

ความสำคัญและรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์

ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์

จากการศึกษา ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนนั้น สามารถสรุปได้ว่าที่มาของข้อมูลข่าวสารนั้นมีที่มาโดยแยกเป็น ปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง อุตสาหกรรม และการลงทุน ฯลฯ และ ปัจจัยภายใน อันได้แก่ พื้นฐานของแต่ละหลักทรัพย์ ความมั่นคง ผลการดำเนินงาน และผลตอบแทนในรูปเงินปันผลของแต่ละหลักทรัพย์ ฯลฯ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ จะมีผลต่อภาวะการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การขึ้นลงของ ราคาสินทรัพย์ของแต่ละตัวในการซื้อหรือขายหลักทรัพย์นั่นเอง ซึ่งการลงทุนในธุรกิจ ข่าวสารข้อมูลเป็นสิ่งที่มีสำคัญที่สุดมากประการหนึ่ง ในการลงทุนในธุรกิจนี้ โดยเราจะเห็นว่าทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในธุรกิจหลักทรัพย์ได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมด้านที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร เริ่มจากตัวตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเอง กิจกรรมหลักอย่างหนึ่งที่ตลาดหลักทรัพย์พยายามเน้น ก็คืองานรับและ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้ในการ จัดระบบสารสนเทศ ตลอดจนการใช้นวัตกรรมใหม่ๆมาใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์ ด้วยคอมพิวเตอร์ระบบ ASSET (Automated System For The Stock Exchange Of Thailand) และการจัดตั้งระบบรายงานราคาหลักทรัพย์แบบ กั้นเวลา ที่สามารถให้ข้อมูลที่รวดเร็ว กั้นที และสามารถส่งข้อมูลได้กว้างไกล สร้างเป็นรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจได้หลายรูปแบบ มีความถูกต้องแม่นยำ เพราะเป็นระบบที่ต่อเนื่องระบบการซื้อขายหลักทรัพย์จากตลาดหลักทรัพย์โดยตรง ซึ่ง ดร.มารวย ผดุงสิทธิ์ อดีตกรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้กล่าวถึง ความสำคัญของข้อมูลข่าวสารว่า "ตลาดหลักทรัพย์ได้ให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยถือว่าเป็นความสำคัญอันดับแรก เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์มีความต้องการให้นักลงทุน ได้ใช้ข้อมูลประกอบการ ตัดสินใจลงทุนอย่างเพียงพอ ดังนั้นนักลงทุนมีความสำคัญอย่างยิ่งและจำเป็นอย่าง มากที่จะต้องทราบข้อมูลและมีความรู้เกี่ยวกับการลงทุนอย่างถูกต้อง ในหลักทรัพย์ เพื่อให้สามารถลงทุนอย่างมีเหตุผลถูกต้องรวมทั้งสามารถติดตามแนวโน้มและการ

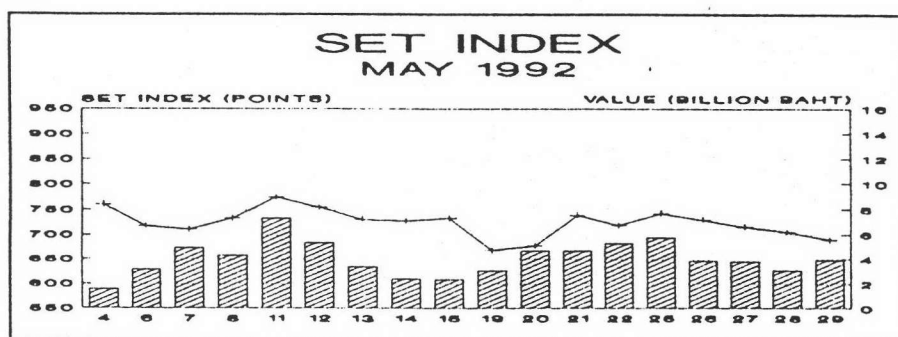
เคลื่อนไหวต่าง ๆ ของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้อย่างต่อเนื่องและทันเหตุการณ์ เพื่อให้ตลาดหลักทรัพย์ได้เติบโต อย่างมีเสถียรภาพมีระเบียบ และยุติธรรมสำหรับนักลงทุนทุกคน" นอกจากนี้ทุกฝ่ายจึงได้ให้มีการพัฒนา การให้ข้อมูลข่าวสารทุกรูปแบบ นับตั้งแต่การขจัดอุปสรรคในทุกด้านของการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นจากผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น บริษัทสมาชิกที่มีความใกล้ชิดกับนักลงทุนเป็นอย่างมาก โดยได้จัดเตรียมความพร้อม ทั้งด้านทีมงาน อุปกรณ์ เครื่องมือ และระบบการจัดการที่ทันสมัย เพื่อให้มีความเข้าใจถือหรือจากสาร ซึ่งก็ได้แก่ข้อมูลข่าวสารการตลาดที่ต้องมีความเหมาะสม ชัดเจน และใช้ประโยชน์ได้ หรือใช้ช่องทางการสื่อสาร ที่มีความทันสมัย ไม่ก่อให้เกิดความสับสน และการนำปฏิกริยาอันกลับของผู้ส่งสารมาปรับปรุงแก้ไข ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ เราต้องการศึกษาถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารที่มีต่อนักลงทุน โดยศึกษาจากการให้ข้อมูลข่าวสารของบริษัท เราจะพบว่าบริษัทสมาชิกได้ทำหน้าที่ในฐานะเป็นผู้ส่งสารและมีลักษณะเป็น Gate Keeper ที่คอยทำหน้าที่กั้นกรองข่าวสารที่มีอยู่ แล้วจึงจัดส่งให้แก่นักลงทุน ที่แน่นอนที่สุด เข้ามาลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ย่อมต้องการผลตอบแทนกลับคืนในรูปแบบของกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์จากการศึกษาพบว่า นักลงทุนที่พบส่วนใหญ่คาดหวังผลกำไรในระยะสั้นโดยถ้าระดับราคาหลักทรัพย์ที่นักลงทุนถือไว้มีการปรับตัวสูงขึ้น นักลงทุนก็จะทำการขายหลักทรัพย์นั้นเพื่อทำกำไรทันที

ซึ่งนักลงทุนผู้หนึ่งกล่าวว่า "เล่นหุ้นเขาก็หวังกำไรกันทั้งนั้น เพียงแต่ใครจะหวังมากหวังน้อย อย่างเราเล่นเราไม่หวังกำไรมากมายอะไร คิดแต่เอากำไรต่อวัน หุ้นมันมีขึ้นมีลง ไม่แน่นอน เล่นอย่างนี้ดีกว่าไม่เสี่ยงมากดี"

กรณีดังกล่าวเราพอจะพิจารณาอย่างคร่าวๆได้ว่า นักลงทุนคนดังกล่าวเป็นนักเก็งกำไร ซึ่งนักลงทุนประเภทนี้ในประเทศไทยมีจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียว แม้เราอาจกล่าวได้ว่านอกจากนักเก็งกำไรแล้วเรายังมีนักลงทุนระยะยาวอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ แต่เมื่อเราพิจารณาเราจะพบว่า นักลงทุนก็สามารถแปรเปลี่ยนเป็นนักเก็งกำไรได้โดยหากได้รับข้อมูลที่มีผลกับภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ ระดับราคาของหลักทรัพย์ ลักษณะนี้ก่อให้เกิดความสับสนหากเราต้องการจะจัดประเภทของนักลงทุน ว่าเป็นนักลงทุนประเภทใด ระยะยาว ระยะสั้น หรือนักเก็งกำไร

ตั้งกรณี นักลงทุนรายหนึ่งกล่าวว่า " ปกติก็จะซื้อพวกหุ้นแบงก์เก็บไว้ แล้วก็พวกที่พื้นฐานดีๆ ผลการดำเนินงานดีๆ เก็บเงินปันผลกินเรื่อยๆ ไม่ต้องเสียวเหมือนคนอื่นเขา แต่ก็อย่างว่าแหละ มันก็อดไม่ได้เห็นพรรคพวกเขาว่า ตัวนั้นดี จะเพิ่มทุน ก็เลยอดใจไม่ได้เห็นราคามันขึ้นเรื่อยๆ เลยเสี่ยงซื้อกับเขาไว้เหมือนกัน นี่ก็ถ้าชนอสังหาริมทรัพย์จะดึงหว่าชขายแล้ว"

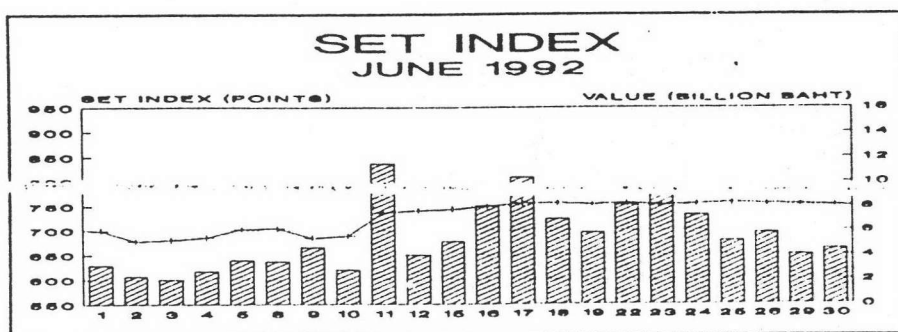
จากตัวอย่างข้างต้น จากการทำนักลงทุนส่วนใหญ่ก็มักจะต้องการผลกำไรตอบแทนในระยะสั้น ก็ย่อมต้องการข่าวสารที่สามารถสนองต่อความต้องการ ซึ่งได้แก่ข้อมูลข่าวสารการตลาดที่ช่วยลดความเสี่ยงในการลงทุนของนักลงทุน โดยที่นักลงทุนประเภทนี้จะไวต่อข่าวสารข้อมูลมาก และมีความพร้อมที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ แม้กระทั่งข่าวลือ หรือที่เรียกกันว่าข่าววงใน นักลงทุนเหล่านี้ต้องการข่าวที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ สนองต่อความต้องการของพวกเขาและตรงกับจินตภาพที่คาดหวังไว้ เราอาจพิจารณาจากเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมืองในช่วงเดือนพฤษภาคม 2535 สถานการณ์ช่วงทางการเมืองช่วงนั้นมีความผันผวน ไม่แน่นอน เป็นสาเหตุทำให้นักลงทุนต้องตัดสินใจซื้อหรือขายหรือชลอการลงทุนกัน เราจะเห็นว่าดัชนีตลาดหลักทรัพย์ในช่วงเวลานั้นมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งนักลงทุนคนไหนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากกว่าก็อาจมีความเสี่ยงในการลงทุนน้อยกว่า ดังตัวอย่างภาวะการณ์ ในธุรกิจหลักทรัพย์ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2535 ที่สะท้อนให้เห็นภาพความสำคัญของข่าวสารข้อมูลการตลาดต่อนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์คือ



SET INDEX ช่วงเดือนพฤษภาคม

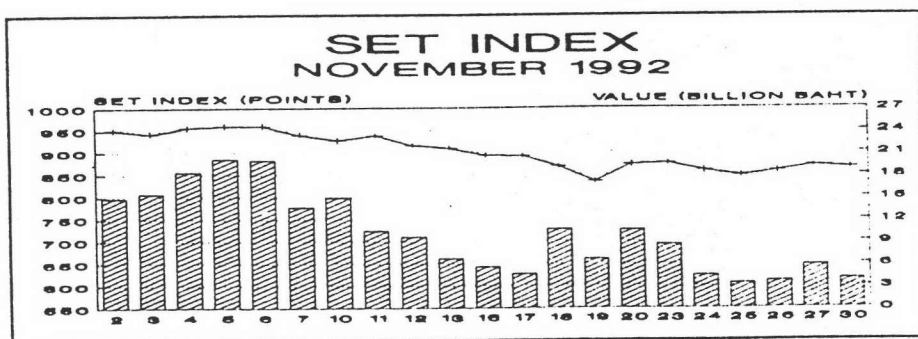
จากกระแสต่อต้าน พลเอก สุจินดา คราประยูร เป็นนายกที่รุนแรง มากขึ้นเมื่อ พลตรี จำลอง ศรีเมืองประกาศอดอาหารประท้วง การอภิปรายใน การแถลงนโยบายของรัฐบาลในสภาเป็นไปอย่างรุนแรงทำให้ดัชนีลดลงในวันที่ 6 เหลือเพียง 717 จุด เหตุการณ์ในช่วงต้นสัปดาห์ที่สองทำท่าจะดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อ การชุมนุมประท้วงสลายตัวในลงวันที่ 10 พร้อมๆ กับความคาดหวังที่จะมีการเปิด ประชุมสภาผู้แทนราษฎร เพื่อแก้รัฐธรรมนูญในวันที่ 15 ดัชนีปรับตัวสูงขึ้นถึง ระบบ 774 จุดใน วันที่ 11 แต่เมื่อพรรคการเมือง 5 พรรคมีท่าทีจะปิดพริ้ว อุดหนุนมีการเมืองก็สูงขึ้นอีก นำไปสู่ความรุนแรงที่ไม่มีใครคาดคิดในช่วงวันที่ 17-19 ทำให้หุ้นเกือบทุกตัวในกระดานมีราคาตกถึงติดฟลอร์ และดัชนีลดลงถึง 65 จุด มาปิดที่ 667 ในวันที่ 19 ซึ่งถือเป็นระดับที่ต่ำที่สุดในรอบปี เหตุการณ์ คลี่คลายลงอีกครั้งเมื่อมีพระมหากษัตริย์โปรดเกล้าฯ ให้ทุกฝ่ายปรองดองกันและ แก้ไขสถานการณ์ ตามมาด้วยการลาออกของ พลเอก สุจินดา ทำให้ดัชนีปรับตัว สูงขึ้นในวันที่ 21 ถึงระดับ 738 จุด ถึงกระนั้นความอึมครึมทางการเมืองและ ความหวุ่นวิตกต่อผลกระทบของเหตุการณ์รุนแรงต่อเศรษฐกิจไทย ทำให้ดัชนีอ่อน ตัวลง และปิดลงที่ 688 จุดในวันสุดท้ายของเดือน ลดลงจาก 1 เดือนก่อนหน้า นั้นอีก 72 จุด

จากการศึกษาพบว่า และต่อเนื่องในเดือน มิถุนายน จากดัชนีตลาด หลักทรัพย์ในเดือน มิถุนายน พบว่า



เมื่อเหตุการณ์รุนแรงทางการเมืองผ่านไปแล้ว แต่ก็สร้างบาดแผลให้นักลงทุนมีความมั่นใจลดน้อยลงมากในเสถียรภาพของรัฐบาล โดยเฉพาะเมื่อคาดกันว่าประธานสภาจะเสนอชื่อ พล.อ.อ.สมบุญ ระหงษ์ เป็นนายกรัฐมนตรี ดัชนีปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ 684 ในวันที่ 9 และคงเคลื่อนไหวในบริเวณที่ต่ำกว่า 700 จุดเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อเย็นวันที่ 10 ขวัณและกำลังใจของนักลงทุนก็กลับมาอีกครั้งเมื่อมีการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งนายอานันท์ ปันยารชุน กลับเข้ามารักษาการตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ดัชนีก็ปรับตัวสูงขึ้น 49 จุด ในวันรุ่งขึ้น และมูลค่าการซื้อขายสูงสุดในรอบ 4 เดือนที่ผ่านมาคือ 11,471 ล้านบาท หลังจากนั้นดัชนีก็ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยแรงหนุนจากการซื้อขายหลายรอบ

เหตุการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า การลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์มีการเคลื่อนไหวของระดับราคาอยู่ตามสถานการณ์แวดล้อมที่อาจแปรเปลี่ยนไปได้ตลอดเวลา นักลงทุนจึงต้องติดตามข่าวสารสถานการณ์อย่างใกล้ชิด มิฉะนั้นอาจประสบปัญหาขาดทุน หรือเสียโอกาสในการทำกำไรไปได้ หากมีข้อมูลไม่เพียงพอและไม่ทันต่อเหตุการณ์ หรือได้รับข้อมูลที่เชื่อถือไม่ได้ เช่น ข่าวลือ ซึ่งจะมีส่วนทำให้เกิดความสับสนและตื่นตระหนกแก่นักลงทุนได้ ดังตัวอย่างในเดือนพฤศจิกายน



ความผันผวนอย่างรุนแรงของตลาดมีให้เห็นอีกครั้งในเดือนนี้ ด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดหลักทรัพย์เอง แม้ในสัปดาห์แรกตลาดยังคงปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องจากเดือนที่แล้ว และขึ้นไปทดสอบที่แนวต้านบริเวณ 955-960 จุด ผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ เป็นไปตามความคาดหมาย และไม่มีผลต่อนักลงทุนมากนัก มูลค่าการซื้อขายในสัปดาห์แรกสูงถึงประมาณโดยเฉลี่ย 17,910 ล้านบาทต่อวัน แต่เมื่อข่าวลือเกี่ยวกับการสอบสวนหุ้นปั่นของ คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เริ่มเข้ามาในตลาดและจากการที่ดัชนีปรับตัวสูงขึ้นมากก่อนหน้านี้ ดัชนีตลาดจึงปรับตัวลดลงถึง 30 จุด ภายใน 2 วันแรกของสัปดาห์ที่ 2 และปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีข่าวเกี่ยวกับการจับกุมและสอบสวนในเรื่องการปั่นหุ้น

ที่กล่าวมาข้างต้น ต้องการจะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของข่าวสารข้อมูลในการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว เหมาะสม จะช่วยให้ นักลงทุนสามารถตัดสินใจในการลงทุนได้ดีขึ้น

รูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์

จากผลการวิจัย บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด ในฐานะผู้ส่งสารนั้น มีรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารคล้ายคลึงกับแบบจำลองของ มิลเตทสกี (1963) โดยเฉพาะในส่วนของผู้ส่งสาร ตามแบบจำลองได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการคัดเลือกและจัดรูปแบบโครงสร้างของข้อมูลข่าวสาร โดยแยกเป็นปัจจัยภายในซึ่งได้แก่ จินตภาพของผู้ส่งสาร โครงสร้างบุคคลิกภาพของผู้ส่งสาร และปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ ความกดดันและความบีบบังคับจากสาร สิ่งแวดล้อมเชิงสังคมของผู้ส่งสาร คณะปฏิบัติงาน

จากปัจจัยดังกล่าวสามารถแยกประเด็นในการศึกษารูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี

เอฟ จำกัด ตามกระบวนการสื่อสาร ดังนี้ คือ

1. วัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลข่าวสาร
2. แหล่งข้อมูล
3. หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร
4. เนื้อหาในการให้ข้อมูลข่าวสาร
5. ช่องทางหรือสื่อ
6. ปัญหาและอุปสรรคในการให้ข้อมูลข่าวสาร
7. นักลงทุนหรือผู้รับข้อมูลข่าวสารการตลาด
8. การป้อนกลับ

1. วัตถุประสงค์ จากการศึกษาพบว่าบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์แห่งนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุน โดยสรุปได้ดังนี้

- เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้และรวดเร็ว ชัดเจน แก่นักลงทุน
- เพื่อให้ให้นักลงทุนทราบภาวะเศรษฐกิจ การเงิน การเมือง และสังคมเพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ถูกต้อง
- เพื่อให้ให้นักลงทุนได้รับข้อมูลที่รวดเร็วทันเหตุการณ์
- เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมภาพพจน์ของบริษัท

2. แหล่งข้อมูลของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด

มี 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลข่าวสารภายในประเทศและแหล่งข้อมูลข่าวสารจากภายนอกประเทศ

1.1 แหล่งข้อมูลข่าวสารภายในประเทศ ได้แก่

(1) หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์นับว่าเป็นแหล่งข้อมูลหนึ่งที่บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ทำการศึกษาใช้เป็นแหล่งข้อมูลดิบ โดยเมื่อมีการตี

พิมพ์ในหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ซึ่งเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจหลักทรัพย์ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวภาวะเศรษฐกิจทั้งในและนอกประเทศ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ทำการศึกษา ก็จะมีเจ้าหน้าที่จัดเก็บข้อมูล และพร้อมกันนั้นก็ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องด้วย เพื่อเป็นการติดตามสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว

(2) ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์ ถือว่าเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ตลาดหลักทรัพย์ได้เผยแพร่ให้แก่หน่วยงาน องค์กรหรือนักลงทุนต่างๆ เนื่องมาจากการที่ ตลาดหลักทรัพย์เป็นศูนย์กลาง ในการแลกเปลี่ยนซื้อขายหลักทรัพย์ ดังนั้นข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์ต่าง ๆ จึงมีศูนย์กลางที่ตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งบริษัทหลักทรัพย์ ได้รับข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์ในเรื่อง ข้อมูลการซื้อขายโดยรวม ได้แก่ ปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ในแต่ละวัน มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ ระดับราคาหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายมากที่สุด ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้มีลักษณะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นกลาง นอกจากนี้บริษัทจดทะเบียนและบริษัทรับอนุญาต ที่มีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ จะต้องมีการแจ้งผลการดำเนินงานแก่ตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์จะทำการส่งข้อมูลเหล่านี้มายังบริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ให้ได้รับทราบถึง ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนนั้น ๆ จำนวนหลักทรัพย์ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลลักษณะนี้ก็เป็นข้อมูลพื้นฐาน ที่บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นบริษัทสมาชิกจะได้ใช้เพื่อพิจารณาเผยแพร่กับนักลงทุนต่อไป

(3) ข้อมูลจากองค์การภาครัฐบาล ซึ่งได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทย สถาบันเพื่อการวิจัยและการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารด้านภาวะเศรษฐกิจการเงินของประเทศ โดยรวม ซึ่งได้แก่ รายได้ประชาชาติ การเติบโตของภาคการผลิต เช่น ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตร และภาคบริการ รวมทั้งภาพรวมการค้า การส่งออก ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแหล่งนี้ เป็นข้อมูลที่ค่อนข้างกว้าง ครอบคลุม แต่จะมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อภาวะของตลาดหลักทรัพย์การได้ข้อมูลจากภาครัฐมาได้มาจากการเผยแพร่โดยตรงของหน่วยงานนั้นๆ และมาจากการสอบถามทางโทรศัพท์ หรือความสัมพันธ์ที่เป็นการส่วนตัว

(4) ข้อมูลจากองค์กรเอกชน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลสถานะเศรษฐกิจภายในประเทศและต่างประเทศ และข้อมูลที่ผ่านมาการวิเคราะห์ ลงไปในรายละเอียดของ สถานะการณ์ที่น่าจะมีผลเกี่ยวข้องกับตลาดหลักทรัพย์

1.2 แหล่งข้อมูลภายนอกประเทศ คือ ข่าวสารข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์ที่สำคัญในประเทศอื่น ๆ สื่อมวลชนต่างประเทศ เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ บิสิเนสวีล ซึ่งต้องมีการสมัครเป็นสมาชิก และเสียค่าบริการหรือข้อมูลที่ได้จากสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ เช่น นิตยสารการตลาด เอกสารวิจัยต่างประเทศ เป็นต้น

ส่วนข้อมูลที่จัดว่าเป็นข่าวลือ ที่เกิดขึ้นเป็นประจำเช่น ข่าวเรื่องการปฏิวัติ ข่าวลือเรื่องกิจการในตลาดหลักทรัพย์ บริษัทที่ทำการศึกษานี้ จะทำการตรวจสอบข่าวประเภทนี้ โดยนักวิจัยวิเคราะห์ของบริษัทอาจจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง หรือตรวจสอบจากหลาย ๆ แห่ง เช่น จากบุคคลสำคัญในตลาดหลักทรัพย์ หน่วยงานภาครัฐ ฯลฯ ซึ่งการใช้ข้อมูลจากการแหล่งใดเป็นแหล่งที่สำคัญที่สุดขึ้นอยู่กับว่า บริษัทต้องการข้อมูลอะไร รวดเร็วแค่ไหน

3. หน่วยงานของบริษัทหลักทรัพย์ที่ทำหน้าที่ ให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุนจากการศึกษาพบว่า บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ทำการศึกษานี้ให้ความสำคัญในการ การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า นักลงทุนก็คือลูกค้า ดังนั้นการบริการด้านข้อมูลข่าวสารจึงเป็นสิ่งจำเป็น ในฐานะที่จะสามารถให้ ความรู้ ความเข้าใจอันดีต่อการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ และต่อ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ผู้ให้ข่าวสารข้อมูล ดังวัตถุประสงค์ข้างต้นจะพบว่า บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ทำการศึกษานี้ได้เห็นความสำคัญในบทบาทของการเป็นผู้ส่งสารที่จะมีส่วนสำคัญในการผลักดันและกระตุ้นให้นักลงทุนในฐานะ เป็นผู้รับสารมีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจหลักทรัพย์และเข้ามาลงทุน ซึ่งจะมีผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศดังนั้น หน่วยงานของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการให้ข้อมูลข่าวสารจึงได้รับความสำคัญ และจัดตั้งเป็นหน่วยงาน หลักตามโครงสร้างของการดำเนินธุรกิจของบริษัทดังนี้

- ฝ่ายวิจัย
- ฝ่ายพาณิชย์ธนกิจ
- ฝ่ายหลักทรัพย์
- แผนกประชาสัมพันธ์

ซึ่งหน่วยงานหลักที่มีความสำคัญในด้านการจัดการเก็บข้อมูล วิจัย วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการเผยแพร่ ก็คือ ฝ่ายวิจัย ซึ่งมีแบ่งส่วนดังนี้

- ส่วนวิจัยด้านเศรษฐกิจ ตลาดทุน ตลาดเงิน การเมือง สังคม รับผิดชอบในส่วนของการวิจัยในระดับมหภาค (Macro)

- ส่วนการวิเคราะห์อุตสาหกรรมด้านบริการ รับผิดชอบการวิเคราะห์อุตสาหกรรมด้านการบริการและหลักทรัพย์ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ เช่น โรงแรม สถาบันการเงิน ฯลฯ

- ส่วนการวิเคราะห์อุตสาหกรรมหนัก เช่น อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น ซีเมนต์ พลาสติก โลหะ และวัสดุก่อสร้าง ฯลฯ

- ส่วนการวิเคราะห์อุตสาหกรรมประเภท Consumer Product

- ส่วนการบริการข้อมูล ซึ่งจะมีหน้าที่เก็บข้อมูล และทำการเผยแพร่ เช่น การประมวลผลข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล จัดทำเอกสาร หนังสือเพื่อการเผยแพร่และการบริหารงาน

งานในฝ่ายวิจัยจะทำหน้าที่ติดตามข้อมูลข่าวสาร ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม รวมทั้งการวิเคราะห์อุตสาหกรรมรายหลักทรัพย์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และแนวโน้มในอนาคต จากแหล่งข้อมูลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยเจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ในฝ่ายวิเคราะห์นั้น ทางบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์แห่งนี้ ได้ทำ

การคัดเลือกมาเป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากผู้ที่จบการศึกษา ในระดับปริญญาโท ขึ้นไป หรือ มีประสบการณ์การทำงาน และเป็นผู้ที่มีลักษณะ เป็นนักวิเคราะห์ (Analytical Mind) และเป็นผู้ที่มีแนวคิดรวบยอด (Conceptualized) อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทก็ได้ จัดให้มีการอบรมด้านการวิเคราะห์แก่บุคคลที่ผ่านการคัดเลือกเหล่านี้ ก่อนที่จะปฏิบัติงานจริง โดยการฝึกอบรมหลายลักษณะ เช่น การอบรมก่อนเข้าทำงาน การอบรมขณะปฏิบัติงานจริง (On-the-Job Training) การส่งไปดูงานต่างประเทศ ปกติแล้วนักวิเคราะห์หิววิจัย ไม่ได้ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลโดยตรง แต่ละส่วนงานจะทำหน้าที่วิเคราะห์ และให้ความเห็น ทำรายงานการศึกษา และผ่านการตรวจสอบข้อมูลตามลำดับขั้นตามโครงสร้างบริษัท ซึ่งจะได้อีกกล่าวในหัวข้อต่อไป เมื่อได้รับการอนุมัติ ส่วนการบริการข้อมูล จะจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการเผยแพร่ต่อไป ตามช่องทางการสื่อสารทั้งบริษัทมีอยู่ และส่งให้ฝ่ายการค้าหลักทรัพย์ นำไปเผยแพร่ให้นักลงทุนต่อไป

ส่วนด้านแผนกประชาสัมพันธ์ ซึ่งนอกเหนือจากการทำหน้าที่รับผิดชอบในการให้ข้อมูลข่าวสารสร้างตาม เข้าใจอันดีแก่นักลงทุนที่เป็นลูกค้าบริษัทแล้ว ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องมีการศึกษาและสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนได้ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นเนื้อหาของข้อมูลที่เป็นข้อมูลทั่วไป ถ้านักลงทุนต้องการข้อมูลที่จะลึกซึ้งมากกว่าจะส่งผ่านไปยังฝ่ายอื่นที่รับผิดชอบต่อไป

4. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ให้นักลงทุน

จากการศึกษาพบว่า เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารการตลาดที่ทางบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่การศึกษาเป็น ขั้นตอนต่อไปเนื่องมาจากขั้นตอนข้างต้น คือ จากการที่บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์รับข่าวสารข้อมูล มาจากแหล่งสารที่ได้กล่าวมาแล้ว หน่วยงานวิจัยของบริษัทจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาพิจารณาคัดเลือก ในที่นี้คือการนำมาวิเคราะห์ และจัดการเก็บข้อมูลเพื่อให้ออกมาเป็นเนื้อหาที่จะนำเสนอแก่นักลงทุนต่อไป ซึ่งเราอาจพิจารณาได้ดังนี้

4.1 การจัดการข้อมูล

คือ เมื่อได้ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น จากสื่อมวลชน ตลาดหลักทรัพย์ รายงานประจำปีของบริษัทที่เข้ามาในตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น

ซึ่งจะได้ข้อมูลที่สำคัญ 2 ลักษณะกว้าง คือ

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ สังคมการเมือง
ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่กว้างครอบคลุมทางด้านเศรษฐกิจ ตลาดหลักทรัพย์
- 2) ข้อมูลเกี่ยวกับตัวหลักทรัพย์ จะรวบรวมจากข้อมูล
ของบริษัทนั้น ๆ หรือจากการสัมภาษณ์ และจากการเยี่ยมชมกิจการของบริษัทนั้น
บางครั้งจากการติดตามข่าวสารจากหนังสือพิมพ์

ข้อมูลที่ได้จะนำมาทำการวิเคราะห์ และเขียนรายงาน ตาม
ส่วนงานของแต่ละฝ่ายและจะผ่านการตรวจสอบจากหัวหน้างาน และจากผู้เชี่ยวชาญ
ชาญ แต่จะนำออกเผยแพร่ได้ต้องผ่านการอนุมัติจากผู้บริหารด้านการวิจัย ซึ่ง
บริษัทที่ทำการศึกษานี้มี ทีมงานที่มีประสบการณ์และมีความสามารถคือเป็นอาจารย์
ระดับปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยของรัฐ เป็นผู้บริหารระดับสูงหลายท่านที่ดูแล
งานด้านการวิจัยนี้ โดยลักษณะของเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่ทำการศึกษามี ดังนี้

1. สรุปรายข่าวตอนเช้า (Morning News) ซึ่งติดตามได้จาก
หนังสือพิมพ์ แล้วสรุปรายข่าวสำคัญและประเด็นหลักให้เหลือเพียง 1 หน้า โดย
พิจารณาว่าข่าวใดสำคัญที่สุด ข่าวเหล่านี้จะมีผลทำให้ราคาหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นหรือ
ลดลงก็ได้ จึงต้องพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นด้วย สรุปรายข่าวตอนเช้านี้ จะถูก
ส่งไปทั่วโลก ให้แก่ลูกค้าโดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์บุคคล และคอมพิวเตอร์
Sign Broad ภายในห้องค้าหลักทรัพย์ของบริษัท

2. เอกสารวิจัย แยกออกเป็น รายวัน รายเดือน รายไตรมาส
รายครึ่งปี และรายปี

- 2.1 เอกสารประจำวัน (Daily Review) ซึ่งจะออก
ทุกวัน เนื้อหาประกอบด้วยข้อมูลในส่วนต่าง ๆ คือ

- ข่าวและความคิดเห็นต่อการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นและตลาดหลักทรัพย์ก่อนตลาดหลักทรัพย์
- การเยี่ยมชมบริษัท
- ข่าวลือ
- มีตัวบ่งชี้ (Indicator) บางอย่างด้วย เช่น ดัชนีราคาหุ้นในประเทศและต่างประเทศ
- ข้อมูลภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจทั้งประเทศไทยและต่างประเทศที่จะมีผลกระทบต่อภาวะตลาดสูง

2.2 รายงานการวิเคราะห์อุตสาหกรรม เป็นเอกสารที่ออกปีละ 3 ครั้ง ซึ่งจะบอกภาพกว้างของอุตสาหกรรมต่าง ๆ 5 ปีข้างหน้า โดยเลือกหัวข้อที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น เช่น อุตสาหกรรมเครื่องสุขภัณฑ์ อุตสาหกรรมก่อสร้างและที่ดิน เป็นต้น การจัดทำใช้เวลาประมาณ 2 เดือน และใช้บุคลากรประมาณ 12 คน ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อเล่ม 400 บาท โดยผู้รับไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด สิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญมากในการจัดทำก็คือรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย โดยการให้สี รูปภาพ กราฟ ตาราง เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้อธิบายรายละเอียดได้ชัดเจน รวมทั้งจะมีคำแนะนำสรุปในทุกบท นอกจากนี้ ยังมีการรายงานผลงานในไตรมาสแรกของปี ซึ่งจะรายงานผลการดำเนินงานของแต่ละอุตสาหกรรม โดยสรุปแต่ละอุตสาหกรรมว่าดีหรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด โดยถือร้อยละการเปลี่ยนแปลงต่อปีเป็นสิ่งสำคัญ เอกสารรายงานนี้ จะเป็นสิ่งช่วยย้ำเตือนต่อนักลงทุนถึงภาวะตลาดหลักทรัพย์ในแต่ละอุตสาหกรรม

2.3 เอกสารรายไตรมาส จะรวบรวมหลักทรัพย์ที่เห็นว่ามีความโน้มถ่วงดี ประมาณ 80 บริษัท เพื่อเป็นข้อมูลแนะนำการตัดสินใจของนักลงทุน โดยสรุปเป็นข้อมูลบริษัทละ 2 หน้า และต้องทำข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การทำนายในช่วงเวลา 5 ปี โดยพิจารณาจาก ปัจจัยหลาย ๆ อย่างประกอบกัน เช่น ยอดขาย กำไร กระแสเงินสด (Cash Flow) ฯลฯ ซึ่งในส่วนของประวัติของธุรกิจ มักไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง

2.4 รายงานรายอุตสาหกรรม จัดทำเป็นเล่มเล็ก ๆ เช่น มีเพียงอุตสาหกรรมละ 3 บริษัท ที่น่าสนใจ โดยการใช้รูปแบบเดียวกัน

2.5 รายงานรายบริษัท จะพิจารณาว่าหลักทรัพย์ใดที่น่าสนใจ เช่น ของบริษัท Alucon หรือ Nation ฯลฯ

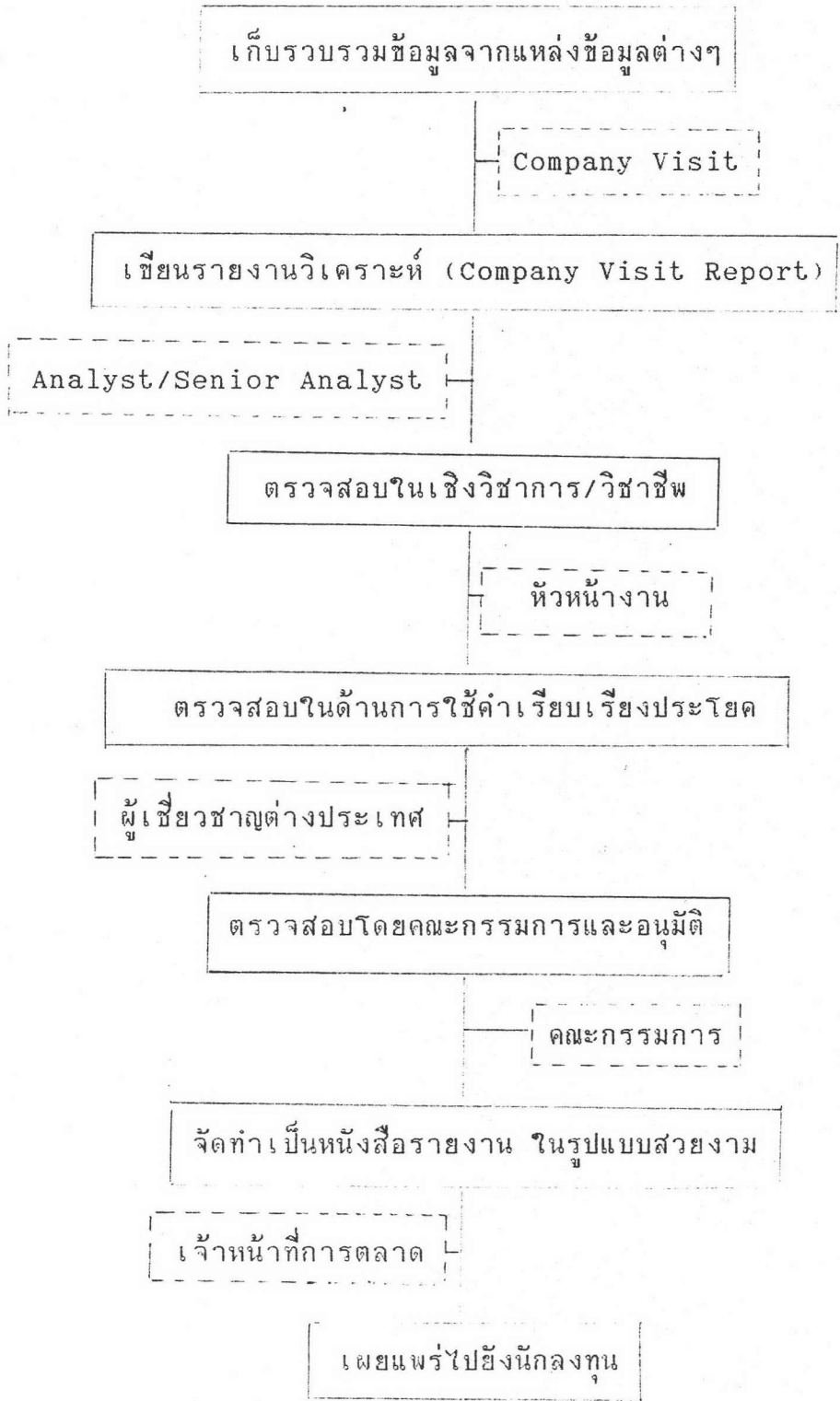
2.6 รายงานภาวะเศรษฐกิจการลงทุน เป็นเอกสารรายปีซึ่งจะวิเคราะห์ภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ เรื่องนี้เป็นข้อมูลเสริมให้นักลงทุนได้ทราบถึง สภาพพื้นฐานและนโยบายของรัฐบาลในช่วงเวลาว่ามีทิศทางไปทางใด จะทำให้นักลงทุนคาดการณ์ได้ว่าควรลงทุนในหลักทรัพย์ใด และเจาะลึกเข้าไปในรายอุตสาหกรรม พร้อมกับแนะนำหลักทรัพย์ที่น่าลงทุนในหมวดธุรกิจนั้น ๆ ด้วย

2.7 รายงานวิเคราะห์ ความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองทั้งในและนอกประเทศ เพราะการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในโลก ส่งผลต่อประเทศไทยได้ทั้งสิ้น เพราะระบบเศรษฐกิจไทยผูกติดกับระบบทุนนิยมโลก ซึ่งจะมีผลกระทบต่อตลาดหุ้นไทยได้

2.8 รายงานที่เป็นผลงานล่าสุด โดยการจัดอันดับแต่ละบริษัทจากกว่า 20 ปัจจัยว่าดี/ไม่ดีอย่างไร โดยการให้ค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighting) เนื่องจากการพิจารณาค่าอัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรหุ้นอย่าง เดียวถือว่าแคบเกินไป วิธีการนี้เรียกว่า Matrix Stock Ranking โดยแบ่งเรียงคะแนนจาก 6 แต้มถึง 11 แต้ม พิจารณาว่าดี/เลว จากการให้น้ำหนักของปัจจัยแต่ละตัว เช่น ค่าอัตราส่วนราคาตลาดต่อกำไรต่อหุ้นให้ 1 คะแนน อัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลให้ 1 คะแนน ราคาหุ้นตามบัญชี (Price Per Book) ให้ 1/2 คะแนน เป็นต้น แล้วจึงทำ Normal Distribution ซึ่งเป็นวิธีการจัดอันดับอย่างหนึ่งที่ทำให้ Rating ที่เหมาะสม โดยน้ำหนักจะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะตลาดหลักทรัพย์ในขณะนั้น

กล่าวโดยสรุปก็คือ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์แห่งนี้ มีเนื้อหาที่เน้นการนำเสนอข้อมูลในเชิงวิเคราะห์มากที่สุด คือเป็นการแสดงความคิดเห็น แนะนำการลงทุนและสรุปข่าวภาวะเศรษฐกิจ และตลาดหลักทรัพย์ในแต่ละวัน เช่น ข้อมูลพื้นฐานและหลักทรัพย์ภาพรวม ผลการดำเนินงาน แนวโน้มการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ โดยมีการวิเคราะห์กำไรสุทธิต่อหุ้น การแสดงความคิดเห็น แนะนำการลงทุนในหลักทรัพย์, การวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนของหลักทรัพย์แต่ละตัว ซึ่งตัวอย่างจะดูได้ในภาคผนวกท้ายเล่มนี้ จะเห็นได้ว่าเนื้อหาของข่าวสารข้อมูลที่บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ให้แก่นักลงทุนนั้น จะต้องสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้นๆ ที่ต้องให้บริการและดูแลผลประโยชน์ของลูกค้า ตามวัตถุประสงค์ของการให้ข้อมูล ข่าวสารที่ได้วางไว้ ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนของการจัดการข้อมูลของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพแสดงขั้นตอนการจัดการข้อมูล
ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด



หมายถึง บุคคลที่ดำเนินการในขั้นตอนนั้นๆ

5. ช่องทางหรือสื่อในการให้ข้อมูลข่าวสาร

จากการศึกษาพบว่า เมื่อมีการจัดทำการวิจัยวิเคราะห์แล้ว จัดการคัดเลือกเนื้อหาของข้อมูลโครงสร้างของเนื้อหาที่เหมาะสมแล้ว การส่งข้อมูลข่าวสารการตลาดนั้น จำเป็นต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ เป็นช่องทางในการนำข้อมูลข่าวสารการตลาดที่ได้จัดเตรียมไว้ ในการศึกษาค้นพบว่า บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ทำการศึกษานี้ โดยผู้บริหารได้เห็นถึงความสำคัญของสื่อเป็นอย่างมากว่าถึงแม้ที่งานและหน่วยงานของบริษัทจะมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และวิเคราะห์ข้อมูลได้ตรงกับความจริง รวดเร็วอย่างไร ถ้าสื่อหรือช่องทางไม่มีประสิทธิภาพก็จะทำให้ประสิทธิภาพของการให้ข่าวสารข้อมูลครั้งนี้ไม่ประสบความสำเร็จ จึงพยายามมีการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับนักลงทุนและทุกคน ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทโดยยึดสื่อหรือช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสาร ดังนี้

- สื่อที่ก่อให้เกิดการได้ยิน ซึ่งได้แก่ การใช้โทรศัพท์

วิทยุ ฯลฯ

- สื่อที่ก่อให้เกิดการมองเห็น ได้แก่ เอกสาร สิ่งพิมพ์

เครื่องโทรสาร ฯลฯ

- สื่อบุคคล ซึ่งก็คือ เจ้าหน้าที่ของบริษัทที่มีหน้าที่ ในการให้ข้อมูลข่าวสารโดยตรง หรือการส่งเจ้าหน้าที่ไปให้ความรู้ แนะนำตลาดหลักทรัพย์ และกลวิธีการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์แก่นักลงทุน และประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ ในปัจจุบันที่มีการเปิดกว้างและแพร่กระจายของการสื่อสาร อันเกิดจากการเจริญทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสารในทุกด้าน และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเช่น ระบบ คอมพิวเตอร์ ที่มีการออกแบบคิดค้นโปรแกรมที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

การเลือกใช้สื่อของทางบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์แห่งนี้ จากการศึกษาในครั้งนี้มีสื่อหรือช่องทางในการเลือกที่จะส่งข้อมูลข่าวสารการตลาด ดังนี้

- เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ในการให้ข้อมูลข่าวสาร
- เครื่องโทรสาร, โทรพิมพ์
- โทรศัพท์

- คอมพิวเตอร์ ON-LINE
- หนังสือ วารสาร และเอกสารต่าง ๆ
- การจัด Road Show เพื่อการแนะนำโครงการ
- การจัดสัมมนา

ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สื่อที่มีความสำคัญสำหรับนักลงทุนที่ศึกษาคือ เจ้าหน้าที่หลักทรัพย์และเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ อาจเป็นเพราะมีความใกล้ชิด กับนักลงทุนและเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ซึ่งนักลงทุนมีโอกาสซักถาม ได้ตอบได้ โดยเฉพาะเมื่อนักลงทุนมีความเชื่อถือ จะสามารถให้รายละเอียดได้มาก และสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักลงทุนและบริษัทได้ ส่วนด้านช่องทางสื่อสารด้านโทรสาร โทรพิมพ์ เป็นสื่อที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนได้รวดเร็ว และบางครั้งสามารถส่งข้อมูลที่เป็นมาตรฐานโดยการใช้รหัสที่เป็นที่เข้าใจของ 2 ฝ่าย คือผู้รับและผู้ส่งได้ บางครั้งนำมาเป็นเอกสารอ้างอิงได้ และให้ข้อมูลที่มีรายละเอียดมากครบถ้วนตามความต้องการของนักลงทุน ส่วนสื่ออื่น ๆ เช่น วารสาร เอกสาร การจัดสัมมนา เป็นสื่อที่นักลงทุนเห็นว่าสามารถให้รายละเอียดได้มาก และอ้างอิงได้ตลอดจนพิมพ์จัดส่งแก่นักลงทุนได้เป็นจำนวนมาก ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีของบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม ช่องทางแต่ละช่องก็มีคุณสมบัติแตกต่างกันไป คือมีข้อดีข้อเสีย แตกต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า เพื่อสนองความต้องการของนักลงทุนในด้านข้อมูลข่าวสาร และจากลักษณะของเนื้อหาที่จะให้ พบว่า เงื่อนไขที่จะมากำหนดสื่อและช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุน คือ

- ความรวดเร็วและถูกต้องของข้อมูล ซึ่งการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ ซึ่งมีลักษณะการเคลื่อนไหวของระดับราคาสูงต่ำตลอดเวลา ความรวดเร็วและถูกต้องของข้อมูลที่บริษัทจะให้แก่นักลงทุน จะช่วยให้นักลงทุนสามารถตัดสินใจในการลงทุนได้

- ประสิทธิภาพของสื่อ สื่อแต่ละชนิดจะมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน เช่น สื่อโทรสาร อาจมีความรวดเร็วแต่อาจมีข้อเสียกับข้อมูลปลายทางไม่ชัดเจนบาง

ครึ่งสายโทรศัพท์ อาจไม่วางทำให้ติดต่อไม่ได้ หรือ สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์มีความสามารถในการให้รายละเอียด และส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายที่จำนวนมากได้ พร้อมทั้งสามารถสร้างเสริม ภาพพจน์ได้แต่ข้อเสียของสื่อด้านนี้คือ ต้องใช้เวลาและขั้นตอนในการผลิตงาน และการที่ข้อมูลมาก นักลงทุนอาจจะไม่อ่านทั้งหมด

- ลักษณะและความสำคัญของข่าวสาร ซึ่งลักษณะและความสำคัญของข่าวสาร ข้อมูล จะเข้ามามีส่วนกำหนด ช่องทางหรือสื่อได้ คือ ข้อมูลลักษณะเป็นตาราง กราฟ ดัชนี ย่อมไม่สามารถใช้ช่องทาง โทรศัพท์ได้ หรือข้อมูลที่มีลักษณะเป็นพื้นฐานที่ต้องการรายละเอียดมาก ที่ไม่ต้องการความรวดเร็ว การนำเสนอผ่านช่องทางเอกสาร สิ่งพิมพ์ อาจมีความเหมาะสมกว่า

- ลักษณะการลงทุนของนักลงทุน นักลงทุนหรือนักเก็งกำไรจะมีความต้องการข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกับนักลงทุน

- การแข่งขันกันขององค์กร บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เป็นการดำเนินธุรกิจที่ต้องอาศัยนักลงทุน ซึ่งเป็นลูกค้า ดังนั้น การใช้ข่าวสารข้อมูลเป็น การดึงดูดนักลงทุนให้มาใช้บริการประการหนึ่ง จึงจะมีการแข่งขันกันด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยหาจุดเด่นของแต่ละบริษัท ให้การบริการให้ข้อมูลข่าวสารของแต่ละที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ ซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาเลือกใช้สื่อของแต่ละบริษัท

นอกจากนี้พัฒนาการของการใช้สื่อของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ที่ทำการศึกษาเป็นช่วงดังนี้

1) ช่วงที่หนึ่ง เป็นช่วงที่เริ่มมีการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ในระยะแรก การให้ข้อมูลจากสื่อมวลชน และรายงานของตลาดหลักทรัพย์ที่ได้จัดทำขึ้น บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ให้ข้อมูลข่าวสารโดยการมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายหลักทรัพย์ แนะนำให้ข้อมูลแก่นักลงทุน ซึ่งยังมีจำนวนน้อยอยู่

2) ช่วงที่สอง เป็นช่วงที่เริ่มมีการให้ความสนใจในธุรกิจหลักทรัพย์

มีนักลงทุนเข้ามาลงมากขึ้น บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์การศึกษาจึงเริ่มมีการจัดเตรียมเอกสาร วารสาร หนังสือ และการโทรศัพท์ติดต่อนักลงทุน เพื่อเผยแพร่ข้อมูล อย่างไรก็ตาม ข้อมูลประกอบการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ยังไม่เป็นแบบนัก เนื่องจาก นักลงทุนยังค่อนข้างกระจัดกระจาย

3) ช่วงที่สาม จนกระทั่งช่วงที่สามนี้ คือประมาณช่วงปี 2532 ได้มีการใช้สื่ออื่นนอกจากสื่อสิ่งพิมพ์ และเจ้าหน้าที่ คือมีการนำ Comperter มาใช้ในให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนเป็นช่วงที่ธุรกิจหลักทรัพย์ได้รับความสนใจ มีการจัดการสัมมนา เพื่อให้ความรู้และแนะนำการลงทุนแก่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของบริษัท และจัด Road Show คือการแนะนำธุรกิจหลักทรัพย์ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ที่มีศักยภาพพอในการขยายลงทุน

4) ช่วงที่สี่ คือมีการใช้ช่องทางการสื่อสารเติมศักยภาพของบริษัท และมีการพัฒนาการจัดระบบข้อมูล ข่าวสารให้สะดวกและนำไปใช้ได้ดีขึ้น มีการนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ เช่น Voice box หรือการเก็บข้อมูลผ่านดาวเทียม สำนักข่าวต่าง ๆ จากต่างประเทศ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุน และลดข้อจำกัดและปัญหาในการสื่อสารในอดีต

	ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3	ช่วงที่ 4
บงล. ที่ทำการศึกษา	เจ้าหน้าที่	โทรศัพท์ เอกสารสิ่งพิมพ์	Computer-ouline การสัมมนา การจัด Road-Show	การพัฒนาระบบ และเทคโนโลยี

ตารางแสดงพัฒนาการของการใช้สื่อของ บงล. การศึกษา

การศึกษาพบว่า บริษัทฯ จำเป็นต้องมีการวางแผนพัฒนานำสื่อใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุนอยู่ตลอดเวลา เพื่อประโยชน์ของนักลงทุนและสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่น ๆ ได้

6. ปัญหาและอุปสรรคในการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุน จากการศึกษาการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุน พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุน ดังนี้

6.1 ปัญหาและอุปสรรคด้านโครงสร้างพื้นฐาน

(Intrestructure)

ปัญหาด้านนี้เป็นปัญหาอันเนื่องมาจากการสื่อสารระบบโทรคมนาคมของประเทศที่ยังไม่เพียงพอ คือยังอยู่ในช่วงของการพัฒนาการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นมาก จำนวนคู่สายโทรศัพท์ที่ไม่เพียงพอต่อการติดต่อสื่อสาร มีผลกระทบสำคัญขณะมีการซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น การที่นักลงทุน หรือ บริษัทติดต่อเข้า-ออกทางโทรศัพท์ได้ยาก อาจก่อให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจได้มากมหาศาล หรือ แม้แต่การพัฒนาแบบ คอมพิวเตอร์ On-line หรือ เครื่องโทรสารก็มีความจำเป็นต้องผ่านสายโทรศัพท์ แต่ระบบการสื่อสารของประเทศมีหลายครั้งที่ประสบปัญหาขัดข้อง ทั้งส่งผลให้การส่งผ่านข้อมูลมีปัญหาตามไปด้วย

6.2 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากสื่อที่ใช้ ปัญหาด้านนี้เกิดจากการที่ทุกสิ่งก็ย่อมมีข้อได้เปรียบข้อด้อย และคุณลักษณะแตกต่างกันไป ทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคได้ เช่นสื่อ เช่นโทรสารพบว่าบางครั้งข้อมูลที่บริษัทส่งไปให้นักลงทุนอาจพบว่าข้อมูลไม่ชัดเจน อ่านไม่ออก และยังไม่สามารถเก็บความลับได้ หรือ ด้านเอกสารสิ่งพิมพ์ที่ส่งให้นักลงทุน ซึ่งในข้อดีของมันอาจจะสามารถให้รายละเอียดของข้อมูลได้มาก และลึกซึ้งแต่ในทางกลับกันก็คือ ข้อมูลล่าช้า และใช้เวลาในการผลิตนาน การที่มีข้อมูลละเอียดมาก ผู้รับข้อมูลก็อาจจะไม่อ่านทั้งหมด และถ้ายิ่งรูปเล่มไม่น่าสนใจ ก็อาจไม่ประสบความสำเร็จเลยทางด้านสื่อบุคคลอันได้แก่เจ้าหน้าที่และการสัมมนา และการจัด Road Show เช่นกัน เราจะพบว่า เจ้าหน้าที่หลักทรัพย์ แต่ละคนมีความสามารถและความ

พร้อมที่จะให้ข้อมูลข่าวสารไม่เหมือนกัน รวมทั้งแต่ละคนมีทัศนคติที่อาจจะแตกต่างกัน มีความลำเอียง การที่จะควบคุมมาตรฐานจะทำได้ยาก ส่วนในการสัมมนา และการจัด Road Show ก็เสียค่าใช้จ่ายสูง อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดจากสื่อนี้เกิดจากการที่สื่อแต่ละอย่างก็มีคุณลักษณะที่แตกต่างกันไป ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ จึงมีการเลือก ถ้าสื่ออะไรจะสามารถตอบสนองความต้องการต่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดมากที่สุด

6.3 ปัญหาและอุปสรรคจากสภาวะการณ์แวดล้อม

วิกฤตการณ์ปัญหาบางอย่าง เช่น วิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซีย การมีการยึดอำนาจเมื่อ 23 ก.พ. 34 ของ คณะ ร.ส.ช. หรือสถานการณ์ข่าวลือเกิดขึ้นในตลาดหลักทรัพย์ ก็อาจก่อให้เกิดความสับสนและความสามารถในการแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ที่บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ กรณีศึกษาจำเป็นต้องมีการตรวจสอบข้อมูล และเปลี่ยนความเห็นกัน ระหว่างองค์การที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อสรุปผลของวิกฤตการณ์ คือข่าวลือ เพื่อที่จะนำมาให้นักลงทุนต่อไป

ปัญหาที่เกิดจากอุปสรรคที่กล่าวมาข้างต้นนั้นบริษัทกรณีศึกษาได้ให้ความสำคัญที่นำวิธีการทางการสื่อสารมาใช้แก้ปัญหา ตัวอย่างปัญหาที่เกิดจากวิกฤตการณ์ เช่น การยึดอำนาจของ ร.ส.ช. บริษัทจะมีการให้ความเห็นแก่นักลงทุนที่เป็นลูกค้าของบริษัททันที เพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดความสับสน โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ โทรสาร เอกสารสิ่งพิมพ์ หรือหากเป็นสถานการณ์นานาชาติ เช่น วิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซีย ก็จะรอดูสถานการณ์เพื่อมาสรุปและให้ข่าวสารแก่นักลงทุน วิธีการดังกล่าวนี้ที่กระทำผ่านสื่อที่รวดเร็ว ที่ยังมีวิธีการที่ใช้บุคคลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่หรือบุคคล แนะนำรายงานแก่นักลงทุน หรือใช้บุคคลที่ได้รับความเชื่อถือ เช่น จากธนาคารแห่งประเทศไทย รัฐบาล ออกมาชี้แจงทำความเข้าใจกับนักลงทุน ว่าประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ยังมีความมั่นคง เป็นต้น

7. นักลงทุนและผู้รับข้อมูลข่าวสารการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ที่ได้รับสารจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์กรณีศึกษานี้มี 2 กลุ่มก็คือ

- กลุ่มนักลงทุนรายย่อย ซึ่งอาจเป็น นิติบุคคล และบุคคลธรรมดาที่สนใจเข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์ไทย

- นักลงทุนประเภทสถาบัน ซึ่งได้แก่ สถาบันการเงินต่าง ๆ บริษัทประกันชีวิต หรือกองทุนเพื่อการลงทุน ทั้งในและต่างประเทศ ฯลฯ

การศึกษาค้นคว้านี้ มุ่งความสนใจและทำการศึกษากับนักลงทุนรายย่อยที่เข้ามาทำการซื้อขายในห้องค้าหลักทรัพย์ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักลงทุนที่ทำการศึกษามากเป็นนักลงทุนระยะสั้นที่มุ่งผลกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ หรือไม่ก็เป็นคนที่ได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก โดยมีแหล่งเงินลงทุนที่ใช้ซื้อหลักทรัพย์ จากเงินส่วนตัว และในรายที่นำเงินลงทุนมาจากการกู้ยืมเงินในลักษณะต่าง ๆ เช่น การเบิกเกินบัญชีธนาคาร (OD) สำหรับวงเงินที่ใช้ลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์นั้น นักลงทุนที่ทำการศึกษามีขนาดของ Port ประมาณ 3 แสนบาทขึ้นไป พฤติกรรมการซื้อขายของนักลงทุนจะพบว่า จะมีการยึดถือหลักทรัพย์ประมาณ 3-4 หลักทรัพย์ต่อคนในกลุ่มธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ที่มีการเคลื่อนไหวของระดับราคาขึ้นลงเร็ว และจะทำการซื้อหลักทรัพย์ในช่วงที่มีระดับราคาต่ำและขายเมื่อมีกำไร แต่ขณะเดียวกันถ้าราคาของหลักทรัพย์ลดต่ำลง นักลงทุนที่ทำการศึกษามักเก็บเอาไว้ โดยเชื่อว่าระดับราคาอาจสูงขึ้นมาอีกดังที่นักลงทุนคนหนึ่งกล่าวว่า "เล่นหุ้นนะ ต้องเตรียมใจไว้เลย ถนอมไม่ได้เรียบร้อยใจเราคิด มันซรุซระเราก็ต้องเดินอย่างระมัดระวังแต่ก่อนก็ซื้อไม่ยิ่งเหมือนกัน เล่นแบบเทตามเขาไปตัวไหนเป็นบลูชิพ ก็ซื้อตัวนั้น เดี่ยวนี้ต้องระวังขึ้น ซื้อพอกำไรนิดๆ หน่อยๆ ก็ขายแล้ว ไม่กล้าเสี่ยงมาก อย่างไฟแนนซ์พอลง เราก็ค่อยเข้าไปซื้อ ตัวไหนขึ้นเรากียังไม่ซื้อ แต่ถ้าหุ้นยังลงไปอีก เราจะซื้อไว้แล้วถือยาวรอให้มันขึ้น แต่ว่ามันกดดันลือกันวันวาย เดี่ยวปรับ ครม. มั้ง เราก็กลัวหุ้นมันจะลงไปกว่านี้" ซึ่งการตัดสินใจซื้อหรือขาย พบว่า ขึ้นอยู่กับการรับรู้ จากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและสภาพแวดล้อมประสบการณ์ของนักลงทุนคนนั้นๆ จากการศึกษาให้นักลงทุนกล่าวว่าการเล่นหุ้นทุกวันนี้ เป็นการยากที่จะอาศัยข้อมูลจากผลการดำเนินงาน เป็นเครื่องชี้วัด ขณะที่มีการวิเคราะห์ หรือศึกษาหลักทรัพย์แต่ละตัวเป็นอย่างดีแล้วตั้งใจจะทำการซื้อขายหุ้นตัวใดตัวหนึ่ง แต่เมื่อเข้าไปในห้องค้าหลักทรัพย์ ภาวะการขึ้นลงของการซื้อขายหลักทรัพย์ และข่าวสารที่ได้รับยากจะแยกแยะว่าข่าวใดเป็นข่าว

จริงและข่าวใดเป็นข่าวลือ อาจจะทำให้นักลงทุนสับสน และเกิดความลังเลต่อ
ภาวะที่เกิดขึ้น

การซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยหลักวิชาการโดยการวิเคราะห์ ทั้งด้าน
ปัจจัยพื้นฐานและทางเทคนิคนั้น นักลงทุนบางรายก็อาจไม่ได้ให้ความสำคัญ แต่
เชื่อตามข่าวสารที่ได้รับในช่วงระยะเวลาที่นานมากกว่า ดังคำกล่าวของนักลง
ทุนท่านหนึ่งที่ว่า "การวิเคราะห์เทคนิคมันอยู่ในตำรา ผมเล่นผมไม่ดูหรอก ผม
เชื่อจากการวิเคราะห์ของเราเอง จากข้อมูลที่ได้รับมามากกว่า ดูจากสภาพ
ความเป็นจริงมากกว่า เพราะหุ้นไหนทำกำไรดี มันก็ไม่ค่อยลง พอขายตัวหนึ่ง
ก็ไปซื้ออีกตัวหนึ่ง เดี่ยวมันขึ้นแล้วจะเสียโอกาส"

จากการศึกษาที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า นักลงทุนกรณีศึกษา เป็นนัก
ลงทุนระยะสั้น หรือนักเก็งกำไรเป็นส่วนใหญ่ เพราะช่วงระยะเวลาการถือ
หลักทรัพย์ที่ทำการซื้อขาย ค่อนข้างสั้นคือประมาณไม่เกิน 2 สัปดาห์ และต้องการ
ผลตอบแทนจากการซื้อขายหลักทรัพย์ (กำไร) เป็นหลักมากกว่า เงินปันผลใน
แต่ละหลักทรัพย์ ลักษณะของหลักทรัพย์ที่นักลงทุนกลุ่มนี้ทำการซื้อขาย จะเป็นกลุ่มที่
มีการเปลี่ยนแปลงระดับราคา ขึ้นลงตลอดเวลา โดยนักลงทุนกลุ่มนี้ อาศัยข้อมูล
ข่าวสารที่นักลงทุนเชื่อว่า ถูกต้องและรวดเร็ว เพราะส่วนใหญ่จะเชื่อตามข่าว
สารที่ได้รับในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ข่าวสารหรือข้อมูลที่มีผลต่อ
การตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนที่ทำการศึกษานี้ คือ

- ความเคลื่อนไหวของระดับราคาหลักทรัพย์ โดยเฉพาะดัชนีราคา
หุ้นของตลาดหลักทรัพย์ในต่างประเทศ
- ภาวะทางเศรษฐกิจ การเมืองไม่ว่าจะต่างประเทศหรือในประเทศ
- ภาวะการเงินการลงทุนในประเทศ

ซึ่งข่าวสารข้อมูลที่ได้มานี้ มักจะได้มาจากสื่อมวลชน แต่ถ้าหากนักลง
ทุนได้รับข้อมูลข่าวสารการตลาด จากบริษัทสมาชิกที่มีการวิเคราะห์แสดงความคิด
เห็นและข้อมูลเสริม ถึง ข่าวสารในด้านอื่น ๆ เช่น การดำเนินงานของบริษัทจ
ดทะเบียนข้อมูลของหลักทรัพย์ต่าง ๆ แนวโน้มต่าง ๆ

- สถิติข้อมูล ปริมาณการซื้อขาย เป็นต้น ก็จะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการลงทุนมากขึ้น

ในการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุน เพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตามกระบวนการสื่อสาร ปฏิบัติการของผู้รับสารซึ่งในที่นี้ก็คือผู้ลงทุนจะมีส่วนช่วยให้ผู้ส่งสารซึ่งก็คือ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์สามารถประเมินผลและปรับปรุงแก้ไข สารและช่องทางในการสื่อสารให้เป็นไปบรรลุตามความต้องการของทั้ง 2 ฝ่าย

8. การย้อนกลับ (Feedback) การย้อนกลับจะทำให้การให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแก่นักลงทุนของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์มีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวให้เหมาะสมอยู่เสมอ เพราะเมื่อมีการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังนักลงทุนแล้ว การย้อนกลับหรือปฏิบัติการของนักลงทุนมีส่วนสำคัญที่จะทำให้ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ มีความเข้าใจว่านักลงทุนรู้สึกอย่างไร

ในการศึกษาในครั้งนี้ นักลงทุนของบริษัทฯในการศึกษาในครั้งนี้มีความเชื่อถือในตัวบริษัทอยู่พอสมควร ว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ นอกจากบางครั้งข้อมูลที่ให้ไปขัดแย้งกับข้อมูลที่นักลงทุนมีอยู่ หรือความคิดนักลงทุนจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งอื่นอีกครั้ง หรืออาจแสดงออกโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเจ้าหน้าที่บริษัท ซึ่งอาจจะเป็นไปในลักษณะ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมมาที่บริษัท บางรายเมื่อได้รับผลกำไรจากการลงทุน ถึงกับมีการให้รางวัลหรือซื้อของขวัญมอบแก่เจ้าหน้าที่ของบริษัทที่ได้แนะนำข้อมูลข่าวสารไปแก่ลูกค้ารายนั้น ๆ ส่วนในลักษณะของช่องทางหรือสื่อในการเผยแพร่ นั้น นักลงทุนถ้าเป็นลูกค้าของบริษัทจะได้รับข้อมูลจากบริษัททุกช่องทาง ที่บริษัทมีและได้พยายามพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงพบว่า นักลงทุนมีความพึงพอใจแสดงความสนใจและแสดงความต้องการอยู่เสมอ

โดยสรุปจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่านักลงทุนมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับสำหรับการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาด ของบริษัทสมาชิกแห่งนี้

ในส่วนเนื้อหาของข้อมูล ซึ่งนักลงทุนมีความต้องการข้อมูลที่ถูกต้อง

เชื่อถือได้ และเจาะลึก รวดเร็ว ดึงนักลงทุนรายหนึ่งกล่าว

"ผมมาเปิด Port ที่นี้ก็เพราะเพื่อนแนะนำ พอมาก็ถูกใจ บริการดี จอดรถก็สะดวก ที่สำคัญผมว่า ข้อมูลที่ให้ เขามีการวิเคราะห์เจาะลึก ผมว่า ทีมเขาพร้อม ได้ข่าวเขาดึงอาจารย์จากเศรษฐศาสตร์มาคุมฝ่ายวิจัยเลยนี่ เนื้อหามันดี"

หรืออีกรายหนึ่งกล่าวว่า

"ผมว่าเนื้อหา บริษัทโบรกเกอร์ใกล้เคียงกันนะ จะมีแตกต่างกันตรงบริการด้านอื่นๆ"

"เชื่อถือตรงที่เขาเร็ว เวลาซื้อขาย ผู้ใหญ่ของเขามาชี้แจงตลอด มั่นใจ เจ้าหน้าที่ของที่นี่ ก็ไม่ใช่พวกเขาให้ข้อมูลนะ เขาให้ข้อมูลให้เราตัดสินใจเอง"

ส่วนในด้านช่องทาง หรือสื่อที่บริษัทสมาชิกใช้ "นักลงทุนที่ทำการศึกษากล่าวว่า มีความพึงพอใจ เพราะได้รับข้อมูลเพียงพอ และหลายช่องทาง ดึงนักลงทุนรายหนึ่งกล่าวว่า

"พวกวิเคราะห์ ผมว่าที่นี้พอนะ ละเอียดดี เขาลงทุนในเรื่องหนังสือ อะไรพวกนี้ แล้วคอมพิวเตอร์ ก็ให้ข้อมูลดี เขามีลูกเล่น แต่โทรศัพท์บ้างที่ต่อยากนะ โอนไปโอนมา เราก็รีบๆ"

"ผมชอบตรงที่มีการเชิญมาร่วมสัมมนาอะ เมื่อก่อนผมไม่ได้สนใจนะ การวิเคราะห์พื้นฐานรู้แต่วิเคราะห์ด้วยตนเอง ใครว่าดีก็ดูหุ้นถ้าตัวไหนขึ้นก็รับซื้อ ได้กำไรก็ขาย"

นอกจากนี้ มีนักลงทุนอีกหลายรายที่ยังไม่พึงพอใจ หรือมีการย้อนกลับมายังบริษัทดังนี้

"ที่นี้ ข้อมูลแม่น แต่เจ้าหน้าที่มีน้อย จริงๆ ผมอยากให้มีพนักงานดูแล เราเป็นการส่วนตัว คือประกบคู่กันเลย ทั้งทางโทรศัพท์ เวลามีปัญหาอะไร เราได้โทรมาโดยตรง"

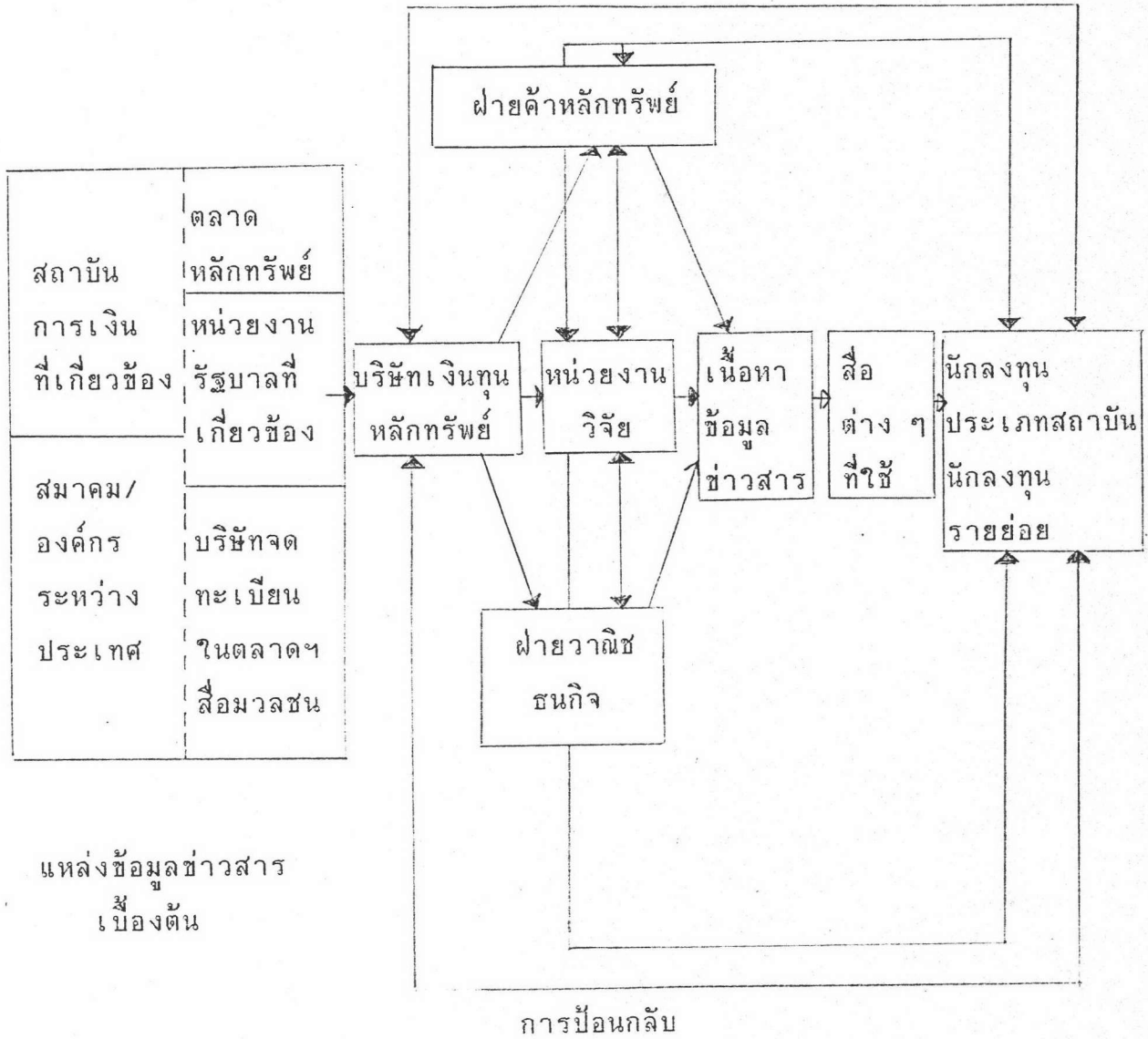
"คอมพิวเตอร์เนี่ย เพิ่มได้แล้ว และอย่างหนึ่งคือ บางคนยื่นกดอยู่ที่คนเดียวไม่แบ่งให้คนอื่นได้ใช้เลย บางทีผมรอดูอยู่ เห็นพี่แกกดอยู่ที่คนเดียว"

"แรกๆ ผมดูไม่รู้เรื่องนะ พวกกราฟตั้ชนี่ อะไรต่ออะไร ตอนหลังเจ้าหน้าที่เขาแนะนำเราก็ก้าวใจมากขึ้น ผมว่า ข้อมูลต้องเข้าใจง่าย อ่านแล้วเข้าใจ เราก็อพอใจ"

จากผลการศึกษา รูปแบบในการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาด ของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด มีรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนต่างๆ โดยมีกระบวนการที่คล้ายคลึงกับกระบวนการในแบบจำลองการสื่อสารของ มิลเตทกิ (1963) ซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายไว้ในบทที่ 2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร โดยสามารถสรุปขั้นตอนการทำงาน ในการให้ข้อมูลข่าวสารของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด ได้ดังนี้

แผนผังแสดงกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์

จี เอฟ จำกัด



จากแผนภาพจะพบว่า บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด นั้นมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งได้แก่ ฝ้ายค้าหลักทรัพย์ ฝ้ายวิจัย การลงทุน ฝ้ายวาณิชธนกิจ แผนกประชาสัมพันธ์ ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวเหล่านี้จะทำงานกันเป็นทีมงานหลายคน ซึ่งแต่ละคนจะมีโครงสร้าง บุคลิกภาพ รวมทั้ง



จินตภาพของตัวผู้ส่งสารแต่ละคนแตกต่างกันไป แหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับเพื่อนำมาจัดระบบในแต่ละหน่วยงานนั้นก็มากมายหลายแหล่งสาร ไม่ว่าจะเป็นจากธนาคารแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภาวะทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ภาวะการขึ้นลงของหลักทรัพย์จากภายนอกประเทศ ข้อมูลดังกล่าวล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อการลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ทั้งสิ้น ซึ่งจากข้อมูลที่มีกระจัดกระจายและมากมายเช่นนี้ ผู้ส่งสาร หรือ บริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์แห่งนั้นก็ จะทำการคัดเลือก เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง และมีประโยชน์กับการดำเนินงาน ในธุรกิจหลักทรัพย์นั้น โดยการคัดเลือกเนื้อหาข้อมูลข่าวสารดังกล่าวนี้ ก็เปรียบผู้ส่งสารนั้นได้ทำหน้าที่เสมือนคนเฝ้าประตู (GATE KEEPER) ซึ่งการคัดเลือกข่าวสารใดเหมาะสม หรือเกี่ยวข้องมีประโยชน์ ในธุรกิจหลักทรัพย์นั้น ผู้ส่งสารก็จะเข้าสู่ภาวะความกดดัน หรือความบีบบังคับจากสาร ผู้ส่งสารจำเป็นต้องคัดเลือกสารที่เป็นที่สนใจของผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้ก็คือนักลงทุน ซึ่งลักษณะของนักลงทุนนั้น เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีสภาพแวดล้อมเชิงสังคมที่แตกต่างกันไป อันเนื่องมาจาก ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม สังคม ค่านิยม นอกจากนี้ยังมีจินตภาพและโครงสร้างบุคลิกภาพของผู้รับสาร ซึ่งมีผลต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารการตลาดที่แตกต่างกันไปด้วย ตามแต่ละประเภทของนักลงทุน โดยที่นักลงทุนระยะยาวนั้น ต้องการข้อมูลข่าวสารที่สะท้อนให้เห็นการดำเนินงาน แนวโน้มในอนาคตของหลักทรัพย์นั้นๆ ได้อย่างครบถ้วนและเชื่อถือได้ เช่น ดูจากโครงสร้างผู้ถือหุ้นประกอบ และมีเนื้อหารายละเอียดวิเคราะห์รายบริษัทอย่างครบถ้วน ส่วนนี้กลุ่มที่เป็นนักเก็งกำไร ต้องการข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ชัดเจน กระชับ และสามารถเข้าใจได้ง่ายทันเวลาที่ โดยส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่ผลิตวันต่อวัน

ซึ่งจากลักษณะความต้องการในด้านข้อมูลข่าวสาร ที่แตกต่างกันไปนี้ ผู้ส่งสาร หรือบริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์นี้ ก็จะถูกกดดันให้ผลิตสารให้ตรงกับความต้องการของนักลงทุน ซึ่งก็ตรงกับกระบวนการสื่อสารของ มัลเทกที่ ได้สะท้อนว่าการสื่อสารนั้นไม่ได้มีลักษณะการสื่อสารทางเดียวหากแต่มีลักษณะเป็นการสื่อสารที่สลับ ซับซ้อนขึ้น เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสารมากขึ้น นั่นก็คือเมื่อมีปฏิกิริยาการย้อนกลับจากผู้รับสาร หรือนักลงทุน เกี่ยวกับเนื้อหา หรือสารที่

ได้รับ ซึ่งอาจจะพอใจหรือไม่พอใจ ปฏิกริยาย้อนกลับดังกล่าว เมื่อผู้ส่งสารคือ บริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ นำไปแก้ไข ปรับปรุงก็จะทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ จี เอฟ จำกัด ก็ได้ให้ความสำคัญของการย้อนกลับจึงจัดให้มีการทำแบบสอบถาม ถึงความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป