

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Attitude of Non-investors towards Investment
in The Stock Exchange of Thailand



โดย

นายประพันธ์ ลีดิग्มิเดชา
รหัสประจำตัว 43066611

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 47366
วัน, เดือน, ปี - 3 ก.ค. 2546

เสนอ

b.....
i.....

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ทศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
นักศึกษา : นายประพันธ์ รัฐิฎุมิเดชา
ระดับการศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา : บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา

จากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในภาวะถดถอยอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นช่องทางที่ทำให้ธุรกรรมการเป็นตัวแทนหรือนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน คือ การเพิ่มจำนวนนักลงทุนให้มากขึ้น โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีความพร้อมในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นจึงทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป ซึ่งไม่เคยเป็นผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาก่อน จำนวน 267 คน

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-39 ปี มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท โดยส่วนใหญ่ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการที่จะเข้าไปลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความเห็นว่ในอนาคตหากมีความพร้อมด้านความรู้เรื่องการลงทุนและมีฐานะการเงินที่ดีแล้ว ยังไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าจะเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษาทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นที่เป็นกลาง หรือตอบไม่แน่ใจ ในเรื่องเกี่ยวกับความเข้าใจและหลักการของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำหรับผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในภาพรวมพบว่าทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความแตกต่างกัน

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้กับบุคคลทั่วไปมากขึ้นโดยการเผยแพร่ตามสื่อ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง รวมถึงการพัฒนารูปแบบการลงทุนให้มีความแตกต่างในประเภทการลงทุนมากขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อย ซึ่งจะทำให้เป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไปมาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากขึ้น และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ทราบถึงบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างถูกต้อง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ABSTRACT

Title : Attitude of Non-investors towards Investment in The Stock Exchange of Thailand

Student : Mr.Praphan Thitiphoomdecha

Level of Study : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Assistant Professor Apisit Kaewcha

As a result of the 1997 economic crisis in Thailand, the economy continually goes to recession. In this economic situation, the opportunity for stockbrokers to increase their business operation is to expand investor base which had potential to invest in the SET.

The objective of this study is to evaluate the public attitude towards investment in the SET. The subjects in this survey were 267 people in Bangkok, aging more than 25 years old. Moreover, these people had never invested in the SET before.

It was found that most of the respondents were single 25 to 39 years old females. The respondent's education level was bachelor's degree and their occupation was an employee in private company and privatized organization. In addition, their average earning per month was less than 20,000 Baht. It was also found that most of them knew how to invest in the SET. Although, in the future, they gained knowledge and had sound financial status, they were unsure about choosing this sort of investment. The attitudes of respondents towards understanding and basic to invest in the SET were moderate and unsure. Furthermore, the attitudes towards SET's roles and responsibility were on the same levels. According to the study, there was no difference in attitudes among personal background for the hypothesis test at 0.05 significance.

The respondents suggested that SEC and SET should persistently educate public in stock market investment through media, including printing. Moreover, they should develop various investment alternatives, especially less risky investment

products in order to encourage public investment. Finally, the SET should continually promote its roles and responsibility in order to make public got the right understanding.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสำเร็จอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา ประธานกรรมการการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ และรองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์ คณะกรรมการการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ และช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างสูง และกราบขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาบริหารรัฐกิจเกษตรทุกท่านที่ประสาทความรู้ให้กับผู้เขียนในระดับการศึกษาระดับปริญญาโท

ข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากแบบสอบถามที่ได้สัมภาษณ์บุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้เขียนใคร่ขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดีในด้านการตอบข้อมูล และให้ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามที่ให้ประโยชน์ยิ่งในการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์นี้

ท้ายสุดนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ฉบับนี้จะมีเนื้อหาที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้อ่านที่สนใจไม่มากนักน้อยตามสมควร และหากการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ฉบับนี้มีสิ่งใดที่เป็นข้อบกพร่อง ผู้เขียนขอน้อมรับความผิดพลาดแต่เพียงผู้เดียว

ประพันธ์ สิริภูมิเดชา

2 มีนาคม 2546

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	6
การตรวจเอกสาร	6
วิธีการศึกษา	8
สมมติฐานของการศึกษา	12
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
ทัศนคติ	13
ความพึงพอใจ	21
การให้บริการ	24
อัตราผลตอบแทน	28
บทที่ 3 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุน	29
หลักการทั่วไปเกี่ยวกับการลงทุน	29
ความรู้เกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	34
บทที่ 4 ผลการศึกษา	43
ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	43
ทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	48
ทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	48
การทดสอบสมมติฐาน	49

	หน้า
บทที่ 5 สรูปและข้อเสนอนะ	63
สรูป	63
ข้อเสนอนะ	65
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	70
ประวัติผู้เขียน	74



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เงินรับฝากจากภาคครัวเรือนของสถาบันการเงิน	3
2	จำนวนลูกค้าที่มีอยู่ทั้งหมดและที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์	4
3	จำนวนเขตตัวอย่างคิดตามสัดส่วนของจำนวนเขตทั้งหมดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	10
4	ช่วงเวลาการซื้อขายหลักทรัพย์	38
5	ประเภทนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	40
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	43
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	44
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	45
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	45
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	46
12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทราบถึงวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	47
13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจในอนาคต	48
14	ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	50
15	ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	52
16	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	53
17	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	54
18	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	55
19	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	56

	หน้า
20 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	57
21 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาท และหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	58
22 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาท และหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	59
23 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	60
24 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาท และหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	61
25 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาท และหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	62

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ระดับความรู้ดีของทัศนคติ	17
2	ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและการแก่งำไร	32



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

เป็นที่ทราบกันดีว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นตัวกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งการพัฒนาของประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมค่อนข้างเด่นชัดขึ้น เป็นผลให้มีความจำเป็นต่อการแสวงหาเงินทุนเพื่อการดำเนินธุรกิจ และการลงทุนต่าง ๆ การพัฒนาตลาดทุนจึงได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลด้วยการจัดตั้งตลาดทุน ขึ้นมาเพื่อเป็นการสนับสนุนการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมให้เจริญเติบโต และเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปได้มีส่วนร่วมในการลงทุนนั้นด้วย

ทั้งนี้ในระยะแรกของการพัฒนาตลาดทุนในปี พ.ศ. 2517 นั้น ได้มีพระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเกิดขึ้น และนับตั้งแต่เริ่มดำเนินการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา การซื้อขายหลักทรัพย์ยังไม่เป็นที่รู้จักในหมู่นักลงทุนโดยทั่วไป จำนวนหลักทรัพย์ที่ซื้อขายในวันแรกเพียง 16 หลักทรัพย์ หลังจากนั้นเป็นต้นมานักลงทุนให้ความสนใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากขึ้นโดยจะเห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2538 เป็นปีที่มีหลักทรัพย์เข้ามาจดทะเบียนเพื่อทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากที่สุดโดยสูงถึง 471 หลักทรัพย์ ซึ่งจากเดิมที่มีเพียง 16 หลักทรัพย์และมูลค่าการซื้อขายต่อวันสูงสุดถึง 25,000 ล้านบาทต่อวัน แต่อย่างไรก็ตาม การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น ไซ่ว่าจะราบรื่นมาตลอดเนื่องจากมีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกและความมั่นใจของนักลงทุน เช่น ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ จนทำให้ตลาดหลักทรัพย์เกิดความผันผวนและเปลี่ยนแปลงได้ กล่าวคือ ในช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีที่เกิดภาวะวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นต้นมา สถานะการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมทางการเงินได้รับผลกระทบอย่างมาก โดยสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดกับอุตสาหกรรมทางการเงินนี้ คือ การปิดกิจการลงของหลาย ๆ ธนาคาร หรือการที่หลาย ๆ ธนาคารถูกนักลงทุนจากต่างชาติเข้าครอบงำกิจการหรือเทคโอเวอร์เป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกับธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวกับตลาดทุน เช่น การเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งดำเนินงานโดยบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์หรือบริษัทหลักทรัพย์นั้น ได้รับผลกระทบเช่นกัน กล่าวคือ ในช่วงกลางปี พ.ศ. 2540 สถาบันการเงิน 42 แห่ง ถูกทางธนาคารแห่งประเทศไทยสั่งปิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินกิจการโดยมีสาเหตุหลัก คือ การขาดสภาพคล่องทางการเงิน และการดำเนินธุรกิจที่ขาดทุน ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 มีสถาบันการเงินถูกปิดกิจการเพิ่มขึ้นอีก 16 แห่งโดยมีสาเหตุในลักษณะเดียวกัน คือ ปัญหาทางการเงิน ซึ่งทั้ง 2 เหตุการณ์นั้นมีบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์รวมอยู่ด้วยจำนวน 42 บริษัท ทำให้กิจการที่ดำเนินธุรกิจด้านการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ลดลงอย่างมาก

โดยก่อนเกิดภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจมีบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิก (Brokers) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 50 บริษัทและบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Sub-brokers) ทั้งหมด 27 บริษัท แต่หลังจากที่มีปัญหาทางการเงิน จนทำให้ธนาคารแห่งประเทศไทยเข้ามาสั่งปิดกิจการ และต่อมามีการแยกธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ออกจากกันทำให้มีบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิกตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเหลืออยู่เพียง 28 บริษัท และบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเหลืออยู่เพียง 12 บริษัท ปัจจุบันมีบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิกตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็น 37 บริษัท และบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2 บริษัท (ข้อมูล ณ 1 ต.ค. 45)

กล่าวได้ว่านับจากปี พ.ศ. 2540 ที่เกิดปัญหาเป็นต้นมานั้น มีหลาย ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนี้ได้ใช้วิธีการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกรรมด้านการลงทุนในหลักทรัพย์สามารถดำเนินต่อไปได้ กล่าวคือ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ใช้นโยบายในเรื่องของการผ่อนคลายนโยบายต่าง ๆ มากขึ้นเพื่อให้บริษัทหลักทรัพย์สามารถทำธุรกรรมได้มากขึ้น ในขณะที่บริษัทหลักทรัพย์ที่เหลืออยู่ได้มีการปรับองค์กรใหม่ หรือกลยุทธ์ในการบริหารใหม่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหลาย ๆ บริษัทจำเป็นต้องอาศัยการร่วมทุนจากนักลงทุนต่างชาติเข้ามาร่วมทุนและร่วมบริหารงาน และหลาย ๆ บริษัทมีการปรับองค์กรให้มีขนาดเล็กลงเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน แต่วิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบริษัทที่ผ่านมานั้นเป็นการแก้ปัญหาระยะสั้นเพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น เพราะในระยะยาวแล้วหากภาวะเศรษฐกิจยังคงไม่ดีขึ้น การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยย่อมลดน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทหลักทรัพย์ที่มีรายได้หลักมาจากค่าธรรมเนียมการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ จะเห็นได้ว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา รายได้จากค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ซึ่งเป็นรายได้หลักมีปริมาณลดลงอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ปี พ.ศ. 2539 มีรายได้จากค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์รวมจำนวน 10,295.51 ล้านบาท ปี พ.ศ.2541 มีรายได้จาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์รวมจำนวน 7,115.97 ล้านบาท ปี พ.ศ.2543 มีรายได้จากค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์รวมจำนวน 6,654.91 ล้านบาทและจนถึง ปี พ.ศ. 2544 มีรายได้จากค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์รวมจำนวน 1,557.59 ล้านบาท ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ จึงตระหนักดีว่าการเพิ่มปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ของลูกค้ำให้มากที่สุดน่าจะเป็นทางออกที่ดีอีกทางหนึ่งในระยะยาว

ในขณะเดียวกันหากพิจารณาถึงบุคคลทั่วไปที่อยู่ในภาวะการทำงานและมีรายได้ ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ. 2543 พบว่ามีกำลังแรงงานจำนวน 33.14 ล้านคน โดยเป็นผู้มีงานทำ 31.92 ล้านคนและเป็นผู้ไม่มีงานทำ 1.22 ล้านคน นอกจากนี้หากพิจารณาถึงเงินออมหรือเงินฝากของบุคคลทั่วไปที่นำไปฝากสถาบันการเงินซึ่งพบว่าในปี พ.ศ. 2543 มีปริมาณเงินที่นำไปฝากกับสถาบันการเงินสูงถึง 4,507,633 ล้านบาท (ตารางที่ 1) ในขณะที่จำนวนนักลงทุนที่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สิ้นสุด ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2545 มีจำนวนนักลงทุนที่เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์เพียง 221,683 ราย และมีการลงทุนจริง (Active Account) ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2545 เพียง 61,261 ราย (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 เงินรับฝากจากภาคครัวเรือนของสถาบันการเงิน

(หน่วย : ล้านบาท)

รายการ	ปี พ.ศ.				
	2539	2540	2541	2542	2543
ธนาคารพาณิชย์ (เงินฝาก)	2,642,854	3,061,092	3,337,832	3,320,910	3,528,911
ธนาคารออมสิน (เงินฝากเพื่อเรียกสลากออมสิน)	205,372	235,294	324,695	349,408	392,080
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (เงินฝาก)	59,371	109,958	133,783	128,478	152,465
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (เงินฝาก)	57,239	65,351	86,257	93,297	112,354
บริษัทเงินทุนและบริษัทหลักทรัพย์ (ตัวสัญญาใช้เงิน)	660,700	183,330	182,303	125,759	126,597
บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ (ตัวสัญญาใช้เงิน)	6,152	5,307	3,494	3,112	3,206
บริษัทประกันชีวิต (เงินสำรองประกันภัย)	117,445	139,655	154,099	166,336	192,020
รวม	3,749,133	3,799,987	4,222,463	4,187,300	4,507,633

ที่มา : (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2545)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 จำนวนลูกค้าที่มีอยู่ทั้งหมดและที่มีการซื้อขายหลักทรัพย์

(หน่วย : ราย)

ปี พ.ศ.	จำนวนนักลงทุน ที่เปิดบัญชีทั้งหมด	จำนวนนักลงทุน ที่มีการลงทุนจริง
2539	303,236	50,743
2540	198,763	29,260
2541	172,193	36,670
2542	194,329	52,649
2543	230,009	32,368
2544	207,644	49,597
2545 (ณ เดือนตุลาคม)	221,683	61,261

ที่มา : (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2545)

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลจำนวนประชากรที่มีงานทำและการนำเงินออมของบุคคลทั่วไปไปฝากกับสถาบันการเงิน กับจำนวนประชากรซึ่งเป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว พบว่าเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ซึ่งโอกาสที่จะเพิ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมีการโยกย้ายเงินออมที่ฝากไว้กับสถาบันการเงินมาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แทนยังมีมาก

ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ จึงมองเห็นถึงโอกาสในการเพิ่มนักลงทุนรายใหม่จากบุคคลทั่วไปกลุ่มหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากและมีศักยภาพมากพอที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ แต่กลุ่มคนเหล่านั้นกลับไม่ได้ให้ความสนใจกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือเลือกวิธีการลงทุนหรือบริหารเงินในรูปแบบอื่นแทน เช่น การฝากเงินกับธนาคารหรือลงทุนด้านอื่นแทน ดังนั้นการศึกษาถึงทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในครั้งนี้จะได้อีกหนทางหนึ่งที่จะทำให้ทราบว่าบุคคลเหล่านั้นมีทัศนคติอย่างไรกับสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลที่ได้ตามมา คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือบริษัทหลักทรัพย์ก็ตาม สามารถนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงการดำเนินงาน และแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ ที่บุคคลทั่วไปกลุ่มนี้เห็นว่าเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการตัดสินใจเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเมื่อเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่นนั้นแล้ว จึงน่าจะเป็นทางออกและโอกาสของบริษัทหลักทรัพย์หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการเพิ่มปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์และเพิ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ทำให้ทราบทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลทั่วไปซึ่งยังไม่ได้เป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำหรับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยใช้ในการพิจารณาเพื่อการวางนโยบายและแผนงานในการเพิ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้มีจำนวนนักลงทุนเพิ่ม มากขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจังหวัดที่ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลสูงที่สุดของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540) และเป็นจังหวัดที่มีสำนักงานใหญ่ของบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์รวมทั้งหมด 37 แห่ง ตั้งอยู่ (ณ 1 ต.ค. 45)
2. การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะคนวัยทำงานอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ โดยเป็นบุคคลที่ปัจจุบันไม่ได้ลงทุนหรือไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มาก่อนการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นตัวเลขที่นำมาจากการสำรวจและสอบถามจากฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์บางแห่ง

3. การศึกษาคั้งนี้มีระยะเวลาในการศึกษาอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2545 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546

นิยามศัพท์

บุคคลทั่วไป หมายถึง บุคคลที่ปัจจุบันไม่ได้ลงทุนหรือไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มาก่อน และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่ประกอบอาชีพและมีรายได้ อยู่ ณ ปัจจุบัน โดยไม่ได้แบ่งแยกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้อาชีพ รวมถึงความแตกต่างทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม

หลักทรัพย์ หมายถึง หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ หุ้นกู้ พันธบัตร และหน่วยลงทุนของบริษัทที่ได้จดทะเบียนไว้กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทหลักทรัพย์ หมายถึง บริษัทที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ให้ดำเนินธุรกรรมเกี่ยวกับการเป็นตัวแทนนายหน้าในการซื้อขายหลักทรัพย์ให้กับบุคคลอื่น

บริษัทสมาชิก หมายถึง บริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ โดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์และมีคุณสมบัติตามที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด

การตรวจเอกสาร

ธนกิจ (2538) ได้ทำการศึกษา การศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างจังหวัด : ศึกษาเฉพาะกรณีการลงทุนในจังหวัดสระบุรี พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี มีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34 ผลของการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์โดยตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่นักลงทุนปฏิบัติได้ถูกต้องตามหลักวิชาการมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยทางการเมือง คือกรณีเกิดการปฏิวัติ นักลงทุนร้อยละ 77 จะขายหลักทรัพย์ออกตามหลักวิชาการ ส่วนปัจจัยที่นักลงทุนปฏิบัติถูกต้องตามหลักวิชาการน้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายเงินปันผล คือ เมื่อเงินปันผลลดลงนักลงทุนร้อยละ 55 จะขายหลักทรัพย์ออกไปผลของการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการลงทุน นักลงทุนมีพฤติกรรมกระจายการลงทุนพอสมควร นักลงทุนรายหนึ่ง ๆ มีการลงทุนในหลักทรัพย์ 3 - 4 ประเภท มากที่สุดคิดเป็น

เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจลงทุนโดยไม่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และไม่รับประกันว่าข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารนี้จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 47 สำหรับการถือครองหลักทรัพย์นักลงทุนส่วนใหญ่ถือครองหลักทรัพย์ระยะสั้นช่วง 1 - 75 วัน คิดเป็นร้อยละ 68.44 แหล่งเงินทุนที่นักลงทุนใช้มาจากเงินออมของตนคิดเป็นร้อยละ 76.23 ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุนส่วนใหญ่มาจากบริษัทหลักทรัพย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.48 และความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการถือครองหลักทรัพย์

สุเทพ (2538) ได้ทำการศึกษาการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จังหวัดขอนแก่น พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่เป็นหญิงมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 50,440 บาท โดยนิยมซื้อหลักทรัพย์ครั้งละ 4 หลักทรัพย์ โดยสนใจซื้อหลักทรัพย์ในกลุ่มเงินทุนหลักทรัพย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 16.94 และถือครองไว้ประมาณ 8-30 วัน จำนวนเงินที่ซื้อขายหลักทรัพย์แต่ละครั้งระหว่าง 100,000 - 300,000 บาท แหล่งเงินทุนที่นำมาลงทุนส่วนมากนำมาจากเงินอมนักลงทุนชายและหญิงมีพฤติกรรมการลงทุนไม่แตกต่างกัน ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ดัชนีหุ้นไทย ภาวะเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมัน

เกศริน (2540) ได้ทำการศึกษา การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักลงทุนเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีระดับอายุ 21-40 ปี ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านอุตสาหกรรม เช่น อัตราการเจริญเติบโตทางอุตสาหกรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจการเมืองและกฎหมาย เช่น ความมั่นคงของรัฐบาล สภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจัยด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสถานที่ของห้องค้าหลักทรัพย์ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์จะแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่นักลงทุนเข้าไปลงทุนจะแตกต่างกันตามอายุ ไม่แตกต่างกันตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้

ทัศนีย์ (2540) ได้ทำการศึกษา การศึกษาทัศนคติของนักลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์และบริษัทสมาชิก พบว่านักลงทุนเพศชายมากกว่าเพศหญิงโดยมีระดับอายุเฉลี่ย 31 - 50 ปี โดยระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 40,001 บาท จะมีทัศนคติต่อตลาดหลักทรัพย์ว่าเป็นสถาบันหนึ่งที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศร้อยละ 79.50 ทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์โดยเห็นด้วยกับมาตรการในการดำเนินการให้ตลาดหลักทรัพย์เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีระเบียบ และยุติธรรม และมีทัศนคติที่เห็นด้วยว่าบริษัทสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์เป็นตัวแทนที่มีบทบาทสำคัญสามารถชักนำการตัดสินใจของนักลงทุนได้ และทัศนคติในระดับไม่แน่ใจ ได้แก่ การมีงานวิจัยและบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ที่มีคุณภาพถูกต้องแม่นยำ เป็นตัวแทนที่ให้บริการลูกค้ารายใหญ่มากกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 62.00 มีทัศนคติต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ว่าในอนาคตจะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และจะลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทหุ้นสามัญโดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนได้แก่อัตราผลตอบแทนที่ดีกว่า

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีลักษณะของข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของบุคคลทั่วไปที่ไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา สิ่งพิมพ์ วารสารทางการเงิน ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การสุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ทำการศึกษา เป็นประชากรคนวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป โดยประกอบอาชีพและมีรายได้ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยที่ปัจจุบันไม่ได้ลงทุนหรือไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มาก่อน

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป โดยประกอบอาชีพและมีรายได้ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมด ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดจำนวนตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดย N = จำนวนตัวอย่าง

P = ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวัง (ในการศึกษานี้ได้กำหนด ค่าประมาณร้อยละที่คาดหวังเท่ากับร้อยละ 50)

$$q = 100 - p$$

Z = ระดับความเชื่อมั่น (ในการศึกษานี้ได้ตั้งระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่า = 1.96)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ในการศึกษานี้ได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 6)

แทนค่าสูตร

$$N = \frac{(1.96^2) \times (50 \times 50)}{(6^2)}$$

$$= 267 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่ใช้ในการศึกษา คือ 267 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stages Sampling) ซึ่งมีลำดับขั้นดังนี้

ขั้นที่ 1 โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ (Area Sampling) ทั้งนี้เพื่อให้การสุ่มตัวอย่างกระจายทั่วทั้งกรุงเทพมหานคร โดยในขั้นแรกจะพิจารณาจากการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 ส่วน ตามเกณฑ์ของกรมการ ปกครอง (กระทรวงมหาดไทย, 2542) ดังนี้

กรุงเทพมหานครชั้นนอก มี 10 เขต ประกอบด้วย เขตมีนบุรี หนองจอก ลาดกระบัง บางขุนเทียน หนองแขม ดลิ่งชัน บางเขน บางแค ดอนเมือง บางบอน

กรุงเทพมหานครชั้นกลาง มี 26 เขต ประกอบด้วย เขตจตุจักร ลาดพร้าว หลักสี่ สายไหม คันนายาว สะพานสูง วังทองหลาง คลองสามวา ทวีวัฒนา ยานนาวา บางคอแหลม บางกะปิ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุ่งครุ ประเวศ คลองเตย วัฒนา สวนหลวง บางนา พระโขนง บึงกุ่ม บางพลัด บางกอกใหญ่ บางกอกน้อย ภาษีเจริญ ราษฎร์บูรณะ จอมทอง

กรุงเทพมหานครชั้นใน มี 14 เขต ประกอบด้วย เขตพระนคร ป้อมปราบ ห้วยขวาง บางรัก ปทุมวัน พญาไท สัมพันธวงศ์ ดุสิต ธนบุรี คลองสาน บางซื่อ ราชเทวี ดินแดง สาทร

หลังจากนั้นจะทำการหาจำนวนเขตที่จะใช้ในการสุ่มจากเกณฑ์ดังกล่าวเพื่อให้ได้เขตตัวอย่างจำนวน 5 เขต ด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วน (Proportional) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10 ของจำนวนเขตทั้งหมด และหาจำนวนตัวอย่างกระจายตามเขตที่ได้สุ่มไว้ โดยมีจำนวนเขตและจำนวนตัวอย่างที่จะใช้ในการสุ่ม (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 จำนวนเขตตัวอย่างคิดตามสัดส่วนของจำนวนเขตทั้งหมดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

เขต	จำนวนเขต	จำนวนเขตตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานครชั้นนอก	10	1	53
กรุงเทพมหานครชั้นกลาง	26	3	161
กรุงเทพมหานครชั้นใน	14	1	53
รวม	50	5	267

หลังจากนั้นจะทำการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling without Replacement) เพื่อให้เขตทั้งหมดของแต่ละชั้นมีโอกาสที่จะได้รับเลือกเท่า ๆ กัน โดยมีรายชื่อเขตที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1. กรุงเทพมหานครชั้นนอก ได้แก่ เขตบางแค
2. กรุงเทพมหานครชั้นกลาง ได้แก่ เขตลาดพร้าว บางกะปิ พระโขนง
3. กรุงเทพมหานครชั้นใน ได้แก่ เขตปทุมวัน

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ในบริเวณแหล่งชุมชนและศูนย์การค้าของแต่ละเขต หรือจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ประกอบอาชีพใกล้เคียงบริเวณที่ตั้งของสำนักงานของบริษัทหลักทรัพย์ต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ จะทำการวิเคราะห์ 2 วิธี คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ สภาพโดยทั่วไปเกี่ยวกับความคิดเห็นของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามมาวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อแสดงผลถึงระดับความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทหลักทรัพย์ โดยอาศัยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) ช่วยในการประมวลผล ซึ่งจะมีคำอธิบายและประมวลผลดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของบุคคลทั่วไปวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ

2.2 การวัดระดับความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปโดยวิธีร้อยละ หาค่าเฉลี่ยและวิธีใช้สเกลของลิเคิท (The Likert Scale)

การวัดระดับความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทหลักทรัพย์ โดยใช้สเกลของลิเคิท (The Likert Scale) แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีน้ำหนักเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ โดยความกว้างของค่าเฉลี่ยแต่ละช่วงของแต่ละระดับความคิดเห็นกำหนดมาจากสูตรการหาความกว้างของชั้น (I) ดังนี้ (กัลยา, 2542: 29)

$$I = \frac{R}{K}$$

โดยที่

$$I = \text{ความกว้างของชั้น}$$

$$R = \text{พิสัย (คำนวณได้จากค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)}$$

$$k = \text{จำนวนชั้น}$$

ดังนั้น

$$I = \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

จากการคำนวณ สามารถกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00 – 1.80
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	1.81 – 2.60
ไม่แน่ใจ	2.61 – 3.40
ค่อนข้างเห็นด้วย	3.41 – 4.20
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.21 – 5.00

2.3 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติไครสแควร์ (Chi – Square) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยเป็นความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของบุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนหรือไม่ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อแปลความหมายและสรุปผลการศึกษา และกำหนดสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสถิติไครสแควร์ (χ^2) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ และความแตกต่างของข้อมูลที่มีลักษณะเป็นความถี่ ตามสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } \chi^2 = \frac{\sum (O_i - E_i)^2}{E_i}$$

โดยที่ χ^2 = ค่าไครสแควร์
 O_i = ค่าความถี่ที่สังเกตได้
 E_i = ค่าความถี่ที่คาดหวัง

สมมติฐานของการศึกษา

1. ทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกัน
2. ทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาท หน้าทีของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทัศนคติ

ทัศนคติของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อบริษัทหรือตราสินค้าแล้วย่อมเป็นการง่ายต่อการขายสินค้า ทัศนคติเป็นไปได้ทั้งที่ดีและไม่ดี ทัศนคติมีส่วนเกี่ยวข้องกับความเชื่อและความตั้งใจ ปกติเมื่อผู้บริโภคมีความเชื่อขึ้นมาอย่างหนึ่ง อันนำไปสู่ความมีทัศนคติในสิ่งนั้น ซึ่งอาจดีหรือไม่ดีก็ได้ และต่อมาก็มีความตั้งใจที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ถ้าเป็นความเชื่อและทัศนคติที่ดี

ความหมายของทัศนคติ

ได้มีผู้ให้ความหมายของทัศนคติไว้มากมาย โดยในแต่ละความหมายเป็นการพิจารณาทัศนคติที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้

Robert E. Silverman (1974: 518) ให้ความหมายของ ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อลักษณะใด ๆ โดยเฉพาะสำหรับสิ่งกระตุ้น อันได้แก่ บุคคล วัตถุ และสถานการณ์

Martin Fishbein and Leck Ajzen (1975: 6) ให้ความหมายของ ทัศนคติ คือ แนวโน้มของการรับรู้และการกระทำที่เกิดจากการเรียนรู้ที่ตรงกับลักษณะของความชอบ หรือความไม่ชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด ๆ ที่เกิดขึ้น หรือความคิด เช่น ผลิตภณท์ บริการ ตราสินค้า บริษัท ร้านค้า หรือผู้เป็นโฆษก

Robert A. Baron and Donn Byrne (1977: 95) ให้ความหมายของ ทัศนคติ คือ ความรู้สึกเกี่ยวกับความเชื่อที่ประมวลขึ้นอย่างมั่นคง และแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีต่อบุคคลอื่น กลุ่มคน ความคิด หรือสิ่งใด ๆ

Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk (1991: 227) ให้ความหมายของ ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ตรงกับวิถีทางที่ชอบหรือไม่ชอบของสิ่งใด ๆ ที่บุคคลได้รับ

จากคำจำกัดความของคำว่าทัศนคติ สามารถที่จะแยกแยะองค์ประกอบของทัศนคติออกเป็น 3 องค์ประกอบดังต่อไปนี้ (อ้างใน ปาวิจิตร มั่นคง, 2534)

1. องค์ประกอบด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Component) ได้แก่ ความคิดซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มนุษย์ใช้ในการคิด และความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปใด รูปหนึ่งแตกต่างกัน เช่น ความเชื่อ หรือ แนวความคิด หรือการรับรู้

2. องค์ประกอบด้านท่าที ความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนประกอบทางอารมณ์ ความรู้สึก จะเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่งว่าคน ๆ นั้น มีความรู้สึกอย่างไรเมื่อคิดเช่นนั้น เช่น โกรธ เกลียด รัก

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มในทางปฏิบัติ หรือถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสม ก็จะทำให้เกิดการปฏิบัติหรือมีปฏิกิริยาเกิดขึ้น

เมื่อไม่นานมานี้มีผลการวิจัย ซึ่งได้ให้ความสนใจกับคำจำกัดความอันใหม่ของทัศนคติ โดยเป็นการมองทัศนคติที่ชัดเจนขึ้นในทางที่เป็นสิ่งซึ่งมองได้หลายด้านโดยธรรมชาติและเป็นประโยชน์ต่อการคาดคะเนพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งจะตรงข้ามกับคำจำกัดความที่มีมาก่อนหน้านี้ที่เป็นการมองทัศนคติเพียงแต่เพียงด้านเดียว โดยคำจำกัดความนี้กล่าวถึงทัศนคติของบุคคล โดยรวมทั้งหมดที่มีต่อสิ่งใด ๆ ที่มองเห็นในฐานะที่เป็นกลไกของความเข้มแข็งของความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับเนื้อหาของสิ่งใด ๆ และการประเมินผลที่บุคคลมีต่อความเชื่อแต่ละอย่างที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ๆ โดยความเชื่อ (Belief) ในที่นี้ หมายถึง ความเป็นไปได้ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวพันกันกับส่วนของความรู้ที่เป็นจริงที่กำหนดขึ้น ซึ่งความหมายของทัศนคติอันนี้เป็นคำจำกัดความที่น่าสนใจเพราะเป็นคำจำกัดความที่แสดงถึงผู้บริโภคมี่มีการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่แตกต่างกันและยังแสดงในรูปแบบของความเชื่อในแต่ละลักษณะนั้น ๆ ด้วย

นอกจากนี้คำว่า ทัศนคติ ยังสามารถแทนถึงวิธีการที่บุคคลคิด หรือรู้สึกเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่างได้สำหรับในแง่ของฝ่ายที่ว่าด้วยความเข้าใจ (Cognitive Point of View) จะมีการมองทัศนคติว่าเป็นการแสดงถึงการจัดการขององค์ประกอบของความเข้าใจหรือความรู้สึก ส่วนฝ่ายที่ว่าด้วยการจูงใจ (Motivational Point of View) จะมองทัศนคติว่า เป็นสภาวะของความพร้อมสำหรับการกระตุ้นของแรงจูงใจ ในที่นี้จะถือว่าทัศนคติจะเกี่ยวข้องกับการรับรู้ และแรงจูงใจของผู้บริโภคที่ประมวลขึ้นมาจากสิ่งใด ๆ ทางตลาด หรือสถานการณ์ หรือเหตุการณ์ใด ๆ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าความชอบของผู้บริโภค หรือความโน้มเอียงในการกระทำต่อเป้าหมายที่มุ่งทางการตลาดโดยเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น คือ ทัศนคติส่วนบุคคลของผู้บริโภค (ศุภร, 2540: 161-163)

ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะของทัศนคติมีรายละเอียดดังนี้ (ศุภร, 2540: 164-165)

1. ความเชื่อ (Beliefs) คือ ความโอนเอียงที่ทำให้ต้องยอมรับ เพราะเป็นข้อเท็จจริง และเป็นสิ่งที่มีการสนับสนุนโดยความเป็นจริงหรือข้อมูลที่มีน้ำหนักมาก ความเชื่อส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งที่มีเหตุผลที่ถาวร แต่อาจจะมีหรือไม่มีความสำคัญก็ได้

2. ความคิดเห็น (Opinions) คือ ความโน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความแน่นอน อาจเป็นข้อเท็จจริงบางอย่าง แต่ข้อเท็จจริงนั้นเป็นเพียงข้อสรุปของคำแนะนำที่ผู้บริหารแสดงออก ความคิดเห็นมักจะเกี่ยวข้องกับคำถามในปัจจุบัน และมักจะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย

3. ความรู้สึก (Feelings) คือ ความโน้มเอียงซึ่งมีพื้นฐานมาจากอารมณ์โดยธรรมชาติ โดยที่อารมณ์สามารถมีลักษณะถาวรและมีสมมติฐานลึก แต่ความรู้สึกไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ได้รับการสนับสนุนโดยข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกัน ผู้บริหารสามารถมีความคิดเกี่ยวกับความรู้สึกในฐานะที่เป็นอารมณ์แสดงออก (Sentiment) ความคิดเห็นในฐานะเป็นความรู้สึก หรือความประทับใจ (Impression) และความเชื่อในฐานะเป็นค่านิยม ที่บุคคลมี ฉะนั้นทัศนคติจึงสามารถเป็นลักษณะต่าง ๆ ของการกระทำที่ทำให้เกิดความเชื่อที่เข้มแข็งหรืออ่อนแอ ถาวรหรือชั่วคราว โดยมีพื้นฐานจากข้อเท็จจริงหรืออารมณ์ก็ได้

4. ความโอนเอียง (Inclination) คือ รูปแบบบางส่วนของทัศนคติเมื่อผู้บริหารอยู่ในสภาวะที่ตัดสินใจไม่ได้

5. ความมีอคติ (Bias) คือ ความเชื่อทางจิตใจที่ทำให้เกิดอคติหรือความเสียหาย (Prejudice) ในทางตรงข้ามกับข้อเท็จจริงที่มีอยู่ ผู้บริหารอาจมีความรู้สึก หรือความคิดเห็น หรือความเชื่อที่เป็นอคติ

โครงสร้างของทัศนคติ

โครงสร้างของทัศนคติประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมโดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ, 2540: 42)

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) และความเชื่อ (Belief) ของบุคคลเกี่ยวกับ สิ่งของ ผลิตภัณฑ์ องค์กร หรือตราสินค้า ส่วนของความเข้าใจนี้จะปราศจากอารมณ์

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องอารมณ์ ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งความรู้สึกอาจจะเป็นสิ่งดี หรือเลว ความพอใจ ความไม่พอใจ

3. ส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component) หมายถึง การกำหนดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือสภาพเตรียมพร้อมที่มีต่อการตอบสนอง

หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ

หน้าที่ของทัศนคติเป็นเนื้อหาของวิถีทางที่บุคคลใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคล ซึ่งความจำเป็นในการเกิดทัศนคติ อาจเป็นได้แตกต่างกันสำหรับบุคคลแต่ละระดับที่ต่างกัน หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติได้ มีรายละเอียด ดังนี้

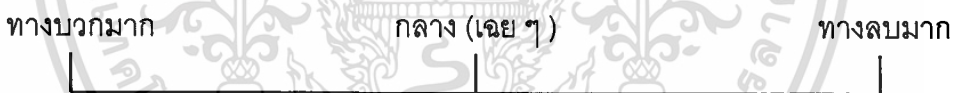
1. หน้าที่ในการปรับตัว (Adjustment Function) เป็นวิธีการที่ผู้บริโภค จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมเพื่อให้บรรลุตามความปรารถนา ซึ่งหน้าที่ของการปรับตัวนี้บุคคลพยายามจะรับความพอใจสูงสุด หรือรับรางวัลตอบแทนมากที่สุดจากสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกับบุคคลก็พยายามที่จะรับความเจ็บปวด หรือรับการลงโทษให้น้อยที่สุดจากสภาวะแวดล้อม โดยทั่วไปทัศนคติที่ดีจะเกิดขึ้นกับสินค้าตราสินค้า หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ทำให้ได้รับความพอใจ และทัศนคติที่ไม่ดีก็จะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ได้รับไม่ก่อให้เกิดความพอใจ

2. หน้าที่ในการป้องกันตัว (Ego-Defensive Function) คือ การใช้เป็นเครื่องมือบางอย่าง เพื่อลดความกังวล หรือปกป้องตนเองจากสิ่งที่ไม่ยอมรับ หรือจากแรงกดดันที่อยู่รอบ ๆ ตัวนักการตลาด ได้ใช้ประโยชน์จากความกลัวในทุกประเภทสำหรับการขายสินค้า เช่น ประกันภัย เครื่องช่วยเสริมความงาม ยาสำเร็จรูป และอาหารควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่ ป้องกันตัวของบุคคลทั้งสิ้น

3. หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value Expressive Function) การแสดงออกซึ่งค่านิยมที่มีของบุคคล คือ การแสดงออกซึ่งทัศนคติ ทัศนคติหลายอย่างมีหน้าที่ซ่อนความจริงที่เกี่ยวกับตัวและมีผลต่อการสะท้อนให้เห็นถึงประเภทที่บุคคลมองลักษณะของตัวเองบุคคล เหล่านี้ใช้แสดงให้เห็นถึงค่านิยมของบุคคลที่แสดงออก นอกจากนี้ค่านิยมที่บุคคลแสดงออกมานั้นยังเป็นตัวปรับบุคคลให้ใกล้เคียงกับความทะยานอยากของบุคคลด้วย ผู้บริโภคมีการแสดงออกซึ่งค่านิยมได้จากผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อ หรือราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ

ทัศนคติของผู้บริโภคมีทิศทาง (Consumer Attitude Have Polarity) ดังนั้นการกระทำต่อปัญหาทางการตลาด สามารถเกิดจากทัศนคติในลักษณะที่บวกหรือลบก็ได้ ทัศนคติทางบวก (Positive Attitudes) คือ ความโน้มเอียงของบุคคลในการกระทำหรือการสนองตอบในทางที่ดีต่อสินค้าหรือร้านค้า ทัศนคติทางลบ (Negative Attitudes) คือ ความโน้มเอียงของบุคคลที่จะหลีกเลี่ยงสถานการณ์การกระทำทางตลาดบางอย่าง แต่ไม่ได้หมายความว่า จะหมดโอกาสที่จะซื้อเสมอไปจะเห็นได้ว่าทัศนคติของบุคคลมีทิศทางของความโน้มเอียงในการชอบหรือไม่ชอบยอมรับ หรือไม่ยอมรับในทางบวก หรือทางลบเสมอ นักธุรกิจสามารถเอาชนะทัศนคติในทางลบของผู้บริโภคได้ค่อนข้างง่าย แต่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ลูกค้ามีอยู่นั้นเป็นเรื่องยาก

ทัศนคติของผู้บริโภคมีความเข้มข้นต่างกัน (Consumer Attitude Vary in Intensity) โดยทัศนคติผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับระดับขั้นของความรู้สึกด้วย ไม่ว่าจะทัศนคตินั้นจะมีทิศทางไปทางไหน ผู้บริโภคสามารถประเมินทัศนคติของตนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในทางบวก แบบมากที่สุด ค่อนข้างมาก น้อย หรือแง่บวกเฉย ๆ เช่นเดียวกันกับการประเมินทัศนคติในทางลบ และในความเป็นจริงทัศนคติมีระดับของความรู้สึกจากมากไปหาน้อยได้ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ระดับของความรู้สึกของทัศนคติ

ที่มา : (ศุภร, 2540: 168)

การเกิดขึ้นของทัศนคติ

การก่อตัวหรือการเกิดขึ้นของทัศนคติของผู้บริโภค (Formation of Consumer Attitudes) เป็นผลมาจาก (ศุภร, 2540: 170-171)

1. ประสบการณ์ของบุคคล (Personal Experience) ทัศนคติของผู้บริโภคจะก่อตัวขึ้นอันเนื่องมาจากผลของการเรียนรู้ของบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ ซึ่งบุคคลจะได้รับผลกระทบจากบุคคลอื่นและวัฒนธรรม องค์ประกอบหลายประการในประสบการณ์ของบุคคลที่มีผลกระทบต่อการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไปว่ากรณีใดบ้าง สิ่งนี้ช่วยให้ผู้อ่านไปหา และตั้งวางสิ่งนี้เพื่อขอเอกสารที่แจ้งให้มีการนำไปใช้

1.1 ความต้องการและแรงจูงใจของบุคคล

1.2 จำนวนและประเภทของข้อมูลที่จะสมมามีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติ การเกิดทัศนคติของผู้บริโภคบางอย่างขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับ ถ้าผู้บริโภคทราบเรื่องเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้ามาก ผู้บริโภคก็ย่อมเกิดความคิดเห็นได้ง่าย

1.3 การเลือกรับรู้ของผู้บริโภคโดยมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะไม่ใส่ใจร้านขายของชำที่มีการตั้งราคาสูง และไม่เข้าไปใช้บริการอีก เนื่องจากเกิดการประเมินร้านค้านั้น ๆ ว่ามีการตั้งราคาสูงเกินไป

1.4 บุคลิกภาพของผู้บริโภคมีผลกระทบต่อทัศนคติ ผู้บริโภคบางคนมีลักษณะเป็นคนที่มีทัศนคติที่มั่นคง แต่บางคนมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงได้ง่ายเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น

1.5 ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่สอดคล้องกับความใฝ่ฝันที่เกิดขึ้น ผู้บริโภคที่ปรารถนาจะยกระดับฐานะชั้นทางสังคมที่สูงขึ้น มักจะมีผลต่อการบริโภคสินค้าให้สอดคล้องกับชั้นสังคมที่ตนใฝ่ฝันอยากจะเป็น

2. อิทธิพลจากภายนอกที่มีผลต่อการเกิดทัศนคติ (External Authorities Effect Attitude Formation) การเกิดทัศนคติของผู้บริโภคแต่ละคนยังได้รับผลกระทบมาจากอิทธิพลภายนอก เช่น เพื่อน ครู พ่อแม่ ผู้ร่วมงาน และบุคคลอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งบุคคลเหล่านี้ต่างให้ข่าวสาร หรือความคิดที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติไปในทิศทางที่บุคคลเหล่านั้นมีอยู่ได้ โดยปกติแล้ว ผู้บริโภคมักจะยอมรับความคิดเห็นจากคนที่เขาชื่นชอบหรือยอมรับ

3. วัฒนธรรมมีผลกระทบต่อทัศนคติ (Cultural Effects on Attitude Formation) วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมในอดีตและปัจจุบันของผู้บริโภคมีผลกระทบต่อทัศนคติ โดยอิทธิพลที่ได้รับจะเกิดจากขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือ และการแสดงออกทางสังคมจะเป็นเงื่อนไขของทัศนคติที่จะมีต่อสถานการณ์ใหม่ ๆ ผู้บริโภคที่ได้รับการเลี้ยงดูอย่างแบบโบราณก็มักจะมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธถึงสิ่งที่ล้ำสมัย ทัศนคติในปัจจุบันของผู้บริโภคจะได้รับการพัฒนาจากทัศนคติที่มีอยู่ในอดีต และมีความเป็นไปได้สูงที่จะยอมรับทัศนคติที่สอดคล้องกับค่านิยมที่มีมาก่อนหน้านั้นด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่ทำให้ทัศนคติของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง มีดังนี้ (ศุภร, 2540: 175-178)

1. การเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ (Change in The Product) ถ้าผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงและ ผู้บริโภคได้รับข้อมูลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทัศนคติของผู้บริโภคก็อาจได้รับผลกระทบด้วย เป็นการ

ง่ายที่จะทำให้ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนทัศนคติด้วยวิธีนี้ การเปลี่ยนแปลงในคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่บุคคลสามารถสังเกตเห็นได้ ผู้ขายไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการโน้มน้าวและโต้แย้งให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างของสินค้า มีปัจจัยหลายอย่างที่ผู้ขายสามารถเปลี่ยนแปลงได้ นอกเหนือไปจากตัวผลิตภัณฑ์ แต่การเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพมาก คือ การเปลี่ยนทางกายภาพที่ปรากฏของร้านค้า ความทันสมัยสามารถนำไปสู่ทัศนคติใหม่ที่ลูกค้ามีต่อร้านค้า เช่นเดียวกันกับการมีทำเลที่ตั้งร้านค้าใหม่

2. การเปลี่ยนแปลงในการรับรู้ (Perception Change) มีเหตุการณ์หลายอย่างด้วยกันที่การเปลี่ยนทัศนคติสามารถเกิดขึ้นได้จากการมีการรับรู้ใหม่เกิดขึ้น ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์หรือร้านค้ายังคงสภาพเดิมไม่เปลี่ยนแปลง การได้รับรู้ข้อมูลใหม่อาจทำให้ผู้บริโภคมีการปรับปรุงทัศนคติ เพราะว่าเป็นการเปลี่ยนการรับรู้ของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือสถานการณ์การเปลี่ยนราคาผลิตภัณฑ์ หรือตัวผลิตภัณฑ์เอง สามารถทำให้ผู้บริโภคต้องมีการประเมินความคิดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีใหม่ได้เช่นเดียวกันกับการเปลี่ยนการส่งเสริมการตลาดก็สามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้นได้ ลักษณะของการรับรู้ นั้นเป็นความคิดเห็นส่วนบุคคลอาจนำไปสู่การเปลี่ยนทัศนคติได้ ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงอาจไม่มีอะไรใหม่ในสถานการณ์นั้นเลย และถ้ามีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลใหม่ที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมของผู้บริโภคที่มีอยู่แล้ว การเปลี่ยนแปลงนั้นอาจถูกละเลยไม่สนใจหรือมีการแปลความหมายที่ผิดไปได้ ดังนั้นอาจไม่มีการเปลี่ยนในทัศนคติในขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ประสิทธิภาพในการขายหรือการทำแคมเปญโฆษณาสามารถนำไปสู่การรับรู้ที่เปลี่ยนไปในการดำเนินงานของบริษัท ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงในความเป็นจริงจะเกิดขึ้นหรือไม่ก็ตาม

3. การเปลี่ยนแปลงในความเข้มแข็งของทัศนคติ (Change in Strength of Attitude) ทัศนคติที่อ่อนแอ จะมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่าทัศนคติที่มีความเข้มแข็ง ทัศนคติที่อ่อนแอของผู้บริโภคเป็นได้ทั้งทางบวกหรือทางลบ ทัศนคติอ่อนแอที่สุด คือ ความรู้สึกเฉย ๆ การเปลี่ยนความเข้มแข็งของทัศนคติ จะทำได้ง่ายถ้าทัศนคติที่มีอยู่นั้นอ่อนแอ ถึงแม้ว่าทัศนคติ จะมีความเข้มแข็งแต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้ามีการพยายามอย่างมีระบบ โดยอาจให้เหตุผลสำหรับการเปลี่ยนแปลงนั้น และการย้ำเตือนบ่อย ๆ โดยทัศนคติจะค่อย ๆ เปลี่ยนไปที่ละน้อยเมื่อเวลาเปลี่ยนไป

4. การเปลี่ยนแปลง ในข้อมูลที่สะสมไว้ (Change in Store of Information) ผู้บริโภคซึ่งมีข้อจำกัดเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ จะมีความไวต่อการเปลี่ยนทัศนคติมากกว่าบุคคลซึ่งมีข้อมูลสะสมไว้มากกว่า เนื่องจากข้อมูลที่มีจำกัดจะนำไปสู่การเปลี่ยนทัศนคติมากกว่า ดังนั้นทัศนคติของเด็กและคนที่มีการศึกษาน้อย จะได้รับอิทธิพลง่ายกว่าผู้ใหญ่หรือผู้มีการศึกษาสูงกว่า และเมื่อ

ต้องการจะเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องป้อนข้อมูลใหม่ให้ผู้บริโภคเพื่อเปลี่ยน ข้อมูลเดิมที่มีอยู่ด้วยรูปแบบหลายประการ เช่น โฆษณาใหม่ ๆ ที่มีการนำเสนออยู่ตลอดเวลา เป็นต้น

5. การเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ (Change in Product Importance) ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์จะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญทางด้านจิตใจของผู้บริโภค ซึ่งทัศนคติเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีการสะสมข้อมูลไว้มากที่สุดและมีแนวโน้มที่จะเป็นทัศนคติที่มั่นคง นอกจากนี้ทัศนคติที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญน้อยกว่าจะมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงที่ง่ายกว่า

6. การเปลี่ยนแปลงในการติดต่อสื่อสาร (Change in Communications) ทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่จะเปลี่ยนได้ง่ายจากชอบเป็นไม่ชอบ เหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ขัดกับโครงสร้างทัศนคติที่มีอยู่ในปัจจุบัน การเปลี่ยนทัศนคติโดยการติดต่อสื่อสารทางการตลาด มี 3 ทางเลือกด้วยกัน คือ

6.1 ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่อาจเปลี่ยนป้ายฉลากใหม่ ซึ่งมีผลกระทบต่อทั้งตัวผลิตภัณฑ์และการประเมินผลิตภัณฑ์โดยรวม

6.2 ตัวผลิตภัณฑ์อาจเปลี่ยนได้ โดยการเปลี่ยนคุณสมบัติที่สร้างขึ้นหรือการกระตุ้นผู้รับฟังให้มีทัศนคติต่อลักษณะที่ใหญ่ขึ้น หรือเล็กลงของขนาดผลิตภัณฑ์

6.3 การเปลี่ยนแปลงการติดต่อสื่อสาร อาจทำให้วิธีการประเมินผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไป ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงอาจทำได้โดยตรงหรือโดยการมีอิทธิพลต่อลักษณะที่เกี่ยวข้องก็ได้

ผลกระทบของการติดต่อสื่อสาร สามารถใช้เปลี่ยนผลิตภัณฑ์ หรือเปลี่ยนการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือเปลี่ยนวิธีการที่ผู้บริโภคประเมินวัตถุหรือสิ่งใด ๆ ก็ได้ การเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลจะมีผลกระทบต่อบุคคลอื่นด้วย เนื่องจากผู้บริโภคจะพยายามให้ได้มาซึ่งข้อมูลและดำรงทัศนคติที่มีอยู่ให้มั่นคง ผู้บริโภคจึงมีแนวโน้มยอมรับตราสินค้าที่ทำการโฆษณาระดับชาติ เพราะเชื่อถือในการติดต่อสื่อสารว่ามีความเป็นจริง นอกจากนี้จำเป็นที่จะต้องตระหนักด้วยว่าประสิทธิภาพของการนำเสนอในการโฆษณายังมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคด้วย

การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติเป็นการวัดสิ่งที่บ่งถึงผลรวมของมนุษย์เกี่ยวกับความชอบ ความรู้สึก ความอคติ ความคิดล่วงหน้า ความคิด ความกลัวการชู้เชียว และความเชื่อถือทั้งหมดที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะ

การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากทัศนคติมีความสลับซับซ้อนมาก ดังนั้นจำเป็นต้องหาตัวแทนของมันมาใช้เป็นตัวบ่งชี้ สิ่งที่จะนำมาเป็นสัญลักษณ์แทนทัศนคติได้ ก็คือสิ่งที่คนแสดงออกมา อันได้แก่ การแสดงออกทางกายและวาจาทางกายสามารถวัดได้โดยการสังเกต (Observation) พฤติกรรมต่าง ๆ ส่วนทางวาจาสามารถวัดได้โดยการสอบถามความคิดเห็นตามวิธีการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามหรือให้อธิบายภาพ (Projective Techniques)

ข้อจำกัดในการใช้ความคิดเห็นวัดทัศนคติ คือ บุคคลอาจซ่อนความรู้สึกที่แท้จริงไว้ หรืออาจบิดเบือนความรู้สึก เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นต้องหาเนื้อหาหรือวิธีการใช้ความคิดเห็นหรือแบบของการกระทำไว้ เพื่อเป็นเครื่องชี้บอกทัศนคติ

ปัจจุบันการวัดทัศนคติของบุคคลหนึ่งบุคคลใด จะแสดงออกโดยการยอมรับหรือไม่ยอมรับความคิดเห็นของบุคคลนั้น แต่ไม่สามารถบ่งบอกว่าบุคคลนั้นจำเป็นต้องกระทำให้สอดคล้องกับทัศนคติของบุคคลนั้นหรือไม่ เพราะการวัดทัศนคติเป็นการวัดการแสดงออกทางความคิดเห็นของบุคคล ไม่ได้หมายความว่า เป็นการทำนายการกระทำของบุคคลนั้น ถ้าการแสดงความคิดเห็นและการกระทำของบุคคลนั้นขัดแย้งกัน ก็ไม่เกี่ยวกับเรื่องของการวัดทัศนคติ

ความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง (ชรีณี , 2530)

ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น ถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยองค์ประกอบของการบริการ (มนตรี, 2536)

ทัศนคติและความพึงพอใจ คือ สิ่งที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง (Vroom , 1964)

ความพึงพอใจ หมายถึง การเกิดความรู้สึกสองประการขึ้นภายในตัวของมนุษย์อยู่เสมอเนื่องจากผลกระทบของสภาพแวดล้อมกายภาพ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในทางบวกและความรู้สึกในทางลบเมื่อใดมีความรู้สึกในทางบวกเกิดขึ้นก็มีความสุข ความรู้สึกทั้ง 3 ที่กล่าวนี้ คือ ความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกในทางลบ และความสุข นั้นจะมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อนและถูกรวม เรียกว่า "ระบบความพอใจ" โดยความพอใจในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ จะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพอใจนี้มีความรู้สึกในทางบวกมากกว่าทางลบ มนุษย์จะมีความสุขมากที่สุดเมื่อทรัพยากรที่มนุษย์มีความต้องการนั้นมีอยู่อย่างครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่จำกัด ความพอใจของมนุษย์จะมีอยู่ได้เพียงในระดับหนึ่ง และจะมากที่สุดก็ต่อเมื่อการจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งนั่นก็คือคำตอบที่ต้องการว่าควรมีการจัดสภาพแวดล้อมประการใดจึงจะทำความพอใจให้กับผู้อยู่อาศัยมากที่สุด (Shelly, 1975)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกถึงความพอใจของมนุษย์ คือ ความพอใจเป็นผลสะท้อนมาจากการประเมินผลของบุคคล และพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ความรู้สึกทั้งสามประการ อันได้แก่ การประเมินผลงาน ความพอใจในสภาพแวดล้อมกายภาพ และพฤติกรรมการแสดงออก จะเป็นสิ่งที่เกิดตามมาหลังจากการรับรู้สภาพแวดล้อมกายภาพ และระดับของการรับรู้ในส่วนหนึ่ง จะเกิดขึ้นกับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่นำมาประเมิน อีกส่วนหนึ่งจะเกิดจากอิทธิพลของลักษณะบุคคลผู้ตอบรับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ซึ่งลักษณะบุคคลที่กล่าวนี้จะหมายความรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ของบุคคลทางด้านประชากรศาสตร์ พื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนรูปแบบในการดำเนินชีวิต (Newman,1977)

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการมีปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบ

ต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งพนักงานผู้ปฏิบัติงาน และผู้มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

รายละเอียดเกี่ยวกับความพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน (Jogn D. Millert, 1954) ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในกรให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะต้องตรงตามเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มีคามหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Kotler Philip, (1997) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์เรื่องความพึงพอใจไว้ว่า “ความรู้สึกพึงพอใจหรือความผิดหวังของบุคคลจากการใช้สินค้าหรือบริการ จะเป็นผลของการเปรียบเทียบสิ่งที่เขาได้รับกับความคาดหวังที่ตั้งไว้” นั่นก็คือ คนเราจะรู้สึกผิดหวังก็เพราะสิ่งที่ได้รับต่ำกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังไว้ และจะเกิดความรู้สึกพอใจเมื่อความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับสมดุลกัน ในทางกลับกัน ผู้บริโภคจะรู้สึกประทับใจสูงสุด (Delighted) เมื่ออรรถประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการมากกว่าความต้องการที่เขาได้ตั้งไว้ ด้วยเหตุนี้หลายบริษัทฯ จึงตั้งวัตถุประสงค์การดำเนินงานไว้ที่การสร้างให้เกิดความพึงพอใจ

สูงสุดกับลูกค้า เพราะเชื่อว่าเพียงแค่ความพึงพอใจระดับต้นนั้นจะยังมีโอกาสสูง ที่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้า หรือบริการอื่นหากได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าหากแต่ความประทับใจสูงสุดจะสร้างความรู้สึกผูกพันทางอารมณ์และจะพัฒนาเป็นความจงรักภักดีในที่สุด

การให้บริการ

ลักษณะงานบริการ

1. งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและบริการที่เกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร
2. งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการกำหนดปริมาณล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเน ความน่าจะเป็นเท่านั้น
3. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก
4. งานบริการเป็นงานที่ต้องการการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะต้องตอบสนองตลอดเวลา

การให้ความหมายและขอบเขตของตลาดบริการเป็นเรื่องที่ค่อนข้างลำบาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนและจับต้องไม่ได้ (Intangible) ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถมองเห็น ได้ยิน ดมกลิ่น สัมผัสได้ ก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้ขายส่วนใหญ่จะทำการขายบริการให้ลูกค้าโดยตรง (Direct Sale) ไม่มีการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้การให้บริการ ยังไม่สามารถแยกจากผู้ขายบริการได้ ตลอดจนผู้ขายบริการคนหนึ่งคนใดไม่สามารถขายบริการในตลาดหลาย ๆ แห่งได้ในเวลาเดียวกัน เช่น บริการของพนักงานต้อนรับของโรงแรม A จะคอยให้บริการข่าวสาร อำนวยความสะดวก แก่ผู้เข้ามาใช้บริการในโรงแรมด้วยอัธยาศัยและไมตรีจิตที่ดีในเวลานั้น จะไม่สามารถให้บริการเช่นนี้กับโรงแรมอื่น ๆ ได้ เป็นต้น (นริทธิพ, 2537)

นอกจากนี้การกำหนดคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการเป็นสิ่งที่ยากลำบากยิ่ง แม้นคนให้บริการจะเป็นบุคคลคนเดียวกัน แต่ต่างเวลา ต่างสถานที่ ต่างโอกาสย่อมทำให้คุณภาพการบริการไม่เหมือนกัน ผู้บริหารของตลาดบริการจะไม่ต้องยุ่งยากในเรื่องสินค้าคงคลัง เพราะหลังจากกระบวนการ

บริการผ่านพ้นไปแล้วก็จะไม่มีสินค้าคงคลัง เนื่องจากการบริการเก็บรักษาไว้ไม่ได้ เนื่องจากการขายบริการเป็นการขายตรงให้กับผู้ซื้อในขณะนั้นและยังเก็บรักษาไว้ไม่ได้ จึงมีความเสี่ยงที่มักจะเกิดขึ้นสำหรับการบริการที่เป็นฤดูกาล เช่น บริการท่องเที่ยว โรงแรม สวนสนุก เป็นต้น ซึ่งข้อจำกัดเกี่ยวกับฤดูกาลจะทำให้มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นในระหว่างนอกฤดูกาล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายคงที่ทั้งสิ้น

หลักในการให้บริการ

หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองของความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่การจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

1. หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มิใช่ทำตามความพอใจของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร

2. หลักความสนองความต้องการที่แท้จริงของบุคลากร ประเภทของประโยชน์และบริการที่จะจัดให้นั้นต้องตอบสนองกับความต้องการที่แท้จริงของบุคลากร มิใช่ตรงกับความต้องการหรือความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวกในการปฏิบัติ บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ให้บริการมากจนเกินไป

การจัดการธุรกิจบริการ

ในการจัดการธุรกิจบริการผู้บริหารต้องการกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ 2 ประการ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในของบริษัทฯ จะรวมถึงการฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า เช่น การให้บริการด้วยการดูแลเอาใจใส่ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า รวมถึงความรวดเร็วในการบริการ

นอกจากนี้เพื่อให้ได้เปรียบด้านการแข่งขัน และยกระดับคุณภาพของการบริการ ธุรกิจบริการยังมุ่งงานด้านการตลาดที่สำคัญอีก 3 ประการ ได้แก่ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive Differentiation) การรักษาคุณภาพของการบริการ (Service Quality) และการเพิ่มผลผลิตของการบริการ (Productivity) ซึ่งในการศึกษาเรื่องนี้จะเน้นในเรื่องการรักษาคุณภาพของการบริการ และเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งมีข้อพิจารณา ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายถูกต้อง ใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่เป็นน้ำเชื่อถือและเป็นกันเอง
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทฯและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Safety) บริการที่ให้ต้องปราศจากปัญหาและความเสี่ยงต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customers) พนักงานต้องพยายามเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และทำให้ความสนใจตอบสนองความต้องการนั้น

Meldrun and Mc Donald (2000) การบริการลูกค้า มีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมากเพราะจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และการรักษาลูกค้าไว้ในความเป็นจริงองค์ประกอบของการ

บริการลูกค้าที่ดีอาจเป็นเพียงสิ่งเดียวที่จะทำให้สินค้าขององค์กรมีความแตกต่างจากสินค้าของผู้อื่นได้ กล่าวคือ เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ขายก่อเกิดขึ้น การบริการลูกค้าที่ดีจะทำให้เกิดคุณประโยชน์อย่างมากในการเพิ่มคุณค่าของการซื้อ และยังเป็นสิ่งที่เสริมสร้างความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนี้ด้วย ในหลายองค์กรนิยมจัดแยกเรื่องการบริหารลูกค้านี้ ออกจากส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ โดยจะมีการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ในการจัดการเกี่ยวกับการบริการลูกค้าโดยเฉพาะ

การบริหารลูกค้า นับได้ว่าเป็นกิจกรรมหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นส่วนใหญ่ ตั้งแต่ขั้นแรกของกระบวนการตัดสินใจจนถึงการได้เป็นผู้ครอบครองสินค้านั้นอย่างสมบูรณ์ แนวคิดนี้จำเป็นต้องครอบคลุมองค์ประกอบพื้นฐานต่าง ๆ ของการบริหารลูกค้าที่ดีและจะสามารถนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานได้ต่อไป

องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการบริการลูกค้า ได้แก่

1. ขั้นตอนการรับคำสั่งซื้อ ถือเป็นจุดที่เริ่มต้นของการริเริ่มกิจกรรมการถ่ายโอนสินค้า ในการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า หากองค์กรสามารถทำได้มากกว่าการรับคำสั่งซื้อเพียงอย่างเดียวจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากขึ้นด้วย กล่าวคือ หากมีสิ่งที่จะเพิ่มเติมได้ เช่น การให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาบางอย่าง หรือให้ความสนใจเป็นการเฉพาะต่อลูกค้านั้น ๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นการเพิ่มข้อได้เปรียบให้แก่องค์กรเป็นอย่างมาก

2. ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ในขณะที่สินค้าอยู่ระหว่างการจัดส่ง ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีกับองค์กร ข้อมูลเหล่านี้ที่กล่าวถึง อาทิเช่น การยืนยันในการสั่งซื้อ การยืนยันในการจัดส่งสินค้า และรายละเอียดในการจัดส่ง นอกจากนี้ยังอาจรวมถึงข้อมูลที่สำคัญในการติดตั้งและการใช้งาน เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนั้น การที่องค์กรทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้นเคย ในการติดต่อขอข้อมูลอย่างเป็นทางการทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ไม่ถูกทอดทิ้งหรือถูกหลงลืม และทำให้รู้สึกว่าการบริการให้ความสำคัญต่อตนเองอย่างมาก

3. การส่งมอบสินค้า เป็นองค์ประกอบอีกอย่างหนึ่งที่ลูกค้าสามารถเรียนรู้ถึงคุณภาพการบริการขององค์กรได้ ไม่เฉพาะเพียงวิธีการส่งมอบที่ดีเท่านั้น การส่งมอบที่ดียังประกอบด้วย การส่งมอบที่ตรงตามเวลาที่กำหนด และยังคงมีอัตราความสมบูรณ์ของการส่งมอบสินค้าที่สูง

4. การบริการหลังการขาย ถือเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีผลอย่างมากในการที่จะเพิ่มหรือลดคุณค่าของสินค้าได้ การบริการหลังการขายจะใช้กันในความหมายซึ่งครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้ ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือหลังการขาย ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการด้านการบำรุงรักษา การให้การฝึก

อบรม การตอบสนองเมื่อได้รับการขอความช่วยเหลือจากลูกค้า การจัดทำคู่มือแนะนำการใช้งาน การรับของคืนเมื่อพบว่าสินค้ามีปัญหาตลอดจนการตรวจสอบเพื่อหาจุดบกพร่องของสินค้านั้น เป็นต้น

5. การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นองค์ประกอบของการบริการที่ลูกค้าสามารถเรียนรู้ได้จากการแก้ไขปัญหาขององค์กรเมื่อมีสิ่งผิดปกติเกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ถือเป็นการทดสอบด้วยว่า สิ่งที่องค์กรได้ให้คำมั่นสัญญาไว้กับลูกค้า นั้น จะสามารถถูกปฏิบัติได้จริงมากน้อยเพียงใด ยกตัวอย่างเช่น การปฏิบัติการแก้ไขเมื่อได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้า การแก้ไขเมื่อพบว่าสินค้าที่ได้จำหน่ายไปให้แก่ลูกค้าเบี่ยงเบนไปจากข้อกำหนด หรือมีส่วนปนเปื้อนอย่างอื่น ๆ เข้าไปในสินค้า เป็นต้น แม้ว่าปัญหาเหล่านี้จะเกิดขึ้นเป็นครั้งคราวก็ตาม

อัตราผลตอบแทน

อัตราผลตอบแทน (Rate of Return) คือ ผลประโยชน์ที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากการลงทุนในหลักทรัพย์นั้น ซึ่งสามารถกำหนดในรูปแบบต่าง ๆ ได้ดังนี้ (อัญญา, 2541)

1. กำไรส่วนเกิน (Capital Gain) หรือกำไรจากการเพิ่มขึ้นของราคาหลักทรัพย์ ผลตอบแทนนี้จะได้จากการขายหลักทรัพย์ที่มีราคาสูงกว่าต้นทุนที่ซื้อ

2. เงินปันผล (Dividend) ผู้ลงทุนจะได้รับเมื่อถือหลักทรัพย์ไว้จนครบกำหนดจ่ายเงินปันผล ซึ่งบริษัทอาจจ่ายในรูปของเงินสดหรือหุ้นก็ได้ และในบางกรณีบางบริษัทอาจจะมีการงดจ่ายเงินปันผลชั่วคราวก็ได้

3. ดอกเบี้ย (Interest) คือ ผลตอบแทนที่ได้รับเมื่อลงทุนในหรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจ หุ้นกู้ พันธบัตรรัฐบาล

4. สิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญใหม่ในราคาต่ำกว่าราคาตลาด หรืออาจซื้อในราคาพาร์ (ราคาเท่ากับมูลค่าที่ตราไว้)

บทที่ 3 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการลงทุน

หลักการทั่วไปเกี่ยวกับการลงทุน

ความหมายของการลงทุน

การลงทุน หมายถึง การกักเงินไว้จำนวนหนึ่ง ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดกระแสเงินสดรับในอนาคตซึ่งจะชดเชยให้แก่ผู้กักเงิน โดยกระแสเงินสดรับนี้ ควรคุ้มกับอัตราเงินเฟ้อ และคุ้มกับความไม่แน่นอนที่จะเกิดกระแสเงินสดรับในอนาคต

“การกักเงิน” หมายถึง การที่เจ้าของหรือผู้ที่มีเงินได้ชลอการใช้เงินจำนวนนั้นในงวดปัจจุบัน โดยหวังว่าในช่วงเวลาหนึ่งเงินจำนวนนี้จะงอกเงยขึ้นอันหมายถึงการออมนั่นเอง การนำเงินจำนวนนี้ไปซื้อทรัพย์สินทางการเงิน เช่น การฝากประจำกับธนาคารพาณิชย์ การซื้อพันธบัตรรัฐบาล การซื้อหุ้นสามัญ ก็เป็นการลงทุนประเภทหนึ่ง เรียกว่า “การลงทุนในทรัพย์สินทางการเงิน หรือการลงทุนในหลักทรัพย์”

การที่ผู้บริโภคซื้อบ้านและที่ดินก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการลงทุน เนื่องจากราคาบ้านและที่ดินอาจสูงขึ้นตลอดเวลา เป็นผลให้ทรัพย์สินที่ผู้ลงทุนจ่ายเงินซื้อไปแต่แรกนั้นมีค่าสูงขึ้น ก่อให้เกิดกำไรหากมีการขายบ้านหรือที่ดินนั้น และหลายคนลงทุนซื้อที่ดินเพื่อปกป้องภาวะความเสี่ยงจากเงินเฟ้อ ทั้งนี้เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วการลงทุนในตราสารทางการเงินแทบทุกชนิดไม่อาจต่อต้านภาวะเงินเฟ้อได้ นอกจากอสังหาริมทรัพย์แล้ว ผู้บริโภคบางคนอาจจ่ายเงินซื้อสินค้าคงทนถาวร เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า โบราณวัตถุ ภาพเขียน โดยอาจนับได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการลงทุน เรียกว่า “การลงทุนของผู้บริโภค” ซึ่งถือว่าการลงทุนอย่างเต็มที่ เพราะมิได้มุ่งหวังว่าซื้อมาแล้วจะต้องขายออกไปหากแต่ผลตอบแทนจากการลงทุนเช่นนี้อยู่ในรูปของความพอใจจากการใช้ทรัพย์สิน ส่วนกำไรจากการขายในกรณีที่ราคาทรัพย์สินเหล่านี้ดีขึ้นนั้นเป็นจุดหมายรอง

มองในแง่ผู้ประกอบการธุรกิจ การที่เขาดำเนินการซื้อเครื่องจักรสร้างโรงงาน ซื้อวัตถุดิบจ้างคนงาน เหล่านี้ถือเป็นการลงทุนอีกรูปแบบหนึ่ง เรียกว่า “การลงทุนทางธุรกิจ” หรือ “การลงทุนทางเศรษฐศาสตร์” ผลตอบแทนจากการลงทุนทางธุรกิจ คือ กำไรจากการประกอบการ จะเห็นได้ว่ารูปแบบของการลงทุนอย่างกว้าง จัดได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การลงทุนในตราสารทางการเงิน (Financial หรือ Securities Investment)
2. การลงทุนของผู้บริโภค (Consumer Investment)
3. การลงทุนทางธุรกิจ (Business หรือ Economic Investment)

จุดมุ่งหมายในการลงทุน

จุดมุ่งหมายหลักของผู้ลงทุน คือ เพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนสูงสุด ณ ระดับความเสี่ยงหนึ่ง หรือเพื่อลดความเสี่ยงให้ต่ำที่สุด ณ ระดับอัตราผลตอบแทนหนึ่ง ทั้งนี้ถือหลักที่ว่าหากการลงทุนใดมีความเสี่ยงสูง ผู้ลงทุนย่อมต้องการผลตอบแทนสูง เพื่อชดเชยความเสี่ยง และหากการลงทุนใดมีความเสี่ยงน้อยผู้ลงทุนย่อมได้รับผลตอบแทนน้อยลงตามไปด้วย

จากจุดมุ่งหมายหลักของการลงทุนดังกล่าว อาจแยกตามวัตถุประสงค์ของการลงทุน ดังนี้ (จิรัตน์, 2544)

1. เงินต้นหรือเงินลงทุนจะต้องปลอดภัยไม่สูญหาย
2. เงินต้นหรือเงินลงทุนควรมีค่าเพิ่มขึ้น ไม่ลดค่าลงเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อ
3. ตราสารที่ลงทุนควรซื้อง่าย ขายง่าย หรือเป็นที่ต้องการของตลาด
4. สามารถเปลี่ยนตราสารที่ลงทุนเป็นเงินสดได้ในเวลาที่รวดเร็ว
5. รายได้ควรสม่ำเสมอ
6. มีประโยชน์ทางด้านภาษี อันเนื่องจากการลงทุน
7. ควรมีการกระจายการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยง

วัตถุประสงค์การลงทุนจะเป็นไปในรูปแบบใดขึ้นอยู่กับว่าผู้ลงทุนเป็นใคร หรือเป็นสถาบันใด อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญในการตัดสินใจลงทุนก็คือ ผลตอบแทน ความเสี่ยง และระยะเวลาการลงทุน

ผลตอบแทน

ผู้ลงทุนได้ลงทุนในทรัพย์สินทางการเงิน หรือการลงทุนในรูปแบบอื่น ๆ โดยหวังว่ามูลค่าของเงินลงทุนจะสูงขึ้นและ/หรือ ได้รับกระแสเงินสดรับระหว่างงวดการลงทุน โดยผลตอบแทนรวมทั้งสองรูปแบบนี้ควรคุ้มกับอัตราเงินเฟ้อและความเสี่ยงจากการลงทุน ในการวิเคราะห์การลงทุนจะถือว่าผู้ลงทุนไม่จำกัดความพอใจในผลตอบแทน กล่าวคือ ณ ระดับความเสี่ยงที่เท่ากันยิ่งอัตราผลตอบแทนสูงผู้ลงทุนจะยิ่งพอใจ นอกจากนั้นควรแยกแยะระหว่าง อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง

กับอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจริง ผู้ลงทุนลงทุนเพื่อหวังจะได้รับผลตอบแทนซึ่ง เกิดขึ้นในอนาคต แต่เมื่อเวลานั้นมาถึงผู้ลงทุนอาจได้รับผลตอบแทนจริงตรงตามที่คาดไว้หรือ น้อยกว่า หรือมากกว่าที่คาดไว้ก็เป็นได้ นั่นคือ ผู้ลงทุนต้องตระหนักถึงความเสี่ยงซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับการลงทุนเสมอ

ความเสี่ยง

เนื่องจากผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับจริงจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจไม่เป็นไปตามที่ผู้ลงทุนคาดหวังไว้ก็ได้ การลงทุนที่อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจริงไม่ตรงตามอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังไว้เรียกว่าการลงทุนนั้นมีความเสี่ยง สาเหตุที่ทำให้เกิดความเสี่ยงอาจเกิดจากสภาวะเศรษฐกิจ การเมือง สังคม อุตสาหกรรม และจากปัจจัยภายในกิจการ

ระยะเวลาการลงทุน

ช่วงระยะเวลาการลงทุนสั้น - ยาว เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งเป็นตัวกำหนดการเลือกชนิดของตราสารที่จะลงทุน และมีส่วนกำหนดระดับความเสี่ยงและอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับ

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง

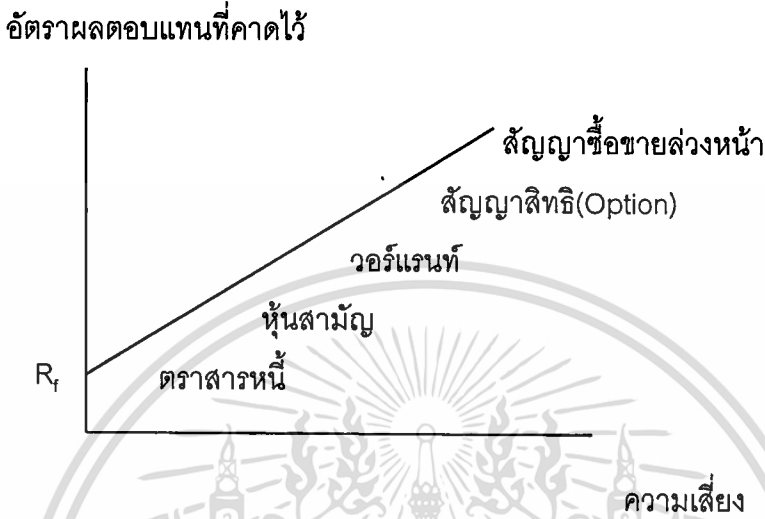
หากการลงทุนใดมีความเสี่ยงสูงผู้ลงทุนย่อมต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงเพื่อชดเชยความเสี่ยง ดังนั้นอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงจึงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน (ภาพที่ 2) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในตราสารการเงินประเภทต่าง ๆ โดยแกนนอนแสดงถึงระดับความเสี่ยงจากการลงทุนในตราสารแต่ละประเภท แกนตั้งแสดงระดับอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดว่าจะได้รับ

จุด R_f เป็นจุดที่แสดงอัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ที่ปราศจากความเสี่ยง เช่น ตัวเงินคลัง ให้อัตราผลตอบแทนระดับหนึ่งโดยมีความเสี่ยงเท่ากับศูนย์ จุดอื่น ๆ ถัดไปแสดงอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยงของหลักทรัพย์ หรือตราสารต่าง ๆ โดยจะเห็นว่าหุ้นสามัญมีความเสี่ยงสูงกว่าตราสารหนี้แต่มีระดับความเสี่ยงต่ำกว่าตราสารอนุพันธ์ อันได้แก่ วอร์เรนตี ตราสารสิทธิหรือออปชั่น และสัญญาซื้อขายล่วงหน้า เนื่องจากตราสารเหล่านี้รับผลลัพท์ความผันผวนของราคา จากหลักทรัพย์ที่รองรับหรือหลักทรัพย์แม่ ส่งผลให้ความผันผวนของราคาและอัตราผลตอบแทนของตราสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนุพันธ์ยิ่งทวีมากขึ้น ทั้งนี้ตราสารประเภทสัญญาซื้อขายล่วงหน้า เป็นตราสารที่มีลักษณะเป็นสัญญาทั้งของผู้ซื้อ และผู้ขาย มิใช่เป็นตราสารสิทธิของผู้ซื้อ ดังเช่น ตราสารประเภท ออปชั่น



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนและความเสี่ยง

ความแตกต่างระหว่างการลงทุนและการเก็งกำไร

ความแตกต่างระหว่างการลงทุน (Investment) กับการเก็งกำไร (Speculation) นั้น พิจารณาได้จากระดับของอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง ระดับความเสี่ยงที่จะยอมรับได้และระยะเวลาการลงทุน (จรัธน์, 2544)

1. ความแตกต่างด้านระดับของอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง โดยทั่วไปแล้วการเก็งกำไรมักต้องการอัตราผลตอบแทนที่สูงกว่าการลงทุน และมักเป็นไปในรูปกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ ในขณะที่นักลงทุนต้องการอัตราผลตอบแทนที่ไม่สูงเท่านักเก็งกำไร แต่ต้องการอัตราผลตอบแทนในอนาคตที่สม่ำเสมอ เช่นในรูปดอกเบี๋ยรับ หรือเงินปันผล
2. ความแตกต่างด้านระดับของความเสี่ยง นักลงทุนจะยอมรับระดับความเสี่ยงในระดับที่ต่ำกว่าที่นักเก็งกำไรยอมรับได้
3. ความแตกต่างด้านระยะเวลาการลงทุน เนื่องจากรูปแบบของอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการเป็นไปในแบบสม่ำเสมอตลอดระยะเวลาการลงทุน ระยะเวลาการลงทุนของนักลงทุนจึงมีช่วงที่นานกว่าระยะเวลานักเก็งกำไรถือหลักทรัพย์เก็งกำไร อาจถือหลักทรัพย์เพียง 1 สัปดาห์ หรือเพียง 2-3 เดือน ในขณะที่นักลงทุนมักจะถือเป็นช่วงนาน 3 ปี หรือมากกว่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนการพนัน (Gambling) นั้นไม่ได้ใช้หลักการพิจารณาก่อนตัดสินใจซึ่งอาศัยแต่เพียงการคาดคะเนแต่เพียงอย่างเดียว จะสังเกตได้ว่าผู้ซื้อผู้ขายหลักทรัพย์แต่ละรายบางขณะอาจต้องการเป็นผู้ลงทุนถือหุ้นในระยะยาวแต่โอกาสอาจอำนวยให้ตัดขายในระยะสั้นจึงกลายเป็นนักเก็งกำไรไป หรือผู้ซื้อหลักทรัพย์บางรายต้องการเก็งกำไรในช่วงสั้น ๆ แต่โอกาสไม่อำนวยให้ขายหลักทรัพย์ได้ในราคาที่ต้องการจึงต้องถือหลักทรัพย์ในระยะยาว

ทางเลือกในการลงทุน

การลงทุนในทรัพย์สินทางการเงินทำได้หลายรูปแบบ ทั้งในรูปของการฝากเงินและการซื้อหลักทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงตราสารหรือเครื่องมือทางการเงินที่เปลี่ยนมือได้และทรัพย์สินทางการเงินที่เปลี่ยนมือไม่ได้

ทางเลือกในการลงทุนอาจจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น แบ่งตามระยะเวลาการลงทุน เป็นการลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุน โดยการลงทุนในตลาดเงินประกอบด้วยการออมหรือการลงทุนในตราสารที่เปลี่ยนมือไม่ได้ และการลงทุนในตราสารที่เปลี่ยนมือได้หรืออาจจำแนกตามประเภทของผู้ออกตราสารเป็นหลักทรัพย์รัฐบาลและหลักทรัพย์ภาคเอกชน จากแนวทางดังกล่าวสามารถจำแนกทางเลือกการลงทุนเป็น 6 ประเภท ดังนี้ (จิรัตน์ , 2544)

1. ตราสารระยะสั้นเปลี่ยนมือไม่ได้ (Non Marketable Financial Asset) เป็นรูปแบบทางเลือกในการออมเงินระยะสั้น มีความสะดวกและง่ายในการฝากหรือถอนเงินออม มีความปลอดภัยสูงและให้อัตราผลตอบแทนต่ำ เช่น การฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์

2. ตราสารระยะสั้นเปลี่ยนมือได้ (Money Market Securities) เป็นตราสารที่มีอายุการไถ่ถอนไม่เกินหนึ่งปีสามารถเปลี่ยนมือได้ เช่น ตั๋วเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงินตั๋วแลกเงิน เป็นต้น

3. ตราสารระยะยาวที่ให้รายได้ประจำ (Fixed Income Securities) หมายถึง ตราสารหรือหลักทรัพย์ที่ให้ผลประโยชน์แก่ผู้ลงทุนอย่างสม่ำเสมอเป็นงวด ๆ เป็นจำนวนที่เท่า ๆ กันจนหลักทรัพย์นั้นครบกำหนดไถ่ถอน ได้แก่ ตราสารแห่งหนี่ระยะยาวที่ออกโดยรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และบริษัทต่าง ๆ

4. ตราสารประเภททุน (Equity Securities) ได้แก่ หุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิ หุ้นสามัญเป็นตราสารแสดงความเป็นเจ้าของกิจการ มีสิทธิในรายได้ของบริษัทโดยการรับเงินปันผลตามที่ประกาศจ่าย การลงทุนในหุ้นสามัญเป็นการลงทุนที่ให้ผลประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ จำนวนไม่คงที่ ช่วงจังหวะเวลาที่จ่ายปันผลตอบแทนไม่แน่นอน เนื่องจากเงินปันผลจ่ายไม่ใช่ภาระผูกพันของผู้ถือหุ้นสามัญ แต่โดยปกติแล้วผู้ลงทุนที่ซื้อหุ้นสามัญย่อมคาดหวังว่าบริษัทผู้ถือหุ้นสามัญจะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่วางจำหน่ายโดยทางบริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ จำกัด มีบัญชีหลักทรัพย์ที่ปรึกษาแนะนำ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จ่ายเงินปันผลโดยสม่ำเสมอ นอกจากนี้เงินปันผลแล้วผู้ลงทุนยังคาดหวังอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้นสามัญรูปแบบอื่น ๆ อีกได้แก่ กำไรจากการขายหุ้น สิทธิในการซื้อหุ้นใหม่ และในกรณีที่ลงทุนในบริษัทนั้นเป็นสัดส่วนสูงผู้ลงทุนยังหวังสิทธิในการมีส่วนบริหารกิจการโดยการออกเสียงเลือกกรรมการบริหารบริษัท

5. หน่วยลงทุนของกองทุนรวม (Unit Trust) บริษัทจัดการกองทุนระดมเงินโดยการขายหน่วยลงทุนแล้วนำเงินที่ได้ไปลงทุนในหลักทรัพย์ต่าง ๆ ตามที่กำหนด หน่วยลงทุนมีทั้งประเภทที่ขายหน่วยลงทุนคืนให้กองทุนรวมไม่ได้หากยังไม่สิ้นสุดโครงการ และประเภทที่ขายคืนให้กองทุนรวมได้ตลอดก่อนสิ้นสุดโครงการ ผลตอบแทนจากการซื้อหน่วยลงทุนได้แก่เงินปันผลและกำไร (ขาดทุน) จากการซื้อขายหน่วยลงทุนนั้น

6. อนุพันธ์ (Derivative Securities) ได้แก่สัญญาอนุพันธ์ (Option) สัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward and Future) รวมทั้งตราสารอนุพันธ์ที่เชื่อมโยงกับหลักทรัพย์ประเภทหุ้น (Equity Link Derivative) ซึ่งได้แก่ สัญญาจองซื้อหุ้นในระยะยาวหรือวอร์แรนต์ (Warrant) และหลักทรัพย์แปลงสภาพ (Convertible Securities)

ความรู้เกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประวัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดหุ้นไทยยุคใหม่มีจุดเริ่มต้นจากการประกาศใช้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - 2509) เพื่อรองรับการเติบโตและส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2510 - 2514) ได้เสนอให้มีการจัดตั้ง ตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อส่งเสริมการระดมเงินทุนเพิ่มเติม สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ได้กำหนดการพัฒนาตลาดทุนเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 นั้น เน้นให้ตลาดทุนมีบทบาทที่สำคัญ คือ การเป็นแหล่งระดมเงินทุนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ

พัฒนาการของตลาดทุนของไทยในยุคใหม่นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ยุค คือ เริ่มจาก "ตลาดหุ้นกรุงเทพ" (Bangkok Stock Exchange) ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนและต่อมาเป็น "ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" ภายใต้ชื่อภาษาอังกฤษว่า "The Stock Exchange of Thailand"

จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ วันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2517 ส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยดำเนินกิจการได้ด้วยการสนับสนุน และควบคุมจากภาครัฐ

ปัจจุบันได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 แทนซึ่งนับเป็นพัฒนาการอีกขั้นหนึ่งของตลาดทุนไทยยุคใหม่โดยการกำหนดขอบเขตทางกฎหมายที่เป็นรูปธรรม ตลาดรองที่ก้าวหน้า และการปรับปรุงกฎระเบียบของธุรกิจหลักทรัพย์

การจัดตั้งตลาดหุ้นกรุงเทพ

การจัดตั้งตลาดหุ้นของไทยเริ่มขึ้น ในเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2505 ในรูปห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยในปีต่อมาได้จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น "ตลาดหุ้นกรุงเทพ" (Bangkok Stock Exchange)

ถึงแม้ว่าจะมีพื้นฐานในการจัดตั้งที่ดีการซื้อขายหุ้นในตลาดหุ้นกรุงเทพก็ไม่ได้ได้รับความสนใจมากนักมูลค่าการซื้อขายมีเพียง 160 ล้านบาทใน ปี พ.ศ. 2511 และ 114 ล้านบาทใน ปี พ.ศ. 2512 การซื้อขายมีปริมาณลดลงเป็น 46 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2513 และลดลงเหลือ 28 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2514 การซื้อขายหุ้นกุ่มีมูลค่าถึง 87 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2515 แต่การซื้อขายหุ้นก็ยังคงไม่เป็นที่สนใจ โดยมูลค่าการซื้อขายหุ้นที่ต่ำสุดมีเพียง 26 ล้านบาทเท่านั้น และในที่สุดตลาดหุ้นกรุงเทพก็ต้องปิดกิจการลงเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าตลาดหุ้นกรุงเทพไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากขาดการสนับสนุน จากภาครัฐประกอบกับประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอ ในเรื่องตลาดทุน

การจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถึงแม้ว่าตลาดหุ้นกรุงเทพจะไม่ประสบความสำเร็จแนวความคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบและได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการนั้น ดังนั้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) จึงได้เสนอแผนการจัดตั้งตลาดทุนดังกล่าวขึ้นเป็นครั้งแรกโดยให้มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกและมาตรการสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ที่เหมาะสม ในปี พ.ศ. 2512 รัฐบาลได้ทำการว่าจ้างศาสตราจารย์ซิดนีย์ เอ็ม รอปบิ้นส์ ศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการเงินจากมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย สหรัฐอเมริกา เพื่อมาทำการศึกษาของทางการพัฒนาตลาดทุนไทยในเวลาต่อมาในปี พ.ศ. 2515 รัฐบาลได้เข้ามามีบทบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการแก้ไข "ประกาศคณะปฏิวัติ ที่ 58 เกี่ยวกับการควบคุมธุรกิจ การค้า ที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยและความเป็นอยู่ของประชาชน" การแก้ไขดังกล่าว ส่งผลให้รัฐบาลสามารถกำกับดูแล การดำเนินงานของบริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์ ซึ่งทำให้การดำเนินงานเป็นไป อย่างมีระเบียบ และยุติธรรม หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2517 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย พ.ศ. 2517 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะจัดให้มีแหล่งกลางสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์และการระดมเงินทุนในประเทศ ตามมาด้วยการแก้ไขบทบัญญัติเกี่ยวกับรายได้เพื่อให้สามารถนำเงินออมมาลงทุนในตลาดทุนได้ ในปี พ.ศ. 2518 รูปแบบทางกฎหมาย ต่าง ๆ ได้รับการปรับแก้จนลงตัว และในวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2518 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ชื่อภาษาอังกฤษในขณะนั้น คือ The Securities Exchange of Thailand) ได้เปิดทำการซื้อขายขึ้นอย่างเป็นทางการครั้งแรกและได้ทำการเปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษเป็น "The Stock Exchange of Thailand" (SET) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2534

บทบาทของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำหน้าที่เป็นแหล่งกลางการซื้อขายซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนมือหลักทรัพย์ซึ่งเป็นการเสริมสภาพคล่องให้แก่หลักทรัพย์ อันเป็นการส่งเสริมให้ผู้มีเงินออมเข้ามาลงทุนในตลาดทุน
2. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชน และรัฐวิสาหกิจให้มีอัตราส่วนหนี้สินต่อ ส่วนของผู้ถือหุ้นที่เหมาะสมทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงต่ำลง
3. เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายอย่างมีระบบระเบียบมีสภาพคล่องและยุติธรรม
4. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการโดยเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนได้ เลือกลงทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะเป็นผู้กำกับดูแล บริษัทที่เข้ามาจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เปิดเผยข้อมูลแก่ประชาชนทั่วไป เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน
5. ให้ความคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ลงทุนในเรื่องความยุติธรรมในการซื้อขายหุ้น
6. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นดัชนีชี้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ตลาดหลักทรัพย์เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของในหลักทรัพย์ระยะยาว เช่น หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ

การกำกับดูแล

คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยกรรมการที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. แต่งตั้งขึ้นจำนวน 5 คน กรรมการที่บริษัทสมาชิกเลือกตั้ง 3 คน มาจากคณะกรรมการสรรหา 2 คน และผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ ให้เป็นกรรมการโดยตำแหน่ง 1 คน คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์เป็นผู้กำหนดนโยบาย และควบคุมการดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์ภายในขอบเขตของกฎหมาย รวมทั้งเป็นผู้กำหนดระเบียบหรือข้อบังคับต่าง ๆ ที่ทำให้การดำเนินงานของตลาดหลักทรัพย์เป็นไปอย่างมีระเบียบ แต่อย่างไรก็ตามการกำหนดหรือการเปลี่ยนแปลงแก้ไขระเบียบต่าง ๆ ส่วนใหญ่ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมบริษัทสมาชิก และ/หรือได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ก.ล.ต. เสียก่อนจึงจะใช้บังคับได้

องค์ประกอบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดหลักทรัพย์เช่นเดียวกับตลาดกลางเพื่อการซื้อขายสินค้าทั่วไป คือ ประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ตลาดกลางที่ทำการซื้อขาย ได้แก่ ห้องค้าหลักทรัพย์
2. ผู้ซื้อ ผู้ขาย ได้แก่ นักลงทุน
3. ตัวแทนนายหน้าผู้ซื้อขาย ได้แก่ บริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์
4. สินค้าซื้อขาย ได้แก่ หลักทรัพย์จดทะเบียน หลักทรัพย์รับอนุญาต

ห้องค้าหลักทรัพย์

เป็นสถานที่ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการประกอบกิจการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ การซื้อหรือขายหลักทรัพย์ในห้องค้าเป็นแบบจับคู่การซื้อขาย โดยใช้คอมพิวเตอร์ การซื้อขายหลักทรัพย์กระทำทุกวันทำการวันละสองรอบตั้งแต่เวลา 10.00 – 12.30 น. และ 14.30 – 16.30 น. เว้นวันหยุดของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารพาณิชย์ ในการส่งคำสั่งซื้อขาย (Pre-Opening) นั้น บริษัทสมาชิกสามารถส่ง คำสั่งซื้อ และคำสั่งขายก่อนเปิดทำการ 30 นาที คือ ในรอบเช้าบริษัทสมาชิกจะเริ่มส่งคำสั่งซื้อ และคำสั่งขายได้ตั้งแต่เวลา 9.30 น. และรอบบ่ายเวลา 14.00 น.

การซื้อขายสองรอบในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เริ่มตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2535 โดยเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์ไปสู่การเป็นตลาดสากลและทำให้ผู้ลงทุนมีเวลามากขึ้นในการตัดสินใจเลือกลงทุนในหลักทรัพย์และยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ลงทุนต่างประเทศสามารถเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไทยได้สะดวกขึ้นประวัติของช่วงเวลาเปิดทำการของตลาดหลักทรัพย์ (ตารางที่ 4) ดังนี้

ตารางที่ 4 ช่วงเวลาการซื้อขายหลักทรัพย์

วันที่เริ่มปฏิบัติ	ช่วงเวลาซื้อขายหลักทรัพย์
30 เมษายน พ.ศ. 2518	10:30 – 12:00 น.
1 ธันวาคม พ.ศ. 2524	9:30 – 11:30 น.
1 มิถุนายน พ.ศ. 2533	9:00 – 12:00 น.
2 กรกฎาคม พ.ศ. 2535	รอบเช้า 10:00 – 12:30 น. รอบบ่าย 14:30 – 16:00 น.
4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2538	รอบเช้า 10:00 – 12:30 น. รอบบ่าย 14:30 – 16:30 น.

ที่มา : (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2545)

ผู้ลงทุน

ผู้ที่เข้ามาทำการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ มีทั้งประชาชนทั่วไป และผู้ลงทุนในรูปสถาบันทั้งในและต่างประเทศ ผู้ลงทุนบางคน หรือบางสถาบัน อาจมุ่งหวังกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่วงเวลาสั้น ๆ ในขณะที่ผู้ลงทุนบางคนหรือบางสถาบันมุ่งหวังผลตอบแทนในระยะยาว อันได้แก่ เงินปันผล รวมทั้งสิทธิต่าง ๆ ของหุ้นรวมถึงกำไรจากกาขายหลักทรัพย์นั้น เรียก ผู้ลงทุนกลุ่มแรกว่า นักเก็งกำไร (Speculator) ส่วนผู้ลงทุนกลุ่มหลังเป็นนักลงทุนระยะยาว (Investor)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการจำแนกประเภทผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมักจำแนกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ลงทุนต่างประเทศ (Foreign Investor)
2. บัญชีของบริษัทหลักทรัพย์ (Securities Companies' Portfolio)
3. กองทุนรวม (Mutual Funds)
4. ผู้ลงทุนอื่น ๆ (Other Investors)

ข้อมูลการลงทุนซื้อและขายของผู้ลงทุนแต่ละประเภท ในปี พ.ศ. 2538-2545 (ตารางที่ 5) จะเห็นได้ว่าสัดส่วนการซื้อขายของผู้ลงทุนแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงเวลา โดยมีข้อสังเกตว่าสัดส่วนการซื้อและขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนภายในประเทศจะมีสัดส่วนที่สูงกว่า นักลงทุนที่มาจากต่างประเทศและนักลงทุนประเภทสถาบันนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นไป ซึ่งนักลงทุนในประเทศจะแบ่งย่อยออกเป็นประเภทหลัก ๆ อีก 2 ประเภท คือ นักลงทุนประเภทนิติบุคคล และนักลงทุนประเภทบุคคลทั่วไป

บริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์

การซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต้องกระทำผ่านบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนหรือนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ให้แก่ ผู้ซื้อผู้ขายทั่ว ๆ ไป โดยได้รับค่าธรรมเนียมเป็นการตอบแทน ปัจจุบันมีทั้งหมด 37 แห่ง (ข้อมูล ณ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2545)

บริษัทหลักทรัพย์ที่จะสมัครเข้าเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์ ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ "นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์"
2. มีฐานะการเงินมั่นคง
3. มีสมรรถภาพในการบริหารงานดี
4. มีผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจหลักทรัพย์

"ธุรกิจหลักทรัพย์" ที่กล่าวข้างต้น ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายไว้ว่าให้หมายถึงธุรกิจหลักทรัพย์ประเภท ดังต่อไปนี้

1. การเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ หมายความว่า การทำหน้าที่เป็นนายหน้า หรือตัวแทนเพื่อ ซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ให้แก่บุคคลอื่นเป็นทางค้าปกติ โดยได้รับค่านายหน้า ค่าธรรมเนียม หรือค่าตอบแทนอื่น

2. การค้าหลักทรัพย์ หมายความว่า การซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ในนามของตนเองเป็นการค้าปกติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์แยกตามประเภทนักลงทุน

(หน่วย : ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	ต่างชาติ		สถาบัน		ภายในประเทศ		ปริมาณเงินที่หมุน เวียน
	ซื้อ	ขาย	ซื้อ	ขาย	ซื้อ	ขาย	
2545	469,361	455,023	116,184	102,476	1,461,895	1,489,941	2,047,442
2544	290,596	297,021	61,999	62,537	1,225,162	1,218,198	1,577,757
2543	280,785	313,852	52,084	53,033	590,826	556,810	923,696
2542	471,874	475,008	77,415	80,287	1,060,496	1,054,490	1,609,787
2541	311,131	280,904	46,587	49,826	497,450	524,437	855,168
2540	429,801	374,365	81,162	103,615	418,633	451,617	929,597
2539	456,575	444,288	154,511	172,232	692,056	686,622	1,303,143
2538	426,248	377,637	202,690	205,018	905,960	952,243	1,534,899

ที่มา : (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2545)

3. การเป็นที่ปรึกษาการลงทุน หมายความว่า การให้คำแนะนำแก่ประชาชนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมเกี่ยวกับคุณค่าของหลักทรัพย์ หรือความเหมาะสมของการลงทุนที่เกี่ยวกับการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใด ๆ เป็นทางคำปกติ ทั้งนี้โดยได้รับค่าธรรมเนียม หรือค่าตอบแทนอื่น แต่ไม่รวมถึงการให้คำแนะนำแก่ประชาชนในลักษณะที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกาศกำหนด (เช่น การจัดอันดับความน่าเชื่อถือ)

4. การจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ หมายความว่า การรับหลักทรัพย์ทั้งหมด หรือบางส่วนจากบริษัท หรือเจ้าของหลักทรัพย์ไปเสนอขายต่อประชาชน โดยได้รับค่าธรรมเนียม หรือค่าตอบแทนอื่น

5. การจัดการกองทุนรวม หมายความว่า การจัดการกองทุนของบุคคลตั้งแต่ห้าคน หรือคณะบุคคลตั้งแต่หนึ่งคณะขึ้นไป ที่ได้รับมอบหมายให้จัดการลงทุนเพื่อแสวงหาประโยชน์จากหลักทรัพย์ โดยได้รับค่าธรรมเนียมหรือค่าตอบแทนอื่น แต่ไม่รวมถึงการจัดการกองทุนรวมตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. กิจกรรมอื่นเกี่ยวกับหลักทรัพย์ ตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. กำหนด หนึ่งในการประกอบ การเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ หรือการค้าหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์สามารถให้กู้ยืมเงิน เพื่อซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ได้ด้วย ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 มีการกำหนดขอบเขตธุรกิจ หลักทรัพย์โดยการกำหนดข้อห้ามต่าง ๆ ตามมาตรา 98 ได้แก่

7. ห้ามกระทำการใด ๆ อันจะทำให้ลูกค้าหรือบุคคลทั่วไปเข้าใจผิดเกี่ยวกับราคา คุณค่า และลักษณะของหลักทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง

8. ห้ามกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเป็นการเอาเปรียบ ลูกค้าหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องตามที่คณะกรรมการ ก.ล.ต. ประกาศกำหนด

9. ห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ล่วงหน้าเว้นแต่คณะกรรมการ ก.ล.ต. จะประกาศกำหนดให้ กระทำได้

10. ห้ามขายหลักทรัพย์โดยที่บริษัทยังไม่มีหลักทรัพย์นั้นอยู่ในครอบครอง หรือมิได้มี บุคคลใดมอบหมายให้ขายหลักทรัพย์นั้น เว้นแต่คณะกรรมการ ก.ล.ต. จะกำหนดให้ทำได้

หลักทรัพย์จดทะเบียน

หลักทรัพย์ที่เป็น "สินค้า" ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรียกว่า "หลักทรัพย์จดทะเบียน" (Listed Securities) หลักทรัพย์ที่อาจยื่นขอให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พิจารณาเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ได้แก่ หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิหรือหุ้นกู้ หุ้นกู้หรือหุ้นกู้แปลงสภาพของบริษัทจดทะเบียน หน่วยลงทุน ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหน่วยลงทุน พันธบัตรรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ โดยหลักทรัพย์ต่าง ๆ ดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่กำหนด ทั้งนี้บริษัทที่ต้องการให้หลักทรัพย์ ของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน จะต้องยื่นคำขอต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์จะเป็นผู้พิจารณาคำขอนั้น

วิสัยทัศน์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2546

กระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ การแข่งขันระหว่าง ตลาดหุ้นของประเทศต่าง ๆ และความสนใจของนักลงทุน ที่หันเหจากธุรกิจอุตสาหกรรมแบบ เดิม ๆ ไปสู่กิจการเทคโนโลยีขั้นสูง และตราสารใหม่ ๆ รวมทั้งวิกฤติทางการเงินตั้งแต่ พ.ศ. 2540

ไม่ว่าการณ์ใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งผลกระทบต่อตลาดหุ้นทั่วโลกอย่างรุนแรง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้ตลาดหลักทรัพย์ไทย อยู่ในสถานะที่เสียเปรียบเพราะ

1. ธุรกิจหลักทรัพย์ไทย ได้รับผลกระทบกระเทือน ที่รุนแรงจากวิกฤติเศรษฐกิจ
2. การแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ระหว่างตลาดหลักทรัพย์ไทย และตลาดหลักทรัพย์ในประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย
3. ทางเลือกใหม่ ๆ ในการลงทุนมีมากขึ้น

แต่ภายใต้วิกฤตินี้ นักลงทุนมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนสูงขึ้น (เมื่อเศรษฐกิจเริ่มดีขึ้น) จากการปฏิรูประบบการเงินการปรับปรุงโครงสร้างหนี้การหวนกลับมาของนักลงทุนต่างประเทศที่จะลงทุนอย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น และจากการพัฒนาตราสารใหม่ ๆ ท่ามกลางการแข่งขันดังกล่าว เพื่อให้ตลาดหลักทรัพย์สามารถฟื้นตัวอุปสรรค และมีความแข็งแกร่งในอนาคต ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงได้กำหนด "วิสัยทัศน์ 2546" (Vision 2003) เพื่อเป็นจุดมุ่งหมาย และแนวทางการดำเนินงาน ในช่วงปี 2543 - 2547 ไว้ว่า " ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะเป็นตลาดหุ้นชั้นนำแห่งหนึ่งในเอเชีย โดยจะมีสินค้าที่มีคุณภาพเป็นตัวแทนของเศรษฐกิจไทยมีเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงที่ได้ผลและการกำกับดูแลตลาดและการดูแลกิจการที่ดีตามมาตรฐานสากล"

เพื่อบรรลุจุดหมายของวิสัยทัศน์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะเน้นการปรับปรุงในเชิงคุณภาพ แทนที่จะแข่งขันโดยตรงกับตลาดอื่น ๆ ในเรื่องของขนาดและปริมาณ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแผนที่จะพัฒนาเป็นตลาดที่สมบูรณ์แบบ มีการบริการทางการเงินที่มีคุณภาพสูงครบถ้วนทุกชนิดพร้อมกับเครื่องมือทางการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ บริษัทจดทะเบียนต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและถูกต้องและเป็นตัวแทนเศรษฐกิจของประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์จะใช้มาตรฐานสากลในการกำกับดูแล และส่งเสริมให้มีการดูแลกิจการที่ดีเพื่อให้ตลาดหลักทรัพย์มีสินค้าที่มีคุณภาพและเพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ ของนักลงทุน ความสำเร็จของวิสัยทัศน์ พ.ศ. 2546 นักลงทุนจะได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้นจากการลดความเสี่ยงในการลงทุนและได้รับความคุ้มครองสิทธิประโยชน์มากขึ้น บริษัทจดทะเบียนมีคุณภาพดีขึ้น และมีค่าใช้จ่ายในการระดมทุนต่ำลง ในขณะที่การกำกับดูแลบริษัทหลักทรัพย์ จะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและบริษัทหลักทรัพย์มีปริมาณธุรกิจเพิ่มขึ้น

บทที่ 4 ผลการศึกษา

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 267 ชุด เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของบุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไปโดยเป็นบุคคลที่ไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มาก่อน โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานของการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำ

เพศ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 267 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 และเป็นเพศชายจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	201	75.3
ชาย	66	24.7
รวม	267	100.0

อายุ

จากการศึกษาอายุของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแบ่งช่วงอายุออกเป็น 3 กลุ่มพบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 25 - 39 ปี จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40 - 59 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ซึ่งมีข้อน่าสังเกตว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีช่วงอายุ 25-39 ปี (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
25 - 39 ปี	217	81.3
40 - 59 ปี	42	15.7
มากกว่า 60 ปี	8	3.0
รวม	267	100.0

สถานภาพ

จากการศึกษาสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม พบว่าสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่สมรสแล้ว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 และผู้ตอบแบบสอบถามที่หย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

ระดับการศึกษา

จากการศึกษาระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และระดับสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ซึ่งมีข้อน่าสังเกตว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ค่อนข้างสูงคือตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	162	60.7
สมรส	95	35.6
หย่าร้าง แยกกันอยู่	10	3.7
รวม	396	100.00

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	38	14.2
ปริญญาตรี	170	63.7
ปริญญาโท	50	18.7
สูงกว่าปริญญาโท	9	3.4
รวม	267	100.0

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งช่วงของรายได้ออกเป็น 4 กลุ่ม พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รายได้ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้สูงกว่า 60,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยที่สุด จากการศึกษานี้มีจำนวนเท่ากัน คือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	131	49.1
20,001 – 40,000 บาท	94	35.2
40,001 – 60,000 บาท	27	10.1
สูงกว่า 60,000 บาท	15	5.6
รวม	267	100.0

อาชีพ

จากการศึกษาอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมา รับราชการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 24 คน คิดเป็น 9.0 แม่บ้าน หรือเกษียณราชการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน	173	64.8
รับราชการ	44	16.5
ธุรกิจส่วนตัว	24	9.0
แม่บ้าน /เกษียณราชการ	23	8.6
อื่น ๆ ^{1/}	3	1.1
รวม	267	100.0

หมายเหตุ ^{1/} อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทราบถึงวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทราบถึงวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามพอทราบวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาไม่ทราบวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบดีถึงวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทราบถึงวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ทราบ	72	27.0
พอทราบ	170	63.6
ทราบดี	25	9.4
รวม	267	100.0

การตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในอนาคต

จากการศึกษาความเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มากที่สุด มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น รองลงมา คือ เลือกที่จะลงทุนในอนาคต จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ไม่ลงทุนในอนาคต จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 โดยมีเหตุผล เช่น ไม่ชอบเสี่ยง อัตราเสี่ยงสูงไปอาจทำให้ขาดทุนได้ ขาดประสบการณ์ ทำธุรกิจอย่างอื่นดีกว่าเล่นหุ้น และลำดับสุดท้าย อื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ได้แก่ ต้องดูสถานการณ์ในขณะนั้น และต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ซึ่งมีข้อน่าสังเกตว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบไม่ลงทุนในอนาคต จะมีสาเหตุส่วนใหญ่ คือ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูง (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจในอนาคต

การตัดสินใจลงทุนในอนาคต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่แน่ใจ	153	57.4
เลือกลงทุน	78	29.2
ไม่ลงทุน	34	12.7
อื่น ๆ	2	0.7
รวม	267	100.0

ทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การศึกษาทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในอนาคต โดยพิจารณาทัศนคติใน 2 ประเด็น คือ

1. ทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากผลการศึกษาตัวอย่างจำนวน 267 คน โดยมาจากบุคคลทั่วไปอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป และไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาก่อน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในเรื่องของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน ระดับที่เห็นด้วยในเรื่องของการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ ระดับไม่แน่ใจในเรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ไม่ใช่เฉพาะบางกลุ่มคน การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนันชนิดหนึ่ง การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้ ระดับไม่เห็นด้วย ในเรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสมกับคนทุกอาชีพ และจากการศึกษาพบว่าบุคคลทั่วไป มีระดับทัศนคติส่วนใหญ่อยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ เช่นเดียวกัน ($X = 3.06$) (ตารางที่ 14)

ทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากผลการศึกษาตัวอย่างจำนวน 267 คน โดยมาจากบุคคลทั่วไปอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป และไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาก่อน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ในเรื่องการเป็นดัชนีชี้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและยุติธรรมช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม ระดับไม่แน่ใจ ในเรื่องส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง และจากการศึกษาพบว่าบุคคลทั่วไปมีระดับทัศนคติส่วนใหญ่อยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ เช่นเดียวกัน ($X = 3.37$) (ตารางที่ 15)

การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เพศกับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = เพศมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1 = เพศมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าเพศมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ในทุกกรณี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	ระดับความเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับทัศนคติ
	5	4	3	2	1				
1. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน	46 (17.2)	60 (22.5)	80 (30.0)	45 (16.9)	36 (13.5)	267 (100)	4.28	1.04	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	58 (21.7)	62 (23.2)	65 (24.3)	45 (16.9)	37 (13.9)	267 (100)	4.07	1.21	เห็นด้วย
3. เนื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก	53 (19.9)	88 (33.0)	86 (32.2)	27 (10.1)	13 (4.9)	267 (100)	3.73	1.05	เห็นด้วย
4. ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป	73 (27.3)	89 (33.3)	70 (26.2)	29 (10.9)	6 (2.2)	267 (100)	3.53	1.07	เห็นด้วย
5. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	26 (9.7)	61 (22.8)	65 (24.3)	50 (18.7)	65 (24.3)	267 (100)	3.48	1.20	เห็นด้วย
6. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว	23 (8.6)	27 (10.1)	71 (26.6)	59 (22.1)	87 (32.6)	267 (100)	3.28	1.17	ไม่เห็นใจ

ตารางที่ 14 (ต่อ)

เรื่อง	ระดับความเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับทัศนคติ
	5	4	3	2	1				
7. ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ไม่ใช่ว่าจะบาง กลุ่มคน	48 (18.0)	64 (24.0)	92 (34.5)	41 (15.4)	22 (8.2)	267 (100)	3.22	1.33	ไม่แน่ใจ
8. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนัน ชนิดหนึ่ง	66 (24.7)	66 (24.7)	86 (32.2)	28 (10.5)	21 (7.9)	267 (100)	3.13	1.27	ไม่แน่ใจ
9. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้	138 (51.7)	60 (22.5)	37 (13.9)	14 (5.2)	18 (6.7)	267 (100)	2.75	1.31	ไม่แน่ใจ
10. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะกับคนทุกอาชีพ	153 (57.3)	64 (24)	30 (11.2)	11 (4.1)	9 (3.4)	267 (100)	2.40	1.27	ไม่เห็นด้วย
รวมเฉลี่ย							3.06		ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นร้อยละ

ตารางที่ 15 ระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	ระดับความเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับทัศนคติ
	5	4	3	2	1				
1. เป็นดัชนีชี้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ	43 (16.1)	80 (30.0)	99 (37.1)	21 (7.9)	24 (9.0)	267 (100)	3.57	1.10	เห็นด้วย
2. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและยุติธรรม	37 (13.9)	89 (33.3)	102 (38.2)	28 (10.5)	11 (4.1)	267 (100)	3.49	1.09	เห็นด้วย
3. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม	54 (20.2)	85 (31.8)	78 (29.2)	39 (14.6)	11 (4.1)	267 (100)	3.42	0.99	เห็นด้วย
4. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว	52 (19.5)	65 (24.3)	91 (34.1)	40 (15.0)	19 (7.1)	267 (100)	3.36	1.12	ไม่แน่ใจ
5. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ	43 (16.1)	48 (18.0)	89 (33.3)	55 (20.6)	32 (12.0)	267 (100)	3.34	1.16	ไม่แน่ใจ
6. ให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง	57 (21.3)	92 (34.5)	82 (30.7)	19 (7.1)	17 (6.4)	267 (100)	3.06	1.23	ไม่แน่ใจ
รวมค่าเฉลี่ย							3.37		ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บเป็นร้อยละ

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนันชนิดหนึ่ง	3.006	4	0.557
2. ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ไม่ใช่เฉพาะบางกลุ่มคน	8.661	4	0.070
3. ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป	2.729	4	0.604
4. เรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก	6.179	4	0.186
5. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้	4.050	4	0.399
6. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะกับคนทุกอาชีพ	3.375	4	0.497
7. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว	3.492	4	0.479
8. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	8.286	4	0.082
9. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	4.949	4	0.293
10. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน	6.435	4	0.169

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อายุกับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = ระดับอายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 = ระดับอายุมีผลต่อระดับอายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษา พบว่าโดยส่วนใหญ่อายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุนที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนันชนิดหนึ่ง	3.418	8	0.905
2. ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ไม่ใช่เฉพาะบางกลุ่มคน	5.253	8	0.730
3. ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป	3.090	8	0.929
4. เรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก	8.708	8	0.367
5. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้	11.480	8	0.176
6. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะกับคนทุกอาชีพ	6.500	8	0.591
7. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว	3.339	8	0.911
8. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	10.911	8	0.207
9. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	8.424	8	0.393
10. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน	29.467	8	0.000*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษากับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = ระดับการศึกษามีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_1 = ระดับการศึกษาที่มีผลต่อระดับอายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าโดยส่วนใหญ่ระดับการศึกษาที่มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ด้าน ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ และการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุนที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนันชนิดหนึ่ง	11.458	12	0.490
2. ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ไม่ใช่เฉพาะบางกลุ่มคน	11.920	12	0.452
3. ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป	22.358	12	0.034*
4. เรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก	20.733	12	0.054
5. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้	15.928	12	0.195
6. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะกับคนทุกอาชีพ	18.190	12	0.110
7. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว	11.250	12	0.508
8. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	22.670	12	0.031*
9. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	7.476	12	0.825
10. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน	25.045	12	0.015*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพกับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = อาชีพมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1 = อาชีพมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าโดยส่วนใหญ่อาชีพมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนันชนิดหนึ่ง	19.584	12	0.075
2. ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ไม่ใช่เฉพาะบางกลุ่มคน	17.096	12	0.146
3. ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป	16.985	12	0.150
4. เรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก	10.765	12	0.549
5. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้	12.274	12	0.424
6. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะกับคนทุกอาชีพ	17.730	12	0.124
7. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว	10.079	12	0.609
8. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	22.665	12	0.031*
9. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	18.943	12	0.090
10. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน	10.137	12	0.604

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยกับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = ระดับรายได้เฉลี่ยมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 = ระดับรายได้เฉลี่ยมีผลต่อระดับอายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าโดยส่วนใหญ่ระดับรายได้เฉลี่ยมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับคนทุกอาชีพ ที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับรายได้เฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนันชนิดหนึ่ง	11.651	12	0.474
2. ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ไม่ใช่เฉพาะบางกลุ่มคน	8.471	12	0.747
3. ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป	15.444	12	0.218
4. เรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก	11.178	12	0.514
5. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้	11.421	12	0.493
6. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะกับคนทุกอาชีพ	21.892	12	0.039*
7. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว	10.309	12	0.589
8. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	8.457	12	0.748
9. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	17.656	12	0.127
10. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน	16.134	12	0.185

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อ บทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เพศกับทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = เพศมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ไม่แตกต่างกัน

H_1 = เพศมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าเพศมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน ทุกกรณี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว	4.420	4	0.352
2. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและ รัฐวิสาหกิจ ให้เหมาะสม	3.738	4	0.443
3. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและ ยุติธรรม	4.124	4	0.389
4. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ	6.678	4	0.154
5. ให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง	4.569	4	0.334
6. เป็นดัชนีชี้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ	2.093	4	0.719

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อายุกับทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = ระดับอายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_1 = ระดับอายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าโดยส่วนใหญ่ระดับอายุมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและยุติธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับอายุไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว	7.436	8	0.490
2. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม	10.148	8	0.255
3. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและยุติธรรม	26.528	8	0.001*
4. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ	13.751	8	0.088
5. ให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง	2.172	8	0.975
6. เป็นดัชนีชี้การพัฒนาศรษฐกิจของประเทศ	4.602	8	0.799

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษากับทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = ระดับการศึกษามีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 = ระดับการศึกษามีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าระดับการศึกษามีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ทุกกรณีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว	8.416	12	0.752
2. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม	11.956	12	0.449
3. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและยุติธรรม	8.769	12	0.723
4. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ	14.117	12	0.293
5. ให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง	9.915	12	0.623
6. เป็นดัชนีชี้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ	9.344	12	0.673

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อาชีพกับทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = อาชีพมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 = อาชีพมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าอาชีพมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ทุกกรณีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว	11.548	12	0.483
2. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชน และรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม	13.574	12	0.329
3. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและ ยุติธรรม	5.350	12	0.945
4. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ	9.821	12	0.632
5. ให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง	11.097	12	0.521
6. เป็นดัชนีชี้การพัฒนาศรษฐกิจของประเทศ	8.387	12	0.754

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยกับทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H_0 = ระดับรายได้เฉลี่ยมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 = ระดับรายได้เฉลี่ยมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่าระดับรายได้เฉลี่ยมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ทุกกรณีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง	χ^2	df.	Sig.
1. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว	14.604	12	0.264
2. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม	20.026	12	0.067
3. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและยุติธรรม	15.890	12	0.196
4. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ	9.209	12	0.685
5. ให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง	4.721	12	0.967
6. เป็นดัชนีชี้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ	14.283	12	0.283

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีผลต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาเพื่อการวางนโยบายและแผนงานในการเพิ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้มีจำนวนนักลงทุนเพิ่มมากขึ้น โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลของบุคคลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไปโดยที่ไม่เคยเป็นผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาก่อน จำนวน 267 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-39 ปี มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณต่ำกว่า 20,000 บาท

นอกจากนั้นในการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่พอทราบวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และให้ความเห็นว่าในอนาคตหากมีความพร้อมด้านความรู้ และฐานะการเงินแล้วไม่แน่ใจว่าจะเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์หรือไม่

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการศึกษาทัศนคติของบุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไปโดยที่ไม่เคยเป็นผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมาก่อน โดยพิจารณาจากทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และทัศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นกับทัศนคติของทั้ง 2 เรื่องลักษณะเดียวกัน คือ มีความเห็นที่เป็นกลาง หรือตอบไม่แน่ใจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ทัศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมกับคนทุกอาชีพ

ข้อเสนอแนะ

จากการรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการศึกษาทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพิจารณาเพื่อการวางนโยบายและแผนงานในการเพิ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้มีจำนวนนักลงทุนเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถแบ่งข้อเสนอแนะตามทัศนคติแต่ละเรื่องได้ดังนี้

ด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1. จากผลการศึกษาทัศนคติด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าบุคคลทั่วไปเห็นด้วยอย่างยิ่งเรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเหมาะสมกับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน นอกจากนี้บุคคลทั่วไปมีความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในบางเรื่องไม่ชัดเจนนัก ทำให้ระดับทัศนคติของบุคคลทั่วไปโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจหรือเป็นกลาง ๆ ดังนั้น ควรมีการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้กับบุคคลทั่วไปอย่างต่อเนื่องและทั่วถึงทุกกลุ่มบุคคล โดยการใช้สื่อ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย ไม่เฉพาะเจาะจงแต่กลุ่มบุคคลใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น

2. จากผลการศึกษาทัศนคติด้านการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าบุคคลทั่วไปมีระดับทัศนคติในระดับเห็นด้วย ว่าการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นควรมีการพัฒนารูปแบบการลงทุนให้มีความแตกต่างในประเภทการลงทุนมากขึ้น โดยเฉพาะหากสามารถพัฒนารูปแบบการลงทุนให้มีความเสี่ยงน้อยจะทำให้เป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไปมาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1. จากผลการศึกษาทัศนคติด้านบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าบุคคลทั่วไปมีความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในบางเรื่องไม่ชัดเจนนัก ทำให้ระดับทัศนคติของบุคคลทั่วไปโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจหรือเป็นกลาง ๆ ดังนั้น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรทำตามบทบาทและหน้าที่ที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับทุกบทบาทและหน้าที่ที่กำหนดไว้อย่างเท่าเทียมกัน

2. จากผลการศึกษาทัศนคติด้านบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าบุคคลทั่วไปมีความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในบางเรื่องไม่ชัดเจนนัก ทำให้ระดับทัศนคติของบุคคลทั่วไปโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจหรือเป็นกลาง ๆ ดังนั้น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่อย่างต่อเนื่องให้ ให้เป็นที่ทราบโดยทั่วกันของบุคคลทั่วไปมากขึ้น เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ทราบถึงบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารound ต่อไป

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับใช้เป็นแนวทางในการศึกษารound ต่อไป คือ ควรทำการศึกษาด้านทัศนคติของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูล และผลการศึกษที่สำคัญ สำหรับการเปรียบเทียบกับทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่ไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่ครอบคลุมสำหรับผู้ที่มีความพร้อมด้านการลงทุนทั้งหมด

บรรณานุกรม

กองข้อมูลสถิติ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2544. รายงานรายชื่อเขตใน กรุงเทพมหานคร ปี 2544. เอกสารเผยแพร่ข้อมูลสถิติ. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

เกศริน เกาะดี. 2540. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ-ขายหลักทรัพย์ของ นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่. ปัญหาพิเศษ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

จิรัตน์ สังข์แก้ว. 2544. การลงทุน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชรีณี เดชจินดา. 2530. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริหารกำจัดกาก อุตสาหกรรม แขวงสามตำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพฯ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. <http://www.set.or.th>.

ทัศนีย์ สุวานิชวงศ์. 2540. การศึกษาทัศนคติของนักลงทุนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อบทบาทและหน้าที่. เชียงใหม่. ปัญหาพิเศษ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ธนกิจ กิจวานิชขจร. 2538. การศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างจังหวัด: ศึกษาเฉพาะกรณีการลงทุนในจังหวัดสระบุรี. กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. <http://www.bot.or.th>.

มนตรี ฉียบแหลม. 2536. ความพึงพอใจในภาระหน้าที่และงานของเกษตรกรอำเภอใน จังหวัดภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2540. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท
วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

_____. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท A.N. การพิมพ์.

ศุภร เสรีรัตน์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

สมชาย ลิขิตชัยมงคล. 2537. การศึกษาแนวโน้มธนาคารพาณิชย์ไทยในทศวรรษหน้า.
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์,มหาวิทยาลัยสยาม.

สุเทพ เจริญวรรณ. 2538. การศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์
จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น. วิทยานิพนธ์,มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อัญญา ชันธวิทย์. 2541. การวิเคราะห์การลงทุนในตราสารหนี้. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Baron, Robert A. and Byrne, Domm. 1977. Social Psychology: Understanding Human
Interaction (2 nd ed.). Boston: Allyn and Bacon, Inc.

Fishbein, Martin and Ajzen, Leck. 1975. Belief, Attitude, Intention and Behavior: An
Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley, Inc.

John D. Millert. 1954. Management in the Public Service. New york:
McGraw-Hill Book company, Inc.

Kotler, Philip. 1997. Marketing Management . New Jersey: Prentice-Hall, Inc

Newman. 1977. Defensible Space. New York: Macmillan.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Schiffman, Leon G. and Lazar Kanuk, Leslie. 1991. **Consumer Behavior** (4th ed.).

Englewood Cliffs New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Shelly. 1975. **User Participant and Environmental**. New York: Cornell University.

Silverman, Robert E. 1974. **Psychology** (2nd ed.). Englewood Cliffs New Jersey:

Prentice-Hall, Inc.

Vroom W.H. 1964. **Working and Motivation**. New York: John Willy and Sons, Inc



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง ทศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมข้อมูลของท่านเป็นความลับเพื่อใช้ประโยชน์ในการทำวิจัยเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ผู้ศึกษา

นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โปรดเขียนเครื่องหมาย (/) หน้าชื่อที่ท่านเลือกที่ตรงตัวของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่ไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ (ปี) 25 - 39 40 - 59 60 ขึ้นไป
3. สถานภาพ โสด สมรส หย่า / ร้าง / แยกกันอยู่
4. การศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)
 ต่ำกว่า 20,000 20,001-40,000 40,001-60,000 สูงกว่า 60,000
6. อาชีพ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ / บริษัทเอกชน แม่บ้าน / เกษียณราชการ รับราชการ
 ธุรกิจส่วนตัว อื่น ๆ (โปรดระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / บนช่องตัวเลขที่ท่านเลือกเป็นคำตอบ

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1	1	2	3	4	5	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง
--------------------------	---	---	---	---	---	-----------------------

เรื่อง	1	2	3	4	5
7. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ใช่เป็นการเล่นการพนันชนิดหนึ่ง					
8. ทุกคนสามารถลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ไม่ใช่เฉพาะบางกลุ่มคน					
9. ผู้ที่จะลงทุนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีฐานะปานกลางขึ้นไป					
10. เรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเรื่องที่เข้าใจยาก					
11. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์สามารถยึดเป็นอาชีพหนึ่งได้					
12. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะกับคนทุกอาชีพ					
13. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ที่แท้จริงจะต้องลงทุนในระยะยาว					
14. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์					
15. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์					
16. การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีความรู้เรื่องการลงทุน					

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อบทบาทและหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / บนช่องตัวเลขที่ท่านเลือกเป็นคำตอบ

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1	1	2	3	4	5	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง
--------------------------	---	---	---	---	---	-----------------------

เรื่อง	1	2	3	4	5
17. ส่งเสริมการออมทรัพย์และระดมเงินทุนระยะยาว					
18. ช่วยปรับโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจให้เหมาะสม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรื่อง	1	2	3	4	5
19. เป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างมีระเบียบและยุติธรรม					
20. สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ					
21. ให้ความรู้เรื่องการลงทุนกับบุคคลทั่วไปอย่างทั่วถึง					
22. เป็นดัชนีชี้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ					

23. ท่านทราบเรื่องวิธีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มากน้อยเพียงใด

- ทราบดี พอทราบ ไม่ทราบ

24. ในอนาคตถ้าท่านมีความพร้อมเกี่ยวกับความรู้เรื่องการลงทุนและฐานะการเงิน ท่านคิดจะลงทุน
ในตลาดหลักทรัพย์หรือไม่

- ลงทุน
- ไม่แน่ใจ
- ไม่ลงทุน สาเหตุเพราะ.....
- อื่น ๆ ระบุ.....

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ นามสกุล : นายประพันธ์ จิตติภูมิเดชา
- วันเดือนปีเกิด : 31 มกราคม 2511
- สถานที่เกิด : กรุงเทพมหานคร
- ประวัติการศึกษา : ปี 2534 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ประวัติการทำงาน : ปี 2535 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายใน
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
: ปี 2538 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ตรวจสอบบริษัทสมาชิก
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
: ปี 2546 ตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบ
บริษัทหลักทรัพย์ ยูโอบี เคย์เฮียน (ประเทศไทย) จำกัด