

กลยุทธ์ข่าวหุ้น ความคิดเห็น การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของนักลงทุนเจนเนอเรชัน Y และ X ต่อเพจ efinanceThai

STOCK MARKET NEWS STRATEGY, OPINION, UTILIZATION AND SATISFACTION WITH EFINCETHAI FACEBOOK FANPAGE AMONG GENERATION Y AND X INVESTORS

พรวรรณา อรรณาค¹ และกันยิกา ชอว์²

Paulathana Onnark¹ and Kanyika Shaw²

^{1,2}คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

Received: January 5, 2023 / Revised: March 25, 2023 / Accepted: March 29, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษากลยุทธ์ข่าวหุ้น ความคิดเห็น การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนเจนเนอเรชัน Y และ X ต่อเพจ efinanceThai มุ่ง 1) ศึกษากลยุทธ์ข่าวหุ้นของเพจ efinanceThai 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็น การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนในตลาดหุ้น Gen Y และ X แต่ละสาย ที่มีต่อข่าวหุ้นของเพจ และ 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์เนื้อหาและการนำเสนอข่าวหุ้นของเพจกับความพึงพอใจของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 วิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) เพื่อหากลยุทธ์ข่าวหุ้น และตอนที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) นักลงทุนเพื่อประเมินการใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อข่าวหุ้น

ผลการวิจัยพบว่า เพจ efinanceThai ใช้กลยุทธ์ข่าวหุ้น 2 ด้าน คือ 1) กลยุทธ์การนำเสนอ 4 ด้านย่อย ได้แก่ การโพสต์ สื่อที่ใช้ประกอบโพสต์ รูปแบบการนำเสนอ และความยาวเนื้อหา และ 2) กลยุทธ์เนื้อหา 5 ด้านย่อย ได้แก่ ประเภทเนื้อหาหุ้น กลุ่มอุตสาหกรรมหุ้น วัตถุประสงค์เนื้อหา อายุเนื้อหา และแหล่งข้อมูล

กลยุทธ์เนื้อหาที่พบมี 14 ประเภท โดยที่นำเสนอมากที่สุด ได้แก่ หักรายตัว วัตถุประสงค์คอนเทนต์ เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารและให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนด้านการนำเสนอ ส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอเนื้อหาแบบสั้น รูปแบบการนำเสนอมีทั้งหมด 12 รูปแบบ ที่ใช้มากที่สุดคือ รูปแบบรายงานข่าว

ลักษณะทางประชากรของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ได้แก่ ช่วงอายุ สายการลงทุน และประสบการณ์ในการลงทุน ทำให้มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ข่าวหุ้นด้านเนื้อหา และการนำเสนอที่แตกต่างกัน

นักลงทุน Gen X อ่านเนื้อหาแนะนำหุ้นและให้น้ำหนักกับการวิเคราะห์หุ้น ในขณะที่ Gen Y จะอ่านการวิเคราะห์ภาพรวมหุ้น แนวโน้มเศรษฐกิจ เพื่อทำแผนลงทุนเอง ส่วนผลการเปรียบเทียบระหว่างสายการลงทุนพบว่า สายผสมพื้นฐานและเทคนิคจะเน้นเนื้อหาที่ให้ความรู้ พึ่งพอใจรูปแบบการนำเสนอแบบจัดอันดับ เปรียบเทียบและขั้นตอนหรือวิธีการ ส่วนสายเทคนิคจะชอบรูปแบบอินโฟกราฟิก ดัชนี SET และราคาหุ้น ผลการเปรียบเทียบจากประสบการณ์การลงทุนพบว่า นักลงทุนมือใหม่พอใจเนื้อหาที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ขณะที่นักลงทุนที่มีประสบการณ์มากกว่า 3 ปี จะพึงพอใจเนื้อหาแจ้งข่าวสารที่ให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

กลยุทธ์ข่าวหุ้นของเพจ efinanceThai ที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของนักลงทุน ได้แก่ เนื้อหาข่าวแบบสั้น ประเภทเนื้อหาหุ้นรายตัว แต่ที่ตรงกันข้ามกันคือ วัตถุประสงค์ของคอนเทนต์ข่าวหุ้นที่นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจกับคอนเทนต์ข่าวหุ้นที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจมากที่สุด แต่เพจนำเสนอคอนเทนต์ในลักษณะนี้น้อยที่สุด

คำสำคัญ: กลยุทธ์ข่าวหุ้น อีไฟแนนซ์ไทย การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the stock market news strategy of efinanceThai Facebook Fanpage; (2) to compare opinions, utilizations, and satisfactions of Generation Y and Generation X stock market investors with the stock market news of the Fanpage; and (3) to study and compare the stock market news strategies and satisfactions of the stock market investors. This study used qualitative research methodology. It was divided into 2 parts: The first part was a documentary analysis to find the stock market news strategies while the second part was the in-depth interviews of stock market investors to evaluate their utilities, satisfaction, and opinions towards stock and market news.

The research findings revealed that efinanceThai applied 2 main news strategies. Firstly, the presentation strategy contained 4 aspects of presentation, namely, posting, media supporting the post, types of presentation, and the length of contents. Secondly, the content strategy was divided into 5 aspects, namely, types of stock news, industrial stocks, objectives of content, content lifespan, and origin of information.

EfinanceThai Fanpage posted 14 types of content. The most presented content was the individual stocks. The objectives of the content were to inform the investors and to provide information for their decision-making. As for the presentations, most of them were short presentations. There were 12 types of presentation strategies. The most used type was the news report presentation.

Investors in the research sample had demographic differences in terms of age, fields of investment, and investment experiences resulted in their differences of satisfactions with the stock market content presentation strategies and types of presentation.

Gen X investors read the contents of stock recommendation and gave importance to stock analysis while Gen Y read the contents on stock overview and economic trend in order to plan their own investment. On the other hand, the results of comparison between different lines of investment revealed that hybrid investors focused on contents providing knowledge, ranking, comparing, and how-to; while technical investors preferred info graphic contents, SET index and stock prices. Results of comparison of investors based on their investment experiences revealed that new Investors favored news providing knowledge and understanding whereas

investors with more than 3-year experience looked for information to be used for decision making.

EfinanceThai news strategies that were statistically consistent with investor's satisfaction were the short-form content and the content of individual stocks; while the inconsistent strategies were the objectives of stock news content that the majority of investors were most satisfied with the stock news content with the objective to create knowledge and understanding. However, most pages posted this content the least.

Keywords: Stock and Market News Strategy, efinanceThai, Utilization and Satisfaction

บทนำ

หลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีจำนวนนักลงทุนในตลาดหุ้นไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนจากจำนวนการเปิดบัญชีซื้อขายหุ้นและจำนวนนักลงทุนในตลาดหุ้นไทยที่เติบโตขึ้นเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2564 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเปิดเผยว่า จำนวนนักลงทุนในตลาดหุ้น ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนนักลงทุนเพียง 480,000 ราย และเพิ่มขึ้นหลักหมื่นคนต่อปี จนเพิ่มขึ้นหลักแสนคนต่อปี ใน พ.ศ. 2555 จนเติบโตกว่า 6.45 เท่าตัวสู่จำนวน 3,100,000 ราย ในปี พ.ศ. 2564

ขณะที่จำนวนบัญชีที่เปิดสำหรับซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหุ้นไทย ในปี พ.ศ. 2564 มีถึง 5,221,119 บัญชี หรือเพิ่มขึ้นสูงถึง 1,707,122 ล้านบัญชี จากปี พ.ศ. 2563 อีกนัยหนึ่ง จำนวนการเปิดบัญชีใหม่ในปี พ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าเมื่อเทียบกับจากจำนวนบัญชีที่เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2563 (The Stock Exchange of Thailand, 2022)

นายศพล ตูลยะเสถียร รองผู้จัดการหัวหน้าสายงานวางแผนกลยุทธ์องค์กร ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อธิบายปรากฏการณ์ที่มีนักลงทุนเปิดบัญชีใหม่เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว 2 ปีติดต่อกันว่า นักลงทุนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากคนกลุ่มนี้หันมาสนใจการลงทุนในตลาดหุ้นไทยมากขึ้น จากตัวเลข

การเปิดบัญชีซื้อขายหุ้นใหม่ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 หากเจาะเฉพาะนักลงทุนหน้าใหม่ที่ไม่เคยเปิดพอร์ตมาก่อนมียอดเฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 50,000 คน และปี พ.ศ. 2563 เพิ่มขึ้นกว่า 120,000 คน ปี พ.ศ. 2564 เฉพาะแค่ 9 เดือนแรก เพิ่มขึ้นอีก 280,000 คน หรือเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัวในจำนวนนี้พบว่า เป็นกลุ่ม Gen Y มากถึงร้อยละ 61 และ Gen Z ร้อยละ 17 ซึ่งเป็นกลุ่มมีสัดส่วนร่วมกันสูงถึงร้อยละ 78 และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (ThairathOnline, 2022)

ในขณะเดียวกันผลการสำรวจจากโครงการศึกษาพฤติกรรมผู้มีความศักยภาพเป็นนักลงทุน (Potential) ในช่วงอายุ 18-39 ปี ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธานี ชัยวัฒน์ (The Stock Exchange of Thailand, 2022) พบว่า คนรุ่นใหม่ยังคงให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินและการออมในระดับสูง และมีการมองหารายได้อื่นนอกเหนือจากงานประจำอยู่เสมอ รวมถึงการลงทุนในตลาดหุ้น

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันการซื้อขายหุ้นมีวิธีการวิเคราะห์ในการเลือกซื้อขาย 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ (Fundamental Analysis) และการวิเคราะห์ทางเทคนิค (Technical Analysis) เพื่อหาราคาที่เหมาะสมในการลงทุน แต่ไม่ว่าจะวิเคราะห์ด้วยแนวทางใด หนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญและจำเป็นต้องนำมาวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุนคือ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

รวดเร็ว (Khuanpetch, 1993) และที่สำคัญที่สุด ข้อมูลต้องสามารถนำไปวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพในการประเมินเหตุการณ์ระดับกระแสเงิน และระดับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อผู้ลงทุนจะได้ออกแบบกลยุทธ์การลงทุนได้อย่างเหมาะสม (Srisuchart, 2006) จากการศึกษาในอดีต เรื่อง วิจัยผู้มีศักยภาพลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (Potential Retail Investors) และนักลงทุนบุคคล (Current Retail Investors) ในต่างจังหวัดของสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ Rungruangphon (2014) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทในการหาข้อมูลการลงทุนของกลุ่มนักลงทุนต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 75 นอกจากนี้ การศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารการลงทุนการเงินของผู้ลงทุนประเภทบุคคลในยุคสารสนเทศการสื่อสาร Kumpirik (2015) ระบุว่า นักลงทุนสนใจข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และมีวัตถุประสงค์การแสวงหาข่าวสารด้านการลงทุนทางการเงินที่เผยแพร่ผ่านออนไลน์ที่มีความสดใหม่ทันเหตุการณ์

ข้อมูลของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมระบุว่า สถานการณ์ COVID-19 ในปี พ.ศ. 2563 ทำให้มูลค่า e-Commerce ของอุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร มีมูลค่าสูงขึ้นถึงร้อยละ 2.7 จากมูลค่า 438,458 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 เพิ่มขึ้นเป็น 450,276 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2563 ยืนยันให้เห็นว่าประชาชนมีความต้องการในการบริโภคข้อมูลข่าวสารมากขึ้น และการเติบโตของจำนวนนักลงทุนในตลาดหุ้นไทย ย่อมส่งผลต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน การลงทุน โดยเฉพาะการลงทุนหุ้นเช่นเดียวกัน

ในบรรดาสื่อหลักที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้นส่วนใหญ่จะเป็นสื่อที่นิยามตนว่าเป็นสำนักข่าวทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะมีทั้งสื่อที่พัฒนาจากสื่อดั้งเดิมออฟไลน์มาเป็นออนไลน์ และสื่อที่เกิดขึ้นในยุคหลังคือ เริ่มต้นด้วยการเป็นสื่อออนไลน์ตั้งแต่ต้น

สื่อที่พัฒนามากจากออฟไลน์โดยมากจะยังมีความเป็นสื่อดั้งเดิมอยู่บ้าง ใช้การนำเสนอคอนเทนต์เน้นตัวหนังสืออาจดูไม่ทันสมัยเท่ากับสื่อที่เริ่มต้นด้วยการออนไลน์ สำหรับสื่อออนไลน์สายข่าวเศรษฐกิจจากการสำรวจเบื้องต้นของผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจทุกด้านมากกว่าเน้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้น มีเพียงไม่กี่เพจที่มีสัดส่วนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้นสูงกว่าข่าวเศรษฐกิจประเภทอื่น

efinanceThai เป็นสำนักข่าวออนไลน์สำนักหนึ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหุ้นในสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับสำนักข่าวออนไลน์อื่น โดยเริ่มนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับหุ้นผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ซึ่งถือเป็นสำนักข่าวเศรษฐกิจรายต้น ๆ ที่ใช้ช่องทางนี้ในการเสนอข่าว อีกทั้งกลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้นค่อนข้างทันสมัย มีความน่าสนใจ มีการพัฒนาการโพสต์ข่าวอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีผู้ติดตามมากกว่า 5 แสนคน และมียอดผู้อ่านมากกว่า 2,000,000 คนต่อเดือน (efinanceThai, 2022) เทียบกับยอดผู้ติดตาม The Standard Wealth กว่า 4 แสนคน ฐานเศรษฐกิจกว่า 6 แสนคน ประชาชาติธุรกิจกว่า 1 ล้านคนและลงทุนแมนกว่า 2 ล้านคน แต่ efinanceThai เป็นเพจข่าวหุ้นเดียวที่มีเครื่องมือการลงทุนกว่า 44 เครื่องมือฝังอยู่ในเพจ ทำให้นักลงทุนสามารถวิเคราะห์ วางแผนการลงทุน รวมถึงลงทุนหุ้นแบบ realtime ได้ภายในการเข้าใช้ครั้งเดียว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ข่าวหุ้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจสำนักข่าว efinanceThai 2 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์การนำเสนอ 5 ด้าน ได้แก่ ประเภทเนื้อหาหุ้น กลุ่มอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์คอนเทนต์ อายุคอนเทนต์ และแหล่งข้อมูล และกลยุทธ์เนื้อหา 4 ด้าน ได้แก่ การโพสต์ สื่อที่ใช้ประกอบโพสต์ รูปแบบการนำเสนอ และความยาวเนื้อหา

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็น การใช้

ประโยชน์และความพึงพอใจของนักลงทุนเจนเนอเรชัน X และ Y ในตลาดหุ้น

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การนำเสนอข่าวหุ้นของเฟซบุ๊กแฟนเพจสำนักข่าว efinanceThai กับความพึงพอใจของนักลงทุน เจเนอเรชัน Y และ X ในตลาดหุ้น

บททวนวรรณกรรม

ข่าวหุ้นหรือข่าวหลักทรัพย์

เป็นข่าวเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจหมวดหนึ่งที่มีเนื้อหาการรายงานข่าวครอบคลุมบรรดาแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาวะการลงทุนซื้อขายหุ้น การเคลื่อนไหวของหุ้น ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ อัตราดอกเบี้ย การเคลื่อนย้ายเงินทุน ตลาดเงิน อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ราคาน้ำมัน ทองคำ ค่าแรง และอื่น ๆ อันจะมีผลกระทบต่อทิศทางการเคลื่อนไหวในการซื้อขายหุ้น ราคาของหุ้น เพื่อให้ผู้สนใจลงทุนใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อขายหุ้นในการศึกษาครั้งนี้ เน้นข้อมูลข่าวสารของหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีคำสำคัญ คำว่า หุ้น หรือชื่อย่อของหลักทรัพย์ ปรากฏอยู่ในโพสต์ของเพจ efinanceThai โดยนับรวมทุกรูปแบบการนำเสนอ

การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing)

มาจาก 2 คำ ได้แก่ “Content” ที่หมายถึง เนื้อหาหรือสาร (Message) รวมกับคำว่า “Marketing” ที่หมายถึง การตลาด เมื่อรวมกันจึงหมายถึง การทำเนื้อหาเพื่อจุดประสงค์ทางการตลาด ส่งมอบคุณค่าหรือความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย (Contentshifu, n.d.) สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจ เกิดการจดจำ เห็นถึงความสำคัญ ประโยชน์ และกลายเป็นลูกค้าในที่สุด ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งการจัดทำรูปภาพที่ดึงดูด วิดีโอ พอดแคสต์ บทความ รวมไปถึงเนื้อหาต่าง ๆ ที่อยู่บนโซเชียลมีเดีย (Nexdigital Marketing, 2021)

Kotler et al. (2021) นักการตลาดระดับโลก ระบุว่า การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นอีกทางเลือกของการโฆษณาในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล เนื้อหา (Content) ให้ความรู้สียึดเหนี่ยวน้อยกว่าโฆษณา โดยผสมความบันเทิง ให้ความรู้ และแรงบันดาลใจเพื่อดึงความสนใจมากกว่าขายตรง ๆ การทำการตลาดเชิงเนื้อหาต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเพื่อให้ นักการตลาด ออกแบบเนื้อหาได้น่าสนใจ โดดเด่น และเป็นประโยชน์ ด้วยเหตุนี้การกำหนดกลุ่มเป้าหมายจึงมีความสำคัญยิ่งสำหรับการตลาดเชิงเนื้อหา

Wongreanthong (2021) กล่าวว่า คอนเทนต์ หมายถึง สิ่งที่สามารถสื่อสารมายังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อแบบต่าง ๆ เป็นข้อมูลเรื่องราวที่อยากสื่อ อยากบอกผู้อ่าน ประกอบด้วย “เนื้อหา” ที่ต้องการจะสื่อ และ “รูปแบบ” การนำเสนอควบคู่กันไปจะขาดอันใดอันหนึ่งไม่ได้

รูปแบบของเนื้อหา (Content Form)

การจะอธิบายว่าเนื้อหามีรูปแบบโดยนับจากจำนวนสื่อนั้นคงเป็นการยากที่จะสรุปออกมาทั้งหมดเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล แม้แต่ในแพลตฟอร์มเดียวอย่าง Facebook หรือ YouTube เอง ก็มีทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ภาพเคลื่อนไหวขนาดสั้น (GIF) ภาพแบบมองได้ 360 องศา การถ่ายทอดสด รวมถึงเนื้อหาแบบเรื่องราว (Stories) อีกด้วย แนวคิดการแบ่งรูปแบบเนื้อหาจึงไม่ได้ยึดติดเรื่องของสื่อ แต่จะอิงกับเรื่องของพื้นที่และเวลาในการใช้เสพเนื้อหาแทน ทำให้เกิดการแบ่งตัวของเนื้อหาเป็น 2 แบบ ดังนี้ 1) เนื้อหาแบบสั้น (Short Form Content) คือ เนื้อหาที่ใช้เวลาในการเสพไม่เยอะ (ในมุมมองของผู้เสพคอนเทนต์) และ 2) เนื้อหาแบบยาว (Long Form Content) จะอยู่ในรูปแบบที่ต้องใช้เวลาเยอะในการเสพเนื้อหา แต่ก็มีข้อดีคือ เวลาในการถ่ายทอดเรื่องราวมากขึ้น สามารถเพิ่มปริมาณข้อมูลเข้าไปได้มากขึ้นนั่นเอง

วัตถุประสงค์ของเนื้อหา

1. เนื้อหาแบบให้รู้หรือให้ทราบ (Inform) การใช้งานเนื้อหากลุ่มนี้คือ เพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูล เกิดการจดจำ และเกิดการกระทำบางอย่างทันที

เน้นเรื่องการให้ข้อมูลของสินค้าแบบ “ตรง” หากเป็นโฆษณาสินค้าก็จะเป็นการให้คุณสมบัติหรือการระบุคุณประโยชน์

2. เนื้อหาแบบให้ความเข้าใจ (Educate) การใช้งานเนื้อหาในกลุ่มนี้คือ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ เกิดผลลัพธ์ ทักษะ ความสามารถ มุ่งหวังให้คนทำตามได้ เนื้อหาในกลุ่มนี้สร้างขึ้นเพื่อตอบ “คำถาม” ของผู้บริโภคที่มีต่อเรื่องหรือประเด็นต่าง ๆ ในขณะเดียวกันก็สามารถใช้ในการอธิบายหรือให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่สำคัญ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ การแนะนำวิธีการใช้งาน การดำเนินการต่าง ๆ รวมทั้งการแก้ไขข้อบกพร่องและความเข้าใจผิดต่าง ๆ

3. เนื้อหาแบบบันเทิงใจ (Entertain) การใช้งานเนื้อหาในกลุ่มนี้คือ เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ เกิดความน่าสนใจ และเป็นภาพจำทางความรู้สึก แกนสำคัญของการทำเนื้อหาในกลุ่มนี้คือ มุ่งใช้ “ความรู้สึก” และ “อารมณ์” มาผสมกับตัวเนื้อหาที่ต้องการสื่อออกมา

4. เนื้อหาแบบบันดาลใจ (Inspire) การใช้งานเนื้อหาในกลุ่มนี้ คือเพื่อให้เกิดความเชื่อและการตัดสินใจ เนื้อหาในกลุ่มนี้ถูกยกกว่าเป็นเนื้อหาที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างมาก ที่กล่าวเช่นนี้เพราะเนื้อหาในกลุ่มบันดาลใจนั้นเป็นการหยิบปัญหาหรือความต้องการลึก ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายมีอยู่มานำเสนอให้รู้สึกอยากได้ (ประโยชน์) มากขึ้น

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification)

เป็นแนวคิดการสื่อสารที่มุ่งเน้นวิธีการใช้สื่อและรูปแบบของการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อ (Rubin อ้างถึงใน Saelee, 2014) มีพื้นฐานมาจากการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ซึ่งเชื่อว่าผู้รับสารจัดอยู่ในฐานะเป็นผู้เปิดรับสื่อเพราะผู้รับสารจะใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสารในส่วนของการประสบการณ์โดยตรงจากข่าวสารที่ได้เปิดรับจากสื่อ ผู้รับสามารถใช้ประโยชน์จากสารในการนำเสนอของสื่อ แนวคิดนี้ผู้รับสารจะมีความกระตือรือร้น (Active) และมีความ

ต้องการไปสู่เป้าหมายที่คาดหวังโดยจะใช้สื่อเป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการ แล้วใช้สารนั้นสร้างความพึงพอใจของตนเอง (Palmgreen อ้างถึงใน Sotanasathien, 2013) เนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปกว่าที่จะรับไว้ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเน้นให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร เลือกสารที่ตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ อาทิ ตามวัย ประสบการณ์การลงทุน เป้าหมายในการลงทุน

นักลงทุนทั่วไปในตลาดหุ้น

1. นักลงทุน Generation Y คือ กลุ่มนักลงทุนที่มีอายุระหว่าง 25-41 ปี มีจำนวน 585,000 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 51 ของจำนวนบัญชีที่มีการทำธุรกรรมซื้อขายทั้งหมด มีมูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน 10,678 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25

2. นักลงทุน Generation X คือ กลุ่มนักลงทุนที่มีอายุระหว่าง 42-56 ปี มีจำนวน 307,000 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 27 ของจำนวนบัญชีที่มีการทำธุรกรรมซื้อขายทั้งหมด มีมูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน 16,866 ล้านบาท

ประเภทของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ มี 3 สาย แบ่งตามปัจจัยในการตัดสินใจซื้อขายหุ้นของนักลงทุน ดังนี้ (Money Buffalo, 2021)

1. นักลงทุนสายพื้นฐาน (Value Investor) หรือ VI นักลงทุนสายพื้นฐาน จะเน้นการดูพื้นฐานของหุ้นตัวนั้นเป็นหลัก เช่น ธุรกิจของบริษัท งบการเงิน Common Size อัตราส่วนทางการเงิน (Ratio) และการหามูลค่าที่แท้จริงของหุ้น (Fair Price) โดยนักลงทุนสายพื้นฐานจะวิเคราะห์ว่าธุรกิจหลักของบริษัททำอะไร บริษัทมีคู่แข่งมากน้อยแค่ไหน บริษัทที่เลือกมาเป็นผู้นำหรือผู้ตามในอุตสาหกรรมนั้น ๆ

2. นักลงทุนสายเทคนิค (Technical) จะไม่สนใจพื้นฐานของหุ้น แต่จะดูปัจจัยทางเทคนิค (Technical) เป็นหลักในการตัดสินใจซื้อหรือขายหุ้น โดยไม่สนใจว่าหุ้นตัวนั้นมีราคาสูงหรือต่ำกว่าราคาพื้นที่แท้จริง (Fair

Value) กล่าวคือ ถ้าปัจจัยทางเทคนิคมีสัญญาณซื้อเกิดขึ้น นักลงทุนกลุ่มนี้จะซื้อหุ้นตัวนั้น ในทางกลับกัน ถ้าปัจจัยทางเทคนิคมีสัญญาณขาย นักลงทุนสายกลุ่มนี้จะขายหุ้นตัวนั้น ตัวอย่างปัจจัยทางเทคนิค (Technical) เช่น กราฟ Fund Flow รวมถึง Indicator ต่าง ๆ เช่น EMA, MACD, RSI เป็นต้น

3. นักลงทุนแบบผสมพื้นฐานและเทคนิค (Hybrid) นักลงทุนกลุ่มนี้จะดูทั้งปัจจัยพื้นฐาน (VI) และปัจจัยทางเทคนิค (Technical) ควบคู่ไปด้วย เพราะสไตล์การลงทุนทั้งสองแบบจะช่วยส่งเสริมกันทำให้การเทรดหุ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น ถ้าซื้อหุ้นโดยดูปัจจัยพื้นฐานเพียงอย่างเดียว ก็อาจจะทำให้ซื้อหุ้นในราคาสูงได้ หากนำปัจจัยทางเทคนิค (Technical) มาช่วยก็จะทำให้หาจุดเข้าซื้อได้ดีขึ้น

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของแหล่งข้อมูล 2 แหล่งคือ การโพสต์ข่าวหุ้นและการสัมภาษณ์นักลงทุน แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์โพสต์ข่าวหุ้นที่ปรากฏอยู่บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ efinanceThai เลือกศึกษาข่าวเกี่ยวกับหุ้นที่ปรากฏอยู่บนโซเชียลมีเดีย efinanceThai ในช่วงเดือนพฤษภาคม ซึ่งอยู่ในห้วงเวลาของปรากฏการณ์ Sell in May and Go Away หรือปรากฏการณ์ของตลาดหุ้นทั่วโลกที่ค่าสถิติระบุว่าช่วงเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงเวลาที่ไม่ควรถือครองสินทรัพย์เสี่ยงจำพวกหุ้น เนื่องจากในเดือนนี้ตลาดหุ้นมักให้ผลตอบแทนที่ไม่ดีนัก เมื่อเทียบกับเดือนที่เหลือ (Finnomena, 2022) โดยเก็บข้อมูลโพสต์ข่าวของเพจ ตั้งแต่วันที่ 1-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 รวม 281 โพสต์

ตอนที่ 2 สัมภาษณ์นักลงทุนในประเทศที่อ่านข่าวเกี่ยวกับหุ้นจากเพจ efinanceThai ที่อยู่ในช่วงอายุ เจเนอเรชัน Y และ X อันเป็นสองกลุ่มช่วงอายุที่มีสัดส่วนสูงที่สุดของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ จำนวน 18 คน โดยแบ่งเป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่

1. นักลงทุน Generation Y อายุระหว่าง 25-41 ปี จำนวน 10 คน

2. นักลงทุน Generation X อายุระหว่าง 42-56 ปี จำนวน 8 คน

ในจำนวน 18 คน แบ่งคุณสมบัติเป็นนักลงทุนสายพื้นฐาน (Value Investor) 3 คน นักลงทุนสายเทคนิค (Technical Investor) 6 คน และนักลงทุนแบบผสมพื้นฐานและเทคนิค (Hybrid Investor) 9 คน และแบ่งกลุ่มตามประสบการณ์เป็นนักลงทุนมือใหม่ 11 คน และนักลงทุนที่มีประสบการณ์มากกว่า 3 ปี 7 คน

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข่าวหุ้นเฟซบุ๊กแฟนเพจ efinanceThai ในเดือนพฤษภาคม 2565 จำนวน 281 โพสต์ พบว่า เนื้อหาข่าวที่โพสต์มากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับหุ้นทั้งหมด 185 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 66 ของข่าวทั้งหมดที่โพสต์เดือนพฤษภาคม 2565 ช่วงเวลาในการโพสต์เริ่มตั้งแต่เวลา 05.00-21.00 น. ช่วงที่โพสต์ข่าวมากที่สุดคือ ช่วงที่ตลาดเปิดทำการ เวลา 10.00-16.00 น. ส่วนเวลาที่โพสต์ข่าวมากที่สุดคือ เวลา 09.00 น. ก่อนตลาดหุ้นเปิดทำการ โดยกลยุทธ์ข่าวหุ้น ได้แก่

1.1 ด้านกลยุทธ์การนำเสนอ 5 ด้าน ได้แก่ ประเภทเนื้อหาหุ้น กลุ่มอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์เนื้อหา อายุเนื้อหา และแหล่งข้อมูล พบว่า

1.1.1 ประเภทเนื้อหาหุ้น มีทั้งหมด 14 ประเภท โดยประเภทเนื้อหาหุ้นที่ถูกนำเสนอ 3 อันดับแรกคือ หุ้นรายตัว ร้อยละ 52.4 มากกว่าครึ่งหนึ่งของข่าวทั้งหมด รองลงมา ร้อยละ 28.1 มี 2 ประเภทคือ ข้อมูลบริษัท การประกอบธุรกิจ และดัชนี SET-ราคาหุ้น เมื่อพิจารณาข้อมูลที่ปรากฏในเนื้อหาพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 75.7 หรือ 140 โพสต์มีชื่อหุ้นรายตัวปรากฏอยู่ในข่าว ซึ่งรวมเป็นจำนวน 247 บริษัทที่ถูกกล่าวถึง ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 28.7 ของหุ้นสามัญทั้งหมดที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ปัจจุบันมีทั้งหมด 860 บริษัท

1.1.2 กลุ่มอุตสาหกรรมหุ้น ของหุ้นที่นำเสนอในข่าว แบ่งออกเป็น 8 หมวด ตามเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งหุ้นกลุ่มที่ถูกนำเสนอข่าวมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มบริการ (.SERVICE) ทรัพยากร (.RESOURC) ธุรกิจการเงิน (.FINCIAL) อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (.PROPCON) เทคโนโลยี (.TECH) เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (.AGRO) สินค้าอุตสาหกรรม (.INDUS) สินค้าอุปโภคบริโภค (.CONSUMP) ตามลำดับ

1.1.3. วัตถุประสงค์เนื้อหา มีทั้งหมด 6 วัตถุประสงค์ ได้แก่ แจ้งข่าวสารและให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ วิเคราะห์-พยากรณ์ สร้างความเพลิดเพลิน สร้างแรงบันดาลใจ สร้างความรู้ความเข้าใจ ซึ่งข่าวที่มีวัตถุประสงค์แจ้งข่าวสารและให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ถูกนำเสนอมากที่สุด ร้อยละ 84.9 ของข่าวทั้งหมด ส่วนที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ วัตถุประสงค์สร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างแรงบันดาลใจ

1.1.4 อายุเนื้อหา แบ่งเป็นเนื้อหาที่อายุสั้นและอายุยาว ส่วนใหญ่ร้อยละ 93.5 เป็นเนื้อหาที่มีอายุสั้นเป็นคอนเทนต์ที่อัปเดต เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ เป็นที่สนใจในระยะสั้น อยู่ในกระแส มีการเปลี่ยนแปลงตลอด

1.1.5 แหล่งข้อมูล มีทั้งหมด 3 แบบ ซึ่งข้อมูลที่ถูกนำเสนอมากที่สุด ร้อยละ 64.3 เกินกว่าครึ่งคือ ข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่น หมายถึง ข้อมูลที่ efinanceThai ได้รับหรือค้นหาจากแหล่งอื่น ๆ รองลงมาได้แก่ ข้อมูลที่ efinanceThai ผลิตขึ้นเอง และข้อมูลที่ efinanceThai รวบรวมมาจากหลากหลายแหล่งข่าวมานำเสนอในโพสต์เดียว

ข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือ ข้อมูลที่มาจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 42.7 หรือ 79 โพสต์ ส่วนบริษัทหลักทรัพย์หรือโบรกเกอร์ที่มีการอ้างอิงในข่าวมากที่สุดคือ ASPS บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด คิดเป็นร้อยละ 54.5 หรือ 12 โพสต์จาก 18 บริษัทที่มีการอ้างอิงถึงในข่าว



ภาพที่ 1 สรุปกลยุทธ์ข่าวหุ้น efinanceThai

ที่มา: Onnark, 2022

1.2 กลยุทธ์เนื้อหา 4 ด้าน ได้แก่ การโพสต์สื่อที่ใช้ประกอบโพสต์ รูปแบบการนำเสนอ และความยาวเนื้อหาพบว่า

1.2.1 รูปแบบการโพสต์ข่าวหุ้น มีทั้งหมด 4 แบบ ได้แก่ สถานะ (Status) ลิงก์ (Link) ภาพ (Photo) วิดีโอ (Video) รูปแบบการโพสต์แบบสถานะถูกใช้ในทุกโพสต์หรือร้อยละ 100 ส่วนรูปแบบภาพรองลงมาอยู่ที่ร้อยละ 84.9

1.2.2 สื่อที่ใช้ประกอบโพสต์ มีทั้งหมด 4 แบบ ได้แก่ ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง โดยข้อความและภาพนิ่งปรากฏในทุกโพสต์หรือร้อยละ 100

1.2.3 รูปแบบการนำเสนอ มีทั้งหมด 12 แบบ ได้แก่ รายงานข่าว อินโฟกราฟิก ย่อความให้เปิดต่อในเว็บไซต์ เกาะกระแส บทความ-คอลัมน์ จัดอันดับ-เปรียบเทียบ รายการออนไลน์ อัลบั้มภาพ วิดี-ขั้นตอนกรณีศึกษา แร่ลิงก์จากเพจอื่น ประชาสัมพันธ์-โฆษณา โดยรูปแบบการนำเสนอ 5 อันดับแรกที่เพจนี้ใช้มากที่สุดคือ รายงานข่าว อินโฟกราฟิก ย่อความให้เปิดต่อในเว็บไซต์ เกาะกระแส และบทความ-คอลัมน์ ตามลำดับ

1.2.4 ความยาวเนื้อหามีแบบสั้นและแบบยาว โดยเนื้อหาแบบสั้นมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 55.7 ไม่ได้ต่างกับเนื้อหาแบบยาวมากนัก เนื้อหาแบบสั้นจะใช้ระยะเวลาสั้น ๆ ในการอ่านหรือดูไม่เกิน 1 นาที มีประเด็นในการสื่อสารน้อย ใช้เวลาน้อยในการทำ ความเข้าใจ เนื้อหาจบสมบูรณ์ภายในโพสต์นั้น ๆ จำนวนคำต่อโพสต์อยู่ที่ 2-499 คำ ซึ่งในเดือนพฤษภาคม ไม่มีเนื้อหาสั้นที่เป็นวิดีโอ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจการใช้ประโยชน์และความคิดเห็นของนักลงทุนที่มีต่อรูปแบบข่าวเกี่ยวกับหุ้นของเพจ efinanceThai

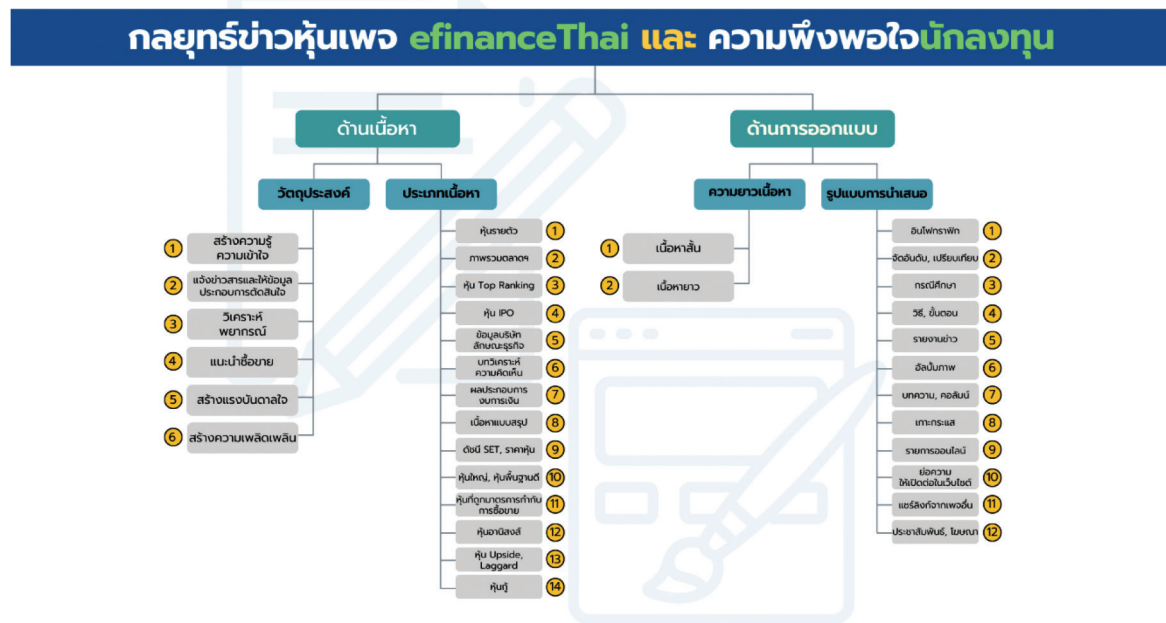
ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์นักลงทุนกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามหัวข้อคำถาม 8 ข้อ ได้แก่ 1) ลักษณะทางประชากรของนักลงทุน 2) การเปิดรับข่าวสารทางเฟซบุ๊ก 3) ความพึงพอใจรูปแบบข่าวหุ้นด้านเนื้อหา

4) ความพึงพอใจข่าวหุ้นด้านการออกแบบ 5) การใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารจากข่าวหุ้น 6) การใช้ประโยชน์ด้านอารมณ์ความคิดจากข่าวหุ้น 7) วิธีการนำข้อมูลข่าวสารจากข่าวหุ้นไปใช้ประโยชน์ 8) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ efinance Thai พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 72.2 เปิดรับข่าวทุกวัน ช่วงที่เปิดรับข่าวมากที่สุด ร้อยละ 55.6 คือ วันที่ตลาดหุ้นเปิดทำการ

2. วิธีเปิดรับข่าวหุ้นจากเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่ร้อยละ 94.4 อ่านจาก News Feed ร้อยละ 50 จะเข้าไปอ่านในเพจหากวันไหนต้องการอ่าน แต่ไม่ขึ้นใน News Feed วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวหุ้นส่วนใหญ่ร้อยละ 77.8 เปิดรับเพื่อให้ทันสถานการณ์ รองลงมาร้อยละ 44.4 เพื่อหาหุ้นตัวใหม่ ๆ ร้อยละ 27.8 มีสองวัตถุประสงค์คือ เพื่อหาหุ้นที่กิจการน่าสนใจและหาความรู้ ที่เหลือร้อยละ 5.6 เพื่อหาคำแนะนำและหาคำตอบที่สงสัย และวัตถุประสงค์ในการเปิดรับน้อยที่สุดคือ เพื่อหาคำแนะนำ

3. ความพึงพอใจรูปแบบข่าวหุ้นด้านเนื้อหา แบ่งออกเป็น 3 ข้อ ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ของคอนเทนต์ข่าวหุ้นที่พึงพอใจ 2) ประเภเนื้อหาข่าวหุ้นที่พึงพอใจ และ 3) กลุ่มอุตสาหกรรมข่าวหุ้นที่พึงพอใจ ซึ่งการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ของคอนเทนต์ข่าวหุ้นที่นักลงทุนพึงพอใจมากที่สุดคือ สร้างความรู้ ความเข้าใจ อยู่ที่ร้อยละ 66.7 ด้านประเภทเนื้อหาข่าวหุ้นที่นักลงทุนพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ หุ้นรายตัวอยู่ที่ร้อยละ 55.6 ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมข่าวหุ้นที่พึงพอใจพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ไม่ได้มีกลุ่มอุตสาหกรรมหุ้นที่พึงพอใจในการอ่านข่าวเป็นพิเศษ เน้นอ่านข่าวเกี่ยวกับหุ้นที่ได้รับอานิสงส์กับตลาดในปัจจุบัน หรือในธีมที่ตลาดให้ความสนใจ กลุ่มที่อยู่ในเทรนด์ หรือเกี่ยวข้องกับสายอาชีพที่เห็นในชีวิตประจำวัน หรือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมของหุ้นที่ตนเองถือครอง



ภาพที่ 2 สรุปความพึงพอใจของนักลงทุนต่อกลยุทธ์ข่าวหุ้นเพจ efinanceThai

ที่มา: Onnark, 2022

4. ความพึงพอใจข่าวหุ้นด้านการออกแบบ มี 2 ส่วนได้แก่ความยาวของเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ความยาวของเนื้อหา แบ่งออกเป็นเนื้อหาแบบสั้นและแบบยาว ความยาวเนื้อหาที่นักลงทุนพึงพอใจมากที่สุดคือ เนื้อหาแบบสั้น ส่วนรูปแบบการนำเสนอ แบ่งออกเป็น 12 รูปแบบตามที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 เรียงตามอันดับความพึงพอใจของนักลงทุน ได้ดังนี้ 1) อินโฟกราฟิก 2) จัดอันดับ-เปรียบเทียบ 3) กรณศึกษา 4) วิช-ขั้นตอน 5) รายงานข่าว 6) อัลบั้มภาพ 7) บทความ-คอลัมน์ 8) เกาะกระแส 9) รายการออนไลน์ 10) ย่อความให้เปิดต่อในเว็บไซต์ 11) แครดลิงก์จากเพจอื่น 12) ประชาสัมพันธ์-โฆษณา

5. การใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารจากข่าวหุ้น แบ่งออกเป็น 4 ข้อตามลำดับ โดยนักลงทุนเกินกว่าครึ่งได้ประโยชน์ด้านการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับหุ้นมากที่สุด ร้อยละ 55.6 รองลงมา ได้ข้อมูลเกี่ยวกับหุ้นไปศึกษาต่อ ร้อยละ 50 ได้คำแนะนำเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ ร้อยละ 33.3 และได้มีความรู้เพิ่มเติม ร้อยละ 11.1

6. การใช้ประโยชน์ด้านอารมณ์ ความคิด จาก

ข่าวหุ้น แบ่งออกเป็น 7 ข้อตามลำดับ โดยนักลงทุนเกิดความสนใจซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อขายหุ้นมากที่สุด ร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ เกิดการรับรู้ต่อหุ้น ร้อยละ 22.2 เกิดภาพจำต่อหุ้น ร้อยละ 16.7 เกิดความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ เกิดความผ่อนคลาย เกิดความรู้สึกดีหรือแย่ตามข่าว และเกิดความมั่นใจในหุ้นเท่า ๆ กัน ที่ร้อยละ 11.1

7. วิธีการนำข้อมูลข่าวสารจากข่าวหุ้นไปใช้ประโยชน์ วิธีการของนักลงทุนแต่ละกลุ่มแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) บันทึกโพสต์เก็บไว้ ทั้งการกดบันทึกในฟังก์ชัน Save บนเฟซบุ๊กหรือแชร์เก็บไว้ โดยตั้งเป็นแบบส่วนตัว หรือใช้วิธีการแคปภาพหน้าจอเก็บเอาไว้ หรือจดลงสมุดเก็บเอาไว้ เพื่อไปทำการบ้านหุ้นต่อหรือเก็บไว้อ่านซ้ำ 2) นำหุ้นตัวที่สนใจอยู่แล้วหรือตัวใหม่ เพิ่มเข้าไปใน Watch List หรือ Favourite ใน e-fin StockPickup หรือ Streaming 3) นักลงทุนกลุ่มที่ดูพื้นฐานควบคู่ไปด้วยจะหาข้อมูลของหุ้นตัวนั้น ๆ เพิ่มเติมจากแหล่งข่าวอื่นหรืออ่านข้อมูลพื้นฐานจากโปรแกรม e-fin StockPickup เพื่อดูภาพรวมและข้อมูลทางพื้นฐานทางธุรกิจเพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม

ส่วนนักลงทุนทางด้านเทคนิค จะเปิดกราฟหุ้นตัวที่สนใจดูเพื่อวางแผนหาจุดซื้อขาย ดูแนวโน้มและกราฟของหุ้นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แล้วเลือกอีกครั้งหนึ่งว่าหุ้นตัวใดเข้าหน้าเทรตแบบใด เป็นหน้าเทรตแบบที่ตนเองต้องการหรือไม่ 4) นักลงทุนบางส่วนจะแบ่งปันข้อมูลที่ได้จากการอ่านให้กับเพื่อนหรือกลุ่มสังคมของตนเอง ทั้งการแบ่งปันข่าวนั้นจากเพจ efinanceThai โดยตรง หรือแบ่งปันด้วยมุมมองของตนเองหลังจากที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับหุ้นตัวนั้น ๆ หรือสถานการณ์นั้น ๆ มาแล้ว หรือนำข้อมูลไปปรึกษาต่อว่าหุ้นตัวดังกล่าวมีความน่าสนใจหรือไม่ และ 5) เมื่อวางแผนได้เรียบร้อยแล้วหรือมีหุ้นที่สนใจจะซื้อแล้ว จึงตัดสินใจเข้าซื้อ-ขายหุ้นในตลาด

8. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อเพจ efinanceThai แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ และด้านเนื้อหา โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการออกแบบภาพอินโฟกราฟิกและอินโฟกราฟิกที่ใช้ประกอบข่าวมีความสวยงาม อ่านง่าย ตัวหนังสือมีความชัดเจน ส่วนด้านเนื้อหาที่มีความคาดหวังว่าข่าวชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น มีความน่าสนใจ อีกทั้งข้อความในข่าวก็อ่านเข้าใจง่ายในครั้งเดียว กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เพิ่มเนื้อหาเป็นรายการออนไลน์เพราะสะดวกต่อการเปิดรับ และเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการซื้อขายรายตัวของนักลงทุนต่างชาติ ต่างสถาบัน และนักลงทุนรายใหญ่เพื่อที่จะได้เงินทุนที่ไหลเข้าออก

หากเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มวัยพบว่า Gen X จะอ่านเนื้อหาที่แนะนำหุ้น วิเคราะห์และพยากรณ์เพื่อซื้อตาม “เพราะประหยัดเวลา ไม่ต้องวิเคราะห์ภาพรวมตลาดเอง ถ้าวิเคราะห์เองก็กลัวว่าถูกหลอกยิ่งเป็นภาพรวมอุตสาหกรรมหรือต่างประเทศก็ยิ่งยาก” ในขณะที่ Gen Y จะดูภาพรวมตลาดและแนวโน้มเศรษฐกิจ เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนลงทุนเอง “เพราะเป็นข้อมูลจริงถูกต้อง บางทีไม่ได้เข้าอ่านของทุกบริษัท การที่อ่านจากเพจก็เหมือนเขาได้เลือกและย่อมาให้แล้ว” หรือ “เพราะจะได้เอาหุ้นตัวนั้นไปเทียบกับกราฟว่าเข้า

หน้าเทรตที่เราชอบไหมเพื่อตัดสินใจซื้อขายต่อ”

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสายการลงทุนพบว่าสายเทคนิคจะอ่านดัชนี SET และราคาหุ้น ดูเนื้อหาที่สรุปเป็นอินโฟกราฟิก ในขณะที่สายพื้นฐานและสายผสมจะอ่านเพื่อหาความรู้ ศึกษาการจัดอันดับ กรณีศึกษาและวิธีการ “เพราะจะได้ทราบวิธีการของคนอื่น ๆ ว่าทำอะไร” หรือ “ไม่ได้เรียนมาโดยตรง บางคนมีข้อสงสัยเหมือนกันแล้วเอามาเขียนคอนเทนต์ จะได้ความรู้พื้นฐานแน่นขึ้น” หรือ “เพราะจะได้รู้ว่าตลาดช่วงนี้ควรซื้อหรือควรอยู่เฉย ๆ เป็นช่วงไหนของตลาดหุ้นรอผลประกอบการก่อนไหม น่าสนใจอยู่ไหม จะได้ตัดสินใจซื้อขายได้ ไม่ได้รู้จักหุ้นทุกตัว พออ่านก็ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทที่ไม่เคยรู้ไปด้วย”

ส่วนกลุ่มที่ใช้ประสบการณ์การลงทุนเป็นเกณฑ์เปรียบเทียบพบว่า นักลงทุนมือใหม่จะพึงพอใจและใช้ประโยชน์เนื้อหาที่ให้ความรู้ความเข้าใจ “ส่วนตัวมีความรู้เกี่ยวกับด้านภาพรวมเศรษฐกิจน้อย จึงชอบที่จะอ่านเพื่อเป็นความรู้เพิ่มเติม สร้างความเข้าใจมากกว่าการอ่านหุ้นเป็นรายตัว” ในขณะกลุ่มที่มีประสบการณ์จะแสวงหาข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ “เพราะจะได้ดูหุ้นที่เล่นอยู่ ถ้าตรงกันหรือถ้าอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จะเปรียบเทียบดูผลตอบแทนที่ได้”

นอกจากนี้นักลงทุนกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าการเข้ามาติดตามเพจนี้ เพราะ “Topic โดน หัวข้อเรื่องและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ภาพและตัว Text ดึงดูด ชอบ Text ที่เห็นชัดเจน เคลียร์ว่ากำลังนำเสนอเรื่องอะไรอยู่” แต่ “อยากให้สรุปหุ้นเป็นคลิปรายการออนไลน์ นำเสนอหุ้นที่หลากหลายกว่านี้ เช่น หุ้นนอกสายตา เปรียบเทียบหุ้นของบริษัทในกลุ่มเดียวกันที่มีการเติบโตใกล้ ๆ กัน หรือสอนเทคนิคขั้นตอนมากขึ้น” และ “นำเรื่องที่น่าสนใจแล้วมาทำรูปแบบใหม่ ๆ เช่น คลิปเสียง เพื่อจะได้เตือนความจำว่าเรื่องนี้ยังไม่ได้อ่าน เป็นเรื่องที่เซฟเก็บไว้”

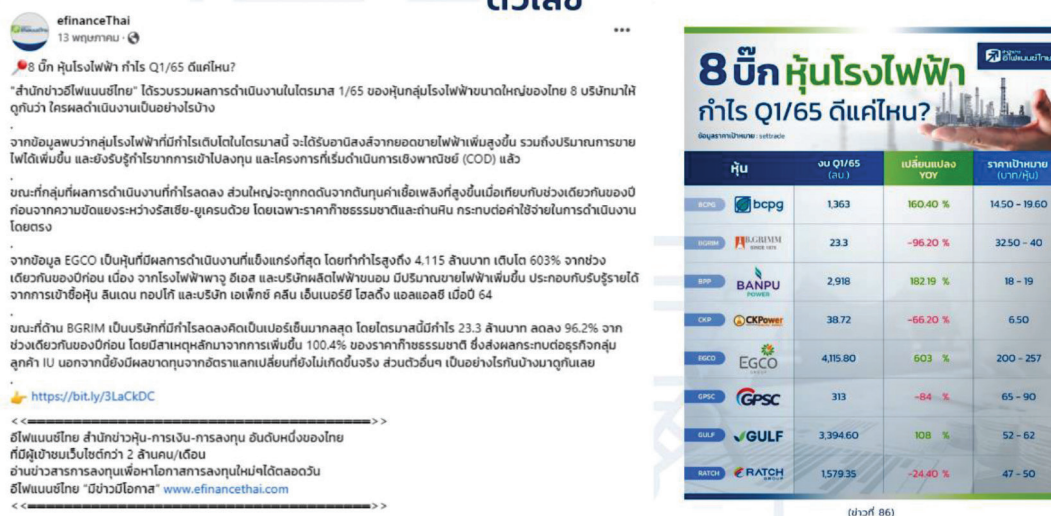
อภิปรายผล

การศึกษากลยุทธ์ข่าวหุ้นของเพจ efinanceThai พบว่า การนำเสนอข่าวหุ้นของเพจ สามารถสรุปรูปแบบ และเนื้อหาได้ดังนี้คือ นิยมการนำเสนอในรูปแบบของการรายงานข่าวภายใต้เมนู News โดยเน้นความยาวของข่าวแบบสั้น สอดคล้องกับแนวคิดการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจของ Vithayarat (2002) ที่ระบุว่าการเขียนข่าวเศรษฐกิจต้องมีการนำเสนอข้อมูลโดยจัดเรียงลำดับต่อเนื่องเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ ใช้ประโยชน์ที่ง่าย สั้น สื่อความหมายได้ชัดเจน แต่ละประโยคหรือวลีมีหลักความคิดเดียว เรียบเรียงประโยคสั้น แต่ก็มีส่วนที่แตกต่างกันคือ ในการรายงานข่าวเศรษฐกิจตามแนวคิดในยุคสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิม จะไม่นำสถิติตัวเลขมาไว้ในความนำของข่าวเพราะอาจทำให้ผู้อ่านเบนความสนใจจากข่าว ซึ่งสื่อใหม่โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ทั้งเพจ efinanceThai และเพจข่าวสำนักอื่น ๆ มักนำเรื่องสถิติและตัวเลขมาพาดหัวข่าวหรือหยิบมาเป็นไฮไลท์เพื่อดึงดูดผู้อ่าน นอกจากนี้ยังเน้นความเร็วในการเสนอข้อมูล โดยมี Real-time Quote เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของตลาดหุ้นตลอด 24 ชั่วโมง โดยนักลงทุนไม่ต้องรีפרชหน้าจอ

ทั้งนี้ยังพบว่า เพจ efinanceThai มีการนำเสนอข่าวตามแนวคิดของ Wongreanthong (2021) ซึ่งกล่าวว่าข่าวหุ้นที่มีเนื้อหาแบบสั้นมากที่สุด ซึ่งเนื้อหาแบบนี้เข้าถึงคนได้มาก เพราะไม่ต้องใช้เวลาในการเสพเนื้อหา จึงไม่มีแรงต้านในการเสพเนื้อหา ผลก็คือเนื้อหาสั้นมักทำให้คนอ่านมีปฏิสัมพันธ์ง่ายขึ้น แต่ก็มีข้อเสียคือ สื่อสารได้ทีละน้อยประเด็น หากนักลงทุนที่ต้องการข้อมูลในเชิงลึกอาจจะไม่ได้พึงพอใจกับเนื้อหาเหล่านี้มากนัก เพราะมองว่าอ่านแล้วไม่ได้ประโยชน์เท่ากับเนื้อหาแบบยาว

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวหุ้นมีความหลากหลายมากกว่าแนวคิดเดิมของ Dounsachermvong (1999) จากเดิมจะมีเพียงรูปแบบการรายงานข่าว รายงานทั่วไป รายงานพิเศษ สืบสวนสอบสวน บทความ คอลัมน์ ในสื่อสิ่งพิมพ์เท่านั้น โดย efinanceThai มีการนำเสนอในรูปแบบการวิเคราะห์ ภายใต้เมนู Research โดยเป็นการรวบรวมบทวิเคราะห์หลักทรัพย์พื้นฐาน และทางเทคนิค ของโบรกเกอร์ชั้นนำเพื่อสนับสนุนให้นักลงทุนสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องก่อนการลงทุน รวมถึงการนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์ทางด้านปัจจัยพื้นฐาน ตามกลุ่มอุตสาหกรรม ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เช่น รายชื่อผู้ถือหุ้น งบการเงิน นโยบายในการจ่ายเงินปันผล เป็นต้น ภายใต้เมนู Stock Focus ซึ่งทั้งสองเมนูจะมีวัตถุประสงค์หลากหลาย อาทิ ให้ความรู้ โน้มน้าวใจ ให้ประโยชน์ในการตัดสินใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ติดตาม ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนสายใด เพราะมีข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลเชิงลึก โดยการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวมาสู่การตัดสินใจลงทุนหุ้น ซึ่ง efinanceThai ก็มีเครื่องมือการลงทุนในเพจ (e-fin) ทำให้ผู้ติดตามสามารถวิเคราะห์ วางแผนการลงทุน รวมถึงลงทุนหุ้นแบบ Realtime ได้ภายในการเข้าใช้ครั้งเดียว อีกนัยหนึ่งคือ เพจสามารถนำเสนอข่าวสารถึงผู้อ่านได้และยังสามารถปิดการขายได้อีกด้วย ซึ่งการที่เพจไม่ได้นำเสนอคอนเทนต์ในลักษณะข่าวเพียงอย่างเดียว แต่มีการสอดแทรกความรู้และสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้อ่าน มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจึงสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหาของ Kotler et al. (2021) ที่ระบุว่าการตลาดเชิงเนื้อหาเป็นการส่งเสริมการขายที่ผสมความบันเทิง ให้ความรู้ แรงบันดาลใจ เพื่อดึงดูดความสนใจมากกว่าขายตรง ๆ

ตัวอย่างข่าวที่ใช้อินโฟกราฟิกช่วยอธิบายเนื้อหาให้เข้าใจง่าย แม้มีสถิติตัวเลข



ภาพที่ 3 ตัวอย่างข่าวที่มีเนื้อหาทางสถิติ

ที่มา: efinanceThai (2022c)

เมื่อมีการนำเสนอสถิติตัวเลขมาดึงดูดผู้อ่าน efinanceThai จะใช้กราฟิกภาพและข้อความช่วยในการนำเสนอ ซึ่งมีการนำเสนอในเนื้อหาข่าว และแยกในเมนู Graph ทำให้อ่านง่ายและมีความน่าสนใจมากกว่า (ภาพที่ 3) ในประเด็นนี้ Srisarakam และ Khumwiset (2014) กล่าวว่าเป็นการนำเสนอข่าวที่ปรับรูปแบบไปตามคุณลักษณะสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน คือ การนำเสนอแบบอินโฟกราฟิก ผู้อ่านสามารถอ่านข้อมูลจากรูปภาพให้ได้ความรู้ ความเข้าใจแบบสั้นได้ แทนที่การอ่านจากรายงานข่าวแบบเดิม

นอกจากนี้แนวคิดของ Wongreanthong (2021) ยังมีความสอดคล้องกับรูปแบบการนำเสนอ

แบบเกาะกระแสน้ำที่ได้รับการตอบสนองจากผู้ใช้เฟซบุ๊กเป็นจำนวนมาก ทั้งการแสดงความคิดเห็น กดไลก์ กดหัวใจ กดว่า มากกว่าเนื้อหาประเภทอื่นที่นำเสนอในเพจหลายเท่า เพราะคอนเทนต์แบบบันเทิงใจมักจะสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้ค่อนข้างมาก เช่น ในภาพที่ 4 ที่นำเสนอข่าวราคาของหุ้นบริษัท ทีวีไอดีเร็กซ์ (TVD) โดยนำรูปของแมวกับจอร์จ-ซาราห์ที่เป็นภาพจำของบริษัทมาใช้ ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกสนุก แต่อาจจะไม่ได้จดจำข้อมูล ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่ว่า รูปแบบการนำเสนอแบบเกาะกระแสน้ำ ไม่ได้เป็นที่พึงพอใจและเป็นที่จดจำของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างมากนัก แต่สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้เพจ efinanceThai ได้

ตัวอย่างวัตถุประสงค์คอนเทนต์ข่าวหุ้นในยุคสื่อใหม่



คอนเทนต์สร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างแรงบันดาลใจ



คอนเทนต์แจ้งข่าวสาร (แบบ Real Time) ควบคู่กับคอนเทนต์สร้างความเพลิดเพลิน



ภาพที่ 4 การนำเสนอข่าวราคาของหุ้นบริษัททีวีได้เร็กซ์

ที่มา: efinanceThai (2022d, 2022e)

ความพึงพอใจของนักลงทุน

ความแตกต่างด้านวัยเจเนอเรชัน Y และ X

ทั้งสองช่วงอายุไม่ได้มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จะมีความแตกต่างเพียงเล็กน้อยตรงที่ เจเนอเรชัน X จะอ่านคอนเทนต์ที่มีวัตถุประสงค์ในการแนะนำซื้อและให้น้ำหนักกับการวิเคราะห์พยากรณ์ของนักวิเคราะห์มากกว่า โดยให้เหตุผลว่าง่ายต่อการนำไปใช้งานเพราะมีคนคิดมาให้แล้ว ซึ่งต่างกับ เจเนอเรชัน Y ที่มักอ่านแค่ส่วนของกราฟวิเคราะห์ภาพรวม แนวโน้มทางเศรษฐกิจจากนักวิเคราะห์ และนำกลับมาทำแผนการลงทุนของตนเองมากกว่า

ความแตกต่างของสายการลงทุน

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 50 เป็นนักลงทุนสายผสมพื้นฐานและเทคนิค จากการวิจัยพบว่า ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดคือ นักลงทุนสายผสมมีความพึงพอใจในวัตถุประสงค์คอนเทนต์ที่ให้ความรู้ความเข้าใจมากที่สุด รูปแบบการนำเสนอที่พึงพอใจมากที่สุดคือ รูปแบบการจัดอันดับ เปรียบเทียบกรณีศึกษา และวิธีขั้นตอนด้านประเภทเนื้อหาหุ้นมีความพึงพอใจแบบกระจายตัว ส่วนสิ่งที่เหมือนกันคือ นักลงทุนสาย

ผสมพื้นฐานและเทคนิค และสายเทคนิค พึงพอใจวัตถุประสงค์คอนเทนต์ที่สร้างความรู้ ความเข้าใจ และคอนเทนต์ วิเคราะห์ พยากรณ์ ส่วนนักลงทุนสายเทคนิคเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน ตรงที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิกมากที่สุด ส่วนประเภทเนื้อหาหุ้น IPO มีเฉพาะนักลงทุนสายเทคนิคและสายผสมที่ให้ความพึงพอใจ และเนื้อหาประเภทดัชนี SET และราคาหุ้น มีเพียงสายเทคนิคเท่านั้นที่ให้ความพึงพอใจ

ความแตกต่างของประสบการณ์ในการลงทุนหุ้น

นักลงทุนที่มีประสบการณ์น้อยมักต้องการเนื้อหาที่เกี่ยวกับสาระความรู้ ทั้งในเชิงพื้นฐานและเทคนิค ส่วนนักลงทุนที่มีประสบการณ์แล้วจะต้องการข้อมูลข่าวสารและภาพรวมตลาด ส่วนใหญ่ต้องการรับข้อมูลแบบสั้น เพื่อประเมินต่อว่าเป็นเรื่องที่สนใจหรือไม่ รวมถึงเมื่อมีเวลาจะต้องการอ่านแบบยาวเป็นเนื้อหาเชิงลึก ทั้งนี้ต้องเป็นเนื้อหาแบบยาวที่ผ่านการกลั่นกรองมาแล้ว ต้องอ่านง่าย ตรงประเด็นไม่เยิ่นเย้อ

การนำไปใช้ประโยชน์

แนวคิดของ Vithayarat (2002) ระบุว่า เศรษฐกิจเป็นตัวนำในการพัฒนาประเทศ ข่วทางด้านเศรษฐกิจเกิดขึ้นทุกวันและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด การเสนอข่าวของสื่อมวลชน ทำให้ทราบกระแสเศรษฐกิจ เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศได้อีกทางหนึ่ง ในแง่การลงทุนตลาดหุ้น ข่วหุ้นหรือข่าวเศรษฐกิจ แนวโน้มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหุ้นที่แนะนำให้เสนอในปัจจุบัน เป็นสิ่งสำคัญต่อนักลงทุนอย่างแท้จริง เพราะหากนักลงทุนไม่ได้ติดตามข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจกับสื่อเลย อาจส่งผลเสียต่อเงินลงทุนของตนเองได้

ผลการวิจัยด้านใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนพบว่า นักลงทุนใช้ประโยชน์จากข่าว เพื่อได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับหุ้นมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อนำข้อมูลไปศึกษาต่อได้คำแนะนำเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ และได้มีความรู้เพิ่มเติม ตามลำดับ ส่วนการใช้ประโยชน์ด้านอารมณ์ ความคิด นักลงทุนกลุ่มตัวอย่างรู้สึกเกิดความสนใจ ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อขายหุ้นมากที่สุด รองลงมาคือ เกิดการรับรู้เกี่ยวกับหุ้นเกิดภาพจำต่อหุ้น เกิดความเข้าใจ เกิดความผ่อนคลาย เกิดความรู้สึกดีหรือแย่ตามข่าวและเกิดความมั่นใจในหุ้นตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs อ้างถึงใน Kittinaraporn (2007) ที่กล่าวถึงความต้องการของบุคคลในการเปิดรับข่าวสารว่า บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อต้องการคำแนะนำหรือข้อมูลช่วยตัดสินใจ (Guidance or Decision) สร้างความตื่นเต้น การมีส่วนร่วม (Excitement or Participating) ต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อช่วยส่งเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ และต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment)

สรุปผล

เพจ efinanceThai มีการโพสต์ข่าวทั้งหมด 281 โพสต์ ในเดือนพฤษภาคม 2565 เนื้อหาข่าวที่โพสต์มากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับหุ้นทั้งหมด 185 โพสต์ หรือร้อยละ 66 ของข่าวทั้งหมด โดยมีโพสต์ข่าวเวลา 09.00 น. ก่อนตลาดหุ้นเปิดทำการ

รูปแบบข่าวหุ้นแบ่งออกเป็น 9 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบการโพสต์ข่าวหุ้น 2) สื่อที่ใช้ประกอบโพสต์ 3) รูปแบบการนำเสนอ 4) ความยาวเนื้อหา 5) อายุเนื้อหา 6) ประเภทเนื้อหาหุ้น 7) กลุ่มอุตสาหกรรมหุ้น 8) วัตถุประสงค์ข่าว 9) ข้อมูลข่าว ส่วนสื่อที่ใช้ประกอบโพสต์ มีทั้งหมด 4 แบบ ได้แก่ ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ทุกโพสต์ประกอบด้วยข้อความและภาพนิ่ง ด้านรูปแบบการนำเสนอ มีทั้งหมด 12 แบบ ความยาวเนื้อหา เนื้อหาแบบสั้นมีจำนวนมากที่สุด โดยใช้เวลาอ่านไม่เกิน 1 นาที มีประเด็นในการสื่อสารน้อย เนื้อหาจบสมบูรณ์ภายในโพสต์นั้น ๆ จำนวนคำต่อโพสต์อยู่ที่ 2-499 คำ ประเภทเนื้อหาหุ้น มีทั้งหมด 14 ประเภท โดยหุ้นรายตัวถูกนำเสนอมากที่สุดร้อยละ 52.4 คิดเป็นครึ่งหนึ่งของข่าวทั้งหมด ข่าวที่มีวัตถุประสงค์ให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ถูกนำเสนอมากที่สุดที่ร้อยละ 53 คิดเป็นครึ่งหนึ่งของข่าวทั้งหมด ส่วนที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ วัตถุประสงค์สร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างแรงบันดาลใจ

ด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ สรุปได้ว่าโดยรวมนักลงทุนมีความพึงพอใจข่าวหุ้นที่มีวัตถุประสงค์ สร้างความรู้ ความเข้าใจมากที่สุด พึงพอใจประเภทเนื้อหาหุ้นรายตัวมากที่สุด พึงพอใจเนื้อหาแบบสั้นมากที่สุด และพึงพอใจรูปแบบการนำเสนออินโฟกราฟิกมากที่สุด การใช้ประโยชน์คือ ได้รับทราบข้อมูลหุ้นทำให้เกิดความสนใจ ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อขายหุ้นมากที่สุด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นอินโฟกราฟิกที่ใช้ประกอบข่าวมีความสวยงาม อ่านง่าย ตัวหนังสือชัดเจน ข้อความพาดหัวข่าว ชัดเจน กระชับ ตรงประเด็น น่าสนใจ และอ่านเข้าใจง่ายในครั้งเดียว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อเพจ efinanceThai

จะเห็นว่าการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ โดยเฉพาะสื่อที่เน้นเนื้อหาเฉพาะทาง จำเป็นจะต้องมีการวางกลยุทธ์การนำเสนอและเนื้อหาไปด้วยกัน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารหลายกลุ่มได้ โดยสามารถทดลองกลยุทธ์ดังนี้

1.1 เพิ่มกรณีศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนถึงการนำพาบริษัทให้ผ่านพ้นวิกฤติ เพราะนักลงทุนหลายท่านพึงพอใจกับเนื้อหาเชิงลึกที่มาจากประสบการณ์ตรง

1.2 หากพิจารณาเพิ่มเติมจากลักษณะของเพจอื่น ๆ ที่นักลงทุนส่วนใหญ่เปิดรับจะพบว่านักลงทุนกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวจากเพจส่วนบุคคลมากที่สุด จึงควรนำเสนออย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับการสัมภาษณ์ หรือการเปิดพื้นที่ให้นักลงทุนที่ประสบความสำเร็จ การลงทุนหุ้นที่เปรียบเหมือนไอดอลของนักลงทุนรายย่อย ได้แบ่งปันประสบการณ์ วิธีการ ขั้นตอน และความสำเร็จของบุคคลเหล่านั้น โดยทำในลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิมที่เป็นบทความ เช่น ทำเป็น อินโฟกราฟิก หรืออัลบั้มภาพ

1.3 หากกลยุทธ์การนำเสนออื่น ๆ เพื่อโน้มน้าวใจให้นักลงทุนกดติดตามแบบเป็นรายการโปรด หรือแจ้งเตือนโพสต์แบบไฮไลต์ เช่น การแจกคอร์สเรียนหุ้น แจกบัตรเข้างานสัมมนา โพสต์โควตคำพูดที่โดนใจจากอาจารย์ที่สอนหุ้น นักลงทุนที่ประสบความสำเร็จ

1.4 ทอยโพสต์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้โพสต์ไปขึ้นที่หน้า News Feed อยู่ตลอด ไม่ให้นักลงทุนลืมจนขาดการปฏิสัมพันธ์กับเพจ

1.5 นำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์กับทั้งมือใหม่ที่ยังไม่ทราบว่าจะอ่านได้จากที่ใด หรือมือเก่าที่

ทราบแต่ลืมเลื่อนไปแล้ว โดยการหยิบเนื้อหาเหล่านั้นออกมาทำเป็นประเด็น แล้วเสริมต่อด้วย Link เพื่อนำไปสู่ขั้นตอนต่าง ๆ เช่น การตรวจสอบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับหุ้น การเข้าถึงโปรแกรมของ efin เพื่อวางแผนการลงทุนหรือติดตามเชิยหุ้น

1.6 เพิ่มรูปแบบการนำเสนอรายการวิดีโอออนไลน์ อาจเป็นในรูปแบบคลิปสั้นหรือพอดแคสต์ โดยพิจารณารูปแบบคลิปสั้นที่ใช้เวลาไม่นานในการเปิดรับ ได้ทั้งในเชิงอัปเดตข่าวหรือสร้างความรู้ความเข้าใจแบบสรุปก่อน แล้วทำคอนเทนต์แบบยาวเตรียมไว้ สำหรับนักลงทุนที่อยากจะอ่านหรือรับชมแบบยาวกดเข้าไปดูต่อได้ หากเป็นพอดแคสต์แบบมีภาพประกอบที่เรียบง่าย จะทำให้นักลงทุนสามารถเปิดรับวิดีโอไปด้วยและทำอย่างอื่นไปด้วยได้

1.7 การเพิ่มเนื้อหาเปรียบเทียบบริษัทที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันทางพื้นฐานและเทคนิคให้มากขึ้น สามารถพัฒนาเป็นคอนเทนต์แบบทิวินวันคือ นำเสนอทั้งพื้นฐานและเทคนิคภายในโพสต์เดียว หรือเสนอทั้งอัปเดตสถานการณ์พร้อมกับให้ความรู้ภายในโพสต์เดียวกัน เพื่อที่ตอบโจทย์กับความต้องการของนักลงทุนที่ต้องการที่รับทราบข่าวสารปัจจุบันและอยากรอบรู้เรื่องเกี่ยวกับหุ้นเพิ่มเติม

2. ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ศึกษากลยุทธ์การนำเสนอและกลยุทธ์เนื้อหาของสำนักข่าวอื่น ๆ ที่นักลงทุนให้ความสนใจหรืออาจศึกษารูปแบบการการนำเสนอของเพจส่วนบุคคลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหุ้น เช่น นักลงทุนที่เสนอเทคนิคหรือวิธีการลงทุนแล้วได้ผลตอบแทนที่ดี เพื่อให้ได้รูปแบบคอนเทนต์ที่หลากหลาย

2.2 ศึกษาความต้องการของนักลงทุนแต่ละสายแบบเจาะลึก ทั้งเนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอเพื่อนำองค์ความรู้ไปสร้างโมเดลเพจข่าวเศรษฐกิจ

References

- Content Shifu. (n.d.). *Content marketing*. <https://contentshifu.com/pillar/content-marketing>
- Doungchalermvong, P. (1999). *Sources of information, selection, presentation of content related to stock analysis in Kaohoon newspaper and BangkokBiz newspaper: Economics-finance section* [Master's thesis]. Chulalongkorn University.
- efinanceThai. (2022a). *22 Years “efinanceThai” together with investors*. <https://www.efinancethai.com/efinReview/efinReview>
- efinanceThai. (2022b). *Do you know which GEN top the Thai stock market?* https://www.efinancethai.com/efinReview/eFinReviewMain.aspx?release=y&name=er_202202081654
- efinanceThai. (2022c, May 13). *How much do 8 giant Thai power plants make profit in Q1/65?* <https://bit.ly/3LaCkDC>
- efinanceThai. (2022d, May 17). *Investment plan for new investor in stock market*. <https://www.facebook.com/efinanceThai>
- efinanceThai. (2022e, May 17). *TV direct*. <https://www.facebook.com/efinanceThai>
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2021a). *ETDA revealed the value of e-commerce in 2020 at 3.78 billion baht, estimating to reach 4.01 billion in 2021*. <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-Reveals-the-Value-of-e-Commerce-in-2021.aspx>
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2021b). *Report of the internet users in Thailand 2020*. <https://www.etda.or.th/th/UsefulResource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2022). *Report of the internet users in Thailand 2021*. https://www.etda.or.th/getattachment/aad051d-e372-48f6-9fbe-9a2275666c/IUB2021_Slides-V5.pdf.aspx
- Finnomena. (2022). *“Sell in May and go away” still in use?* https://www.finnomena.com/akn/sell-in-may-go-away/name=er_202203231609
- Khuanpetch, S. (1993). *Marketing information service for investor in security business* [Master's thesis]. Chulalongkorn University.
- Kittinaraporn, J. (2007). *Media exposure, uses and gratifications from internet network “World Wide Web” (WWW) of Nakhon Pathom Rajabhat University* [Master's thesis]. Thammasart University.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Nation Book.
- Kumpiruk, T. (2015). *Uses and gratifications of individual investors towards financial investment in media and information communication era* [Master's thesis]. National Institute of Development Administration.

- Money Buffalo. (2021). “How many types of investors in Thailand ?” <https://www.moneybuffalo.in.th/money-series/trading-in-30-days/ep5>
- Nexdigital Marketing. (2021). *An importance of content marketing*. <https://www.nexdigitalmarketing.net/post/https-www-facebook-com-nexdigitalmarketing-26>
- Onnark, P. (2022). *Stock market content strategy, opinion, uses, and gratification of individual investors generation Y and X towards efinanceThai news agency Facebook fanpage* [Independent study]. Panyapiwat Institution of Management.
- Rungruangphon, W. (2014). *Potential retail investors in the stock market and current retail investors in provincial areas*. Tueac. <https://repository.tueac.tu.ac.th/handle/?show=full>
- Saelee, A. (2014). *The relationship between media usage behaviors and motivations of Thai Facebook users* [Master’s thesis]. Burapa University.
- Sotanasathien, S. (2013). *Theory of communication*. Rabiengthong.
- Srisarakam, S., & Khumwiset, C. (2014). *Principles of convergence journalism*. Thai Journalist Association.
- Srisuchart, S. (2006). *Stock market in Thailand* (3rd ed.). The Stock Exchange of Thailand.
- The Stock Exchange of Thailand. (2022). *The increasing numbers of investors in Thai stock market: SET note volume 2/2565*. SET. https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1646880706843.pdf
- ThairathOnline. (2022, February 17). “New gen” set up the stock post. New investors have double the numbers. <https://www.thairath.co.th/business/investment/2318007>
- Vithayarat, S. (2002). *News reporting: Principals and technics*. Suan Sunandha Rajabhat University Press.
- Wongreanthong, N. (2021). *How to do content marketing right*. Shortcut.



Name and Surname: Paulathana Onnark

Highest Education: M.A. Innovation Communication for Modern Organization, Panyapiwat Institute of Management

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Media Design, Story Telling, and Voice Over



Name and Surname: Kanyika Shaw

Highest Education: Ph.D. Communication Studies, University of Leicester, U.K.

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Convergence Journalism, Media Research and Evaluation, and Community Communication