวลชนอื่นๆ ผู้อ่านสามารถย้อนกลับมาอ่าน และเก็บไว้เป็นหลักฐานได้

2. มีราคาจำหน่ายที่ไม่แพง ประชาชนจึงซื้อมาอ่านกันได้มาก

3. เสนอเรื่องราวข่าวสารได้หลายประเภท จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลากหลาย
กลุ่มหลายอาชีพ

4. สามารถเสนอข่าวและให้รายละเอียดครั้งละมากๆ เสนอข่าวได้ทุกวันสม่ำเสมอ
5. มีภาพถ่ายประกอบดึงดูดความสนใจ ช่วยสร้างความเข้าใจได้

ข้อเสีย

1. ไม่สามารถเข้าถึงประชาชนที่ไม่รู้หนังสือได้ หรือประชาชนที่อยู่เขตทุรกันดาร
2. มีช่วงอายุที่สั้น คนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็ผ่านไป
3. ผู้อ่านจะอ่านเพียงบางเรื่องบางคอลัมน์ จึงไม่อาจเชื่อมั่นได้ว่าข่าวสารที่

เผยแพร่ถึงประชาชน

4. ไม่มีสีสันที่สวยงามสะดุดตา

นิตยสาร

ข้อดี

1. มีรูปเล่มสวยงาม น่าอ่าน
2. สามารถเสนอเนื้อหาเรื่องราวที่ลึกซึ้ง มีภาพประกอบสวยงาม
3. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะได้
4. อ่านได้นานกว่าหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านมีเวลาอ่านได้มาก ทำให้อ่านทบทวนได้
5. สามารถสร้างหรือเปลี่ยนความคิดได้ง่าย

ข้อเสีย

1. ลงทุนในการพิมพ์สูง
2. ขาดความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
3. มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่ซื้ออ่าน
4. มีจำนวนจำหน่าย หรือเผยแพร่ค่อนข้างน้อย

แผ่นปลิว ใบแทรก ถูกนำมาใช้เพื่อกระตุ้นเรียกร้องให้ประชาชนกระทำในสิ่งต่างๆ

ข้อดี

1. เข้าถึงประชาชนได้กว้างขวาง
2. ประหยัด เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าสื่อบางประเภท ไม่ต้องยุ่งยากกับการจำหน่ายของ

โปสเตอร์ แผ่นพับ

ข้อดี

1. เด่น สะดุดตา ดึงดูดความสนใจ

ดังนั้น การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมนั้นขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสารลักษณะของเนื้อหาสาระ และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทหากไม่เหมาะสมแล้ว สัมฤทธิ์ผลของกิจการนั้นๆ อาจจะมีอุปสรรคขัดขวางเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภท การเรียนรู้ถึงธรรมชาติ และหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด จึงเป็นสิ่งจำเป็นมากในการวางแผนการใช้สื่อในโครงการใดๆ รวมทั้งสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับกองทุน LTF ก็เช่นเดียวกัน และจากทฤษฎีว่าด้วยสื่อและประสิทธิผลของสื่อ ถือว่าเป็นสื่อเป็นพาหนะที่จะนำข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย หากไม่มีสื่อเป็นตัวกลางแล้ว ก็จะไม่เกิดการสื่อสาร นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องหนึ่ง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิผลในการชักจูงใจ และสื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ

แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์และสังคมเศรษฐกิจ

ลักษณะประชากรศาสตร์ และสังคมเศรษฐกิจ ถือเป็นข้อมูลขั้นปฐมภูมิของแต่ละบุคคลอันเป็นปัจจัยพื้นฐานอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ และสังคมเศรษฐกิจนี้ ถือว่าพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นตามแรงขับภายนอกที่มากระตุ้น และพฤติกรรมส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางเอาไว้ และสังคมต่างๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมแตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 302) โดย ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 112-117) กล่าวถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ และสังคมเศรษฐกิจ ที่สำคัญดังนี้

1. อายุ (Age) มีผลต่อพฤติกรรมแสดงออกและพฤติกรรมการตัดสินใจ อายุนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในด้านความคิดและพฤติกรรม และเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการจูงใจด้วย ดังที่ William D. Brooks (1971, อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 113) กล่าวว่า โดยทั่วไปที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (idealistic) ใจร้อน (impatient) และมองโลกในแง่ดี (optimistic) มากกว่าคนที่มีความอายุมาก ในขณะที่คนที่มีความอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม (conservative) ยึดถือการปฏิบัติ (pragmatic) มีความระมัดระวัง (cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (pessimistic) มากกว่าคนที่มีความอายุน้อย นอกจากนี้ คนที่มีความอายุมาก มักจะเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อเปิดรับข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง อาทิ การอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวเศรษฐกิจ การเมือง หรือบทบรรณาธิการ มากกว่าอ่านเรื่องตลก หรือข่าวกีฬา ในการฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์ก็เช่นกัน คนที่มีความอายุมากมักจะฟังหรือรับชมรายการ

หนักๆ อาทิ ข่าวอภิปรายปัญหาสังคม เศรษฐกิจ รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา มากกว่ารายการเพื่อความบันเทิง

2. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางด้านเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน (William D. Brooks, 1971, pp. 211-212 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 114) กล่าวว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคม ได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีความจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (emotion) โอนอ่อนผ่อนตาม (submissive) เป็นแม่บ้านแม่เรือน (home-oriented) และมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนี้ ยังพบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

3. การศึกษา (Education) เป็นลักษณะสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร โดยคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะเป็นผู้รับสารที่ดีและมีโอกาสในการได้รับข้อมูลข่าวสารมาก ทำให้มีความรู้กว้างขวาง และมีความเข้าใจสารมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย รวมทั้งมักจะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ โดยต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนที่เพียงพอจึงจะเชื่อ นอกจากนี้ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดรอบคอบมาก จึงทำให้การโน้มน้าวใจเกิดขึ้นยาก ทั้งนี้ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย และมักใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยมักใช้สื่อประเภทวิทยุและโทรทัศน์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 116-117)

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) ได้แก่ รายได้ (Income) อาชีพ (Occupation) ภูมิหลังครอบครัว (Family Background) ล้วนมีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน จะมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน โดยทฤษฎีทางสังคมนิยมวิถยายอมรับว่า ครอบครัวมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลโดยทั่วไป และถือว่าครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล (อ้างใน รุจิรา คงรุ่งโรจน์, 2543, น. 19) ในทำนองเดียวกัน ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 115) กล่าวว่า คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวคิด อุดมการณ์ และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกัน คนที่รับราชการมักคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชน อาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจะซื้อหาหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกัน ยังมีความคิดเห็น ค่านิยม และพฤติกรรมที่ต่างกัน นอกจากครอบครัว

และอาชีพแล้ว รายได้ย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ความคิดเห็น และพฤติกรรมต่างๆ ของแต่ละบุคคล เช่นเดียวกับที่ ยูล เบญจรงค์กิจ (2534, น. 70-71) กล่าวว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนมีการศึกษาสูง และมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ และหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

5. สถานภาพสมรส ถือว่ามีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล โดยคนโสดมักจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนแต่งงานแล้ว และการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพัน หรือต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องต่างๆ มากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว

นอกจากนี้ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสื่อมวลชนเช่นกัน คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล กล่าวคือ แต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล เนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดู และการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่แตกต่างกัน อาทิ คนที่เป็นโสดกับคนที่แต่งงานแล้ว ซึ่งจะส่งผลถึงระดับสติปัญญา ความคิด บุคลิกภาพ ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ และการจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ คนเราจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่ม และอ้างอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมใดๆ นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในด้านความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร และการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าว

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์และสังคมเศรษฐกิจ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (อาชีพ รายได้) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์และสังคมเศรษฐกิจ กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน LTF ของนักลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF

แนวคิดเรื่องการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกในระหว่างทางเลือกต่างๆ ซึ่งการเลือกทางเลือกในกระบวนการทางเลือกต่างๆ โดย อทิตไน์ เอซอโยนิ (Amitai Etzioni, อ้างใน กิติมา สุรสนธิ, 2548, น. 221-222) กล่าวถึง การจำแนกแบบของการตัดสินใจแบบหนึ่งที่พิจารณาถึงผลที่คาดว่าจะได้รับจากการตัดสินใจ และวิเคราะห์การตัดสินใจในเชิงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งพิจารณาจากปัจจัย 3 ด้าน คือ

1. ความแน่นอนในผลที่คาดว่าจะได้รับ (Certainty) หมายถึง การตัดสินใจโดยมีความแน่ใจ หรือมีความรู้อย่างสมบูรณ์แน่ชัดว่าผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกจะเป็นอย่างไร และมีผลลัพธ์เพียงทางเดียวในทางเลือกแต่ละทาง

2. ความเสี่ยงในผลที่คาดว่าจะได้รับ ดูความน่าจะเป็น (probability) หรือน่าจะเกิดขึ้นของผลลัพธ์ที่พอจะมีอยู่ในแต่ละทางเลือก

3. ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ของผลลัพธ์ หมายถึง การตัดสินใจที่สามารถมองเห็นว่ามีผลลัพธ์หลายๆ อย่าง และมีความเป็นไปได้พอๆ กัน แต่ไม่มีความรู้แน่ชัดว่าความน่าจะเป็นมีอยู่เท่าใดในแต่ละทางเลือก

ทั้งนี้ คาร์โรลและจอห์นสัน (Carroll and Johnson, 1990, p. 21-24 อ้างใน ปวีกร จุณณานนท์, 2541, น. 61-62) กล่าวถึง ขั้นตอนของการตัดสินใจ ว่ามีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. Recognition หมายถึง การเริ่มตระหนักว่ามีสถานการณ์บางอย่างต้องมีการตัดสินใจเกิดขึ้น

2. Formulation หมายถึง การค้นหา และแยกแยะสถานการณ์ที่ต้องมีการตัดสินใจโดยมีสมมติฐานว่า ผู้ตัดสินใจต้องการผลตอบแทนที่ดีที่สุดจากการตัดสินใจนั้น

3. Alternative generation หมายถึง การสร้างตัวเลือกหลายๆ ตัวเลือกขึ้นมาเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

4. Information search หมายถึง การหาข่าวสารเกี่ยวกับทางเลือกต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด

5. Judgment or Choice หมายถึง การเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของทางเลือกต่างๆ

6. Action หมายถึง การตัดสินใจกระทำทางเลือก

7. Feedback หมายถึง การที่ได้รับข้อมูลย้อนกลับ หลังจากที่ทำกรตัดสินใจแล้ว โดยข้อมูลที่ได้รับมาอาจทำให้เกิดความรู้ใหม่ หรือมีเกณฑ์ใหม่สำหรับการตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นต่อไป

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการที่ผู้ลงทุนมีการตัดสินใจในการลงทุนในกองทุน LTF หรือไม่นั้น เป็นผลมาจากการเลือกทางเลือกที่สุดจากทางเลือกต่างๆ โดยมีการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปใช้ประกอบการตัดสินใจ

ความรู้เรื่องการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

การลงทุน (Investment) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีรายได้มากกว่ารายจ่าย แล้วนำเงินที่เหลือใช้นั้นไปหาผลประโยชน์หรือผลตอบแทนเพื่อให้เงินที่เหลือใช้นั้นงอกเงยเพิ่มพูนขึ้นด้วย นอกเหนือจากการฝากเงิน (Saving) จึงอาจกล่าวได้ว่า การออมหรือการลงทุนเกิดจากการที่บุคคลหนึ่งๆ ยอมเสียสละ (Trade off) การอุปโภคบริโภคในปัจจุบัน (current consumption) ของตน เพื่อมุ่งหวังการอุปโภคบริโภคในอนาคต (future consumption) ที่ดีกว่านั่นเอง (สมาคมบริษัทจัดการลงทุน, 2545)

การลงทุนสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ (เพชร ชุมทรัพย์, 2540, น. 4-6) คือ

1. การลงทุนเพื่อการบริโภค (Consumer Investment) เป็นการลงทุนเกี่ยวกับการซื้อสินค้าคงทนถาวร (Durable goods) เช่น รถยนต์ ตู้เย็น เป็นต้น ซึ่งการลงทุนลักษณะนี้ไม่ได้หวังกำไรในรูปตัวเงิน แต่ลงทุนเพื่อหวังความพอใจในสินค้านั้นๆ

2. การลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment) เป็นการซื้อสินค้าเพื่อประกอบธุรกิจหารายได้เป็นผลตอบแทนโดยหวังอย่างน้อยที่สุดว่าจะเพียงพอชดเชยกับความเสี่ยงในการลงทุน

3. การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment) เป็นการลงทุนทางอ้อมที่แตกต่างจากการลงทุนในธุรกิจ เนื่องจากผู้ออมไม่ต้องการจะรับความเสี่ยงเองทั้งหมดหรือยังมีเงินไม่เพียงพอในการที่จะเป็นผู้ประกอบการเอง โดยผู้ออมจะไปซื้อหลักทรัพย์ที่พอใจที่จะลงทุน เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ หุ้นทุน เป็นต้น โดยคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของดอกเบี้ยหรือเงินปันผล

ทั้งนี้ จุดมุ่งหมายในการลงทุนของผู้ลงทุน มีหลายประการดังต่อไปนี้

1. ความปลอดภัยของเงินทุน
2. เสถียรภาพของรายได้
3. ความงอกเงยของเงินทุน
4. ความคล่องตัวในการซื้อขาย
5. ความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ทันที
6. การกระจายเงินลงทุน
7. ความพอใจด้านภาษี

โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดจุดมุ่งหมายในการลงทุนของผู้ลงทุน มีหลายปัจจัย ได้แก่

1. อายุ ผู้มีอายุน้อยมักกล้าเสี่ยงและสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความงอกเงยแก่เงินลงทุนมากกว่าผู้ลงทุนที่สูงอายุ ซึ่งมักสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ประจำ และความเสี่ยงต่ำ
2. การมีครอบครัวและความรับผิดชอบที่มีต่อครอบครัว ผู้ลงทุนที่มีครอบครัวทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำและให้รายได้ที่แน่นอน ในขณะที่คนโสดไม่มีภาระผูกพันย่อมลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้
3. สุขภาพของผู้ลงทุน เช่น ผู้ลงทุนที่สุขภาพไม่สมบูรณ์ ย่อมต้องการรายได้ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมากกว่าผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
4. นิสัยส่วนตัวของผู้ลงทุน เช่น ผู้ลงทุนที่มีนิสัยตระหนี่ อาจไม่จำเป็นต้องใช้รายได้ที่ได้รับจากการลงทุน จึงอาจลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีการขยายตัวในอนาคตได้ ในขณะที่ผู้ลงทุนที่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ย่อมต้องการรายได้ที่แน่นอนเพื่อมาจุนเจือรายจ่ายที่เกิดขึ้น
5. ความสนใจในการลงทุน ผู้ลงทุนบางคนลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้
6. ความจำเป็นของผู้ลงทุน จะแตกต่างกันด้วยปัจจัยด้านการเงิน ความรู้สึกและจิตใจ โดยมีสิ่งสำคัญที่เร่งให้เกิดการลงทุนคือกำไร ซึ่งอาจเก็บสะสมไว้เพื่อใช้ยามชรา เพื่อการศึกษา หรือเพื่อปรับฐานะการครองชีพของตนเองให้ดีขึ้น

ในปัจจุบันนั้น การออมเงินและการลงทุนถือเป็นเรื่องที่ทุกคนให้ความสนใจมากขึ้น ซึ่งหากผู้ลงทุนไม่มีเวลาในการดูแลเงินที่เหลือจากการใช้จ่ายแล้ว มักจะมองหาทางเลือกใหม่ในการลงทุนมากขึ้น ดังนั้น กองทุนรวมจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจตามมา ซึ่งกองทุนประเภทหนึ่งที่เป็นกองทุนเพื่อการลงทุนระยะยาว นั่นคือ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว หรือกองทุน LTF ซึ่งเป็นกองทุนรวมที่เน้นลงทุนในหุ้น โดยทางการสนับสนุนให้จัดตั้งขึ้นเพื่อเพิ่มสัดส่วนผู้ลงทุนสถาบัน (ซึ่งก็คือ กองทุนรวม) ที่จะลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การเพิ่มผู้ลงทุนสถาบันดังกล่าวจะช่วยให้ตลาดทุนไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ที่ลงทุนในกองทุน LTF ที่เป็นบุคคลธรรมดาจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อเป็นแรงจูงใจในการลงทุน ซึ่งกองทุน LTF เหมาะสำหรับคนทุกกลุ่มที่ต้องการลงทุนในหุ้นระยะยาว แต่อาจไม่มีความชำนาญเกี่ยวกับการลงทุนในหุ้น หรือไม่มีเวลา จึงลงทุนผ่านกองทุนรวม ทั้งนี้ ผู้ลงทุนจะต้องเข้าใจและยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุน และเงื่อนไขเกี่ยวกับระยะเวลาในการลงทุนได้

นโยบายการลงทุนของกองทุน LTF คือ กองทุนจะมีนโยบายการลงทุนแบบเดียว คือ ลงทุนในหุ้นที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่า

ทรัพย์สินสุทธิของกองทุน โดยอาจเน้นลงทุนในหุ้นกลุ่ม SET 50 หุ้นตามกลุ่มอุตสาหกรรม หรือลงทุนในหุ้นตามที่บริหารจัดการเห็นควรก็ได้ ขึ้นอยู่กับรายละเอียดนโยบายการลงทุนของกองทุน LTF ในแต่ละกองทุน

ทั้งนี้ เงื่อนไขการลงทุนในกองทุน LTF เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี ได้แก่

1. เงินลงทุน มาจากเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 แห่งประมวลรัษฎากร
2. เมื่อผู้ลงทุนซื้อกองทุน LTF แล้ว ต้องถือหน่วยลงทุนไว้ไม่น้อยกว่า 5 ปีปฏิทิน
3. ไม่มีการจำกัดเงินลงทุนขั้นต่ำ โดยผู้ลงทุนสามารถลงทุนได้สูงสุดถึง 15% ของเงินได้ในแต่ละปี แต่ไม่เกิน 700,000 บาท หากมีการลงทุนเกินกว่าที่กำหนดข้างต้น และมีการขายคืนหน่วยลงทุน นักลงทุนต้องนำกำไรที่ได้รับจากการขายคืนหน่วยลงทุนเฉพาะส่วนที่เกินกว่าที่กำหนดไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาด้วย

4. หากมีการขายคืนหน่วยลงทุนก่อนครบกำหนด 5 ปีปฏิทินถือว่าผิดเงื่อนไขการลงทุน จะต้องคืนเงินภาษีที่ได้รับยกเว้นไป พร้อมเงินเพิ่มในอัตรา 1.5% ต่อเดือน โดยนับตั้งแต่เดือนเมษายนของปีที่ผู้ลงทุนยื่นขอยกเว้นภาษี จนถึงเดือนที่มีการยื่นคืนเงินภาษี นอกจากนั้นต้องจ่ายภาษีของกำไรส่วนเกินทุน (capital gain) โดยถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย 3% ของเงินกำไรที่ได้รับ และยังต้องนำกำไรที่ได้รับจากการขายคืนหน่วยลงทุนไปรวมเป็นเงินได้ เพื่อเสียภาษีอีกด้วย

5. ห้ามนำหน่วยลงทุนของกองทุน LTF ไปจำหน่าย โอน จำนอง หรือใช้เป็นหลักประกันใดๆ

6. เมื่อซื้อหน่วยลงทุนของ LTF ในปีใดแล้ว ก็สามารถหักลดหย่อนได้ทันทีในปีนั้น แต่ต้องถือหน่วยลงทุนไว้ไม่น้อยกว่า 5 ปีปฏิทิน โดยเริ่มนับจากปีที่มีการลงทุนเป็นครั้งแรก ยกตัวอย่าง เช่น หากลงทุนซื้อหน่วยลงทุนของ LTF ในวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2548 ซึ่งพิจารณาตามเงื่อนไขแล้ว ต้องถือไปอีก 5 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม ถ้าสามารถขายคืนหน่วยลงทุนในวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2552 ได้ นักลงทุนก็ยังคงได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีครบถ้วน ทั้งนี้ เนื่องจากหากนับตามปีปฏิทินที่เริ่มลงทุนเป็นครั้งแรก การที่นักลงทุนเลือกลงทุนวันใดวันหนึ่งในปี พ.ศ. 2548 ก็นับเป็น 1 ปีปฏิทินแล้ว และการขายคืนหน่วยลงทุนในวันใดวันหนึ่งตามเงื่อนไขที่กองทุนได้กำหนดไว้ในปี พ.ศ. 2552 ก็นับเป็นอีก 1 ปีปฏิทินเช่นกัน รวมกับอีก 3 ปีที่ถือครอง ก็จะนับเป็นระยะเวลา 5 ปีปฏิทินพอดี (แม้ว่าระยะเวลาที่ถือครองหน่วยลงทุนจริงๆ จะเท่ากับ 3 ปี กับ 2 วันเท่านั้นก็ตาม)

7. ไม่จำเป็นต้องลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยจะนับเงินที่ลงทุนแยกกันไปในแต่ละปี เช่น ถ้าลงทุนเงินก้อนแรกในปี 2547 ก็สามารถได้ถอนได้อีก 5 ปีข้างหน้าในปี พ.ศ. 2551 และถ้าลงทุนเงินอีกก้อนหนึ่งในปี 2548 ก็สามารถได้ถอนได้อีก 5 ปีข้างหน้าในปี พ.ศ. 2552 เป็นต้น

8. กรณีที่กองทุนมีการจ่ายเงินปันผล นักลงทุนมีภาระภาษีที่ต้องจ่าย โดยสามารถเลือกหักภาษี ณ ที่จ่ายในอัตรา 10% หรือจะเลือกไม่หัก ณ ที่จ่าย แต่ต้องนำเงินปันผลที่ได้รับนั้นมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ประจำปี

9. เฉพาะกรณีที่นักลงทุนเสียชีวิต หรือทุพพลภาพเท่านั้น จึงจะไม่ถือว่าผิดเงื่อนไขการลงทุน

10. การเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนในกองทุนแล้ว และครบเงื่อนไขของกองทุน สามารถทำการขายและสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนได้มากกว่าปีละ 2 ครั้ง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับแต่ละ บลจ. กำหนด

ความแตกต่างของกองทุน LTF กับกองทุนรวมอื่นๆ มีหลายประการดังนี้

1. เงินที่ลงทุนในกองทุน LTF สามารถนำไปหักค่าหย่อนเพื่อคำนวณภาษี แต่ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้

2. หน่วยลงทุนของกองทุน LTF ไม่สามารถจำหน่าย จ่ายโอน จำนำ หรือนำไปเป็นประกันได้

3. กองทุน LTF ที่มีนโยบายการจ่ายเงินปันผล จะจ่ายเงินปันผลได้ต่อเมื่อกองทุนมีกำไรสะสม และไม่ทำให้เกิดผลขาดทุนสะสมในงวดบัญชีที่จ่ายนั้น โดยสามารถเลือกจ่ายได้ตามหลักเกณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้

3.1 จ่ายจากเงินปันผลหรือดอกเบี้ยวที่กองทุน LTF ได้รับจากการลงทุนในหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินต่าง ๆ

3.2 จ่ายได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของกำไรสะสม หรือกำไรสุทธิในงวดบัญชีที่จะจ่าย เงินปันผล แล้วแต่ว่าจำนวนใดจะต่ำกว่า

4. ผู้ลงทุนสามารถโอนย้ายเงินลงทุนและผลประโยชน์ จากกองทุน LTF กองหนึ่ง ไปยังกองทุน LTF กองอื่นได้ ซึ่งเหตุผลของการโอนย้ายกองทุนอาจมาจาก

4.1 ผู้ลงทุนประสงค์จะเปลี่ยนการลงทุนจากกองทุนเดิมที่ไม่มีนโยบายจ่ายเงินปันผล ไปยังกองทุนอื่นที่มีนโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือในทางตรงกันข้าม

4.2 ผู้ลงทุนประสงค์ที่จะเปลี่ยนตัวบริหารจัดการ เพราะไม่พอใจในผลประโยชน์ของกองทุน หรือไม่พอใจในบริการของบริษัทจัดการเดิม

4.3 ผู้ลงทุนเลือกที่จะโอนย้ายการลงทุนไปยังกองทุนอื่นเนื่องจากกองทุนที่ลงทุนอยู่เดิมเลิกกองทุน

ทั้งนี้ ในการโอนย้ายเงินลงทุนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ผู้ลงทุนที่ส่งโอนย้ายเงินลงทุนที่มีระยะเวลาการลงทุนน้อยกว่า 5 ปีปฏิทิน ต้องแจ้งให้บริษัทจัดการดำเนินการโอนย้ายเงิน

ลงทุนพร้อมทั้งผลประโยชน์ของผู้ลงทุนจากกองทุนเดิมไปยังกองทุนใหม่ให้ และบริษัทจัดการจะต้องดำเนินการโอนย้ายเงินลงทุนให้ภายใน 5 วันทำการนับถัดจากวันที่ได้รับคำสั่งโอนย้ายดังกล่าวจากผู้ลงทุน เพื่อไม่ทำให้ผู้ลงทุนผิดเงื่อนไขของการลงทุนในกองทุน LTF

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ ประเดิม สง่าแสง (2545) ที่ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความพอใจสื่อที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ศึกษากรณี อบต.บ้านยาง อ.เมือง จ.นครปฐม" พบว่า บุคคลจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ โดยโครงการกองทุนหมู่บ้านฯ เป็นสิ่งที่มีประโยชน์กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารของโครงการฯ อยู่แล้ว และสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ง่ายที่สุดในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการที่บุคคลเลือกที่จะรับรู้ และเลือกที่จะตีความนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการกองทุนหมู่บ้านฯ ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ บางประเด็นมีผู้รับรู้มาก บางประเด็นมีผู้รู้น้อย บางประเด็นกลุ่มตัวอย่างก็ไม่แน่ใจ อย่างไรก็ตามจำนวนผู้ที่รับรู้มีมากกว่าจำนวนผู้ที่ไม่รับรู้ในทุกประเด็น ทำให้การดำเนินโครงการไม่พบปัญหามากนัก แต่บางครั้งพบว่า มีข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับโครงการฯ ทำให้เกิดการรับรู้และตีความเป้าหมายของโครงการบิดเบือนไป ซึ่งหากมีผู้รับรู้คลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดมากๆ ก็ทำให้การดำเนินงานของโครงการมีอุปสรรคมิได้

ส่วน ตรีทิพ หวังมิ่งมาศ, ศันสนีย์ กลั่นยิ่ง และ เอกพันธ์ อาชาวรฤทธิ์ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน RMF ของประชากรที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกองทุน RMF จากสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์มากที่สุด ปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการลงทุนในกองทุน RMF มีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการลงทุนในกองทุน RMF สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการลงทุนในกองทุน RMF นั้น ในอนาคตก็ยังคงไม่ทำการลงทุนมากกว่าลงทุน โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลงทุนในกองทุน RMF คือ ต้องการผลตอบแทนในระยะยาว และเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เลือกลงทุนในกองทุน RMF มากที่สุด คือ ไม่มีเงินเหลือพอที่จะลงทุน ทั้งนี้ ปัจจัยด้านกองทุนในด้านระดับความเสี่ยงและสิทธิประโยชน์ มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนมากกว่าปัจจัยด้านกองทุนในด้านอื่นๆ ส่วนปัจจัยด้านสถาบันการเงินในด้านชื่อเสียง ความมั่นคง และผลการดำเนินงานที่ผ่านมา มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนมากกว่าปัจจัยด้านสถาบันการเงินในด้านอื่นๆ ส่วนปัจจัยด้านการสื่อสารทั้ง

ด้านสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทั้งสิ้น โดยเฉพาะสื่อมวลชนด้านการวิเคราะห์การลงทุน และการโฆษณาจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน RMF มากกว่าปัจจัยด้านการสื่อสารด้านอื่นๆ นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ฐานะทางการเงินของตนเอง และความต้องการเก็บเงินไว้ใช้ในระยะยาว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน RMF มากกว่าปัจจัยอื่นๆ ที่กล่าวมา อีกทั้งยังมากกว่าด้านกองทุน ด้านสถาบันการเงิน และด้านการสื่อสารอีกด้วย

ส่วน ลดาวัลย์ พงษ์พันธ์ (2549) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม กรณีศึกษา บลจ. ฟินันซ่า” พบว่า การศึกษาถึงการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมนั้น พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจนั้น ผู้ลงทุนให้ความสำคัญกับผลตอบแทนที่ได้รับจากกองทุนมากที่สุด และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแรงจูงใจเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหน่วยลงทุนน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การลงทุนนั้น ผู้ลงทุนให้ความสำคัญกับการเก็บไว้ใช้ยามเจ็บป่วยหรือยามชราามากที่สุด และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การลงทุนเพื่อเป็นทุนการศึกษาน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้น ผู้ลงทุนจะให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลจากพนักงานตัวแทนของบลจ. ที่ไปติดต่อโดยตรงมากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น ฐานะทางการเงินมีความมั่นคงมากขึ้น รายได้มีมากขึ้น ทำให้มีเงินเหลือเพื่อออมเงินมากขึ้น จึงสามารถนำเงินมาลงทุนในกองทุนรวมได้มากขึ้น อีกทั้งยังพบว่า ในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของ บลจ. ฟินันซ่า นั้น กลุ่มตัวอย่างจะคำนึงถึงผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน ผลประโยชน์ทางด้านภาษี และความสามารถในการบริหารกองทุนของ บลจ. อย่างไรก็ตาม การวิจัยนี้มีข้อจำกัดในการศึกษาคือ ศึกษาเฉพาะบริษัทจัดการกองทุนเพียงแห่งเดียว คือ บลจ. ฟินันซ่า เพียงแห่งเดียวเท่านั้น

แผนภาพที่ 2.1
กรอบแนวคิดในการวิจัย

