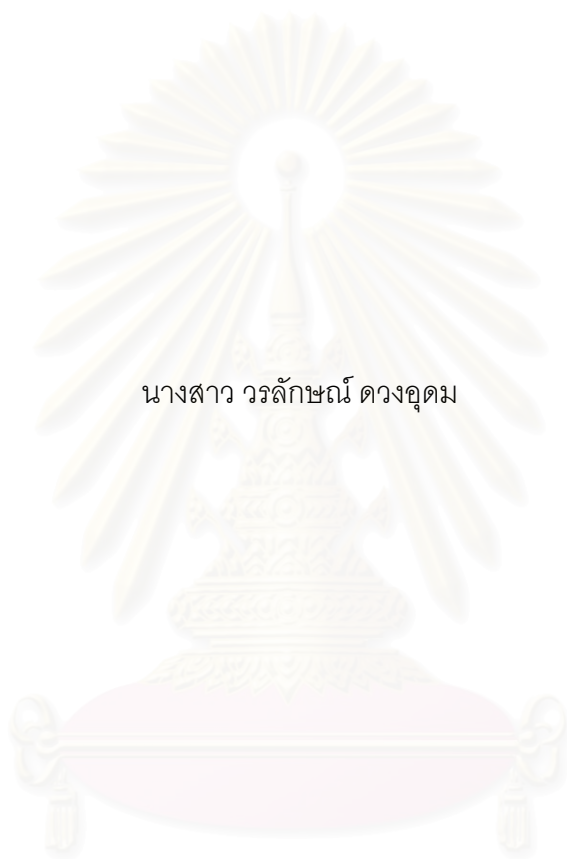


การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ  
ของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย



นางสาว วรลักษณ์ ดวงอุดม

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION SEEKING, USES AND GRATIFICATIONS OF  
THE EUROPEAN UNION INVESTORS IN THAILAND

Miss Woralak Duang-Udom

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University



วลักษณ์ ดวงอุดม : การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ  
ของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย. (INFORMATION  
SEEKING, USES AND GRATIFICATIONS OF THE EUROPEAN UNION  
INVESTORS IN THAILAND) อ. ที่ปรึกษา: รศ. อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์, 100 หน้า.

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวม  
ข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 129 บริษัท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่  
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สถิติไคสแควร์ การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และ  
ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูล  
การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์  
ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการ  
ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและการตัดสินใจลงทุนในประเทศ  
ไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป

ผลการศึกษาพบว่า

1. นักลงทุนที่มีลักษณะทางประชากร และประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันมีการ  
แสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อไม่ต่างกัน
2. การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ  
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ
3. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของ  
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ
4. การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน
5. ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ ไม่มี  
ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุน

ภาควิชา ประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา 2550.....

ลายมือชื่อนิติ..... *นิติ*  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์*  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## 4885240128 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: INFORMATION SEEKING / USES AND GRATIFICATION / INVESTMENT

DECISION/ EUROPEAN UNION INVESTORS

WORALAK DUANG-UDOM: INFORMATION SEEKING USES AND GRATIFICATIONS OF THE EUROPEAN UNIONS INVESTORS IN THAILAND. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. UBOLWAN PREMSRIRAT, 100pp.

This survey research aims at investigating the information seeking, uses and gratification of information on investment of the European Union Investors. Questionnaires had been used for data collection from a total 129 samples. Percentage, mean, Chi-square, Pearson's product moment correlation had been used for data analysis through SPSS program.

The finding are as follows:

1. The demographic characteristics (age, gender, education background)-and the experience of investment background of the European Union Investors do not have different way on information seeking through each media channel type.
2. The uses and gratification toward information which the European Union investors received from each media channel list had the correlation.
3. The information seeking of the European Union investors from each media channel list had the correlation with the use toward information that they received.
4. The uses of information which the European Union investors received had no correlation with the investment decision.
5. The gratifications of information which the European Union investors had no correlation with the investment decision.

Department Public Relations Student's Noralak Duang-Udom  
 Field of study Development Communication Advisor's Ubolwan  
 Academic year 2007 Co-advisor's \_\_\_\_\_

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย การสนับสนุน ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และกำลังใจอย่างดียิ่งจากบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณ และขอขอบคุณอย่างสูง ณ ที่นี้ เริ่มตั้งแต่ รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา ประธานกรรมการ และ รองศาสตราจารย์ ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่คอยกระตุ้น และติดตามงาน รวมทั้งให้ คำแนะนำ คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่กองต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ให้ข้อมูลรายนามติดต่อบริษัทที่ได้รับส่งเสริม เพื่อทำการติดต่อประสานงานการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่จากหอการค้าต่างประเทศท่านอื่นๆ ที่ได้ให้ข้อมูลรายชื่อบริษัทที่เข้ามาลงทุนเพิ่มเติมทำให้ได้ ข้อมูลที่มีความหลากหลายเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ และรำลึกพระคุณของพ่อและคุณแม่ คุณย่า และคุณอาทุกท่าน ซึ่งมีพระคุณอย่างสูงสุด เป็นทั้งกำลังใจ กำลังสนับสนุน เป็นแรงผลักดันให้ทำงานออกมาให้ประสบผล และเป็นเบื้องหลังแห่งความสำเร็จทางการศึกษานับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ขอบคุณพี่ๆ ที่บริษัทโรซ ไทยแลนด์, หอการค้าฝรั่งเศส-ไทย และเพื่อนๆ พี่ๆ ทุกท่านที่คอยมอบกำลังใจสนับสนุนและเป็นห่วงเป็นใยเสมอมา ขอใจเพื่อนๆ เอกฝรั่งเศส ธรรมศาสตร์ ที่คอยไต่ถามความก้าวหน้าของวิทยานิพนธ์ ขอใจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนึ่ง เพื่อนที่รักแม่ตัวอยู่ไกลแต่คอยให้พลังแรงใจ และสร้างเสียงหัวเราะและมีความสุขได้ทุกครั้งแค่เมื่อคิดถึง ขอใจเพื่อนๆ Dev Comm ภาคนอกทุกคนสำหรับสำหรับความเป็นห่วงเป็นใยและมิตรภาพที่ก่อร่างสร้างตัวขึ้นมา นับตั้งแต่วันแรกพบ จนถึงทุกวันนี้ โดยเฉพาะคุณโอ้ คุณเอียร์ คุณหนู ขอใจอย่างมากมายที่คอยกระตุ้น และช่วยเหลือให้เพื่อนก้าวต่อไป เสียงหัวเราะ คราบน้ำตา มิตรภาพ และความผูกพันก่อตัวขึ้นอย่างมากมาย กับคำว่าความทรงจำ เพื่อนแท้และความจริงใจ ขอใจจริงๆ

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1     บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
ปัญหำนำการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
กรอบแนวทางการศึกษา.....	12
2     แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	15
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสารสื่อสารและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการตัดสินใจลงทุนและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง.....	26
3     ระเบียบวิธีวิจัย.....	37
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38

บทที่	หน้า
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
การนำเสนอข้อมูล.....	45
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	47
ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากร.....	47
ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะการลงทุน ประสิทธิภาพการลงทุน และประเภทธุรกิจที่ลงทุน.....	51
ผลการวิเคราะห์การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร.....	53
ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในประเทศไทย บรรยากาศการลงทุนในประเทศไทย และการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลการลงทุน.....	56
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	59
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	63
สรุปผลการวิจัย.....	64
อภิปรายผลการวิจัย.....	74
ข้อเสนอแนะ.....	80
รายการอ้างอิง.....	82
ภาคผนวก.....	85
ภาคผนวก ก.....	86
ภาคผนวก ข.....	93
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	100



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1	แสดงสถิติการค้าระหว่างไทย-สหภาพยุโรป.....6
2	แสดงการจัดอันดับการลงทุนจากประเทศผู้ลงทุนหลักจากสหภาพยุโรปในไทย ปี พ.ศ. 2549(ม.ค. – มิ.ย.) .....7
3	แสดงการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....40
4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....47
5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....48
6	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค.....48
7	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....49
8	แสดงระดับความสามารถทางภาษาของนักลงทุน.....49
9	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประสบการณ์ การลงทุน.....51
10	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทธุรกิจที่กลุ่มตัวอย่างเคยลงทุน ในประเทศอื่น.....52
11	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทธุรกิจที่กลุ่มตัวอย่างลงทุนในไทย.....52
12	แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ภาษาไทยในการติดต่อสื่อสาร.....53
13	แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร.....54
14	แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยใน การติดต่อสื่อสาร.....54
15	แสดงจำนวนและร้อยละของการให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร.....55
16	แสดงช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนจากสื่อต่างๆ.....55
17	แสดงระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูล.....56
18	แสดงทัศนคติต่อบรรยากาศและปัจจัยการลงทุนที่มีผลกับการตัดสินใจ.....57
19	แสดงทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารที่นักลงทุนได้รับจากสื่อต่างๆ.....57
20	แสดงค่าสถิติไคสแควร์ อธิบายความสัมพันธ์ตัวแปรเพื่อทดสอบ สมมติฐานที่.....60
21	แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบ สมมติฐานที่ 2.....60
22	แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบ

ตาราง	หน้า
สมมติฐานที่ 3.....	61
23    แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบ สมมติฐานที่ 4.....	61
24    แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบ สมมติฐานที่ 5.....	62



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวทางการศึกษา.....	12
2 แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	23
3 แบบจำลองการตัดสินใจที่เหมาะสม.....	30
4 กระบวนการประเมินและตัดสินใจเลือกประเทศที่จะลงทุน.....	34



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีการเคลื่อนย้ายเงินลงทุนระหว่างประเทศเป็นไปอย่างเสรี ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาต่างก็มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เพราะประเทศเหล่านั้นจำเป็นต้องพึ่งพาเงินทุนจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศยังส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศผู้รับการลงทุน (Host country) ในด้านต่างๆ เช่น รายได้ประชาชาติ การจ้างงาน การถ่ายทอดเทคโนโลยี การจัดสรรทรัพยากร และดุลการชำระเงิน เป็นต้น (นวพร สวัสดิสาระ, 2539) อย่างไรก็ตามการแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมีปัจจัยหลายชนิดเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งทางด้านสภาพความได้เปรียบโดยวัดได้จากบรรยากาศทั่วไปของประเทศ และด้านนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของประเทศนั้นๆ (โสภณ ราชรักษา, 2541)

สาเหตุของความเจริญเติบโตอย่างไม่มีการจำกัดของธุรกิจระหว่างประเทศในปัจจุบันมีหลายประการดังต่อไปนี้

1. การเจรจาการค้าระหว่างประเทศกับการทำสนธิสัญญาการค้าระหว่างประเทศ เพื่อประโยชน์ที่จะบังเกิดแก่เศรษฐกิจของชาติและประชาชนส่วนใหญ่ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตซึ่งประเทศต่างๆ จะต้องเปิดเสรีทางการค้าและลดข้อกีดกันจำกัดทางการค้าลงให้เหลือน้อยที่สุด ตามแนวทางขององค์การการค้าโลกและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ทำให้ธุรกิจในประเทศต้องพัฒนาตนเองแข่งกับธุรกิจในโลกสากลด้วยที่สุด
2. การสร้างสรรค์ความปรารถนาในสินค้าและบริการที่เหนือกว่าความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ กลยุทธ์การตลาดของประเทศที่พัฒนาแล้วในการสร้างสินค้าและบริการที่ใหม่กว่าดีกว่าเพื่อกระตุ้นให้ผู้คนในประเทศอื่นเกิดความต้องการ และเกิดทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการใหม่ๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือโลกาภิวัตน์ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการ

หากแต่เป็นผู้สร้างสรรค์ความต้องการด้วยเพื่อสร้างสภาวะการแข่งขันที่เป็นประโยชน์ต่อ  
ผู้บริโภค

3. การแพร่กระจายของเทคโนโลยีอย่างไร้พรมแดนภายใต้อิทธิพลของการติดต่อสื่อสารไร้พรมแดนเช่น จานดาวเทียมเชื่อมโยงเครือข่ายโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งไปทั่วทุกมุมโลก ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปได้รับทราบถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ยิ่งไปกว่านั้นในด้านของเครื่องมือสื่อสารได้พัฒนาขึ้น เป็นการช่วยลดอุปสรรคในการหาแหล่งวัตถุดิบ ช่วยการประสานงานค้าขาย และส่งข่าวสารแก่ลูกค้าต่างแดนได้เป็นอย่างดี
4. การขนส่งที่สะดวกรวดเร็วขึ้น ความก้าวหน้าของการขนส่งทุกประเภททำให้พรมแดนระหว่างประเทศลดบทบาทในการขีดเส้นจำกัดของการเดินทางลงไปได้อย่างมาก
5. การเฉลี่ยต้นทุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนจรรยาบรรณมหาศาลในการค้นคว้าวิทยาการที่ล้ำหน้าจะถูกหารเฉลี่ยด้วยจำนวนการผลิตที่มากขึ้นจนเกินอุปสงค์ในประเทศผู้คิดค้น ส่วนเกินของการผลิตเหล่านั้นจะถูกส่งไปจำหน่ายทั่วโลกเพื่อระบายสินค้า แต่ผลดีที่เกิดขึ้นตกอยู่กับประชาชนของทุกประเทศอุปโภคบริโภคของที่ดีขึ้นในราคาที่ถูกลง
6. การพัฒนาของเครื่องมือรองรับธุรกรรมต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันมีการพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับธุรกิจระหว่างประเทศโดยจัดแผนงานขึ้นบริการเฉพาะด้าน ยิ่งกว่านั้นได้มีการเปิดธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออก (EXIM Bank) สำหรับการอำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจระหว่างประเทศในภาครัฐบาลมีการจัดตั้งหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก

การลงทุนระหว่างประเทศภายในทัศนะของรัฐบาลแต่ละที่ แต่ละแห่งจะแตกต่างกันไป แล้วแต่ระบอบการปกครอง นโยบาย และแนวความคิดของผู้นำ สำหรับรัฐบาลของประเทศซึ่งปกครองระบอบประชาธิปไตยมักมีแนวคิดแบบเสรีนิยมที่ต้องการให้ธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างเต็มที่ เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคอันจะส่งผลให้เศรษฐกิจมีอัตราการเจริญเติบโตสูง หากพิจารณา

เฉพาะในกรณีของแนวคิดแบบเสรีนิยมนี้แล้ว สามารถจำแนกผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการลงทุนระหว่างประเทศได้ดังต่อไปนี้

ผลกระทบที่เป็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อประเทศที่ต่างชาติเข้ามาลงทุน

1. การได้รับเงินทุน เทคโนโลยี และระบบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจข้ามชาติที่มีความพร้อมที่จะไปลงทุนในต่างประเทศมักมีเงินทุนดำเนินการอย่างเพียงพอ อันนำมาจากกำไรสะสมของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และสามารถกู้ยืมได้จากธนาคารที่มีความเชื่อถือในชื่อเสียงของธุรกิจ ในส่วนของเทคโนโลยีในประเทศยากจนที่ขาดทุนทรัพย์ในการค้นคว้าวิจัยมักต้องการให้ธุรกิจข้ามชาติถ่ายทอดเทคโนโลยีผ่านการเข้ามาลงทุนในประเทศนั้นหรือผ่านข้อตกลงอนุญาต (License Agreement) ซึ่งธุรกิจข้ามชาติจะถ่ายทอดความรู้ของตนให้เพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับการเจรจาต่อรองและผลประโยชน์ตอบแทนที่ธุรกิจข้ามชาตินั้นจะได้รับจากประเทศที่เข้าไปลงทุน และประเทศเจ้าบ้านมักจะเรียกร้องให้มีการว่าจ้างบุคลากรท้องถิ่นในตำแหน่งงานที่สามารถเรียนรู้ระบบการบริหารงานที่ดี ให้ได้ฝึกฝนจนเกิดความชำนาญในระดับสูง

2. เกิดการว่าจ้างแรงงาน เนื่องจากการเข้ามาลงทุนของธุรกิจข้ามชาติย่อมก่อให้เกิดการว่าจ้างบุคลากรท้องถิ่นเพื่อทำงานด้วย เมื่อคนถูกว่าจ้างและมีรายได้ก็จะทำให้เศรษฐกิจของสังคมนั้นขยายตัวมีการลงทุนเพิ่มอีก และก่อให้เกิดการว่าจ้างงานเพิ่มขึ้นอีก

3. เกิดการได้เปรียบดุลการชำระเงินของประเทศในรายการดุลการชำระเงิน เนื่องจากการไหลเข้าของเงินทุนจากต่างประเทศย่อมก่อให้เกิดการได้เปรียบดุลการชำระเงินในส่วนของบัญชีทุน

4. เกิดการกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันเพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการลงทุนระหว่างประเทศก่อให้เกิดการแข่งขันกันเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีและราคาถูกแก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไปและจะกระตุ้นให้มีการพัฒนาธุรกิจด้วยการลงทุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ พร้อมทั้งทำการวิจัยค้นคว้าให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ ทำให้เกิดผลดีในระยะยาวในแง่การเพิ่มผลิตภาพ สร้างนวัตกรรม และขยายเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตในที่สุด ดังนั้นองค์การการค้าโลกจึงมุ่งส่งเสริมและสนับสนุนการค้าเสรีที่ปราศจากการกีดกันทางการค้าทุกรูปแบบ เพื่อผลประโยชน์แก่ผู้บริโภคทั้งหลายเป็นสำคัญ

ผลกระทบที่เป็นผลเสียซึ่งอาจเกิดขึ้นได้โดยทั่วไปต่อประเทศที่เข้าไปลงทุน อัน ได้แก่

1. เกิดการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เนื่องจากธุรกิจข้ามชาติมีทรัพยากรเงินทุนมากพอที่จะช่วยเหลือบริษัทสาขาในต่างประเทศให้แข่งขันกับธุรกิจท้องถิ่นได้ โดยทำการทุ่มตลาด (Dumping) กำจัดคู่แข่งที่เป็นธุรกิจท้องถิ่นให้หมดจากตลาดไป แล้วผูกขาดตลาดอยู่ผู้เดียว เพื่อที่จะขึ้นราคาหรือเอาเปรียบผู้บริโภคได้ในภายหลัง และถ้าปฏิบัติตามทฤษฎีการค้าว่าด้วยการได้เปรียบเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ซึ่งกล่าวให้ผู้ที่มีความได้เปรียบมากที่สุดสมควรแก่การลงทุน ธุรกิจข้ามชาติจากประเทศอุตสาหกรรมจะได้เปรียบธุรกิจท้องถิ่นในประเทศที่ล้าหลังกว่ามาก จนธุรกิจท้องถิ่นนั้นไม่มีโอกาสได้ดำเนินการในท้องตลาดใดๆ เลย

2. เกิดการขาดดุลการชำระเงินของประเทศ เนื่องจากการโอนผลกำไรกลับไปประเทศแม่ และการนำเข้าวัตถุดิบ เทคโนโลยี เครื่องจักรอุปกรณ์ เพื่อการผลิตจะทำให้เงินตราไหลออกไปนอกประเทศ ทำให้ขาดดุลการชำระเงินในหมวดของบัญชีเดินสะพัด (Current Account)

3. เกิดการขาดสภาพการบังคับและสูญเสียอธิปไตยของชาติ เนื่องจากประเทศที่เป็นฐานการลงทุนจะไม่สามารถควบคุมธุรกิจข้ามชาติได้สักเท่าใดนัก แต่ในทางตรงกันข้ามธุรกิจข้ามชาติที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจจะมีอิทธิพลต่อสถานะเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศที่เข้าไปลงทุนได้เป็นอย่างมาก

ทั้งนี้การลงทุนระหว่างประเทศส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศเจ้าบ้าน ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องมีนโยบายในการส่งเสริมและควบคุมธุรกิจข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนให้เหมาะสมและรัดกุม เพื่อผลประโยชน์สูงสุดที่จะบังเกิดแก่ประเทศของตน เช่น นโยบายส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ หรือประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศยากจนทั้งหลายย่อมต้องการให้เงินตราต่างชาติไหลเข้ามาสู่ประเทศของตนจึงสนับสนุนนักลงทุนต่างชาติโดยมีมาตรการลดหย่อนภาษีให้เงินกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ หรือให้ความช่วยเหลือในรูปแบบอื่นๆ และสร้างสาธารณูปโภคที่จำเป็นต่อการผลิต เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา เครือข่ายเคเบิลใยแก้วนำแสง ท่าเรือน้ำลึก นิคมอุตสาหกรรม เพราะรัฐบาลต้องการให้การลงทุนจากต่างชาติบังเกิดผลดีแก่ประเทศในด้านการถ่ายทอดความรู้และการว่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การไหลเข้าของกระแสเงินทุน ตลอดจนการสร้างภาพพจน์ที่ดีของประเทศได้อีกด้วย

ยิ่งไปกว่านั้นการบังคับจำกัดการลงทุนระหว่างประเทศ ยังเป็นอีกนโยบายของรัฐบาลประเทศเจ้าบ้าน เนื่องจากในบางประเทศที่มีแนวคิดแบบสังคมนิยมหรือชาตินิยมอย่างรุนแรงจะรู้สึกต่อต้านชาวต่างประเทศ โดยมองว่าการที่ต่างชาติมาลงทุนเป็นการกอบโกยเอาผลประโยชน์กลับสู่ประเทศแม่ และทำให้ทรัพยากรธรรมชาติของตนร่อยหรอลงหรือถูกทำลาย จึงไม่ให้สิทธิความเป็นเจ้าของกิจการแก่นักลงทุนต่างชาติ โดยกำหนดให้ต่างชาติต้องถือหุ้นได้น้อยกว่าผู้ร่วมลงทุนท้องถิ่น บางรัฐบาลจะเข้าไปแทรกแซงควบคุมกิจการนั้นหรือออกกฎหมายห้ามชาวต่างชาติลงทุนในธุรกิจบางประเภท หรือกำหนดให้กิจการที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ เช่น กิจการสาธารณูปโภคต้องเป็นรัฐวิสาหกิจซึ่งมีรัฐบาลและชนในชาตินั้นเป็นเจ้าของ การมีนโยบายสนับสนุนนักลงทุนภายในประเทศให้ประกอบกิจการอุตสาหกรรมบางประเภท เช่น อุตสาหกรรมที่รัฐเกื้อหนุนอุ้มชู (Infant Industry) จะกีดกันมิให้นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับธุรกิจภายในประเทศ เพื่อให้โอกาสธุรกิจท้องถิ่นได้ตั้งหลักและพัฒนาตนเองจนสามารถยืนหยัดต่อสู้กับธุรกิจต่างชาติได้ในภายภาคหน้า

รายงานการลงทุนโลกของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ได้รายงานไว้ว่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมีบทบาทมากขึ้นต่อเศรษฐกิจโลก ในปัจจุบัน สำหรับประเทศไทย การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศได้มีบทบาทอย่างเห็นได้ชัด นับตั้งแต่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา เนื่องจากเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีการไหลเข้าของเงินตราต่างประเทศ และเกิดเป็นโครงการลงทุนที่มีฐานการผลิตในประเทศระยะยาว

จากบทวิเคราะห์ใน World Investment Report 2003 ซึ่งจัดทำโดย UNCTAD มีการคาดการณ์ว่าการลงทุนในปี พ.ศ. 2547 จะเริ่มปรับตัวดีขึ้น หลังจากภาวะเศรษฐกิจของหลายๆประเทศทั่วโลกฟื้นตัว นักลงทุนต่างชาติยังคงสนใจลงทุนในประเทศไทย การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปเมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงไตรมาสที่ 2 (มกราคม - กรกฎาคม) ปี พ.ศ. 2547 และใน ปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนการลงทุนสูงขึ้นทั้งในด้านจำนวนบริษัท และด้านเงินลงทุนที่เข้ามา (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2548) ส่งผลให้มีการแข่งขันทางการค้าและการลงทุนที่รุนแรงขึ้น ซึ่งอาจกระตุ้นให้นักลงทุนหันมาลงทุนเพิ่มมากขึ้น ทั้งในตลาดเดิม และในตลาดแห่งใหม่

จากสถิติการส่งเสริมการลงทุนพบว่า นักลงทุนต่างชาติยังคงสนใจลงทุนในประเทศไทย การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปเมื่อ



เปรียบเทียบในช่วงไตรมาสที่ 2 (มกราคม - กรกฎาคม) ปี พ.ศ. 2547 และใน ปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนการลงทุนสูงขึ้นทั้งในด้านจำนวนบริษัท และด้านเงินลงทุนที่เข้ามา (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2548) นอกจากนั้นแล้ว มูลค่าปริมาณการค้ารวมของสถิติการค้าระหว่างไทยและสหภาพยุโรปนั้นมีมูลค่าสูงขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่องดังเห็นได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงสถิติการค้าระหว่างไทย-สหภาพยุโรป

สถิติการค้าระหว่างไทย-สหภาพยุโรป		มูลค่า : ล้านบาท					
ปี	ปริมาณการค้ารวม		ส่งออก		นำเข้า		ดุลการค้า
	มูลค่า	ขยายตัว	มูลค่า	ขยายตัว	มูลค่า	ขยายตัว	
2545 (2002)	764,973.0	-7.61 %	453,479.2	-5.71 %	311,493.8	-10.23 %	141,985.4
2546 (2003)	829,945.0	8.49 %	506,421.8	11.67 %	323,523.2	3.86 %	182,898.6
2547 (2004)	956,513.7	15.25 %	577,549.4	14.05 %	378,964.3	17.14 %	198,585.1
2548 (2005)	1,033,084.9	8.01 %	600,184.7	3.92 %	432,900.2	14.23 %	167,284.5

ภาวะการลงทุนของสหภาพยุโรปในต่างประเทศ สถิติของ Eurostat (The Statistical Office of the European Communities) ซึ่งเผยแพร่ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2549 แสดงให้เห็นว่า ในปี พ.ศ. 2548 การลงทุนโดยตรงของสหภาพยุโรปในประเทศนอกกลุ่ม คิดเป็นมูลค่า 153 พันล้านยูโร เพิ่มขึ้นร้อยละ 19 จากมูลค่า 129 พันล้านยูโรในปี พ.ศ. 2547 ปริมาณการลงทุนที่เพิ่มขึ้นนี้ เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของการลงทุนในแถบอเมริกาเหนือ โดยในปี พ.ศ. 2548 สหภาพยุโรปลงทุนในสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมูลค่า 26 พันล้านยูโร และในแคนาดา 9 พันล้านยูโร เปรียบเทียบกับมูลค่า 7 พันล้านยูโรในสหรัฐอเมริกา และ 2 พันล้านยูโรในแคนาดาในปี พ.ศ. 2547 อย่างไรก็ตาม การลงทุนของสหภาพยุโรปในภูมิภาคอื่น ๆ ในปี พ.ศ. 2548 ลดลงร้อยละ 2 ในขณะที่การลงทุนในสหภาพยุโรปในปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 ถึงร้อยละ 80 ทั้งนี้ สหราชอาณาจักรนับเป็นประเทศผู้ลงทุนรายใหญ่ที่สุดของสหภาพยุโรปที่ออกไปลงทุนในต่างประเทศ โดยมีมูลค่า 56 พันล้านยูโรหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37 ของมูลค่าการลงทุนของสหภาพยุโรปทั้งหมดในต่างประเทศ รองลงมาคือ ฝรั่งเศส (มูลค่า 19 พันล้านยูโรหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12) ลักเซมเบิร์กและสวีเดน (มูลค่าประมาณ 16 พันล้านยูโรหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10) ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามภาวะลงทุนของสหภาพยุโรปในไทยในช่วงครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2549 นี้ สหภาพยุโรปยังคงตำแหน่งผู้ลงทุนอันดับ 2 ของไทยในแง่ของจำนวนโครงการ รองจากญี่ปุ่น แต่ในแง่ของมูลค่าการลงทุนนั้นสหภาพยุโรปกลับตกลงไปอยู่อันดับ 6 ในครึ่งปีแรกของปีนี้ โดยเป็นรองจากสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฮังการี และสิงคโปร์ ทั้งนี้อาจเป็นผลเนื่องมาจากสถานการณ์ทางการเมือง ตลอดจนราคาน้ำมันและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการลงทุนจากสหภาพยุโรปในช่วงครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2549 ลดลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตามการชะลอตัวดังกล่าวจะเป็นเพียงผลกระทบในระยะสั้น เพราะนักลงทุนจากสหภาพยุโรปส่วนใหญ่ยังเชื่อมั่นในศักยภาพพื้นฐานของเศรษฐกิจไทย แต่หากประเด็นทางการเมืองยังยืดเยื้อต่อไปไทยก็อาจเสียเปรียบประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ไม่เฉพาะแต่จีนหรือเวียดนามเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงประเทศสมาชิกใหม่ของสหภาพยุโรปอีกด้วย ซึ่งประเทศสมาชิกใหม่ต่าง ๆ เหล่านี้มีข้อได้เปรียบไทยในทางภูมิศาสตร์เนื่องจากมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปเดิม และมีต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันได้

ตารางที่ 2 การจัดอันดับการลงทุนจากประเทศผู้ลงทุนหลักจากสหภาพยุโรปในไทย ปี พ.ศ. 2549  
(ม.ค.- มี.ย.)

อันดับ	ในแง่จำนวนโครงการ		ในแง่มูลค่าการลงทุน	
	ประเทศ	จำนวนโครงการ	ประเทศ	เงินลงทุน (ล้านบาท)
1	เนเธอร์แลนด์	14	เนเธอร์แลนด์	3,007
2	สหราชอาณาจักร	10	สหราชอาณาจักร	656
3	เยอรมนี	8	ออสเตรเลีย	588
4	ฝรั่งเศส	4	เยอรมนี	561
5	อิตาลี	3	ฟินแลนด์	500

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (พิจารณาจากสถิติในชั้นอนุมัติให้การส่งเสริม)

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในระยะหลังสหภาพยุโรปให้ความสำคัญกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) มากขึ้นเพื่อเป็นการถ่วงดุลอำนาจของสหภาพยุโรปในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะในยุคที่ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจกำลังเคลื่อนย้ายไปสู่จีนและอินเดีย จะเห็นได้จากการที่สหภาพยุโรปมีความสนใจที่จะจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-สหภาพยุโรป นอกจากนี้ คงต้อง

ยอมรับว่าในช่วงหลังประเทศผู้ลงทุนหลักของสหภาพยุโรปหลายประเทศ อาทิ ฝรั่งเศส เบลเยียม สวีเดน ได้มีการยกระดับสถานะและความสัมพันธ์ที่มีต่อประเทศไทย โดยได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการร่วมระหว่างกันขึ้น ที่ลงนามและเริ่มปฏิบัติตามแผนฯ แล้ว ได้แก่ แผนปฏิบัติการร่วมไทย-ฝรั่งเศส ซึ่งการส่งเสริมความร่วมมือด้านการลงทุนเป็นส่วนหนึ่งในแผนปฏิบัติการดังกล่าวด้วย ทั้งในการส่งเสริมการลงทุนระหว่างกัน และการร่วมลงทุนในประเทศที่สาม เช่น เพื่อนบ้านของไทย และด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่าโอกาสการขยายการลงทุนจาก สหภาพยุโรปในไทยยังมีอยู่อีกมาก รวมถึงการที่รัฐบาลไทยได้ให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ลงนามใน MOU (Memorandum of Understanding) กับประเทศต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ รวมไปถึงเพื่อส่งเสริมความร่วมมือ ซึ่งการลงนามความร่วมมือกับประเทศต่างๆ เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่มีจุดมุ่งหวังที่จะส่งเสริมความร่วมมือด้านการลงทุนระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่ค้า รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

นอกจากนั้นโดยหลักทั่วไปแล้วการเข้าไปลงทุนประกอบกิจการในประเทศใดประเทศหนึ่งนั้น นักลงทุนต้องอาศัยระยะเวลาและปัจจัยหลายประการประกอบการตัดสินใจ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในของแต่ละประเทศ ปัจจัยในระดับธุรกิจของผู้ลงทุน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคเดียวกัน (โสมถน ราชรักษา, 2542) ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการลงทุนในประเทศไทยนั้นมีหลายประการ ได้แก่ ขนาดของตลาดภายในประเทศ มูลค่าสินค้าส่งออกของไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของไทย อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของสหภาพยุโรป อัตราภาษีนำเข้าของไทย อัตราค่าจ้างในประเทศไทยโดยเปรียบเทียบและอัตราดอกเบี้ยหักลดในประเทศไทย (อนุชัฐา เชาววิศิษฐ์, 2541) ยิ่งไปกว่านั้นยังมีอีกหลายตัวแปรที่มีผลต่อการเข้ามาลงทุนของต่างชาติเช่น ที่ตั้งของประเทศ ภาษา และวัฒนธรรม เป็นต้น และเนื่องจากการตัดสินใจนั้นเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับทางเลือก และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Carroll และ Johnson, 1990) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ รวมถึงนักลงทุนจากสหภาพยุโรปเองเช่นกัน เป็นกระบวนการที่มีหลายขั้นตอน มิได้เป็นการตัดสินใจได้โดยง่ายเพียงช่วงเวลาสั้นๆ แต่อย่างใด

ด้วยความสำคัญของการตัดสินใจในการลงทุนในประเทศไทยจากสหภาพยุโรปที่มีผลมาจากปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมในด้านการสื่อสารว่ามีความสัมพันธ์มากน้อยหรือไม่ และอย่างไรต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย โดยศึกษาในแง่มุมมองของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทย การให้

ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาที่ผู้รับสารนั้นคือนักลงทุนจากสหภาพยุโรปเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร จากสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้จะศึกษาในเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับของนักลงทุนนั้นว่ามีความสัมพันธ์ในการตัดสินใจลงทุนอย่างไร โดยผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและสำคัญต่อการลงทุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ที่เกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ รวมถึงต่อแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะนักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่ได้เข้ามาติดต่อขอรับการสนับสนุนการลงทุนในประเทศไทยและมีรายชื่อในทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในระหว่างเดือนมกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 เท่านั้น
2. ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทยจากสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่อยู่ในประเทศไทยแล้วและตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย ในช่วงปี 2549 (มกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2549) เท่านั้น
3. ศึกษาการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่มีต่อข่าวสาร และข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทยเท่านั้น

## ปัญหานำการวิจัย

1. นักลงทุนจากสหภาพยุโรปมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทยจากสื่อใดบ้าง และอย่างไร
2. นักลงทุนจากสหภาพยุโรปมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทยนั้นในระดับใด
3. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารนั้นมีความสัมพันธ์กัน หรือไม่ อย่างไร
4. การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปหรือไม่ อย่างไร
5. ความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปหรือไม่ อย่างไร

## นิยามศัพท์

1. **การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร** หมายถึง การค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยและมีชื่อในฐานข้อมูลของนักลงทุนที่ยื่นเรื่องขอรับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการลงทุนในช่วง เดือน มกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 จากสื่อต่างๆ อันได้แก่

- สื่อบุคคล เช่น คนรู้จัก เพื่อนร่วมงาน เจ้านาย เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กระทรวงอุตสาหกรรม, หอการค้าต่างประเทศประจำประเทศไทย องค์การส่งเสริมการค้าและความร่วมมือระหว่างประเทศ ฯลฯ

- สื่อมวลชน เช่น วารสาร วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

- สื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว รายงานประจำปี เป็นต้น

- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์

2. **การใช้ประโยชน์** หมายถึง การที่นักลงทุนจากสหภาพยุโรปสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินการหรือประกอบในกระบวนการตัดสินใจ เช่น ใช้เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเมือง/เศรษฐกิจ/ สังคม ได้ทันทั่วถึง รวมถึงใช้เพื่อนำข้อมูลข่าวสารมาประกอบการพัฒนาความรู้ความสามารถต่างๆ เกี่ยวกับกิจการที่ดำเนินการอยู่ และ ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อวางแผนการบริหาร การจัดการขององค์กร และการลงทุนหรือขยายกิจการในประเทศไทย เป็นต้น

3. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับของความพอใจที่นักลงทุนได้รับจากการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทย เช่น ด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร และความสมบูรณ์ และความพอเพียงของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อแต่ละชนิด เป็นต้น

4. **นักลงทุนจากสหภาพยุโรป** หมายถึง ผู้บริหารระดับสูงที่มีอำนาจในการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่างๆ การบริหารกิจการที่ลงทุน หรือคัดเลือกสถานที่สำหรับตั้งฐานการผลิตหรือประกอบการธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มประเทศผู้นำการลงทุนจากสหภาพยุโรปที่ได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทยและติดต่อเข้าขอรับการสนับสนุนการลงทุนจากสำนักงานส่งเสริมการลงทุนในช่วงระหว่าง เดือน มกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2549

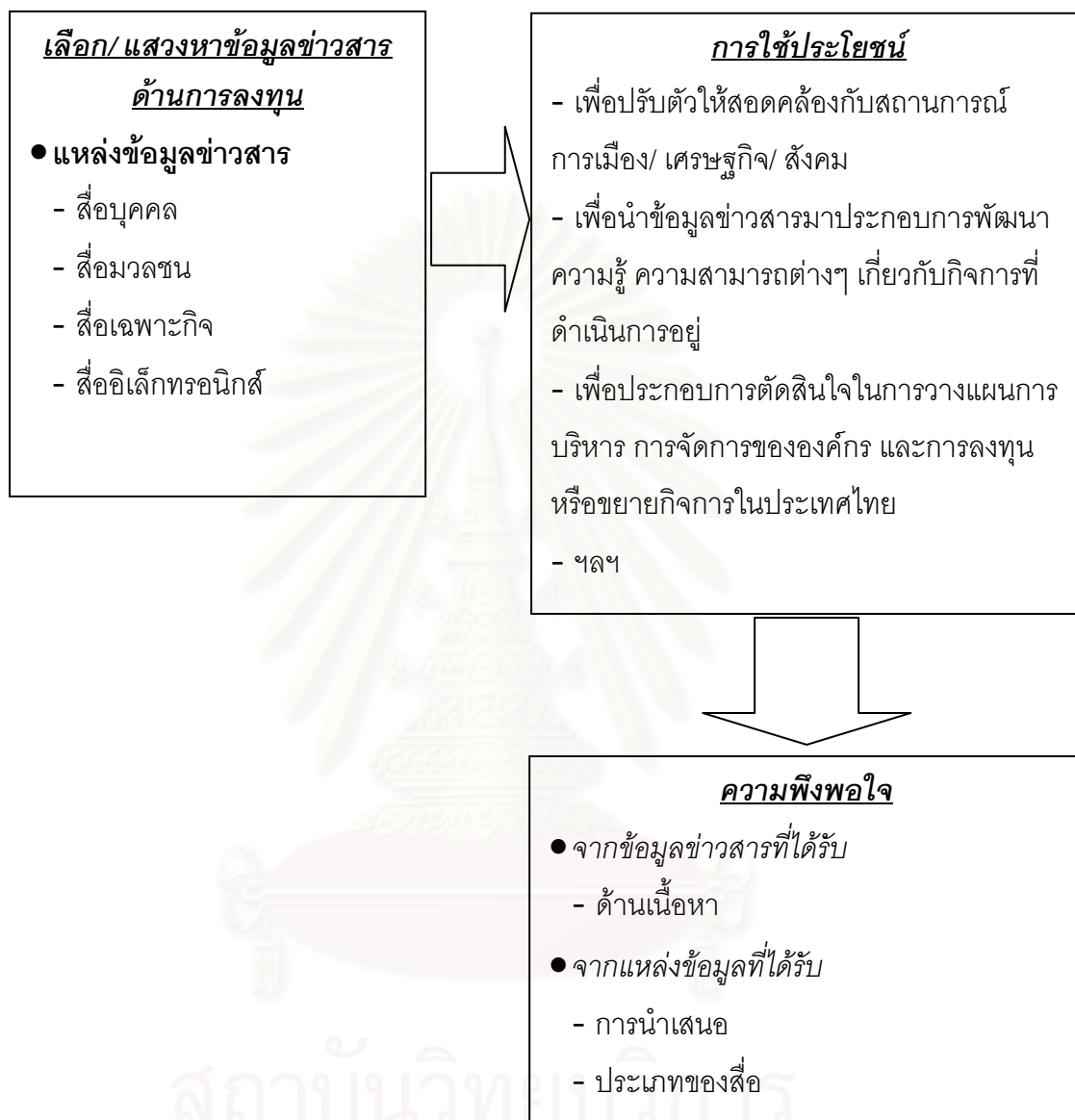
5. **การลงทุน** หมายถึง การที่นักลงทุนจากสหภาพยุโรปเข้ามาลงทุนประกอบกิจการในประเทศไทย ซึ่งอาจจะกระทำโดยการเข้ามาตั้งบริษัทสาขาในประเทศ การเข้ามาจัดตั้งบริษัทใหม่ การซื้อกิจการของผู้ผลิตเดิมในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือการลงทุนร่วมกับผู้ลงทุนในประเทศ โดยผู้ลงทุนมีส่วนเป็นเจ้าของ และจัดการในกิจการที่มาลงทุน

6. **การตัดสินใจ** หมายถึง กระบวนการพิจารณาทางเลือกของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปว่าจะลงทุนในประเทศไทยหรือไม่

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับด้านการส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้มีส่วนช่วยในการกระตุ้นทัศนคติที่ดีและส่งผลให้เกิดการลงทุน และชักจูงนักลงทุนชาวต่างชาติอื่นๆ เข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต

ภาพ ที่ 1 กรอบแนวทางการศึกษา



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย” มีกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and gratifications)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน (Decision Making for Investment)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

นับตั้งแต่ยุคสมัยของนักการสื่อสารในยุคแรกๆ เป็นต้นมาภาพที่สะท้อนจากมุมมองที่มีต่อผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะในแบบจำลองกระบวนการสื่อสารนั้นก็จะมีภาพที่เปลี่ยนไปเสมอในแต่ละยุค ดังเช่นในยุคแรกนั้น นักการสื่อสารมักจะมองภาพผู้รับสารว่าเป็น “ผู้ชม” กล่าวคือ คำว่าผู้ชมที่ใช้นั้นสะท้อนให้เห็นว่าเป็นผู้เข้ามาชมการแสดง การละเล่น หรือกิจกรรมต่างๆ ผู้ชมอาจมีน้อยหรือมาก หากมีมากกลุ่มบุคคลเหล่านี้จะมารวมกันในสถานที่ เวลาเดียวกัน ด้วยความเต็มใจที่จะมาร่วมรับประสบการณ์เดียวกัน

ต่อมาเมื่อการสื่อสารมวลชนพัฒนาขึ้นมา ภาพของผู้ชมในยุคก่อนจึงเริ่มเปลี่ยนไป ผู้รับสารไม่ได้ถูกจำกัดอยู่ในสถานที่และเวลาเดียวกัน แต่อาจเป็นใครก็ได้ที่สื่อสารสามารถเข้าไปถึงตัวได้ และเมื่อการสื่อสารในสังคมได้พัฒนามาถึงยุคปัจจุบันความหมายของผู้รับสารจึงได้ถูกตีความไปต่างๆ นานา ตามขอบเขตและการศึกษาค้นคว้าของนักวิชาการสื่อสารในแง่มุมต่างๆ McQuail (1983) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารและสรุปออกมาได้เป็น 4 แนวคิด



1. ผู้รับสารในฐานะบุคคลโดยรวม แนวคิดนี้มองผู้รับสารตรงปริมาณเป็นหลัก ปริมาณของคนที่สื่อสามารถเข้าถึงหรือปริมาณบุคคลที่ผู้ส่งสารตั้งใจจะส่งสารให้ถึง แต่ในทางปฏิบัติแล้วนั้นการตีความหมายในแนวนี้ออกจะซับซ้อนและไม่ชัดเจน เพราะการเข้าถึงสื่อ นั้นแต่ละคนมีได้ไม่เท่ากัน และในจำนวนของคนที่ยังไม่ถึงได้นั้นก็ไม่ได้หมายความว่า จะได้รับสารที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับทั้งหมด โดยทั่วไปแล้วแนวคิดนี้เน้นเฉพาะการได้รับสารและความสนใจที่มีต่อสาร เนื่องจากผู้ส่งสารมักจะสนใจเพียงแต่ว่ามีใครได้รับสารที่สื่อออกไปบ้างหรือไม่ ไม่ได้ให้ความสนใจว่าการสื่อสารนั้นๆ จะครบกระบวนการหรือไม่

2. ผู้รับสารในฐานะมวลชน แนวคิดนี้มองว่าผู้รับสารมีจำนวนมาก มีความหลากหลาย กระจัดกระจายกันอยู่ ไม่รู้ว่าใครเป็นใคร ไม่ขึ้นอยู่กับองค์กรทางสังคมใดๆ รวมทั้งไม่ได้รวมตัวกันอย่างต่อเนื่อง

3. ผู้รับสารในฐานะสาธารณชน หรือกลุ่มสังคม แนวคิดนี้มีแนวคิดหลักอยู่ตรงที่ว่าผู้รับสารเป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรม สามารถตอบโต้ได้ ถึงแม้จะมีสื่อเข้าไปถึง แต่ผู้รับสารก็ไม่ได้อยู่ได้ เพราะสื่อ สาธารณชนหรือกลุ่มสังคมเป็นกลุ่มของตนและความเป็นอยู่ของกลุ่มคนที่อยู่ในสังคมมีการรวมตัวกันอยู่โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวการให้ข่าวสาร ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ในกลุ่มชน แนวคิดนี้มองว่าผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นผู้มีความสำนึกในส่วนรวม และมีปฏิสัมพันธ์กันเมื่อที่จะจัดการให้สังคมดำเนินไปตามที่ส่วนรวมต้องการ

4. ผู้รับสารในฐานะตลาด แนวคิดนี้เป็นแนวคิดทางเศรษฐกิจ ซึ่งต่างจากแนวคิดอื่นๆ ที่เป็นแนวคิดทางการเมือง เป็นแนวคิดทางมองว่าผู้รับสารเป็นกลุ่มบุคคลที่อาจจะเป็นผู้บริโภคที่เรา รู้จัก ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อที่จะเจาะสารให้เข้าถึงกลุ่มเหล่านี้ แม้จะมีความคล้ายคลึงกันกับแนวคิดของผู้รับสารที่เป็นมวลชน แต่ความแตกต่างอยู่ที่ว่า แนวคิดนี้ให้ความสนใจในผู้รับสารที่มีความแตกต่างกัน รวมทั้งยังเน้นที่ความพึงพอใจของผู้รับสารที่จะเลือกรับสารและใช้สารนั้น เป็นข้อมูลในการตัดสินใจด้านเศรษฐกิจของตนเอง

การศึกษาผู้รับสารในงานวิจัยนี้จะศึกษาตามแนวคิดทางเศรษฐกิจอีกทั้ง ศึกษาเพื่อหาข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นที่การศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคติ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้รับสาร หลังจากที่ได้รับข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์แล้วเพื่อดูว่าผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวสาร

นั้นๆ หรือไม่ ข่าวสารข้อมูลนั้นๆก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของผู้รับสารให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการ และเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร คือปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

### ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking)

ปัจจุบันในสังคมมีข่าวสารที่ผลิตขึ้นมาและเผยแพร่ออกไปสู่สาธารณชน ในรูปแบบต่างๆ มากมายจนกลายเป็นเรื่องยุ่งยากต่อผู้รับสารที่จะค้นคว้าให้ตรงกับความต้องการของตนเอง ซึ่งในเรื่องนี้ทำให้นักวิชาการสื่อสารเกิดความสนใจที่จะศึกษาว่าคนเราจะแสวงหาข่าวสารตามที่เราต้องการได้อย่างไร (สวณิต ยมภักย์ และรวีวรรณ ประกอบผล, 2528)

Klapper (1960) ได้รวบรวมผลงานวิจัยเกี่ยวกับผลของสื่อและสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่แล้วคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อ หรือเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารตรงกับทัศนคติหรือความสนใจตัวผู้รับสาร มากกว่าที่จะศึกษาที่ผู้ส่ง สื่อ และข่าวสาร โดยตรงมีการศึกษาพฤติกรรมทางเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสาร ว่ามีสาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนด ทำให้คนเราต้องเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสาร

Charles K. Atkin (1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารได้จากสื่อมวลชนใดนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทนกับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา หากผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่หากผลประโยชน์ที่ได้รับนั้นน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลนั้นก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น และในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้นก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารนั้นต้องลงทุนลงแรงมากกว่า การรับข่าวสารนั้นบุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ

Atkin ยังชี้ให้เห็นว่าในกรณีที่มนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าไร ความต้องการในการรับข่าวสารของมนุษย์ก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน 4 ประการ คือ ต้องการรู้ในเหตุการณ์ ต้องการ

คำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง และ ต้องการข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ซึ่งบุคคลแต่ละคนมีขั้นตอน และกระบวนการ ในการเลือกรับข่าวสารที่ต่างกันออกไป ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคล ขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic uncertainty) ยิ่ง เป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคล ขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจก บุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic uncertainty)

Schramm (1973) เป็นอีกคนหนึ่งที่ทำให้ความสนใจเรื่องนี้ ได้กล่าวถึงหลักทั่วไป ของการเลือกความสำคัญของข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด และผลที่จะได้ ซึ่ง นักวิชาการทางการสื่อสารจะรู้จักกันดีในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

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

ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามในการรับน้อยที่สุด และได้ผลตอบแทน มากที่สุด ความพยายามน้อยที่สุด คือ มีความสะดวกและความพร้อม ราคาถูก นอกจากนี้ เวลา บทบาท นิสัย และประเพณี ก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ หรือรับสื่อด้วย สำหรับผลตอบแทนแบ่ง ออกเป็น ผลตอบแทนเร็ว คือ เสนอเนื้อหาที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด หรือช่วยแก้ปัญหา ส่วน ผลตอบแทนช้า คือ ข่าวสารที่ให้ความรู้ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสุขภาพอนามัย เป็นต้น

สูตรดังกล่าวเป็นเพียงหลักการเบื้องต้น หรืออาจเป็นไปได้เฉพาะการเลือกรับ ข่าวสารบางครั้งเท่านั้น อาจมีสาเหตุอื่นที่ควรพิจารณาอีกหลายประการ เช่น การมีประสบการณ์ ต่างกันของผู้รับสาร ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลังสถานภาพ

ตลอดจนสภาวะทางสังคม และจิตใจของแต่ละคนด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่คุณต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญต่อผู้รับสารในสิ่งต่างๆ เหล่านี้ และถ้าพิจารณาเฉพาะจากสูตรนี้ จะเห็นได้ว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถแสวงหาได้ง่าย และเป็นข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง

การที่บุคคลจะเปิดรับ ไม่เปิดรับ หรือแสวงหาข้อมูลข่าวสารใดของแต่ละบุคคลนั้น มีความแตกต่างกันตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) นั่นคือ บุคคลจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของ บุคลิกภาพ ทัศนคติ สถิติปัญญา ความรู้และความสนใจ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ยังมีปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น ด้านประโยชน์ใช้สอยของตนเอง ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว เมื่อเป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาข่าวสาร รับ และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง

กระบวนการเลือกเปรียบเทียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งแตกต่างไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จีระโสภณ, 2535)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น เลือกฟังวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่ง เลือกชมโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง หรือเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ของ Festinger (1975) ที่กล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ดังนั้น เมื่อบุคคลใดจะตัดสินใจ

เรื่องหนึ่งเรื่องใดที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ บุคคลนั้นก็ย่อมที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นๆ จะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามสภาวะร่างกายหรือมีอารมณ์ในขณะนั้น เช่น การลดค่าเงินบาท บางคนมองว่าดี แต่บางคนมองว่าเป็นผลเสีย

ปรมา สตะเวทิน (2541) ได้กล่าวว่า การรับรู้และการตีความหมาย มีความเกี่ยวข้องกันจนเกือบจะเป็นสิ่งเดียวกัน การรับรู้คือ กระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็น การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเลือกให้ความสนใจ คนเราจะเลือกตีความหมายของสิ่งที่ตนอ่าน ดู ฟัง ตามทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของตน เนื้อหาของสื่อมวลชนจึงมักจะถูกตีความหมายบิดเบือนไปโดยที่เราไม่รู้ตัว การเลือกตีความหมายเกิดขึ้นตามธรรมชาติของมนุษย์ ยกตัวอย่างเช่น คนที่สูบบุหรี่ เมื่ออ่านบทความที่พูดถึงผลร้ายของการสูบบุหรี่ที่อาจทำให้เป็นมะเร็งได้ มักจะไม่ค่อยเชื่อว่าการสูบบุหรี่จะทำให้คนเป็นมะเร็งได้จริงๆ หรือคนที่มีอคติในเรื่องเชื้อชาติ เมื่อได้รับสารที่ตำหนิเรื่องการแบ่งแยกผิวกลับตีความไปว่าสารนั้นส่งเสริมการแบ่งแยกผิว เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในสิ่งที่ตนไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า จากงานวิจัยของ Allport and Postman (1945) ที่ศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง พบว่า ผู้รับสารมักจะถ่ายทอดเรื่องราวไปยังคนอื่นไม่ครบถ้วนเหมือนที่ได้รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอด

อาจกล่าวได้โดยสรุปว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ อีก เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ

แก้ปัญหา รวมไปถึงเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงอีกด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารได้ๆ นั้นด้วยเช่นกัน

ในด้านของนักลงทุนชาวยุโรปนั้น การรับรู้ข่าวสารคือช่องทางในการศึกษา เรียนรู้ถึงช่องทางการประกอบธุรกิจในประเทศไทย ช่องทางการทำกำไรจากการศึกษาตลาดจากฐานข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผลประโยชน์ที่จะได้รับการประกอบธุรกิจ การลงทุน และกำไรนั้นย่อมมากกว่าการที่จะต้องติดตามข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นนักลงทุนย่อมที่จะต้องมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ โดยที่ความต้องการข่าวสารนั้นไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของนักลงทุนที่มีในขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น และความ ต้องการข่าวสารของนักลงทุนยังเกิดจากความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ ความเข้าใจของนักลงทุนขณะนั้นกับระดับเป้าหมายของข้อมูลข่าวสารที่ต้องการซึ่งก็ขึ้นอยู่กับระดับความสนใจ ความต้องการส่วนบุคคลของนักลงทุนเอง

นักลงทุนมีการติดตามข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจลงทุนเพื่อไม่ให้เกิดผลขาดทุนจากการประกอบการ ผลประโยชน์ที่ได้รับย่อมมากกว่าการลงทุนลงแรงติดตามข้อมูลข่าวสาร ส่วนการที่จะเลือกติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารใดก็ขึ้นอยู่กับนักลงทุนต้องการหรือสนใจข้อมูลข่าวสารใด รวมถึงข้อมูลข่าวสารใดที่เกิดขึ้น แต่ตนเองยังไม่รู้ ไม่เข้าใจ หรือขาดความละเอียดชัดเจนเพียงพอที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจลงทุน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ นักลงทุนเลือกที่จะรับรู้หรือติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับส่วนธุรกิจที่ตนเองสนใจจะเข้าไปทำการลงทุน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2530) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวอเมริกัน โดยเน้นตลาดเอเชียแปซิฟิก พบว่า แหล่งข้อมูลสำหรับการเดินทางส่วนใหญ่เป็นตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวและญาติมิตรที่เคยมาท่องเที่ยวในแถบเอเชียแปซิฟิก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังอาศัยแหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยเฉพาะหนังสือแนะนำเที่ยว บทความท่องเที่ยว นอกจากนี้งานวิจัยดังกล่าวยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ทางฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกานิยม

เดินทางโดยอาศัยข้อมูลจากบทความที่เกี่ยวข้องในนิตยสารต่างๆ ในขณะที่นักท่องเที่ยวทางฝั่ง ตะวันออกของสหรัฐอเมริกาสนใจที่จะสอบถามสำนักงานการท่องเที่ยวมากที่สุด

**ศิริลักษณ์ อริยปัญญา (2540)** ศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อ ประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนกับความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ตลอดจนสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนนั้นไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ

**ปวิกร จุณณานนท์ (2541)** ศึกษาเรื่องปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของประชาชน พบว่า ประชาชนที่ลงทุนในกองทุนรวมมีการใช้สื่อเพื่อ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารโดยรวมในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารแล้ว พบว่าใช้วิธีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่มากกว่าใช้สื่อประเภทอื่นๆ

**สุกัญญา บุษยบัณฑิต (2541)** ศึกษาประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ โครงการฉลากประหยัดไฟ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการฉลากประหยัดไฟฟ้าไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้าอย่างมี นัยสำคัญ ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักหรือได้รับข่าวสารของโครงการฉลากประหยัดไฟจากสื่อมวลชน มากที่สุด และได้รับข้อมูลมากที่สุดจากสื่อมวลชนเช่นกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และ สื่อวิทยุในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนสื่อที่สร้างความเข้าใจได้มากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมา คือ สื่อวิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ประหยัดไฟคือ สื่อ โทรทัศน์ รองลงมาเป็นสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

**สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณ์ (2543)** ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ทักษะ และ ความ ต้องการของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการลงทุนใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆระหว่าง การ เปิดรับ ทักษะ และความต้องการของนักลงทุนต่อข้อมูลข่าวสาร ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องของ ความสัมพันธ์ทางด้านการเปิดรับข้อมูลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของนักลงทุน การ

เปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อการลงทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการของของนักลงทุนต่อ ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคติของนักลงทุน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความต้องการของนักลงทุนต่อ ข้อมูลเพื่อการลงทุน และข้อมูลทางด้านประชากรเช่น อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ และความพร้อมด้านเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่นคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับเรื่องของการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคติต่อข้อมูล และความต้องการด้านข้อมูลในเรื่องการลงทุนของนักลงทุน

**ใจพร เศรษฐภูภิวติกุล (2544)** ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรม และความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออกของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่อนข้างน้อย โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเพื่อ เป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือนิตยสาร และวารสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออกจะเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ณ หมู่เกาะในเขตทะเลภาคตะวันออกมาก่อน มีความนิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนฝูง โดยเป็นผู้ตัดสินใจในการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่เกาะเขตภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความถึงพอใจในการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะเขตภาคตะวันออกอยู่ในระดับปานกลาง แต่อย่างไรก็ตามยังไม่ความคาดหวังอยู่ในระดับที่สูงกว่าความพึงพอใจ การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ในขณะที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านสถานที่พัก

**จันทิมา เลิศอุไรวงศ์ (2547)** ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของผู้ชนะการแข่งขันรายการแพนพันธุ์แท้ พบว่าผู้ชนะการแข่งขันรายการแพนพันธุ์แท้ที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผู้ชนะการแข่งขันรายการแพนพันธุ์แท้ที่มีเพศ ต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร ส่วนสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ส่วนสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร การใช้ประโยชน์จากข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสาร ปัจจัยทางประชากร ได้แก่ อายุ อาชีพพนักงานบริษัท/



ห้างร้านของเอกชน และปัจจัยเชิงพฤติกรรมด้านการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของผู้ชนะการแข่งขันรายการแฟนพันธุ์แท้ ซึ่งอายุเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยพิจารณาถึงการได้แสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ทั้งนี้หากนักลงทุนมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับที่สูง ย่อมจะส่งผลต่อความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย ในการที่จะดำเนินธุรกิจ ลงทุนในประเทศไทย ซึ่งจะนำไปสู่การระดมทุนที่เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย ในระยะต่อไป

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร (Uses and gratifications Theory)

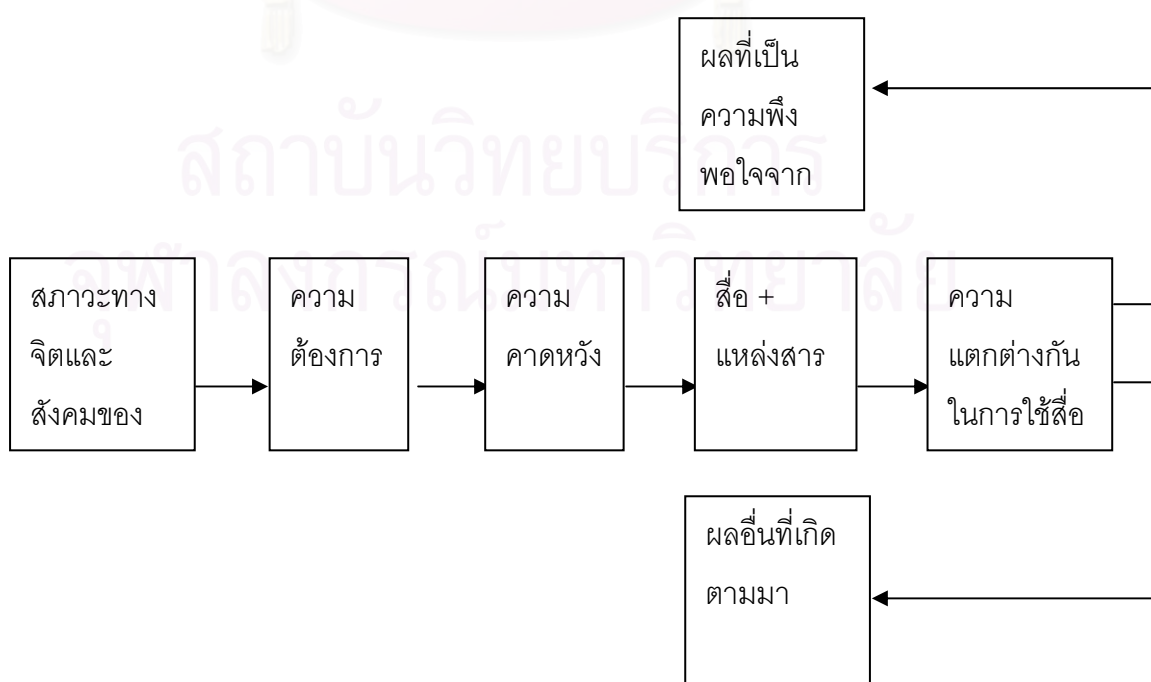
แนวความคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารเป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสาร เพราะในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง การศึกษาแนวนี้เป็นการศึกษาที่เน้นในด้านการศึกษาผู้รับสาร (Audience Analysis) เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ เพราะการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับระดับที่ผู้รับสามารถรับสารและเข้าใจในสารนั้น

ในการวิจัยการใช้ใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น Katz และคณะ (1973) ได้ให้ความสนใจศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยทำการศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อสื่อในประเทศอิสราเอล เมื่อปี 1973 ซึ่งการวิจัยครั้งนั้นเป็นการสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะสร้างเครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใดๆ ผลวิจัยพบว่า ชาวอิสราเอลมีความเห็นว่าครอบครัว และเพื่อนฝูงเป็นแหล่งสนองความพึงพอใจที่ดีที่สุด ส่วนสื่ออื่นๆ มีส่วนช่วยในการสนองความต้องการได้บ้าง อย่างไรก็ตามการศึกษากการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในงานวิจัยนี้ เป็นแบบของงานวิจัยในระยะต่อมา

การศึกษากการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับสถานะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ การคาดคะเนเกี่ยวกับสื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิดความพอใจที่ได้รับจากสื่อและผลอื่นๆ ที่บางครั้งไม่ได้คาดหมายมาก่อน

โดยส่วนใหญ่แล้ว ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อม สำหรับการลงมือกระทำ (เช่น รายงานพยากรณ์อากาศ) เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนแล้ว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปโดยไร้จุดมุ่งหมาย เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน เรียกว่าเป็น Goal oriented activity และในท่ามกลางสถานะการแสวงหาของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนไม่ได้เป็นเพียงทางเลือกทางเดียวของบุคคล แต่เป็นเพียงตัวเลือกหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่นๆ และทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นอันดับแรก จากนั้นความต้องการดังกล่าวถึงจะถูกเปลี่ยนมาเป็นแรงจูงใจที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหากการใช้สื่อประเภทต่างๆ

ภาพที่ 2 แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ



ในการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการนับตั้งแต่สภาวะทางจิตใจและสังคมของแต่ละบุคคล สืบเนื่องไปยังความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน เช่น ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติและค่านิยมของตน ต้องการประสบการณ์ใหม่ และต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร เป็นต้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร

Galloway & Meek (1981) ให้ความสนใจต่อคำถามว่าทำไมประชาชนจึงให้ความสนใจต่อสื่อมวลชน และการศึกษาจากข้อมูลที่ได้จากนักศึกษาภาควิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัย แมคเคียว จำนวน 30 คน จากการตอบแบบสอบถาม พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์ เพราะมีความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจ ซึ่งผลของการวิจัยนี้ก็สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ

Palmgreen & Rayburn (1982) ใช้ค่าความต่างระหว่างความคาดหวังจากการชมโทรทัศน์ให้ความรู้ ความบันเทิง การเชื่อมความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว และคลายความตึงเครียด กับความพึงพอใจที่ผู้ชมให้กับการชมโทรทัศน์ และพบว่าความแตกต่างสูง (คาดหวังสูง – พอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ – พอใจสูง) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการชมโทรทัศน์

งานวิจัยชิ้นหนึ่งของ Palmgreen และคณะ ซึ่งศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมรายการโทรทัศน์ในเมืองเล็กซิงตัน รัฐเคนตักกี จำนวน 327 คน ในเดือนพฤศจิกายน 1981 โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ พบว่าการเลือกชมรายการข่าวมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับการชมโทรทัศน์

**อรรรรณ วิจักขณะ (2534)** ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ พบว่า นิสิตนักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ เพราะต้องการทราบข่าวสารและเชื่อเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันบางส่วน การชมรายการโทรทัศน์จะเป็นไปเพื่อความสนุกเพลิดเพลิน และเพื่อติดตาม

รายการที่ต้นขึ้นชอบ นอกจากนี้ยังพบว่า นิสิตนักศึกษาได้มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุ และโทรทัศน์มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และ สื่อมวลชนเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมในระดับพอสมควร

**ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2538)** ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารการค้า ระหว่างประเทศของผู้ส่งออกที่เป็นสมาชิกวารสารปริทรรศน์กรมการค้าต่างประเทศ พบว่าการ เปิดรับข่าวสารจากวารสารปริทรรศน์กรมการค้าต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับประโยชน์และ ความพึงพอใจในข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับวารสาร ส่วนทัศนคติของผู้ส่งออกที่มีต่อวารสารนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีโน้มเอียงในทางบวกต่อวารสารดังกล่าว

**ปิยนุช เกตกะโกมล (2540)** ศึกษาการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ โดยมีผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-35 ปี และ 36-46 ปี มีการเปิดรับข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-25 ปี อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา ลักษณะงาน อายุงาน และค่า งาน (Job Grade) แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนกลุ่มตัวอย่างมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการ เปิดรับข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เท่ากับ .6470 ซึ่ง ความสัมพันธ์ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสาร มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารมาก

**จริมา ทองสวัสดิ์ (2545)** ศึกษาความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข่าวสารด้านสุขภาพการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพ ความพึงพอใจข่าวสารด้านสุขภาพที่ได้รับจากเว็บไซต์สุขภาพ และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ สุขภาพ กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขต กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย และค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ผลการวิจัย พบว่า 1. ความต้องการข่าวสารด้านสุขภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์

ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร 2. การเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร 3. ความพึงพอใจข่าวสารด้านสุขภาพที่ได้รับจากเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร 4. ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

**บาร์นิ อุปลลา (2547)** การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารอยู่ในระดับสูง มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายในระดับปานกลาง และมีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการตัดสินใจลงทุน

เป้าหมายหลักที่สำคัญประการหนึ่งในการประกอบธุรกิจของนักลงทุนก็คือการเพิ่มมูลค่าของกิจการ ซึ่งจะเป็นผลทำให้ราคาหลักทรัพย์ของกิจการสูงขึ้นและทำให้เกิดความมั่งคั่งแก่ผู้ถือหุ้นในที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว นักธุรกิจจึงต้องมีการตัดสินใจที่ดีในการลงทุนเพื่อเพิ่มพูนผลกำไรและมูลค่าให้แก่ธุรกิจ การตัดสินใจในรายได้และรายจ่ายของการลงทุนในแต่ละโครงการ และเลือกลงทุนในโครงการที่เหมาะสมที่สุดที่จะส่งผลให้เกิดความเจริญเติบโตต่อมูลค่าของกิจการงบประมาณเงินทุนหรือการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ถาวรนี้เป็นการตัดสินใจที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจเพราะไม่เพียงแต่เป็นการกำหนดความเสี่ยงภัยแต่ยังส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ผลประโยชน์จากการลงทุนจะค่อย ๆ ททยอยเข้ามาในอนาคต ดังนั้นความสำเร็จในอนาคตจึงขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจในปัจจุบัน

งานวิจัยชิ้นนี้นอกจากจะมุ่งศึกษาด้านพฤติกรรมกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจ สถานการณ์บ้านเมือง จากสื่อและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังมุ่งศึกษาถึงผลที่

เกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนกลุ่มประเทศผู้นำการลงทุนจากสหภาพยุโรปแล้วดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเอาแนวความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเป็นแนวทางประกอบการศึกษา

การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาโดยการกำหนดทางเลือกและเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้นการที่นักลงทุนต่างชาติจะตัดสินใจลงทุนจะต้องมีขั้นตอนการตัดสินใจที่เป็นลำดับขั้นกว่าที่จะเลือกลงทุนในประเทศใดประเทศหนึ่ง

ในด้านการวางแผนนั้น การตัดสินใจถือเป็นบทบาทการบริหาร บทบาทหนึ่งของผู้บริหารทั้ง 3 บทบาท นอกจากบทบาทด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และบทบาทด้านสารสนเทศ ตามที่ Henry Mintzberg ได้จัดแบ่งไว้ (Robbins, 1993) ด้วยเหตุนี้ นักลงทุนต่างชาติซึ่งหมายรวมถึงนักลงทุนจากกลุ่มประเทศผู้นำในสหภาพยุโรปเป็นผู้ที่มีบทบาทด้านการตัดสินใจในการลงทุนประกอบกิจการ ณ ที่ใดที่หนึ่ง แนวคิด และทฤษฎีการตัดสินใจ รวมถึงขั้นตอนการตัดสินใจ มีดังต่อไปนี้

Simon (1960) กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจว่ามีระดับขั้นตอนที่สำคัญ คือ

1. เป็นกิจกรรมด้านเชาวน์ปัญญา (intelligence activity) ที่จะต้องมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการตัดสินใจ
2. เป็นกิจกรรมออกแบบ (design activity) คือเป็นการสร้าง พัฒนา วิเคราะห์แนวทางต่างๆ ที่น่าจะนำไปปฏิบัติได้
3. เป็นกิจกรรมคัดเลือก (choice activity) คือการเลือกอันเหมาะสมที่จะนำไปปฏิบัติได้จริง

ขั้นตอนต่างๆนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงธรรมชาติที่สำคัญของการตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการตามลำดับขั้นตอนในการที่จะเลือกทางใดทางหนึ่งออกมาสำหรับใช้ในการปฏิบัติโดยผู้ที่จะทำการตัดสินใจต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ ตามกระบวนการดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น (วุฒิชัย จ่านอง, 2523)

Carroll และ Johnson (1990) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการซึ่งบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร กำหนดทางเลือก รวบรวมและประเมินข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

Robbins (1993) อ้างถึงใน วรรณิ ภักดีบุรุษ (2542) ว่า การตัดสินใจ เกิดขึ้นเป็นปฏิกิริยาโต้ตอบต่อปัญหาซึ่งมีความแตกต่างกันระหว่างสภาพที่เป็นอยู่กับสภาพที่พึงประสงค์ โดยมีความต้องการพิจารณาทางเลือกต่างๆ เพื่อการปฏิบัติ ดังนั้นจำเป็นต้องมีการตระหนักว่า ปัญหาได้เกิดขึ้นและการตัดสินใจจำเป็นต้องกระทำตามประเด็นปัญหาที่รับรู้

### ขั้นตอนการตัดสินใจ

1. การแยกแยะตัวปัญหา เป็นขั้นตอนที่มีการค้นหาข้อเท็จจริงในตัวปัญหาออกมาจากปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ซึ่งเรียกร่องความสนใจ หรือความตั้งใจที่จะแก้ปัญหาเหล่านั้น

2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของกระบวนการการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุของปัญหามากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารที่แสวงหานั้นจะต้องมีความเกี่ยวข้องและจำเป็นกับตัวปัญหา ตลอดจนมีความเพียงพอในการแก้ปัญหา

3. การประเมินค่าข้อมูลข่าวสาร เมื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวปัญหาแล้ว ต้องมีการประเมินค่าข้อมูลข่าวสารที่ได้มาแล้วนั้นว่าถูกต้องเหมาะสม เพียงพอ ตรงกับเวลาและสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้หรือไม่ รวมทั้งจะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมหลังจากประเมินค่าข้อมูลข่าวสารแล้วพบว่าไม่เพียงพอ หรือไม่เกี่ยวข้องเท่าที่ควร หรือจำเป็นต้องตัดข้อมูลข่าวสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นออกไป

4. การกำหนดทางเลือก ขั้นตอนนี้จะเป็นการกำหนดทางเลือกหลายๆ ทาง โดยมีการลำดับความเหมาะสมต่อการแก้ปัญหาเพื่อที่จะสรุปในการที่จะเลือกในขั้นต่อไป

5. การเลือกทางเลือก เมื่อกำหนดทางเลือกแล้วจึงมีการเลือกทางเลือกที่จะปฏิบัติการต่อไป

6. การปฏิบัติตามการตัดสินใจ เมื่อมีการเลือกทางเลือกแล้ว ก็ต้องมีการปฏิบัติตามผลของการตัดสินใจหรือทางเลือกนั้น ซึ่งจะทำให้ทราบว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องเหมาะสมเพียงใด โดยในหลายกรณีจะมีวิธีการประเมินผลของการตัดสินใจเพื่อตรวจสอบดูว่าผลของการตัดสินใจที่ได้ปฏิบัตินั้นเหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาหรือไม่

### การเชื่อมโยงระหว่างการรับรู้และการตัดสินใจส่วนบุคคล (The link between perception and individual decision making)

การที่บุคคลจะตัดสินใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหาหนึ่งๆ จะต้องเกิดจากการรับรู้ดังที่วูดซีย์ จานง (2523) กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของมนุษย์โดยทั่วไปมักจะเริ่มต้นจากการที่ได้รับรู้ สภาพการณ์แวดล้อมไว้อย่างไร มีการมองเห็นสภาพการณ์แวดล้อมของปัญหาหรือไม่ ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการแก้ไขปัญหาที่แท้จริง การรับรู้จึงเป็นข้อสำคัญเบื้องต้นในการทำความเข้าใจว่า ปัญหานั้นคืออะไร มีช่องทางปรับปรุงแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร

Robbins (1993) กล่าวว่า ทุกๆ การตัดสินใจต้องการการตีความและการประเมินค่าข้อมูลข่าวสาร โดยปกติแล้ว ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งต่างๆ จำเป็นต้องถูกคัดสรร ดำเนินการ และตีความว่าข้อมูลอะไรเกี่ยวข้องกับตัดสินใจและข้อมูลใดไม่เกี่ยวข้อง การรับรู้ของผู้ตัดสินใจจะช่วยตอบปัญหาเหล่านั้น จากนั้นตัวเลือกต่างๆ จะได้รับการพัฒนาขึ้นรวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน ของแต่ละปัญหาจะได้รับการประเมิน เนื่องจากทางเลือกต่างๆ มักไม่ได้ปรากฏอย่างชัดเจนเพียงใด ดังนั้นจึงต้องมีการระบุจุดแข็งและจุดอ่อนให้ชัดเจน ซึ่งกระบวนการรับรู้ของผู้ตัดสินใจแต่ละคนจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายนี้

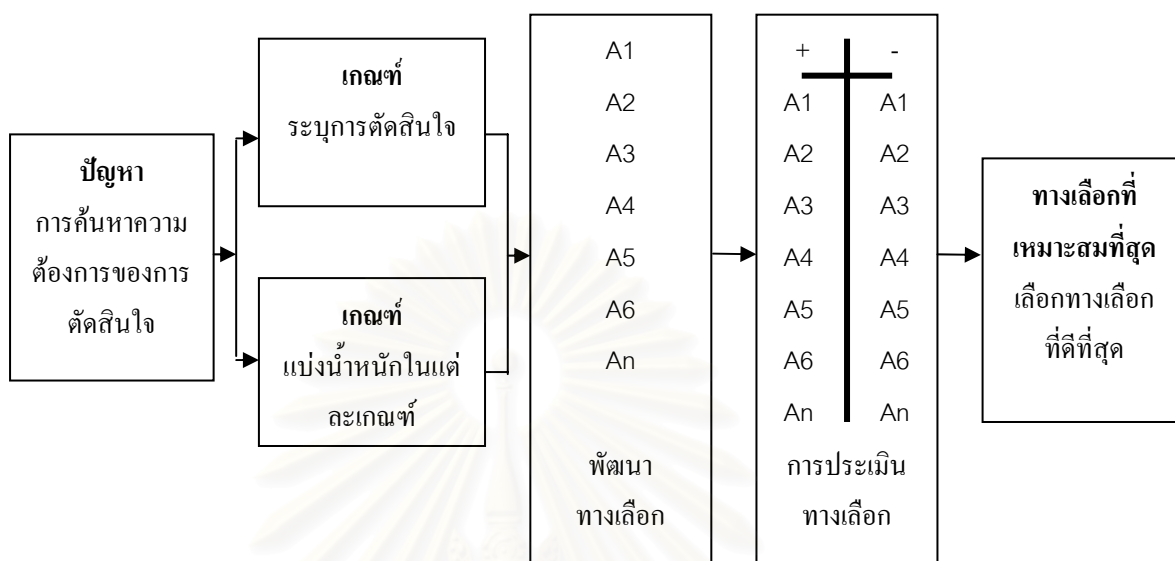
ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการรับรู้และการตัดสินใจเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกัน โดยการรับรู้จะเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการทั้งตัวผู้รับ เป้าหมายที่รับรู้ และสถานการณ์ หรือสภาพแวดล้อมต่างๆ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคล

### รูปแบบของการตัดสินใจที่เหมาะสม (The optimizing decision making model)

Robbins (1993) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการตัดสินใจที่เหมาะสมที่สุดคือ วิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อทำให้ได้ผลสูงที่สุด โดยมีขั้นตอนต่างๆ 6 ขั้นตอน ดังจะเห็นในแผนภาพจำลองต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 แบบจำลองการตัดสินใจที่เหมาะสม



ที่มา: Robbins (1993)

ขั้นที่ 1 ค้นหาความต้องการสำหรับการตัดสินใจ ขั้นตอนนี้เป็นการตระหนักว่าจำเป็นต้องตัดสินใจ เนื่องจากอยู่ในช่วงที่เกิดปัญหา จึงมีการค้นคว้าหาความจำเป็นสำหรับการตัดสินใจ

ขั้นที่ 2 ระบุเกณฑ์การตัดสินใจ เมื่อบุคคลมีการกำหนดความจำเป็นสำหรับการตัดสินใจแล้ว จะต้องมีการระบุเกณฑ์เพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นที่สำคัญ เพราะว่าจะมีการระบุเพียงเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเท่านั้น ถ้าละเลยเกณฑ์บางอย่างไป อาจทำให้ผู้ตัดสินใจกระทำในสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ขั้นที่ 3 แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ เกณฑ์ต่างๆ ที่กำหนดขึ้นจากขั้นที่ 2 มีความสำคัญไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้น้ำหนักต่อเกณฑ์หรือปัจจัยต่างๆ เพื่อลำดับก่อนหลังการตัดสินใจ เนื่องจากเกณฑ์ต่างๆ มีส่วนเกี่ยวข้อง แต่บางเกณฑ์อาจมีส่วนเกี่ยวข้องมากกว่าในการแบ่งน้ำหนักเกณฑ์นี้จะใช้วิธีการให้ตัวเลขสำหรับเกณฑ์ที่สำคัญที่สุดก่อน จากนั้นถึงให้น้ำหนักกับเกณฑ์อื่นๆ ต่อไปโดยถือเอาตัวเลขสำหรับเกณฑ์แรกเป็นมาตรฐาน ผลของขั้นที่ 2 และ 3 นี้จึงเป็นขั้นที่ผู้ตัดสินใจใช้ความพอใจส่วนตัว ทั้งในการลำดับเกณฑ์ก่อนหลังและการบ่งชี้ระดับความสำคัญของแต่ละเกณฑ์โดยการให้น้ำหนัก

ขั้นที่ 4 พัฒนาการทางเลือก ขั้นตอนนี้ ผู้ตัดสินใจต้องกำหนดทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมดซึ่งสามารถใช้แก้ปัญหาให้ประสบผลสำเร็จได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีการประเมินค่า เพียงแต่เรียงลำดับรายการของทางเลือกต่างๆ เท่านั้น

ขั้นที่ 5 ประเมินค่าทางเลือก ขั้นตอนนี้คือขั้นตอนการประเมินค่าทางเลือกแต่ละทางเลือกซึ่งได้ให้นำหนักแล้ว โดยจะประเมินทุกเกณฑ์ของทางเลือกทุกทางเลือก ซึ่งจะทำให้เกิดผลลัพธ์ต่างๆ ของแต่ละทางเลือกโดยการรวมคะแนนจึงจะรู้ว่าแต่ละทางเลือกมีคะแนนสูงสุด-ต่ำสุดเท่าใด

ขั้นที่ 6 เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ขั้นตอนสุดท้ายนี้คือ รูปแบบของการตัดสินใจที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งเป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในบรรดาทางเลือกที่ได้ระบุไว้และประเมินค่าแล้ว เพราะมีการกำหนดทางเลือกที่ได้รับคะแนนรวมที่สูงที่สุดแล้ว ขั้นตอนนี้ผู้ตัดสินใจก็เลือกทางเลือกที่ดีที่สุดซึ่งได้รับคะแนนสูงสุดจากการประเมินค่านั้นเอง

### ประสิทธิผลของการตัดสินใจ (Effectiveness of Decision Making)

กระบวนการตัดสินใจนั้นใช้กระบวนการแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องด้วยเสมอ เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกระทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการแก้ปัญหา ในกรณีนี้จึงเรียกว่าเป็น “ประสิทธิผลของการตัดสินใจ” การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ของการแก้ปัญหาหรือเกิดประสิทธิผลในการตัดสินใจนั้น มีแนวทางในการพิจารณา 2 ประการคือ

1. การตัดสินใจต้องมุ่งไปสู่การปฏิบัติ (Action oriented) คือ ไม่ว่าจะเลือกทางเลือกใดก็ตามต้องมุ่งไปสู่การปฏิบัติ คือ เป็นทางเลือกที่สามารถปฏิบัติได้จริง และสามารถปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม

2. พฤติกรรมที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมาย (Objective oriented behavior) ทางเลือกในการปฏิบัตินี้ต้องสามารถอำนวยความสะดวกให้การปฏิบัตินั้นๆ ดำเนินไปสู่เป้าหมาย พฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายนั้นคือ พฤติกรรมที่ปฏิบัติตามทางเลือกหรือผลของการตัดสินใจที่ได้ผลออกมาตามที่ต้องการ (Edwards และ Tversky, 1967 ; Cyert และ Welsch, 1970 อ้างถึงใน วุฒิชัย จานง, 2523)

การตัดสินใจในธุรกิจนับว่ามีความสำคัญมากในกระบวนการจัดการ คุณลักษณะที่บ่งบอกความสำเร็จของฝ่ายบริหาร ก็คือ ความสำคัญตัดสินใจ การตัดสินใจจะเกี่ยวข้องกับการเลือกแนวทางปฏิบัติจากแนวทางที่มีอยู่จำนวนมาก ซึ่งจะเป็นจุดสำคัญของการวางแผน อาจกล่าวได้ว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกแนวทางปฏิบัติที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดมาใช้ในสถานการณ์หรือเพื่อการแก้ปัญหาต่างๆ ฉะนั้นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจจึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการแยกแยะพิจารณาสิ่งต่างๆ อย่างมีเหตุผลเชื่อมโยงความคิดต่าง ๆ

### ประเภทของโครงการลงทุน

โครงการที่ต้องจัดทำงบประมาณเงินลงทุนนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. โครงการขยายกิจการ (Expansion Projects) เป็นโครงการที่เพิ่มศักยภาพของธุรกิจซึ่งประกอบด้วยศักยภาพทางการผลิตและศักยภาพทางการตลาด ได้แก่ การขยายการผลิตสินค้าเดิม ขยายตลาดเดิมโดยการเพิ่มผลิตผลและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดรวมถึงการผลิตสินค้าชนิดใหม่ออกสู่ตลาด และการขยายตัวไปสู่ตลาดใหม่ๆ เช่น ตลาดต่างประเทศ โครงการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โครงการสำรวจต่างๆ สำหรับเสาะหาการลงทุนใหม่ๆ
2. โครงการจัดหาสินทรัพย์ถาวรใหม่ทดแทนสินทรัพย์เดิม (Replacement Projects) เป็นการเปลี่ยนสินทรัพย์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันซึ่งอาจเกิดขึ้นเพราะความเสื่อมสภาพ หมดอายุการใช้งานของเครื่องจักร หรือการซื้อเครื่องจักรใหม่มาแทนเครื่องจักรเดิมเพื่อเพิ่มผลผลิตหรือการประหยัดค่าใช้จ่าย หรือการปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อให้เครื่องมือเครื่องจักรทันสมัยขึ้น
3. โครงการที่จะต้องจัดทำตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของทางการ (Regulatory Projects) เป็นโครงการลงทุนที่จัดทำตามข้อบังคับหรือเงื่อนไขของกฎหมาย เช่น โครงการสาธารณสุข โครงการกำจัดมลภาวะในโรงงาน โครงการควบคุมบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น โครงการเหล่านี้มักไม่ให้เกิดประโยชน์ในรูปตัวเงินแก่ธุรกิจแต่เป็นความจำเป็นต้องจัดมิฉะนั้นจะต้องถูกปรับหรือถูกดำเนินคดีตามกฎหมายได้

โครงการลงทุนแต่ละประเภทที่นำมาเปรียบเทียบเพื่อการพิจารณาตัดสินใจนั้น มักจะเป็นโครงการที่มีความเสี่ยงภัยในระดับเดียวกัน

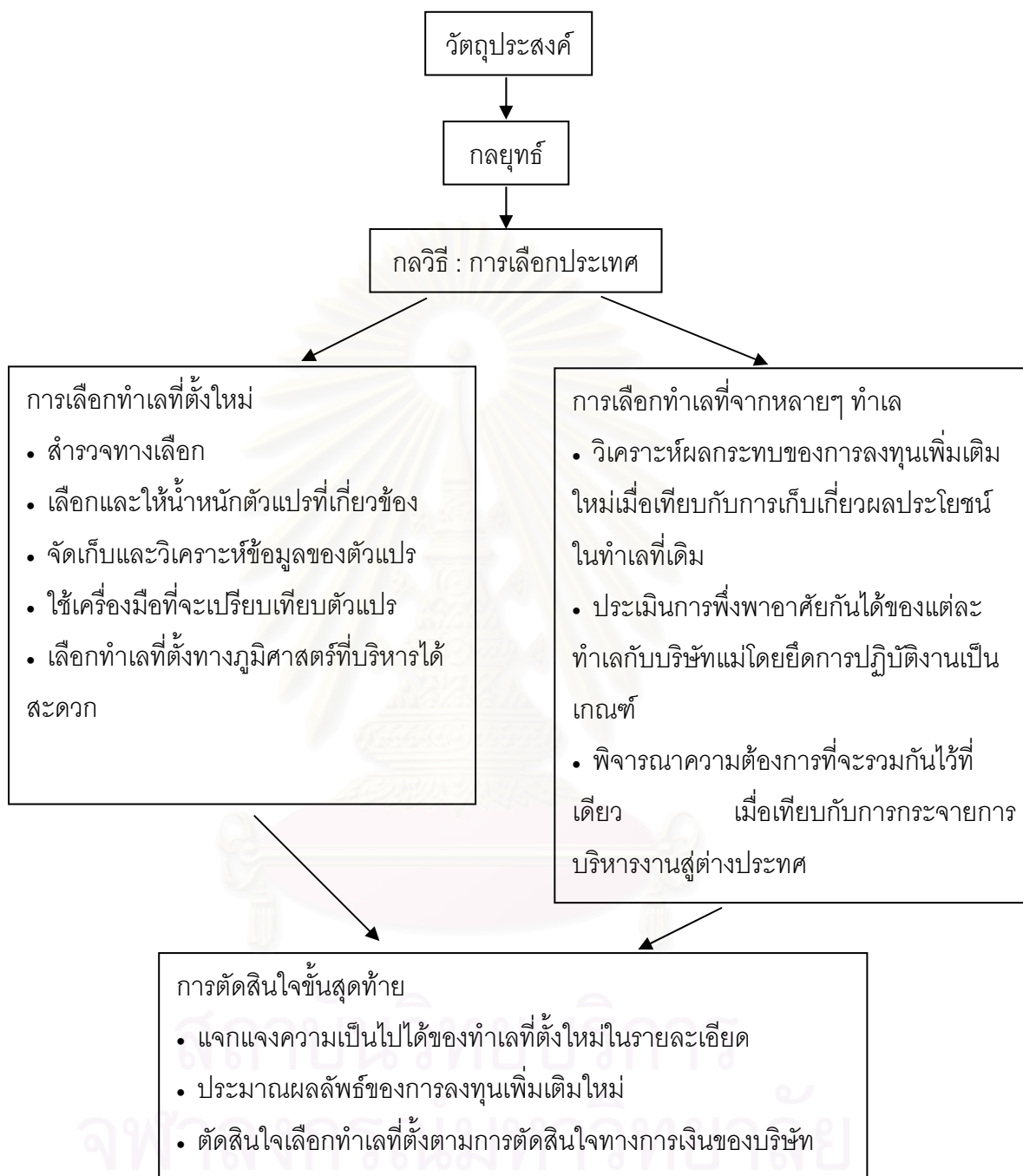
### การประเมินและเลือกประเทศที่จะลงทุน

ในการตัดสินใจที่จำดำเนินการธุรกิจข้ามชาติ ธุรกิจควรประเมินและเลือกประเทศที่จะเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงและเป็นฐานการผลิตที่สามารถผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำได้ในระยะยาว เพราะการที่ธุรกิจข้ามชาติไปลงทุนในประเทศที่มีศักยภาพด้านการตลาดหรือมีอุปสงค์ของลูกค้าสูงย่อมสามารถนำรายได้มากมาคืนสู่บริษัทแม่ได้ และการเลือกสร้างฐานการผลิตที่เหมาะสมก็จะทำให้มีกำลังการผลิตเพียงพอที่จะผลิตสินค้าขายในตลาดนั้น ตลอดจนสามารถส่งออกไปยังตลาดประเทศอื่นๆ ได้อีกด้วย ซึ่งฐานการผลิตที่ดีควรอยู่ในทำเลที่ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่ำ กฎเกณฑ์ของรัฐบาลเอื้ออำนวยประโยชน์ให้ และสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ นอกจากนั้นยังมีประเด็นสำคัญอื่นๆ อีก เช่น ระดับต้นทุนและราคาในตลาด ปฏิบัติการของคู่แข่งในตลาด โคนโวลีที่ใช้ จำนวนของสายผลิตภัณฑ์ที่จะผลิต เป็นต้น

กระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกประเทศที่จะลงทุน เป็นลำดับกิจกรรมที่ใช้ในการประเมินและตัดสินใจเลือกประเทศและทำเลที่ตั้งของธุรกิจข้ามชาติ ดังจะให้เห็นในภาพต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 4 กระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกประเทศที่จะลงทุน



ที่มา: กัตถัญญุ หิริญญสมนุรณฺ์ ดัดแปลงจาก Daniels, J.D. and Radebaugh, L.H., 1998 : 527

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการลงทุน

ศิริพร ติปยานนท์ (2541) ศึกษาเรื่องการใช้ข้อมูลข่าวสารในกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของผู้บริหารกองทุนรวม เป็นการศึกษาถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

จากสื่อสารสนเทศ สื่อบุคคล สื่อการประชุม และสื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนศึกษาถึงการติดตามเนื้อหาข่าวสารในกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของผู้บริหารกองทุนรวมทั้ง 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ และศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ในกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ จากการศึกษาพบว่าการแสวงหาข้อมูลข่าวสารไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของกลุ่มประชากร ยกเว้นในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีผลต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ การใช้ประโยชน์ในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ของกลุ่มประชากร ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ สำหรับความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ ยกเว้นความพึงพอใจในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของกลุ่มประชากร

**อนุชฎา เชาววิศิษฐ์ (2541)** ได้ศึกษาเรื่องการลงทุนจากสหภาพยุโรป กรณีศึกษาของประเทศไทย พบว่าตัวกำหนดการลงทุนของต่างชาติในประเทศไทยมีหลายตัว เช่น ขนาดของตลาดภายในประเทศ มูลค่าสินค้าส่งออกของไทย การอ่อนค่าของเงินบาทไทย อัตราภาษีนำเข้าของไทย อัตราจ้างในประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ ส่วนการลงทุนที่มาจากสหภาพยุโรป นั้นมีตัวกำหนดหลายตัว เช่น ขนาดของตลาดภายในประเทศไทย มูลค่าการส่งออกของไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของไทย อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของสหภาพยุโรป อัตราภาษีนำเข้าของไทย และอัตราดอกเบี้ยหลักในในประเทศไทย ผลการศึกษานำมาประยุกต์เป็นนโยบายต่างๆ เพื่อจะดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ โดยเฉพาะจากสหภาพยุโรป ได้แก่ การลดอัตราภาษีนำเข้าในวัตถุดิบและเครื่องจักรที่จำเป็นในการผลิต โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเคมี และรัฐบาลทำข้อตกลงทั้งทวิภาคีและพหุภาคีกับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในประเทศสหภาพยุโรป

**อัญชลี รัตนงามลักษณ์ (2545)** ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในอาเซียนที่มีต่อการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI) จากการศึกษาข้อมูลสถิติในช่วงปี พ.ศ. 2518-2543 ของประเทศในกลุ่มอาเซียน 5 ประกอบด้วย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย และข้อมูลของกลุ่มประเทศผู้ลงทุนหลักในอาเซียน ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และเกาหลีใต้ ผลการศึกษพบว่าเมื่อมีการจัดตั้ง AFTA ประเทศสมาชิกอย่าง ไทย ได้รับปริมาณ FDI มากขึ้น แต่การลงทุนแบบ FDI จากสหภาพยุโรปที่ไหลเข้าสู่อาเซียนลดลงโดยที่นักลงทุนจากต่างสหภาพยุโรปตอบสนองต่อการจัดตั้ง AFTA ด้วยการเข้ามาลงทุนในลักษณะ Rationalization investment

สำหรับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยนั้น นักลงทุนต่างชาติจะมีพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลของการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนของประเทศไทย การถ่ายทอดความรู้ ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนแก่นักลงทุนเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของไทย รวมถึงผลจากการแสวงหาข้อมูลที่สำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับข่าวสารการลงทุนในประเทศไทย นับเป็นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของนักลงทุน และส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในที่สุด พฤติกรรมในกระบวนการตัดสินใจนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น ระยะเวลาก่อนการตัดสินใจ ระยะเวลาระหว่างการตัดสินใจ และระยะการตัดสินใจ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจนั้นคงหนีไม่พ้นเรื่องการแสวงหา และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนจากแหล่งต่างๆ นั่นเอง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ นักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย” ดำเนินการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยเป็น การวิจัยเชิงสำรวจแบบวัดครั้งเดียว และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อค้นหาคำอธิบายว่าประชากรกลุ่มนักลงทุนจากสหภาพยุโรปนั้นมีการแสวงหา ข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจในการลงทุนในประเทศไทยหรือไม่ และอย่างไร โดยมีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ต่างๆ ต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาคือ กลุ่มนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยและได้ยื่นเรื่องเสนอขอรับการอนุมัติการลงทุนในปี พ.ศ. 2549 และ บริษัทที่เข้ามาลงทุนในปี พ.ศ. 2549 รวมกว่า 140 บริษัท โดยได้รับข้อมูลและรายชื่อจาก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และหอการค้าต่างประเทศในประเทศไทย

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 129 บริษัทเป็นนักลงทุนจากสหภาพยุโรปในประเทศไทยที่ เข้ามาลงทุนและได้รับยื่นเรื่องเสนอขอรับการอนุมัติการลงทุนในปี พ.ศ. 2549 (ม.ค. – พ.ย.) โดย



ที่มีเกณฑ์ ในการคัดเลือกตัวแทนของบริษัทที่จะตอบคำถามหรือแบบสอบถามนั้นเป็นผู้บริหารระดับสูงซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยและ/ หรือเป็นตัวแทนของบริษัทที่มีฐานเงินทุน หรือบริษัทแม่มีสัญชาติจากกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป หลักการสุ่มตัวอย่างใช้แบบจัดสัดส่วน ถึงแม้ว่าจำนวนของประชากรนั้นจะไม่มาก แต่ก็มีหลากหลายในลักษณะประเภทกิจการที่นักลงทุนลงทุนอยู่ เช่น การลงทุนในธุรกิจด้านอุตสาหกรรม ด้านบริการ ฯลฯ รวมถึงความหลากหลายในด้านขนาดของกิจการ เช่น การลงทุนในธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ฉะนั้นการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่ม แล้วเลือกบุคคลเข้ามาในกลุ่มโดยบังเอิญ หรือเจาะจงตามสัดส่วนปริมาณของแต่ละกลุ่มนั้น

### การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลหลักคือ แบบสอบถามภาษาอังกฤษ 1 ฉบับ โดยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย เกี่ยวกับด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป โดยมีประเด็นคำถามดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของผู้กรอกแบบสอบถาม
2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย จากสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทยระหว่างการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย
4. ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับกับความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

แบบสอบถามภาษาอังกฤษที่สร้างขึ้นจะประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions) เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง มีเนื้อหา ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เพศ อายุ ภูมิภาค ความสามารถทางภาษา และการศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานด้านการลงทุน ประสบการณ์การลงทุน ประเภทกิจการที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน และประเภทกิจการที่ลงทุนในประเทศไทย

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อด้านต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วย

- ประเภทของภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร
- การให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุน ในช่วงระยะเวลาก่อนการตัดสินใจลงทุน
- ช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการลงทุนจากสื่อ หรือหน่วยงานต่างๆ
- ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อันได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในประเทศไทย บรรยากาศการลงทุนในประเทศไทย และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลการลงทุนที่ได้รับโดยผ่านจากสื่อแต่ละช่องทางและการนำข้อมูลการลงทุนที่ได้รับมาใช้มาประกอบการตัดสินใจ

นอกจากนี้ยังใช้แนวทางในการวิจัยอย่างอื่นประกอบเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับลักษณะของโจทย์การวิจัย และให้ได้ข้อมูลมากที่สุด นั่นคือ การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาประกอบการศึกษาวิจัย

#### **การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ**

##### **1) การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Test of Validity)**

เพื่อเป็นตัวตัดสินว่าเครื่องมือที่ใช้วัดนี้ใช้ได้หรือไม่ สามารถวัดค่าของตัวแปรได้อย่างถูกต้องตามที่ต้องการจะวัดหรือไม่ โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงขึ้นแล้วไปให้ผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของการวัดค่าของตัวแปร (Construct Validity) และความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ว่าคำถามที่ใช้วัดตัวแปรมีความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาสาระหรือ

ความหมายทั้งหมดของตัวแปรที่ต้องการวัดหรือไม่ สำหรับในส่วนของการใช้ภาษาและความเข้าใจภาษานั้น ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมในขั้นต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาอังกฤษ และทำการปรับแก้เพื่อความสมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำไปใช้จริงตามคำแนะนำของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปผู้ตอบแบบสอบถามในขั้นทดลองใช้เครื่องมือ

## 2) การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Test of Reliability)

หลังจากทำการทดสอบความเที่ยงตรงเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือเพื่อให้แน่ใจว่า หากผู้วิจัยทำการวัดด้วยวิธีการเดียวกัน เครื่องมือชุดเดียวกันหลายๆ ครั้งแล้ว ผลที่ได้จากการวัดแต่ละครั้งจะมีความคงที่แน่นอนหรือมีความสอดคล้องกัน โดยนำแบบสอบถามจำนวน 20 ชุด ไปทดลองใช้ก่อนกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริงมากที่สุด ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์  $\alpha$  ของ Cronbach เท่ากับ 0.736 ซึ่งมีความเชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.734	.762	13

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้รับรายชื่อและข้อมูลติดต่อจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยเป็นกลุ่มรายชื่อนักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่ได้เข้าขอรับการสนับสนุนการลงทุนและได้รับการตอบรับการส่งเสริมการลงทุนในปี พ.ศ. 2549 นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้ทำการติดต่อและส่งแบบสอบถามไปยังรายชื่อบริษัทและนักลงทุนรายใหม่ที่ติดต่อเข้าไปยังหน่วยงานที่สนับสนุนและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทย เช่นหอการค้าต่างชาติ ด้วยการส่งแบบสอบถามไปทาง

อีเมลล์ รวมกว่า 140 บริษัท ตั้งแต่ช่วงเดือน มีนาคม – สิงหาคม 2550 และได้ข้อมูลตอบกลับมาทั้งสิ้นจำนวน 129 บริษัท

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ มาตรวจสอบความสมบูรณ์ด้วยตัวเอง จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัส และนำมาวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีทางสถิติ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window ดังนี้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง มีกรรมวิธีดังนี้

- ก. สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา วุฒิการศึกษา จะทำการวิเคราะห์โดยแจกแจงข้อมูล คำนวณค่าร้อยละ
  - ข. วิเคราะห์ลักษณะการลงทุนของนักลงทุน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบคำตอบที่ตรงกับลักษณะการลงทุนของตนเอง จะทำการวิเคราะห์โดยแจกแจงข้อมูล และ คำนวณค่าร้อยละ ซึ่งมีลักษณะดังนี้ ประสพการณ์การลงทุนและประเภทธุรกิจที่ลงทุนในต่างประเทศ และประเภทธุรกิจที่ลงทุนในประเทศไทย
  - ค. วิเคราะห์ความสำคัญของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร วิเคราะห์จากการให้น้ำหนักความสำคัญ รวมถึงข้อมูลประเภทของสื่อ และความสนใจติดตาม ทำการวิเคราะห์โดยการใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- วิเคราะห์ข้อมูลด้านประเภทของสื่อ จำแนกได้เป็น
- สื่อบุคคล เช่น คนรู้จัก เพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับด้านการลงทุน
  - สื่อมวลชน เช่น วารสาร วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
  - สื่อเฉพาะกิจ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว
  - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์

### เกณฑ์การให้คะแนน

ในการให้คะแนนเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อต่างๆ มีเกณฑ์การให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยมาก	=	1	คะแนน
ไม่เลย	=	0	คะแนน

โดยผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่การให้คะแนน เป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

$$(\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})/\text{จำนวนชั้น} = (5-0)/5 = 1$$

คะแนนระหว่าง 0.00 – 1.00	หมายถึงการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.01 – 2.00	หมายถึงการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.01 – 3.00	หมายถึงการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.01 – 4.00	หมายถึงการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.01 – 5.00	หมายถึงการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับสูงมาก

2. ความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อ

5 วัน/ สัปดาห์ หรือมากกว่า	=	5	คะแนน
3-4 วัน/สัปดาห์	=	4	คะแนน
1-2 วัน/ สัปดาห์	=	3	คะแนน
น้อยกว่า 1วัน/ สัปดาห์	=	2	คะแนน
ไม่เลย	=	1	คะแนน

โดยผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่การให้คะแนน เป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

$$(\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})/\text{จำนวนชั้น} = (5-1)/5 = 0.80$$

คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึงความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึงความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึงความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับกลาง
คะแนนระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึงความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึงความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในระดับสูงมาก

ง. วิเคราะห์ทัศนคติของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนที่ได้รับจากสื่อต่างๆ

#### เกณฑ์การให้คะแนน

ในการให้คะแนนเกี่ยวกับการทัศนคติของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน
เห็นด้วย	=	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน

โดยผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่การให้คะแนน เป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

$$(\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})/\text{จำนวนชั้น} = (5-1)/5 = 0.80$$

คะแนนระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึงมีทัศนคติเชิงลบในระดับค่อนข้างมาก
คะแนนระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึงมีทัศนคติเชิงลบ
คะแนนระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึงมีทัศนคติที่เป็นกลาง
คะแนนระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึงมีทัศนคติเชิงบวก
คะแนนระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึงมีทัศนคติเชิงบวกค่อนข้างมาก

## สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC+ ในการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้บรรยายคุณลักษณะของตัวแปรที่ละตัวแปรโดยใช้การหาค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และความสัมพันธ์เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การแสวงหาข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป
2. การวิเคราะห์ทางสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักลงทุนที่มีลักษณะทางประชากร และประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างกัน โดยศึกษาความแตกต่างจากการทดสอบสถิติไคสแควร์ (Chi-Square test)

สมมติฐานที่ 2 การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

สมมติฐานที่ 3 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุน โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

### การนำเสนอข้อมูล

เมื่อได้วิเคราะห์แล้วผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งเป็น

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)** โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์

1. ข้อมูลเบื้องต้นของผู้กรอกแบบสอบถาม
2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย จากสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทยระหว่างการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย
4. ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับกับความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

**ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)** โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย” ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 129 ราย ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)** โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์

1. ข้อมูลเบื้องต้นของผู้กรอกแบบสอบถาม
2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย จากสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทยระหว่างการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย
4. ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับกับความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

**ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)** โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** นักลงทุนที่มีลักษณะทางประชากร และประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

**สมมติฐานที่ 2** การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานที่ 3 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

## ผลการวิเคราะห์

### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

#### 1.1 ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากร

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค อาชีพ การศึกษา ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	127	98.4
หญิง	2	1.6
รวม	129	100.0

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตาม เพศ พบว่า นักลงทุนที่ศึกษาเป็นเพศชายทั้งจำนวน 127 คน ร้อยละ 98.4 และเพศหญิงอีก 2 คน ร้อยละ 1.6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	2	1.6
30-39 ปี	17	13.2
40-49 ปี	59	45.7
50-59 ปี	51	39.5
60 ปีขึ้นไป	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตาม อายุ พบว่านักลงทุนที่ศึกษาส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 40 ปี - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือช่วงอายุ 50 ปี – 59 ปี และช่วงอายุ 30 – 39 ปีขึ้นไป คือร้อยละ 39.5 และร้อยละ 13.2 ตามลำดับ และนักลงทุนในช่วงอายุ 20 – 29 ปี ร้อยละ 1.6 ส่วนอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็น 0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนาประเทศในสหภาพยุโรป	จำนวน	ร้อยละ
Austria	3	2.3
Belgium	6	4.7
Denmark	5	3.9
France	20	15.5
Germany	28	21.7
Ireland	1	0.8
Italy	12	9.3
Netherlands	16	12.4
Slovakia	1	0.8
Spain	7	5.4
Sweden	5	3.9
United Kingdom	25	19.4
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตาม ภูมิภาค พบว่า นักลงทุนที่ศึกษา ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในสหพันธรัฐเยอรมัน ร้อยละ 21.7 รองลงมาคือ ในสหราชอาณาจักร คิดเป็นร้อยละ 19.4 ประเทศฝรั่งเศส ร้อยละ 15.5 ประเทศเนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 12.4 ประเทศอิตาลี ร้อยละ 9.3 ประเทศสเปน ร้อยละ 5.4 ประเทศเบลเยียม ร้อยละ 4.7 ประเทศเดนมาร์ก และประเทศสวีเดน ร้อยละ 3.9 เช่นเดียวกัน ประเทศออสเตรเลีย 2.3 ส่วนประเทศไอร์แลนด์และประเทศสโลวาเกีย ร้อยละ 0.8 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	0	0.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	22	17.1
อนุปริญญา	34	26.4
ปริญญาตรี	51	39.5
ปริญญาโท	22	17.1
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตาม ระดับการศึกษา นักลงทุนที่ศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 39.5 รองลงมา มีระดับการศึกษา อนุปริญญา คือร้อยละ 26.4 ส่วนระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีร้อยละ 17.1 ระดับปริญญาโท มีร้อยละ 17.1 และไม่มีนักลงทุนที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายและอื่นๆ

ตารางที่ 8 แสดงระดับความสามารถทางภาษาของนักลงทุน

ความสามารถทางภาษา	ระดับความสามารถ				
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	ไม่ได้เลย
	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)
<b>ภาษาไทย</b>					
การฟัง	2 (1.6)	45 (34.9)	59 (45.7)	19 (14.7)	4 (3.1)
การพูด	0(0.0)	43 (33.3)	31 (24.0)	51 (39.5)	4 (3.1)
การอ่าน	0(0.0)	0(0.0)	2 (1.6)	0(0.0)	127 (98.4)
การเขียน	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	129 (100)

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ความสามารถ ทางภาษา	ระดับความสามารถ				
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง	ไม่ได้เลย
	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)	จำนวน(ร้อยละ)
<b>ภาษาอังกฤษ</b>					
การฟัง	80 (62.6)	49 (33)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
การพูด	81 (62.8)	48 (37)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
การอ่าน	41 (31.8)	88 (68.2)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
การเขียน	35 (27.1)	73 (56.6)	21 (16.3)	0(0.0)	0(0.0)

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าจากการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามความสามารถทางภาษา แบ่งออกเป็นความสามารถด้านภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาเยอรมัน ภาษาฝรั่งเศส และภาษาอิตาลี

ด้านภาษาไทยพบว่านักลงทุนมีทักษะการฟังส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับพอใช้คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาอยู่ในระดับดี ร้อยละ 34.9 ระดับต้องปรับปรุง ร้อยละ 14.7 ในระดับไม่ได้เลย ร้อยละ 3.1 และระดับดีมาก ร้อยละ 1.6 ทักษะการพูดนั้นนักลงทุนส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับต้องปรับปรุงคิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาอยู่ในระดับดี ร้อยละ 33.3 อยู่ในระดับพอใช้ ร้อยละ 24.0 ระดับที่ไม่ได้เลย ร้อยละ 3.1 และไม่มีนักลงทุนที่อยู่ในระดับดีมาก ทักษะการอ่านนักลงทุนส่วนใหญ่ไม่มีความสามารถในการอ่านเลยคิดเป็นร้อยละ 98.4 รองลงมาอยู่ในระดับพอใช้ ร้อยละ 1.6 และไม่มีนักลงทุนที่อยู่ในระดับดีมาก ดีและต้องปรับปรุง และทักษะการเขียนนั้น นักลงทุนทั้งหมดไม่สามารถเขียนภาษาไทยได้เลย คิดเป็นร้อยละ 100.0

ด้านภาษาอังกฤษพบว่าทักษะการฟังของนักลงทุนส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับดีมากคิดเป็นร้อยละ 62.6 รองลงมาอยู่ในระดับดี ร้อยละ 38 และไม่มีนักลงทุนที่อยู่ในระดับพอใช้ ต้องปรับปรุง และไม่ได้เลย ทักษะการพูดส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับดีมากคิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาอยู่ในระดับดี ร้อยละ 37.2 และไม่มีนักลงทุนที่อยู่ในระดับพอใช้ ต้องปรับปรุง และไม่ได้เลย ทักษะการอ่านส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับดีคิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมาอยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ 31.8 และไม่มีนักลงทุนที่อยู่ในระดับพอใช้ ต้องปรับปรุง และไม่ได้เลย ทักษะการเขียน นักลงทุนส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับดีคิดเป็นร้อยละ 56.6

รองลงมาอยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ 27.1 อยู่ในระดับพอใช้ ร้อยละ 16.3 และไม่มีนักลงทุนที่อยู่ในระดับต้องปรับปรุงและไม่ได้เลย

ความสามารถทางภาษาอื่นๆ ในที่นี้ผลสำรวจออกมามีเพียงสามภาษาที่นักลงทุนตอบเพิ่มเติมมานั้นคือภาษาเยอรมัน ภาษาฝรั่งเศส และภาษาอิตาลี ซึ่งความสามารถทางภาษานั้นส่วนมากอยู่ในเกณฑ์ดี ถึงดีมาก

## 1.2 ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะการลงทุน ประสบการณ์การลงทุน และประเภทธุรกิจที่ลงทุน

การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องที่เกี่ยวกับลักษณะการลงทุนของนักลงทุน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบคำตอบที่ตรงกับลักษณะการลงทุนของนักลงทุนเอง และทำการวิเคราะห์โดยแจกแจงข้อมูล และคำนวณค่าร้อยละ ซึ่งมีลักษณะดังนี้ ประสบการณ์การลงทุนและประเภทธุรกิจที่ลงทุนในต่างประเทศ และประเภทธุรกิจที่ลงทุนในประเทศไทย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประสบการณ์การลงทุน

ท่านเคยลงทุนในต่างประเทศมาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคย	55	42.6
ไม่เคย	74	57.4
รวม	129	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าจากการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตาม ลักษณะประสบการณ์การลงทุนนั้น พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์การลงทุนในต่างประเทศมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 57.4 และเคยลงทุนในต่างประเทศมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 42.6

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจที่กลุ่มตัวอย่างเคยลงทุนในประเทศอื่นมาก่อน

ประเภทธุรกิจที่เคยลงทุนในประเทศอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยลงทุนในต่างประเทศมาก่อน	74	57.4
เกษตรกรรมและผลิตผลจากเกษตรกรรม	3	2.3
อุตสาหกรรมเบาและสิ่งทอ	10	7.8
ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง	9	7.0
อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	8	6.2
เคมีภัณฑ์ กระจกและพลาสติก	7	5.4
บริการและสาธารณูปโภค	7	5.4
อื่น ๆ	11	8.5
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าประเภทธุรกิจที่นักลงทุนเคยลงทุนในประเทศอื่น เป็นประเภทธุรกิจแบบอื่น ๆ มาก่อน ร้อยละ 8.5 อันได้แก่ ประเภทผลิตภัณฑ์อัญมณี อุปกรณ์ชิ้นส่วนยานยนต์ ส่วนประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมเบาและสิ่งทอ ร้อยละ 7.8 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งร้อยละ 7.0 และอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้อยละ 6.2 เช่นเดียวกัน ธุรกิจเคมีภัณฑ์ กระจกและพลาสติก และบริการและสาธารณูปโภค ร้อยละ 5.4 และน้อยที่สุดคือธุรกิจเกษตรกรรมและผลิตผลจากเกษตรกรรมร้อยละ 2.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทธุรกิจที่กลุ่มตัวอย่างลงทุนในประเทศไทย

ประเภทธุรกิจที่จะลงทุนในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรรมและผลิตผลจากเกษตรกรรม	5	3.9
อุตสาหกรรมเบาและสิ่งทอ	17	13.2
ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง	21	16.3
อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	27	20.9
เคมีภัณฑ์ กระจกและพลาสติก	16	12.4
บริการและสาธารณูปโภค	19	14.7
อื่น ๆ	24	18.6
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าประเภทธุรกิจที่นักลงทุนดำเนินการในประเทศไทย นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนในธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 20.9 รองลงมาคือทำธุรกิจอื่นๆ ประเภทผลิตภัณฑ์อัญมณี อุปกรณ์ชิ้นส่วนยานยนต์ อันได้แก่ร้อยละ 18.6 ประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง ร้อยละ 16.3 ประเภทบริการและสาธารณูปโภค ร้อยละ 14.7 ประเภทอุตสาหกรรมเบาและสิ่งทอ ร้อยละ 13.2 ประเภทเคมีภัณฑ์ กระดาษและพลาสติก ร้อยละ 12.4 และน้อยที่สุดคือธุรกิจเกษตรกรรมและผลิตผลจากเกษตรกรรมร้อยละ 3.9

### 1.3 ผลการวิเคราะห์การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

การวิเคราะห์ความสำคัญของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร โดยวิเคราะห์จากการให้น้ำหนักความสำคัญ รวมถึงข้อมูลประเภทของสื่อ และความสนใจติดตาม ทำการวิเคราะห์โดยการ ใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วิเคราะห์ข้อมูลด้านประเภทของสื่อ จำแนกได้เป็น

- สื่อบุคคล เช่น คนรู้จัก เพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับด้านการลงทุน
- สื่อมวลชน เช่น วารสาร วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- สื่อเฉพาะกิจ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของการใช้ภาษาไทยในการติดต่อสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารโดยใช้ภาษาไทย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้	115	89.1
ใช้	14	10.9
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ภาษาไทยในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 10.9 และไม่ใช้ภาษาไทยในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 89.1



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารเพื่อแสวงหา  
ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารโดยใช้ภาษาอังกฤษ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้	7	5.4
ใช้	122	94.6
รวม	129	100

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ภาษาอังกฤษในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 94.6 และไม่ใช้ภาษาอังกฤษในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาไทยในการติดต่อสื่อสาร  
เพื่อแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

ภาษาที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร		ภาษาอังกฤษ			
		ไม่ใช้		ใช้	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทย	ไม่ใช้	0	0	115	89.1
	ใช้	7	5.4	7	5.5

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ภาษาอังกฤษในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 89.1 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ภาษาไทยอย่างเดียว ร้อยละ 5.4 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของการให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร  
เกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทย ก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

ระดับการให้ความสำคัญการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	29	22.5
มาก	62	48.1
ปานกลาง	29	22.5
น้อย	9	7.0
น้อยที่สุด	0	0.0
รวม	129	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นถึงระดับการให้ความสำคัญของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทย นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางและระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5 และน้อย คิดเป็นร้อยละ 7 และไม่มีนักลงทุนให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 16 แสดงช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อต่างๆ ก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เพื่อนร่วมงาน เจ้านาย	2.91	1.21	ปานกลาง
2. คนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว	3.18	0.46	สูง
3. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง	2.91	0.34	ปานกลาง
4. วารสาร/นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทย	0.87	0.75	ต่ำมาก
5. วิทยู	0.06	0.30	ต่ำมาก
6. โทรทัศน์	0.06	0.30	ต่ำมาก
7. หนังสือพิมพ์	0.82	0.86	ต่ำมาก
8. ไปสเตอร์/แผ่นพับ	0.31	0.50	ต่ำมาก
9. จดหมายข่าว	0.46	0.56	ต่ำมาก
10. อินเทอร์เน็ต	2.52	0.50	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>1.43</b>	<b>0.33</b>	<b>ต่ำ</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อต่างๆ ก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย พบว่านักลงทุนส่วนมากแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว สูงถึง 3.18 จากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย 2.91 จากอินเทอร์เน็ต 2.52 จากวารสารหรือนิตยสารเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทย 0.87 จากหนังสือพิมพ์ 0.82 จากจดหมายข่าว ไปสเตอร์หรือแผ่นพับ วิทยู และโทรทัศน์ 0.46, 0.31, และ 0.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการลงทุนในประเทศไทย ที่นักลงทุน  
แสวงหาก่อนการตัดสินใจลงทุน

ระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
1. เพื่อนร่วมงาน เจ้านาย	2.64	0.54	ปานกลาง
2. คนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว	2.56	0.53	ต่ำ
3. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง	2.29	0.59	ต่ำ
4. วารสาร/นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทย	1.08	0.44	ต่ำมาก
5. วิทยุ	1.03	0.25	ต่ำมาก
6. โทรทัศน์	1.03	0.25	ต่ำมาก
7. หนังสือพิมพ์	1.05	0.28	ต่ำมาก
8. ไปสเตอร์/แผ่นพับ	1.03	0.25	ต่ำมาก
9. จดหมายข่าว	1.03	0.25	ต่ำมาก
10. อินเทอร์เน็ต	2.44	0.53	ต่ำ
<b>รวม</b>	<b>1.64</b>	<b>0.31</b>	<b>ต่ำมาก</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนนั้นอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงต่ำมาก โดยการแสวงหาข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือเจ้านายค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.64 คนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว 2.56 อินเทอร์เน็ต 2.44 เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง 2.29 ส่วนวารสาร/นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทย 1.08 วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์/แผ่นพับ และจดหมายข่าว ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.03

1.4 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในประเทศไทย บรรยากาศการลงทุนในประเทศไทย และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลการลงทุนที่ได้รับโดยผ่านจากสื่อแต่ละ ช่องทางและการนำข้อมูลการลงทุนที่ได้รับมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจ

ตารางที่ 18 แสดงทัศนคติต่อบรรยากาศและปัจจัยการลงทุนในประเทศไทยที่มีผลกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

ทัศนคติต่อบรรยากาศในการลงทุนและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับ
ขนาดของตลาดภายใน	3.33	1.08	สูง
อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทย	3.37	0.55	สูง
อัตราภาษีนำเข้า	2.81	0.97	ปานกลาง
อัตราค่าจ้างแรงงาน	3.17	0.75	สูง
กำแพงภาษีที่ต่ำ	3.58	0.53	สูง
นโยบายของรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4.05	0.94	สูงมาก
อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ	3.24	0.84	สูง
<b>รวม</b>	0.06	0.50	ต่ำมาก

จากตารางที่ 18 พบว่าทัศนคติของนักลงทุนที่มีต่อบรรยากาศในการลงทุนและปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน โดยนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.05 ทัศนคติต่อกำแพงภาษีที่ต่ำ 3.58 ทัศนคติต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทย 3.37 ทัศนคติต่อขนาดของตลาดภายใน 3.33 ทัศนคติต่ออัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ 3.24 ทัศนคติต่ออัตราค่าจ้างแรงงาน 3.17 และทัศนคติต่ออัตราภาษีนำเข้า 2.81

ตารางที่ 19 แสดงทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารที่นักลงทุนได้รับเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่างๆ

ทัศนคติที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อบุคคล	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับทัศนคติ
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนในไทยแล้วมีความน่าเชื่อถือได้	2.95	1.06	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนในไทยแล้วมีความสมบูรณ์ และเพียงพอ	2.95	0.98	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนในไทยแล้วมีส่วนร่วมช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง	3.12	1.06	ปานกลาง

ทัศนคติที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อบุคคล	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับทัศนคติ
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องมีความน่าเชื่อถือได้	2.88	1.03	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องมีความสมบูรณ์ และเพียงพอ	3.12	0.95	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง	3.40	1.01	ปานกลาง
ทัศนคติที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับทัศนคติ
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก สื่อต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์/แผ่นพับ โปสเตอร์/แผ่นพับที่เกี่ยวข้องมีความน่าเชื่อถือได้	2.33	0.66	ต่ำมาก
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก สื่อต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์/แผ่นพับ โปสเตอร์/แผ่นพับที่เกี่ยวข้องมีความสมบูรณ์ และเพียงพอ	1.91	0.92	ต่ำมาก
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก สื่อต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์/แผ่นพับ โปสเตอร์/แผ่นพับที่เกี่ยวข้องมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง	2.71	0.76	ปานกลาง
ทัศนคติที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับทัศนคติ
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมีความน่าเชื่อถือได้	3.35	0.84	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมีความสมบูรณ์ และเพียงพอ	3.10	1.10	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจาก อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง	3.66	0.86	สูง
<b>รวม</b>	<b>3.21</b>	<b>0.34</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่นักลงทุนมีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนในไทยแล้วนั้น ความคิดเห็นที่ว่า ข้อมูลที่ได้รับมีส่วนช่วยในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง 3.12 ข้อมูลมีความสมบูรณ์เพียงพอ และมีความน่าเชื่อถือได้ เป็น 2.95 ระดับทัศนคติปานกลาง ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่นักลงทุนมีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น มีส่วนช่วยในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง 3.40 มีความสมบูรณ์ และเพียงพอ 3.12 และมีความน่าเชื่อถือได้ 2.88 ระดับทัศนคติปานกลาง ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่นักลงทุนมีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ แผ่นพับนั้นมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง 2.71 มีความน่าเชื่อถือได้ 2.33 และมีความสมบูรณ์และเพียงพอ 1.91 ระดับทัศนคติปานกลาง และต่ำตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่นักลงทุนมีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องนั้นมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง 3.66 มีความน่าเชื่อถือได้ 3.35 มีความสมบูรณ์และเพียงพอ 3.10 ระดับทัศนคติเป็นสูงและปานกลาง นอกจากนี้ นักลงทุนคิดว่าความแตกต่างทางด้านภาษาและวัฒนธรรมไม่เป็นอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง 3.34 และระดับทัศนคติเป็นกลางต่อความคิดเห็นนี้

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 นักลงทุนที่มีลักษณะทางประชากรและประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างกัน

ผลการวิเคราะห์จากลักษณะทางประชากร (อายุ ระดับการศึกษา) และประสบการณ์การลงทุน (ที่เคยลงทุนมาก่อน และไม่เคยลงทุนที่อื่นมาก่อน) ศึกษาความแตกต่างจากการทดสอบสถิติไคสแควร์ (Chi-Square test) นั้น พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่ต่างกันจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 20 แสดงค่าสถิติไคสแควร์ ต่อไปนี้

ตารางที่ 20 แสดงค่าสถิติไคสแควร์ อธิบายความสัมพันธ์ตัวแปรเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลักษณะทางประชากร	ประสบการณ์การลงทุน	
	ค่าสถิติไคสแควร์	P
เพศ	1.510	0.219
อายุ	2.518	0.472
ระดับการศึกษา	4.954	0.175

สมมติฐานที่ 2 การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

ผลการวิเคราะห์โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) นั้น พบว่าการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 21 แสดงผลการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 21 แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2

ตัวแปร	ความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	
	ค่าสหสัมพันธ์	P
การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	0.385*	0.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $P < 0.05$ )

สมมติฐานที่ 3 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

ผลการวิเคราะห์โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) นั้นพบว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 22 แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 3

ตัวแปร	การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน	
	ค่าสหสัมพันธ์	P
การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน	0.213*	0.015

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $P < 0.05$ )

สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน

ผลการวิเคราะห์โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) นั้น พบว่า การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจลงทุน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 23 ที่แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 23 แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 4

ตัวแปร	การตัดสินใจลงทุน	
	ค่าสหสัมพันธ์	P
การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน	-0.132	0.135

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุน

ผลการวิเคราะห์โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) นั้น พบว่าความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจในการลงทุน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังจะให้เห็นจากตารางที่ 24 แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน



ตารางที่ 24 แสดงผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบ  
สมมติฐานที่ 5

ตัวแปร	การตัดสินใจลงทุน	
	ค่าสหสัมพันธ์	P
ความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	0.007	0.941



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการลงทุนในประเทศไทย” ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศไทยจากสื่อและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของนักลงทุน อีกทั้งศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ รวมถึงต่อแหล่งที่มาของแหล่งข้อมูล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป

โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักลงทุนจากสหภาพยุโรปที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลและรายชื่อจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) รวมกว่า 140 บริษัทที่ได้รับยื่นเรื่องเสนอขอรับการอนุมัติการลงทุนในปี พ.ศ. 2549

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามภาษาอังกฤษที่สร้างขึ้นซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions) เพื่อศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง มีเนื้อหาแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เพศ อายุ ภูมิลำเนา ความสามารถทางภาษา และการศึกษา จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานด้านการลงทุน ประสบการณ์การลงทุน ประเภทกิจการที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน และประเภทกิจการที่ลงทุนในประเทศไทย จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายปิดที่เกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อด้านต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วย

- ประเภทของภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

- การให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุน ในช่วงระยะเวลาก่อนการตัดสินใจลงทุน
- ช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการลงทุนจากสื่อ หรือหน่วยงานต่างๆ
- ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อันได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในประเทศไทย บรรยายภาคการลงทุนในประเทศไทย และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลการลงทุนที่ได้รับโดยผ่านจากสื่อแต่ละช่องทางและการนำข้อมูลการลงทุนที่ได้รับมาใช้มาประกอบการตัดสินใจ จำนวน 14 ข้อ

### สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษา เรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนจากสหภาพยุโรปกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย” แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เพศ อายุ ภูมิลำเนา ความสามารถทางภาษา และการศึกษา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านการลงทุน ประสบการณ์การลงทุน ประเภทกิจการที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน และประเภทกิจการที่ลงทุนในประเทศไทย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทย จากสื่อด้านต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในประเทศไทย บรรยากาศการลงทุนในประเทศไทย และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลการลงทุนที่ได้รับ โดยผ่านจากสื่อแต่ละช่องทางและการนำข้อมูลการลงทุนที่ได้รับมาประกอบการศึกษา

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เพศ อายุ ภูมิลำเนา และการศึกษา

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นชายมากกว่าหญิง
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปีและรองลงมาคืออายุระหว่าง 50-59 ปี
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนามาจากสหราชอาณาจักร และรองลงมาคือประเทศเยอรมัน
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และรองลงมาคือระดับอนุปริญญา
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการใช้อังกฤษทั้งในด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน อยู่ในเกณฑ์ดีมาก และดี ส่วนความสามารถในการใช้ภาษาไทยด้านการฟังและการพูดอยู่ในเกณฑ์ พอใช้และต้องปรับปรุง ส่วนทักษะด้านการอ่านและเขียนนั้นส่วนใหญ่ไม่ได้เลย
- กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถทางภาษาอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ภาษาเยอรมัน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี และเกณฑ์ความสามารถด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน อยู่ในระดับ ดี ถึงดีมาก เนื่องด้วยเป็นภาษาหลัก

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะการลงทุน ประสบการณ์การลงทุน และประเภทธุรกิจที่ลงทุน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ด้านการลงทุนมาก่อนที่จะมาลงทุนในประเทศไทย

- กลุ่มตัวอย่างส่วนที่เคยมีประสบการณ์ด้านการลงทุนมาก่อนนั้นส่วนใหญ่มีประสบการณ์การลงทุนในด้านอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และธุรกิจอื่นๆ เช่น ด้านการผลิตเครื่องประดับ ชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น
- กลุ่มตัวอย่างที่ลงทุนในประเทศไทยส่วนมากลงทุนในธุรกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และธุรกิจอื่นๆ เช่นด้านการผลิตเครื่องประดับ ชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารก่อนการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### ภาษาที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

- กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
- กลุ่มตัวอย่างน้อยมากใช้ภาษาไทยเป็นภาษาหลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
- กลุ่มตัวอย่างน้อยมากที่ใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นภาษาในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
- ทักษะติดต่อเรื่องความแตกต่างทางด้านภาษาและวัฒนธรรมไม่เป็นอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีระดับเป็นกลาง

#### ระดับความสำคัญของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

- กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทยมาก

#### ช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนจากสื่อต่างๆ

- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย ในระดับ ปานกลาง

- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว  
ในระดับสูง
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่  
เกี่ยวข้อง ในระดับปานกลาง
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากวารสาร/ นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุน  
ในประเทศไทย ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากวารสารหนังสือพิมพ์ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากโปสเตอร์/แผ่นพับ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากจดหมายข่าวในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ในระดับปานกลาง
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากคนรู้จักที่เคยเข้ามา  
ลงทุนก่อนแล้ว และรองลงมาเป็นเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่  
เกี่ยวข้อง และจากเพื่อนร่วมงาน และเจ้านาย

#### ระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในการลงทุน

- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย ในระดับ ปาน  
กลาง
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว  
ในระดับต่ำ
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่  
เกี่ยวข้อง ในระดับปานต่ำ
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากวารสาร/ นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุน  
ในประเทศไทย ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากวารสารหนังสือพิมพ์ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากโปสเตอร์/แผ่นพับ ในระดับต่ำมาก
- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากจดหมายข่าวในระดับต่ำมาก

- กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ในระดับต่ำ
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย และ คนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว ตามลำดับ
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในการลงทุนอยู่ในระดับที่ต่ำมาก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านการทัศนคติที่มีต่อบรรยากาศ และปัจจัยการลงทุนในประเทศไทย การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลการลงทุนที่ได้รับและการนำข้อมูลการลงทุนที่ได้รับมาใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### ทัศนคติต่อบรรยากาศและปัจจัยในการลงทุน

- ขนาดของตลาดภายใน ทัศนคติระดับ สูง
- อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทย ทัศนคติระดับ สูง
- อัตราภาษีนำเข้า ทัศนคติระดับ ปานกลาง
- อัตราค่าจ้างแรงงาน ทัศนคติระดับ สูง
- กำแพงภาษีที่ต่ำ ทัศนคติระดับ สูง
- นโยบายของรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทัศนคติระดับ สูงมาก
- อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ ทัศนคติระดับ สูง
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีค่าเฉลี่ยที่มีต่อบรรยากาศในการลงทุนและปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยรวมอยู่ในระดับที่ต่ำมาก
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีทัศนคติที่มีต่อนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องค่อนข้างสูงมาก และลำดับต่อมาคือทัศนคติต่อกำแพงภาษีที่ต่ำ

#### ทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ

- ทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนในไทยมีความน่าเชื่อถือ ระดับเป็นกลาง
- ทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีความน่าเชื่อถือ ระดับเป็นกลาง

- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์/ แผ่นพับ ที่เกี่ยวข้องมีความน่าเชื่อถือ ระดับ เชิงลบ
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมีความ น่าเชื่อถือ ระดับเป็นกลาง
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องว่ามีความน่าเชื่อถือ ในระดับเป็นกลางมากที่สุด และ ค่าเฉลี่ยที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคน รู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนในไทยมีความน่าเชื่อถือ ระดับเป็นกลางรองลงมา
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคย เข้ามาลงทุนในไทยมีความสมบูรณ์ และเพียงพอ ระดับเป็นกลาง
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีความสมบูรณ์ และเพียงพอ ระดับเป็นกลาง
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์/ แผ่นพับ ที่เกี่ยวข้องมีความสมบูรณ์ และ เพียงพอ ระดับ เชิงลบ
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมีความ สมบูรณ์ และเพียงพอ ระดับเป็นกลาง
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องว่ามีความสมบูรณ์ และเพียงพอ ในระดับเป็นกลาง มากที่สุด และค่าเฉลี่ยที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนเจ้าหน้าที่ จากหน่วยงานต่างๆ มีความสมบูรณ์ และเพียงพอ ระดับเป็นกลาง รองลงมา
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคย เข้ามาลงทุนในไทยมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง ระดับเป็น กลาง
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง ระดับเป็นกลาง



- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์/ แผ่นพับ ที่เกี่ยวข้องมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง ระดับเป็นกลาง
- ทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง ระดับเชิงบวก
  - กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีทักษะติดต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องว่ามีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง ในระดับเชิงบวกมากที่สุด และค่าเฉลี่ยที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ มีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง ระดับเป็นกลางรองลงมา

## ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

**สมมติฐานที่ 1** นักลงทุนที่มีลักษณะทางประชากร และประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างกัน โดยศึกษาความแตกต่างจากการทดสอบสถิติไคสแควร์ (Chi-Square test)

ผลการวิเคราะห์จากลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา รวมถึงประสบการณ์การลงทุนที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อไม่ต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2** การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์จากการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 แสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์พบว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนนั้น มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์พบว่า การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุน โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อภิปรายผลการวิจัย

### อภิปรายผลการวิจัยด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ระดับความสำคัญของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศไทยมากนั้นเป็นเพราะการแสวงหาและการรับรู้ข่าวสารเป็นเสมือนช่องทางในการศึกษา เรียนรู้ช่องทางในการประกอบธุรกิจในเมืองไทย เป็นการแสวงหาข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนแน่นอน นอกจากนี้การที่กลุ่มตัวอย่างนักลงทุนนั้นได้ให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างมากก็นับเป็นส่วนหนึ่งในขั้นตอนการตัดสินใจ ดังที่ Carroll และ Johnson (1990) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลกลุ่ม หรือองค์การ กำหนดทางเลือก รวบรวมและประเมินข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด เนื่องจากการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาโดยการกำหนดทางเลือก และเลือกทางเดินที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนจึงให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่จะนำมาใช้เพื่อการตัดสินใจ ที่จะวิเคราะห์แนวทางต่างๆ ที่น่าจะนำไปปฏิบัติได้ และเหมาะสม

#### ช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนจากสื่อต่างๆ

ในกระบวนการตัดสินใจลงทุนนั้น การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการตัดสินใจเป็นส่วนสำคัญมาก ซึ่งในระยะเวลาระหว่างการตัดสินใจนี้ นักลงทุนจะแสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ ทั้งจากคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อน เพื่อนร่วมงาน เจ้านาย และจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการลงทุนในหน่วยงานของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในลักษณะของการขอคำปรึกษา และคำแนะนำซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการลงทุน รวมไปถึงการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุน เพื่อรับทราบถึงแนวทางการปฏิบัติต่างๆ นอกจากนี้ช่องทางการแสวงหาจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน รวมไปถึงเว็บไซต์ของหอการค้าต่างชาติต่างๆ ในประเทศไทย ก็ยังมีส่วนของข้อมูลการประกอบธุรกิจในประเทศไทย และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการลงทุนให้บริการแก่นักลงทุนจากต่างชาติ รวมถึงผู้ที่สนใจอีกด้วย นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ เพิ่มเติม เช่น จากวารสาร/ นิตยสารเกี่ยวกับการลงทุน หนังสือพิมพ์ จดหมายข่าว ไปสเตอร์แผ่นพับ วิทยุ และโทรทัศน์ ตามลำดับ

เป็นที่น่าสังเกตว่าช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลนั้นเป็นสื่อที่นักลงทุนเลือกใช้เป็นหลักในช่วงก่อนการตัดสินใจ การที่นักลงทุนได้รับข้อมูลข่าวสารจากการปรึกษา และขอรับข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์แล้ว รวมถึงเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักลงทุนต่างชาติที่ยังไม่ได้ตัดสินใจลงทุนเกิดความเชื่อถือ เนื่องจากภาพลักษณ์

ของสื่อประเภทดังกล่าวย่อมสะท้อนถึงความสามารถหรือความเชี่ยวชาญในการบริหารธุรกิจ นอกจากนี้ลักษณะดึงดูดที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับที่ Charles K. Atkin (1981 อ้างถึงใน Tucker และคณะ, 1997) ที่ได้กล่าวถึงปัจจัย 3 ประการที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร นั่นคือ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ความเชี่ยวชาญหรือความสามารถ (Expertise or competence) และลักษณะพลวัตหรือความดึงดูดใจ (Dynamism or attractiveness) ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารได้

ยิ่งไปกว่านั้นช่องทางแสวงหาข้อมูลโดยผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสำคัญและกว้างขวางมากในยุคปัจจุบัน เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่นักลงทุนเลือกใช้ค่อนข้างมากรองลงมาจากสื่อบุคคล ช่องทางนี้เป็นอีกเครือข่ายที่เชื่อมโยงข้อมูล ตลอดจนสะดวกต่อการค้นหาข้อมูลใหม่ได้อย่างง่าย รวดเร็ว รวมถึงเป็นอีกช่องทางที่อำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนอีกด้วย นอกจากการแสวงหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตนี้แล้ว นักลงทุนยังใช้ช่องทางแสวงหาจากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจอีกด้วย เนื่องจากสื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่เจาะจงและมุ่งเน้นให้เข้ากับความสนใจและความต้องการเฉพาะของกลุ่มนักลงทุน มีจุดมุ่งใจ และการใช้ประโยชน์สำหรับผู้รับสารโดยเฉพาะ และเหมาะสมกับเฉพาะกลุ่ม ซึ่งกลุ่มนักลงทุนนี้ย่อมมีความต้องการที่จะแสวงหาข้อมูล และใช้ประโยชน์จำเพาะจากข้อมูลที่แสวงหามาแล้ว ฉะนั้นจึงสอดคล้องกับแนวความคิดของ Tucker และ คณะ (1997) อ้างถึงใน วรวิทย์ ภัคดีบุรุษ, 2542 ที่อธิบายว่า สื่อเฉพาะกิจที่ผลิตขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งโดยเฉพาะ มักจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเจาะจงให้ตรงตามความเกี่ยวข้อง และความสนใจของผู้รับสาร และมีแนวโน้มในการเข้าถึงผู้แสวงหาข้อมูลซึ่งมีความกระตือรือร้น

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การที่บุคคลจะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือการตัดสินใจ โดยจะแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ รวมทั้งเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องและจำเป็นกับตัวปัญหา ตลอดจนเพียงพอต่อความต้องการเพื่อประกอบกับการตัดสินใจ และข้ามผ่านช่วงระยะก่อนการตัดสินใจสู่ระยะการตัดสินใจต่อไป

#### ระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในการลงทุน

ระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนสอดคล้องกับการเลือกช่องทางในการแสวงหา ถึงแม้ว่าระดับค่าเฉลี่ยในการแสวงหาข้อมูลจะอยู่ในระดับที่

ต่ำก็ตาม กลุ่มนักลงทุนส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลจากเพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่คนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนก่อนแล้ว รวมถึงเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระดับความถี่ที่นักลงทุนแสวงหาจากสื่อบุคคลนี้เพื่อสอบถามและขอรับคำปรึกษา รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน ซึ่งการแสวงหาจากสื่อประเภทนี้ก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยที่ในระหว่างการสื่อสาร หากผู้รับสารไม่เข้าใจหรือมีข้อสงสัยสามารถซักถามได้รายละเอียดต่างๆ ก็สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ให้เกิดความเข้าใจจนประสบผลสำเร็จ ด้วยเหตุนี้อาจส่งผลทำให้ระดับความถี่จากการแสวงหาข้อมูลจากสื่อประเภทนี้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ก็เป็นไปได้

นอกจากนั้นแล้วระดับความถี่ในการแสวงหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ก็มีระดับค่าเฉลี่ยสูงอยู่ในระดับที่รองลงมาจากสื่อบุคคล ทั้งนี้เนื่องมาจากการแสวงหาข้อมูลต่างๆ จากอินเทอร์เน็ต นักลงทุนสามารถทำได้ตามต้องการ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากช่องทางนี้ยังเป็นข้อมูลที่ใหม่และทันสมัยอีกด้วย กล่าวโดยภาพรวมได้ว่าการติดตามข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ หรือสื่อทางอินเทอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยม และ ประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นในยุคสมัยปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้ง่าย และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้แสวงหา และตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารในระดับบุคคลได้เป็นอย่างดี

**การอภิปรายผลการวิจัยด้านการทัศนคติที่มีต่อบรรยากาศ และปัจจัยการลงทุนในประเทศไทย** การให้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลการลงทุนที่ได้รับและการนำข้อมูลการลงทุนที่ได้รับมาใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน

*ทัศนคติต่อบรรยากาศและปัจจัยการลงทุนในประเทศไทยที่มีผลกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทย*

ทัศนคติของนักลงทุนที่มีต่อบรรยากาศในการลงทุนและปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน โดยปัจจัยหลักซึ่งกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนเห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกับการตัดสินใจมากที่สุดนั่นคือนโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระดับกำแพงภาษีที่ต่ำ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทไทย ขนาดของตลาดภายใน อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ อัตราค่าจ้างแรงงาน และอัตราภาษีนำเข้า ลดหลั่นตามกันมา ทั้งนี้ โดยหลักทั่วไปการที่นักลงทุน

จะเข้าไปลงทุนในประเทศใดประเทศหนึ่ง ในกิจการใดกิจการหนึ่งนั้น นักลงทุนจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการศึกษาปัจจัย ในระดับต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการประกอบการนั้นๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นมีหลายประการดังที่กล่าวมาข้างต้นนี้แล้ว และยิ่งไปกว่านั้นยังมีตัวแปรอีกหลายตัวแปรที่มีผลต่อการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนด้วยเช่นกัน ทั้งภาษา และวัฒนธรรม อีกด้วย

การศึกษาถึงนโยบายของรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น นับเป็นปัจจัยแรกๆ ที่นักลงทุนให้ความสำคัญ เพราะนโยบายนับเป็นปัจจัยหลักภายในของแต่ละประเทศ ที่กำหนดทิศทางการลงทุนภายในประเทศ หากรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการลงทุน หน่วยงานต่างๆ เล็งเห็นความสำคัญของการสนับสนุนการลงทุนแล้ว การกำหนดทิศทางการผลักดันเศรษฐกิจย่อมเป็นไปในทางเดียวกัน

ทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารที่นักลงทุนได้รับเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่างๆ

การนำข้อมูลข่าวสารที่นักลงทุนแสวงหาไปใช้ประโยชน์นั้นจำแนกออกเป็นตามประเภทของสื่อที่นักลงทุนแสวงหา นั่นคือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยการนำสื่อเหล่านี้ไปเน้นไปในการนำไปใช้เพื่อเป็นส่วนช่วยประกอบในกระบวนการตัดสินใจ โดยที่ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติที่นักลงทุนมีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย หรือคนรู้จักที่เคยเข้ามาลงทุนในไทยแล้วนั้น นักลงทุนมีความคิดเห็นที่ว่า ข้อมูลที่ได้รับมีจากสื่อบุคคลส่วนนี้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ข้อมูลที่ได้รับมีความสมบูรณ์เพียงพอ และมีความน่าเชื่อถือได้ นอกจากนี้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ นั้น นักลงทุนก็มีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่ได้รับมีส่วนช่วยในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง มีความสมบูรณ์ และเพียงพอ และมีความน่าเชื่อถือได้ ในระดับที่รองลงมาตามกัน ทั้งนี้ความคิดเห็นนี้สอดคล้องกับการที่นักลงทุนได้แสวงหาข้อมูลข่าวสารจากช่องทางสื่อต่างๆ ที่เขาเลือกแสวงหาผ่านทางสื่อบุคคลเป็นหลักในช่วงแรก เช่นเดียวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ ที่เหล่านักลงทุนได้ทำการแสวงหาผ่านช่องทางนี้ นักลงทุนก็มีทัศนคติที่เห็นว่าข้อมูลที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือได้ ข้อมูลสมบูรณ์ เพียงพอ และมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเช่นกัน

อย่างไรก็ตามทัศนคติของนักลงทุนต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ และโปสเตอร์ แผ่นพับ วารสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

นั้นเป็นไปในเชิงลบ คือมีความน่าเชื่อถือและเพียงพอค่อนข้างน้อย แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทนี้ก็มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเช่นกัน ทั้งนี้แม้ว่าสื่อเฉพาะกิจ จะเป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มแล้ว แต่การที่ไม่ได้รับความสนใจหรือทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนนี้ออกมาในเชิงลบแล้วนั้น ซึ่งในทางกลับกันการใช้สื่อเฉพาะกิจจำพวกนี้ก็ยังมีส่วนช่วยให้เกิดการตัดสินใจด้วยอยู่ดี

## การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** นักลงทุนที่มีลักษณะทางประชากร และประสบการณ์การลงทุนแตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างกัน

ผลการวิเคราะห์จากลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา รวมถึงประสบการณ์การลงทุนมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อไม่ต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั้น เนื่องจากผู้รับสารในที่นี้เป็นผู้รับสารในฐานะตลาดที่เป็นแนวคิดทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะต่างจากแนวคิดอื่นๆ ที่มองผู้รับสารในฐานะบุคคลโดยรวม ในฐานะมวลชน หรือกลุ่มสังคม ซึ่งแนวคิดลักษณะนี้เน้นที่ความพึงพอใจของผู้รับสารที่จะเลือกรับสารและใช้สารเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ และนอกจากนั้นกลุ่มผู้รับสารตามแนวความคิดทางเศรษฐกิจนี้สามารถอนุมานได้ว่าเป็นกลุ่มที่เราจะรู้จักภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งในที่นี้หมายถึงรวมถึงเจตจำนงในการแสวงหาข้อมูลด้วย ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ลักษณะทางประชากรของผู้รับสารนั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอายุ เพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การลงทุน ไม่ทำให้การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างชนิดกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานั้นเป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจหลักร่วมกันในเรื่องของการตัดสินใจที่จะลงทุนในประเทศไทย นอกจากนั้นแล้วช่องทางในการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างจะแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามที่ต้องการนั้น

ทั้งนี้จึงอาจคาดการณ์ได้ว่าทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคลตามลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา ไม่อาจใช้เป็นที่กับกลุ่มตัวอย่างนี้ เพราะไม่มีความแตกต่างในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามลักษณะทางประชากร แต่ในขณะเดียวกันหากใช้ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม ที่ว่า บุคคลในกลุ่มเดียวกัน ย่อมเปิดรับสาร และมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาของข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสมมติฐานนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2533) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่

เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล ซึ่งแนวคิดนี้สรุปได้ว่าบุคคลที่มีลักษณะพื้นฐานต่างๆ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ย่อมจะเปิดรับสื่อ สนใจสื่อและเนื้อหาสาระของการสื่อสารคล้ายคลึงกันไม่มากนัก และบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมจะมีการตอบสนองต่อสื่อและเนื้อหาของข่าวสารในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันนัก

**สมมติฐานที่ 2** การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์จากการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารที่เน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสาร เพราะผู้รับสารเป็นกลุ่มที่เลือกใช้สื่อแต่ละประเภท และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง เพื่อการใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจ เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนแล้ว การเข้าไปใช้สื่อจึงเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมาย และในท่ามกลางภาวะการแสวงหาของผู้รับสารเช่นนี้ ทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จึงเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นๆ เป็นอันดับแรกๆ สมมติฐานนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2538) ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับประโยชน์และความพึงพอใจในข้อมูลที่ได้จากการเปิดรับวารสารปริทรรศน์กรมการค้าต่างประเทศ เป็นต้น

**สมมติฐานที่ 3** การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์พบว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนนั้น มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยส่วนใหญ่แล้วการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งอยู่เดิมแล้ว ซึ่งความคิดนี้สอดคล้องกับ Cognitive model of uses



and gratifications ตามแบบของ McQuail, 1984 ในเรื่องของแรงจูงใจ ผลประโยชน์ ข้อมูล ข่าวสาร และความพึงพอใจ

I	II	III	IV
แรงจูงใจ (Motivation)	ผลประโยชน์ (Interests)	ข้อมูล (Information)	ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความสนใจทั่วไป/ ความอยากรู้ ที่เป็นแรงจูงใจเริ่มต้นนี้จะแตกต่างกันไปตามผลประโยชน์ของแต่ละบุคคล ซึ่งจะเป็นตัวนำไปสู่การเลือกที่จะเข้าถึงสื่อและข้อมูลในแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดประโยชน์ และการใช้ในรูปแบบต่างๆ เช่น เพื่อเป็นแนวทางหรือรูปแบบ (Guidance) การเฝ้าระวัง (Surveillance) การนำไปประยุกต์ใช้ (Application) การแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange) หรือแม้แต่เป็นคำแนะนำใหม่ (Orientation) ฯลฯ

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนของนักลงทุนนี้ในช่วงก่อนการตัดสินใจ นั้น ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail (1989) ที่อธิบายถึงขั้นตอนการตอบสนองต่อสารในมโนภาพที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม โดยในขั้นตอนแรกบุคคลจะเริ่มมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือการเปิดรับการสื่อสาร โดยการเลือกเปิดรับนั้นเป็นไปตามความสนใจและความต้องการที่จะนำไปใช้ประโยชน์ที่เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยตัดสินใจให้ถูกต้อง นอกจากนั้นแล้ว ผลการวิจัยนี้ยังสนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารโดยการเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้ (Selection Exposure) ของ Burgoon (1974) อ้างถึงใน วรวิทย์ ภัคดิบุรุษ ที่ว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจและตามต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์พบว่า การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการตัดสินใจลงทุนนั้นเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการกำหนดทางเลือกและเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด สำหรับการที่จะลงทุนในประเทศใดประเทศหนึ่ง นอกจากนั้นยังต้องอาศัยระยะเวลาและปัจจัย

หลายประการเป็นตัวประกอบการตัดสินใจ เช่นทั้งที่เป็นปัจจัยภายในของแต่ละประเทศ ปัจจัยในระดับธุรกิจของผู้ลงทุนเอง รวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดการตัดสินใจลงทุนนั้นยังเกี่ยวข้องับบรรยากาศในการลงทุน เช่น เรื่องขนาดของตลาด มูลค่าสินค้าส่งออก อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราภาษีนำเข้า อัตราค่าจ้างในประเทศ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนแล้วทั้งสิ้น ฉะนั้นจึงไม่อาจกล่าวได้ว่าการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารนั้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน แต่อาจคาดการณ์ได้ว่าเป็นเพียงปัจจัยเสริมที่ช่วยให้การตัดสินใจลงทุนนั้นได้ดำเนินไปยังกระบวนการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดนั่นเอง

*สมมติฐานที่ 5* ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุน โดยศึกษาหาความสัมพันธ์จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจของนักลงทุนที่มีต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อชนิดต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการลงทุน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เช่นเดียวกันกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้น ถึงแม้ระดับความพอใจที่นักลงทุนได้รับจากการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน จะสะท้อนออกมาในรูปแบบของความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูล ความสมบูรณ์เพียงพอกับความต้องการแล้วนั้น แต่เนื่องจากการตัดสินใจลงทุนนั้นเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทางเลือกและเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการที่จะลงทุนในประเทศใดประเทศหนึ่ง นอกจากนั้นยังต้องอาศัยระยะเวลาและปัจจัยหลายประการเป็นตัวประกอบการตัดสินใจ เช่นทั้งที่เป็นปัจจัยภายในของแต่ละประเทศ ปัจจัยในระดับธุรกิจของผู้ลงทุนเอง รวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดการตัดสินใจลงทุนนั้นยังเกี่ยวข้องับบรรยากาศในการลงทุน เช่น เรื่องขนาดของตลาด มูลค่าสินค้าส่งออก อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราภาษีนำเข้า อัตราค่าจ้างในประเทศ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนแล้วทั้งสิ้น ฉะนั้นจึงไม่อาจกล่าวได้ว่าการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารนั้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุน แต่อาจคาดการณ์ได้ว่าเป็นเพียงปัจจัยเสริมที่ช่วยให้การตัดสินใจลงทุนนั้นได้ดำเนินไปยังกระบวนการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดนั่นเอง

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

หลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ และอภิปรายผลพบข้อเสนอแนะหลายประการดังต่อไปนี้

1. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป พบว่าส่วนมากนักลงทุนเลือกใช้ช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล อย่างผู้ที่รู้จักซึ่งมีประสพการณ์การลงทุนมาก่อนแล้วและเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องอีกเช่นกัน ส่วนการแสวงหาจากสื่อประเภทอื่นๆ ค่อนข้างน้อย และเนื่องจากการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ได้รับสารมีจุดมุ่งหมายจำกัดดังเช่นกลุ่มนักลงทุน ที่แสวงหาข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจลงทุนนั้นเป็นการจำกัดการเลือกประเภทของสารและผู้ส่งสารเฉพาะลงไปอีก ฉะนั้นหากมีการพิจารณาเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มความเข้มข้นของเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อให้มากพอกับความต้องการของนักลงทุนนั้น ข้อมูลข่าวสารอาจเพิ่มมีความสำคัญในกระบวนการตัดสินใจเข้ามาลงทุนมากยิ่งขึ้น

2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน จากการศึกษาพบว่าการแสวงหาผ่านช่องทางการสื่อสารใดมาก ความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ผ่านช่องทางนั้นก็มากตามกัน เป็นไปได้ว่าการที่นักลงทุนมีการแสวงหาจากสื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์มากทำให้ความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารจากสื่อเหล่านี้มากตามไปด้วย สัดส่วนการแสวงหาและความพึงพอใจของสื่อสองชนิดนี้แตกต่างกันกับสื่อประเภทอื่นเช่น สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจค่อนข้างสูง ดังนั้นหากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ผู้ทำหน้าที่ในการคัดเลือกผลิตสื่อและผู้ส่งสารพิจารณาการเพิ่มข้อมูลข่าวสารในช่องทางของสื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความสัมพันธ์อยู่อย่างมากแล้ว รวมทั้งเพิ่มในช่องทางอื่นอีก รวมทั้งเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงเนื้อหาและสารเช่น ด้านภาษาต่างประเทศให้มีเพิ่มมากขึ้นอีก และเพิ่มการจัดการบริหารข่าวสารในแต่ละช่องทางให้มีความเข้มข้น ความสะดวกสบายในการเข้าถึง และคำนึงถึงผลประโยชน์หลักในการนำไปใช้ประโยชน์ของนักลงทุน อาจทำให้สัดส่วนของการแสวงหาและความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และอาจทำให้มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในแต่ละระยะเพิ่มขึ้นได้ด้วยเช่นกัน

3. จากศึกษาในด้านทัศนคติต่อบรรยากาศและปัจจัยการลงทุนที่นักลงทุนให้ระดับความสำคัญว่ามีส่วนสำคัญในการตัดสินใจลงทุนนั้น นโยบายของรัฐบาลและหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องเป็นปัจจัย ที่นักลงทุนให้ความสำคัญอย่างมาก เพราะจะเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดแนวทางการพัฒนาและปัจจัยหลักอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของสินใจลงทุนในด้านต่างๆ อีกทั้งข้อตกลงจากการเจรจาทางการค้า และการจัดทำความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-สหภาพยุโรป ซึ่งจะทำการเจรจากันในช่วงต้นปี 2551 นี้ อาจจะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ยุโรปขยายการลงทุนในอาเซียน ดังนั้น โอกาสของไทยในการเป็นแหล่งรองรับการลงทุนสำคัญจากยุโรปจึงมีความเป็นไปได้สูง ทั้งนี้หากสื่อ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้โอกาสในตรงนี้จะสร้างภาพลักษณ์ และทัศนคติที่ดี รวมถึงชี้แนะแนวทางและสร้างความมั่นใจในการลงทุนมากยิ่งขึ้นอาจจะเป็นการสร้างเชื่อมั่น และดึงความสนใจในการเข้ามาลงทุนได้เพิ่มมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาด้านการสื่อสารว่ามีความสัมพันธ์หรือไม่อย่างไรกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนจากสหภาพยุโรป ซึ่งกลุ่มนักลงทุนนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของนักลงทุนต่างชาติ จึงไม่สามารถสรุปเป็นตัวแทนของนักลงทุนจากต่างชาติได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงควรมีการวิจัยเชิงสำรวจเพิ่มเติมในส่วนของนักลงทุนต่างชาติอื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับการตัดสินใจลงทุนเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาในส่วนภาพรวมเบื้องต้นของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ จึงควรมีการวิจัยถึงการวิเคราะห์เนื้อหาของสารที่สื่อผ่านแต่ละช่องทางเพื่อวิเคราะห์ถึงสภาพเนื้อหา สาระ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ว่ามีเนื้อหาสาระในส่วนใด มากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเนื้อหาสาระให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้รับสารให้ได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาในส่วนของผู้ส่งสารหรือยุทธวิธีการสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร ผู้ส่งสารเหล่านี้มียุทธวิธีการอย่างไรในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้กลุ่มนักลงทุนมีความสนใจที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากที่ผ่านมาการศึกษาในส่วนของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ อีก เช่น หอการค้าต่างชาติ สถานทูตต่างชาติในประเทศไทย ที่เป็นเสมือนหน่วยงานแรก ที่ได้รับการติดต่อโดยตรงจากผู้สนใจลงทุนในประเทศไทยที่จะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งเหล่านี้ในเบื้องต้น ฉะนั้นหากทำการศึกษาในส่วนของผู้ส่งสารเหล่านี้ อาจทำให้ได้ทราบข้อมูลเพิ่มเติม และการกำหนดวิธีทางหรือแนวร่วมในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการลงทุนได้เพิ่มมากขึ้น

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กัตัญญู หิรัญญสมบุญ. การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business Management). พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น, 2549.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2546.
- กัลยิมา โตกะคุณะ. รูปแบบการสื่อสาร บรรยากาศการสื่อสารในองค์การ ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงาน และความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานไทย ในบริษัทอังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศสในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ชลลดา เสริมนิภารัตน์. ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- นันทิดา ไชยธรรม. การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2546.
- ปวิกร จุณณานนท์. ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของประชาชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- พะยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ (Organization & Management). สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2538.
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- วินิตา สุริหาร. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการให้ความสำคัญในเรื่ององค์ประกอบทางการสื่อสารของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- สมภพ สิงขรวิทย์. การแสวงหาข่าวสาร และการนำไปใช้ประโยชน์ของกรรมการเคหะชุมชน การเคหะแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สิริวิภา พันธุ์รุ่งลักษณะ. การเปิดรับ ทักษะคนดี และความต้องการของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครต่อข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สุวิธยา นูเร. การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงภาษาไทยชื่อต่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- สุเมธ จงศรีสวาท. การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ศิริพร ตีปยานนท์. การใช้ข้อมูลข่าวสารในกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของผู้บริหารกองทุนรวม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- วรวิภา ภัคดีบุรุษ. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกับการตัดสินใจลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนต่างชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- วันทนา สุระชีวิน. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- อนุรุทธ์ กามิศ. ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุนและพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับสื่อของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. New Model for Mass Communication Research. New York: The Free Press, 1973.

Donohew, L, Tipton, L. and Haney, R. Analysis of Information- Seeking Strategies. Journalism Quarterly. New York: Prager, 1978.

European Australian Business Council, European Commission. European Asia – Pacific Business. NSW: Stroudgate.

Palmgreen P., and J.D. Rayburn. “Uses and Gratifications and exposure to public television, a discrepancy approach” Communication Research, 1979.

Stuart Oskamp. Attitudes and opinions. (2<sup>nd</sup> ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1991.

Werner J. Severin and James W. Tankard. Communication Theories Origins Methods Uses. New York: Hastings House, 1979.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ภาคผนวก ก

รายชื่อบริษัทที่ได้ทำการติดต่อออกไปโดยการส่งแบบสอบถามไปถึงโดยผ่านทาง  
อีเมลล์ และไปรษณีย์

- 1 1-2-WIN CO., LTD.
- 2 AAPC (THAILAND) LTD.
- 3 ADVANCE AGRO PUBLIC CO., LTD.
- 4 ADVANCE COMPOSITE SYSTEM LTD.
- 5 AKER KVAERNER COOL SORPTION SIAM LTD.
- 6 ALL PRODUCTS RECYCLING SYSTEMS CO., LTD.
- 7 ALLIANCE ONE SERVICES (THAILAND) LTD.
- 8 ALLIED DATA TECHNOLOGIES (THAI) CO., LTD
- 9 AMADEUS ASIA LTD.
- 10 ANITA (THAILAND) CO., LTD.
- 11 AUTOLIV ASIA ROH CO., LTD.
- 12 AXA STENMAN (THAILAND) CO., LTD.
- 13 BAYER THAI CO., LTD.
- 14 BEL Retail Ltd.
- 15 BLUE SPICE CO., LTD.
- 16 BLUECHIPS MICROHOUSE CO., LTD.
- 17 CANADOIL ASIA LTD.
- 18 CHEYNET (ASIA) CO., LTD
- 19 CHINSAN ELECTRONIC INDUSTRIAL (THAILAND)
- 20 CHOMBO SUITS CO., LTD.

- 21 CKC JEWELLERY LTD.
- 22 COBRA ADVANCED COMPOSITES CO., LTD.
- 23 COGNIS THAI LTD.
- 24 COLOUR RIBBONS (THAILAND) LTD.
- 25 COMPASS EAST INDUATRY (THAILAND) PUBLIC
- 26 CRYTINA CENTER CO., LTD.
- 27 CYRTINA CENTER CO., LTD.
- 28 DREAM YACHT CHARTER (THAILAND) CO., LTD.
- 29 EAST WEST SEED ROH LTD.
- 30 ECCO (THAILAND) CO., LTD.
- 31 ECOMARINE CO., LTD.
- 32 ECOYACHTS CO., LTD.
- 33 ELECTROLUX THAILAND CO., LTD.
- 34 EURO TECH PACIFIC LTD.
- 35 EUROMEDICAL CO., LTD.
- 36 F-EMOTION (THAILAND) CO., LTD.
- 37 FORWARD FREELAND CO., LTD.
- 38 GKN DRIVELINE (THAILAND) LTD.
- 39 GLOW DEMIN WATER CO., LTD.
- 40 GLOW ENERGY PUBLIC CO., LTD.
- 41 GREINER BIO-ONE CO., LTD.
- 42 HITECH ASIA LTD.
- 43 HORTIQ (THAILAND) CO., LTD.

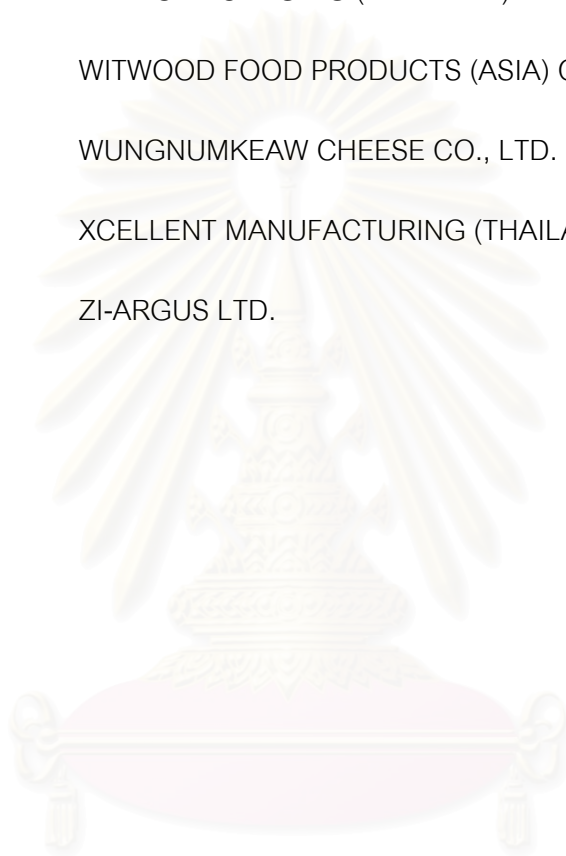
- 44 HOYA LENS THAILAND LTD.
- 45 HOYA LENS THAILAND LTD.
- 46 HUNTER DOUGLAS (THAILAND) LTD.
- 47 I.G.S. PUBLIC CO., LTD.
- 48 INTERGEST (THAILAND) LTD.
- 49 INTERNATIONA HEAT-TRANSFER EQUIPMENTS
- 50 ISOTRON (THAILAND) LTD.
- 51 J.F.L. (THAILAND) CO., LTD.
- 52 JDR CABLE SYSTEMS (THAILAND) LTD.
- 53 JUNGHEINRICH LIFT TRUCK LTD.
- 54 KAESER KOMPRESSOREN (THAILAND) LTD.
- 55 KB SYSTEMS (THAILAND) CO., LTD.
- 56 KCA DEUTAG DRILLING (THAILAND) LTD.
- 57 KEEN MEDIA (THAILAND) CO., LTD.
- 58 KLOECKNER PENTAPLAST (THAILAND) LTD.
- 59 KOELNMESSE THAILAND LTD.
- 60 LAMBERET (THAILAND) CO., LTD.
- 61 LE CONDON BLEU DUSIT CO., LTD.
- 62 LOTUS DENTAL CO., LTD.
- 63 LPJ BANGKOK.COM LTD.
- 64 LUNAR METAL ATOMISED POWDERS CO., LTD.
- 65 MAGIC LINK GARMENT (THAILAND) CO., LTD.
- 66 MAGOTTEAUX CO., LTD.

- 67 MAHLE ENGINE COMPONENTS (THAILAND) CO.,  
68 METECNO PANNELLI (THAILAND) CO., LTD.  
69 MR. ARNO AMONN  
70 MR. D.H. WILLIAMS  
71 MR. DAVID A. DONNELLY  
72 MR. DAVID A. DONNELLY  
73 MR. FABRICE ALIZON  
74 MR. FABRICE ALIZON  
75 MR. GEORGES LEROY  
76 MR. GUSTAV CARL JAN BRUNNER  
77 MR. HANS GRIESHUBER  
78 MR. JAJPM NOLLEN  
79 MR. JEAN-FRANCOIS COUSIN  
80 MR. KEES MOMMERS  
81 MR. KRIS WITHOUCK  
82 MR. MARK ALEXANDER JOHN DIXON  
83 MR. MARTIN GRAIG PLATT  
84 MR. PAO LO BILOTTA  
85 MR. PAUL COX  
86 MR. PAUL GRIMES  
87 MR. PHILIP VAN DENDER  
88 MR. ROBERTO PASCERI  
89 MR. SAMRUOY DAMAPONG

- 90 MR. STEFAN STOCKHAUS
- 91 MR. VLADIMIR POLIC
- 92 MR.HEINRICH-OTTO TEICHMANN
- 93 NOKIA NETWORKS (THAILAND) LTD.
- 94 OMI ASIA CO., LTD.
- 95 OUTSOURCESIAM CO., LTD.
- 96 PANASONIC AUTOMOTIVE SYSTEMS ASIA PACIFI
- 97 PANASONIC AVC NETWORKS (THAILAND) CO., LTD.
- 98 PANASONIC BATTERY (THAILAND) CO., LTD.
- 99 PANASONIC ECOLOGY SYSTEMS (THAILAND) CO. LTD.
- 100 PANASONIC ELECTRONIC DEVICES (THAILAND)
- 101 PANASONIC MANAGEMENT (THAILAND) CO., LTD
- 102 PANASONIC MOTOR (THAILAND) CO., LTD.
- 103 PATERER TECHNICAL PARTS CO., LTD.
- 104 PEMSTAR (THAILAND) LTD.
- 105 PETFORM (THAILAND) LTD.
- 106 PGP LTD.
- 107 PICHIT INDUSTRIAL WORKS CO., LTD.
- 108 PLUSKETOO LTD.
- 109 PONGPARA CODAN RUBBER CO., LTD.
- 110 QUALITECH ENGINEERING AND CONSTRUCTION CO. LTD.
- 111 RELACOM ROH (THAILAND) LTD.
- 112 ROXCEL (THAILAND) CO., LTD.

- 113 SAATCHI & SAATCHI LTD.
- 114 SCHNEIDER (THAILAND) LTD.
- 115 SIAE MICROELETTRONICA SOUTH EAST ASIA CO., LTD.
- 116 SIAM LEMMERZ CO., LTD.
- 117 SIAM 'S INTERNATIONAL CLOTHING CO., LTD.
- 118 SIAM TABLEWARE CO., LTD.
- 119 SIAM'S INTERNATIONAL CLOTHING CO., LTD.
- 120 SIEMENS BUSINESS COMMUNICATION SYSTEMS
- 121 SMARTRAC TECHNOLOGY LTD.
- 122 STAMEX TECHNOLOGY CO., LTD
- 123 STAR RIVER GARMENT FACTORY (BURIRAM) CO. LTD.
- 124 THAI I.T. DEVELOPMENT CO., LTD.
- 125 THAI NATIONAL POWER CO., LTD.
- 126 THAI PACIFIC MARITIME LTD.
- 127 THAI PEAK APPAREL CO., LTD.
- 128 THAI PEROXIDE CO., LTD.
- 129 THAI TANK TERMINAL LTD.
- 130 THAI-GERMAN SOLAR CO., LTD.
- 131 THAMMACHART SEAFOOD PROCESSING CO., LTD.
- 132 THE CHILLINGTON TOOL (THAILAND) CO., LTD.
- 133 THEAM ASIA PACIFIC CO., LTD.
- 134 TPI ELECTRONIC CO., LTD.
- 135 TROCADELYO

- 136 TURBOCARE (THAILAND) LTD.
- 137 ULTRAFLUX ASIA LTD.
- 138 UNIVANICH PALM OIL PUBLIC CO., LTD.
- 139 VINYTHAI PUBLIC CO., LTD.
- 140 VITALO PACKAGING (THAILAND) LID.
- 141 WITWOOD FOOD PRODUCTS (ASIA) CO., LTD.
- 142 WUNGNUMKEAW CHEESE CO., LTD.
- 143 XCELLENT MANUFACTURING (THAILAND) CO., LTD.
- 144 ZI-ARGUS LTD.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

Questionnaire: Information seeking, Uses and Gratifications of information  
On investment in Thailand of the European Union Investors

Part I: Demographic Data

Please check  in the  or fill in the blanks provided

1. Sex  Male  Female
2. Age  20 – 29  30 – 39  40 – 49  
 50 – 59  60 and above

3. Which country in European Union do you come from? Please specify.

.....

4. Language ability, please specify.

- Thai      Listening      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Speaking      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Reading      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Writing      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None

- English      Listening      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Speaking      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Reading      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Writing      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None

Other languages please specify .....

- Listening      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Speaking      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Reading      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None  
                  Writing      ◇ Excellent ◇ Good      ◇ Fair      ◇ Improving ◇ None



## 5. Level of education completed

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Lower than high school        | <input type="checkbox"/> High school or equivalent              |
| <input type="checkbox"/> Undergraduate                 | <input type="checkbox"/> Graduated                              |
| <input type="checkbox"/> Master's degree or equivalent | <input type="checkbox"/> Ph.D. or others (Please specify .....) |

**Part II: Investment background Information**

## 6. Have you ever invested in any other country?

- Yes (Please specify .....)
- No

## 7. Business sector which you have ever done in those countries

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Agriculture products             | <input type="checkbox"/> Minerals and Ceramics         |
| <input type="checkbox"/> Light Industries / Textiles      | <input type="checkbox"/> Metal Products and Machinery  |
| <input type="checkbox"/> Electric and Electronic Products | <input type="checkbox"/> Chemicals and Paper           |
| <input type="checkbox"/> Services                         | <input type="checkbox"/> others (Please specify .....) |

## 8. What is your business sector invested in Thailand?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Agriculture products             | <input type="checkbox"/> Minerals and Ceramics         |
| <input type="checkbox"/> Light Industries / Textiles      | <input type="checkbox"/> Metal Products and Machinery  |
| <input type="checkbox"/> Electric and Electronic Products | <input type="checkbox"/> Chemicals and Paper           |
| <input type="checkbox"/> Services                         | <input type="checkbox"/> others (Please specify .....) |

**Part III: Information Exposure on Economic and Investment in Thailand**

## 9. Which language do you use for seeking information on investment in Thailand?

- Thai
- English
- Other language please specify .....

10. How important is the information seeking process before you decide to invest in Thailand?

- Very much (5)
- Much (4)
- Moderate (3)
- Little (2)
- Very little (1)
- Never (0)

11. Before you decide to invest in Thailand, how did you get the information to the investment from the following media listed below and how much information have you got about investment in Thailand from the media you used? Please indicate the level of the information which you got by rating  $\surd$  in the following column.

Media Channel	Level of information on investment in Thailand which you seeking and received from this media channel					
	(5) most	(4) much	(3) moderate	(2) less	(1) least	(0) none
1.Peers, boss						
2.Known person who used to invest in Thailand						
3.Officer from involving organization						
4.Magazine containing information on investment in Thailand						
5.Radio						
6.Television						
7.Newspaper						
8.Poster and leaflets						
9.Newsletter						
10. Internet						

12. Before your decision to invest in Thailand, how frequent a week did you seek the information on investment through the following media listed below? Please indicate the frequency of information which you got by rating  $\surd$  in the following column

Media Channel	(5) Everyday	(4) 5-6 times	(3) 3-4 times	(2) 1-2 times	(1) never
1. Peers, boss					
2. Known person who used to invest in Thailand					
3. Officer from involving organization					
4. Magazine containing information on investment in Thailand					
5. Radio					
6. Television					
7. Newspaper					
8. Poster and leaflets					
9. Newsletter					
10. Internet					

**Part IV: Attitude toward investment factor in Thailand and Use & Gratification of information on investment in Thailand**

13. As per the following list of investment factor, please indicate level of your attitude toward each list if there are any effects to decision to invest in Thailand by rating  $\surd$  in the following column

Investment factor	(5) most	(4) much	(3) moderate	(2) less	(1) least	(0) none
1. Size of local market						
2. Exchange rate of the Thai baht						
3. Import tariff rates						
4. Wage rate						

5. Lower economic barriers						
6. Thai Government policy						
7. Rate of economic growth						
8. Others, please identify .....						

Please answer this following statement by rating your level of attitude toward each statement

Uses & gratifications toward information which you received from each media channel list	(5) Strongly agree	(4) Agree	(3) Neutral/ moderate	(2) Disagree	(1) Strongly disagree
14. The information received from your peers, boss or other known people who used to invest in Thailand is reliable for you.					
15. The information received from your peers, boss or other known people who used to invest in Thailand is completed and enough for you.					
16. The information received from your peers, boss or other known people who used to invest in Thailand help you to make a right decision to invest in Thailand.					

<p>17. The information received from the officer in involving organization is reliable for you.</p>					
<p>18. The information received from the officer in involving organization is completed and enough for you.</p>					
<p>19. The information received from the officer in involving organization helps you to make a right decision to invest in Thailand.</p>					
<p>20. The information received from other media such as magazines, journals, radio, television, newspapers, poster, and leaflets containing the information on investment are reliable for you.</p>					
<p>21. The information received from other media such as magazines, journals, radio, television, newspapers, poster, and leaflets containing the information on investment are completed and well enough for you.</p>					

<p>22. The information received from other media such as magazines, journals, radio, television, newspapers, poster, and leaflets containing the information on investment help you to make a right decision to invest in Thailand.</p>					
<p>23. The information from diverse websites which you exposed by surfing internet is reliable for you.</p>					
<p>24. The information from diverse websites which you exposed by surfing internet is completed and well enough for you.</p>					
<p>25. The information from diverse websites which you exposed by surfing internet help you to make a right decision to invest in Thailand.</p>					
<p>26. The language and cross culture aren't the obstacle for contacting with officers and other organization in order to get the useful information for investment in Thailand.</p>					

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววรลักษณ์ ดวงอุดม เกิดเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2524 ที่อำเภอเมือง จังหวัดยะลา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี และสำเร็จปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาฝรั่งเศส จาก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2545 และเข้าศึกษาต่อในสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีการศึกษา 2548 ปัจจุบัน เป็นเจ้าหน้าที่ผู้ช่วยประสานงานการทำวิจัยทางคลินิก บริษัทโรช ไทยแลนด์ จำกัด



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย