

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด” ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลแบบสอบถามจำนวน 283 ชุด โดยได้ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

ตอนที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละตามตารางที่ 4.1 - 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	196	69.3
หญิง	87	30.7
รวม	283	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายมีจำนวน 196 คน หรือร้อยละ 69.3 ในขณะที่เพศหญิง มีจำนวน 87 คน หรือร้อยละ 30.7

ตารางที่ 4.2
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	65	23.0
31 - 40 ปี	68	24.0
41 - 50 ปี	61	21.6
51 – 60 ปี	70	24.7
มากกว่า 60 ปี	19	6.7
รวม	283	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี โดยมีจำนวน 70 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีจำนวน 68 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.0 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีจำนวน 65 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.0 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีจำนวน 61 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.6 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีจำนวน 19 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	32	11.3
ปริญญาตรี	152	53.7
ปริญญาโท	93	32.9
ปริญญาเอก	6	2.1
รวม	283	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 152 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีจำนวน 93 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 32.9 ตามมาด้วย กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 32 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.3 และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก มีจำนวน 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	4	1.4
ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	11.3
พนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน	130	45.9
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	53	18.7
อาชีพอิสระ	22	7.8
นักลงทุน	20	7.1
เกษียณ	19	6.7
อื่นๆ	3	1.1
รวม	283	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน มีจำนวนมากที่สุด คือ 130 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 53 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามมาด้วยกลุ่มข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 32 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.3 ลำดับที่ 4 คือ กลุ่มอาชีพอิสระ จำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.8 ลำดับที่ 5 คือนักลงทุน จำนวน 20 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.1 ลำดับที่ 6 คือ กลุ่มเกษียณ จำนวน 19 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.7 ลำดับที่ 7 คือ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 และลำดับสุดท้ายคือ กลุ่มอาชีพอื่นๆ จำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	88	31.1
25,001 – 50,000 บาท	70	24.7
50,001 – 75,000 บาท	49	17.3
75,001 – 100,000 บาท	31	11.0
สูงกว่า 100,000 บาท	45	15.9
รวม	283	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีจำนวน 88 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 70 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.7 ตามมาด้วย กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท จำนวน 49 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.3 และกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 100,000 บาท มีจำนวน 45 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.90 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มที่มีรายได้ 75,001 – 100,000 บาท จำนวน 31 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 4.6
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	133	47.0
แต่งงาน	143	50.0
หย่า	7	2.5
รวม	283	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ แต่งงาน จำนวน 143 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ โสด จำนวน 133 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 47.0 และสุดท้ายคือกลุ่มที่หย่าร้าง มีจำนวน 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5

ตอนที่ 2

ผลการแจกแจงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย ผู้ให้บริการ ของ บริษัทหลักทรัพย์ สินเชิเยีย จำกัด

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อยผู้ให้บริการของ บริษัทหลักทรัพย์ สินเชิเยีย จำกัด แบ่งออกตามประเภทของสื่อ 4 ประเภท โดยผลการเก็บข้อมูลสามารถแจกแจงได้ตามตารางที่ 4.7 – 4.21

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน (ความถี่ในการเปิดรับเป็นสัปดาห์)

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ					จำนวน ทั้งหมด	ค่า เฉลี่ย (Mean)	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ เปิดรับ
	ทุกวัน (จ.ศ.)	3-4 วัน ต่อ สัปดาห์	1-2 วัน ต่อ สัปดาห์	น้อย กว่า 1 วัน ต่อสัปดาห์	ไม่เคย เปิด รับ เลย				
1. โทรทัศน์	143 (50.5)	37 (13.1)	52 (18.4)	31 (11.0)	20 (7.1)	283 (100.0)	2.890	1.326	ค่อนข้าง ต่ำ มาก
2. วิทยุ	58 (20.5)	39 (13.8)	52 (18.4)	25 (8.8)	109 (38.5)	283 (100.0)	1.689	1.581	ปาน กลาง
3. หนังสือพิมพ์	153 (54.1)	40 (14.1)	51 (18.0)	28 (9.9)	11 (3.9)	283 (100.0)	3.046	1.212	ค่อนข้าง ต่ำ มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า สื่อประเภทสื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ คือ หนังสือพิมพ์ โดยมีการเปิดรับในระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.046 รองลงมาคือ โทรทัศน์ โดยมีการเปิดรับในระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.890 ตามมาด้วย สื่อวิทยุ โดยมีการเปิดรับในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.689

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ					จำนวน ทั้งหมด	ค่า เฉลี่ย (Mean)	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ เปิดรับ
	ทุกวัน (จ-ศ.)	3-4 วัน ต่อ สัปดาห์	1-2 วัน ต่อ สัปดาห์	น้อย กว่า 1 วัน ต่อสั ปดาห์	ไม่เคย เปิด รับเลย				
1. อินเทอร์เน็ต	162 (57.2)	44 (15.5)	10 (3.5)	22 (7.8)	45 (15.9)	283 (100.0)	2.905	1.533	ค่อนข้าง มาก
2. กระดาน ไฟฟ้าตาม ห้องค้า หลักทรัพย์ (Electronic Board)	13 (4.6)	5 (1.8)	6 (2.1)	29 (10.2)	230 (81.3)	283 (100.0)	0.382	0.969	ไม่เคย เลย
3. ข้อความสั้น ผ่านทาง โทรศัพท์มือถือ ถึอ (SMS)	15 (8.8)	4 (1.4)	1 (0.4)	15 (5.3)	238 (84.1)	283 (100.0)	0.456	1.185	ไม่เคย เลย
4. โทรสาร (Fax)	8	5	9	10	251	283	0.265	0.840	ไม่เคย เลย

จากตารางที่ 4.8 พบว่า สื่อประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีการเปิดรับในระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.905 รองลงมาคือข้อความสั้นผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) โดยมีการเปิดรับในระดับไม่เคยเปิดรับเลย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.456 ตามมาด้วย กระดานไฟฟ้าตามห้องค้าหลักทรัพย์ (Electronic Board) โดยมีการเปิดรับในระดับไม่เคยเปิดรับเลย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.382 และสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ โทรสาร (Fax) โดยมีการเปิดรับในระดับไม่เคยเปิดรับเลย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.265

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรม的开รับสื่อบุคคล

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ					จำนวน ทั้งหมด	ค่า เฉลี่ย (Mean)	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ เปิดรับ
	ทุกวัน (จ-ศ.)	3-4 วัน ต่อ สัปดาห์	1-2 วัน ต่อ สัปดาห์	น้อย กว่า 1 วัน ต่อสั ปดาห์	ไม่เคย เปิด รับเลย				
1. เจ้าหน้าที่ โบรกเกอร์	66 (23.3)	28 (9.9)	53 (18.7)	74 (26.1)	62 (21.9)	283 (100.0)	1.866	1.469	ปาน กลาง
2. เพื่อนนักลงทุน	24 (8.5)	20 (7.1)	31 (11.0)	69 (24.4)	139 (49.1)	283 (100.0)	1.014	1.285	น้อย
3. พ่อแม่ ญาติ พี่น้อง	9 (3.2)	3 (1.1)	21 (7.4)	27 (9.5)	223 (78.8)	283 (100.0)	0.403	0.915	ไม่เค ยเลย

จากตารางที่ 4.9 พบว่า สื่อประเภทสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ คือ เจ้าหน้าที่โบรกเกอร์ โดยมีการเปิดรับในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.866 รองลงมาคือ เพื่อนนักลงทุน โดยมีการเปิดรับในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.014 และสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ พ่อแม่ ญาติ พี่น้อง โดยมีการเปิดรับในระดับไม่เคยเปิดรับเลย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.403

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ
(ความถี่ในการเปิดรับจำนวนครั้งต่อเดือน)

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ					จำนวน ทั้งหมด	ค่า เฉลี่ย (Mean)	ส่วน เบี่ยง เบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ การ เปิดรับ
	4 ครั้ง ขึ้นไป ต่อ เดือน	3-4 ครั้งต่อ เดือน	1-2 ครั้งต่อ เดือน	น้อย กว่า 1 ครั้ง ต่อ เดือน	ไม่ เคย เปิด รับ เลย				
สื่อมวลชน									
1. นิตยสาร	9 (3.2)	10 (3.5)	67 (23.7)	37 (13.1)	160 (56.5)	283 (100.0)	0.837	1.099	น้อย
สื่อเฉพาะกิจ									
1.งานสัมมนา	0 (0)	7 (2.5)	51 (18.0)	114 (40.3)	111 (39.2)	283 (100.0)	0.837	0.805	น้อย
2. เอกสาร วารสาร บทวิเคราะห์ เกี่ยวกับ หลักทรัพย์	82 (29.0)	17 (6.0)	93 (32.9)	43 (15.2)	48 (17.0)	283 (100.0)	2.148	1.426	ค่อนข้าง มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.837 สำหรับสื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ คือ สื่อเอกสารวารสาร บทวิเคราะห์เกี่ยวกับหลักทรัพย์ โดยมีการเปิดรับในระดับค่อนข้างมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.148 และรองลงมาคือ งานสัมมนา โดยมีระดับการเปิดรับในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.837

ตารางที่ 4.11

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อ

ประเภทสื่อ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับการเปิดรับสื่อ
1. สื่อมวลชน	2.116	0.833	ปานกลาง
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์	1.002	0.618	น้อย
3. สื่อเฉพาะกิจ	1.094	0.879	น้อย
4. สื่อบุคคล	1.493	0.916	น้อย
รวม	1.441	0.584	น้อย

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากสื่อโดยรวมในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.441 โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อมวลชน มีการเปิดรับในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.116 รองลงมาคือ สื่อบุคคล โดยมีการเปิดรับในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.493 ตามมาด้วย สื่อเฉพาะกิจ โดยมีการเปิดรับในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.094 และสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการเปิดรับในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.002

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายงานข่าวจากสถานีโทรทัศน์ต่างๆ	68	24.0
สถานีโทรทัศน์ Money Channel (UBC97)	24	8.5
รายการ "SET in the City" (UBC 7)	12	4.2
รายการ "คอนัน" (ช่อง 9)	11	3.9
รายการ "Money Talk" (UBC97)	7	2.5
ตัววิ่งรายงานความเคลื่อนไหวราคาซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (ช่อง 9, UBC7, 11 News, Money Channel, TITV และ TTV)	4	1.4
รายการ "เกาะกระแสหุ้น" (UBC 7)	4	1.4
รายการ "ก้าวทันตลาดทุน" (ช่อง 9)	1	0.4
ไม่ระบุ	152	53.7
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 4.12 พบว่า รายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ รายงานข่าวจากสถานีโทรทัศน์ต่างๆ มีจำนวน 68 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ Money Channel (UBC97) มีจำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามมาด้วย รายการ "SET in the City" (UBC 7) มีจำนวน 12 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.2 รายการ "คอนัน" (ช่อง 9) มีจำนวน 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.9 รายการ "Money Talk" (UBC97) มีจำนวน 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 ส่วน ตัววิ่งรายงานความเคลื่อนไหวราคาซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (ช่อง 9, UBC7, 11 News, Money Channel, TITV และ TTV) และรายการ "เกาะกระแสหุ้น" (UBC 7) มีจำนวนเท่ากันคือ 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 ส่วนรายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ รายการ "ก้าวทันตลาดทุน" (ช่อง 9) มีจำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.4 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับทางโทรทัศน์ มีจำนวน 152 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 53.7

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายการวิทยุ

รายการวิทยุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
101 INN News Channel (FM. 101 MHz.)	18	6.4
Nation Radio (FM 90.5 MHz.)	1	0.4
Business Radio (FM 96.5 MHz.)	1	0.4
อื่นๆ	3	1.1
ไม่ระบุ	260	91.9
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 รายการ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า รายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ 101 INN News Channel (FM. 101 MHz.) มีจำนวน 18 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.4 รองลงมาคือ รายการอื่นๆ มีจำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.1 ส่วน Nation Radio (FM 90.5 MHz.) และ Business Radio (FM 96.5 MHz.) มีจำนวนเท่ากันคือ 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.4 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับทางวิทยุ มีจำนวน 260 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 91.9

ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพธุรกิจ	125	44.2
ทันหุ้น	36	12.7
โพสต์ทูเดย์	28	9.9
ผู้จัดการ	24	8.5
ข่าวหุ้น	11	3.9
ไทยรัฐ	10	3.5
บางกอกโพสต์	6	2.1
เดอะเนชั่น	4	1.4
มติชน	4	1.4
ประชาชาติธุรกิจ	4	1.4
กระแสนั้น	3	1.1
คอหุ้น	1	0.4
ไม่ระบุ	27	9.5
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 ฉบับ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า หนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ กรุงเทพธุรกิจ มีจำนวน 125 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ทันหุ้น มีจำนวน 36 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามมาด้วย หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ มีจำนวน 28 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.9 หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ มีจำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.5 หนังสือพิมพ์ข่าวหุ้น มีจำนวน 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.9 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีจำนวน 10 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ มีจำนวน 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 ส่วนหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น มติชน และประชาชาติธุรกิจ มีจำนวนเท่ากันคือ 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 หนังสือพิมพ์กระแสนั้น มีจำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.1 และหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ คอหุ้น มีจำนวน

1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.4 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับทางหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 27 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 4.15

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามนิตยสาร

นิตยสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Money & Wealth (M&W)	74	26.1
มติชนสุดสัปดาห์	8	2.8
การเงินการธนาคาร	7	2.5
ไม่ระบุ	194	68.6
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 ฉบับ

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ Money & Wealth (M&W) มีจำนวน 74 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาคือ มติชนสุดสัปดาห์ มีจำนวน 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.8 ส่วนนิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ การเงินการธนาคาร มีจำนวน 7 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับทางนิตยสาร มีจำนวน 194 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 68.6

ตารางที่ 4.16

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
www.efinancethai.com	70	24.7
www.settrade.com	59	20.8
เว็บไซต์ของโบรกเกอร์ต่างๆ	49	17.3
www.set.or.th	38	13.4
เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ต่างๆ	9	3.2
ไม่ระบุ	58	20.5
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ต ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ เว็บไซต์ www.efinancethai.com มีจำนวน 70 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมาคือ เว็บไซต์ www.settrade.com มีจำนวน 59 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามมาด้วย เว็บไซต์ของโบรกเกอร์ต่างๆ มีจำนวน 49 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.3 เว็บไซต์ www.set.or.th มีจำนวน 38 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.4 ส่วนเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ต่างๆ มีจำนวน 9 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.2 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 58 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.5

ตารางที่ 4.17

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ให้บริการข้อความสั้นผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือ (SMS)

ผู้ให้บริการข้อความสั้นผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ	20	7.1
Settrade.com	6	2.1
ต้นธาร คอร์ปอเรชั่น	4	1.4
อื่นๆ เช่น www.efinancethai.com	3	1.1
ไม่ระบุ	250	88.4
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 ที่

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ให้บริการข้อความสั้นผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ คือบริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ มีจำนวน 20 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.1 รองลงมาคือ Settrade.com มีจำนวน 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามมาด้วย ต้นธาร คอร์ปอเรชั่น มีจำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 และ ผู้ให้บริการรายอื่นๆ มีจำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับข้อความสั้นผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) มีจำนวน 250 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 88.4

ตารางที่ 4.18

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ให้บริการข้อมูลผ่านทางโทรสาร (FAX)

ผู้ให้บริการมูลผ่านทางโทรสาร (FAX)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ	28	9.9
www.efinancethai.com	1	0.4
ไม่เปิดรับ	254	89.8
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 ที่

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ให้บริการข้อมูลผ่านทางโทรสาร (FAX) ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ มีจำนวน 28 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.9 รองลงมาคือ www.efinancethai.com มีจำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.4. ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับข้อมูลผ่านทางโทรสาร (FAX) มีจำนวน 254 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.8

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้จัดงานสัมมนา

ผู้จัดงานสัมมนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลาดหลักทรัพย์	79	27.9
บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ	75	26.5
บริษัทผู้ให้บริการข้อมูล เช่น เว็บไซต์ www.efinancethai.com	27	9.5
ไม่ระบุ	102	36.0
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 ที่

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้จัดงานสัมมนา ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ ตลาดหลักทรัพย์ มีจำนวน 79 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือ บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ มีจำนวน 75 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.5 ส่วนผู้จัดงานสัมมนาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ บริษัทผู้ให้บริการข้อมูล มีจำนวน 27 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับทางผู้จัดงานสัมมนา มีจำนวน 102 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.0

ตารางที่ 4.20

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้จัดทำ เอกสาร วารสาร บทวิเคราะห์

ผู้จัดทำ เอกสาร วารสาร บทวิเคราะห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ	227	80.2
ตลาดหลักทรัพย์	6	2.1
ไม่ระบุ	50	17.7
รวม	283	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบ 1 คนตอบได้มากกว่า 1 ที่

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้จัดทำ เอกสาร วารสาร บทวิเคราะห์ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ มีจำนวน 227 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมาคือตลาดหลักทรัพย์ มีจำนวน 6 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุการเปิดรับทางผู้จัดทำ เอกสาร วารสาร บทวิเคราะห์ มีจำนวน 50 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.7

ตารางที่ 4.21
แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุในการเลือกเปิดรับสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของสื่อ	สาเหตุในการเปิดรับสื่อต่างๆ													
	สะดวกในการเปิดรับ/ ใช้งานง่าย	รับข้อมูลข่าวสารได้ทันที	ความเคยชิน/ เปิดรับเป็นประจำ	รายละเอียดของข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจ	รายการข่าวสารมีความทันสมัย	ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์	ข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย	เก็บรักษาข้อมูลไว้ได้นาน	ขณะเปิดรับสื่อสามารถพักเล่นอิริยาบถได้สบาย	ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	ได้รับข้อมูลตอบกลับได้อย่างทันที	ชื่อเสียงแห่งข้อมูลข่าวสาร	ความไว้วางใจแหล่งข่าวสาร	แหล่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ
สื่อมวลชน														
โทรทัศน์	69.3	19.8	53.7	23.0	63.3	35.3	0.7	58.0	11.7	19.4	42.4	37.1	8.5	22.6
วิทยุ	44.9	43.8	20.8	9.2	28.6	19.8	3.2	35.1	11.0	10.6	20.1	25.1	0.4	39.2
หนังสือพิมพ์	47.7	35.3	41.1	44.2	38.2	45.2	37.8	25.8	23.3	28.3	25.1	46.6		
นิตยสาร	15.5	5.3	7.8	22.3	4.6	11.3	22.6	4.6	9.5	12.0	2.5	15.9		

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

สาเหตุในการเปิดรับสื่อต่างๆ																	
สะดวกในการเปิดรับ / ใช้งานง่าย	รับข้อมูลข่าวสารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดรับเป็นประจำ	รายละเอียดของข้อมูลข่าวสาร	ข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย	ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์	ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์	เก็บรักษาข้อมูลไว้ได้นาน	ขณะเปิดรับสื่อสามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย	ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	ได้รับข้อมูลตอบกลับอย่างทันที	ชื่อเสียงของแหล่งข้อมูลข่าวสาร	ความเข้าใจในแหล่งข้อมูลข่าวสาร	แหล่งข้อมูลน่าเชื่อถือ	ค่าใช้จ่ายในการเปิดรับสื่อ	ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ	ไม่เปิดรับ	
ประเภทของสื่อ	สะดวกในการเปิดรับ / ใช้งานง่าย	รับข้อมูลข่าวสารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดรับเป็นประจำ	รายละเอียดของข้อมูลข่าวสาร	ข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย	ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์	เก็บรักษาข้อมูลไว้ได้นาน	ขณะเปิดรับสื่อสามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย	ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	ได้รับข้อมูลตอบกลับอย่างทันที	ชื่อเสียงของแหล่งข้อมูลข่าวสาร	ความเข้าใจในแหล่งข้อมูลข่าวสาร	แหล่งข้อมูลน่าเชื่อถือ	ค่าใช้จ่ายในการเปิดรับสื่อ	ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ	ไม่เปิดรับ	
อิเล็กทรอนิกส์	63.3	16.6	43.8	31.4	54.1	45.2	30.4	20.1	17.7	19.8	19.1	24.0	18.4	33.6	38.9	10.2	
กระดานไฟฟ้าตามห้องค้าหลักทรัพย์ (Electronic Board)	3.2	0	5.7	2.5	5.7	5.3	0	2.8	0	2.8	0	8.1	7.8	2.8	4.9	76.3	
ข้อความสั้นผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS)	14.1	6.0	0	0	4.9	0	0	0.4	0.4	0	0	2.8	2.8	0	2.8	77.0	
โทรสาร (Fax)	2.8	0	0	2.1	0	0	0	0	0	0	0	2.1	2.1	0	0	92.6	

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

สาเหตุในการเปิดรับสื่อต่างๆ																	
ประเภทของสื่อ	สะดวกในการเปิดรับ / ใช้งานง่าย	รับข้อมูลข่าวสารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดรับเป็นประจำ	รายละเอียดของข้อมูลข่าวสารมีคุณค่า	รายการข่าวดังของสื่อมวลชน	ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์	ข้อมูลข่าวสารหลากหลาย	เก็บรักษาข้อมูลไว้ได้นาน	ขณะเปิดรับสื่อสามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย	มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	ได้รับข้อมูลตอบกลับได้อย่างทันที	ชื่อเสียงของแหล่งข้อมูลข่าวสาร	ความเข้าใจในแหล่งข้อมูลข่าวสาร	แหล่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ	ค่าใช้จ่ายในการเปิดรับสื่อ	ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ	ไม่เปิดรับ
	2.5	2.8	0.4	20.8	15.5	15.9	2.1	2.1	2.1	25.4	21.6	25.4	27.9	38.2	8.1	30.7	13.1
	14.1	2.5	9.2	25.1	8.8	18.7	23.7	2.5	0	0	14.5	45.2	20.8	8.8	32.2	9.9	
สื่อเฉพาะกิจงานสัมมนา																	
เอกสารวารสารบทวิเคราะห์																	

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

สาเหตุในการเปิดรับสื่อต่างๆ																	
ประเภทของสื่อ	สะดวกในการเปิดรับ	รับข้อมูลข่าว / สารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดเป็นประจำ	รายละเอียดของข้อมูลข่าว	รายละเอียดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว
	รับข้อมูลข่าว / สารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดเป็นประจำ	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว
	รับข้อมูลข่าว / สารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดเป็นประจำ	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว
	รับข้อมูลข่าว / สารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดเป็นประจำ	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว
	รับข้อมูลข่าว / สารได้ทันที	ความเคยชิน / เปิดเป็นประจำ	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว	รายการละเปิดของข้อมูลข่าว
สื่อบุคคล	11.7	12.0	11.3	7.1	4.9	13.4	0	0	24.7	36.0	4.2	16.6	9.9	7.4	24.0	23.7	
เจ้าหน้าที่โพรกเกอร์	9.5	7.4	5.3	0	5.3	17.7	0	5.7	19.8	22.6	4.6	31.1	9.5	5.7	17.0	25.4	
เพื่อนนักลงทุน	2.1	2.8	0	0	0	2.8	0	2.8	7.8	14.5	4.2	9.5	4.9	0	8.5	65.7	

หมายเหตุ : ผู้ตอบแต่ละคนสามารถแสดงเหตุผลได้มากกว่า 1 ข้อความ

จากตารางที่ 4.21 แสดงสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อต่าง ๆ โดยแบ่งตามประเภทของสื่อได้ 4 ประการ ดังนี้

1. สื่อมวลชน

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จากสื่อโทรทัศน์ คือ สะดวกในการเปิดรับ/ใช้งานง่าย คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 63.3 ถัดมา คือ ขณะเปิดรับสื่อสามารถพักผ่อนเริ่ยนได้สบาย คิดเป็นร้อยละ 58.0 ส่วนสื่อวิทยุ นั้น มีสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือ สะดวกในการเปิดรับ/ใช้งานง่าย คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือรับข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ คิดเป็นร้อยละ 43.8 ถัดมา คือ ขณะเปิดรับสื่อสามารถพักผ่อนเริ่ยนได้สบาย คิดเป็นร้อยละ 35.1 สำหรับสื่อหนังสือพิมพ์มีสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จากลำดับมากที่สุด คือ สะดวกในการเปิดรับ/ใช้งานง่าย คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 46.6 ถัดมา คือ ข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 45.2 และ สื่อสุดท้ายในหมวดสื่อมวลชน คือ นิตยสารมีลำดับสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือ เก็บรักษาข้อมูลไว้ได้นาน คิดเป็นร้อยละ 22.6 รองลงมาคือ รายละเอียดของข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 22.3 ถัดมา คือ แหล่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 18.8

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเรียงจากลำดับมากที่สุด คือ สะดวกในการเปิดรับ/ใช้งานง่าย คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 54.1 ถัดมา คือ ข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 45.2 ในส่วนของกระดานไฟฟ้าตามห้องค้าหลักทรัพย์ (Electronic Board) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เนื่องจาก ความสะดวกในแหล่งข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 8.1 รองลงมาคือ แหล่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ถัดมา คือ ความเคยชิน /เปิดรับเป็นประจำ และข้อมูลข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์ ซึ่งมีจำนวนผู้เลือกเท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 5.7 สำหรับข้อความสั้นผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือ สะดวกในการเปิดรับ/ใช้งานง่าย คิดเป็นร้อยละ 14.1 รองลงมาคือ รับข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ถัดมา คือ ข้อมูล

ข่าวสารมีความทันสมัยทันเหตุการณ์ คิดเป็นร้อยละ 4.9 และ โทรสาร (FAX) มีสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือ สะดวกในการเปิดรับ/ใช้งานง่าย คิดเป็นร้อยละ 2.8 และรองลงมาคือ รายละเอียดของข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจน, ความไว้วางใจในแหล่งข้อมูลข่าวสารและแหล่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ ซึ่งมีจำนวนเท่ากันคือ คิดเป็นร้อยละ 2.1

3. สื่อเฉพาะกิจ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จากงานสัมมนา คือ แหล่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 30.7 ถัดมาคือ ความไว้วางใจในแหล่งข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 27.9 และสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จากเอกสาร วารสาร บทวิเคราะห์ คือ ความไว้วางใจในแหล่งข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือข้อมูลข่าวสารที่ได้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 32.2 ถัดมา คือ แหล่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 20.8

4. สื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จากเจ้าหน้าที่โบรกเกอร์ คือ ได้รับข้อมูลตอบกลับได้อย่างทันที คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 24.7 ถัดมา คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 24.0 การเลือกเปิดรับข่าวสารการลงทุนจากเพื่อนนักลงทุนที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตอบ คือ ความไว้วางใจในแหล่งข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลตอบกลับได้อย่างทันที คิดเป็นร้อยละ 22.6 ถัดมา คือ ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 19.8 สำหรับสาเหตุการเปิดรับข่าวสารจากพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง คือ ได้รับข้อมูลตอบกลับได้อย่างทันที คิดเป็นร้อยละ 14.5 รองลงมาคือ ความไว้วางใจในแหล่งข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 9.5 ถัดมา คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตอนที่ 3

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์
สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

โดยมีสมมติฐานย่อย 6 ข้อ ดังนี้

1.1 เพศ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

1.2 อายุ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

1.3 ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

1.4 อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

1.5 รายได้ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

1.6 สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

ซึ่งผลการวิเคราะห์จะแสดงตามลำดับของสมมติฐานย่อยจำนวน 6 ข้อ ตามตารางที่
4.22 – 4.51 ดังนี้

สมมติฐานย่อย 1.1 เพศ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_0 : เพศ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_1 : เพศ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: ไคสแควร์ (Chi-Square : χ^2)

ตารางที่ 4.22

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

เพศ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ชาย	38 (19.4)	99 (50.5)	59 (30.1)	196
หญิง	22 (25.3)	44 (50.6)	21 (24.1)	87
รวม	60 (21.1)	143 (50.5)	80 (28.3)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 1.74740 , ค่า df = 2 , ค่า Significant = 0.4174

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.4174 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ เพศ ของนักลงทุนรายย่อยนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุน

ตารางที่ 4.23

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ ดินเอเชีย จำกัด

เพศ	ความถี่ในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ชาย	155 (79.1)	36 (18.4)	5 (2.6)	196
หญิง	74 (85.1)	12 (13.8)	1 (1.1)	87
รวม	229 (80.9)	48 (17.0)	6 (2.1)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 1.56753, ค่า df = 2 , ค่า Significant = 0.4567

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.4567 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ เพศ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ ดินเอเชีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุน

ตารางที่ 4.24

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

เพศ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคล			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ชาย	126 (64.3)	59 (30.1)	11 (5.6)	196
หญิง	38 (43.7)	39 (44.8)	10 (11.5)	87
รวม	164 (58.0)	98 (34.6)	21 (7.4)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 10.99795, ค่า df = 2 , ค่า Significant = 0.0041

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0041 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ เพศ นักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุน

ตารางที่ 4.25

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สีนเอเซีย จำกัด

เพศ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ชาย	126 (64.3)	59 (30.1)	11 (5.6)	196
หญิง	38 (43.7)	39 (44.8)	10 (11.5)	87
รวม	164 (58.0)	98 (34.6)	21 (7.4)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 10.99795, ค่า df = 2 , ค่า Significant = 0.0041

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0041 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ เพศ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สีนเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุน

ตารางที่ 4.26

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโดยรวม
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

เพศ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อโดยรวม			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ชาย	88 (44.9)	104 (53.1)	4 (2.0)	196
หญิง	39 (44.8)	47 (54.0)	1 (11.1)	87
รวม	127 (44.9)	151 (53.4)	5 (1.8)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 0.28150, ค่า df = 2 , ค่า Significant = 0.8687

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ค่า Significant = 0.8687 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ เพศ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สมมติฐานย่อย 1.2 อายุ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเชีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_0 : อายุ นักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเชีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_1 : อายุ นักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเชีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: ไคสแควร์ (Chi-Square : χ^2)

ตารางที่ 4.27

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเชีย จำกัด

อายุ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
20 – 30 ปี	10 (15.4)	31 (47.7)	24 (36.9)	65
31 – 40 ปี	20 (29.4)	38 (55.9)	10 (14.7)	68
41 – 50 ปี	13 (21.3)	30 (49.2)	18 (29.5)	61
51 – 60 ปี	9 (12.9)	35 (50.0)	26 (37.1)	70
มากกว่า 60 ปี	8 (42.1)	9 (47.4)	2 (10.5)	19
รวม	60 (21.2)	143 (50.5)	80 (28.3)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 20.21327 , ค่า df = 8 , ค่า Significant = 0.0096

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0096 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน

การศึกษา (H₁) กล่าวคือ อายุ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุน

ตารางที่ 4.28

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อายุ	ความถี่ในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
20 – 30 ปี	49 (75.4)	16 (24.6)	0 (0)	65
31 – 40 ปี	56 (82.4)	8 (11.8)	4 (5.9)	68
41 – 50 ปี	50 (82.0)	10 (16.4)	1 (1.6)	61
51 – 60 ปี	55 (78.6)	14 (20.0)	1 (1.4)	70
มากกว่า 60 ปี	19 (100)	0 (0)	0 (0)	19
รวม	229 (80.9)	48 (17.0)	6 (2.1)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 14.66240 , ค่า df = 8 , ค่า Significant = 0.0661

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0661 มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานการศึกษา (H₁) กล่าวคือ อายุ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุน

ตารางที่ 4.29

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อายุ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคล			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
20 – 30 ปี	14 (21.5)	38 (58.5)	13 (20.0)	65
31 – 40 ปี	37 (22.6)	27 (39.7)	4 (5.9)	68
41 – 50 ปี	57 (93.4)	2 (3.3)	2 (3.3)	61
51 – 60 ปี	48 (68.6)	20 (28.6)	2 (2.9)	70
มากกว่า 60 ปี	8 (42.1)	11 (57.9)	0 (0)	19
รวม	229 (80.9)	48 (17.0)	6 (2.1)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 81.51869 , ค่า df = 8 , ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_a) กล่าวคือ อายุ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัท หลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุน

ตารางที่ 4.30

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ

ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อายุ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
20 – 30 ปี	12 (18.5)	17 (72.3)	6 (9.2)	65
31 – 40 ปี	29 (42.6)	34 (50.0)	5 (7.4)	68
41 – 50 ปี	37 (60.7)	17 (27.9)	7 (11.5)	61
51 – 60 ปี	32 (45.7)	29 (41.4)	9 (12.9)	70
มากกว่า 60 ปี	16 (12.7)	3 (15.8)	0 (0)	19
รวม	126 (44.5)	130 (45.9)	27 (9.5)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 41.97464 , ค่า df = 8 , ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ อายุ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุน

ตารางที่ 4.31

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโดยรวม
ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อายุ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อโดยรวม			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
20 – 30 ปี	14 (18.5)	51 (72.3)	0 (9.2)	65
31 – 40 ปี	36 (52.9)	28 (41.2)	4 (5.9)	68
41 – 50 ปี	31 (50.8)	30 (49.2)	0 (0)	61
51 – 60 ปี	30 (42.9)	39 (55.7)	1 (1.4)	70
มากกว่า 60 ปี	16 (84.2)	3 (15.8)	0 (0)	19
รวม	127 (44.9)	151 (53.4)	5 (1.8)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 39.96139, ค่า df = 8 , ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ อายุ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สมมติฐานย่อย 1.3 ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.3

H_0 : ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_1 : ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: ไคสแควร์ (Chi-Square : χ^2)

ตารางที่ 4.32

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	13 (40.6)	10 (31.3)	9 (28.1)	32
ปริญญาตรี	32 (21.1)	74 (48.7)	46 (30.0)	152
ปริญญาโท	15 (16.1)	59 (63.4)	19 (20.4)	93
ปริญญาเอก	0 (0)	0 (0)	6 (100.0)	6
รวม	60 (21.2)	143 (50.5)	80 (28.3)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 29.80947, ค่า df = 6, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุน

ตารางที่ 4.33

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31 (96.9)	1 (3.1)	0 (0)	32
ปริญญาตรี	113 (74.3)	34 (22.4)	5 (3.3)	152
ปริญญาโท	83 (89.9)	9 (9.7)	1 (1.1)	93
ปริญญาเอก	2 (33.3)	4 (66.7)	0 (0)	6
รวม	229 (80.9)	48 (17.0)	6 (2.1)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 24.44127, ค่า df = 6, ค่า Significant = 0.004

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.004 มีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุน

ตารางที่ 4.34

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อบุคคลของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคล			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26 (81.3)	5 (15.6)	1 (3.1)	32
ปริญญาตรี	60 (39.5)	72 (47.4)	20 (13.2)	152
ปริญญาโท	74 (79.6)	19 (20.4)	0 (0)	93
ปริญญาเอก	4 (66.7)	2 (33.3)	0 (0)	6
รวม	164 (58.0)	98 (34.5)	21 (7.4)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 50.29483, ค่า df = 6, ค่า Significant <0.001

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant <0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุน

ตารางที่ 4.35

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อเฉพาะกิจของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20 (62.5)	12 (37.5)	0 (0)	32
ปริญญาตรี	60 (39.5)	73 (48)	19 (12.5)	152
ปริญญาโท	46 (49.5)	39 (41.9)	8 (8.6)	93
ปริญญาเอก	0 (0)	6 (100.0)	0 (0)	6
รวม	126 (44.5)	130 (45.9)	27 (9.5)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 16.26285, ค่า df = 6, ค่า Significant = 0.0124

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0124 มีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุน

ตารางที่ 4.36

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อโดยรวมของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเปิดรับสื่อโดยรวม			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	23 (71.9)	9 (28.1)	0 (0)	32
ปริญญาตรี	56 (36.8)	91 (59.9)	5 (3.3)	152
ปริญญาโท	48 (51.6)	45 (48.4)	0 (0)	93
ปริญญาเอก	0 (0)	6 (100.0)	0 (0)	6
รวม	127 (44.9)	151 (53.4)	5 (1.8)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 23.22937, ค่า df = 6 , ค่า Significant = 0.0007

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Significant = 0.0007 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ ระดับการศึกษา ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สมมติฐานย่อย 1.4 อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สิ้นเอเชีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.4

H_0 : อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สิ้นเอเชีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_1 : อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สิ้นเอเชีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: ไคสแควร์ (Chi-Square : χ^2)

ตารางที่ 4.37

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สิ้นเอเชีย จำกัด

อาชีพ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	0 (0)	0 (0)	4 (100.0)	4
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 (12.5)	19 (59.4)	9 (28.1)	32
พนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน	32 (24.6)	58 (44.6)	40 (30.8)	130
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	18 (34.0)	25 (47.2)	10 (18.9)	53
อาชีพอิสระ	4 (18.2)	13 (59.1)	5 (22.7)	22

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

อาชีพ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
นักลงทุน	1 (5.0)	13 (65.0)	6 (30.0)	20
เกษียณ	1 (5.3)	15 (78.9)	3 (15.8)	19
อื่นๆ	0 (0)	0 (0)	3 (100.0)	3
รวม	60 (21.2)	143 (50.5)	80 (28.3)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 37.48763, ค่า df = 14, ค่า Significant = 0.0006

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0006 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุน

ตารางที่ 4.38

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อาชีพ	ความถี่ในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	4 (100.0)	0 (0)	0 (0)	4
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28 (87.5)	4 (12.5)	0 (0)	32
พนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน	101 (77.7)	28 (21.5)	1 (0.8)	130
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	40 (75.5)	9 (17.0)	4 (7.5)	53
อาชีพอิสระ	19 (86.4)	3 (13.6)	0 (0)	22
นักลงทุน	17 (85.0)	2 (10.0)	1 (5.0)	20
เกษียณ	17 (89.5)	2 (10.5)	0 (0)	19
อื่นๆ	3 (100.0)	0 (0)	0 (0)	3
รวม	229 (80.9)	48 (17.0)	6 (2.1)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 16.44886, ค่า df = 14, ค่า Significant = 0.2867

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.2867 มีค่ามากกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุน

ตารางที่ 4.39

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อบุคคลของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อาชีพ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคล			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	0 (0)	4 (100.0)	0 (0)	4
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29 (94.6)	3 (9.4)	0 (0)	32
พนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน	60 (46.2)	52 (40.0)	18 (13.8)	130
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	40 (75.5)	13 (24.5)	0 (0)	53
อาชีพอิสระ	14 (63.6)	7 (31.8)	1 (4.5)	22
นักลงทุน	11 (55.0)	7 (35.0)	2 (10.0)	20
เกษียณ	9 (47.4)	10 (52.6)	0 (0)	19
อื่นๆ	1 (33.3)	2 (66.7)	0 (0)	3
รวม	164 (58.0)	98 (34.6)	21 (7.4)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 16.44886, ค่า df = 14, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุน

ตารางที่ 4.40

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก

สื่อเฉพาะกิจของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อาชีพ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	0 (0)	0 (0)	4 (100.0)	4
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17 (53.1)	15 (46.9)	0 (0)	32
พนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน	41 (31.5)	78 (60.0)	11 (8.5)	130
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	38 (71.7)	11 (20.8)	4 (7.5)	53
อาชีพอิสระ	19 (86.4)	1 (4.5)	2 (9.1)	22
นักลงทุน	2 (10.0)	14 (70.0)	4 (20.0)	20
เกษียณ	9 (47.4)	8 (42.1)	2 (10.5)	19
อื่นๆ	0 (33.3)	3 (66.7)	0 (0)	3
รวม	126 (44.5)	130 (45.9)	27 (9.5)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 99.19723, ค่า df = 14, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุน

ตารางที่ 4.41

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อโดยรวมของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

อาชีพ	ความถี่ในการเปิดรับสื่อโดยรวม			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	0 (0)	4 (100.0)	0 (0)	4
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20 (62.5)	12 (37.5)	0 (0)	32
พนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน	44 (33.8)	85 (65.4)	1 (0.8)	130
ค้าขาย เจ้าของกิจการ ธุรกิจส่วนตัว	34 (64.2)	15 (28.3)	4 (7.5)	53
อาชีพอิสระ	14 (63.6)	8 (36.4)	0 (0)	22
นักลงทุน	2 (10.0)	8 (90.0)	0 (0)	20
เกษียณ	13 (68.4)	6 (31.6)	0 (0)	19
อื่นๆ	0 (0)	3 (100.0)	0 (0)	3
รวม	127 (44.9)	151 (53.4)	5 (1.8)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 57.31856, ค่า df = 14, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ อาชีพ ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สมมติฐานย่อย 1.5 รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.5

H_0 : รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_1 : รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: ไคสแควร์ (Chi-Square : χ^2)

ตารางที่ 4.42

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

รายได้	ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 25,000 บาท	20 (22.7)	37 (42.0)	31 (35.2)	88
25,001 – 50,000 บาท	19 (27.1)	43 (61.4)	8 (11.4)	70
50,001 – 75,000 บาท	5 (10.2)	28 (57.1)	16 (32.7)	49
75,001 – 100,000 บาท	4 (12.9)	19 (61.3)	8 (25.8)	31
สูงกว่า 100,000 บาท	12 (26.7)	16 (35.6)	17 (37.8)	45
รวม	60 (21.2)	143 (50.5)	80 (28.3)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 22.09747, ค่า df = 8, ค่า Significant = 0.047

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.047 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุน

ตารางที่ 4.43

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

รายได้	ความถี่ในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 25,000 บาท	68 (77.3)	20 (22.7)	0 (0)	88
25,001 – 50,000 บาท	60 (85.7)	10 (14.3)	0 (0)	70
50,001 – 75,000 บาท	33 (67.3)	10 (20.4)	6 (12.2)	49
75,001 – 100,000 บาท	31 (100.0)	0 (0)	0 (0)	31
สูงกว่า 100,000 บาท	37 (82.2)	8 (17.8)	0 (0)	45
รวม	229 (80.9)	48 (17.0)	6 (2.1)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 39.15560, ค่า df = 8, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุน

ตารางที่ 4.44

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก

สื่อบุคคลของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

รายได้	ความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคล			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 25,000 บาท	22 (25.0)	49 (55.7)	17 (19.3)	88
25,001 – 50,000 บาท	48 (68.6)	21 (30.0)	1 (1.4)	70
50,001 – 75,000 บาท	39 (79.6)	9 (18.4)	1 (2.0)	49
75,001 – 100,000 บาท	23 (74.2)	6 (19.4)	2 (6.5)	31
สูงกว่า 100,000 บาท	32 (71.1)	13 (28.9)	0 (0)	45
รวม	164 (58.0)	98 (34.6)	21 (7.4)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 67.98466, ค่า df = 8, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุน

ตารางที่ 4.45

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก

สื่อเฉพาะกิจของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สีนเอเชีย จำกัด

รายได้	ความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 25,000 บาท	28 (31.8)	52 (59.1)	8 (19.3)	88
25,001 – 50,000 บาท	38 (54.3)	20 (28.6)	12 (17.1)	70
50,001 – 75,000 บาท	16 (32.7)	32 (65.3)	1 (2.0)	49
75,001 – 100,000 บาท	16 (51.6)	9 (29.0)	6 (19.4)	31
สูงกว่า 100,000 บาท	28 (62.2)	17 (37.8)	0 (0)	45
รวม	126 (44.5)	130 (45.9)	27 (9.5)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 38.81888, ค่า df = 8, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สีนเอเชีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุน

ตารางที่ 4.46

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อโดยรวมของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

รายได้	ความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 25,000 บาท	28 (31.8)	60 (68.2)	0 (0)	88
25,001 – 50,000 บาท	42 (60.0)	28 (40.0)	0 (0)	70
50,001 – 75,000 บาท	21 (42.9)	23 (46.9)	5 (10.2)	49
75,001 – 100,000 บาท	16 (51.6)	15 (48.4)	0 (0)	31
สูงกว่า 100,000 บาท	20 (44.4)	25 (55.6)	0 (0)	45
รวม	127 (44.9)	151 (53.4)	5 (1.8)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 37.67674, ค่า df = 8, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ รายได้ต่อเดือน ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สมมติฐานย่อย 1.6 สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.5

H_0 : สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

H_1 : สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน

สถิติที่ใช้ทดสอบ: ไคสแควร์ (Chi-Square : χ^2)

ตารางที่ 4.47

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
โสด	32 (24.1)	66 (68.2)	35 (0)	133
แต่งงาน	28 (19.6)	70 (49.0)	45 (31.5)	143
หย่า	0 (0)	7 (100.0)	0 (0)	7
รวม	60 (21.2)	143 (50.5)	80 (28.3)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 8.33261, ค่า df = 4, ค่า Significant = 0.0801

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0801 มีค่า มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการศึกษา (H_1) กล่าวคือ สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของนักลงทุน

ตารางที่ 4.48

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
โสด	107 (80.5)	21 (15.8)	5 (3.8)	133
แต่งงาน	115 (80.4)	27 (18.9)	1 (0.7)	143
หย่า	7 (100.0)	0 (0)	0 (0)	7
รวม	229 (80.9)	48 (17.0)	6 (6.21)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 5.12444, ค่า df = 4, ค่า Significant = 0.2748

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.2748 มีค่า มากกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักลงทุน

ตารางที่ 4.49

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อบุคคลของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคล			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
โสด	55 (41.4)	63 (47.4)	15 (11.3)	133
แต่งงาน	104 (72.7)	35 (24.5)	4 (2.8)	143
หย่า	5 (71.4)	0 (0)	2 (28.6)	7
รวม	164 (58.0)	98 (34.6)	21 (7.4)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 35.85066, ค่า df = 4, ค่า Significant < 0.001

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant < 0.001 มีค่า น้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของนักลงทุน

ตารางที่ 4.50

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อเฉพาะกิจของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
โสด	51 (38.3)	74 (55.6)	8 (6.0)	133
แต่งงาน	75 (52.4)	49 (34.3)	19 (13.3)	143
หย่า	0 (0)	7 (100.0)	0 (0)	7
รวม	126 (44.5)	130 (45.9)	27 (9.5)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 22.19716, ค่า df = 4, ค่า Significant = 0.0002

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.0002 มีค่า น้อยกว่า
ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของนักลงทุน

ตารางที่ 4.51

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อโดยรวมของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการเปิดรับสื่อโดยรวม			รวม
	ต่ำ จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	สูง จำนวน (ร้อยละ)	
โสด	58 (43.6)	70 (52.6)	5 (3.8)	133
แต่งงาน	65 (45.5)	78 (54.5)	0 (0)	143
หย่า	4 (57.1)	3 (42.9)	0 (0)	7
รวม	127 (44.9)	151 (53.9)	5 (1.8)	283 (100.0)

ค่า Chi-Square = 6.12766, ค่า df = 4, ค่า Significant = 0.1898

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผลการทดสอบค่า Significant = 0.1898 มีค่า มากกว่าระดับ
นัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน
การศึกษา (H_1) กล่าวคือ สถานภาพสมรส ของนักลงทุนรายย่อย บริษัทหลักทรัพย์ สินเอเซีย จำกัด
ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักลงทุน