

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องแบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักลงทุนเพื่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดเรื่องแบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสาร
  - 2.1.1 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
  - 2.1.2 แนวคิดเรื่องการคิดเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Thinking)
  - 2.1.3 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification)
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเรื่องแบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสาร

ข้อมูลข่าวสาร หรือ สารสนเทศ ( Information ) คือ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มีการประมวลผลแล้ว กายงนา แก้วเทพ (2541) ได้ให้ความหมายในเชิงน้ำหนัก (Weight) และ คุณค่า (value) ของคำว่า ข้อมูล , สารสนเทศ , ความรู้ และ ภูมิปัญญา ไว้ดังนี้

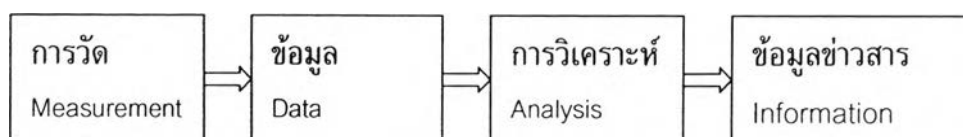
1. ข้อมูล ( Data ) เป็นคำที่ใช้กล่าวถึง บอกเล่าถึงสภาพความเป็นจริงในระดับแรกสุด หรือ บอกอย่างตรงไปตรงมา
2. สารสนเทศ ( Information ) เป็นคำที่ใช้กล่าวถึงความเป็นจริงในระดับที่ได้นำเอา ข้อมูล ( Data ) มาผ่านกระบวนการ ( Processing ) แบบใดแบบหนึ่ง หรือ มีการจัดระบบข้อมูล
3. ความรู้ ( Knowledge ) เป็นคำที่ใช้กล่าวถึงความเป็นจริงในระดับที่ต่อเนื่องมาจากระดับ สารสนเทศ โดยต้องผ่านการจัดระบบเพิ่มเติม เช่น ต้องมีการจัดระบบนำไปอ้างอิงหรือทำการเชื่อมโยงเชิงเหตุผลกับสิ่งที่ได้รับการพิสูจน์มาแล้ว , ต้องมีความสม่ำเสมอ เป็นความจริง ทั่ว ๆ ไป ฯลฯ
4. ภูมิปัญญา ( Wisdom ) เป็นคำที่ใช้กล่าวถึงความเป็นจริงที่ได้รับการพิสูจน์มาแล้วครั้งแล้วครั้งเล่า จนเป็นที่ยอมรับ

ข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลมีการตัดสินใจที่ถูกต้อง และ แม่นยำ การจัดการข้อมูลข่าวสารจึงเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูลหรือการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร , การวิเคราะห์ข้อมูล และ การได้มาหรือการใช้ข้อมูลข่าวสารในการช่วยตัดสินใจในประเด็นปัญหาต่าง ๆ จึงกล่าวได้ว่าการจัดการข้อมูลข่าวสารเปรียบเสมือนเป็นระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support Systems)

ไพลิน ผ่องใส ( 2536 ) ได้กล่าวไว้ว่า คำว่า “การตัดสินใจ” กับ “การจัดการ” เป็นคำที่ใช้แทนกันได้ ซึ่งหมายความว่า การจัดการก็คือการตัดสินใจนั่นเอง Herbert A. Simon ( 1977 ) ได้สร้างทฤษฎีการตัดสินใจในการบริหาร โดยจำแนกขั้นตอนการตัดสินใจออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. ระดับกิจกรรมในการแสวงหาข้อมูล (Intelligence Activity) กิจกรรมในระดับนี้ได้แก่ การรวบรวมข้อมูล การแสวงหาข้อมูลข่าวสารหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาพแวดล้อม ต่าง ๆ ฯลฯ ที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ
2. ระดับกิจกรรมในการสร้างแบบหรือ ออกแบบ ( ขั้นตอนการคิดค้นและพัฒนา ) ( Design Activity ) คือ การวิเคราะห์หนทางต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปดำเนินการหรือปฏิบัติได้ รวมถึง การวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่กำลังพิจารณาอยู่ ในที่นี้ก็เช่น การตรวจสอบและประเมินข้อมูลข่าวสาร , การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร , การจัดระบบข้อมูลข่าวสาร และ การหาข้อสรุป
3. ระดับกิจกรรมในการเลือก (Choice Activity) คือ การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ทำได้ , ดีที่สุด , พอใจที่สุด และ ให้ผลตอบแทนที่มากที่สุด
4. ระดับกิจกรรมในการทบทวน (Review Activity) กิจกรรมในระดับนี้ได้แก่ การประเมินค่าของการเลือกในทางเลือกที่ผ่านมา การประเมินผล และ การปรับปรุงหรือพัฒนากระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร

ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ การได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร (Information) จะเกิดจากการวัดปรากฏการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลซึ่งจะนำไปวิเคราะห์ จนออกมาเป็นข้อมูลข่าวสาร (Information) ตามแบบจำลองดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลอง การได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร (ยุทธนา แซ่เดียว , 2547)

กระบวนการในการจะได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร จึงประกอบด้วย 5 กระบวนการที่สำคัญคือ

1. การวิเคราะห์ความต้องการ (Need Analysis) ซึ่งก็คือ การกำหนดปัญหา เช่น อยากรู้จะซื้อหุ้นบริษัทหนึ่ง แต่ยังไม่แน่ใจว่าราคาหุ้นมีแนวโน้มจะลงอีกหรือไม่
2. การออกแบบระบบในการวิเคราะห์ (System Design and Analysis Framework) เช่น จะทำการแสวงหาข้อมูลจากไหน เปิดรับสื่ออะไร (Information Search)
3. การดำเนินการเก็บข้อมูล (Data Collection)
4. การวิเคราะห์ข้อมูล (Information Analysis ) เช่น การประเมินค่าข่าวสาร (Evaluation of Information) ทั้งในแง่ของที่น่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความพอเพียง
5. การนำไปใช้ (Information Use ) เช่น การตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง (Alternative Selection)

ซึ่งถ้าเรานำเอาแบบจำลองนี้มาปรับปรุงกับ แบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักลงทุน ก็จะสามารถปรับปรุงในส่วนของการวัด (Measurement) ซึ่งในสาขาวิชาบริหารธุรกิจคือการวัดค่าต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร แต่ในการนำมาใช้กับแบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสารของนักลงทุน การวัด (Measurement) ก็จะเปลี่ยนเป็นกระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลนำเข้าของกระบวนการวิเคราะห์ต่าง ๆ (Information Analysis )

ดังนั้น แบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสาร จึงหมายถึงความถึง พฤติกรรมของบุคคลในกระบวนการผลิต หรือจัดการ หรือ จัดระเบียบ ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงความต้องการข้อมูลข่าวสาร , กระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร , กระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร ( ซึ่งประกอบด้วยตรวจสอบและประเมินข้อมูลข่าวสาร การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร การจัดระบบข้อมูลข่าวสาร และการหาข้อสรุป) , การนำข้อมูลข่าวสารไปใช้

ประโยชน์ ( ซึ่งประกอบด้วยการนำไปประยุกต์ตัดสินใจ , การประเมินผล ) และ การปรับปรุงหรือพัฒนากระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร ดังตารางที่ 2.1

กิจกรรมในขั้นนำเข้า INPUT	กิจกรรมในขั้นประมวลผล PROCESS	กิจกรรมในขั้นนำไปใช้ OUTPUT
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ การตระหนักถึงความต้องการข้อมูลข่าวสาร</li> <li>○ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ กระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร ( ซึ่งประกอบด้วยการตรวจสอบและประเมินข้อมูลข่าวสาร การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร การจัดระบบข้อมูลข่าวสาร และการหาข้อสรุป )</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ การนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์</li> <li>○ การปรับปรุงหรือพัฒนากระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร</li> </ul>

-----กระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร-----

ตารางที่ 2.1 INPUT - PROCESS – OUTPUT ของ กระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารของนักลงทุน

จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การจัดการข้อมูลข่าวสารประกอบด้วย กระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking) , กระบวนการวิเคราะห์ (Information Analysis ) และ การนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ และ การปรับปรุงพัฒนากระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเราสามารถนำเอาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ มาประกอบกับกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารได้ดังนี้

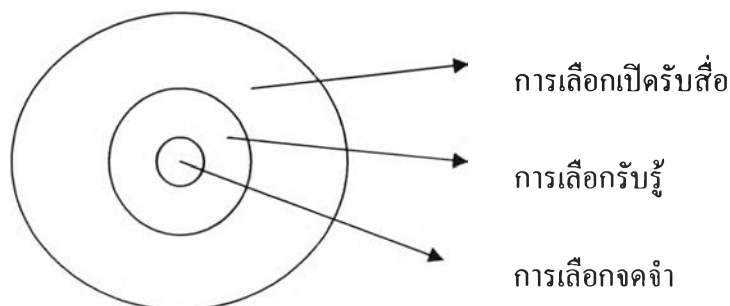
- 1) กระบวนการในขั้นนำเข้า ข้อมูลข่าวสาร หรือ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking) ซึ่งจะใช้แนวคิดเรื่องพฤติกรรมมารับข่าวสารและการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

- 2) กระบวนการในขั้นประมวลผล หรือ การวิเคราะห์ (Information Analysis ) ซึ่งจะใช้แนวคิดเรื่องการคิดเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Thinking)
- 3) กระบวนการในขั้นนำไปใช้ (Information Uses) ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification)

### 2.1.1 แนวคิดเรื่องพฤติกรรม的开รับข่าวสารและการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ใช้ประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจหรือต้องการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มนุษย์ก็จะเกิดความต้องการข่าวสารเพิ่มมากขึ้น มนุษย์ในฐานะผู้รับสารจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างแต่จะเลือกรับรู้ข่าวสารเพียงบางส่วนเท่าที่คิดว่าเป็นประโยชน์กับตนเอง

ความต้องการข้อมูลข่าวสารเป็นจุดเริ่มต้นของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล จึงทำให้ผู้รับสารมีหลักเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการของผู้ใช้แต่ละคน คุณค่าของข้อมูลข่าวสารในสายตาของผู้ใช้จะต่างกันออกไปตามแต่ประสบการณ์ ภูมิหลัง ความสนใจ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด สภาพแวดล้อม เหตุผล ฯลฯ ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของผู้รับสาร กระบวนการนี้ก็เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย (พีระ จิร โสภณ . 2535 ) และ (Klapper , 1960)



ภาพที่ 2.2 กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น

### 1. การเลือกรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

ผู้รับสารมักจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งจากที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ตามความสนใจและความต้องการของคน เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครจากหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่หลายฉบับ , การเลือกชมสถานีหุ่นช่อง 9 จากที่มีอยู่ 8 ช่อง ทั้งหมดนี้ก็เป็นไปเพื่อนำข่าวสารมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของคน ผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารที่สามารถสนับสนุนความเชื่อดั้งเดิม หรือสอดคล้องกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่ โดยจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดกับความรู้สึกของตนเอง เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ , เกิดความไม่พึงพอใจ , เกิดความสับสน , เกิดความไม่สบายใจ ซึ่งเรียกว่า ความไม่สอดคล้องหรือไม่ลงรอยกันทางด้านความเข้าใจ หรือ Cognitive Dissonance นอกจากนี้ Festinger L.A. (1975) ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลจะมีแนวโน้มแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจนั้นเพิ่มเติม (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป ( Festinger L.A. ,1975)

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมแล้ว ยังมีปัจจัยด้านสังคม จิตใจ ลักษณะส่วนบุคคล ความเชื่อ อุดมการณ์ ประสบการณ์ บุคลิกภาพ ปัจจัยทางการสื่อสาร ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (เช่น อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฯลฯ) มาประกอบด้วยในการเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสาร

ในกรณีของการวิจัยครั้งนี้ นักลงทุนจะมีสื่อที่เลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจได้จากหลากหลายแหล่ง ขึ้นอยู่กับว่านักลงทุนจะเลือกสนใจและเปิดรับจากแหล่งใด การเลือกเปิดรับข่าวสารมีปัจจัยที่

เกี่ยวข้องกับหลายประการเช่น นักลงทุนที่มีอายุมากก็อาจจะเลือกเปิดรับสื่อแตกต่างจากนักลงทุนที่มีอายุน้อย , นักลงทุนที่เล่นหุ้นเป็นอาชีพหลักก็อาจจะเลือกเปิดรับสื่อแตกต่างจากนักลงทุนที่เล่นหุ้นเป็นอาชีพเสริม

## 2. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation)

การเลือกรับรู้หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเปิดรับและตีความ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางเป็นที่พึงพอใจของตน (พัชนี เษยรรยา และ คณะ , 2541) การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมายเป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งตามที่สนใจแล้ว ผู้รับสารก็อาจจะไม่ได้รับรู้ไปตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารจะเลือกรับรู้เฉพาะเรื่อง และเลือกตีความหมายตามแต่ประสบการณ์ หรือ ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคติ ความเชื่อ ประสบการณ์ แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย อารมณ์ จิตใจของตนในขณะนั้น

ตัวอย่างเช่น นักลงทุนที่มีการศึกษาสูงและมีความเชี่ยวชาญทางการเงินอาจจะเอร์รับรู้เฉพาะข่าวที่น่าเชื่อถือ และตีความข่าวโดยใช้ทฤษฎีทางการเงินประกอบ ซึ่งแตกต่างจากนักลงทุนที่มีการศึกษาน้อย

## 3. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

ผู้รับสารเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารเฉพาะส่วนที่ผู้รับสารเห็นว่า ต้องการจดจำ ตรงกับความสนใจ รู้สึกจำเป็น รู้สึกต้องการ รู้สึกเห็นด้วย และ รู้สึกน่าสนใจ โดยผู้รับสารจะลืมข้อมูลข่าวสารในส่วนที่เห็นว่าไม่น่าสนใจ หรือ ไม่ตรงกับความเห็นของของตนเอง เช่น นักลงทุนที่ถือหุ้นตัวหนึ่งอยู่ก็จะเลือกจดจำเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวกับหุ้นตัวนั้น การเลือกจดจำนั้นจะเกิดขึ้นอย่างคู่ขนานไปกับการเลือกสนใจและการเลือกรับรู้ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นมาก่อน (กาญจนา แก้วเทพ , 2540) Klapper ( Klapper ,1960 ) กล่าวว่า การเลือกจดจำเท่าที่ตนเองสนใจเป็นโอกาสในการปฏิเสธข่าวสารนั้นเป็นครั้งสุดท้าย หลังจากจำเป็นต้องรับและตีความมาแล้ว คนที่สนใจและพร้อมที่จะเข้าใจจะเกิดความพร้อมที่จะจดจำสาร ในขณะที่คนที่ไม่สนใจจะรับรู้และไม่พร้อมที่จะเข้าใจก็พร้อมที่จะลืมสาร (พัชนี เษยรรยา และ คณะ , 2541)

งานวิจัยของ Allport , Gordon W. (1954) ที่มีผู้อ้างถึงเกี่ยวกับเรื่องการเลือกจดจำก็คือ การสังเกตว่าเวลาที่คนเราถ่ายทอดข่าวลือต่อ ๆ กันมาจากคนหนึ่งสู่คนหนึ่ง จะพบว่ามีส่วนของข่าวสารที่ไม่ครบถ้วน ซึ่งเป็นเพราะแต่ละคนจะเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจ ส่วนที่

เหลือจึงถูกลืมและไม่ได้ถ่ายทอดต่อ ซึ่งในกรณีของข่าวลือในตลาดหลักทรัพย์ก็เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยเคยได้รับข่าวลือเกี่ยวกับหุ้นตัวหนึ่งโดยมีข่าวบางส่วนขาดหายไป เมื่อผู้วิจัยตัดสินใจผิดพลาดไป จึงลองทำการติดตามหาที่มาของข่าวนั้น จนพบว่า ข่าวสารที่เพื่อนของผู้วิจัยได้รับมานั้น จริง ๆ แล้วมีมากกว่าที่เล่าให้ผู้วิจัยฟัง แต่เพื่อของผู้วิจัยเห็นว่าไม่น่าจะสำคัญจึงไม่ได้ถ่ายทอดมาให้ผู้วิจัยได้รับรู้

กล่าวโดยสรุปก็คือ กระบวนการเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการภายในบุคคล ที่พิจารณาว่าตนเองพร้อมจะเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกเปิดรับสารประเภทไหน จากสื่ออะไร เวลาใด และเมื่อเปิดรับแล้วก็จะมาถึงขั้นเลือกสนใจ คือเลือกอ่านหรือรับสารเฉพาะส่วนที่สนใจใคร่รู้ หรือมีความสอดคล้องกับความคิดของตนเอง และพอเมื่อตัดสินใจรับสารใดแล้วก็จะพยายามหาความรู้จากสารนั้น เพื่อที่จะเลือกจดจำเป็นความรู้ต่อไป (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร , 2533 )

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) ได้กล่าวถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อมวลชน เช่น

1. ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งคนเราทุกคนมีความแตกต่างกันทางจิตใจเป็นอย่างมาก เพราะลักษณะการดำรงชีวิต การเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน ความแตกต่างนี้ทำให้ระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ การรับรู้ การเรียนรู้ ฯลฯ มีความแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเราจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง การตัดสินใจใด ๆ จึงมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามกลุ่มเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ เช่น เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาและการตอบสนองต่อเนื้อหา

ต่อมาได้มีแนวคิดที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสารขึ้นมาอีกแนวคือ การแสวงหาข่าวสารจากสื่อ (Information Seeking) โดยทำการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเน้นไปว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับหรือหลีกเลี่ยงข่าวสาร (พสุ ชัยเวฬุ , 2541)

Charles Atkin (1973 ) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนคือ การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงที่ต้องการสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลตอบแทนที่จะได้รับน้อยกว่าการลงทุน บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับ



ข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่สบายใจ ไม่พอใจ หรือ ความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) และในบางครั้งบุคคลอาจจะเห็นว่า การหลีกเลี่ยงไม่รับข่าวสารนั้นเป็นการลงทุนที่มากเกินไป บุคคลก็อาจจะยอมรับข่าวสารนั้นด้วยความไม่เต็มใจ (Information Yielding)

นอกจากนั้นการเลือกเปิดรับข่าวสารใด ๆ ยังขึ้นอยู่กับความต้องการข่าวสารของผู้รับสารซึ่งโดยปกติมีอยู่ 4 อย่างคือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตน (Utilization) เช่น การแสวงหาข่าวสารเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน
2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ ของผู้รับสาร เช่น มีทัศนคติอยู่แล้วว่าหุ้นตัวนี้น่าสนใจ ก็จะพยายามเปิดรับแต่ข่าวที่สนับสนุนความเชื่อนี้ (เลือกรับสิ่งที่สอดคล้องกับความคิดเห็นที่มีอยู่แต่เดิม)
3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา ( Availability ) เช่น ระหว่างการทำงานในสำนักงาน ไม่สามารถดูรายการวิเคราะห์หุ้นทางสื่อโทรทัศน์ได้ เลยต้องไปหาข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่สะดวกกว่า
4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ เช่น ลองหาข่าวสารผ่านกระทู้คำถามทางเวบบอร์ดในอินเทอร์เน็ต

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2535) ยังได้กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะประชากรศาสตร์เฉพาะบุคคล เช่น ผู้รับสารเป็นหญิง หรือชาย โดยที่ความแตกต่างทางประชากรของผู้รับสารนี้จะมีผลต่อการสื่อสารได้ ลักษณะทางประชากรที่สำคัญได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม อันหมายรวมถึง อาชีพ รายได้ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ William D. Brooks (1971 . อ้างถึงใน: จรินทร์ทิพย์ แก้วกล้า 2543) ที่กล่าวว่า เพศชายและหญิงมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด ค่านิยม และ ทศนคติ ในขณะที่อายุของผู้รับสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนแตกต่างกันในเรื่องความคิด และ พฤติกรรม เช่น คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง

Schramm (1973) ได้แสดงความคิดเห็นว่า สภาพทางจิตใจและสังคม ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเปิดรับสารของผู้รับสารแต่ละคน กระบวนการเลือกรับข่าวสารต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ อีก ซึ่งได้แก่



1. ประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน
2. การประเมินสาระ ประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจทำให้มีการเปิดรับต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรม
7. อารมณ์ สภาพอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรือ อาจจะเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจในความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

Atkin (1973) ยังกล่าวว่า ความต้องการข่าวสารนั้น เกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (Uncertainly) ของปัจเจกบุคคล ที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลในขณะนั้น กับ ระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainly) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลในขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainly)

ข่าวสารบางอย่าง เช่น ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ถือเป็นเสมือนเครื่องมือเพื่อใช้ประโยชน์ (Instrumental Utilities) ในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ข่าวสารในกลุ่มนี้เป็นข่าวสารที่มุ่งให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอกแก่ผู้รับสาร ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและพฤติกรรมอย่างอื่นตามมา เช่น นำเอาไปเล่าต่อ นำเอามาคิดตัดสินใจ นำไปวิจารณ์ เป็นต้น

แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาไปใช้วิเคราะห์แบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักลงทุนซึ่งเป็นพฤติกรรมกาเปิดรับและแสวงหาข่าวสารจากสื่อแบบหนึ่ง นักลงทุนทุกคนต้องการกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ทำให้นักลงทุนเปิดรับและแสวงหาข่าวสารมาจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบให้แก่ตนเอง

นักลงทุนได้เปรียบเทียบแล้วว่า ผลประโยชน์ที่ได้จากการซื้อขายหลักทรัพย์มีมากกว่าการลงทุนติดตามข้อมูลข่าวสาร นักลงทุนจึงมีความต้องการข่าวสาร นอกจากนี้ นักลงทุนยังเปรียบเทียบอีกว่า ความรู้ที่ตนมีในขณะนี้ยังไม่เท่ากับระดับความรู้ตามที่ต้องการจึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่นักลงทุนเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เมื่อนักลงทุนเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสารแล้ว นักลงทุนก็จะทำการวิเคราะห์ (ถอดรหัส) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลในการกำหนดวิธิตัดสินใจ ในการลงทุน รวมถึงเข้าสู่กระบวนการแสวงหาข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ( สุเมธ จงศรีสวาท , 2539)

### 2.1.2 แนวคิดเรื่องการคิดเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Thinking)

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2546) กล่าวว่า การคิดเชิงเปรียบเทียบมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อการหาทางเลือกที่ดีกว่า สถานการณ์ที่ต้องมีการคิดเชิงเปรียบเทียบเกิดขึ้นคือ สถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจหาทางเลือกที่ดีกว่า

เช่นเดียวกับการที่นักลงทุนเริ่มคิดจะซื้อหุ้น กระบวนการคิดของนักลงทุนก็จะเริ่มเปรียบเทียบหาสิ่งที่ดีที่สุด นั่นก็คือหุ้นที่ราคาเหมาะสมที่จะซื้อมากที่สุด , หุ้นที่มีแนวโน้มราคาจะขึ้นสูงที่สุด , หุ้นที่น่าจะทำกำไรให้เขามากที่สุด

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ มองว่า การคิดเชิงเปรียบเทียบเป็นกระบวนการคิดเชิงผสมผสาน กล่าวคือ การคิดเชิงเปรียบเทียบจะต้องรู้ว่าเมื่อไรควรที่จะเปรียบเทียบ รู้ว่าจะใช้เกณฑ์ใดในการเปรียบเทียบ และ รู้ว่าจะเปรียบเทียบสิ่งนั้นกับสิ่งใด

ดังนั้น เมื่อเราจะทำการคิดเชิงเปรียบเทียบ เราต้องเริ่มจากการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการเปรียบเทียบเสียก่อน เช่น เกณฑ์ด้านระยะเวลาการถือหุ้น , เกณฑ์ด้านอันตรายจากความเสี่ยงต่าง ๆ , เกณฑ์ด้านกำไรที่คาดหวัง , ฯลฯ หลังจากนั้นก็เป็นการนำเอาหุ้นแต่ละตัวที่คิดจะเลือกเข้าเปรียบเทียบตามเกณฑ์ดังกล่าว ขึ้นต่อไปเราก็จะประเมินทางเลือกบนเกณฑ์แต่ละเกณฑ์ หลังจากนั้นก็คือขั้นสุดท้ายคือการสรุปผลทางเลือก

การที่เราเข้าใจในกระบวนการคิดเชิงเปรียบเทียบจึงมีผลต่อการทำความเข้าใจแบบแผนของการจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งเป็นวิธีคิดเชิงเปรียบเทียบแบบหนึ่ง

### 2.1.3 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ (Uses and Gratification)

การศึกษาเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสาร แตกต่างไปจากการศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อ (Media Effect Research) ซึ่งให้ความสนใจเฉพาะอิทธิพลของสื่อต่อผู้รับสารเพียงอย่างเดียว ซึ่งในการศึกษาเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจนั้น จะเน้นที่ผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ , เนื้อหาของสาร เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและให้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคล นั้นหมายความว่าผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2528) แต่ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และ เลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

Elihu Katz ( 1959 อ้างอิงใน Severin & Tankard, 1997) เป็นคนแรกที่ชี้ให้เห็นว่า การวิจัยที่นำไปเพื่อตอบคำถาม “What do the media do to people ?” กำลังเสื่อมความนิยมลง จึงควรหันไปศึกษาเพื่อตอบคำถามว่า “What do people do with the media ?”

Shaughnessy (อ้างถึงใน สมเกียรติ ตั้งนโม 2546 )กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ (Uses and gratification) เป็นทฤษฎีที่มองว่า บรรดาผู้รับสารใช้สื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์, วิทยุ, และสื่ออื่นๆ เพื่อเป็นงานเบื้องหลัง (Background) สำหรับกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิตประจำวัน อย่างเช่น การลงทุนในหุ้น , การศึกษา , การทำอาหาร

Powerful Audience	→ Takes what it wants from the media	→ Media
ผู้รับสื่อที่มีอำนาจ	→ หยิบเอาสิ่งที่ต้องการ จากสื่อ	→ สื่อ

#### ภาพที่ 2.3 แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ

( Michael O' Shaughnessy , อ้างถึงใน สมเกียรติ ตั้งนโม 2546 )

แบบจำลองข้างต้นจึงมองว่า ผู้รับสื่อที่มีอำนาจเลือกหยิบเอาสิ่งที่ต้องการจากสื่อ แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสื่อทั้งหลายไม่เพียงเป็นผู้บริโภคที่ขอมจำนวน(passive consumers) เท่านั้น แต่พวกเขาเป็นผู้มีส่วนร่วมในเชิงรุก(active participants) โดยการสร้างความหมายให้กับตัวของพวกเขาเอง.

จากตัวอย่างนั้น ผู้รับสื่ออาจบรรลุถึงความพึงพอใจจากการใช้สื่อในฐานะที่เป็นรูปแบบหนึ่งของความเป็นเพื่อน(Companionship) และพวกเขาไม่น่าจะได้รับประสบการณ์ที่เป็นผลโดยตรงในการโต้ตอบกับเนื้อหาสื่อ ดังที่พวกเขาอาจเพียงชำเลื่องมองหรือเพ่งมองไปยังทีวี, กวาดตาดูหัวข้อข่าว

สำคัญ, หรือฟังวิทยุอย่างสนใจนานๆครั้ง. แบบจำลองเกี่ยวกับ"การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ"เสนอว่า ผลของสื่อโดยตรงนั้นเป็นเรื่องซึ่งเป็นไปได้ที่จะนำมาวัด เนื่องจากความผันแปรอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และ อยู่ในจิตใจเกินกว่าที่เราจะทำการรับรู้ได้ ( Blumler and Katz 1974, อ้างถึงใน สมเกียรติ ตั้งนโม 2546 ).

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารนี้จะเน้นไปที่กระบวนการรับสารของผู้รับสารเป็นหลัก โดยมองว่าผู้รับสารเป็นผู้ที่จะเลือกใช้ประเภทของสื่อ และ เนื้อหาของสารที่สนองตอบความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคล โดยเฉพาะความต้องการมีความรู้ มีความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง จนเกิดความพอใจแก่ผู้รับสารในการใช้สื่อและสารนั้นๆ แนวคิดหลักในทฤษฎีนี้จะมองว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีผลหรืออิทธิพลต่อผู้รับสารโดยตรง และ ผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้ที่ได้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชน (ยูล เบ็ญจรงค์กิจ , 2528)

แนวคิดสำคัญในทฤษฎีนี้มองว่า ผู้รับสารแสวงหาค้นหาข่าวสาร,เลือกรับเลือกใช้ข่าวสาร ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการของตัวเองอันเกิดจากพื้นฐานจิตใจของผู้รับสาร จะมองจากมุมมองปัจเจกบุคคลไปว่าปัจเจกบุคคลจะไปใช้สถาบันต่าง ๆ เพื่อการสนองความต้องการของตนอย่างไร ซึ่งทฤษฎีนี้เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจก (Individual Functionalism ) เพราะฉะนั้นตัวแปรที่จะเพิ่มขึ้นมาก็คือความต้องการคืออะไร แรงจูงใจในการเปิดรับสารคืออะไร เมื่อเขาได้รับสารนั้นแล้วเขาเอาไปใช้ทำอะไร ติดตามความเป็นไปของบ้านเมือง หาทางปฏิบัติตน เอาไปพูดคุย สร้างความตื่นเต้นสนุกสนาน เพราะได้รับสนับสนุนความคิดตนเอง ทฤษฎีนี้มองผู้รับสารเป็นกลุ่มคนที่มีส่วนร่วมในเชิงรุก (Active) มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์แน่นอนในการแสวงหาสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารเป็นผู้ใช้สื่อมวลชนในการสนองความพึงพอใจของตน การเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ อยู่บนความคาดหวังล่วงหน้าว่าจะได้รับความพอใจ

แนวคิดด้านการสื่อสารมวลชนในช่วงหลังมานี้ มีการให้ความสำคัญกับผู้รับสารมากขึ้น โดยมีมุมมองว่า การเปิดรับสื่อใด ๆ นั้น ตัวผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และ เลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง (พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์ , 2532) มุมมองของทฤษฎีนี้จึงเปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้ส่งสารมาเป็นความต้องการของผู้ที่จะใช้สื่อ

ในช่วงปี 1970s Elihu Katz (เอลิฮู คัทซ์) และ คณะ ( 1973 ) ทำการศึกษาวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐานกับผู้รับสารในประเทศอิสราเอลโดยการสำรวจ และพยายามสร้างเครื่องมือเพื่อใช้วัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร เป็นข้อความแสดงความต้องการของผู้ใช้สื่อ 35

ข้อความ งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะทำการทดสอบสมมุติฐานใด ๆ แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ถือเป็นงานวิจัยชิ้นแรกทางด้านการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ

Elihu Katz (เอลิฮู คัทซ์) และ คณะ ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของมนุษย์ขึ้น โดยมีองค์ประกอบหลัก ๆ 3 อย่างคือ

1. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ ทั้งต้องการให้เพิ่มขึ้น หรือลดลง หรือต้องการให้ได้มาเฉย ๆ
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก เช่น การติดต่อเพื่อรับข่าวสารความรู้ , การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ , การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง , การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Reference คือ บุคคลภายนอกหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ เช่น ตนเอง เพื่อนฝูง ครอบครัว สังคม รัฐบาล ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม โลก และ สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534 )

และจากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ Elihu Katz (เอลิฮู คัทซ์) และ คณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้นเพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองความพึงพอใจได้

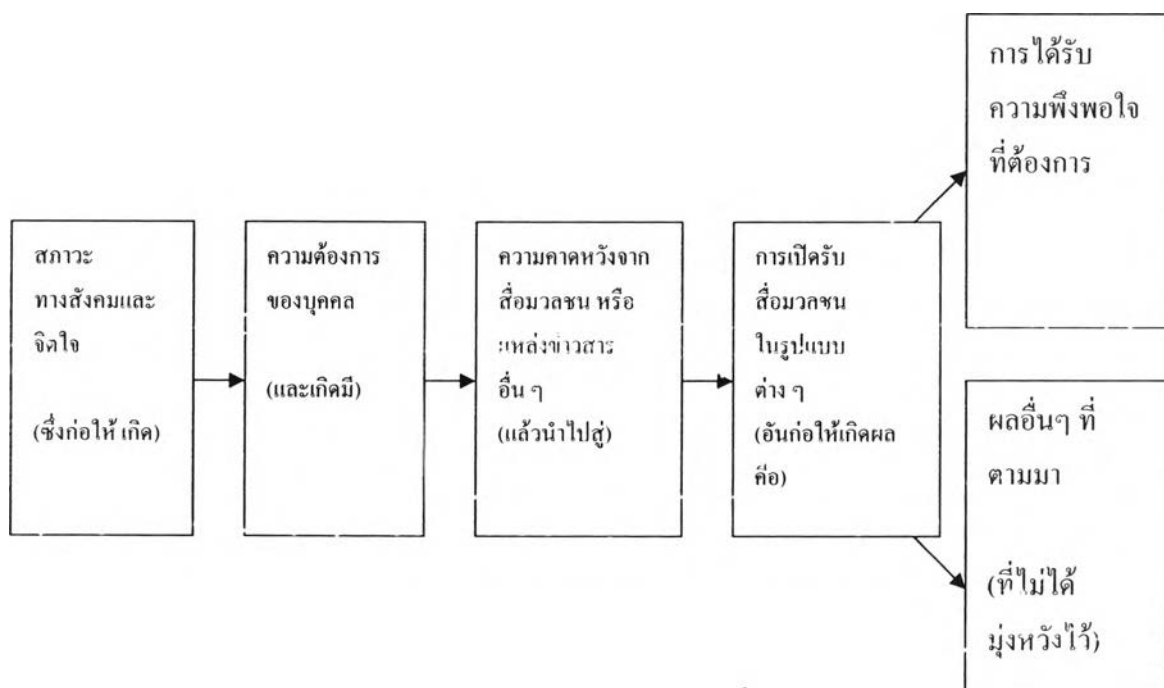
งานวิจัยชิ้นนี้ Elihu Katz (เอลิฮู คัทซ์) และ คณะ (1974) ได้ให้คำอธิบายถึงแบบแผน (Pattern) ที่เป็นต้นนิยมอย่างกันตลอดมาของการศึกษาตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ว่าเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

(1)สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2)ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี (3)การคาดคะเนจากสื่อมวลชนและแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ (4)การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5)ความแตกต่างในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6)ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

หรือกล่าวโดยย่อคือ พฤติกรรมของการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับความต้องการและตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ กล่าวคือ สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ความต้องการที่แตกต่างกันออกไปทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทตอบสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความ

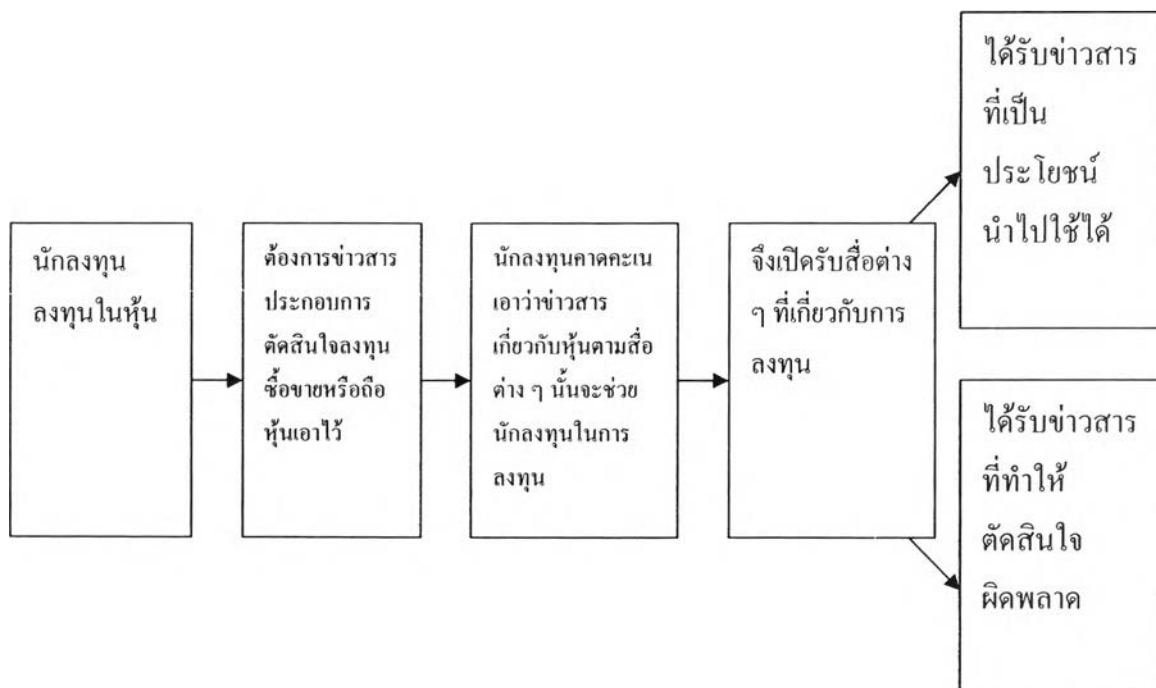
ต้องการไม่เหมือนกัน จึงแตกต่างกัน โดยความพึงพอใจจากการใช้สื่อในขั้นสุดท้ายก็จะแตกต่างกัน ออกไปด้วย รวมถึงอาจจะก่อให้เกิดผลอื่น ๆ ตามมาโดยไม่เจตนาก็ได้

(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534 )



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ ของ Elihu Katz (เดวิด ส. คัทซ์) และ คณะ (พีระ จิร โสภณ , 2530)

สำหรับการวิจัยเรื่องแบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักลงทุนเพื่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นักลงทุนที่เล่นหุ้น ก็จะต้องการข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจลงทุนซื้อขายหรือถือหุ้นเอาไว้ โดยนักลงทุนคาดคะเนเอาว่าข่าวสารเกี่ยวกับหุ้นตามสื่อต่าง ๆ นั้นจะช่วยนักลงทุนในการลงทุน จึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุน ซึ่งนักลงทุนบางครั้งก็ได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ นำไปใช้ได้ บางครั้งข่าวสารที่ได้รับก็ทำให้ตัดสินใจผิดพลาด โดยเขียนเป็นแบบจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของนักลงทุน

McComb และ Becker (1979) ได้อ้างผลการวิจัยต่างๆ ที่ชี้ให้เห็นว่า การใช้สื่อมวลชน เช่น การรับชมรายการวิทยุและโทรทัศน์ หรือ การอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งที่บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ เช่น

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวของสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเองจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ และ รู้ว่าจะอะไรเป็นสิ่งสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นต่อสถานการณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้
3. เพื่อต้องการข้อมูลข่าวสารในการพูดคุยหรือสนทนากับผู้อื่น (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลมีข้อมูลข่าวสารที่จะนำไปใช้คุยกับผู้อื่น
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (Participation)
5. เพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่กระทำไปแล้ว (Reinforcement) เช่น อ่านข่าวหุ้นเพิ่มเติม หลังจากตัดสินใจซื้อหุ้นไปแล้ว เพื่อจะย้ำความคิดว่าตัดสินใจถูกต้อง
6. เพื่อต้องการความบันเทิงหรือผ่อนคลาย (Relaxing and Entertaining)

สรุปแล้วทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจก็คือแนวคิดที่ว่า บุคคลแต่ละคนมีวัตถุประสงค์ในการใช้ข่าวสารที่เปิดรับจากสื่อมวลชนหรือสื่ออื่นใด เพื่อตอบสนองความต้องการ



หรือความพึงพอใจด้วยเหตุผลต่าง ๆ กันไป ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จึงมีลักษณะแตกต่างกัน และ ถ้าผู้รับสารรับรู้ถึงตัวเนื้อหาที่สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นของตนมากเท่าไร โอกาสที่ผู้รับสารคนนั้นจะเลือกใช้สื่อนั้นก็เพิ่มขึ้น (Windal and Signitzer , 1993 ) ในกรณีของงานวิจัยครั้งนี้ นักลงทุนก็น่าจะใช้สื่อโดยมีความคาดหวังไว้ว่าข้อมูลข่าวสารที่ได้จะมีความถูกต้อง (Accuracy) , มีความตรงกับกรณี (Relevant) , มีความเหมาะสมกาละ (Timely) , มีความบริบูรณ์พอเพียง (Sufficiency) , ไม่มีอคติ (Lack of Bias) และ มีจำนวนพอเพียง (Adequacy)

นอกจากนี้ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratification) ยังสามารถนำมาใช้ร่วมกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ใน การศึกษาวิจัยในเรื่อง แบบแผนการจัดการข้อมูลข่าวสารของนักลงทุน บนพื้นฐานแนวคิดที่ว่า ผู้รับสารสามารถเลือกเปิดรับสาร (selective exposure) เลือกรับรู้ (selective perception) และเลือกจำ (selective retention) เฉพาะข่าวสารและข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของตน ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับและใช้สื่อตามความต้องการที่แตกต่างกันไป เช่น ต้องการข่าวสารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจซื้อหุ้นของตน , ต้องการข่าวสารทุกวันตอนเช้าเพื่อเป็นกิจวัตรเฉย ๆ , ต้องการข่าวสารเพื่อนำไปเป็นประเด็นในการคุยกับกลุ่มนักลงทุนที่ตนเป็นสมาชิก

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตัวผู้รับสารที่เป็นนักลงทุน

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ (2531) (อ้างถึงใน วินิตา สุริหาร ,2539 ) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรม ผู้บริโภคและภาพพจน์ของตลาดหลักทรัพย์ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาไปที่ความน่าเชื่อถือของสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดหลักทรัพย์ โดยพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือในตัวตลาดหลักทรัพย์สูงสุด รองลงมาได้แก่ บริษัทตัวแทนซื้อขาย และบริษัทจดทะเบียน ตามลำดับ นักลงทุนมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่ แต่ไม่ค่อยให้ความเชื่อถือสื่อมวลชน ซึ่งก็อาจเป็นเพราะว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่าย แต่ไม่ได้สร้างความได้เปรียบจากข้อมูลข่าวสารให้นักลงทุน อันเนื่องมาจาก ข้อมูลข่าวสารที่นักลงทุนได้รับจากสื่อมวลชนมีลักษณะที่แพร่หลายรับรู้ในระดับมวลชนอยู่แล้ว ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านสื่อมวลชนไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักลงทุนเท่าที่ควร นักลงทุนจึงไม่ให้ความเชื่อถือสื่อมวลชน

ปรากฏ ทวีสุวรรณ และ คณะ (2531) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น การศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่ทำให้นักลงทุนมีแบบแผนของพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันแต่อย่างใด

งานวิจัยชิ้นนี้พบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญกับ ผลตอบแทน , การให้ข่าวของบริษัทจดทะเบียน , การให้ข่าวของตลาดหลักทรัพย์ , การซื้อขายจากนักลงทุนต่างชาติ , ข่าวสารจากสื่อบุคคลอื่น ๆ ตามลำดับ

นักลงทุนนิยมการซื้อหุ้นในช่วงที่ราคาตลาดลงต่ำ และมีพฤติกรรมชอบซื้อหุ้นเก็บไว้รอจนกว่าจะได้กำไร นักลงทุนพิจารณาผลประกอบการเป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการลงทุน ฯลฯ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยชิ้นแรก ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักลงทุนตลาดหลักทรัพย์ ผลการวิจัยจึงเป็นเพียงแต่เรื่องลักษณะพฤติกรรมของนักลงทุนทั่ว ๆ ไปที่เป็นที่รับรู้กันอยู่แล้ว

วิจิตร อวิรุทธิ์ (2534) ได้ทำการศึกษาถึงกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนชาวต่างประเทศและแนวโน้มรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารในอนาคต พบว่า ตลาดหลักทรัพย์เป็นหน่วยงานหลักในการบริการข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจลงทุนที่น่าเชื่อถือที่สุด โดยตลาดหลักทรัพย์ควรที่จะพัฒนาองค์กรของตนเองให้เป็นศูนย์รวบรวมข้อมูลข่าวสารที่มีข่าวสารรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ โดยใช้รูปแบบที่น่าสนใจ รวมถึงพยายามหาวิธีการในการลดข้อผิดพลาดในตลาดหลักทรัพย์ลง

ชลลดา เสริมนิภารัตน์ (2534) ได้ทำการศึกษาถึง ความสัมพันธ์ระหว่างระบบสื่อสารของนักลงทุน กับ การตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และ นิตยสารผู้จัดการ ส่วนสื่อวิทยุ นักลงทุนนิยมใช้ฟังรายการเพลง ส่วนสื่อโทรทัศน์ นักลงทุนนิยมรับชมรายการข่าวในประเทศ นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักเก็งกำไรลงทุนระยะสั้น นักลงทุนชอบหุ้นที่มีสภาพคล่องซื้อขายสะดวก และมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทุกวัน

วินิตา สุริหาร (2539) ได้ทำการศึกษาถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุน กับ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการให้ความสำคัญในเรื่ององค์ประกอบทางการสื่อสารของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้ได้นำเอาลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ พฤติกรรมการลงทุน เช่น ระยะเวลาที่ลงทุน ประเภทของการลงทุน ลักษณะของหลักทรัพย์ที่ลงทุน สภาวะตลาดที่สนใจลงทุน จำนวน

หลักทรัพย์ที่ถือครอง ราคาหลักทรัพย์ที่สนใจลงทุน ระยะถือครองหลักทรัพย์ และ วงเงินที่ใช้ในการลงทุน มาทำการหาความสัมพันธ์กับ ปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ประเภทของข้อมูลข่าวสารที่สนใจ แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน ฯลฯ ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่นิยมเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์เท่า ๆ กับสื่อสิ่งพิมพ์ รองลงมาได้แก่สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ และ สื่อวิทยุ ตามลำดับ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในความหมายของงานวิจัยนี้รวมถึงตัวเลขราคาที่ยิงในโทรทัศน์ด้วย

**สุเมธ จงศรีสวาท (2539)** ได้ทำการศึกษาถึง การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะการลงทุน กับ พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อย รวมถึงศึกษาถึงพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในช่วงตลาดคึกคัก , ช่วงตลาดวิกฤต , ช่วงตลาดซบเซา และ ช่วงตลาดปกติ

ผลการวิจัยพบว่า

- ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ของนักลงทุนรายย่อย ไม่ได้ทำให้นักลงทุนมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันออกไป ยกเว้นปัจจัยด้านเพศที่นักลงทุนเพศหญิงมีความต้องการข่าวลือมากกว่านักลงทุนเพศชาย
- ประสบการณ์และวิธีการของนักลงทุนในการลงทุนระยะสั้นหรือยาว ที่แตกต่างกันไม่ได้ทำให้นักลงทุนมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน
- ในด้านความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อ นักลงทุนรายย่อยมีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด โดยมากกว่าสื่อสารสนเทศ สื่อบุคคล สื่อวิทยุ และ สื่อโทรทัศน์
- พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในสภาพตลาดแต่ละช่วงมีลักษณะแตกต่างกันเช่น ช่วงสภาพตลาดปกติ นักลงทุนสนใจข้อมูลข่าวสารประเภทปัจจัยพื้นฐานของหุ้นตัวนั้นมากกว่าช่วงตลาดวิกฤต , ช่วงสภาพตลาดซบเซา นักลงทุนไม่ค่อยต้องการข้อมูลข่าวสาร , ช่วงสภาพตลาดคึกคักต้องการข่าวลือมากกว่าช่วงตลาดปกติและตลาดซบเซา เป็นต้น

**อนรุทธิ กามิต (2541)** ได้ทำการศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และ พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และ การเปิดรับสื่อของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิทยาส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักลงทุน โดยศึกษาพบว่า

- นักลงทุนที่ชอบความเสี่ยงมากหรือน้อยต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยนักลงทุนที่ชอบความเสี่ยงมากจะดูแต่ราคาหลักทรัพย์เป็นสำคัญ

ในการตัดสินใจ ในขณะที่นักลงทุนที่ชอบความเสี่ยงน้อย จะเปิดรับสื่อบุคคลมากกว่า เพราะจะได้เหตุผลสนับสนุนการตัดสินใจมากกว่า

- นักลงทุนที่ซื้อโชคชะตามากหรือน้อยต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับลักษณะทางจิตวิทยาเรื่อง การอิงหลักการมากหรือน้อย ก็มีพฤติกรรมการเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน
- นักลงทุนที่ชอบหาข้อมูลข่าวสารสนับสนุนการตัดสินใจ จะหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ มากเป็นพิเศษ

สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณ์ (2543) ได้ทำการศึกษาถึง การเปิดรับ ทักษะคิด และความต้องการของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า

- นักลงทุนทั้งเพศชายและหญิงเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเหมือน ๆ กันซึ่งอาจจะเป็นเพราะต้องการข้อมูลข่าวสารเหมือน ๆ กัน
- นักลงทุนที่อายุมาก (เกิน 51 ปีขึ้นไป) เปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะนักลงทุนกลุ่มนี้มีอุปนิสัยระมัดระวังในการลงทุนหรือมีเวลาว่างมากกว่าวัยอื่น ๆ
- นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตมากกว่านักลงทุนที่มีระดับการศึกษาดำ
- นักลงทุนที่มีอาชีพส่วนตัวจะมีเวลาเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตมากกว่านักลงทุนที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท
- นักลงทุนที่มีรายได้สูง ซึ่งมักจะเป็นนักลงทุนที่มีเงินลงทุนสูง จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าปกติ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะนักลงทุนที่ลงทุนไปมาก ก็ย่อมลดความเสี่ยงของตน ด้วยการเปิดรับข่าวสารให้มากตาม
- นักลงทุนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (2547) ได้ทำการศึกษาถึง จิตวิทยาการลงทุนของนักลงทุน ในกรณีของนักลงทุนไทยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้แบ่งนักลงทุนไทยออกเป็น 4 ประเภทตามการแบ่งในงานวิจัยเรื่องจิตวิทยาการลงทุนของ Bailard Beihl และ Kaiser (Robinson M. , 2000 อ้างถึงใน สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ 2547) ซึ่งกล่าวถึงนักลงทุน 4 ลักษณะคือ

1. นักลงทุนประเภทผจญภัย (Adventure) เป็นนักลงทุนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง และตัดสินใจแบบหุนหันพลันแล่นไม่รอบคอบ

2. นักลงทุนประเภทเป็นตัวของตัวเอง (Individualist) เป็นนักลงทุนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง แต่ตัดสินใจอย่างรอบคอบระมัดระวังมีดุลพินิจถี่ถ้วน

3. นักลงทุนประเภทชอบมีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นนักลงทุนที่เชื่อตามกระแส มักขาดความระมัดระวังในการลงทุน

4. นักลงทุนประเภทผู้พิทักษ์ (Guardian) เป็นนักลงทุนที่มีความระมัดระวังมาก ค่อนข้างวิตกกังวล มักรู้ข้อจำกัดของตนเองและกลัวการตัดสินใจ

งานวิจัยชิ้นนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนในงานมหกรรมการลงทุน เดือนพฤศจิกายน 2546 งานวิจัยชิ้นนี้นำเอา ลักษณะทางประชากรเพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา และ ลักษณะการลงทุน มาทดสอบความสัมพันธ์กับลักษณะจิตวิทยาการลงทุนของนักลงทุน 4 ประเภทข้างต้น

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตัวสาร

สุปราณี เขื่อนเพชร (2536) ได้ทำการศึกษาถึง รูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ ซึ่งศึกษารวมถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารการตลาดที่มีต่ออ นักลงทุน , รูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุน และ ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารในการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลข่าวสารการตลาดมีความสำคัญกับนักลงทุนมาก เพราะนักลงทุนจะนำเอาไปประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยบริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์จะให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนเป็นอย่างดี โดยการออกกล่องจดเลือกข่าวสารมาเตรียมให้นักลงทุนอีกทีหนึ่ง งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษา ตัวสาร หรือที่เรียกว่า ข้อมูลข่าวสารการตลาด ที่บริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์นำมาให้นักลงทุนเป็นหลัก

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวองค์กรตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ลดาวัลย์ ไทยธัญพานิช (2536) ได้ทำการศึกษาถึง นโยบายและวิธีการในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาไปที่ การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย , นโยบายและวิธีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กร และ ปัญหาอุปสรรคแนวโน้มต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทยนี้ ก็มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการเป็นช่องทางสนับสนุนข้อมูลข่าวสารให้แก่นักลงทุน งานวิจัยชิ้นนี้จึงมองตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าเสมือนเป็นช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่มี การจัดการเพื่อให้บริการแก่นักลงทุน

ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการ ลงทุนในอนาคตย่อมจะต้องมีมากขึ้นอย่างแน่นอน ตลาดหลักทรัพย์จึงพยายามพัฒนาระบบ สารสนเทศของตลาดตลอดเวลา ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศน่าจะสามารถนำมาใช้สร้างความเท่าเทียม กันให้แก่นักลงทุนในด้านข้อมูลข่าวสาร

**อุษณีย์ สมบูรณ์ทรัพย์ (2537)** ได้ทำการศึกษาถึง การบริการการสื่อสารในภาวะวิกฤต กรณีศึกษาของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาถึงการจัดการบริการการสื่อสาร ในยามที่สภาพเศรษฐกิจสังคมการเมืองในขณะนั้นมีวิกฤติการณ์ โดยเลือกเอาวิกฤติการณ์สงคราม อ่าวเปอร์เซีย ในปีพ.ศ. 2533 , วิกฤติการณ์พฤษภาทมิฬ ในปีพ.ศ. 2535 และวิกฤติการณ์กรณีปิ่นฮุน ของนายสอง วัชรศรีโรจน์ ในปีพ.ศ. 2535

ผลการศึกษาพบว่า ตลาดหลักทรัพย์มีการให้ข่าวสารแก่ประชาชนในภาวะวิกฤติค่อนข้าง รวดเร็วและได้สาระครบถ้วน ข่าวสารที่ให้ไปส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การสร้าง ความชัดเจนของ เหตุการณ์เพื่อลดความตื่นตระหนกของนักลงทุน งานวิจัยชิ้นนี้พบเรื่องสำคัญประการหนึ่งว่า ใน ภาวะวิกฤตินั้น ตลาดหลักทรัพย์ก็มักจะควบคุมข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ได้ทุกแหล่ง และ ในภาวะ วิกฤตินั้นนักลงทุนจะต้องการข่าวสารในความถี่ที่มากกว่าปกติ

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

**สิริพร จิตรักษ์ธรรม (2536)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก โดยงานวิจัยชิ้นนี้มี จุดมุ่งหมายเพื่อ วิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารด้าน ธุรกิจ และ หาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึง พอใจต่อข่าวสารที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก โดย ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ รองลงมาเป็นโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับอายุ การศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์

ด้านธุรกิจแตกต่างกัน ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการมีแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อเพื่อใช้ประโยชน์กับตนเองเท่าๆ กับเพื่อความบันเทิง

**พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรม การเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาทางด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนกลุ่มหนึ่ง โดยการวิจัยเชิงสำรวจ และมีการทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้ลักษณะทางประชากรศาสตร์มาเป็นเกณฑ์

**วรภรณ์ เลิศวรสิริกุล (2542)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง แบบแผนการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของชาวชนบทในจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยด้านผู้รับสาร โดยใช้แนวคิดเรื่อง การแบ่งกลุ่มทางสังคม การเลือกสรรข่าวสาร การใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสังคม และ แนวคิดเรื่องข่าว ใช้การเก็บข้อมูลข่าวสาร โดยใช้แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยที่ได้ เช่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์กับครอบครัว ซึ่งผู้ชายมีสิทธิเลือกชมรายการข่าวมากกว่าผู้หญิง กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า รายการข่าวส่วนใหญ่เป็นเรื่องในเมืองหลวง ใกล้ตัว จึงต้องการข่าวสารที่ใกล้ตัวและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตมากกว่า

**ศศิธร ยูวโกศล (2545)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง การให้ความหมายข่าวในมุมมองของผู้รับสาร งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาการให้ความหมายข่าวของผู้รับสารในมิติด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านคุณภาพ และ ด้านอุดมการณ์ รวมถึงจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวที่แตกต่างกัน วิธีการเก็บข้อมูลใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และ การสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยที่พบ เช่น ความแตกต่างทางการศึกษาเป็นปัจจัยหลักด้านประชากรที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวในมุมมองที่แตกต่างกัน