

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนทางการเงินของ
ผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคนวัตกรรมสื่อสาร

ธนพร กุมภีรักษ์

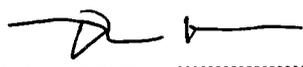
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

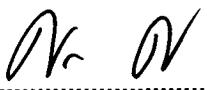
2558

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนทางการเงินของ
ผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุทธศาสตร์สนเทศการสื่อสาร
ธนพร กุมภีรักษ์
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

อาจารย์..........อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์..........ประธานกรรมการ
(ดร.อัสวิน เนตร โพธิ์แก้ว)

อาจารย์..........กรรมการ
(ดร.ศรัณย์ธร ศศิชนากรแก้ว)

อาจารย์..........กรรมการ
(ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร)

ศาสตราจารย์..........คณบดี
(ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

มิถุนายน 2558

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธนพร กุมภีรักษ์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2558

การศึกษาค้นคว้าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างการแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักลงทุนประเภทบุคคล ผู้ใช้สื่อออนไลน์จำนวน 400 คน วิธีดำเนินการวิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อการทดสอบและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ T- test การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (Multiple comparison) ของ เชฟเฟ (SCHEFFE) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษา ปัจจัยการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ต 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ มีความถี่ในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้อินเทอร์เน็ตในเวลา 10.01-14.00 น. เพื่อแสวงหาข่าวสาร 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ มีการแสวงหาข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ (www.set.or.th) โดยประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงินที่เลือกแสวงหา เป็นข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และมีวัตถุประสงค์การแสวงหาข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงินที่เผยแพร่ผ่านออนไลน์ ที่มีความสดใหม่ทันเหตุการณ์ และการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร มีความ

(4)

คิดเห็น โดยรวม พบว่า อันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการลงทุน และความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศ การสื่อสารสื่อสาร มีความคิดเห็น โดยรวม พบว่า อันดับแรกอยู่ในระดับมาก คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความทันสมัยทันเหตุการณ์

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ลักษณะทางประชากร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ลักษณะทางประชากร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 3) ลักษณะทางประชากร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 4) การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศมีความสัมพันธ์กันกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทาง และ 5) การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศมีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

คำสำคัญ: การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน การแสวงหาข่าวสาร

ABSTRACT

Title of Thesis	Uses and Gratifications of Individual Investors toward Financial Investment in Media and Information Communication Era
Author	Miss Thanaporn Kumpiruk
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2015

The study of Uses and Gratifications of Individual Investors toward Financial Investment in Media and Information Communication Era aims to examine the relationships between people's behavior in financial investment information seeking, the uses and gratifications from the obtained information and their demographic background. The study utilized a quantitative method, using 400 samples of individual online investors. A questionnaire was distributed and analyzed using descriptive statistics analysis, as well as T-Test analysis, One-way ANOVA, and Scheffe's Multiple Comparison to test the predetermined hypotheses.

The results show that most of the respondents use the Internet 1-2 days per week, more than 7 times weekly, during 10.01 hrs. and 14.00 hrs. It is found that online investors looked for information in the Stock Exchange of Thailand (SET) website (www.set.or.th). The category of information searched was information of businesses and monetary products. The reason for using online financial investment information was its being up-to-date.

As for the uses and gratifications of the financial investment information of individual online investors, the findings show that the online investors generally found the obtained information highly useful, which refers to their ability to use the information to plan an investment; while they generally felt highly gratified when the acquired information were up-to-date.

(6)

The hypothesis tests results show that 1) investors with different demographics, including gender, age, education, and monthly income exhibited statistically different information seeking behavior at a significant level; 2) different demographics statistically affect the uses of the financial investment information at a significant level; 3) different demographics statistically affect the gratifications of the financial investment information at a significant level; 4) the information seeking in the media and communication era is associated with the uses of the financial investment information; and 5) the information seeking in the media and communication era is associated with the gratifications of the financial investment information

Keywords: Uses and Gratification, Financial investment information, Information seeking

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัย ไกร์ขอกราบขอบพระคุณ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาช่วยเหลือ แนะนำแนวทาง ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ประธานกรรมการสอบ และ ดร.ศรัณย์ธร ศศิชนาการแก้ว กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำต่างๆเป็นอย่างดี รวมทั้งขอขอบคุณอาจารย์ในคณะทุกท่านที่ได้สั่งสอนและให้วิชาความรู้ทำให้สำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ ผู้มีพระคุณที่สุดในชีวิต ซึ่งให้การสนับสนุนและดูแลเป็นอย่างดี ขอขอบคุณน้องปิ่น ที่คอยช่วยคอยยืมหนังสือจากจุฬาฯ

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนในการเรียนปริญญาโท นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม ที่คอยให้กำลังใจ ช่วยเหลือในทุกด้าน ทั้งเรื่องเรียนและเรื่องส่วนตัว ขอขอบคุณ เพื่อน ชาว ICD สำหรับกำลังใจการดูแลและให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ทุกคน ขอขอบคุณสำหรับ Like for life ขอขอบคุณเพื่อนพี่หน้อยทุกคน ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลืออย่างดีตลอดมา ขอขอบคุณ พี่แจ๊ค ก็, พี่โจโจ้ นอกจากจะช่วยเรื่องส่วนตัวแล้ว ยังช่วยเรื่องเรียนด้วย ขอขอบคุณพี่ๆ X-bone ทุกคน สำหรับมิตรภาพดีๆ ที่หยิบยื่นให้และคอยช่วยเหลือให้ทุกอย่างผ่านมามีด้วยดี

ขอบคุณเพื่อนทุกคน ทุกกลุ่ม ที่ให้กำลังใจ ช่วยกันติชม สนับสนุน ตลอดจนช่วยตอบแบบสอบถาม รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยซึ่งใจ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่คอยให้กำลังใจและการสนับสนุน จนทำให้มีประสบความสำเร็จในวันนี้ ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานวิจัยในครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป

ธนพร กุมภีรักษ์

มิถุนายน 2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาการวิจัย	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	6
1.4 สมมติฐานการวิจัย	7
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนและการวางแผนการลงทุน	11
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์	19
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic)	25
2.4 ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)	28
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Use and Gratification)	30
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36

บทที่ 3	ระเบียบวิจัย	41
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
3.3	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	44
3.4	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	46
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย	47
บทที่ 4	ผลการวิจัย	50
4.1	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากร	42
4.2	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสารของผู้ลงทุนประเภทบุคคล	53
4.3	ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	59
4.4	ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	62
4.5	ผลการทดสอบสมมติฐาน	63
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะงานวิจัย	98
5.1	สรุปผลงานวิจัย	98
5.2	อภิปรายผลงานวิจัย	100
5.3	ข้อเสนอแนะงานวิจัย	110
5.4	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	112
บรรณานุกรม		113
ภาคผนวก		118
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	119
ประวัติผู้เขียน		127

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	เกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)	46
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	51
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	51
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	52
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก	53
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสารการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร	53
4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ความถี่ในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน	54
4.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารบ่อยที่สุด	55
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	56
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร (สื่อใหม่) จำแนกตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงินที่เลือกแสวงหาข่าวสาร	58
4.11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร (สื่อใหม่) จำแนกตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการลงทุนทางการเงิน	59

4.12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	60
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	62
4.14	การเปรียบเทียบเพศกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	63
4.15	การเปรียบเทียบอายุกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	64
4.16	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวมจำแนกตามอายุ	66
4.17	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามอายุ	67
4.18	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารทางการลงทุนทางการเงินจำแนกตามอายุ	68
4.19	การเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	69
4.20	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวมจำแนกตามระดับการศึกษา	70
4.21	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา	71
4.22	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา	72

4.23	การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	73
4.24	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
4.25	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามสื่อออนไลน์ข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
4.26	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
4.27	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
4.28	การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	79
4.29	การเปรียบเทียบเพศกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	80
4.30	การเปรียบเทียบอายุกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	81
4.31	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามช่วงอายุ	81
4.32	การเปรียบเทียบการศึกษาสูงสุดกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	82
4.33	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	83

4.34	การเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	84
4.35	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
4.36	การเปรียบเทียบอาชีพหลักกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	86
4.37	การเปรียบเทียบเพศกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	87
4.38	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเปรียบเทียบอายุกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามช่วงอายุ	87
4.39	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามอายุ	88
4.40	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	89
4.41	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
4.42	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	91
4.43	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	92
4.44	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเปรียบเทียบอาชีพกับระดับการความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามอาชีพ	93

4.45	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	94
4.46	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับความพึงพอใจ ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	95
4.47	การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	95

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	10
2.1 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	32

บทที่ 1

บทนำ

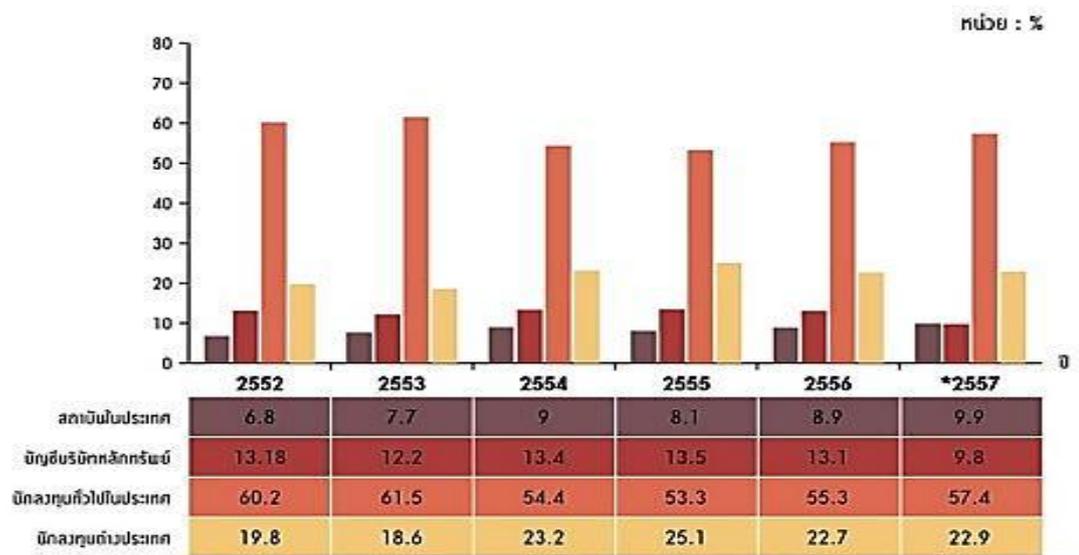
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ดำเนินต่อเนื่องมาในทุกช่วงศตวรรษ และกลายเป็นกลไกพื้นฐานที่สำคัญในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ลักษณะที่สำคัญที่เกิดขึ้นคือ การหลอมรวมของระบบการสื่อสาร ความแพร่หลายของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าปัจจุบันสื่อคอมพิวเตอร์มีบทบาทต่อชีวิตมนุษย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากนี้เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่ออำนวยความสะดวกในทุกด้านของการใช้ชีวิตประจำวันรวมถึงการทำธุรกิจที่ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วโลก เป็นการสื่อสารแบบไร้พรมแดน เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้มีส่วนช่วยให้เกิดการนำเสนอข่าวสารร่วมกับสื่ออื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างรวดเร็ว และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ ศักยภาพของเทคโนโลยีนับเป็นปัจจัย กระตุ้นให้เกิดความสนใจในข่าวสาร และเข้ามาใช้ประโยชน์จากข่าวออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากปัจจัยด้านความสะดวก และความรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อดั้งเดิมแล้ว นับเป็นข้อเด่นของข่าวออนไลน์ที่นำเสนอบนสื่อออนไลน์ ซึ่งจัดว่าเป็นสื่อใหม่ที่สามารถเอาชนะอุปสรรคทางด้านระยะทางและเวลาได้ จึงนับเป็นปัจจัยที่จะช่วยผลักดันการนำเสนอข่าวสารออนไลน์ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง (ศิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549)

ในด้านของการลงทุนทางการเงิน กระแสโลกาภิวัตน์สร้างความเชื่อมโยงของตลาดการเงินทั่วโลก การผ่อนปรนกฎเกณฑ์ทางการค้าและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างความสะดวกรวดเร็วในการเคลื่อนย้ายเงินทุน ผู้ลงทุนจึงมีทางเลือกมากมายในการลงทุน การบริหารความเสี่ยงผ่านนวัตกรรมทางการเงินที่สร้างสรรค์ขึ้นผ่านองค์ความรู้ที่ผสมกันหลายด้าน ข้อมูลข่าวสารถือเป็นกลไกสำคัญของตลาดเงินและตลาดทุน การควบคุมภายในจะประสบความสำเร็จได้จากการมีข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจและมีการสื่อสารกันอย่างชัดเจนและทั่วถึง การเปิดเผยข้อมูลและข่าวสารกิจการในตลาดทุนอย่างถูกต้องครบถ้วนและทันเวลาถือเป็นหัวใจ

สำคัญในการสร้างความเท่าเทียมและความโปร่งใสของตลาดการเงินและตลาดทุนเพราะข้อมูลข่าวสารเป็นส่วนประกอบสำคัญในการตัดสินใจ รวมทั้งยับยั้งความเชื่อมั่นในการลงทุนและสร้างเสถียรภาพของตลาดทุนในระยะยาว (อัจฉรา โยมสินธุ์, 2555)

ซึ่งขยายขอบเขตในการประกอบธุรกิจของสถาบันการเงิน ซึ่งไม่ได้จำกัดแค่เพียงธนาคารพาณิชย์ที่มีการรับฝากถอนเงินเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงสถาบันการเงินประเภทอื่นๆ อย่างเช่น บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จึงส่งผลให้การแข่งขันระหว่างสถาบันการเงินที่มีความรุนแรง สถาบันการเงินต่างๆ จึงต้องปรับตัวการบริการเป็นแบบครบวงจร ธุรการทางการเงินในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งต่างจากในอดีต ที่ธุรการทางการเงิน เช่น บัญชีเงินฝาก ไม่ได้มีความซับซ้อน แต่ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้มีการพัฒนารูปแบบให้ซับซ้อนยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุน เช่น ธุรการอนุพันธ์ (Derivatives) ทำให้ต้องเรียนรู้และทราบข้อมูลการวางแผนการเงิน เพื่อเลือกใช้ตราสารในการลงทุนให้เหมาะกับอัตราของตนเอง (รัชนิกร วงศ์จันทร์, 2553)



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แหล่งที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557.

ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ลงทุน โดยเฉพาะการขยายฐานของผู้ลงทุน เป็นหนึ่งกลไกที่สำคัญในการพัฒนาตลาดทุน การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนผู้ลงทุนในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งผู้ลงทุนประเภทบุคคลมีบทบาทในตลาดทุนเพิ่มขึ้นทั้งในด้านตราสารทุนและตราสารหนี้ ถือเป็นปัจจัยบวกสำหรับตลาดทุนไทย ตามแผนแม่บทการพัฒนาตลาดทุนที่ทางกระทรวงการคลังจัดทำ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ทั้งนี้ ประเภทของผู้ลงทุนในตลาดทุนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ ผู้ลงทุนสถาบัน (Institutional Investors) และผู้ลงทุนรายย่อยหรือผู้ลงทุนประเภทบุคคล (Retail/Individual Investors) สถานะการลงทุนที่เปลี่ยนแปลงไป การที่ผู้ลงทุนประเภทบุคคลมี โอกาสการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ เพิ่มขึ้นจากเดิมที่โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลและการลงทุนใน หลักทรัพย์ต่างๆ มักจะอยู่ในกลุ่มสถาบัน โดยการเพิ่มตราสารซึ่งผู้ลงทุนรายย่อยสามารถเข้าถึงได้ ความต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ซึ่งมากกว่าผลตอบแทนดอกเบี้ยเงินฝาก ส่งผลให้ผู้ลงทุนหันไป หาช่องทางลงทุนในหลักทรัพย์มากขึ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557)

สำหรับผู้ลงทุน การเตรียมความพร้อมที่จะลงทุนทางการเงินนอกจากจะรู้จักองค์ประกอบ ของหลักทรัพย์ที่จะลงทุนแล้ว สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและการติดตามข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับสถานะโดยรวม ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่ว่าจะเป็นยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู มีการเติบโต ทางเศรษฐกิจหรือยุควิกฤตการณ์อันส่งผลให้เศรษฐกิจซบเซา จะเห็นได้ว่าดัชนีราคาหลักทรัพย์มี บทบาทสำคัญเกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ และอยู่ในความสนใจของผู้ประกอบการ และ นักลงทุนประเภทบุคคลอย่างสม่ำเสมอ ตามสื่อประเภทต่างๆ โดยจะมีการรายงานสถานะอัตรา การซื้อขาย วิเคราะห์ถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนทางการเงินให้ทราบกัน อย่างต่อเนื่อง ข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญอย่างมากในการใช้ประกอบการ ตัดสินใจลงทุนในธุรกิจต่างๆ โดยตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในการลงทุนทางการเงิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับผลตอบแทน หรือกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย. สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2552)

ดังนั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของบุคคล ทั้งที่เกี่ยวข้อง กับความต้องการส่วนตัว หน้าที่การงานและการเรียนรู้ จึงต้องเริ่มต้นด้วยการแสวงหา (Krikelas, 1983, p. 5) จากการเข้าสู่ยุคสารสนเทศการสื่อสารที่ทำให้ข้อมูลทวีความสำคัญขึ้นสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นสื่อเพื่อการเข้าถึงข้อมูลที่มีใช้กันอย่างแพร่หลาย การแสวงหา ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนจึงเป็นประโยชน์อย่างมากกับผู้ลงทุนด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่าง การซื้อขายใน ตลาดหลักทรัพย์ ข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อมูล ข่าว ทั้งงบการเงิน รายชื่อผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ สิทธิประโยชน์การลงทุน ฯลฯ ที่ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยนำเสนอเพื่อให้บริการแก่บริษัทสมาชิก ผู้ขายข้อมูล สื่อหนังสือพิมพ์ สถาบันการศึกษา กองทุน องค์กรภาครัฐ และนักลงทุนทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์ไม่ว่าจะเป็นการ ใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ หรือเพื่อใช้ศึกษาประกอบการลงทุนจึงจำเป็นต้องหาข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลหลายๆ แหล่ง ซึ่งแหล่งข้อมูลควรมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง ทันสมัย และง่ายต่อการใช้ งาน เช่น การให้บริการ Website สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ หรือการค้นหาข้อมูล

จากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตอื่นๆ จึงเห็นได้ว่าการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ก้าวสู่ยุคสารสนเทศการสื่อสาร ข้อมูลไม่เพียงแต่ต้องถูกต้อง แต่ต้องเข้าถึงผู้ลงทุนได้อย่างรวดเร็ว (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุนจึงจะต้องมีความถูกต้อง รวดเร็ว และทันเวลา เพราะข้อมูลที่ได้รับถูกต้องแต่ล่าช้า ข้อมูลข้อมไม่สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุนได้ทันการณ์ และในทางกลับกัน หากข้อมูลที่ได้รับแม้มีความรวดเร็วแต่หากมีความผิดพลาด ข้อมูลก็อาจสร้างความเสียหายแก่ผู้ใช้ได้มาก และที่สำคัญที่สุดข้อมูลต้องสามารถนำไปวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพในการประเมินเหตุการณ์ ระดับกระแสเงินและระดับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อผู้ลงทุนจะได้ออกแบบกลยุทธ์การลงทุนได้อย่างเหมาะสม (สุกชัย ศรีสุชาติ, 2549)

การลงทุนที่มีความเสี่ยงสูงที่สุด คือ การลงทุนโดยไม่มีความรู้ความเข้าใจในข้อมูล เพราะความไม่รู้คือความเสี่ยง การมีความรู้ความเข้าใจรอบด้าน รวมทั้งข้อมูลข่าวสารจะช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุน ปัจจัยสำคัญในการลงทุนให้ประสบความสำเร็จจึงมาจากการมีความรู้และการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง การไม่รู้จักทางเลือก ไม่รู้วิธีบริหารความเสี่ยง ไม่รู้จักการวิเคราะห์บริษัท ไม่รู้จักวางแผนการลงทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่ผิดพลาดได้ แต่หากนักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจ สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน เข้าใจหลักทรัพย์ที่จะลงทุน เข้าใจผลตอบแทนที่คาดหวัง เข้าความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น สร้างการวางแผนการเงินที่เหมาะสมก็จะสามารถลงทุนได้อย่างมีเหตุผล เพราะปัจจัยหลายด้านส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ จึงไม่มีใครรู้แน่ชัดว่าราคาหลักทรัพย์จะปรับเปลี่ยนไปในทิศทางใด การศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลายๆ ทาง แล้ววิเคราะห์อย่างรอบครอบก็ตัดสินใจ จึงช่วยลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557)

ทั้งนี้ ความรู้ของผู้ลงทุนนอกจากจะช่วยให้ผู้ลงทุนตัดสินใจลงทุนได้ดีขึ้นแล้ว ยังช่วยเติมเต็มประสิทธิภาพของตลาดโดยรวมได้อีกด้วย เพราะความตระหนกต่อข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อในระยะสั้น มักเกิดจากความไม่รู้ข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้ลงทุนมีข้อมูล มีความรู้ความเข้าใจในกลไกการลงทุน ความมีประสิทธิภาพของตลาดการเงินก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของตลาดทุนไทยในระดับนานาชาติได้อีกด้วย

ปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลด้านการลงทุนมากมายให้บริการผ่านช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งทางเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถแบ่งตามผู้ให้ข้อมูล (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2552) ได้ดังนี้

- 1) แหล่งข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียน เช่น ผลการดำเนินงานงบการเงิน ข่าวสารจากผู้บริหาร เป็นต้น
- 2) แหล่งข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 3) แหล่งข้อมูลจากสถาบันการเงิน บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน หรือธนาคาร เช่น บทวิเคราะห์หลักทรัพย์ ผลิตภัณฑ์การเงิน
- 4) แหล่งข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมบริษัทจดทะเบียน สมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย

สารสนเทศการสื่อสาร ก่อให้ประโยชน์ในการค้นหาข้อมูลอย่างมาก ทั้งนี้ข้อมูลที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การศึกษาหาความรู้ การรับข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริง จึงต้องมีความรวดเร็ว และแม่นยำทันต่อสภาพการณ์ข่าวสาร ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จึงต้องสามารถปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ในโลกปัจจุบันที่เกิดนวัตกรรมทางการเงินใหม่ๆ มากมาย สารสนเทศการสื่อสาร จึงมีบทบาทอย่างมากในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นสำหรับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในยุคสังคมสารสนเทศผ่านสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย สร้างค่านิยม ความนึกคิด และพฤติกรรมที่มีผลต่อการแพร่กระจายนวัตกรรมความรู้ต่อสังคมอย่างรวดเร็ว และจากการศึกษาผลวิจัยโครงการสำรวจกลุ่มผู้มีศักยภาพเป็นผู้ลงทุนใหม่ (Potential Investor Survey) ซึ่งทำการวิจัยผู้ที่มีเงินลงทุนในหลักทรัพย์หรือกองทุนรวม 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 817 ราย พบว่า ช่องทางการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหลักทรัพย์ โดยร้อยละ 49.00 ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการรับรู้ข่าวสารการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 16.00 โดยใช้เป็นแหล่งสนับสนุนข้อมูลทางการเงิน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

จากการศึกษาข้างต้น ยังเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ผู้มีศักยภาพลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (Potential Retail Investors) และนักลงทุนบุคคล (Current Retail Investors) ในต่างจังหวัดปีพ.ศ. 2557 พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทในการหาข้อมูลการลงทุนของกลุ่มนักลงทุนต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 75 เช่นการรับข้อมูลข่าวสารการลงทุนจากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ยังถือเป็นการรับข้อมูลในชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้มีศักยภาพการลงทุน (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557) จึงเห็นได้ว่าสารสนเทศการสื่อสารมีการพัฒนาสื่อใหม่ (New Media) ให้สอดคล้องกับการเผยแพร่ข้อมูลในการลงทุนที่หลากหลาย เช่น การใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ข่าวสารกับนักลงทุนการให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการเงินผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลข่าวสารดังกล่าวมาใช้พิจารณาลงทุนทางการเงิน ทำให้นักลงทุนเลือกใช้การสื่อสารผ่านระบบสารสนเทศมากขึ้น ทั้งนี้การเลือกใช้สื่อในระบบสารสนเทศ จะมีการเลือกใช้ที่แตกต่างกันตามความถนัด ความพึงพอใจ และความสนใจของแต่ละ

บุคคล ในส่วนของประชาชนที่ใส่ใจต่อการออมโดยการลงทุน ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจ ศึกษการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ในยุคสารสนเทศการสื่อสารสื่อสารทั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาเปรียบเทียบกับปัจจัยลักษณะทางประชากร และประเภทของแหล่งข่าวสารในยุคสารสนเทศ ที่ส่งผลกับประโยชน์ และความพึงพอใจจาก ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ทั้งนี้ผลวิจัยที่ได้จะนำไปพัฒนาข่าวสารการลงทุนการเงินผ่าน สารสนเทศการสื่อสาร ให้เป็นประโยชน์และสร้างความพึงพอใจให้กับนักลงทุนทางการเงินได้มากที่สุด

1.2 ปัญหาการวิจัย

1.2.1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่าง กันหรือไม่

1.2.2 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันหรือไม่

1.2.3 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันมีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันหรือไม่

1.2.4 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ข่าวสาร การลงทุนทางการเงิน หรือไม่

1.2.5 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร การลงทุนทางการเงิน หรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับการแสวงหา ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

1.3.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับการใช้ ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

1.3.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับความพึง พอดีข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

1.3.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

1.3.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ และความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน

1.4.2 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน

1.4.3 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน

1.4.4 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

1.4.5 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งได้ ดังนี้

1) ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ใช้สื่อใหม่ ทาง เว็บไซต์ของสถาบันการเงิน สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลประชากรจากข้อมูลนักลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557) จำนวน 1,072,492 คน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

2) กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ลงทุนประเภทบุคคล ซึ่งเป็นผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในตามสูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามที่คำนวณได้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง การครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ในไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ของกลุ่มนักลงทุนทางการเงิน

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดเนื้อหาตามตัวแปร ดังนี้

- 1) ปัจจัยลักษณะทางประชากร แบ่งได้ 5 ประการ ดังนี้ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ
- 2) ปัจจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสารผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิด และงานวิจัยของ พสนันท์ ปัญญาพร (2555) สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2557) ที่อธิบายถึงเว็บไซต์ของสถาบันการเงินสื่อสังคมออนไลน์ และการแบ่งตามจำนวนครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน และช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร รวมถึงรายละเอียดด้านการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงินวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงิน
- 3) การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสารผู้วิจัยประยุกต์ใช้ตามแนวคิดของ แมคคอมส์และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) แบ่งได้ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ต้องการรู้เหตุการณ์ 2) ต้องการช่วยตัดสินใจ 3) ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย 4) ความต้องการมีส่วนร่วม 5) ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
- 4) ความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสารผู้วิจัยประยุกต์ใช้ตามงานวิจัยของ Wenner (1985) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดย ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ความทันสมัย ทันเหตุการณ์ ความหลากหลาย ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือมีความครบถ้วนในการตัดสินใจลงทุน ข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการ และเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว

1.6 นิยามศัพท์

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อ ไปใช้ประโยชน์ด้านใดด้านหนึ่ง ตามความต้องการของแต่ละบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้องการรู้เหตุการณ์ความต้องการข้อมูลเพื่อสนทนา ความต้องการมีส่วนร่วมความต้องการสนับสนุนการตัดสินใจในการลงทุนในหลักทรัพย์

การลงทุนทางการเงิน หมายถึง วิธีการสะสมเงินเพื่อก่อให้เกิดผลตอบแทนในอนาคตที่คาดว่าจะได้รับมากขึ้นผ่านสถาบันทางการเงิน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน บริษัทหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการลงทุนผ่านหลักทรัพย์ทางการเงิน

การแสวงหาข่าวสาร หมายถึง วิธีการในการแสวงหาข่าวสารโดยวัดจากความบ่อยครั้ง วัตถุประสงค์ และประเด็น ของผู้รับสารในการค้นหาข่าวสารการลงทุนในหลักทรัพย์

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความพอใจที่ผู้รับสารได้รับจากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในหลักทรัพย์ เช่น การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ระหว่างข้อมูลทางสังคมกับการรับรู้ข่าวสาร

ลักษณะทางประชากร หมายถึง ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพอธิบายได้ดังนี้

สื่อออนไลน์ หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสารที่เป็นช่องทางสื่อสารผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเสนอข้อมูลต่างๆ การลงทุนทางการเงิน ได้แก่

- 1) เว็บไซต์ของสถาบันการเงิน ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ของสถาบันการเงิน และบริษัทหลักทรัพย์ และบล็อกส่วนบุคคล

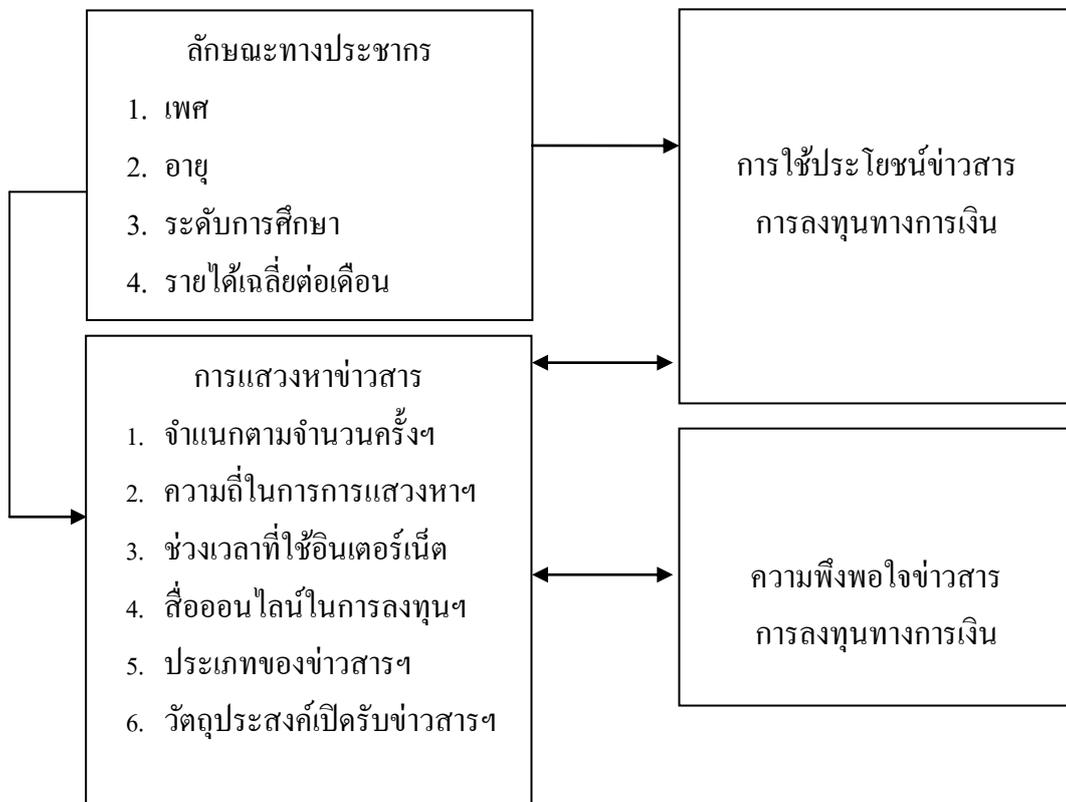
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการวางแผนการลงทุนทางการเงิน ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

1.7.2 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารการลงทุนการเงิน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจในการลงทุนการเงิน ของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.7.3 เพื่อนำผลวิจัยไปใช้พัฒนาสื่อสารสนเทศในการเผยแพร่ข่าวสารการลงทุนการเงิน ให้กับผู้ลงทุนประเภทบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนและการวางแผนการลงทุน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนและการวางแผนการลงทุน

Hallman and Rosenbloom (2000) ได้กล่าวว่า การวางแผนการเงินส่วนบุคคลว่าเป็นกระบวนการประเมิน ทรัพย์สินสร้าง และนำแผนทางการเงินของแต่ละบุคคล ไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายทางการเงินที่แต่ละบุคคลต้องการ ให้บรรลุภายใต้เงื่อนไขเฉพาะของแต่ละบุคคลโดยแผนการเงินที่ได้วางไว้นั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ทางการเงินของผู้วางแผน และมีการใช้เครื่องมือทางการเงินมากกว่าหนึ่งอย่าง เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

2.1.1 การวางแผนการออมและการลงทุน

การวางแผนการเงินเป็นสิ่งจำเป็นในการบรรลุเป้าหมายในชีวิต การวางแผนการเงินที่ดีทำให้บุคคลมีแนวทางการออมเงิน และการลงทุนที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับแต่ละบุคคล และทำให้มีหลักประกันในยามฉุกเฉินรวมทั้งมีเงินทุนไว้ใช้อย่างเพียงพอในวัยเกษียณ ยิ่งไปกว่านั้นการ

วางแผนการเงินจะทำให้บุคคลได้รู้แนวทางว่าจะใช้จ่ายเงินเก็บออมเงิน หรือวางแผนลงทุนอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น การวางแผนการเงินส่วนบุคคลจึงเป็นการบูรณาการแผนการเงินในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับบุคคลเข้าด้วยกัน ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนรายได้และรายจ่าย การวางแผนการออมเงิน การวางแผนประกันภัย การวางแผนภาษี การวางแผนการลงทุน การวางแผนเพื่อวัยเกษียณและการวางแผนมรดก โดยมีหลักพื้นฐานในการจัดทำแผนการเงิน (รัชนีกร วงจันทร์, 2553, น. 18-19) คือ

1) การสร้างความมั่งคั่ง (Wealth Creation) เกี่ยวข้องกับการบริหารรายได้รายจ่ายในการอุปโภคบริโภค (Consumption Planning) มีวินัยในการออมและควบคุมรายจ่าย เพื่อเป็นฐานในการต่อ ยอดความมั่งคั่งในอนาคต

2) การปกป้องความมั่งคั่ง (Wealth Protection) เป็นการคุ้มครองความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับสินทรัพย์ที่ไม่มีชีวิต เช่น บ้าน รถยนต์ และสินทรัพย์ที่มีชีวิต คือ ตัวเราเอง และผู้อยู่ในอุปการะ โดยการวางแผนประกันภัย (Insurance Planning) เพื่อลดความสูญเสียทางการเงินอันจะส่งผลกระทบต่อความมั่งคั่งลดลงและจะเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน รวมทั้งการวางแผนการใช้จ่ายในบั้นปลายชีวิตผ่านการวางแผนเพื่อวัยเกษียณ (Retirement Planning) ให้มีชีวิตบั้นปลายที่มีความสุข

3) การต่อ ยอดความมั่งคั่ง (Wealth Accumulation) สะสมความมั่งคั่งผ่านการวางแผนภาษี (Tax Planning) และการวางแผนการลงทุน (Investment Planning) โดยการลดค่าใช้จ่ายในส่วนของภาษีที่ต้องจ่ายผ่านการวางแผนภาษี และเพิ่มรายได้จากสินทรัพย์ ผ่านการวางแผนการลงทุน เพื่อเพิ่มโอกาสในการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน

4) การกระจายความมั่งคั่ง (Wealth Distribution) เพื่อส่งมอบความมั่งคั่งให้กับบุคคลที่ต้องการให้เขาเป็นผู้รับมรดก เช่น ลูกหลาน ญาติพี่น้อง หรือการกุศล ผ่านการวางแผนมรดก (Estate Planning)

2.1.2 ขอบเขตของการวางแผนการเงินส่วนบุคคล

ขอบเขตของการวางแผนการเงินส่วนบุคคลครอบคลุมถึงการจัดการการเงินที่สำคัญๆ ของบุคคลดังต่อไปนี้ (สุขใจ น้ำพุด, 2545, น. 36)

1) การวางแผนการบริโภคและอุปโภคที่มีประสิทธิภาพ (Consumption Planning) เริ่มต้นจากการมีงานอาชีพที่เหมาะสม เพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคง รู้จักเก็บออมควบคุมค่าใช้จ่ายทั้งบริโภคและอุปโภค บริหารรายได้และรายจ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความมั่งคั่งและความมั่นคงทางการเงินแก่ตนเองและครอบครัว

2) การบริหารความเสี่ยงและการวางแผนประกันภัย (Insurance Planning) เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตและสินทรัพย์ของบุคคล โดยการวางแผนบริหารความเสี่ยงของชีวิตและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับสินทรัพย์ที่อยู่ในความครอบครอง และเป็นหลักประกันในชีวิตและบุคคลที่อยู่ใต้การดูแลรับผิดชอบ

3) การวางแผนภาษี (Tax Planning) เพื่อลดภาระภาษีตามสิทธิประโยชน์ที่ภาครัฐมอบให้ โดยผ่านกระบวนการวางแผนภาษี เงินที่ประหยัดได้จากการวางแผนภาษีนี้นำไปลงทุนเพิ่มเพื่อสร้างสินทรัพย์และความมั่นคงให้กับชีวิตได้

4) การวางแผนการลงทุน (Investment Planning) เพื่อให้เงินออมที่สะสมไว้งอกเงย โดยการจัดสรรเงินออมไปลงทุนในทางเลือกต่างๆ ที่เหมาะสม ให้ได้รับอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังและบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่กำหนด ภายใต้ความเสี่ยงและเงื่อนไขการลงทุนของแต่ละบุคคล

5) การวางแผนเพื่อวัยเกษียณ (Retirement Planning) เป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับชีวิตหลังจากเกษียณอายุ ซึ่งไม่มีรายได้ประจำส่งผลให้ชีวิตเกษียณอย่างเกษม มีสินทรัพย์ที่สร้างรายได้จำนวนมากพอสำหรับการใช้จ่ายในวัยเกษียณ ไม่เป็นภาระของลูกหลานและสังคม

6) การวางแผนมรดก (Estate Planning) เป็นการวางแผนกระจายความมั่งคั่งให้กับทายาทรุ่นต่อไป หรือวางแผนมรดกเป็นสาธารณะกุศล เพื่อป้องกันปัญหาความขัดแย้งระหว่างผู้มีสิทธิที่จะได้รับมรดกภายหลังจากเจ้าของมรดกเสียชีวิตแล้ว

2.1.3 เป้าหมายทางการเงินตามระยะเวลา

ประเภทของเป้าหมายทางการเงินโดยทั่วไป สามารถแบ่งตามระยะเวลาที่ต้องการบรรลุตามเป้าหมายทางการเงินดังกล่าวออกได้เป็น 3 ประเภท คือ เป้าหมายทางการเงินระยะสั้น เป้าหมายทางการเงินระยะปานกลาง และเป้าหมายทางการเงินระยะยาว ซึ่งแต่ละประเภทมีรายละเอียด ดังนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2552, น. 23)

1) เป้าหมายทางการเงินระยะสั้น ระยะเวลาที่จะบรรลุตามเป้าหมายได้ภายใน 1 ปี มักเกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และมุ่งเน้นให้ตนเองและครอบครัว มีความเป็นอยู่สะดวกสบายขึ้น มุ่งเน้นความสุขในปัจจุบัน เช่น ต้องการออมเงินจำนวน 10,000 บาท เพื่อเป็นเงินสำรองเผื่อฉุกเฉิน ภายในระยะเวลา 1 ปี

2) เป้าหมายทางการเงินระยะปานกลาง ระยะเวลาที่จะบรรลุตามเป้าหมายได้ภายใน 2-5 ปี มุ่งเน้นการสร้างสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้ หรือมีผลให้ชีวิตมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้นด้วย เช่น ต้องการออมเงินเพื่อเป็นเงินดาวน์ซื้อบ้าน จำนวนเงิน 1,000,000 บาท ภายในระยะเวลา 5 ปี

3) เป้าหมายทางการเงินระยะยาว ระยะเวลาที่จะบรรลุตามเป้าหมายได้เกิน 5 ปีขึ้นไป เป็นเป้าหมายที่สร้างความมั่นคงให้กับชีวิตของตนเองและครอบครัวในระยะยาว เช่น ต้องการซื้อประกันชีวิตระยะเวลาจ่ายเบี้ย 10 ปี ให้ความคุ้มครองชีวิต 20 ปี

2.1.4 ทฤษฎีการลงทุน

Reilly and Brown (2003 อ้างถึงใน เฉลิมขวัญ คุรุชบุญยงค์, 2557) ให้นิยามว่าการลงทุนเป็นพันธะผูกพันของนำเงินปัจจุบันสร้างกระแสเงินสดในอนาคต เพื่อชดเชยให้กับผู้ลงทุน ในเรื่องต่อไปนี้เป็น 1) ระยะเวลาที่ใช้ในการลงทุน 2) อัตราเงินเฟ้อที่คาดหวัง และ 3) ความไม่แน่นอนของกระแสเงินสดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการลงทุนทางการเงิน ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบของดอกเบี้ย (Interest) เงินปันผล (Dividend) กำไรจากการซื้อขายหุ้น (Capital Gain) และสิทธิพิเศษอื่นๆ กล่าวโดยสรุปก็คือ มุ่งผลตอบแทนจากการใช้ทุนในรูปแบบของผลตอบแทนทางการเงิน (Monetary Return) (เฉลิมขวัญ คุรุชบุญยงค์, 2557) แบ่งประเภทดังนี้

2.1.5 การลงทุนทางการเงิน

การลงทุนทางการเงิน (Financial Investment) หมายถึง การลงทุนในหลักทรัพย์ หรือการซื้อขายแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ต่างๆ ในตลาดหุ้น โดยผู้ลงทุนใช้เงินของตน และมุ่งหวังผลตอบแทนเป็นส่วนเกินจากการลงทุน (Capital Gain) หรือขาดทุนจากการลงทุน (Capital Loss) ก็ได้ การลงทุนโดยนัยทางการเงิน จะไม่คำนึงถึงว่าการลงทุนของตนนั้นจะเกิดสินทรัพย์ขึ้นมาใหม่ในระบบเศรษฐกิจหรือไม่ ซึ่งต่างจากการลงทุนโดยนัยทางเศรษฐกิจที่มุ่งผลทางเศรษฐกิจให้เกิดสินทรัพย์ใหม่เป็นสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม การลงทุนโดยนัยทางการเงินนั้น เงินลงทุนก็จะถูกนำไปสร้างสินทรัพย์ใหม่ในทางอ้อม ดังนั้น การลงทุนทั้งสองลักษณะนี้จึงมีความสัมพันธ์กันและไม่ได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2552, น. 18)

2.1.6 การลงทุนในหลักทรัพย์

การลงทุนในหลักทรัพย์หมายถึง การลงทุนอื่นๆ ที่ผู้ลงทุนนำเงินมาลงทุนในหลักทรัพย์ ก็เพราะคาดหวังที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับค่าเสียโอกาสและความเสี่ยงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น และเนื่องจากหลักทรัพย์แต่ละตัวให้ผลตอบแทนและความเสี่ยงแตกต่างกัน ผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนในหลักทรัพย์จะได้รับนั้นประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญคือ (ทิม สติติตุลการชำระเงินฝ่ายสติติและข้อสนเทศ, 2550)

- 1) ดอกเบี้ยหรือเงินปันผลจากหลักทรัพย์ระหว่างเวลาที่ถือหลักทรัพย์นั้นไว้
- 2) ผลแตกต่างส่วนที่ราคาขายหลักทรัพย์ออกไปสูงกว่าราคาที่ซื้อเข้ามา หรือเรียกว่ากำไร ส่วนทุน (Capital Gain) แต่ถ้าราคาขายออกไปต่ำกว่าราคาซื้อเข้ามา ก็ถือเป็นขาดทุน ส่วนทุน (Capital Loss) ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนสุทธิลดลง

2.1.7 ปัจจัยของหลักการลงทุน

ปัจจัยของหลักการลงทุน มีรายละเอียดดังนี้คือ (บวร ปภัสราธร, 2552)

1) หลักความปลอดภัยของเงินลงทุน (Security of Principal) หมายถึง การลงทุนที่มุ่งรักษาไว้ซึ่งเงินลงทุนและการที่จะได้รับเงินลงทุนคืนเป็นการแน่นอน โดยยึดหลักความปลอดภัยแห่งเงินลงทุนโดยเข้มงวด การลงทุนโดยยึดหลักการนี้ ได้แก่ การฝากเงินธนาคาร ซึ่งได้รับผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ย การลงทุนในพันธบัตร และตัวเงินคลัง เพราะหลักทรัพย์เหล่านี้รักษาไว้ซึ่งมูลค่าของเงินและมีกำหนดได้รับเงินลงทุนคืนเป็นการแน่นอน

2) หลักเสถียรภาพหรือความสม่ำเสมอของรายได้ (Stability of Income) เป็นหลักการคล้ายกับหลักความปลอดภัยของเงินลงทุน แต่จะเน้นไปทางด้านการลงทุนที่ให้รายได้โดยสม่ำเสมอ หรือได้รับรายได้จากการลงทุนที่แน่นอน หลักทรัพย์ที่ให้รายได้สม่ำเสมอแน่นอน ได้แก่ พันธบัตร และตัวเงินคลัง

3) หลักความงอกเงยของเงินลงทุน (Capital Growth) การลงทุนเพื่อให้กองงอกเงยเพิ่มขึ้น วิธีการก็คือ นำรายได้ที่เกิดจากการลงทุนไปลงทุนเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการงอกเงยหรือเพิ่มเงินลงทุนขึ้นเรื่อยๆ การลงทุนตามหลักการนี้จะไม่เลือกลงทุนในหลักทรัพย์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ แต่จะเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่มีกำไรดี และกำลังจะมีทางก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

4) หลักความคล่องตัวในการซื้อขาย (Marketability) หมายถึง การเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่ซื้อขายคล่อง คือ เป็นหลักทรัพย์ที่เป็นที่ต้องการของตลาด หลักทรัพย์บางชนิดจำหน่ายได้ง่าย แต่บางอย่างจำหน่ายได้ยาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับราคา ขนาด และชื่อเสียงของบริษัทผู้ออกทรัพย์ โดยทั่วไปแล้วหุ้นของบริษัทใหญ่ย่อมจำหน่ายได้ง่ายกว่าหุ้นของบริษัทเล็ก

5) หลักการกระจายเงินลงทุน (Diversification) ในการลงทุนไม่ควรทุ่มเงินลงทุนไปในหลักทรัพย์ชนิดใดชนิดหนึ่ง เพราะถ้าธุรกิจนั้นเกิดล้มเหลว เงินที่ลงทุนไปนั้นจะสูญเสียไปทั้งหมดการกระจายการลงทุนจะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ลงทุนได้มาก

6) หลักเกี่ยวกับภาษี (Tax Status) ในการลงทุนต้องพิจารณาด้วยว่าผลตอบแทนที่ได้รับจะต้องเสียภาษี หรือได้รับการยกเว้นภาษี ถ้าต้องเสียภาษีด้วยจะทำให้ผลตอบแทนที่แท้จริง

น้อยลง ฉะนั้นได้รับการยกเว้นภาษี ถ้าต้องเสียภาษีด้วยจะทำให้ผลตอบแทนที่ได้จริงน้อยลง ฉะนั้นในการลงทุนผู้ลงทุนควรจะต้องคำนึงถึงผลตอบแทนภายหลังจากการหักภาษีแล้วหลักทรัพย์รัฐบาลย่อมได้รับการยกเว้นภาษี ดังนั้น ผู้ลงทุนจึงได้รับผลตอบแทนเต็มที่

2.1.8 ความเสี่ยงจากการลงทุน

ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสที่จะสูญเสียของบางอย่าง เป็นต้นว่า ผู้ลงทุนอาจจะสูญเสียเงินลงทุน สูญเสียดอกผล หรือสูญเสียอำนาจในการซื้อของเงินลงทุนแล้วแต่ประเภทของความเสี่ยงที่เกิดขึ้น โดยทั่วไป ความปลอดภัยของเงินลงทุนกับอัตราผลตอบแทน มักไปในทิศทางตรงกันข้ามคือ ถ้าผู้ลงทุนมุ่งรักษาความปลอดภัยของเงินลงทุนไว้มากๆ ผลตอบแทนที่ได้รับมักต่ำ เช่น การฝากธนาคาร หรือหลักทรัพย์รัฐบาลที่มีความปลอดภัยสูง หรือกล่าวได้ว่า ถ้าต้องการผลตอบแทนในอนาคตสูง ความเสี่ยงในการลงทุนก็สูงเช่นกัน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2557)

1) ความเสี่ยงการเก็งกำไรสำหรับการลงทุนในหลักทรัพย์และการลงทุนในตลาดเงินนอกระบบ ให้ทั้งผลตอบแทน และความเสี่ยงแก่ผู้ลงทุนสูง ไม่เหมาะกับผู้ที่หวังเพียงการรักษามูลค่าของเงินออมที่มีอยู่ไม่ให้อำนาจซื้อเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเงินเฟ้อ อย่างไรก็ตามถ้าผู้ลงทุนมีเงินลงทุนเพียงจำนวนจำกัด จนไม่สามารถกระจายเงินลงทุนและจำเป็นต้องตัดสินใจเลือกลงทุนเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว จึงควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการลงทุนเป็นประการสำคัญ ดังนั้น ผู้ลงทุนควรเลือกสถาบันการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ และมีสภาพคล่องของเงินลงทุนสูง

2) ความเสี่ยงภัยทางการเงินความเสี่ยงภัยทางการเงิน (Financial Risk) เกิดจากความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงฐานะหรือความสามารถทางการเงิน ความเสี่ยงชนิดนี้มีผลต่อการลงทุนคือ ราคาตลาด (Market Price) ของหลักทรัพย์อาจสูงขึ้นหรือตกต่ำลง และรายได้ (Income) ของผู้ลงทุนอาจลดลง ถ้าหากความสามารถทางการเงินของธุรกิจที่ออกหลักทรัพย์ตกต่ำ

3) ความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk) เกิดจากความไม่แน่นอนเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงในอำนาจการซื้อของเงินลงทุนอันเนื่องมาจากระดับราคาที่โดยทั่วไปเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น ซึ่งความเสี่ยงชนิดนี้มีผลต่อผู้ลงทุนคืออำนาจการซื้อทั้งเงินลงทุน (Principal) และรายได้ (Income) จากการลงทุนอาจเพิ่มขึ้นหรือลดน้อยลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงระดับราคาโดยทั่วไปในระยะต่อมา

4) ความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับอำนาจการซื้อความเสี่ยงภัยเกี่ยวกับอำนาจการซื้อ (Purchasing Power Risk) เกิดจากความไม่แน่นอน เกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงในอำนาจการซื้อของเงินลงทุนอันเนื่องมาจากระดับที่ราคา โดยทั่วไปเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น ซึ่งความเสี่ยงชนิดนี้มีผลต่อ

ผู้ลงทุน คือ อำนาจการซื้อทั้งเงินลงทุนและรายได้จากการลงทุนอาจเพิ่มขึ้นหรือลดน้อยลง เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในระดับราคาโดยทั่วไปในระยะต่อมา จากลักษณะของความเสี่ยงภัย ดังกล่าวนั้น

2.1.9 ปัจจัยทางเลือกในการลงทุน

ทางเลือกในการลงทุนนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายทาง สามารถแบ่งเป็นทางเลือกใหญ่ๆ ได้ 2 ทางด้วยกันคือ การลงทุนทางตรง (Direct Investment) กับการลงทุนทางอ้อม (Indirect Investment) (เพชริชมทรัพย์, 2549, น. 136-137)

1) การลงทุนทางตรง (Direct Investment) คือ การลงทุนที่บุคคลหรือเจ้าของเงินลงทุนต้องทำการตัดสินใจลงทุนเอง ข้อมูลคำแนะนำที่เขาได้จากบุคคลภายนอกนั้นเป็นเพียงแนวทางประกอบการตัดสินใจ แต่การตัดสินใจครั้งสุดท้ายเจ้าของลงทุนจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง ทางเลือกของการลงทุนทางตรงนั้นแบ่งได้ 3 ลักษณะดังนี้

(1) Fixed Principal Investment คือ การลงทุนในสินทรัพย์ที่รู้มูลค่าของเงินลงทุนที่จะได้รับคืน ณ วันสิ้นสุดสัญญา และผลประโยชน์ที่จะได้รับระหว่างช่วงเวลาลงทุนดังกล่าวเป็นการตอบแทนสินทรัพย์เหล่านี้ ได้แก่ ตั๋วเงินคลัง ตราสารพาณิชย์ (Commercial Paper) พันธบัตรรัฐบาล และพันธบัตรธุรกิจหรือหุ้นกู้ เป็นต้น

(2) Variable Principal Securities คือ การลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่ทราบมูลค่าที่จะได้รับคืนในอนาคต เนื่องจากหลักทรัพย์เหล่านี้ไม่มีอายุครบกำหนดแน่นอน ซึ่งได้แก่ หุ้นบุริมสิทธิ หุ้นสามัญ หลักทรัพย์ที่แปลงสภาพได้ และวอร์เรนต์ (Warrant) เป็นต้น

(3) Non Security Investment เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น เช่น การลงทุนที่ดินและอาคาร การรับจ้าง การซื้อสินค้าต่างๆ การลงทุนในธุรกิจที่เปิดใหม่ หรือธุรกิจที่กำลังขยายกิจการแต่ยังไม่ได้ออกหลักทรัพย์ขายให้ประชาชนทั่วไป

(4) การลงทุนทางอ้อม (Indirect Investment) คือ การลงทุนที่มีสถาบันอื่นกระทำแทนเจ้าของเงินออม และตัดสินใจลงทุนแทนเจ้าของเงิน เจ้าของเงินทุนควรศึกษาถึงจุดมุ่งหมายในการลงทุนของสถาบันเหล่านี้ ก่อนลงทุนต้องศึกษาถึงจุดมุ่งหมายในการลงทุนของสถาบันเหล่านี้ การลงทุนในลักษณะนี้ ได้แก่ การลงทุนในกองทุนต่างๆ เช่น กองทุนบำนาญ (Pension Fund) ซึ่งกองทุนบำนาญนี้จะนำเงินไปลงทุนในพันธบัตรธุรกิจ พันธบัตรรัฐบาล และการรับจ้าง กองทุนที่บริหารโดยกองทุนรวม เช่น กองทุนของสถาบันการเงินต่างๆ เป็นต้น ผู้ลงทุนอาจทำประกันชีวิตไว้กับบริษัทประกัน ค่าเบี้ยประกันที่ผู้ประกันจ่ายเป็นบางส่วนจะถูกนำไปลงทุน

อีกต่อหนึ่งในรูปของพันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรธุรกิจ หุ้นกู้ การรับจ้าง และลงทุนใน อสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ผู้ลงทุนอาจลงทุนในบริษัทลงทุน (Investment Company) เป็นต้น

2.1.10 ประเภททางเลือกในการลงทุน

ปัจจุบันทางเลือกในการลงทุนมากมายที่จะช่วยให้ผู้ลงทุนได้บรรลุเป้าหมายการลงทุน ตามที่ตั้งใจไว้ ผู้ลงทุนควรจะเข้าใจลักษณะเฉพาะของแต่ละทางเลือกในการลงทุนและเลือก เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการลงทุน(ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555)

1) กองทุนรวม (Mutual Fund) การนำเงิน (ที่ระดมจากผู้ลงทุน) ไปลงทุนใน หลักทรัพย์หรือทรัพย์สินประเภทต่างๆ ตามนโยบายการลงทุนที่ได้ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน โดยผู้ ลงทุนแต่ละรายจะได้รับ "หน่วยลงทุน (Investment Unit)" เป็นหลักฐานเพื่อยืนยันฐานะความเป็น เจ้าของในเงินที่ตนได้ลงทุนไป โดยมี บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน "บลจ."เป็นผู้จัดตั้งและทำ หน้าที่บริหารกองทุนรวมให้ได้ผลตอบแทน แล้วนำมาเฉลี่ยคืนให้แก่ผู้ลงทุนแต่ละรายตามสัดส่วน ที่ลงทุนหากเป็นกองทุนรวมที่มีนโยบายปันผล นอกจากนี้ หากราคาขายของหน่วยลงทุนสูงกว่า ราคาซื้อหรือเรียกว่าเกิด Capital Gain ก็เป็นโอกาสที่จะขายหน่วยลงทุนออกเพื่อทำกำไรเช่นกัน ทั้งนี้ หากได้รับผลตอบแทนเป็นเงินปันผลจะต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 10 แต่ไม่ต้องเสียภาษีใน กรณีของ Capital Gain (ผลตอบแทนในรูปของส่วนต่างในกรณีที่ราคาขายสูงกว่าราคาซื้อ) (ธนาคารแห่งประเทศไทย. ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน, 2557)

2) ตราสารหนี้ (Debt Securities) หรือ ตราสารที่ให้ผลตอบแทนคงที่ (Fixed Income Securities) ได้แก่ พันธบัตร หุ้นกู้ ซึ่งส่วนใหญ่จะระบุนอัตรดอกเบี้ยที่จะจ่ายและ กำหนดเวลาการจ่ายดอกเบี้ยไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ผู้ลงทุนในพันธบัตรหรือหุ้นกู้ถือเป็นเจ้าหนี้ของผู้ ออกพันธบัตรหรือหุ้นกุนั้น

3) ตราสารทุน (Equity Securities) ได้แก่ หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ เป็นการลงทุนที่ ให้ผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล (Dividend) แก่ผู้ลงทุนตามผลการดำเนินงานของกิจการที่ออก หุ้นนั้นๆ นอกจากนี้ ผู้ลงทุนอาจมีกำไร (Capital Gain) หรือขาดทุนจากการซื้อขาย (Capital Loss) หุ้นได้ด้วย

4) ตราสารอนุพันธ์ (Derivative Securities) คือตราสารที่มูลค่าจะเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงไปกับราคาหรือกระแสเงินสดของสินทรัพย์อ้างอิง (Underlying Asset) เช่น โกลด์ฟิว เจอร์ที่มูลค่าผันผวนไปตามราคาทองคำ

พิชญ์สินี ตะพานวงศ์ (2556) การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุสู่ภาวะความเป็นจริง จุดมุ่งหมาย การลงทุนและการรับรู้ความเสี่ยงของการออมด้วยการลงทุนวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา

องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อสถานะความเป็นจริงของการออมด้วยการลงทุน และองค์ประกอบเชิงยืนยันการรับรู้ความเสี่ยงของการออมด้วยการลงทุน ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเห็นด้วยกับในสถานะความเป็นจริงและจุดมุ่งหมายการลงทุน มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่สูง

1) สถานะความเป็นจริง คือ ประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ พัฒนาการของบุคคล สถานการณ์ปัจจุบัน มีอิทธิพลสูง ความเสื่อมถอยของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลน้อย มีความสัมพันธ์กัน

2) การรับรู้ความเสี่ยง 5 ด้านคือ ด้านการใช้งาน ด้านการเงิน ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยงใกล้เคียงกันมีความสัมพันธ์เป็นไปตามทฤษฎี โดยสถานะความเป็นจริงมีความสัมพันธ์กันกับจุดมุ่งหมายการลงทุนและการรับรู้ความเสี่ยง ผู้ออมได้ให้ความสัมพันธ์ทั้งการออมและการลงทุนและมีความเข้าใจด้วยว่าผลตอบแทนแปรผันตามความเสี่ยงความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ข้อมูลข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ จัดสรรเงินทุน การมีความรู้ทางการเงินจะส่งผลถึงพฤติกรรมการออมและการลงทุนที่เหมาะสม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

แนวความคิดของเดวิดเค เบอร์โล (อ้างถึงใน กิติมา สุรสุนธิ, 2557) กล่าวว่า การสื่อสารหมายถึง กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้าโดยปกติเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่น (ผู้รับสาร) ในด้านใดด้านหนึ่ง อาทิ การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ (Knowledge Change) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Performance Change)

การสื่อสารไม่ได้หมายความว่าความถึงการถ่ายทอดสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียนที่ชัดเจนและแสดงเจตนาธรรมเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงกระบวนการทั้งหลายที่คนมีอิทธิพลต่อกันด้วย คำนิยามนี้ยึดหลักที่ว่า การกระทำและเหตุการณ์ทั้งหลายมีลักษณะเป็นการสื่อสาร หากมีผู้เข้าใจการกระทำและเหตุการณ์เหล่านั้น หมายความว่า ความเข้าใจที่เกิดขึ้นแก่คนๆ หนึ่งนั้น ได้มีการเปลี่ยนแปลงข่าวสารที่คนๆ นั้นมีอยู่และมีอิทธิพลต่อบุคคลผู้นั้น (กิติมา สุรสุนธิ, 2557)

ข้อมูลข่าวสารจะถูกนำเสนอด้วยรูปแบบอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับกระบวนการผลิตสารที่เป็นปัจจัยควบคุมรูปแบบและวิธีการส่งสาร ซึ่งปัจจัยการผลิตสารก็คือ นโยบายหรือแนวทางการนำเสนอของผู้ส่งสารแต่ละคน หรือสื่อแต่ละชนิดนั่นเอง ดังนั้น ใน

ส่วนการผลิตนั้นสิ่งที่ผู้ส่งสารสามารถควบคุมได้ทั้งในแง่ความสั้นยาวของการให้เนื้อหาและรูปแบบวิธีการนำเสนอ

ส่วนสารที่ถ่ายทอดเป็นสารที่เน้นการสร้างความเข้าใจร่วมกันหรือความเห็นพ้องต้องกัน (Consensus) ในเรื่องความคิดหรืออุดมการณ์ต่างๆ ในสังคม เพื่อช่วยลดความขัดแย้งและความวุ่นวายภายในสังคม ซึ่งสามารถประเมินผลดังกล่าวได้จาก ดัชนีทางวัฒนธรรม (Cultural Indicators) ได้แก่กระบวนการทางสถาบันที่อยู่ภายใต้การผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชน ภาพลักษณ์ในเนื้อหาของสื่อและความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารกับความเชื่อและพฤติกรรมของผู้รับสาร

หลังจากมีการศึกษาสื่อใหม่ (New media) เริ่มแพร่หลายมากขึ้น จึงเริ่มมีผู้ให้นิยามของคำว่า สื่อใหม่ ที่แตกต่างกันออกไป โรเจอร์ (Rogers) และไรท์ (Rice) ให้นิยามของคำว่าสื่อใหม่ (New Media) คือ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นกระบวนการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์และปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยการสื่อสารของสื่อใหม่ จะมีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบการวิเคราะห์ (Framework) ที่ใช้ศึกษาแยกแยะเปรียบเทียบระบบสื่อทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ ซึ่งแฝงอยู่กับลักษณะทางเทคนิคของคอมพิวเตอร์และประเภทของพฤติกรรมสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) กล่าวถึงสื่อใหม่ (New Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลซึ่งสามารถกระจายข่าวสารได้รวดเร็วและกว้างไกล ยกตัวอย่างเช่น เครื่องข่ายการสื่อสารคมนาคมต่างๆ ที่ได้รวบรวมเสียงและภาพไว้ด้วยกัน ซึ่งสื่อใหม่นั้น มักมีใช้สื่อที่ถือกำเนิดขึ้นมาใหม่ แต่เกิดมากจากการปรับปรุงสื่อที่ถือมาจากคุณสมบัติเดิมที่มีอยู่แล้ว

สำหรับขอบเขตของสื่อใหม่นั้น สุกัญญา สูดบรรทัด (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2555, น. 17) ได้แบ่งไว้ 3 ประเภทคือ

1) เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computer Technology) อันหมายถึงเทคโนโลยีทุกประเภทเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

2) เทคโนโลยีด้านการสื่อสารคมนาคม (Telecommunication Technology) ได้แก่เครื่องมือการสื่อสารคมนาคมต่างๆ

3) เทคโนโลยีระบบสื่อสาร (Communication System Technology) หมายถึงระบบการสื่อสารหรือเครือข่ายที่เป็นส่วนเชื่อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัล

อย่างไรก็ดี สื่อใหม่ (New Media) จึงจัดเป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถเข้าประสาทสัมผัสได้ใกล้เคียงกับสื่อประเภทอื่น เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โดยมีวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้สื่อใหม่ สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมาก นำเนื้อหาตรงตามความต้องการเฉพาะของบุคคลได้มากขึ้น หากเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ สามารถตอบโต้ได้ และไม่มีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาในการรับสารและปริมาณเนื้อหาของข่าวสารนั้นๆ เช่นเดียวกับการดำรงชีวิตในปัจจุบันนี้

ผู้รับสารจะต้องเผชิญกับข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่หลั่งไหลเข้ามาในการรับรู้ ซึ่งทำให้มนุษย์เรา ใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) ทั้งจากภาษาเขียน ทำทาง ผ่านทาง สื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่นำเสนอผ่านเทคโนโลยีใหม่ๆ (ธิดาพร ชนะชัย, 2550)

2.2.1 บทบาทและความสำคัญของสื่อใหม่

เนื่องจากการกระจายข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวาง เนื่องจากมีความรวดเร็ว ส่งข่าวไปยังสถานที่ที่ห่างไกลและเพื่อใช้เป็นแหล่งรับข้อคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น การกระจายข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต ผู้สื่อสารควรทราบบทบาทความสำคัญและชนิดของแหล่งข่าว ในสื่อหรือประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งครอบคลุมดังนี้ (ศิวพร พูนไชสง, 2555)

- 1) บริการเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : www) ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 2) บริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Databases) เป็นการให้บริการขายข้อมูลทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์
- 3) บริการกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Bulletin Board Systems : BBS) เป็นบริการหนึ่งในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ให้ทั้งข้อมูลข่าวสารและเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเสรี
- 4) บริการห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic/Online Libraries) เป็นการดึงข้อมูลจากห้องสมุดทั่วโลกที่เชื่อมต่อผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตามหัวข้อที่ผู้สื่อข่าวต้องการทั้งในลักษณะสรุปย่อและฉบับสมบูรณ์
- 5) บริการรายการอีเมล (Mailing Lists) หรือ “ลิสต์เซิร์ฟ” (List Serve) เป็นบริการค้นหารายชื่ออีเมล ที่ผู้สื่อข่าวสามารถค้นหารายชื่อ และอีเมลแอดเดรส (E mail Address) ของแหล่งข่าวได้ซึ่งต้องใช้บริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2.2.2 คุณสมบัติของสื่อออนไลน์

การระบุคุณสมบัติต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ของสื่อใหม่ สามารถระบุได้ดังนี้ (ธิดาพร ชนะชัย, 2550)

- 1) มีปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย (Interactivity) เนื่องจากเป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication)
- 2) มีความสามารถเคลื่อนที่ได้สูง (Mobility) ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปยังที่ต่างๆ (Compactable)
- 3) สามารถตัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility)

- 4) สามารถเชื่อมต่อกันได้โดยง่าย (Connectivity)
- 5) สามารถหาได้หรือใช้ประโยชน์ได้ทุกที่ (Ubiquity)
- 6) มีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of Communication)
- 7) มีลักษณะที่ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries)
- 8) ความเป็นดิจิทัล (Digitalization)

2.2.3 ประเภทของสื่อออนไลน์

ประเภทของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จัดเป็นสื่อใหม่ที่มีรูปแบบของเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นได้ในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวสูงขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นแตกต่างกัน (พสนันท์ ปัญญาพร, 2555)อธิบายถึงสื่อใหม่ แบ่งได้ ดังนี้

1) เว็บไซต์ หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า Web คือคอมพิวเตอร์ส่วนหนึ่งบนอินเทอร์เน็ต ที่ถูกเชื่อมต่อกันในแบบพิเศษที่ทำให้คอมพิวเตอร์เหล่านั้นสามารถเข้าถึงข้อมูลเนื้อหาที่เก็บไว้ภายในของแต่ละเครื่องได้ ซึ่งกลายเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านทางบราวเซอร์ (Browser) ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้อ่านและตอบโต้ข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่ในเว็บไซต์ โดยเฉพาะบราวเซอร์ที่เป็นที่นิยมปัจจุบัน ได้แก่ Internet Explorer, Google Chrome การเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตผ่านสื่อประเภทเว็บเพจ (Webpage) เป็นที่นิยมกันอย่างสูงในปัจจุบัน ไม่เฉพาะข้อมูลโฆษณาสินค้ายังรวมไปถึงข้อมูลทางข้อมูลความรู้ งานวิจัยต่างๆ เพราะเข้าถึงกลุ่มผู้สนใจได้ทั่วโลก ตลอดจนข้อมูลที่นำเสนอออกไป สามารถเผยแพร่ได้ทั้งข้อมูลตัวอักษร ข้อมูลภาพ ข้อมูลเสียงและภาพเคลื่อนไหวมีลูกเล่นและเทคนิคการนำเสนอที่หลากหลายอันส่งผลให้ระบบเว็บไซต์เติบโตเป็นหนึ่งในรูปแบบหนึ่งในบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุดเนื่องจากการรวบรวมข้อมูลอันหลากหลาย

ลักษณะเด่นของการนำเสนอข้อมูลเว็บเพจ คือ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปยังจุดอื่นๆ บนหน้าเว็บได้ ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บอื่น ในระบบเครือข่ายอันเป็นที่มาของคำว่า Hyper Text หรือข้อความที่มีความสามารถมากกว่าข้อความปกติตนเอง จึงมีลักษณะคล้ายกับว่าผู้อ่านเอกสารเว็บสามารถโต้ตอบกับเอกสารนั้นๆ ด้วยตนเองตลอดเวลาที่มีการใช้งานนั่นเอง จึงมีผู้ให้นิยาม Web ไว้ดังนี้

(1) The Web is a Graphical Hypertext Information System การนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บเป็นการนำเสนอข้อมูลด้วยข้อมูลที่สามารถเรียกหรือโยงไปยังจุดอื่นๆ ในระบบกราฟิก ซึ่งทำให้ข้อมูลนั้นๆ มีจุดดึงดูดน่าเรียกดู

(2) The Web is Cross-Platform ข้อมูลบนเว็บไม่ยึดติดกับระบบปฏิบัติการ (Operating System : OS) เนื่องจากข้อมูลนั้นๆ ถูกจัดเก็บเป็น Text File ดังนั้นไม่ว่าจะถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ที่ใช้ OS เป็น Unix หรือ Windows NT ก็สามารถเรียกดูจากคอมพิวเตอร์ที่ใช้ OS ต่างจากคอมพิวเตอร์เป็นแม่ข่ายได้

(3) The Web is Distributed ข้อมูลในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีปริมาณมาจากทั่วโลก และผู้ใช้งานจากทุกหนทุกแห่งที่สามารถต่อเข้าระบบอินเทอร์เน็ตได้ ก็สามารถเรียกดูข้อมูลได้ตลอดเวลา ดังนั้น ข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตจึงสามารถเผยแพร่ได้รวดเร็วและกว้างไกลกว่า

(4) The Web is Interactive การทำงานบนเว็บเป็นการทำงานแบบโต้ตอบกับผู้ใช้โดยธรรมชาติอยู่แล้ว ดังนั้นเว็บจึงเป็นระบบ Interactive ในตัวมันเอง เริ่มตั้งแต่ผู้ใช้เปิดโปรแกรมดูผลเว็บ (Browser) พิมพ์ชื่อเรียกเว็บ (URL : Uniform Resource Locator) เมื่อเอกสารเว็บแสดงผลผ่านบราวเซอร์ผู้ใช้อก็สามารถคลิกเลือกรายการหรือข้อมูลที่สนใจ อันเป็นการทำงานแบบโต้ตอบในตัว

2) YouTube คือเว็บไซต์ประเภท Social Media VDO Sharing ซึ่งผู้ใช้งานจะเป็นผู้ Upload VDO ขึ้นไปเพื่อแชร์กับ User ท่านอื่นเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความบันเทิงข่าวสารหรือกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมผู้คนมากมายหลากหลายประเภทเข้ามาด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ กัน โดยเน้นการใช้สื่อประเภท VDO เป็นหลัก

3) E-Mail หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คือ การส่งข้อความหรือข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่นๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายเหมือนกับการส่งจดหมาย แต่อยู่ในรูปแบบของสัญญาณข้อมูลที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ โดยเปลี่ยนการรับ-ส่งจดหมายจากบุรุษไปรษณีย์มาเป็นโปรแกรมและเปลี่ยนจากการใช้เส้นทางการจราจรคมนาคมทั่วไป มาเป็นช่องสัญญาณรูปแบบต่างๆ ที่เชื่อมระหว่างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีระบบเครือข่ายทำให้การส่งหรือรับ E-Mail ไม่ว่าผู้ส่งผู้รับจะอยู่ที่ใด สามารถส่งหรือรับข้อมูลได้ทันที นอกจากนี้ยังสามารถส่งจดหมายฉบับเดียวกันถึงผู้รับปลายทางได้เป็นจำนวนมาก ทำให้มีการนำ E-Mail มาใช้เพื่อการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการอีกด้วย

4) บล็อก (Blogs) คือ เว็บไซต์ที่มีรูปแบบเนื้อหาเป็นเหมือนบันทึกออนไลน์ มีส่วนของการ Comment และก็จะจะมี Link ไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง บล็อก (Blogs) มาจากศัพท์คำว่า Web-Blogs หมายความว่า การบันทึกข้อความของตนเอง (Personal Journal) ลงบนเว็บไซต์โดยเนื้อหาของ Blog นั้นจะครอบคลุมได้ทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวส่วนตัวหรือเป็นบทความเฉพาะด้านต่างๆ เช่น เรื่องกีฬา เรื่องธุรกิจ เรื่องความงาม เป็นต้น โดยจุดเด่นที่ทำให้ บล็อก (Blogs) เป็นที่นิยมก็คือ ผู้เขียนบล็อก (Blogs) จะมีการแสดงความคิดเห็นของตนเอง ไล่ลงไปบนบทความนั้นๆ

โดยบล็อก (Blogs) บางแห่งจะมีอิทธิพลในการ โน้มน้าวจิตใจผู้อ่านสูงมาก ซึ่ง บล็อก (Blogs) นั้น จะมีเนื้อหาที่หลากหลายประเภท ตามความสามารถแตกแขนงไปตามเนื้อหาประเด็นต่างๆ อีกมากมายตามแต่ความถนัดของเจ้าของ บล็อก (Blogs) ซึ่งมักจะเขียนบทความตามเรื่องที่ตนเองถนัด หรือสนใจเป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการใช้สื่อใหม่ในปัจจุบัน ได้นำมาใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ตลอดจนรับส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนอย่างแพร่หลาย เนื่องจากสื่อออนไลน์ เกิดจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ในปริมาณที่มากและหลากหลายมากขึ้น เมื่อเทียบกับสื่อดั้งเดิม นอกจากนี้สื่อออนไลน์ยังเกี่ยวข้องกับระบบที่ใช้รองรับการทำธุรกรรม การบริการข้อมูลการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ต ซึ่งเน้นความสะดวกและรวดเร็วด้วยเช่นกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าวิวัฒนาการของสื่อใหม่ได้ครอบคลุมและได้รับความนิยมมากขึ้นดังนั้น สื่อใหม่ที่เป็นสื่อที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีกับการสื่อสาร ที่มีคุณสมบัติโดดเด่นเรื่องของความรวดเร็ว สะดวกในการเข้าถึงข้อมูล และความเป็นอิสระในการใช้งาน ซึ่งในธรรมชาติของความโดดเด่นดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้รับสารได้เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกออมข่าวสารต้องมีความถูกต้องและเป็นจริง แต่ด้วยความทันสมัยของสื่อออนไลน์ ทำให้แหล่งสารหรือผู้ให้ข่าวสารสามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จ หรือมีความคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงแก่ผู้รับสารได้ รวมทั้งไม่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารนั้นๆ ได้ ทำให้เกิดปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเกิดขึ้น ซึ่งส่งผลเสียต่อผู้รับสารที่ใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์อย่างมาก

อย่างไรก็ดี ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) มาเป็นกรอบในการศึกษา เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ เนื่องจากปัจจุบันนี้สื่อใหม่ที่ค่อนข้างมีบทบาทมากขึ้นในการลงทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ อีกทั้งคอมพิวเตอร์ยังสามารถนำมาใช้ทำหน้าที่ในฐานะเสมือนสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ในปริมาณที่มาก เพื่อนำไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้

ซึ่งการเผยแพร่การวางแผนการเงิน จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจในเรื่องใด เรื่องหนึ่งให้มีความเข้าใจในทิศทางเดียวกันให้เกิดขึ้นในคนกลุ่มต่างๆ ทั้งกลุ่มครอบครัว กลุ่มทำงาน และชุมชน โดยสื่อมวลชนจะมีผลต่อการเป็นแหล่งยืนยันหรือสนับสนุนการตีความในเรื่องนั้นของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสิทธิภาพของสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลมากขึ้น หากสิ่งทีื่อนำเสนอ นั้นเป็นสิ่งที่บุคคลไม่มีประสบการณ์หรืออยู่ห่างไกลจากเหตุการณ์นั้น สำหรับผลของสื่อมวลชนต่อการเรียนรู้ นั้น บุคคลจะเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากสื่อมวลชน และแสดงบทบาทตามสิ่งทีตนเองได้เรียนรู้มา อย่างไร

ก็ตามการเรียนรู้ดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับทักษะความสามารถของแต่ละคน ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับ การสื่อสาร รวมถึงระดับความสนใจที่จะรับสารจากสื่อมวลชนด้วย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic)

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลในสังคมต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็น ความแตกต่างของแต่ละบุคคลในด้านการสื่อสาร เช่นเดียวกันกับนักวิชาการทางการสื่อสาร เชื่อว่า พฤติกรรมสื่อสารของบุคคล อาทิ การเปิดรับสื่อ การใช้สื่อต่างๆ จะมีความแตกต่างกันไปตาม ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ในการพิจารณาถึงลักษณะของมวลชนผู้รับสาร สามารถ พิจารณาได้ 2 ลักษณะ (สุกัญญา รวมธรรม, 2555)

2.3.1 ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร (Audience Psychographics) หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่น ทศนคติ ค่านิยม ความคิดเห็น ความต้องการ ตลอดจน พฤติกรรม

2.3.2 ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร (Audience Demographics) หมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคม การศึกษา ลักษณะทางประชากรของมวลชน

สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ที่มีความ หลากหลายค่อนข้างมาก ดังนั้น ผู้วางแผนการเงินหรือรับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันใน หลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานะทางสังคม โดยการศึกษาครั้งนี้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ ทำการศึกษาประกอบด้วย

1) เพศ (Sex) ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และ ประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งเพศ คือ เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสถานภาพที่มีมาแต่ กำเนิดของบุคคล เมื่อเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาท หน้าที่ของบุคคลตลอดจน พัฒนาการต่างๆ ผู้หญิงมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม ทศนคติ ทั้งนี้เพราะ วัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

2) อายุ (Age) อายุของผู้รับสารเป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการ เปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคล ที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์เนื่องจากอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของ

บุคคลและเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ซึ่งอาจมีมากน้อยต่างกัันนั้นแตกต่างกันออกไป อีกทั้ง อายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่นเรื่อง การเตรียมตัวสร้างอนาคต นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกันอันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคลบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer, 1999, p. 5 อ้างถึงใน สุชา จันทรเอม, 2544)

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักร (Life Style) จะมีผลต่อปริมาณการใช้สื่อ เช่น

- (1) วัยรุ่นจะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตนอกบ้านและใช้สื่อพร้อมกลุ่ม เพื่อความบันเทิง
- (2) ผู้ใหญ่จะใช้สื่อทั้งในบ้านและนอกบ้าน แต่จะมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่า
- (3) คนชราจะหันมาใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่ แต่การรับนวัตกรรมสมัยใหม่จะช้ากว่า โดยใช้เพื่อฆ่าเวลาเป็นหลัก

3) ระดับการศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ระดับการศึกษาในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิตการศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสารและอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้รับสารสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและความถูกต้องของสารที่ได้รับมาได้เช่นผู้มีการศึกษาที่สูงกว่าอาจเข้าถึงสื่อใหม่ และรู้เท่าทันสื่อมากกว่า การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกันการศึกษาเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งสถานะทางสังคมที่แตกต่างกันทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์และทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป โดยดูจากรายได้ อาชีพ ภูมิหลังของครอบครัว เป็นต้นตัวแปรด้านอาชีพเช่น คนที่มีอาชีพต่างกันก็จะมอง

โลกต่างกัน คนฐานะดีมีโอกาสที่จะเลือกอาชีพที่หลากหลายกว่า การเข้าถึงสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย การใช้งานทำได้ง่ายกว่า และมีทัศนคติต่อสื่อที่ต่างกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2540, น. 107)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, น. 49) อธิบายว่า รายได้เป็นตัวแปรนำใช้อธิบายพฤติกรรม การสื่อสารของบุคคลได้ดีเช่นเดียวกันกับกรณีตัวแปรการศึกษา เพราะมีบทบาทใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์กันสูง กล่าวคือ ผู้ที่รายได้สูงมักมีการศึกษาสูง จึงมักถูกผลักดันให้แสวงหาข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ การเปิดรับสื่อจึงจำเป็นกลับกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่น เช่น ผู้ที่มีรายได้สูงสามารถเข้าถึงสื่อใหม่ หรือใช้เทคโนโลยีใหม่ในการเข้าถึงสื่อในควมถี่ที่บ่อยครั้งกว่า รายได้และอาชีพจัดได้ว่าเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง เนื่องจากอาชีพเป็นตัวกำเนิดของแหล่งที่มาของระดับความมั่งคั่งของรายได้อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาเป็นอย่างมากด้วย เพราะโดยเฉลี่ยคนที่มีการศึกษาสูงจะประกอบอาชีพที่มีรายได้สูงตามไปด้วย คนที่มีการศึกษาสูงแต่รายได้ต่ำมีน้อย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้น ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง ดังนั้นการศึกษา อาชีพ และรายได้มักถูกมองรวมๆ ว่าเป็นสถานะทางสังคม

Mcnelly et al.(1968 อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น.49) พบว่าคนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มที่รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนที่มีการศึกษาสูงและตำแหน่งงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้ต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารให้ทันกับเหตุการณ์อยู่เสมอ

จากงานศึกษาของ สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2557) โครงการวิจัยผู้มีศักยภาพการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนบุคคลต่างจังหวัดกลุ่มนักลงทุนต่างจังหวัดส่วนใหญ่ รับข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนผ่านเว็บไซต์ สื่อและสื่อสังคมออนไลน์ เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความรู้ด้านการลงทุน ทางด้านกลุ่มผู้มีศักยภาพการลงทุน รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนเป็นหลัก รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่ำกว่ากลุ่มนักลงทุน และคิดว่าตนเองยังไม่มีความรู้เพียงพอด้านการเงินและการลงทุน

โดยการศึกษาการรับรู้ประโยชน์ในข่าวสารการเงินนั้น จะให้ความสำคัญในส่วนของการศึกษา อาชีพ และรายได้ เนื่องจาก ปัจจัยดังกล่าว จะเป็นข้อมูลที่สามารถสะท้อนถึงความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว ซึ่งบ่งบอกถึงอำนาจในการออมและการลงทุนของกลุ่มที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างสำหรับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ในงานวิจัยครั้งนี้จะนำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดตัวแปรต้น ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งจะสำรวจความสัมพันธ์ในเรื่องความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความแตกต่างในการแสวงหาความรู้ในสื่อใหม่และการใช้ประโยชน์ เกี่ยวกับข่าวสารด้านการวางแผนการเงิน

2.4 ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

สังคมปัจจุบันมีข่าวสารที่ผลิตขึ้นมาและเผยแพร่ หลากหลายรูปแบบจนกลายมาเป็นความยุ่งยากต่อผู้รับสาร ในการค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการซึ่งด้วยเหตุนี้ทำให้นักวิชาการสื่อสารเกิดความสนใจ ที่จะแสวงหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการได้อย่างไร (สวณิต ยมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528)

ในทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนั้น จะมีทฤษฎีการเลือกรับข่าวสารปะปนอยู่ด้วย เพราะการเลือกรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารนั้น ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารประสบความสำเร็จ กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับเลือกรับรู้ และเลือกจดจำในข่าวสารที่ตนเอง สนใจให้ ความเชื่อถือ และตรงตามความเชื่อ ทศนคติ และความต้องการของตนเองเท่านั้น

ส่วนการแสวงหาข่าวสาร คือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่ง เพื่อให้ได้มาซึ่ง ข้อมูลข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของตน ทั้งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการส่วนตัว หน้าที่ การงานและการเรียนรู้ อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษาและวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้น ไม่เพียงพอ จึงทำการศึกษาเพิ่มเติมความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหา (Krikelas, 1983, p. 5) ทั้งนี้การแสวงหาข่าวสารของบุคคล สิ่งที่เป็นของการค้นหาข่าวสาร ก็คือ แหล่งของข่าวสาร (Chen & Hemon, 1982) ได้จัดแบ่งประเภทแหล่งข่าวสารไว้ 3 กลุ่มดังนี้

- 1) กลุ่มบุคคล ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว บุคคลใกล้ชิด ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจาก ความคิด และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล
- 2) กลุ่มสถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ศาสนา บริษัท วงธุรกิจ หรือ รัฐบาล
- 3) สื่อ ได้แก่ สื่อใหม่ สื่อมวลชน และรูปแบบสื่ออื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์, บล็อก Blog

Atkin (1978) โดยที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเน เปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (Reward Value) การลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น การได้รับข่าวสาร หรือความบันเทิงตามที่ต้องการ สูงกว่าการลงทุนลงแรง เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มาของ สิ่งของ หรือ การต้องใช้ความพยายามที่จะ ก็อาจถือได้ว่า บุคคลยอมแสวงหาข่าวสารนั้นๆ (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะไม่สนใจ ต่อข่าวสารนั้นๆ (Information Avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่ รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่า การรับข่าวสารนั้นบุคคลก็อาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้น ทั้งๆ

ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน 4 ประการ คือ

- 1) ต้องการรู้ในเหตุการณ์
- 2) ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง
- 3) ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง
- 4) ต้องการข่าวสารเพื่อนำไปใช้สนทนากับผู้อื่น

ในการนี้ บุคคลมีการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป Schramm (1973) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสาร ขึ้นอยู่กับความพยายามใช้น้อยที่สุด (Least Effort) และผลที่จะได้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ (Promise of Reward) เช่น ข่าวสารที่แสวงหาได้ง่ายในรูปแบบของสูตรเลือกรับข่าวสารดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง (Expectation of Reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้ (Effort Required)}}$$

แนวความคิดของ Schramm (1973) ได้สอดคล้องกับ Atkin (1978) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดขึ้นอยู่กับหลักการต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา

2. ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

(1) การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้ความแน่ใจสูง

(2) การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจ ส่วนบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

3) ความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างสถานะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว

(Immediate Consummately Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) นั้น ชาร์ล แอทกิน เชื่อว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจรับรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากผู้รับสารต้องการเพื่อสนับสนุนทัศนคติ ความคิด และความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่น เช่น เพื่อให้มีความรู้ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้ ตลอดจนเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล ทั้งนี้ การตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร การไม่สนใจต่อข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการรับรู้ข่าวสารนั้นของผู้รับสารด้วยเช่นกันสำหรับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนี้เป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการศึกษาวิจัยว่ากลุ่มประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องการเงินประเภทใดบ้าง เพื่อประโยชน์ใด และแตกต่างกันอย่างไรและก่อนให้เกิดพฤติกรรมการลงทุนทางการเงินในลักษณะใด

2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร ในฐานะที่เป็นตัวจักรสารในการเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ (Needs) โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อ นั้น ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า ต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542)

เสรี วงษ์มณฑา (2535) ได้สรุปการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังนี้

- 1) มนุษย์จึงแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่านดูหรือฟังมนุษย์มีการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
- 2) การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
- 3) สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าหลายอย่างที่อาจสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้

4) มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีที่แตกต่างกัน

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของทฤษฎีนี้คือ การศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความข่าวสารของการสื่อสาร โดยเน้นการศึกษาว่าเพราะเหตุใดมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารแบบนั้นแบบนั้นมากกว่าที่จะศึกษาว่าข้อความในการสื่อสารว่าเป็นอย่างไร และจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เรา โดยชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่า ความต้องการบุคลิกภาพ และองค์ประกอบด้านต่างๆ ก็มีผลช่วยอธิบายว่าการที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์

Katz, Blumber, and Gurevitch(1974) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อีเอ็มในประเทศอิสราเอล ซึ่งเป็นลักษณะของงานวิจัยสำรวจพื้นฐานและได้พยายามที่จะคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจมากกว่าจะเป็นการศึกษา เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนั้น แคทซ์ และคณะ จึงได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบหลายองค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบทั้ง 3 อย่างดังนี้

1) Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น ต้องการให้เพิ่มมากขึ้นต้องการให้ลดน้อยลงหรือต้องการให้ได้มา

2) Connection คือการติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3) Referent คือบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่ตนเอง ครอบครัว เพื่อน สังคม รัฐบาล ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม สิ่งภายนอกอื่นๆ

จากองค์ประกอบทั้งสามที่กล่าวมานี้ Katz et al. (1974) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆ ตอบสนองความพึงพอใจ ได้โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

แหล่งที่มา: Katz et al., 1974.

แบบจำลองที่ Katz et al. (1974) สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ว่าสภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน เป็นสาเหตุให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้แต่ละคนคาดหวังหรือคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภท สามารถสนองความพึงพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันเหล่านี้ จะแตกต่างกันออกไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ ยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่มีปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกเปิดรับ รายการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนที่มีความรอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จิระโสภณ, 2539)

โดย Kippax and Murray (1980) ได้นำความคิดของแคทซ์ (Katz) ไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้นเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อ กับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษาเป็นดังนี้

1) ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ อายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากกว่าจะใช้สื่อ เพราะมีความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

2) คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

3) จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์ จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่าสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่เราสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย โดยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4) กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของ Kippax and Murray (1980) นี้ สามารถสรุปได้ว่าความต้องการในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

นอกจากนี้ McCombs, and Becker (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้ คือ

1) ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้

2) ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว

3) ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้

4) ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5) ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6) ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ส่วน McQuail, Blumler, and Brown (1972) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1) ความต้องการสารสนเทศ

(1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสังคม

(2) เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ

- (3) สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ
 - (4) เป็นการเรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง
 - (5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง
- 2) ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
- (1) ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - (2) ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - (3) แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ
 - (4) มองทะลุภายในตนเอง
- 3) ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- (1) มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - (2) แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - (3) นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - (4) ใช้แทนเพื่อน
 - (5) ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - (6) สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
- 4) ความต้องการความบันเทิง
- (1) การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
 - (2) มีวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - (3) ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - (4) ปลดปล่อยอารมณ์

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Wenner (1985) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดย ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1) Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคมรูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Gratifications) เป็นต้น

2) Social Gratifications เป็นการใช้อ่านข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน

3) Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4) Para-Orientation Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้อ่านข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวเอง

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของมนุษย์ว่าเป็นการใช้สื่อที่เกิดจากความต้องการของผู้รับสารเอง เพื่อเป็นการเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่างๆนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่ออื่นๆ ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใช้อ่านข่าวสารตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542)

ซึ่งสอดคล้องกับ วรลักษณ์ ดวงอุดม (2550) ศึกษาเรื่องการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย ผลจากการวิจัยพบว่าจากการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารโดยเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ต่อการเลือกรับสื่อและเลือกใช้นโยบายของข่าวสารที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง เพื่อประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่อประกอบการตัดสินใจ เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนแล้ว การใช้สื่อจึงเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมาย ทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาข่าวสารจึงเกิดจากความต้องการใช้สื่อและความพึงพอใจของบุคคลนั้นๆ

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้วางแผนการเงิน โดยในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้กลุ่มผู้อ่านมีการแสวงหาข่าวสารในความรู้เรื่องทางการเงินที่แตกต่างกัน ซึ่งคาดคะเนได้ว่า แต่ละคนนั้นจะมีการใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจจากข่าวสารสัมพันธ์กันตามไปด้วยซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ จารุวรรณ กิตตินราภรณ์ (2551) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต”เว็ลด์ ไรด์ เว็บ” (World Wide Web: WWW) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและตนเองสนใจ เมื่อจำแนกความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการรับข่าวสารเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือมี

ความรู้เพิ่มขึ้นจากแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ การเข้าถึงเครือข่ายทำได้ง่ายและทันเหตุการณ์ รูปแบบการนำเสนอน่าสนใจกว่าสื่ออื่นๆ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรนุช เชาวสุวรรณกิจ (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของครัวเรือนไทย พบว่าพฤติกรรมการออมของครัวเรือนไทย ปี พ.ศ. 2539-2549 มีแนวโน้มการออมเพิ่มขึ้น ซึ่งการออมกับสถาบันการเงินประเภทธนาคารพาณิชย์มีมากที่สุด ถึงร้อยละ 73.22 ของการออมทั้งหมด นอกนั้นเป็นสถาบันการเงินอื่นๆ โดยปริมาณการออมขึ้นอยู่กับรายได้ของครัวเรือน และดอกเบี้ยเงินฝากประจำ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ขนาดอัตราเงินเพื่อมีความสัมพันธ์กับการออมของครัวเรือนไทยในทางตรงกันข้าม ซึ่งแม้้อัตราการออมที่สูงขึ้นมาก แต่เมื่อเทียบกับอัตราการลงทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก จะทำให้เกิดการออมไม่เพียงพอต่อการลงทุนในอนาคตและก่อให้เกิดปัญหาพึ่งพาเงินทุนต่างชาติ

ปติลา มุลลิสาร (2552) ศึกษาการเปิดรับสื่อ การรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การรับรู้ข่าวสาร และการศึกษาผลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุน เพื่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน LTF ของนักลงทุน ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีการเปิดรับข้อมูลจากสื่อเกี่ยวกับกองทุนก่อนตัดสินใจลงทุนในระดับน้อย แต่เมื่อพิจารณาสื่อรายประเภท พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF มากที่สุดคือสื่อเฉพาะกิจ รองลงมาคือสื่อบุคคล สื่อมวลชนอยู่ในระดับน้อย ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่าระดับระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประเภทต่างๆของนักลงทุน

สุปัญญิ ปลั่งกมล (2552) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด พฤติกรรมการออม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด ลักษณะทางประชากร และพฤติกรรมการออม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการออมของประชาชน โดยทักษะคิดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของประชาชน ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ด้านอายุ และรายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน โดยการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันแต่ละประเภท ส่งผลให้พฤติกรรมการออมมีความแตกต่างกัน

เจนิสตาร์ รักษ์สิริโสภา (2553) ศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยจากการศึกษาพบว่า ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทั้ง 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับล่างมีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากรายการแต่ละรายการ แตกต่างกันอย่างชัดเจนโดยมีปัจจัย เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ รายได้ และประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ผู้ชมในแต่ละระดับมีการเปิดรับสารและเลือกรับสารแตกต่างกันอีกทั้งยังปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล เป็นตัวการสำคัญในการเลือกรับข้อมูลต่างๆ ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในแต่ละระดับ นำประโยชน์ที่ได้รับจากรายการไป ใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกประโยชน์ดังกล่าวได้ดังต่อไปนี้ ผู้ชมระดับสูงชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Ideology) หมายถึง ต้องการแสวงหาความรู้เพื่อสนองความอยากรู้ของตนเองเพื่อนำความคิดดังกล่าวไปต่อยอดและพัฒนาต่อไป ผู้ชมระดับกลางชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Knowledge) หมายถึง ต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการมาสร้างความเป็นความรู้ และใช้เป็นหัวข้อในการสนทนา ผู้ชมระดับล่างชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยเพื่อ (Skill) หมายถึง นำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการมาใช้ในการประกอบอาชีพและแก้ไขปัญหาชีวิตของตนเอง

ณัฐฤกษ์ฤตา ติมานนท์ดำรง (2553) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี วัดดูประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับของลูกค้ำและความพึงพอใจของลูกค้ำ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับของลูกค้ำที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี โดยรวมอยู่ระดับมาก ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี รายงานประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล อยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี ในสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่าเพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

ภัทริรา เจริญชาศรี (2553) ศึกษาประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) วัดดูประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารและประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งพบว่าความถี่ในการเปิดรับข่าวสารในการประชาสัมพันธ์กองทุน มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ

กองทุนในระดับต่ำและมีทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารในการประชาสัมพันธ์กองทุน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจกองทุนในระดับต่ำและมีทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์กองทุน พบว่า การประชาสัมพันธ์กองทุนมีประสิทธิผลกับความรู้ ทักษะที่ดีต่อกองทุนและทำให้เกิดพฤติกรรมการลงทุน

วิมลพรรณ อภาภท และคณะ (2554) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ผลการวิจัย สรุปได้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีเพศ อายุ ชั้นปี คณะ คณะเนนเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสาร และความพึงพอใจต่อการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน และความคาดหวัง การใช้ และ ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมากกับพฤติกรรมการสื่อสารใน เฟซบุ๊ก (Facebook) นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กทุกวัน และมีความคาดหวัง การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมากและปานกลาง ส่วนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

Pajarillo (2001) ได้ศึกษาการใช้และประเมินผลการสืบค้นฐานข้อมูลออนไลน์กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาคือกลุ่มพยาบาล 3 กลุ่มและทำการสืบค้นกับฐานข้อมูลจำนวน 3 ฐานผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจในการใช้และผลการสืบค้นฐานข้อมูลขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการสืบค้นและการได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ฐานข้อมูลก่อนการสืบค้นผู้ใช้ส่วนใหญ่ทราบการประชาสัมพันธ์การใช้ข้อมูลจากเพื่อนร่วมวิชาชีพและผลการสืบค้นที่ผู้ใช้ต้องการมากที่สุดคือเอกสารฉบับเต็มโดยผู้ใช้นิยมอ่านผลจากการค้นบนหน้าจอคอมพิวเตอร์

Jones (2004) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Information Technology Enabled Public Sector Customer Service Satisfaction โดยใช้ระบบฐานข้อมูลเพื่อสร้างความพึงพอใจกับการให้บริการแบบ Real-Time อันได้แก่ การที่พนักงานสามารถเข้าไปดูรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ในระบบฐานข้อมูลต่างๆ ในระบบฐานข้อมูลและให้คำแนะนำ ตอบคำถามได้ทันทีในขณะที่มีการติดต่อเข้ามา มากกว่าการที่จะได้รับคำชี้แนะภายหลัง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าการใช้

บริการแบบโดยทันทีหรือ Real-time สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้นด้วย

Johnson and Kaye (2004) ศึกษาเรื่องการรับรู้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อสังคมและอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บล็อกโดยควบคุมตัวแปรด้านประชากรทางการเมืองการศึกษาพบว่าผู้รับข่าวสารให้ความเชื่อถือต่อข้อมูลในเชิงลึกจากเว็บมากข้อมูลดังกล่าวนำมาใช้ในงานวิจัยด้านปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมกรเลือกใช้สื่อออนไลน์ทั้งในคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร ขึ้นอยู่กับแหล่งสารที่นำเสนอ

Lim and Dubinsky (2005) ได้ศึกษาเรื่องความตั้งใจซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้ TPB Model และการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างความเชื่อที่สำคัญที่สุด (Interdependencies Between Salient Belief) ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถของตัวเอง (Self-efficacy) และความสามารถอำนวยความสะดวก (Facilitation of Ability) ส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) จึงทำให้เกิดการตั้งใจซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ต (Purchase Intention on the Internet) 2) ครอบครัว (Family) และเพื่อน (Friend) คือ กลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ที่ส่งผลให้เกิดทัศนคติในการซื้อสินค้าออนไลน์ (Attitude Toward Online Shopping) และ 3) ผลิตภัณฑ์ (Merchandise) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และเส้นทาง (Navigation) ส่งผลให้เกิดทัศนคติในการซื้อสินค้าออนไลน์ และทำให้เกิดการตั้งใจซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ต จากข้อมูลข่าวสาร

Wixom and Todd (2005) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาโมเดลรวมกันในความเชื่อที่พิเศษและทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างระบบโดยการใช้ TAM และความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่า คุณภาพของข้อมูลส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของข้อมูล (Information Satisfaction) ส่งผลให้เกิดการมีประโยชน์ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของระบบ (System Satisfaction) ส่งผลให้เกิดความง่ายในการใช้งาน และส่งผลให้เกิดการมีประโยชน์ทัศนคติส่งผลให้เกิดความตั้งใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Nielsen Mckinsey Company (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่องใช้ประโยชน์อย่างไรกับสื่อสังคมออนไลน์โดยศึกษาถึงการให้ประโยชน์จาก Facebook ของกลุ่มผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ใช้ Facebook สำหรับตรวจสอบรับผลตอบรับผลตอบรับต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการกว่าร้อยละ 66.00 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการร้อยละ 60.00 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการร้อยละ 60.00 รับคู่มือหรือโปรมโซชั่นพิเศษต่างๆ ร้อยละ 58.00 แสดงให้เห็นว่า Facebook เป็นช่องทางทางการสื่อสารที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรงเพราะผู้บริโภคใช้เป็นช่องทางในการหาข้อมูลของสินค้าบริการ ทำให้ผู้ผลิตสามารถนำข้อคิดเห็นของผู้บริโภคไป

ปรับปรุงได้ในทันที ซึ่งการศึกษาของ Nielsen Mckinsey Company แสดงให้เห็นถึงการใช้ประโยชน์ของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถติดต่อกันได้รวดเร็วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

สรุปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้ใช้สื่อมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อในรับมาก และสื่อออนไลน์จะช่วยให้ผู้ใช้สื่อมีความพึงพอใจและได้รับประโยชน์ในการใช้สื่อมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีความรวดเร็วในการเข้าถึงข่าวสารได้มากที่สุด รวมถึงมีผู้ใช้สื่อที่มีระดับการศึกษา อาชีพ อายุ รายได้ และประสบการณ์ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร ต่างกันการแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากใช้สื่อ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคนวัตกรรมสื่อสาร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Approach) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อตอบปัญหาการวิจัย โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางสื่อคอมพิวเตอร์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ใช้สื่อใหม่ ทาง เว็บไซต์ของสถาบันการเงิน สื่อสังคมออนไลน์ และบล็อก (Blog) ส่วนบุคคล ทั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลประชากรจากข้อมูลนักลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557) จำนวน 1,042,492 คน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรจาก ข้อมูลนักลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

$$n = \frac{3,000,000}{1 + (3,000,000)(0.05)^2}$$

$$n = 399.98 \sim 400$$

ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามที่คำนวณได้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ให้ทาง ไลน์ (Line) กลุ่มนักลงทุน และ เฟซบุ๊ก (Facebook) กลุ่มนักลงทุน โดยจะเลือกเฉพาะผู้ลงทุนประเภทบุคคล ซึ่งเป็นผู้ใช้การสื่อสารสนเทศ ได้แก่ ผู้ใช้สื่อ ทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นนักลงทุนทางการเงินที่เปิดบัญชีลงทุนในหลักทรัพย์ โดยใช้แบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ผู้วิจัยได้ออกแบบถามซึ่งศึกษาจากแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยกำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม ตามตัวแปรที่ศึกษาจากกรอบแนวคิดของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

โครงสร้างแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีคำถามชนิดปลายปิด โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด มาตรฐานนามบัญญัติ (Nominal Scale) และเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกชนิดของแบบสอบถามได้ 2 ส่วน คือ 1) จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน และช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร จำนวน 3 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 3 ข้อ และ 2) ด้านการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ จำนวน 16 ข้อ ประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน จำนวน 9 ข้อ และวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงิน จำนวน 4 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) โดยใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 19 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) โดยใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 6 ข้อ

โดยเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยประยุกต์ใช้ตามรูปแบบของ Likert's Scale ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การวัด	ระดับคะแนน
มากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้เท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้เท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ตามเกณฑ์คะแนนดังนี้ (ภฤช อธิริยาภิรมย์, 2550, น. 38 อ้างถึงใน นพดล กุสะโล, 2554, น. 29-30)

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การวัดและแปลความหมายในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5

ระดับคะแนน	ความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อยอย่างยิ่ง

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.3.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม 9 ขั้นตอน ตามลำดับดังนี้

- 1) การศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย
- 2) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม
- 3) กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย
- 4) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
- 5) นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำมาดำเนินการทดลอง (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย แต่ไม่ใช่ประชากรของการวิจัยนี้ จำนวน 40 คน

- 7) นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Analysis)
- 8) ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ
- 9) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการศึกษานี้ได้มีการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

ความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และนำไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปลองใช้ (Try Out) จำนวน 40 ชุด กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรในการวิจัย แต่ไม่ใช่ประชากรสำหรับการวิจัยนี้ ได้แก่ นักลงทุนเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นผู้ใช้สื่อใหม่ ทางเว็บไซต์ของสถาบันการเงิน สื่อสังคมออนไลน์ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ หาความน่าเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ Nunnally (1978) ดังนี้

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยโดยการสำรวจ (Survey Research)

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.8 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน (Basic Research)

ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.9 สำหรับการตัดสินใจ (Important Research)

สำหรับการหาความเชื่อถือได้แต่ละแบบ เป็นการคำนวณค่าความความเชื่อถือได้ ซึ่งเป็นตัวเลขที่อยู่ในรูปทศนิยม มีค่าไม่เกิน 1.00 การแปลความหมายค่าความน่าเชื่อถือ (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2553) ใช้เกณฑ์ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

ค่าความเชื่อถือได้	ระดับความเชื่อถือได้	การนำไปใช้
0.80 - 1.00	สูงมาก	ใช้ได้ดีมาก
0.70 - 0.79	สูง	ใช้ได้ดี
0.50 - 0.69	ปานกลาง	พอใช้
0.30 - 0.49	ต่ำ	ควรปรับปรุง
ต่ำกว่า 0.30	ต่ำมาก	ใช้ไม่ได้

จากการนำแบบสอบถามเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุน การเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักลงทุนเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นนักลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งใช้สารสนเทศ ผู้ใช้สื่อ ทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับ 0.881 จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) แก่นักลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งใช้สารสนเทศ ผู้ใช้สื่อ ทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง ตามสัดส่วนของแต่ละส่วน และผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีรายละเอียดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารผลการปฏิบัติงาน เอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมจากแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากนักลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ กับตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย ซึ่งใช้สารสนเทศ ผู้ใช้สื่อ ทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ โดยสามารถอธิบายขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

(1) ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับนักลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งใช้สารสนเทศ ผู้ใช้สื่อ ทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และบล็อก ตามวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็น Non-probability โดยใช้แบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

(2) ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

(3) รวบรวมแบบสอบถามที่ส่งคืนทั้งหมดไปทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ผลข้อมูลเกี่ยวกับ ศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

3.5.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

- 1) การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 2) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสข้อมูล
- 3) บันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
- 4) ประมวลผลข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ
- 5) วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล

3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว นำมาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการพรรณนาข้อมูลตัวแปรด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากร และการแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร ความถี่ในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน และช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

(2) ข้อมูลเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร ด้านการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ ประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงิน การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุน ประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร และความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง และทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม สถิติที่ใช้ประกอบด้วย Independent Sample T-test กรณี 2 ตัวแปร และ One-way ANOVA กรณีตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ซึ่งการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ ดังนี้

(1) สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ประกอบด้วย Independent sample t-test กรณี 2 ตัวแปร และ One-way ANOVA กรณีตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ซึ่งการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่

(2) สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ประกอบด้วย Independent Sample T-test กรณี 2 ตัวแปร และ One-way ANOVA กรณีตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ซึ่งการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่

(3) สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ ได้แก่ One-way ANOVA กรณีตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ซึ่งการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่

(4) สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน สถิติที่ใช้ ได้แก่ Pearson's Product moment Correlation ซึ่งวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์

(5) สมมติฐานที่ 5 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน สถิติที่ใช้ ได้แก่ Pearson's Product moment Correlation ซึ่งวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังนี้

n	แทน	ค่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน (Probability)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F-Distribution)
MS	แทน	Mean Square

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ตอนที่ 1 ปัจจัยลักษณะทางประชากร

4.2 ตอนที่ 2 การแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ของผู้ลงทุนประเภทบุคคล

4.3 ตอนที่ 3 การใช้ประโยชน์ในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

4.4 ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

4.5 ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากร

การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ตารางที่ 4.1 ถึง 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	123	30.80
หญิง	277	69.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.30 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.80

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
21-25	14	3.5
26-30	127	31.8
31-35	195	48.8
36 ปีขึ้นไป	64	16
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26-30 คิดเป็นร้อยละ 31.80 อายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	2.8
ปริญญาตรี	215	53.8
ปริญญาโทและสูงกว่า	174	43.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาปริญญาโทและสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 43.50 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000	37	9.30
15,001 – 30,000	110	27.50
30,001 – 45,000	141	35.30
45,001 บาทขึ้นไป	112	28.0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.30 รองลงมา 45,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.0 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.50 และต่ำกว่า 15,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	201	50.20
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	65	16.30
ธุรกิจส่วนตัว	122	28.00
อื่นๆ	22	5.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 อาชีพหลัก พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมาธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 28.00 ข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.30 อื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง นักลงทุน คิดเป็น ร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสารของผู้ลงทุนประเภทบุคคล

วิเคราะห์การแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ของผู้ลงทุนประเภทบุคคล โดยการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละ ตามตารางที่ 4.7 ถึงตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคนสารสนเทศการสื่อสารการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1วัน/สัปดาห์	42	10.50
1-2 วัน/สัปดาห์	142	35.50
3-4 วัน/สัปดาห์	86	21.50
5-6 วัน/สัปดาห์	16	4.00
ทุกวัน/สัปดาห์	114	28.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ต 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาทุกวันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.50 ใช้ 3-4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 21.50 ต่ำกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.50 และ 5-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ความถี่ในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน

ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อวัน	30	7.50
2-3 ครั้งต่อวัน	133	33.30
4-5 ครั้งต่อวัน	65	16.30
6-7 ครั้งต่อวัน	14	3.50
มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน	158	39.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้สื่อออนไลน์ มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาใช้ 2-3 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ใช้ 4-5 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 16.30 ใช้ 1 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ 6-7 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารบ่อยที่สุด

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
06.01-10.00 น.	54	13.50
10.01-14.00 น.	127	31.80
14.01-18.00 น.	87	21.80
18.01-22.00 น.	95	23.80
22.01-02.00 น.	35	8.80
02.01-06.00 น.	2	.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.8 ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารบ่อยที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้ในเวลา 10.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.80 รองลงมา ใช้ในเวลา 18.01-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.80 14.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.80 ใช้ในเวลา 06.01-10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 13.50 ใช้ในเวลา 22.01-02.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.80 และใช้เวลา 02.01-06.00 น.คิดเป็นร้อยละ .50 ตามลำดับ

วิเคราะห์การแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ของผู้ลงทุนประเภทบุคคล โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ตามตารางที่ 4.9 ถึงตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

(n = 400)

สื่อออนไลน์ที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสาร	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ (www.set.or.th)	3.36	1.45	มาก	1
2. เว็บไซต์ในเครือตลาดหลักทรัพย์ (เช่น www.settrade.com, www.setsmart.com)	3.16	1.30	ปานกลาง	2
3. เว็บไซต์ของธนาคาร (เช่น www.kasikornbank.com, www.ktb.com)	3.09	1.29	ปานกลาง	3
4. เว็บไซต์ของบริษัทหลักทรัพย์ (เช่น www.bualuang.co.th , www.maybank-ke.co.th)	2.54	1.22	น้อย	14
5. เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการลงทุนในหลักทรัพย์ (เช่น www.Stock2morrow, www.trade2win.com)	2.91	1.33	ปานกลาง	4
6. เว็บไซต์อร์ดด้านการลงทุน (เช่น www.pantip.com/ สินธร)	2.50	1.20	น้อย	15
7. เฟสบุ๊กแฟนเพจของตลาดหลักทรัพย์ (SET ตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) (https://www.facebook.com/set.or.th)	2.89	1.29	ปานกลาง	5
8. เฟสบุ๊กแฟนเพจของธนาคารและบริการทาง การเงิน เช่น เฟสบุ๊กแฟนเพจธนาคารกสิกรไทย (https://www.facebook.com/KBankLive)	2.59	1.23	น้อย	11
9. เฟสบุ๊กบุคคลสาธารณะ ผู้เชี่ยวชาญการลงทุนทาง การเงิน เช่น ดร.นิเวศน์ เหมวชิรวรากร https://www.facebook.com//dr.niwetfanpage	2.89	1.32	ปานกลาง	6
10. เฟสบุ๊กที่เกี่ยวข้องการวางแผนการเงิน เช่น Aommoney ออมมันนี่, Maibat ข้อคิดทางการเงิน	2.60	1.30	น้อย	9
11. เฟสบุ๊กของโบรกเกอร์ ที่แนะนำการลงทุน ใน หลักทรัพย์ เช่น หุ่นปั้น (https://www.facebook.com/Hoonpunn)	2.78	1.31	ปานกลาง	7

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

สื่อออนไลน์ที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสาร	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ
12. ยูทูป(youtube) เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารการ ลงทุนทางการเงิน	2.60	1.29	น้อย	10
13. ช่อง Channel ใน ยูทูป(youtube) ของตลาด หลักทรัพย์และบริษัทในเครือ (https://www.youtube.com/user/setthailand)	2.63	1.32	ปานกลาง	8
14. ช่อง Channel ใน ยูทูป(youtube) ของบริษัท หลักทรัพย์และสถาบันการเงิน เช่น Bualuangichannel	2.54	1.31	น้อย	13
15. ช่อง Channel ใน ยูทูป(youtube) ข่าวสารการ ลงทุนทางการเงิน เช่น moneychannel ,efinancethai	2.55	1.29	น้อย	12
รวมเฉลี่ย	2.78	1.30	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน จำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่าการแสวงหาข่าวสารในสื่อออนไลน์ 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแสวงหาข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ (www.set.or.th) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 รองลงมา เว็บไซต์ในเครือตลาดหลักทรัพย์ (เช่น www.settrade.com, www.setsmart.com) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อันดับสามเว็บไซต์ของธนาคาร (เช่น www.kasikornbank.com, www.ktb.com) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และอันดับสุดท้ายแสวงหาข่าวสารในสื่อออนไลน์ ผ่านทางเว็บบอร์ดด้านการลงทุน(เช่น www.pantip.com/ ลินทร) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร (สื่อใหม่) จำแนกตามประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงินที่เลือกแสวงหาข่าวสาร

(n = 400)

ประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน	3.35	1.24	ปานกลาง	1
2. ผลประกอบการ งบการเงินของบริษัท	2.79	1.22	ปานกลาง	8
3. ข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน	3.24	1.17	ปานกลาง	2
4. สิทธิการใช้ประโยชน์ทางการลงทุนทางการเงิน	2.93	1.21	ปานกลาง	6
5. รายงานการซื้อขายหุ้น	2.95	1.20	ปานกลาง	4
6. ข่าวเศรษฐกิจ ข้อมูลประมาณการทางเศรษฐกิจ ข่าวเงินเฟ้อ ข่าวรายงานความเชื่อมั่นผู้บริโภค	2.94	1.35	ปานกลาง	5
7. อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน ผลตอบแทน	3.16	1.15	ปานกลาง	3
8. ข่าว/บทวิเคราะห์ของโบรกเกอร์ หรือผู้เชี่ยวชาญ ทางการเงิน	2.82	1.28	ปานกลาง	7
รวมเฉลี่ย	3.02	1.23	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสารจำแนกตามประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงินที่เลือกแสวงหา จำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่าเลือกแสวงหาข่าวสารใน 3 ประเภทแรก ได้แก่ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 รองลงมา ข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 อันดับสาม อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน ผลตอบแทน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 และอันดับสุดท้าย ผลประกอบการ งบการเงินของบริษัท ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร (สื่อใหม่) จำแนกตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการลงทุนทางการเงิน

(n = 400)

วัตถุประสงค์	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. ข่าวสารการวางแผนการเงินที่เผยแพร่ผ่านออนไลน์ มีรายละเอียดสอดคล้องตรงกับความต้องการ	3.39	1.14	ปานกลาง	2
2. ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์เป็นทางเลือกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สะดวกมากช่องทางหนึ่ง	3.04	1.24	ปานกลาง	3
3. ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่มีความสดใหม่ ทันเหตุการณ์	3.47	1.19	มาก	1
รวมเฉลี่ย	3.3	1.19	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ของการแสวงหาข่าวสารของสื่อในยุคสารสนเทศการสื่อสาร(สื่อใหม่) จำแนกตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงิน จำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่มีความสดใหม่ทันเหตุการณ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 รองลงมา ข่าวสารการวางแผนการเงินที่เผยแพร่ผ่านออนไลน์ มีรายละเอียดสอดคล้องตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และอันดับสาม ซึ่งเป็นอันดับสุดท้าย ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์เป็นทางเลือกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สะดวกมากช่องทางหนึ่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

4.3 ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การวิเคราะห์ระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินจากสื่อออนไลน์ ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้
 ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ ของผู้ลงทุนประเภทบุคคล
 ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

(n = 400)

การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการ ลงทุน	3.42	1.19	มาก	1
2. สามารถค้นหาข้อมูล และสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้ สะดวก	3.08	1.23	ปานกลาง	9
3. สามารถมีความรู้เพิ่มขึ้นจากข้อมูลข่าวสารที่ได้ จากข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน	3.37	1.15	ปานกลาง	2
4. สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสาร บทความ การ วิเคราะห์ ทราบความเคลื่อนไหวด้านการลงทุนได้รวดเร็ว สะดวก	3.15	1.28	ปานกลาง	5
5. สามารถนำข้อมูลประมาณการผลตอบแทนจาก การลงทุน	3.18	1.10	ปานกลาง	4
6. สามารถลดความวิตกกังวลในการตัดสินใจลงทุน จากข่าวสารที่ได้รับ	2.92	1.12	ปานกลาง	16
7. สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการตัดสินใจ ลงทุน	3.19	1.15	ปานกลาง	3
8. ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ลดความเสี่ยงจากการ ตัดสินใจลงทุน	2.98	1.13	ปานกลาง	15
9. สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ลงทุน ด้วยกัน	3.12	1.16	ปานกลาง	7
10. สามารถนำข้อมูลข่าวสาร ไปเป็นแหล่งอ้างอิง	3.04	1.12	ปานกลาง	13
11. ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการติดต่อกับสถาบัน การเงิน	3.08	1.22	ปานกลาง	8
12. การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ทำให้ ถ้าม – ตอบ เกี่ยวกับข่าวสารการลงทุนได้ทันที	3.07	1.21	ปานกลาง	10

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ
13. สื่อออนไลน์เป็นช่องทางเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร	3.08	1.23	ปานกลาง	9
14. สื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่ทำให้มีส่วนร่วมในการพิจารณาตัดสินใจเลือกลงทุน	3.12	1.14	ปานกลาง	6
15. สามารถ นำความรู้จากสื่อออนไลน์ เสริมการตัดสินใจ สร้างความเชื่อมั่นในการลงทุน	3.05	1.17	ปานกลาง	12
16. มีฐานข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ใช้สำหรับการพิจารณาลงทุนได้มากเพียงพอ	3.06	1.13	ปานกลาง	11
17. ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ทำให้สามารถคาดหวังผลตอบแทน หรือลดความเสี่ยงจากลงทุนได้อย่างสมเหตุสมผลมากยิ่งขึ้น	3.03	1.11	ปานกลาง	14
18. ข่าว/บทวิเคราะห์ จากผู้แนะนำการลงทุนการลงทุน สร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนทางการเงิน	3.11	1.11	ปานกลาง	8
รวมเฉลี่ย	3.11	1.16	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ใน 3 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ในลำดับถัดไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับรองลงมาคือ สามารถมีความรู้เพิ่มขึ้นจากข้อมูลข่าวสารที่ได้จากข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 อันดับสาม คือ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และมีค่าเฉลี่ยในอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถลดความวิตกกังวลในการตัดสินใจลงทุนจากข่าวสารที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92

4.4 ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุน ประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

(n = 400)

ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	\bar{X}	SD	การแปลผล	ลำดับ
1. ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์	3.67	1.09	มาก	1
2. ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความหลากหลาย น่าสนใจ	3.09	1.16	ปานกลาง	5
3. ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ	3.17	1.05	ปานกลาง	3
4. ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความครบถ้วนในการตัดสินใจลงทุน	2.88	1.09	ปานกลาง	6
5. ข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการ	3.21	1.06	ปานกลาง	2
6. ข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว	3.16	1.30	ปานกลาง	4
รวมเฉลี่ย	3.20	1.12	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ใน 3 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ในลำดับถัดไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับรองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 อันดับสาม คือ ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และมีค่าเฉลี่ยในอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความครบถ้วนในการตัดสินใจลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

4.5 ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ค่าสถิติ T-test กับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ส่วนการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป หากพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี เชฟเฟ (Scheffe) และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's Product Moment Correlation Coefficient) หรือสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรง โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

4.5.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ส่งผลต่อข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกัน

จากสมมติฐานที่ 1 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

1) สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนในยุคสารสนเทศการสื่อสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบเพศกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การแสวงหาข่าวสาร	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig.
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
สื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	2.59	0.88	2.84	0.98	-2.63*	.01*
ประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	2.89	0.87	3.08	0.93	-1.85	.07
วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	3.21	0.92	3.34	0.99	-1.27	.20
รวม	2.90	0.76	3.09	0.87	-2.23*	.03

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนในยุคสารสนเทศการสื่อสารประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน และวัตถุประสงค์

เปิดรับข่าวสารด้านการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวม รวมถึงด้านการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบอายุกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การแสวงหา ข่าวสาร	21 – 25ปี		26 – 30 ปี		31 – 35ปี		36 ปี ขึ้นไป		<i>f</i>	<i>Sig.</i>
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
สื่อออนไลน์	2.45	1.27	2.71	0.89	2.85	0.95	2.71	1.02	1.28	.281
ข่าวสารการ ลงทุนทาง การเงิน										
ประเภทของ ข่าวสารทางการ ลงทุนทางการ เงิน	2.69	1.14	2.73	0.83	3.16	0.90	3.25	0.92	7.92	.000*
วัตถุประสงค์ เปิดรับข่าวสาร การลงทุนทาง การเงิน	3.09	1.25	3.03	0.88	3.38	0.95	3.62	0.99	6.56	.000*
รวม	2.75	0.99	2.82	0.76	3.13	0.83	3.19	0.88	4.97	.002*

หมายเหตุ: * $p < .05$

การเปรียบเทียบอายุกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารพบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาทั้งการแสวงหาข่าวสารทั้ง 3 ด้านพบว่า

สื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน

ประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบอายุกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม พบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	\bar{x}	อายุ (ปี)			
		21 – 25	26 – 30	31 – 35	36 ขึ้นไป
21 -25	2.75				
26 – 30	2.82			.016*	.037*
31 – 35	3.13				
36 ขึ้นไป	3.19				

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุ 26 – 30 ปี โดยผู้ลงทุนที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ อายุ 36 ปีขึ้นไป มีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี

การเปรียบเทียบอายุกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน พบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	\bar{x}	อายุ (ปี)			
		21 – 25	26 – 30	31 – 35	36 ขึ้นไป
21 -25	2.75				
26 – 30	2.82			.001*	.003*
31 – 35	3.13				
36 ขึ้นไป	3.19				

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุ 26 – 30 ปีโดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล 36 ขึ้นไปมีระดับการแสวงหาข่าวสาร ประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงินมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุ 21 – 25 ปี และผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และอายุ 36 ขึ้นไปปี มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงินมากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี

การเปรียบเทียบอายุกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน พบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงินจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	\bar{x}	อายุ (ปี)			
		21 – 25	26 – 30	31 – 35	36 ขึ้นไป
21 -25	2.75				
26 – 30	2.82			.017*	.001*
31 – 35	3.13				
36 ขึ้นไป	3.19				

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เซฟเฟ้ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุ 26 – 30 ปี โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี อายุ 36 ขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสาร มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงินมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุ 26 – 30 ปี

3) สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนในยุคสารสนเทศการสื่อสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การแสวงหาข่าวสาร	ระดับการศึกษาสูงสุด						F	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท และสูงกว่า			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
สื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	2.57	1.33	2.70	1.00	2.89	0.88	1.280	.28
ประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน	2.86	1.30	2.88	0.95	3.21	0.80	7.924	.00*
วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	2.82	1.24	3.14	1.02	3.53	0.82	6.563	.00*
รวม	2.75	1.24	2.90	0.88	3.20	0.72	4.967	.00*

หมายเหตุ: *p < .05

การเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาทั้งการแสวงหาข่าวสารทั้ง 3 ด้านพบว่า

สื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน

ประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบอายุกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม พบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.75			
ปริญญาตรี	2.90			.002*
ปริญญาโท	3.20			

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เซฟเฟ้ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวมแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการแสวงหาข่าวสารมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน พบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุน

ทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.86			
ปริญญาตรี	2.88			.002*
ปริญญาโท	3.21			

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการแสวงหาข่าวสารมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน พบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารทางการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.82			
ปริญญาตรี	3.14			.000*
ปริญญาโท	3.53			

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่มีวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการแสวงหาข่าวสารมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

4) สมมติฐานที่ 1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุน ในยุคสารสนเทศการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การแสวงหา ข่าวสาร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)								F	Sig
	ต่ำกว่า	15,001 –		30,001 –		45,001		ขึ้นไป		
	15,000	30,000	45,000	ขึ้นไป						
\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD			
สื่อออนไลน์	2.56	0.54	2.62	1.08	2.77	0.91	2.98	0.96	3.16	.025*
ข่าวสารการ ลงทุนทางการเงิน										
ประเภทของ ข่าวสารทางการ ลงทุนทางการเงิน	2.47	0.75	2.75	0.97	3.05	0.83	3.43	0.82	17.24	.00*
วัตถุประสงค์ เปิดรับข่าวสาร การลงทุนทาง การเงิน	2.80	0.86	3.03	1.04	3.28	0.91	3.76	0.80	16.25	.00*
รวม	2.61	0.59	2.80	0.92	3.03	0.80	3.39	0.73	13.86	.00*

หมายเหตุ: *p < .05

การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาทั้งการแสวงหาข่าวสารทั้ง 3 ด้านพบว่า

สื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน

ประเภทของข่าวสารทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านประเภทของข่าวสารทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{x}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
		ต่ำกว่า 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000	2.61				.000*
15,001 – 30,000	2.80				.000*
30,001 – 45,000	3.03	.046*			.000*
45,001 ขึ้นไป	3.39				

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้

15,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,000 – 45,000 บาท รวมถึงผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารโดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 ขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ในภาพรวม มากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 ขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ในภาพรวมมากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินพบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{x}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
		ต่ำกว่า 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000	2.56				.023*
15,001 – 30,000	2.62				.041*
30,001 – 45,000	2.77	.046*			
45,001 ขึ้นไป	2.98				

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และรายได้ 15,001-30,000 บาท โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ด้านการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินมากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ด้านการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน มากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท

การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินพบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{x}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
		ต่ำกว่า 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000	2.47			.004*	.000*
15,001 – 30,000	2.75				.000*
30,001 – 45,000	3.05				.007*
45,001 ขึ้นไป	3.43				

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาทขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในอุตสาหกรรมสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 – 45,000 บาท และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในอุตสาหกรรมสื่อสารตามประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 45,000 บาทและ 45,001 ขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ด้านประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน มากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และ 15,001 – 30,000 บาท และผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 ขึ้นไปมีระดับการแสวงหาข่าวสาร ด้านประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน มากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท

การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในอุตสาหกรรมสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน พบว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในอุตสาหกรรมสื่อสาร ตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารตามวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงินจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
		ต่ำกว่า 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000	2.47				.000*
15,001 – 30,000	2.75				.000*
30,001 – 45,000	3.05				.001*
45,001 ขึ้นไป	3.43				

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,000 บาท ขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ตามประเภทของข่าวสารทางการเงิน แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 – 45,000 บาท โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 45,000 บาท มีระดับการแสวงหาข่าวสารด้านวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงิน มากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท และ 15,001 – 30,000 บาท และผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 ขึ้นไป มีระดับการแสวงหาข่าวสาร ด้านวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงิน มากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท

5) สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนในยุคสารสนเทศการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การแสวงหาข่าวสาร	อาชีพ								F	Sig.
	พนักงานบริษัทเอกชน		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
สื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	2.77	0.92	2.81	0.79	2.79	1.07	2.52	2.77	0.576	0.631
ประเภทของข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	2.97	0.88	2.98	0.92	3.13	0.98	3.05	0.88	0.830	0.478
วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	3.31	0.96	3.27	1.05	3.22	1.02	3.69	1.03	1.399	0.243
รวม	3.02	0.81	3.02	0.82	3.05	0.91	3.08	0.83	0.067	0.977

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารพบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอาชีพที่ต่างกัน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาทั้งการแสวงหาข่าวสารทั้ง 3 ด้านพบว่า

สื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านสื่อออนไลน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน

ประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ด้านวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน

4.5.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในยุคสารสนเทศการสื่อสารแตกต่างกัน

จากสมมติฐานที่ 2 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

1) สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบเพศกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

เพศ	<i>n</i>	\bar{X}	SD	<i>t</i>	Sig.
ชาย	123	3.01	0.83	.64	0.42
หญิง	277	3.16	0.85		

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบเพศกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ไม่แตกต่างกัน

2) สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์การเปรียบเทียบเพศกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบอายุกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

อายุ	\bar{x}	SD	F	Sig.
21-25 ปี	2.99	0.83	8.030	.000*
26-30 ปี	2.82	0.81		
31-35 ปี	3.26	0.86		
36 ปีขึ้นไป	3.28	0.78		

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบอายุกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวมจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	\bar{x}	21 – 25	26 – 30	31 – 35	36 ปีขึ้นไป
21 -25	2.99				
26 – 30	2.82			.00*	.006*
31 – 35	3.26				
36 ปีขึ้นไป	3.27				

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของเชฟเฟ (Scheffe) ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ อายุ 36ปีขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไปมีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี

3) สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบการศึกษาสูงสุดกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.81	1.23	10.724	.000*
ปริญญาตรี	2.95	0.89		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.33	0.71		

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุด กับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ข่าวสาร ภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	\bar{x}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโทและสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.81			.00*
ปริญญาตรี	2.95			.00*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.33			

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของเชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญา และปริญญาตรี

4) สมมติฐานที่ 2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการ
ลงทุนทางการเงินในยุศสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทาง
การเงินในยุศสารสนเทศการสื่อสาร

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่า 15,000	37	0.73	17.359	.000*
15,001 – 30,000	110	0.90		
30,001 – 45,000	141	0.81		
45,001 ขึ้นไป	112	0.70		

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสาร
การลงทุนทางการเงินในยุศสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือนที่ต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุศสารสนเทศการสื่อสาร
ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ
รายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุทธศาสตร์สหเทศการสื่อสารในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
		ต่ำกว่า 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000	2.44	.014*	.000*	.000*
15,001 – 30,000	2.96			.000*
30,001 – 45,000	3.18			
45,001 ขึ้นไป	3.57			

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เซฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท 45,000 บาทขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุทธศาสตร์สหเทศการสื่อสารในภาพรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 ขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุทธศาสตร์สหเทศการสื่อสาร ในภาพรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 ขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในภาพรวม มากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 ขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมมากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

5) สมมติฐานที่ 2.5 อาชีพที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบอาชีพหลักกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

อาชีพ	\bar{X}	SD	F	Sig.
พนักงานบริษัทเอกชน	3.08	0.82	.474	.700
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.14	0.94		
ธุรกิจส่วนตัว	3.13	3.13		
อื่นๆ	22	3.29		

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

4.5.3 สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารแตกต่างกัน
จากสมมติฐานที่ 3 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อย ได้ดังนี้

1) สมมติฐานที่ 3.1 เพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบเพศกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

เพศ	<i>n</i>	\bar{X}	SD	<i>t</i>	Sig.
ชาย	123	3.03	.87	-2.72	0.53
หญิง	277	3.27	.81		

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ไม่แตกต่างกัน

2) สมมติฐานที่ 3.2 อายุที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเปรียบเทียบอายุกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	\bar{X}	SD	<i>F</i>	Sig.
21-25 ปี	3.11	0.90	10.550	.000*
26-30 ปี	2.87	0.79		
31-35 ปี	3.35	0.84		
36 ปีขึ้นไป	3.40	0.73		

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตาราง 4.38 การเปรียบเทียบอายุกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	\bar{x}	อายุ (ปี)			
		21 – 25	26 – 30	31 – 35	36 ขึ้นไป
21 -25	3.11			.00*	.00*
26 – 30	2.87				
31 – 35	3.35				
36 ขึ้นไป	3.40				

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.39 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เชฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี

3) สมมติฐานที่ 3.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.91	0.77	13.264	.000*
ปริญญาตรี	3.02	0.86		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.43	0.75		

หมายเหตุ: *p < .05

จากตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุด กับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจการลงทุนทางการเงินข่าวสาร ภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	\bar{X}	ระดับการศึกษาสูงสุด		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท และสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.91			
ปริญญาตรี	3.02			.00*
ปริญญาโทและสูงกว่า	3.44			

หมายเหตุ: *p < .05

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เซฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่ามีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ข่าวสารมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

4) สมมติฐานที่ 3.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุศสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{x}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่า 15,000	2.50	0.70	20.396	.000*
15,001 – 30,000	3.00	0.83		
30,001 – 45,000	3.23	0.81		
45,001ขึ้นไป	3.57	0.72		

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุศสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุศสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อ

ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ
 ข้าราชการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวม จำแนกตาม
 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
		ต่ำกว่า 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 ขึ้นไป
ต่ำกว่า 15,000	2.50		.013*	.000*	.000*
15,001 – 30,000	3.00				.000*
30,001 – 45,000	3.23				.010*
45,001 ขึ้นไป	3.57				

หมายเหตุ: *p < .05

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบ เซฟเฟ (Scheffe) พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข้าราชการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข้าราชการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวมแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท และผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข้าราชการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท โดยผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข้าราชการลงทุนทางการเงินในภาพรวม มากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า

15,000 บาท ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในภาพรวมมากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท และผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 ขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ใน ภาพรวม มากกว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000

5) สมมติฐานที่ 3.5 อาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเปรียบเทียบอาชีพกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	SD	F	Sig.
พนักงานบริษัทเอกชน	3.12	0.80	.474	.700
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.19	0.93		
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	3.28	0.87		
อื่นๆ	3.52	0.57		

หมายเหตุ: * $p < .05$

จากตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

4.5.4 สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารดังแสดงในตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การแสวงหาข่าวสาร	การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร	
	ค่าสหสัมพันธ์	ค่า p
	0.838	0.00*

จากตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารพบว่า การแสวงหาข่าวสารของผู้ลงทุนประเภทบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก แสดงว่าเมื่อมีการแสวงหาข่าวสารในสื่อออนไลน์มากขึ้นจะทำให้มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินสูงตามด้วย

4.5.5 สมมติฐานที่ 5 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารดังแสดงใน 4.46

ตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับความพึงพอใจ
ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

การแสวงหาข่าวสาร	ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ สื่อสาร	
	ค่าสหสัมพันธ์	ค่า p
	0.764	0.00*

จากตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสาร
การลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารพบว่า การแสวงหาข่าวสารของผู้ลงทุนประเภท
บุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ
สื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และ
เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก แสดงว่าเมื่อมีการแสวงหาข่าวสารในสื่อออนไลน์
มากน่าจะทำให้มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินสูงตามไปด้วย

ตารางที่ 4.47 การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรต่างกัน ส่งผลต่อ การแสวงหาข่าวสารในภาพรวมแตกต่างกัน		
1.1 เพศต่างกันส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสาร ใน ภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	t-test
1.2 อายุต่างกันส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสาร ใน ภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
1.3 ระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อการแสวงหา ข่าวสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันส่งผลต่อการ แสวงหาข่าวสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
1.5 อาชีพต่างกันส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสาร ในภาพรวมแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน	One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน		
2.1 เพศต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน	t-test
2.2 อายุต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
2.3 ระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
2.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
2.5 อาชีพต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินแตกต่างกัน		
3.1 เพศต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	t-test
3.2 อายุต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
3.3 ระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA

ตารางที่ 4.47 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
3.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน	One-Way ANOVA
3.5 อาชีพต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในภาพรวมแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน	One-Way ANOVA
สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	ยอมรับสมมติฐาน	Pearson's correlation
สมมติฐานที่ 5 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน	ยอมรับสมมติฐาน	Pearson's correlation

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากร ที่ส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน และความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ ที่ส่งผลต่อประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน และความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน การศึกษาครั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่แจกแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล และข้อเสนอแนะงานวิจัย ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลงานวิจัย

ปัจจัยลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.30 อายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.80 การศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.80 รายได้ 30,000-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.30 และอาชีพหลัก คือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.20 การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ปัจจัยการแสวงหาข่าวสารของสื่อใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ต 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีความถี่ในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39.50 และใช้อินเทอร์เน็ตในเวลา 10.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.80

จำแนกตามสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่มีการแสวงหาข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ (www.set.or.th) โดยประเภทของข่าวสารทางการเงินที่เลือกแสวงหา เป็นข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และมีวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงินที่เผยแพร่ผ่านออนไลน์ ที่มีความสดใหม่ทันเหตุการณ์ และการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน พบว่า ค่าเฉลี่ยอันดับ

สุดท้าย คือ การแสวงหาข่าวสารในสื่อออนไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์ด้านการลงทุน (เช่น www.pantip.com/สินธร) โดยแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับผลประกอบการงบการเงินของบริษัท และเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางออนไลน์เป็นทางเลือกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สะดวกมากช่องทางหนึ่ง

การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสารโดยรวม พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ใน 3 พบว่า อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการลงทุน ลำดับถัดไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับรองลงมาคือ สามารถมีความรู้เพิ่มขึ้นจากข้อมูลข่าวสารที่ได้จากข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน อันดับสาม คือ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน และมีค่าเฉลี่ยในอันดับสุดท้าย คือ สามารถลดความวิตกกังวลในการตัดสินใจลงทุนจากข่าวสารที่ได้รับ

ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ใน 3 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ มีในลำดับถัดไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับรองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการ มี อันดับสาม คือ ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ และอันดับสุดท้าย คือ ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความครบถ้วนในการตัดสินใจลงทุน สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

5.1.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากร จำแนกตาม อาชีพ ต่างกันส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของลักษณะทางประชากร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสาร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.2 สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารแตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามเพศ และอาชีพ ต่างกันส่งผลต่อ การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของลักษณะทางประชากร จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3 สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารแตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามอาชีพ ต่างกันส่งผลต่อ ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของลักษณะทางประชากร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4 สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ

การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน และช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์ กับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.838

5.1.5 สมมติฐานที่ 5 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ

การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน และช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.764

5.2 อภิปรายผลงานวิจัย

เมื่อเทียบผลการศึกษานในแต่ละสมมติฐาน

5.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกัน จำแนกตาม อาชีพ ต่างกันส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน

เพศต่างกัน ส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการแสวงหาข่าวสารมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2540) เพศจะเป็น

ตัวกำหนดบทบาท หน้าที่ของบุคคลตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ผู้หญิงมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม ทักษะคิด ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้ต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนิสตาร์ รัทซ์ลิริ โสกา (2553) พบว่าเพศต่างกันมีความต้องการรับข่าวสารต่างกัน โดยเพศชายมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารต่างจากเพศหญิง จึงเป็นเหตุผลที่ว่าเพศที่ต่างกันทำให้ทัศนคติ แนวคิด รวมถึงเหตุผลในการรับข่าวสารแตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ทำให้ได้ข้อค้นพบว่า เพศต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารทางการเงิน โดยรวมต่างกัน โดยเพศหญิงมีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารมากกว่าเพศชาย

อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกันพบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ อายุ 36 ปีขึ้นไป มีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารโดยรวมแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Myer (1999 อ้างถึงใน สุชา จันท์เอม, 2544) ที่อธิบายว่า กระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยจะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย ด้วยเหตุนี้ทำให้ได้ข้อค้นพบว่า อายุต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารทางการเงินโดยรวมต่างกัน โดยผู้ที่อายุ 31 – 35 ปี และอายุ 36 ปีขึ้นไป มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารมากกว่าผู้ที่มีอายุ 26 – 30 ปี

การศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกัน ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน มีระดับการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปัญญา ปลั่งกมล (2552) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด พฤติกรรมการออม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยผู้มีการศึกษาสูงมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อยกว่า ด้วยเหตุนี้ทำให้ได้ข้อค้นพบว่า การศึกษาต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารทางการเงิน โดยรวมต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาปริญญาโท มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี

รายได้ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการแสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกัน ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารในภาพรวม การเงินแตกต่างกัน สอดคล้องงานวิจัยของ วิมลพรรณ อภาภพ และคณะ (2554) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า

รายได้ของครอบครัวต่างกัน มีการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) แยกต่างหาก ด้วยเหตุนี้ทำให้ได้ข้อค้นพบว่า รายได้ต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารทางการเงินโดยรวมต่างกัน โดยผู้ที่รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป มีการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารมากกว่าผู้ที่มีรายได้ 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,000 – 45,000 บาท รวมถึงผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท มีระดับการแสวงหาข่าวสารข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารโดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

ผลจากการศึกษา ปัจจัยการแสวงหาข่าวสารของสื่อออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ใช้อินเทอร์เน็ต 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ มีความถี่ในการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้อินเทอร์เน็ตในเวลา 10.01 – 14.00 น. โดยแสวงหาข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ (www.set.or.th) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารเผยแพร่ผ่านออนไลน์ที่มีความสดใหม่ทันเหตุการณ์ ทั้งนี้จากการศึกษาปัจจัยการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ในอันดับสุดท้าย คือ การแสวงหาข่าวสารในสื่อออนไลน์ ผ่านทางเว็บบอร์ดด้านการลงทุน (เช่น www.pantip.com/สินธร) โดยแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับผลประกอบการงบการเงินของบริษัท และเปิดรับข่าวสารข้อมูลทางออนไลน์เป็นทางเลือกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สะดวกมากช่องทางหนึ่ง แสดงให้เห็นว่าผู้ลงทุนประเภทบุคคลแสวงหาข่าวสารผ่านทางเว็บบอร์ดด้านลงทุนน้อยที่สุด ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจมองว่าเว็บบอร์ดด้านลงทุนนี้จะแตกต่างจากความต้องการของตนเอง หรืออาจมีข้อมูลที่ใช้ในการประเมินการลงทุนที่ไม่มากพอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เฉลิมขวัญ คุรุทญญงค์ (2557) อธิบายว่า การลงทุนของผู้ลงทุนแตกต่างกันไป ผู้ลงทุนส่วนมากลงทุนเพื่อหวังรายได้หรือหวังผลกำไร ซึ่งได้จากการขายหลักทรัพย์ หรือต้องการได้ทั้งสองอย่าง ผู้ลงทุนต่างมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนตามความต้องการ และภาวะแวดล้อมของผู้ลงทุน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา มุสิกสาร (2552) ศึกษาการเปิดรับสื่อ การรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนจะมุ่งเน้นเฉพาะสื่อเฉพาะกิจ ด้วยเหตุนี้ทำให้ได้ข้อค้นพบว่าการแสวงหาข่าวสารทางการเงินเป็นการเลือกสื่อเฉพาะที่สนใจและสอดคล้องกับเป้าหมายในการเลือกลงทุน ซึ่งการเลือกสื่อทางออนไลน์สะดวกในการสืบค้นข้อมูลค่อนข้างมาก ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พสนันท์ ปัญญาพร (2555) อธิบายว่า เว็บไซต์ หรือ Web เป็นส่วนหนึ่งของบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งกลายเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้อ่าน และตอบโต้ข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อประเภท เว็บเพจ (Webpage) จึงเป็นที่นิยมสูงในปัจจุบันทำให้สถาบันการเงินส่วน

ใหญ่ เลือกใช้สื่อเว็บไซต์เผยแพร่ข้อมูลตัวอักษร ข้อมูลภาพ ข้อมูลเสียงและภาพเคลื่อนไหวมีลูกเล่นและเทคนิคการนำเสนอที่หลากหลาย โดยสามารถทำได้รวดเร็ว และเผยแพร่ได้ทั่วโลก รวมถึงการติดต่อเฉพาะบุคคลผ่านทาง E-Mail หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถส่งข้อความหรือข่าวสาร ไปยังนักลงทุนได้โดยตรง นอกจากนี้ยังสามารถนำ E-Mail มาใช้เพื่อการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการอีกด้วย ดังนั้นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่น เช่น เพื่อให้มีความรู้ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้ ตลอดจนเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล ทำให้ผู้ลงทุนประเภทบุคคลสามารถตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร โดยให้ความสนใจต่อข่าวสารการลงทุนเฉพาะที่สนใจ แล้วนำมาประเมินเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการรับรู้ข่าวสารนั้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจ

5.2.2 สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในยุคสารสนเทศการสื่อสารแตกต่างกัน

จากการศึกษาการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม ผู้วิจัยยังพบว่า มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ใน 3 พบว่า อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการลงทุน ลำดับถัดไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับรองลงมาคือ สามารถมีความรู้เพิ่มขึ้นจากข้อมูลข่าวสารที่ได้จากข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน อันดับสาม คือ สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน ซึ่งสอดคล้อง Atkin (1978) โดยที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (Reward Value) การลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้นการเผยแพร่ข่าวสารการลงทุนการเงินจึงควรพัฒนาข้อมูลที่ใช้ในการเผยแพร่ เพื่อให้ระดับการใช้ข่าวสารการลงทุนของผู้ลงทุนส่วนบุคคลสามารถใช้ประโยชน์จากข่าวสารผ่านสื่อใหม่ในระดับที่มากขึ้น ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ตามแนวคิดของ ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557) แนวคิดของ McQuail et al. (1972) โดยการศึกษาความต้องการในศึกษาค้นคว้าข้อมูลผ่านสื่อใหม่ของผู้ลงทุนส่วนบุคคล เพื่อสามารถเลือกรายการข่าวสารการลงทุนที่หลากหลายครอบคลุมตรงตามความต้องการของนักลงทุนส่วนบุคคล ทำให้ทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ลงทุนส่วนบุคคล สามารถเปิดรับ หรือแสวงหาข้อมูลได้ตรงกับที่นักลงทุนส่วนบุคคลให้ความสนใจ สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการลงทุน ซึ่งบริษัทที่ขายผ่านตลาดหลักทรัพย์ สามารถติดตามประเมินผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับลูกค้า เพื่อเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลให้กับผู้ต้องการวางแผนการลงทุน และ

สามารถคล้อยตามข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการแสวงหาข่าวสารนั้น เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการลงทุน

ทั้งนี้จากการศึกษาการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร จากการวิจัยอันดับสุดท้ายนี้เห็นว่า ข่าวสารการลงทุนนี้สามารถลดความวิตกกังวลในการตัดสินใจลงทุนจากข่าวสารที่ได้รับ แสดงให้เห็นว่าผู้ลงทุน ประเภทบุคคลยังมีความวิตกกังวลจากการแสวงหาข่าวสารข้อมูล แสดงว่าผู้ลงทุนตระหนักถึงข้อมูลที่อาจจะไม่มากพอ ทำให้เกิดความเสี่ยงในการพิจารณาลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wenner (1985) ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557) และแนวคิดของ เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์ (2557) อธิบายว่า ส่วนใหญ่จะขอคำแนะนำการเล่นหุ้นแบบเน้นความปลอดภัยของเงินทุนเป็นสำคัญ ฉะนั้นการพิจารณาเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ จึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความเสี่ยงภัยในการผิมนัดชำระหนี้ของหลักทรัพย์กับผลตอบแทนจากการลงทุน โดยสามารถติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าข้อมูลข่าวสารที่ผู้ลงทุนเลือกใช้ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตยังมีไม่มากพอ ทำให้ผู้ลงทุนตัดสินใจเลือกลงทุนช้าลง ดังนั้นควรพัฒนาข้อมูลโดยประยุกต์ใช้ตามแนวคิดของ ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2557) การเลือกข้อมูลที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ควรเป็นข้อมูลที่มาจากแหล่งที่เชื่อถือได้ หลายๆ แหล่ง เนื่องจากผู้ลงทุน จะนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้พิจารณาเพื่อวิเคราะห์ตัดสินใจลงทุนได้เร็วขึ้น ทั้งนี้ควรจัดทำเป็นการถามตอบหรือการคำแนะนำผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้บริการกับนักลงทุนได้ทันทีตามช่วงเวลาถามตอบที่กำหนดที่เหมาะสม เช่น การกำหนดช่วงเวลาถามตอบในช่วงที่ผู้ลงทุนใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 10.01 – 14.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ลงทุนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งนี้บริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ จะสามารถเพิ่มอำนาจในการตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุนประเภทบุคคลได้เร็วขึ้น มีความคล่องตัวกว่า ยืดหยุ่นสูง มีอิสระในการตัดสินใจ จึงทันต่อเวลามากกว่าผู้ลงทุนสถาบัน การพิจารณาเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ ซึ่งผู้ลงทุนสามารถเปรียบเทียบระหว่างความคล่องตัวในการซื้อขายกับผลตอบแทนที่จะได้จากหลักทรัพย์นั้น เพื่อเสริมสร้างสภาพคล่องให้แก่หลักทรัพย์จดทะเบียนซึ่งเป็นสิ่งจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้มีเงินออมสนใจจะเข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์มากขึ้น และในมุมมองของผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการในการแสวงหา และมีข้อมูลที่มากพอจะมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งจะทำให้เงินลงทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

จากการศึกษาผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากร จำแนกตามเพศ และอาชีพต่างกันส่งผลต่อ การใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของ

ลักษณะทางประชากร จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามอายุต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Myer (1999 อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม, 2544) อธิบายว่า อายุของผู้รับสารเป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล อายุจึงเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจ หรืออารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกันอันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัย ทั้งนี้กลุ่มของผู้ลงทุนที่มีอายุมากกว่า เช่น ผู้ที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่จะมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่าผู้ที่อยู่ในวัยรุ่น ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า เป็นเหตุผลที่ตรงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อค้นพบนี้พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีอายุ 26 – 30 ปี

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามระดับการศึกษา ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2540) อธิบายว่า ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป เช่นผู้มีการศึกษาที่สูงกว่าอาจเข้าถึงสื่อใหม่ และรู้เท่าทันสื่อมากกว่า ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน ไปอีกด้วย ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า เป็นเหตุผลที่ตรงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อค้นพบนี้ พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่า มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวมแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล โดยรวมสูงกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ ข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุกล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) อธิบายว่า ผู้ที่มีรายได้สูงสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ในการเข้าถึงสื่อในความถี่ที่บ่อยครั้งกว่า นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Mcnelly et al. (1968) อธิบายว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักถูกผลักดันให้ต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารให้ทันกับเหตุการณ์อยู่เสมอ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า เป็นเหตุผลที่ตรงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อค้นพบนี้ พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวมแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล โดยมีการใช้

ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคนวัตกรรมสื่อสารสูงกว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 45,000 บาท และผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคนวัตกรรมสื่อสาร โดยรวมแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล โดยมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคนวัตกรรมสื่อสารสูงกว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

5.2.3 สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคนวัตกรรมสื่อสารแตกต่างกัน

ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคนวัตกรรมสื่อสาร โดยรวม พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ใน 3 อันดับแรก พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ มีความทันสมัย ทันเหตุการณ์

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (1979) อธิบายการใช้สื่อตามความพอใจเพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ก็คือ ความพอใจกับศักยภาพของความเป็นสื่อใหม่ เช่น สามารถเลือกเปิดรับสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถใช้บริการสืบค้นเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ และลักษณะเนื้อหาที่มีความสดใหม่ตลอดเวลาตนเอง ในลำดับถัดไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับรองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการ

ในประเด็นนี้มีผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน ได้แก่ Katz et al. (1974) อธิบายว่า ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกเปิดรับ รายการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนที่มีความรอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ แนวคิดของ McQuail et al. (1972) อธิบายว่า ความต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง Katz, Blumber, and Gurevitch (1973) กล่าวว่า ผู้รับสารจึงต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมของตน ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงของสินทรัพย์ในการพิจารณาเครื่องมือเพื่อใช้วิเคราะห์ผลตอบแทน และความเสี่ยงเพื่อพิจารณาอย่างถูกต้อง จากการศึกษาข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ ยังพบว่า อันดับสาม คือ ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ

ผ่านสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือ และอันดับสุดท้าย คือ ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ มีความครบถ้วนในการตัดสินใจลงทุน

ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่ควรคำนึงถึงแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ โดยการเลือกนำเสนอจากแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง สามารถตรวจสอบที่มาของข่าวสารได้ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Katz, Blumber, and Gurevitch (1973) และแนวคิดของ เกลิมขวิญ คุรุบุญยงค์ (2557) อธิบายว่า หลักการพื้นฐานที่สำคัญของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์อย่างพอเพียง จะช่วยให้ผู้ลงทุนทราบถึงสถานการณ์ต่างๆ ก่อนตัดสินใจลงทุน เพื่อให้ผู้ลงทุนพึงพอใจที่ได้มีพื้นฐานความรู้จากการติดตามข่าวผ่านสื่อออนไลน์ สามารถใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้อย่างมีเหตุผล เหมาะสมกับสถานการณ์ และศักยภาพในการหาข้อมูลของผู้ลงทุน

จากการศึกษาผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากร จำแนกตามเพศ อาชีพ ต่างกันส่งผลต่อ ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ไม่แตกต่างกัน ในส่วนของลักษณะทางประชากร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน แตกต่างกันซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามอายุ ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Myer (1999 อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม, 2544) อธิบายว่า อายุเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกันอันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า เป็นเหตุผลที่ตรงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อค้นพบนี้ พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 31 – 35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวมมากกว่า และมีความแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีอายุ 26 – 30 ปี

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามระดับการศึกษา ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2540) อธิบายว่าระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งซึ่งแตกต่างกันออกไป ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า เป็นเหตุผลที่ตรงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อค้นพบนี้ พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร โดยรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผู้ลงทุนประเภท

บุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสาร ข่าวสารมากกว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ลักษณะทางประชากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ (2542) อธิบายว่า รายได้เป็นตัวแปรนำใช้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ดี เช่น ผู้ที่มีรายได้สูงสามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ในการเข้าถึงสื่อในความถี่ที่บ่อยครั้งกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Mcnelly et al. (1968) อธิบายว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักถูกผลักดันให้ต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารให้ทันกับเหตุการณ์อยู่เสมอ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่าเป็นเหตุผลที่ตรงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อค้นพบนี้ พบว่า ผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ลงทุนประเภทบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวมแตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท และผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการสื่อสารในภาพรวม แตกต่างจากผู้ลงทุนประเภทบุคคล ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท

5.2.4 สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ

การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน และช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย หลายเล่ม ได้แก่ งานวิจัยของ ภัทธิดา เจริญศาสตร์ (2553) ศึกษาประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารในการประชาสัมพันธ์กองทุน มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกองทุน และสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน งานวิจัยของ วิมลพรรณ อากาศ และคณะ (2554) ศึกษาพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก

(Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า ความคาดหวังการใช้ และ ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้เฟซบุ๊กทุกวัน ส่งผลต่อความคาดหวัง การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของ สุบัญญัติ ปลั่งกมล (2552) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด พฤติกรรมการออม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของประชาชน โดยทักษะคิดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของประชาชน โดยการใช้สื่อที่แตกต่างกันแต่ละประเภท ส่งผลให้พฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเห็นของ สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2557) ยังเห็นว่า ข้อมูลข่าวสารออนไลน์ถือเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ซึ่งผู้ลงทุนสามารถรับข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนผ่านเว็บไซต์ สื่อและสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีศักยภาพการลงทุน ทั้งนี้ การรับข้อมูลข่าวสาร เช่น ข่าวสารการวางแผนการเงินนั้น จะมุ่งเน้นความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับสาร โดยจะให้ข้อมูลการวางแผนการเงินให้ตรงกับกลุ่มที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง จึงเห็นว่า การรับข้อมูลข่าวสารของผู้ลงทุนส่วนบุคคล จะเลือกสื่อที่มีข้อมูลตรงกับความต้องการของตนเอง โดยจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลที่หลากหลายตามความสะดวก เพื่อใช้พิจารณาวิเคราะห์ ตัดสินใจ ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต มีข่าวสารที่สดใหม่ของข่าวแต่ละวัน หรือมีข้อมูลเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา ดังนั้นจึงเห็นว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการลงทุนทางอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อออนไลน์ซึ่งผู้ลงทุนส่วนบุคคลใช้เป็นแนวทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ง่าย สะดวกในการเลือกอ่านข่าวอื่นๆ รวมทั้งข่าวสารมีความชัดเจน จึงมุ่งเน้นการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย ชัดเจน ตรงประเด็น เพื่อเพิ่มสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ตรงตามความสนใจในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับฐานทางการเงินของลูกค้านโยบายการลงทุน หรือการเลือกตราสารในตลาดเงิน เพื่อจัดทำนโยบายการลงทุน ทั้งนี้ข้อมูลทั้งหมดผู้ลงทุนส่วนบุคคลสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดสัดส่วนในการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.2.5 สมมติฐานที่ 5 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินในยุคสารสนเทศการ

การแสวงหาข่าวสารในยุคสารสนเทศ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน และช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการลงทุนทางการเงิน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wixom and Todd (2005) ศึกษาเรื่องการพัฒนาโมเดลรวมกันในความเชื่อที่พิเศษ และทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างระบบโดยการใช้ TAM และความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่าคุณภาพของข้อมูลส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของข้อมูล ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า เป็นเหตุผลที่ตรงกับแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อค้นพบนี้ พบว่า การแสวงหาข่าวสารในสื่อออนไลน์ยิ่งมากเท่าใด ยิ่งจะทำให้ผู้ลงทุนประเภทบุคคลมีความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินสูงตามไปด้วย ซึ่งข้อค้นพบนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (1979) อธิบายถึง ความต้องการใช้สื่อเพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ รู้ข่าวคราวที่มีความทันสมัย แนวคิดของ Krikelas (1983) การแสวงหาข่าวสาร เพื่อต้องการความรู้ จึงแสวงหาความรู้เพื่อใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ในประเด็น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Atkin (1978) อธิบายว่าการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการรู้ในเหตุการณ์ ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง

จากข้อค้นพบดังกล่าวสามารถพัฒนาแนวทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ลงทุนประเภทบุคคล ได้ใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในอุตสาหกรรมเทศการสื่อสาร ได้มากที่สุด โดยประยุกต์ใช้ตามงานวิจัยของ Nielsen Mckinsey Company (2011) และแนวคิดของ เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์ (2557) โดยการมุ่งเน้นเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของการลงทุนในบริษัทตลาดหลักทรัพย์แต่ละแห่ง โดยมุ่งเน้นเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้ลงทุน มีพื้นฐานความรู้ที่จำเป็นในการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้อย่างมีเหตุผล เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และศักยภาพของตนเอง เพื่อให้ผู้ลงทุนลดภาระความเสี่ยงจากการที่จะไม่ได้รับผลตอบแทนครบตามจำนวนที่คาดหวังจากการลงทุนนั้นด้วย สิ่งนี้นักลงทุนนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจลงทุน จึงไม่ได้มีเฉพาะผลตอบแทนที่พึงได้รับหรือคาดหวัง หากยังต้องคำนึงถึงสถานะความเสี่ยงที่อยู่หรืออาจเกิดขึ้นได้ในการลงทุนนั้นด้วย ทั้งนี้ อาจเพิ่มช่องทางการเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ผู้ลงทุนประเภทบุคคล สามารถใช้ประโยชน์ของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถติดต่อกันได้รวดเร็วทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ตามประเด็นต่างๆ ดังนี้

5.3.1 การเผยแพร่ข้อมูลในสื่อใหม่ ควรมุ่งเน้นข่าวสารที่เป็นความรู้เพื่อสร้างความสนใจในการแสวงหาข่าวสารให้กับผู้ลงทุนได้นำมาประเมินเปรียบเทียบผลตอบแทนที่จะได้รับจากการรับรู้อخبارนั้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจ

5.3.2 ควรศึกษาความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารการลงทุนที่ผู้ลงทุนประเภทบุคคลมีความต้องการหรือสนใจ และมีข้อมูลหลายด้าน Link เชื่อมโยงกันเพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถประเมินกลิ่นกรองข้อมูลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อง่ายต่อการตัดสินใจลงทุน ก่อนการลงข้อมูลในเว็บบอร์ดด้านการลงทุน

5.3.3 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการลงทุนทางอินเทอร์เน็ต ควรมุ่งเน้นการเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลาย ชัดเจน ตรงประเด็น เพื่อเพิ่มสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ตรงตามความสนใจในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับฐานทางการเงินของลูกค้า นโยบายการลงทุน หรือการเลือกตราสารในตลาดเงิน เพื่อจัดทำนโยบายการลงทุน ทั้งนี้ข้อมูลทั้งหมดผู้ลงทุนส่วนบุคคลสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดสัดส่วนในการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3.4 ควรจัดทำเป็นการถามตอบหรือการคำแนะนำ ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้บริการกับนักลงทุนได้ทันทีตามช่วงเวลาถามตอบที่กำหนดที่เหมาะสม เช่น การกำหนดช่วงเวลาถามตอบส่งข้อมูลในช่วงที่ผู้ลงทุนใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 10.01 – 14.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ลงทุนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต

5.3.5 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่ควรคำนึงถึงแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ โดยการเลือกนำเสนอจากแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง สามารถตรวจสอบที่มาของข่าวสารได้ เพื่อช่วยให้ผู้ลงทุนทราบถึงสถานการณ์ต่างๆ ก่อนตัดสินใจลงทุน เพื่อให้ผู้ลงทุนพึงพอใจที่ได้มีพื้นฐานความรู้จากการติดตามข่าวผ่านสื่อออนไลน์ สามารถใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้อย่างมีเหตุผล เหมาะสมกับสถานการณ์ และศักยภาพในการหาข้อมูลของผู้ลงทุน

5.3.6 ควรมุ่งเน้นเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มเติมความรู้ที่จำเป็นในการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้อย่างมีเหตุผล เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และศักยภาพของตนเอง เพื่อให้ผู้ลงทุนลดภาระความเสี่ยงจากการที่จะไม่ได้รับผลตอบแทนครบตามจำนวนที่คาดหวังจากการลงทุนนั้นด้วย สิ่งนี้นักลงทุนนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจลงทุน

5.3.7 ควรพัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มุ่งเน้นเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้มีรายได้ปานกลาง-สูง ที่มีลักษณะการเลือกข้อมูลตามหลักเหตุและผล การกำหนดช่วงเวลาถามตอบในช่วงที่ผู้ลงทุนใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 10.01 – 14.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ลงทุนส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มอำนาจในการตัดสินใจลงทุนของผู้ลงทุนประเภทบุคคลได้เร็วขึ้น มีความคล่องตัวกว่า ยืดหยุ่นสูง

5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรศึกษาพัฒนางานวิจัยในการพัฒนาข้อมูลข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของผู้ลงทุนประเภทบุคคล เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเมนูข้อมูลข่าวสารให้ครบถ้วน โดยเสนอให้ศึกษาความคาดหวังข้อมูลข่าวสารการลงทุน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน ของนักลงทุนประเภทบุคคล

5.4.2 ควรเลือกศึกษาวิจัย เรื่อง “ความต้องการ ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนทางการเงินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนประเภทบุคคล” โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เลือกวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ พร้อมกัน (Concurrent Procedures) โดยจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนทางการเงินของ และทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักลงทุนประเภทบุคคล

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จารุวรรณ กิตตินราภรณ์. (2550). *พฤติกรรมกรเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต “เวิลด์ ไวด์ เว็บ” (World Wide Web: WWW) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- เจนิสตาร์ รัศมีศิริ โสภณ. (2553). *ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- เฉลิมขวัญ คุรุชบุญยงค์. (2557). *หลักการลงทุน*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐภัทดา ลิมานนท์ดำรง. (2553). *พฤติกรรมกรเปิดรับและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, อุดรธานี.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *คู่มือหลักสูตรเพื่อการวางแผนการเงินและการลงทุน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมความรู้ตลาดทุน.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). *ห้องเรียนนักลงทุน : มือใหม่ลงทุนอย่างมั่นใจ*. สืบค้นจาก <http://www.set.or.th/education/th/begin/begin.html>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2557). *บริการข้อมูลหลักทรัพย์*. สืบค้นจาก http://www.set.or.th/th/products/info/details_p1.html
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2557). *ตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์* (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2552). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน*. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

- ทิมสถิติคุณการชำระเงินฝายสถิติและข้อสนเทศ. (2550). *คำอธิบายข้อมูล*. สืบค้นจาก http://www2.bot.or.th/statistics/MetaData/EC_XT_050_TH.PDF
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). *ผลสำรวจทักษะทางการเงินของไทย ปี 2556*. กรุงเทพฯ: ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน. (2557). *การลงทุน : กองทุนรวม*. สืบค้นจาก <http://www.1213.or.th/th/others/investments/Pages/mutualfund.aspx>
- ธิดาพร ชนะชัย. (2550). *New media new challenges: Marketing communication through new media*. สืบค้นจาก <http://www.commart.hcu.ac.th/images>
- บวร ปภัสราธร. (2552). *เส้นทางนักลงทุน: หลักการลงทุน*. สืบค้นจาก http://investments-today.blogspot.com/2008/10/blog-post_5076.html
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักและทฤษฎีทางสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปวีลา มุลลิสาร. (2552). *การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- พสนันท์ ปัญญาพร. (2555). *แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่*. สืบค้นจาก <http://photosanan.blogspot.com>
- พิชญ์สินี ตะพานวงศ์. (2556). *ปัจจัยเชิงสาเหตุสถานะในความเป็นจริง จุดมุ่งหมายการลงทุนและการรับรู้ความเสี่ยงของการออมด้วยการลงทุน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- เพชรชุมทรัพย์. (2549). *หลักการลงทุน (พิมพ์ครั้งที่ 12)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทริรา เจริญชาติศรี. (2553). *ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: ที.พี.พรินท์.
- รัชนิกร วงศ์จันทร์. (2553). *การบริหารการเงินส่วนบุคคล*. กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.
- วรลักษณ์ ดวงอุดม. (2550). *การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- วิมลพรรณ อภาเกศ และคณะ. (2554). *ศึกษาพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. (รายงานวิจัย). คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

- ศิวพร พูนไธสง. (2555). การติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต. สืบค้นจาก
<http://siwaporn1.blogspot.com/2012/11/blog-post.html>
- ศุภชัย ศรีสุชาติ. (2549). ตลาดหุ้นในประเทศไทย(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.(2557). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (โครงการแผนแม่บทระบบข้อมูลสารสนเทศขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น). กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น.
- สวนิต ขมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล. (2528). แบบจำลองการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์. (2549). สื่อออนไลน์ช่องทางเลือกใหม่ของการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทย.วารสารรามคำแหง, 23(1), 43-45.
- สุกัญญา รามธรรม. (2555). ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน (เพื่อการศึกษา). สืบค้นจาก
http://journalists2012.blogspot.com/2012_05_01_archive.html
- สุใจ น้ำพุด. (2545). กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชา จันท์ธรม. (2544). จิตวิทยาทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุปัญญา ปลั่งกมล. (2552). ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทำส่นคดี พฤติกรรมการออม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2535). การวิจัยสำหรับนักโฆษณา. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาส์น.
- อรนุช เชาวน์สุวรรณกิจ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของครัวเรือนไทย. (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- อัจฉรา โยมสินธุ์. (2555). การเงินการลงทุน. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Atkin, Charles K. (1978). Observation of parent-child interaction in supermarket decision-marketing. *Journal of marketing*, 42(October), 41-45.
- Chen, C., and Herson, P. (1982). *Information seeking : Assessing anticipating user needs*. New York: Neal-Schuman Publishers.

- Hallman, G. V., and Rosenbloom, J. S. (2000). *Personal financial planning*. Lakewood, WA: McGraw-Hill.
- Johnson, T. J., and Kaye, B. K. (2004). Wag the blog: How reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3), 622-642.
- Jones, B. A. (2004). Information technology enabled public sector customer service satisfaction. *Includes Bibliographical References Photocopy*, 65(1), 287.
- Katz, E., Blumber, J. G., and Gurevitch, M. (1973). *Utilization of mass communication by the individual*. Beverly Hills: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage.
- Krikelas, J. (1983). Information seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19(2), 5-20.
- Lim, H., and Dubinsky, A. J. (2005). The theory of planned behavior in e-commerce: Making a case for interdependencies between salient beliefs. *Psychology & Marketing*, 22(10), 833-855.
- McCombs, M. E., and Becker, L. B. (1979). *Using mass communication theory*. New York: Prentice Hall.
- McQuail, D., Blumler, J. G., and Brown, J. R. (1972). The television audience: A revised perspective. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communication*. Harmondsworth: Penguin.
- Nielsen McKinsey Company. (2011). *What is Social Media Use For?*. New York: Nielsen McKinsey Company.
- Pajarillo, E. (2001). The use and evaluation of search databases by professional nurses: A case study. *The Electronic Library*, 19, 296-306.
- Schramm, W. (1973). *Channels and audience in handbook of communication*. Chicago: Rand McNelly College Publishing.

- Wenner, Lawrence A. (1985). The Nature of New Gratification. In Karl Erik Rosenger, Lawrence A. Wenner, and Phillip Palmgreen (eds.), *Media gratifications research: Current perspectives*. Beverly Hills: Sage.
- Wixom, B. H., and Todd, P. A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85-102.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistic: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามคือ นักลงทุนประเภทบุคคล ผู้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์แบบสอบถามฉบับนี้มี 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 บัญชีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ตอนที่ 2 บัญชีเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ตอนที่ 3 บัญชีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ตอนที่ 4 บัญชีเกี่ยวกับความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

ตอนที่ 1 ข้อมูลบัญชีลักษณะทางประชากร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 21- 25 ปี 2. 26-30ปี
 3. 31-35 ปี 4. 36-40 ปี
 5. 41-55 ปี 6. 56-60 ปี
 7. 61ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
3. ปริญญาโท 4. สูงกว่าปริญญาโท

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. 15,001 – 30,000 บาท
3. 30,001 – 45,000 บาท 4. 45,001 – 60,000 บาท
5. 60,001 – 75,000 บาท 6. 75,000 บาทขึ้นไป

5. อาชีพหลัก

1. พนักงานบริษัทเอกชน 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. ธุรกิจส่วนตัว 4. รับจ้าง
5. นักลงทุน 6. เกษียณอายุ
7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

2.1 ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารบ่อยครั้งเพียงใด

- ต่ำกว่า 1 วัน/สัปดาห์
- 1-2 วัน/สัปดาห์
- 3-4 วัน/สัปดาห์
- 5-6 วัน/สัปดาห์
- ทุกวัน/สัปดาห์

2.2 ความถี่ในการการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อวัน

- 1 ครั้งต่อวัน
- 2-3 ครั้งต่อวัน
- 4-5 ครั้งต่อวัน
- 6-7 ครั้งต่อวัน
- มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน

2.3 ช่วงเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารบ่อยที่สุดคือช่วงเวลาใด

- 06.01-11.00น.
 11.01-14.00น.
 14.01-18.00น.
 18.01-22.00น.
 22.01-02.00น.
 02.01-06.00น.

ตอนที่ 2(ต่อ) ปัจจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ ของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย✓ลงในช่องคำตอบที่ตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

2.การแสวงหาข่าวสาร ด้านการลงทุนทางการเงิน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	1	2	3	4	5
2.4ท่านแสวงหาข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์ต่อไปนี้ในระดับใด					
- เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์ (www.set.or.th)					
- เว็บไซต์ในเครือตลาดหลักทรัพย์ (เช่น www.settrade.com,www.setsmart.com)					
- เว็บไซต์ของธนาคาร(เช่น www.kasikornbank.com,www.ktb.com)					
- เว็บไซต์ของบริษัทหลักทรัพย์ (เช่น www.bualuang.co.th , www.maybank-ke.co.th)					
- เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลการลงทุนในหลักทรัพย์ (เช่น www.Stock2morrow, www.trade2win.com)					

- เว็บไซต์ด้านการลงทุน(เช่น www.pantip.com /สิน ชร)					
- เฟสบุ๊กแฟนเพจของตลาดหลักทรัพย์(SET ตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) (https://www.facebook.com/set.or.th)					
- เฟสบุ๊กแฟนเพจของธนาคารและบริการทางการเงิน เช่น เฟสบุ๊กแฟนเพจธนาคารกสิกรไทย (https://www.facebook.com/KBankLive)					
- เฟสบุ๊กบุคคลสาธารณะ ผู้เชี่ยวชาญการลงทุนทาง การเงิน เช่น ดร.นิเวศน์ เหมวชิราวรากร https://www.facebook.com//dr.niwetfanpage					
- เฟสบุ๊กที่เกี่ยวข้องการวางแผนการเงิน เช่น Aomoneyออมมันนี่, Maibatข้อคิดทางการเงิน					
- เฟสบุ๊กของโบรกเกอร์ ที่แนะนำการลงทุนใน หลักทรัพย์ เช่น หุ่นปั้น (https://www.facebook.com/Hoonpunn)					
- ยูทูป(youtube) เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารการลงทุน ทางการเงิน					
- ช่อง Channel ใน ยูทูป(youtube) ของตลาด หลักทรัพย์และบริษัทในเครือ (https://www.youtube.com/user/setthailand)					
- ช่อง Channel ในยูทูป(youtube) ของบริษัท หลักทรัพย์และสถาบันการเงิน เช่น Bualuangichannel					
- ช่อง Channel ใน ยูทูป(youtube) ข่าวสารการลงทุน ทางการเงิน เช่น moneychannel ,efinancethai					
- อื่นๆ(โปรดระบุ).....					
2.5 ประเภทของข่าวสารทางการลงทุนทางการเงินที่ท่านเลือกแสวงหาข่าวสารเป็นประเภทใด					

- ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน					
- ผลประกอบการ งบการเงินของบริษัท					
- ข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน					
- สิทธิประโยชน์ทางการลงทุนทางการเงิน					
- รายงานการซื้อขายหุ้น					
- ข่าวเศรษฐกิจข้อมูลประมาณการทางเศรษฐกิจ ข่าวเงิน เพื่อ ข่าวรายงานความเชื่อมั่นผู้บริโภค					
- อัตราดอกเบี้ยอัตราแลกเปลี่ยนผลตอบแทน					
- ข่าว/บทวิเคราะห์ของโบรกเกอร์ หรือผู้เชี่ยวชาญทาง การเงิน					
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
2.6 ท่านมีวัตถุประสงค์เปิดรับข่าวสารด้านการการลงทุนทางการเงินต่อไปนี้อย่างไร					
- ข่าวสารการวางแผนการเงินที่เผยแพร่ผ่านออนไลน์มี รายละเอียดสอดคล้องตรงกับความต้องการ					
- ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์เป็นทางเลือกในการค้นหา ข้อมูลข่าวสารที่สะดวกมากช่องทางหนึ่ง					
- ข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่มี ความสดใหม่ทันเหตุการณ์					
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ตอนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคล
ในยุคสารสนเทศการสื่อสาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย✓ลงในช่องคำตอบที่ตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพียงข้อเดียว

การใช้ประโยชน์ข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อออนไลน์	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	1	2	3	4	5
1) ท่านสามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผนการลงทุน					
2) ท่านสามารถค้นหาข้อมูลและสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้สะดวก					
3) ท่านสามารถมีความรู้เพิ่มขึ้นจากข้อมูลข่าวสารที่ได้จากข้อมูลด้านการลงทุนทางการเงิน					
4) ท่านสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารบทความ การวิเคราะห์ เพื่อทราบความเคลื่อนไหวด้านการลงทุนได้รวดเร็ว สะดวก					
5) ท่านสามารถนำข้อมูลประมาณการผลตอบแทนจากการลงทุน					
6) ท่านสามารถลดความวิตกกังวลในการตัดสินใจลงทุนจากข่าวสารที่ได้รับ					
7) ท่านสามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน					
8) ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับ ลดความเสี่ยงจากการตัดสินใจลงทุน					
9) ท่านสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ลงทุนด้วยกัน					
10) ท่านสามารถนำข้อมูลข่าวสารไปเป็นแหล่งอ้างอิง					

11)ท่านใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการติดต่อกับสถาบันการเงิน					
12)การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ทำให้ท่านสามารถถาม – ตอบ เกี่ยวกับข่าวสาร การลงทุนได้ทันที					
13)สื่อออนไลน์เป็นช่องทางให้ท่านเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร					
14)สื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่ทำให้ท่านมีส่วนร่วมในการพิจารณาตัดสินใจเลือกลงทุน					
15)ท่านสามารถ นำความรู้จากสื่อออนไลน์ เสริมการตัดสินใจ สร้างความเชื่อมั่นในการลงทุน					
16)ท่านมีฐานข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ใช้สำหรับการพิจารณาลงทุนได้มากเพียงพอ					
17) ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ทำให้ท่านสามารถคาดหวังผลตอบแทนการ หรือลดความเสี่ยงจากลงทุนได้อย่างสมเหตุสมผลมากยิ่งขึ้น					
18) ข่าว/บทวิเคราะห์ จากผู้แนะนำการลงทุนการลงทุน สร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนทางการเงินของท่าน					
19) อื่นๆ(โปรดระบุ).....					

**ตอนที่ 4 ความพึงพอใจด้านข่าวสารการลงทุนทางการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุค
สารสนเทศการสื่อสาร**
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพียงข้อเดียว

4.ความพึงพอใจข่าวสารการลงทุนทางการเงินจากสื่อ ออนไลน์	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
1) ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์					
2) ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความหลากหลายน่าสนใจ					
3) ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความ น่าเชื่อถือ					
4) ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์มีความ ครบถ้วนในการตัดสินใจลงทุน					
5) ข้อมูลข่าวสารตรงกับความต้องการ					
6) ข้อมูลข่าวสารการมีความรวดเร็ว สามารถเข้าถึง ข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว					

ขอขอบพระคุณที่ท่านเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล

นางสาวธนพร กุมภีรักษ์

ประวัติการศึกษา

บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการตลาด)

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีสำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2549

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2555-ปัจจุบัน

เจ้าของกิจการร้านอาหารสองดวงโกชนา

จังหวัดชลบุรี

พ.ศ. 2552-2555

เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ

ธนาคารหลวงไทย จำกัด (มหาชน)