

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นสถาบันหนึ่งในตลาดรองที่ถูกจัดตั้งขึ้นมา เพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมการระดมเงินออม และจัดสรรเงินทุนในตลาดทุน อันเป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างการพัฒนาาระบบเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว การลงทุนซื้อ/ขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ ถือว่าเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งที่มีความเสี่ยง หรือความไม่แน่นอนในอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน นอกจากนั้นตลาดหลักทรัพย์ มักได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในประเทศ เช่น จากปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สภาพคล่องทางเศรษฐกิจ ระดับอัตราดอกเบี้ยภายในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หรือจากปัจจัยทางการเมือง ได้แก่ ปัญหาเสถียรภาพของรัฐบาล มาตรการ หรือนโยบายทางการเงิน การคลัง รวมถึงผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น และปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ ภาวะตลาดหลักทรัพย์ในต่างประเทศ ราคาน้ำมัน ราคาทองคำ บทบาทของนักลงทุนต่างชาติ ซึ่งเป็นนักลงทุนด้วยปริมาณเงินลงทุนจำนวนมาก ภัยธรรมชาติ หรือ สถานะการณ์ความตึงเครียดจากข้อขัดแย้งในพื้นที่บางภูมิภาคของโลก ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางของตลาดหลักทรัพย์ ด้วยกันทั้งสิ้น

ภาพรวมตลาดหลักทรัพย์ เป็นแหล่งระดมทุนที่สำคัญให้กับบริษัท หรือกลุ่มธุรกิจที่กำลังพัฒนา โดยผู้ที่เข้ามาทำการซื้อ/ขายหลักทรัพย์ เรียกว่า นักลงทุน (Investors) ตามคำนิยามของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2549 : ระบบออนไลน์) นักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ นักลงทุนสถาบัน นักลงทุนประเภทบุคคล และนักลงทุนต่างชาติ

โดยทั่วไปแล้ว นักลงทุนจะเลือกลงทุนซื้อ/ขายหลักทรัพย์ที่คิดว่ามีความเสี่ยงต่ำ และให้ผลตอบแทนการลงทุนในอัตราที่สูงกว่าการนำเงินฝากในธนาคาร โดยก่อนที่จะมีการเลือกลงทุนในตัวหลักทรัพย์ นักลงทุนจะทำการเลือก และคัดสรรตัวหลักทรัพย์ที่คาดว่าจะสามารถให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า โดยอาศัยข้อมูลสารสนเทศผ่านทางสื่อในหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ระบบฐานข้อมูลออนไลน์ การสอบถามจากเจ้าหน้าที่การตลาด หรือเจ้าหน้าที่วิเคราะห์หลักทรัพย์ของบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ เป็นต้น เมื่อได้รับ

ข้อมูลสารสนเทศมากเพียงพอต่อความต้องการ นักลงทุนจะนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ และ
สังเคราะห์ เพื่อนำผลที่ได้มาประกอบการตัดสินใจเลือกลงทุนในตัวหลักทรัพย์นั้น

จากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัย ที่เคยทำงานคลุกคลีอยู่ในวงการธุรกิจตลาดหลักทรัพย์
มาเป็นระยะเวลาประมาณ 5 ปี ในฐานะนักลงทุนรายย่อย และอีก 1 ปีในฐานะผู้ช่วยเจ้าหน้าที่
การตลาด (Trader) พบว่ามีความพยายามจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่จะทำการควบคุม และจัดการ
สื่อทุกรูปแบบก่อนที่ข้อมูลสารสนเทศจะมาถึงผู้รับสาร ซึ่งก็คือนักลงทุน โดยมีทั้งการกำหนดให้
สารสนเทศถูกนำเสนอถึงผู้รับสาร หรือนักลงทุน โดยผ่านสื่อเพียงบางช่องทาง การจำกัดจำนวน
ของผู้ที่ได้รับรู้สารให้อยู่เพียงในวงจำกัด การชะลอการส่งสารออกไป เพื่อให้เหมาะสมกับเวลา
สถานที่ การสร้างข่าวลือ (Rumor) และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างข่าว เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อ
(Propaganda) ซึ่งวิธีการดังกล่าวได้สร้างความเสียหายให้กับนักลงทุน ระบบของตลาดทุน และ
ระบบของเศรษฐกิจไทยเป็นอันมาก

ถึงแม้หน่วยงานของทั้งทางภาครัฐ และภาคเอกชนจะพยายามหาวิธีในการป้องกัน
เหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้มิให้เกิดขึ้น ทั้งการกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติ หรือข้อกำหนดของตลาด
หลักทรัพย์ที่เกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศ ข้อบังคับ และแนวทางปฏิบัติด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศ จรรยาบรรณตลาดหลักทรัพย์ฯ จรรยาบรรณพนักงานผู้ซึ่งทำหน้าที่ปฏิบัติงานใน
ตลาดหลักทรัพย์ฯ หลักการบริหารงานองค์กรแบบบรรษัทภิบาล และมีการกำหนดบทลงโทษตาม
พระราชบัญญัติหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ แต่เหตุการณ์เหล่านี้ก็ยังคงเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีก
โดยไม่สามารถนำตัวการสำคัญที่กระทำความผิดมาลงโทษได้ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำได้เพียง
นำเสนอคำเตือนให้กับนักลงทุนว่า “การลงทุนในหุ้นมีความเสี่ยง” เป็นคำขวัญคอยปลอบโยน
นักลงทุน เมื่อเกิดความสูญเสียจากการลงทุน

จากที่มาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาโดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชิง
โครงสร้าง เพื่อให้เข้าใจการจัดการสื่อในเชิงระบบ โดยสำรวจโครงสร้างการจัดการสื่อในรูปแบบ
ที่เป็นทางการ แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเชื่อจากหลักฐานที่พบเห็น และมีประสบการณ์ร่วมกับคนอื่น ๆ
ว่านอกเหนือจากโครงสร้างการจัดการสื่อที่เป็นทางการแล้ว ยังมีการจัดการสื่ออย่างไม่เป็นทางการ
ด้วย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุม กำกับขึ้นาราคาของตัวหลักทรัพย์ และดัชนีของตลาด
หลักทรัพย์ฯ ให้ไปในทิศทางที่กลุ่มอำนาจ และกลุ่มพลังทุนบางกลุ่มต้องการ ด้วยสมมติฐาน
ดังกล่าวได้น้อมนำให้ผู้วิจัยเข้าไปสำรวจถึงโครงสร้างการจัดการสื่อที่ไม่เป็นทางการในตลาด
หลักทรัพย์ฯ และพยายามค้นหาโครงสร้างการจัดการสื่อที่ไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถนำ
ผลการศึกษา และแผนภาพ โครงสร้างการจัดการสื่อในตลาดหลักทรัพย์ฯ (Diagram) ช่วยนักลงทุน

วางแผนในทางปฏิบัติต่อการเลือกบริโภคสื่อ รวมถึงการใช้ข้อมูลสารสนเทศที่มากับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อค้นหาโครงสร้างการจัดการสื่อที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.2.2 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ช่วยให้นักลงทุนเข้าใจโครงสร้างการจัดการสื่อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.2.3 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาช่วยนักลงทุนในการคัดเลือกข้อมูลสารสนเทศ เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกลงทุนในตัวหลักทรัพย์

1.3 สมมติฐานก่อนการศึกษา

การศึกษานี้ ผู้วิจัยต้องการค้นให้พบต้นแบบโครงสร้างการจัดการสื่อที่แท้จริงในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสันนิษฐานว่า น่าจะมีโครงสร้างการจัดการสื่อที่ไม่เป็นทางการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซ่อนทับกันอยู่

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ศึกษารูปแบบของโครงสร้างการจัดการสื่อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแบบที่เป็นทางการ เพื่อนำสู่การค้นพบโครงสร้างการจัดการสื่อฯ แบบไม่เป็นทางการ

1.4.2 ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาวิจัย คือ ห้องค้าหลักทรัพย์ของบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (Broker) ที่มีสำนักงานสาขที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้โครงสร้างที่จะทำการศึกษา นั้น จะเน้นเฉพาะในส่วนของตลาดตราสารทุน ไม่รวมถึงตลาดตราสารประเภทอื่น ๆ ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยคาดว่าผลที่ได้จากการศึกษา สามารถทำให้ผู้วิจัย และผู้สนใจ

1.5.1 มีความเข้าใจระบบโครงสร้างการจัดการสื่อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งแบบที่เป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ

1.5.2 มีความเข้าใจในการจัดการสื่อในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

1.5.3 นำผลการศึกษาที่ได้ช่วยในการคัดเลือกข้อมูลสารสนเทศ เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกลงทุนในตัวหลักทรัพย์ ได้อย่างแม่นยำมากขึ้น

1.5.4 ใช้เป็นกรอบเพื่อทำความเข้าใจโครงสร้างเบื้องต้นการจัดการสื่อขององค์กรต่าง ๆ ในอนาคต

หมายเหตุ การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาในเชิงโครงสร้างภาคเอกสาร โดยสื่อที่จะถูกผลิตออกมาคือเอกสาร และแผนภาพ (Diagram) ประกอบการบรรยาย

1.6 นิยามศัพท์

บริษัทฯ (Broker) คือ บริษัทตัวแทน หรือบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ ที่มีหน้าที่ทำการซื้อ/ขาย ให้คำปรึกษา และ ให้ข้อมูลข่าวสาร แก่นักลงทุน ที่มีสำนักงานสาขาตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นักลงทุน (Investors) คือ นักลงทุนประเภทบุคคล ที่ทำธุรกรรมซื้อ/ขายหลักทรัพย์อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ฯ ผ่านบริษัทฯ ที่มีสำนักงานสาขาตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ไม่รวมถึงผู้ซื้อ/ขายหลักทรัพย์ในกลุ่มนักลงทุนสถาบัน และนักลงทุนต่างชาติ เพราะกลุ่มนักลงทุน 2 กลุ่มนี้มีได้มีการดำเนินการซื้อ/ขายหลักทรัพย์ภายในห้องค้าหลักทรัพย์ แต่อยู่ในรูปแบบการลงทุนผ่านกลุ่มที่ปรึกษาทางการลงทุน หรือผ่านตัวแทน (Nominee) และจะต้องดำเนินการภายใต้กฎเกณฑ์และเงื่อนไขจำกัดที่มีได้เป็นอิสระตามรูปแบบการตัดสินใจของนักลงทุนประเภทบุคคล

ตลาดหลักทรัพย์ฯ (SET) คือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เจ้าหน้าที่การตลาด (Certified Marketing Representative) คือ พนักงานของบริษัทฯ ที่มีหน้าที่ทำการซื้อ/ขาย ให้คำปรึกษา และ ให้ข้อมูลข่าวสาร แก่นักลงทุน โดยมีใบอนุญาตจากทางตลาดหลักทรัพย์ฯ

เจ้าหน้าที่รับอนุญาต (Trader) คือ พนักงานของบริษัทฯ ที่มีหน้าที่ทำการส่งคำสั่งซื้อ/ขาย จากนักลงทุนสู่ตลาด แต่ไม่สามารถให้คำปรึกษา หรือข้อมูลข่าวสารจากการคาดการณ์ของตนเอง แก่นักลงทุนได้ ต้องอ้างอิงนักวิเคราะห์ หรือเจ้าหน้าที่การตลาดเป็นหลัก

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์หลักทรัพย์ (Certified Analysis Representative) คือ พนักงานของบริษัทฯ ที่มีหน้าที่ทำการ ให้คำปรึกษา และให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุน โดยอาศัยข้อมูลจากการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์เป็นหลัก โดยต้องมีใบอนุญาตจากทางตลาดหลักทรัพย์ฯ และห้ามให้คำแนะนำไปในทางขึ้นๆ หรือเป็นการทำราคาหลักทรัพย์ และไม่มีหน้าที่ทำการซื้อ/ขายหลักทรัพย์ให้กับนักลงทุน

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร (Executive Officers) คือ พนักงานของบริษัทฯ ที่ทำหน้าที่หลักในด้านการบริหาร จัดการ และควบคุมการดำเนินงานของบริษัทฯ

บุคคลภายใน (Insider) คือ บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับข้อมูลสารสนเทศเป็นกลุ่มแรก โดยส่วนใหญ่หมายถึง ผู้ถือหุ้นของบริษัท (List Companies' Shareholders)

ผู้ตัดสินใจในการให้ข่าว (Gate Keeper) คือ บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ที่ทำหน้าที่ควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศผ่านทางสื่อต่าง ๆ

การปั่นหุ้น หรือการอำพรางการซื้อ/ขาย หลักทรัพย์ (Manipulation) คือ การทำราคาหลักทรัพย์ให้สูงกว่ามูลค่าตามความเป็นจริงผ่านช่องทางการใช้สื่อต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นความผิดตามกฎหมาย

แมลงเม่า (Panic Investors) คือ ศัพท์แสลงที่ใช้เรียกนักลงทุนรายย่อยซึ่งรับข้อมูลสารสนเทศผ่านสื่อต่าง ๆ แต่ขาดการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข่าวสารที่ได้รับ โดยตัดสินใจเลือกลงทุนด้วยอารมณ์มากกว่าเหตุผล ทำให้เกิดผลเสียต่อการลงทุนทั้งในระดับบุคคล คือ ขาดทุน และระบบของตลาดหุ้น คือ ทำให้ตลาดปั่นป่วน

ข่าวลือ (Rumor) คือ ข้อมูลสารสนเทศที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง ที่ถูกสร้างขึ้นโดยบุคคล หรือกลุ่มบุคคล เพื่อต้องการให้นักลงทุน และประชาชนทั่วไปหลงเชื่อ

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการในการส่งผ่าน หรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคล โดยใช้ความสามารถของตนสื่อความหมาย เพื่อให้บุคคลอื่นเข้าใจ

ระบบการสื่อสาร (Communication System) คือ กระบวนการถ่ายทอดความคิดให้ปรากฏออกมาให้รูปธรรม โดยเลือกสัญลักษณ์ต่าง ๆ มาประกอบกัน ซึ่งจะต้องผ่านองค์ประกอบที่สำคัญคือ แหล่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสื่อ

แหล่งสาร (Source) คือ ต้นกำเนิดของข้อมูลสารสนเทศ ที่ทำหน้าที่ส่งสารสนเทศ

สาร (Message) คือ สารสนเทศที่แหล่งสารต้องการส่งสารสนเทศไปยังผู้รับสาร โดยอยู่ในรูปสัญญาณ หรือสัญลักษณ์ที่สามารถแปลความหมายออกมาได้

สื่อ (Media) คือ เครื่องมือที่จะนำสารสนเทศไปยังผู้รับสาร โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะข้อมูลที่นำเสนอ คือ

สื่อที่ควบคุมสารสนเทศได้ (Controlled Media) คือ สื่อที่ผู้ส่งสารสามารถควบคุมสารสนเทศที่เกี่ยวกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่นำเสนอออกไปสู่ผู้รับสารได้ ได้แก่ ช่องทางสื่อที่อยู่ในความควบคุมของตลาดหลักทรัพย์ฯ ซึ่งรวมถึงช่องทางสื่อของบริษัทฯ

สื่อที่ควบคุมสารสนเทศไม่ได้ (Uncontrolled Media) คือ สื่อที่ผู้ส่งสารไม่สามารถควบคุมสารสนเทศที่เกี่ยวกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่นำเสนอออกไปสู่ผู้รับสารได้ ได้แก่ สื่อประเภทบุคคล และสื่อมวลชน

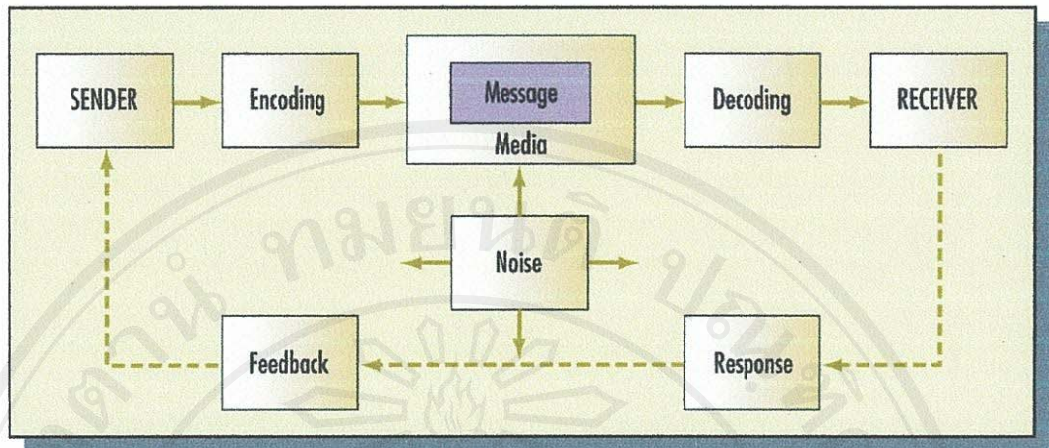
ช่องทางสื่อ (Channel) คือ ช่องทางการสื่อสารที่ตัวสารเลือกใช้สื่อเพื่อการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ ได้แก่ โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

ผู้รับสาร (Receivers) คือ ผู้ที่รับสารสนเทศผ่านช่องทางสื่อ ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง นักลงทุนประเภทบุคคล ซึ่งอาจเป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคล

ความน่าเชื่อถือของสารสนเทศ (Reliable Information) คือ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาภายในสารสนเทศนั้น จากสื่อต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนของนักลงทุนประเภทบุคคล

1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

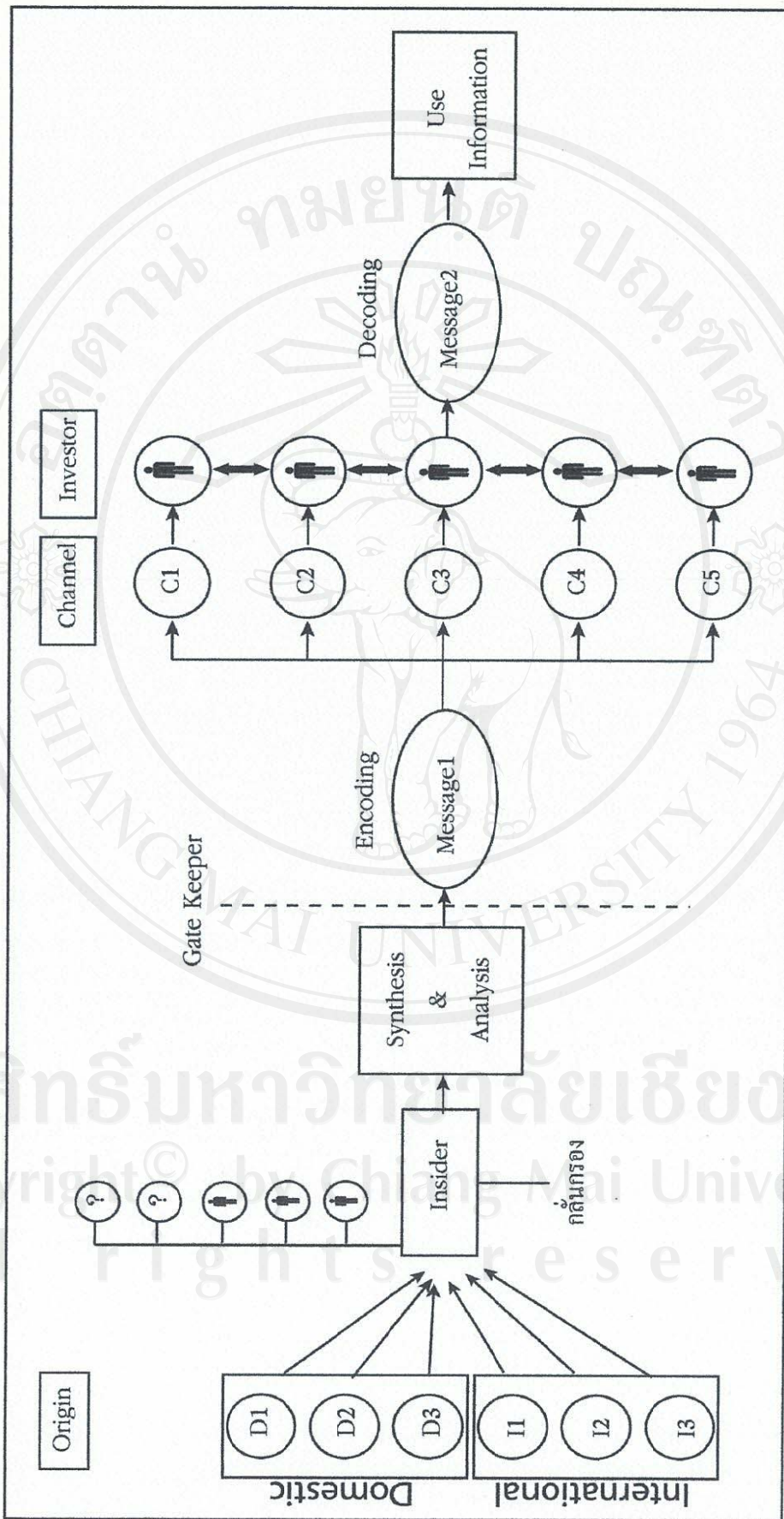
ในช่วงแรกของการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากข้อมูลภาคเอกสาร เพื่อกำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ และสมมติฐานการศึกษา จากการศึกษาผู้วิจัยได้ค้นพบทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Managing Integrated Marketing Communications - IMC) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีการบูรณาการกันระหว่างศาสตร์ คือการบริหารธุรกิจด้านการตลาด (Marketing) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ของ Philip Kotler (Philip Kotler, 2003) โดยศึกษาส่วนประกอบของกระบวนการสื่อสาร (Elements in the Communication Process) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการในการสื่อสาร โดยมีแผนภาพแสดงโครงสร้างของกระบวนการดังภาพ 1.1



ภาพ 1.1 กระบวนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

ที่มา : Philip Kotler, Marketing management (Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, 2003 p. 565)

คำอธิบายแผนภาพ องค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) จะเป็นผู้เข้ารหัส (Encoding) ตัวสาร (Message) แล้วส่งให้กับผู้รับสาร (Receiver) โดยอาศัยตัวกลางในการส่ง คือ สื่อ (Media) ผู้รับสาร จะมีการถอดรหัส (Decoding) ตัวสารก่อน แล้วจึงรับสารนั้น ผู้วิจัยได้ใช้แผนภาพแสดง โครงสร้างกระบวนการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เป็นแนวความคิดเบื้องต้นในการสร้างกรอบแนวความคิดในการศึกษา เนื่องจากแผนภาพต้นแบบถูกออกแบบมาเพื่อใช้ในกระบวนการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาแบบแผนภาพโครงสร้างการจัดการสื่อที่ซับซ้อนขึ้น ดังภาพ 1.2



ภาพ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

คำอธิบายภาพ 1.2

Original เป็นส่วนต้นทางของข้อมูลสารสนเทศ แบ่งออกตามกลุ่มต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้
Domestic คือ ข้อมูลสารสนเทศที่มาจากภายในประเทศ

D 1 คือ ปัจจัยที่มาจากผลกระทบทางการเมืองภายในประเทศ

D 2 คือ ปัจจัยที่มาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจภายในประเทศ

D 3 คือ ปัจจัยที่มาจากผลกระทบทางสังคมและเหตุการณ์อื่น ๆ ในประเทศ

International คือ ข้อมูลสารสนเทศ ที่มาจากภายนอกประเทศ

I 1 คือ ปัจจัยที่มาจากผลกระทบทางการเมืองนอกประเทศ

I 2 คือ ปัจจัยที่มาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจนอกประเทศ

I 3 คือ ปัจจัยที่มาจากผลกระทบทางสังคมและเหตุการณ์อื่น ๆ นอกประเทศ

Insider คือ ส่วนของผู้ซึ่งเป็นผู้รับสารสนเทศเป็นกลุ่มแรก ซึ่งอาจเป็นคน หรือกลุ่มคณะบุคคล โดยมีการแบ่งลำดับชั้นในการบังคับบัญชา และระดับชั้นในการรับข้อมูลข่าวสาร ผู้วิจัยเต็มเครื่องหมาย? ไว้ เพื่อแทนคนหรือกลุ่มคณะบุคคลที่มีพฤติกรรมในการบิดเบือนสารสนเทศ

Synthesis & Analysis คือ ส่วนที่ Gate Keeper และ Insider ทำการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ว่า ข้อมูลสารสนเทศใดบ้างควรเผยแพร่สู่สาธารณะ ส่วนใดควรเก็บไว้ หรือ ส่วนใดควรชะลอการเผยแพร่ไว้ระยะเวลาหนึ่งก่อนทำการเผยแพร่

Message1 คือ ข้อมูลสารสนเทศส่วนที่มีการกลั่นกรอง และใส่รหัส (Encoding) จาก Gate Keeper และ Insider เรียบร้อย เพื่อการนำเสนอผ่านทางสื่อ

Channel คือ ช่องทางการสื่อที่ Message1 เลือกสื่อในการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ (ซึ่งในความเป็นจริงอาจมีช่องทางการสื่อสารมากกว่าในกรอบความคิด)

C 1 คือ Television

C 2 คือ New Media – Internet, SMS

C 3 คือ หนังสือพิมพ์

C 4 คือ วิทยุ

C 5 คือ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก

Investors คือ นักลงทุนซึ่งได้รับข้อมูลสารสนเทศผ่านสื่อจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ซึ่งแต่ละคนอาจเลือกรับสื่อได้หลายทาง และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคล

Message2 คือ ส่วนที่นักลงทุนทำการถอดรหัส (Decoding) จากตัวข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับจากสื่อ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกลงทุน

Use Information คือ การนำเอาข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับมาใช้ประโยชน์เพื่อการลงทุน

1.8 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมจากข้อมูลภาคเอกสาร รวมทั้งศึกษาด้วยการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ทำการศึกษาจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ จากกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์กลุ่มพนักงานของบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ จำนวน 15 ราย

กลุ่มที่ 2 นักลงทุนประเภทบุคคล ที่ทำการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ผ่านบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ จำนวน 15 ราย

กลุ่มที่ 3 นักลงทุนประเภทบุคคล ที่ทำการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 15 ราย

กลุ่มที่ 4 อดีตนักลงทุนประเภทบุคคล ที่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ จำนวน 15 ราย

หมายเหตุ ในการเก็บข้อมูลภาคสนามสำหรับกลุ่มที่ 1 และ 2 ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากห้องค้าของบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ ซึ่งสำนักงานสาขามีที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 บริษัท และใช้การขออนุญาตเข้าพบ เพื่อทำการสัมภาษณ์ สำหรับกลุ่มที่ 3 และ 4

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ทำการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร (Documentary Data) แยกออกได้ ดังนี้

1. หนังสือเฉพาะทาง (Technical Books) เป็นการค้นคว้าจากตำรา และหนังสือที่ให้ความรู้เฉพาะด้าน ซึ่งมีงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เป็นการสร้างฐานองค์ความรู้ในศาสตร์ด้านต่าง ๆ ให้กับตัวผู้วิจัย

2. หนังสืออ้างอิง (Reference Books) เป็นหนังสือที่สามารถนำเอาข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับมากล่าวอ้างเพื่อยืนยันข้อเท็จจริง

3. วิทยานิพนธ์ หรือรายงานวิจัย (Thesis or Research) ที่เกี่ยวข้อง

4. เอกสารทางราชการจากทางตลาดหลักทรัพย์ฯ เช่น จรรยาบรรณ แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยสารสนเทศ และพระราชบัญญัติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

5. เครือข่ายข้อมูล (Internet) ทั้งจากเว็บไซต์ของทางตลาดหลักทรัพย์ฯ และเว็บไซต์ซึ่งมีงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น <http://www.set.or.th>, <http://www.tsi-thailand.org>
6. การสอบถามจากเจ้าหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในสายงานส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น สายงานประชาสัมพันธ์ สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น
7. การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการด้านหลักทรัพย์
8. การสอบถาม การสังเกตการณ์ และการบันทึกรวบรวมข้อมูล จากห้องค้าหลักทรัพย์ ของบริษัทนายหน้าค้าหลักทรัพย์ที่ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการเก็บข้อมูล

1.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยนำผลข้อมูลที่ได้ทั้ง 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อให้ได้โครงสร้างการจัดการสื่อในตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งแบบที่เป็นทางการ และแบบที่ไม่เป็นทางการ

1.10 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ทำการศึกษา ระหว่าง 30 พฤศจิกายน 2547 ถึง 29 พฤศจิกายน 2549

หมายเหตุ ระยะเวลาจริงที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น

ช่วงที่ 1 ระหว่าง 30 พฤศจิกายน 2547 ถึง 31 มีนาคม 2548

ช่วงที่ 2 ระหว่าง 1 สิงหาคม 2548 ถึง 30 ตุลาคม 2548

ช่วงที่ 3 ระหว่าง 1 สิงหาคม 2549 ถึง 29 พฤศจิกายน 2549

โดยในช่วงเวลาที่เว้นวรรคจากการศึกษานั้น เนื่องจากภาระกิจส่วนตัวของผู้วิจัย

1.11 แผนดำเนินการศึกษา

- 1.11.1 กำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ และสมมติฐานการศึกษา
- 1.11.2 ศึกษาองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา
- 1.11.3 ทำการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากข้อมูลภาคเอกสาร และพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ
- 1.11.4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
- 1.11.5 รวบรวมข้อมูลจากข้อมูลภาคเอกสารควบคู่ไปกับการออกเก็บข้อมูลภาคสนาม
- 1.11.6 สรุปผลการศึกษาจากข้อมูลภาคเอกสาร เพื่อนำมาประกอบในการศึกษา
- 1.11.7 สรุปผลการศึกษาจากข้อมูลภาคสนาม เพื่อนำมาประกอบในการศึกษา
- 1.11.8 วิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลการศึกษาด้วยการวิจัยเชิงพรรณนา
- 1.11.9 สรุปผลการศึกษาพร้อมข้อเสนอแนะ
- 1.11.10 นำเสนอรายงานการศึกษาลบับสมบูรณ์