

## THE INFLUENCE OF ARTIST ON THE INVESTMENT BEHAVIOR OF RETAIL INVESTORS IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

Ruethaimada AELEPANO<sup>1\*</sup>, Thunwakorn CHUADCHUM<sup>1</sup>, Waritsara YIMCHUAN<sup>1</sup>, Sasikan KHOTCHASENEE<sup>1</sup>,  
Kanticha THONGPUANG<sup>1</sup>, Priyawadee JUTO<sup>1</sup>, Maryam KABAE<sup>1</sup> and Poom CHEECHAROEN<sup>2</sup>

1 Faculty of Business Administration, Prince of Songkla University, Thailand;

Ruethaimadae@gmail.com (Corresponding Author)

2 Faculty of Management Sciences Lecturer, Prince of Songkla University, Thailand

### ARTICLE HISTORY

**Received:** 19 July 2024

**Revised:** 2 August 2024

**Published:** 16 August 2024

### ABSTRACT

This research aimed to study personal and artist factors affecting investment behavior and compare types of investors from artist factors affecting investment behavior of retail investors in the Stock Exchange of Thailand. The study's results found that 1) Personal factors from the perspective of gender and different securities trading experiences affect investment behavior Considering risk acceptance of retail investors in the Stock Exchange of Thailand. Personal factors as to status affect investment behavior Regarding investment objectives and investment decisions of retail investors in the Stock Exchange of Thailand. 2) Artist factors about expertise affect investment behavior as regards investment style and investment decision of retail investors in the Stock Exchange of Thailand. Artist factors about attractiveness, expertise, and relevance affect investment behavior as to risk acceptance of retail investors in the Stock Exchange of Thailand. Artist factors Pertaining to credibility affect investment behavior regarding investment objectives of retail investors in the Stock Exchange of Thailand with statistical significance at the .05 level. 3) Artist factors in the matter of expertise affect investment behavior pertaining to investment style and risk acceptance of retail investors in the long-term investor category in the Stock Exchange of Thailand. Artist factors Concerning relevance affect investment behavior in terms of risk acceptance of retail investors in the long-term investor category in the Stock Exchange of Thailand. And artist factors when it comes to credibility. It has a statistically significant effect on investment behavior Considering investment objectives of retail investors who are speculators in the Stock Exchange of Thailand at a level of .05

**Keywords:** Artist, Financial Behavior, Influence of Artist

**CITATION INFORMATION:** Aelepano, R., Chuadchum, T., Yimchuan, W., Khotchasenee, S., Thongpuang, K., Juto, P., Kabae, M., & Cheecharoen, P. (2024). The Influence of Artist on the Investment Behavior of Retail Investors in the Stock Exchange of Thailand. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(8), 37

## อิทธิพลของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ฤทัยมาดา เอลปาโน<sup>1</sup>, ชันวากร ชวดชุม<sup>1</sup>, วริศรา ยิ้มฉ้วน<sup>1</sup>, ศศิกานต์ คชเสนีย์<sup>1</sup>, กัญธิชา ทองพวง<sup>1</sup>, ปรียาวดี จูโต<sup>1</sup>, มรัยัม กาแบ<sup>1</sup> และ ภูมิ ชีเจริญ<sup>1</sup>

1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์; Ruethaimadae@gmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุน และเปรียบเทียบประเภทนักลงทุนจากปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและด้านประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนและด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุนและด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจัยของศิลปินด้านความถี่ติดต่อ ความเชี่ยวชาญ และด้านความเกี่ยวข้อง ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจัยของศิลปินด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญ ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุนและด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจัยของศิลปินด้านความเกี่ยวข้อง ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และปัจจัยของศิลปินด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนเก็งกำไรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** ศิลปิน, พฤติกรรมการลงทุน, อิทธิพลของศิลปิน

**ข้อมูลอ้างอิง:** ฤทัยมาดา เอลปาโน, ชันวากร ชวดชุม, วริศรา ยิ้มฉ้วน, ศศิกานต์ คชเสนีย์, กัญธิชา ทองพวง, ปรียาวดี จูโต, มรัยัม กาแบ และ ภูมิ ชีเจริญ. (2567). อิทธิพลของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(8), 37

## บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อสารสนเทศและการสื่อสารมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการทำกิจกรรมออนไลน์มากขึ้น ประกอบกับหน่วยธุรกิจมักนิยมใช้การตลาดแบบ Influencer Marketing (ZORT, 2566) ซึ่งเป็นการตลาดที่ใช้อิทธิพลของศิลปินหรือผู้มีชื่อเสียง เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เกิดความสนใจเพิ่มขึ้นจนมีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งช่วยเพิ่มยอดขายจนสามารถย้ายตำแหน่งและส่วนแบ่งทางการตลาดของแบรนด์ให้สูงขึ้นถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการและส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ดีรวมถึงสร้างความน่าเชื่อถือให้แบรนด์ ตรงกับผลการวิจัยของ Hock and Raithel (2020) ที่ได้กล่าวว่า การเลือกลงทุนจะมีกระบวนการทางจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้อง และบริษัทสามารถวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเพื่อทำการตลาดของสินค้าเพื่อการซื้อหุ้นในอนาคตได้ เป็นผลให้มูลค่าของกิจการและราคาหุ้นสามัญเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยที่ชี้ว่าการรับรองของผู้มีชื่อเสียงช่วยเพิ่มความสนใจของนักลงทุนรายย่อย นอกจากนี้สถานการณ์โควิด-19 ยังเป็นสาเหตุทำให้ผู้คนมีความสนใจการลงทุนให้ได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ จากข้อมูลสถิติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2567) พบว่า ผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 2,579,462 ราย ณ สิ้นเดือนมกราคม พ.ศ.2567 หรือในช่วงระยะเวลา 4 ปี มีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 102.72 จากปี พ.ศ.2563 หมายความว่า บุคคลทั่วไปให้ความสนใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากและศิลปินมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เปรียบเทียบประเภทนักลงทุนจากปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 3) ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการ หน่วยธุรกิจ นักการตลาด หรือผู้ที่มีความสนใจเริ่มทำธุรกิจสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการวางแผนธุรกิจในลักษณะการนำศิลปินมาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างการรับรู้ของแบรนด์และส่งเสริมผลการดำเนินงานของบริษัท และการส่งเสริมการตลาดให้ตอบสนองต่อความต้องการ และเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการตัดสินใจลงทุน โดยสามารถคาดการณ์แนวโน้มมูลค่าตลาดของบริษัทเมื่อมีการใช้ประโยชน์จากผู้ทรงอิทธิพลในอุตสาหกรรมบันเทิง

## การทบทวนวรรณกรรม

การลงทุน (Investment) หมายถึง การนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ในอนาคตรับผลตอบแทนกลับมาเพื่อชดเชยความเสี่ยงที่อาจสูญเสียเงินต้น โดยความเสี่ยงจะสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ได้รับ (บริษัทหลักทรัพย์ อินโนเวสต์ เอกซ์ จำกัด, 2566) พัทธรัตน์ อ่อนละมัย (2565) ได้แบ่งประเภทของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ตามพฤติกรรมเป็น 2 ประเภท คือ นักลงทุนระยะยาวและนักลงทุนเก็งกำไร โดยมักมีการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานและการวิเคราะห์ทางเทคนิค ซึ่ง ชนธรรมา ศิวโมกษธรรม และ สรร พัวจันทร์ (2548) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการเงินเชิงพฤติกรรม (Behavioral Finance) ไว้ว่า เป็นการผสมกันระหว่างเศรษฐศาสตร์ (Economics) และจิตวิทยา (Psychology) เพื่อที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมทางการเงินของบุคคลและศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ต่อการก่อให้เกิดการสร้างราคาในหลักทรัพย์ และเป็นหนึ่งในทักษะทางการเงินที่ประกอบด้วย ความรู้เจตคติ และพฤติกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ การโน้มน้าวใจ (Persuasion) คือ การสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม ความตั้งใจหรือพฤติกรรม โดยผ่านการพูด การเขียน ผ่านสื่อสังคมหรือผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ จนเกิดการยอมรับและเปลี่ยนแปลงที่ผู้โน้มน้าวใจ ประกอบกับปัจจุบันในการลงทุน หน่วยธุรกิจมักมีการสื่อสารแบรนด์มาส่งเสริม วิทวัส ชัยปราชญ์

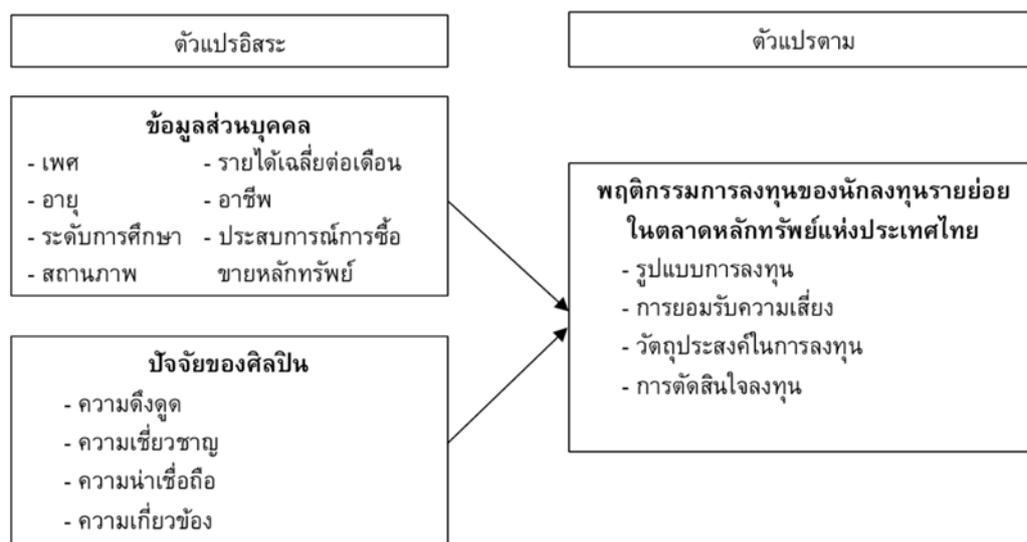
(2546) กล่าวว่า “Brand คือทุกอย่างที่สินค้ามีทั้งหมดรวมทั้งความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีกับสินค้าหรือตรา และเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ สถานภาพ ประสบการณ์ และความสัมพันธ์”

ศิลปิน บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือคนดัง หมายถึง บุคคลที่เป็นที่รู้จักของสังคมผ่านสื่อต่างๆ มีความคิดและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นกับผู้ชมเมื่อได้รับอิทธิพลของศิลปิน โดยศิลปินสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทและประเทศ (กุลริสา อากาศวิภาต, 2563) นอกจากนี้ ผลการสำรวจของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ บ่งชี้ว่า เยาวชนกว่าร้อยละ 90.2 เห็นว่า ศิลปิน ดารา นักแสดง นักร้อง มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อทัศนคติของตน กล่าวได้ว่า ศิลปินเป็นผู้มีอิทธิพลทางสังคมและถูกยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยปัจจัยของศิลปินประกอบด้วย 1) ความดึงดูด (Attractiveness) เป็นลักษณะภายนอกที่มีความโดดเด่นน่าสนใจ เช่น รูปร่าง หน้าตา และบุคลิกภาพ ซึ่งสามารถเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้ 2) ความเชี่ยวชาญ (Expertness) หมายถึง ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคคลนั้นๆ การที่ศิลปินมีความรู้ ประสบการณ์ หรือทักษะจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับบุคคล จนทำให้เกิดการรับรู้หรือสนใจได้ 3) ความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) คือ ข้อมูลที่มาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ สามารถมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรม เกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารยอมรับทัศนคติส่วนตัวและค่านิยมของผู้ส่งสาร 4) ความเกี่ยวข้อง (Congruences) หมายถึง ความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกันระหว่างศิลปินกับบุคคลหรือสิ่งที่นำเสนอ เมื่อศิลปินมีความเกี่ยวข้องกันในเชิงบวกจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและสามารถดึงดูดบุคคลให้สนใจศิลปินและสิ่งที่ศิลปินนำเสนอ

### สมมติฐานการวิจัย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน
- 2) ปัจจัยของศิลปินส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักลงทุนรายย่อยที่มีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ โดยคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Taro Yamane กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ใช้วิธีการแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยใช้วิธีการกระจายแบบสอบถามแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ผ่านการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ การทดสอบความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) โดยรวมมีค่าตั้งแต่ .80 ขึ้นไปทุกด้าน ซึ่งถือว่า แบบสอบถามมี

ความน่าเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา และ จิตา วานิชย์บัญชา, 2558: 159) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบอิสระ (Independent Sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 69.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 78.8 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 88 มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 63.3 มีอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 68.3 และมีประสบการณ์ในการซื้อขายหลักทรัพย์ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ร้อยละ 71.3

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	สถิติที่ใช้	ค่าสถิติ	Sig.
รูปแบบการลงทุน (Y1)			
เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพสมรส, รายได้, อาชีพและประสบการณ์ซื้อ ขายหลักทรัพย์ ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุน	-	-	-
การยอมรับความเสี่ยง (Y2)			
เพศ	T-Test	11.643	<0.001*
ประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์	F-Test	2.576	0.037*
อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพสมรส, รายได้ และอาชีพ ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการ การลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยง	-	-	-
วัตถุประสงค์การลงทุน (Y3)			
สถานภาพสมรส	F-Test	4.403	0.013*
เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้, อาชีพ และประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ - ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุน	-	-	-
การตัดสินใจลงทุน (Y4)			
สถานภาพสมรส	F-Test	3.481	0.032*
เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้, อาชีพ และประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ - ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน	-	-	-

\* p < .05

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนและด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถสรุปได้ ดังนี้

**ตารางที่ 2** ปัจจัยของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุน

รูปแบบการลงทุน (Y1)	$\beta$	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.063	0.149		20.610	<.001
ความดึงดูด (X1)	0.062	0.048	0.095	1.297	0.195
ความเชี่ยวชาญ (X2)	0.162	0.059	0.219	2.758	0.006*
ความน่าเชื่อถือ (X3)	0.032	0.064	0.041	0.496	0.620
ความเกี่ยวข้อง (X4)	-0.002	0.057	-0.004	-0.043	0.966

R = .317, R Square = .100, Adjusted R Square = .091, F = 11.041, Sig. = <.001\*

\* p < .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญ (b = 0.162, t = 2.758, Sig. = 0.006) ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตารางที่ 3** ปัจจัยของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยง

การยอมรับความเสี่ยง (Y2)	$\beta$	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.361	0.131		18.052	<.001
ความดึงดูด (X1)	0.089	0.042	0.138	2.117	0.035*
ความเชี่ยวชาญ (X2)	0.129	0.052	0.177	2.497	0.013*
ความน่าเชื่อถือ (X3)	0.100	0.056	0.131	1.777	0.076
ความเกี่ยวข้อง (X4)	0.105	0.050	0.157	2.096	0.037*

R = .530, R Square = .281, Adjusted R Square = .274, F = 38.660, Sig. = <.001\*

\* p < .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญ (b = 0.129, t = 2.497, Sig. = 0.013) ด้านความเกี่ยวข้อง (b = 0.105, t = 2.096, Sig. = 0.037) ด้านความดึงดูด (b = 0.089, t = 2.117, Sig. = 0.035) ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตารางที่ 4** ปัจจัยของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุน

วัตถุประสงค์การลงทุน (Y3)	$\beta$	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.187	0.127		25.072	<.001
ความดึงดูด (X1)	-0.030	0.041	-0.052	-0.729	0.466
ความเชี่ยวชาญ (X2)	0.088	0.050	0.137	1.755	0.080
ความน่าเชื่อถือ (X3)	0.155	0.055	0.231	2.838	0.005*
ความเกี่ยวข้อง (X4)	0.034	0.049	0.057	0.688	0.492

R = .359, R Square = .129, Adjusted R Square = .120, F = 14.617, Sig. = <.001\*

\* p < .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความน่าเชื่อถือ (b = 0.155, t = 2.838, Sig. = 0.005) ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตารางที่ 5** ปัจจัยของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน

การตัดสินใจลงทุน (Y4)	$\beta$	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.254	0.128		25.440	<.001
ความดึงดูด (X1)	0.010	0.041	0.017	0.235	0.814
ความเชี่ยวชาญ (X2)	0.119	0.051	0.185	2.351	0.019*
ความน่าเชื่อถือ (X3)	0.084	0.055	0.125	1.521	0.129
ความเกี่ยวข้อง (X4)	0.023	0.049	0.039	0.464	0.643

R = .335, R Square = .112, Adjusted R Square = .103, F = 12.483, Sig. = <.001\*

\* p < .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญ (b = 0.119, t = 2.351, Sig. = 0.019) ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยแยกประเภทนักลงทุนเป็น 2 ประเภท คือ นักลงทุนระยะยาวและนักลงทุนเก็งกำไร สามารถสรุปได้ดังนี้

**ตารางที่ 6** ปัจจัยของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุน (ประเภทนักลงทุนระยะยาว)

รูปแบบการลงทุน (Y1)	$\beta$	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.002	0.185		16.229	<.001
ความดึงดูด (X1)	0.070	0.061	0.102	1.137	0.256
ความเชี่ยวชาญ (X2)	0.170	0.072	0.215	2.353	0.019*
ความน่าเชื่อถือ (X3)	-0.026	0.078	-0.032	-0.335	0.738
ความเกี่ยวข้อง (X4)	0.058	0.073	0.081	0.793	0.429

R = .329, R Square = .108, Adjusted R Square = .095, F = 8.496, Sig. = <.001\*

\* p < .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญ (b = 0.17, t = 2.353, Sig. = 0.019) ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 7 ปัจจัยของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยง (ประเภทนักลงทุนระยะยาว)

การยอมรับความเสี่ยง (Y2)	$\beta$	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.193	0.160		13.708	<.001
ความดึงดูด (X1)	0.096	0.053	0.142	1.808	0.072
ความเชี่ยวชาญ (X2)	0.138	0.062	0.178	2.215	0.028*
ความน่าเชื่อถือ (X3)	0.079	0.067	0.100	1.173	0.242
ความเกี่ยวข้อง (X4)	0.152	0.063	0.214	2.395	0.017*

R = .559, R Square = .313, Adjusted R Square = .303, F = 31.864, Sig. = <.001\*

\* p < .05

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความเกี่ยวข้อง (b = 0.152, t = 2.395, Sig. = 0.017) ด้านความเชี่ยวชาญ (b = 0.138, t = 2.215, Sig. = 0.028) ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 8 ปัจจัยของศิลปินต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุน (ประเภทนักลงทุนเก็งกำไร)

วัตถุประสงค์การลงทุน (Y3)	$\beta$	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	2.916	0.234		12.474	<.001
ความดึงดูด (X1)	-0.026	0.070	-0.045	-0.375	0.709
ความเชี่ยวชาญ (X2)	0.082	0.096	0.132	0.858	0.393
ความน่าเชื่อถือ (X3)	0.285	0.107	0.408	2.665	0.009*
ความเกี่ยวข้อง (X4)	-0.042	0.084	-0.070	-0.496	0.621

R = .445, R Square = .198, Adjusted R Square = .169 F = 6.843, Sig. = <.001\*

\* p < .05

จากตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความน่าเชื่อถือ (b = 0.285, t = 2.665, Sig. = 0.009) ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนเก็งกำไรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาถือครองหลักทรัพย์โดยซื้อและขายตั้งแต่ 3 เดือน แต่ไม่เกิน 6 เดือน ร้อยละ 31.67 มีวิธีการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางเทคนิคและปัจจัยพื้นฐานร่วมกัน ร้อยละ 70.82 พิจารณาหลักทรัพย์โดยประเมินมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ ร้อยละ 39.40 มีระดับการยอมรับผลขาดทุนต่ำกว่าร้อยละ 10 ของเงินทุน ร้อยละ 44.89 มีความคิดว่าสาเหตุของการขาดทุนเป็นเพราะการตัดสินใจของตนเองและสถานะตลาด ร้อยละ 40.15 มีความคิดเห็นว่าการผันผวนเป็นความไม่แน่นอนนำไปสู่การลดลงของราคาหลักทรัพย์และเกิดผลขาดทุน ร้อยละ 35.16 มีวัตถุประสงค์หลักในการลงทุนเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้แก่ตนเอง ร้อยละ 49.13 ซื้อขายเพื่อคาดหวังเงินปันผล ร้อยละ 47.63 และมีแหล่งข่าวสารหลักที่ใช้ติดตามข้อมูลเป็นบทวิเคราะห์หลักทรัพย์ ร้อยละ 32.17

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงที่กำลังศึกษาหรือช่วงที่เพิ่งเริ่มทำงานทำให้มีรายได้ไม่มากแต่มีความสนใจเรื่อง

การลงทุน อาจเป็นบุคคลที่ไม่เคยลงทุนมาก่อนและเริ่มสนใจหรือเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์การลงทุนมาก่อน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะสร้างความมั่นคงให้กับตนเองหรือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสร้างรายได้โดยมีความสนใจและเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อสร้างผลตอบแทนตามที่ตนคาดหวัง

ส่วนที่ 2 ผลจากการศึกษาปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า 1) ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศและประสบการณ์การซื้อขายหลักทรัพย์ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเพศชายมักชอบความท้าทายและสามารถยอมรับความเสี่ยงได้มากกว่าเพศหญิง และการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนที่มีประสบการณ์มากกว่ามักจะมีความเข้าใจในการรับมือกับความผันผวนของตลาดได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล ศรีหะวรรณ (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของลูกค้ายุทธศาสตร์หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการซื้อขายหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่างกัน เนื่องจากนักลงทุนที่มีประสบการณ์มากจะมีความรู้เรื่องการลงทุนมากกว่าและกล้าตัดสินใจในการซื้อขายหลักทรัพย์ 2) ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านสถานภาพส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนและด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากความรับผิดชอบและภาระผูกพันอื่นๆ มีผลต่อการเลือกลงทุน โดยนักลงทุนที่มีภาระหน้าที่ดูแลครอบครัวอาจจะเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำเพื่อสามารถจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับเป้าหมายการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัสดี กำแพงดี (2563) นักลงทุนมักมีเป้าหมายหลักเพื่อให้สามารถวางแผน กำหนดเป้าหมายและแนวทางการลงทุนอย่างรอบคอบเพื่อให้ได้ผลตอบแทนตามที่คาดหวัง ซึ่งวัตถุประสงค์ของการลงทุนของแต่ละคนมักจะต่างกันตามปัจจัยภายนอก

ส่วนที่ 3 ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ได้แก่ 1) ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การลงทุนมีหลายรูปแบบทำให้มีปัจจัยที่อาจมีอิทธิพลให้เปลี่ยนรูปแบบได้ ดังนั้นศิลปินที่มีความเชี่ยวชาญจึงทำให้นักลงทุนคล้อยตามได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yadav, Valck and Spann (2013) กล่าวว่า ศิลปินที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการลงทุนมักถูกมองว่าเป็นผู้มีความเข้าใจเชิงลึก ทำให้มีความน่าเชื่อถือและการปฏิบัติตาม 2) ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญ ด้านความเกี่ยวข้อง และด้านความดึงดูดส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากศิลปินที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภครีบหรือบริษัทสามารถส่งผลต่อภาพลักษณ์ทำให้นักลงทุนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตา บำรุง (2565) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยความน่าเชื่อถือของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้มีอิทธิพล ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ความไว้วางใจ และความน่าดึงดูดมีความสำคัญต่อความไว้วางใจของลูกค้ายุทธศาสตร์และมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shiva et al. (2022) ที่ศึกษาเรื่อง Do celebrity endorsements influence stock investment intentions ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนนิยมลงทุนในหุ้นของบริษัทที่ใช้คนดังโปรโมทผลิตภัณฑ์ โดยเป็นบุคคลที่มีบุคลิกตรงตามภาพลักษณ์ของแบรนด์และสามารถส่งผลเชิงบวกต่อบริษัทเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องและน่าเชื่อถือซึ่งนำไปสู่การลงทุนในหุ้น 3) ปัจจัยของศิลปินด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากศิลปินที่มีความน่าเชื่อถือมักเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ จึงสามารถทำให้นักลงทุนเปลี่ยนวัตถุประสงค์ในการลงทุนได้ 4) ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากศิลปินที่มีความเชี่ยวชาญมักมีความเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือทำให้นักลงทุนไว้วางใจและตัดสินใจลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ladner (2012) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง The

Influence of Celebrity Endorsements Stock Prices ผลการศึกษาพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหุ้น และผู้มีชื่อเสียงเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อหุ้น โดยผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญระดับมืออาชีพ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยของศิลปินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยแบ่งนักลงทุนเป็น 2 ประเภท 1) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยของศิลปินที่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุนของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากศิลปินที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการลงทุนมักจะมีค่านำเชื่อถือสูง นักลงทุนรายย่อยมักเชื่อถือและติดตามคำแนะนำจากศิลปิน โดยเชื่อว่าศิลปินที่มีความรู้และประสบการณ์สามารถให้ตัดสินใจลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yadav, Valck, and Spann (2013) กล่าวว่าศิลปินที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการลงทุนมักถูกมองว่าเป็นผู้มีความเข้าใจเชิงลึก ทำให้มีค่านำเชื่อถือและการปฏิบัติตาม และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความเกี่ยวข้องและด้านความเชี่ยวชาญส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านการยอมรับความเสี่ยงของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากศิลปินที่มีความเกี่ยวข้องและความเชี่ยวชาญจะทำให้ให้นักลงทุนกล้าที่ยอมรับความเสี่ยงในการลงทุนมากขึ้น เพราะเชื่อว่ามีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตา บำรุง (2565) ผลการศึกษาพบว่า ค่านำเชื่อถือของผู้มีอิทธิพล ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ความไว้วางใจ และค่านำเชื่อถือ มีความสำคัญต่อความไว้วางใจและมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shiva et al. (2022) ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนนิยมลงทุนในหุ้นของบริษัทที่ใช้คนดังโปรโมทผลิตภัณฑ์ โดยเป็นบุคคลที่มีบุคลิกตรงตามภาพลักษณ์ของแบรนด์และสามารถส่งผลเชิงบวกต่อบริษัท เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องและนำเชื่อถือซึ่งนำไปสู่การลงทุนในหุ้น และปัจจัยของศิลปินไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนและด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากนักลงทุนประเภทนี้มักมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนที่ชัดเจน ปัจจัยของศิลปินจึงไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์เหล่านี้โดยตรง และมักใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและเศรษฐกิจในการตัดสินใจลงทุน ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผลและมีพื้นฐานจากข้อมูล ปัจจัยของศิลปินซึ่งเกี่ยวข้องกับค่านิยมและความรู้สึกส่วนบุคคลจึงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ 2) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยของศิลปินที่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปัจจัยของศิลปินด้านค่านำเชื่อถือส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านวัตถุประสงค์การลงทุนของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนเก็งกำไรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากศิลปินที่นำเชื่อถือมักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้คนในวงกว้าง นักลงทุนรายย่อยที่ตัดสินใจลงทุนอาจได้รับแรงบันดาลใจหรือได้รับการชักจูงในการลงทุนเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ จากศิลปินที่นำเชื่อถือ และปัจจัยของศิลปินไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุนด้านรูปแบบการลงทุน ด้านการยอมรับความเสี่ยงและด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยประเภทนักลงทุนเก็งกำไรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากนักลงทุนประเภทนี้มุ่งเน้นที่การทำกำไรในระยะสั้น มักใช้การวิเคราะห์ทางเทคนิค ข้อมูลตลาด หรือข่าวสารที่มีความแม่นยำสูงในการตัดสินใจลงทุน ปัจจัยของศิลปินจึงถือเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือหรือมีความสำคัญไม่เพียงพอที่จะใช้ในการตัดสินใจ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการลงทุนระยะสั้น ไม่ต้องการถือหลักทรัพย์เป็นเวลานาน มีการวิเคราะห์เพื่อการลงทุนทางเทคนิคและปัจจัยพื้นฐานร่วมกัน โดยมีการคิดมูลค่าที่แท้จริงของทรัพย์ก่อนการลงทุนเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีระดับการยอมรับผลขาดทุนที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 อาจเป็นเพราะเพิ่งเริ่มลงทุน มีความคิดที่ว่าสาเหตุของการขาดทุนเป็นเพราะการตัดสินใจของตนเองและสภาวะตลาดร่วมกัน โดยความผันผวนถือเป็นความไม่แน่นอนที่นำไปสู่การลดลงของราคาหลักทรัพย์และเกิดผลขาดทุน เป็นนักลงทุนที่ซื้อขายหลักทรัพย์เพื่อหวังเงินปันผลและต้องการสร้างความมั่งคั่งให้กับตนเองโดยเร็ว

### ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

- 1) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของศิลปินด้านความเชี่ยวชาญส่งผลมากที่สุด ดังนั้นหากผู้แนะนำการลงทุนหรือบริษัทหลักทรัพย์ต้องการให้นักลงทุนมาลงทุนควรใช้ศิลปินมาเป็นตัวแทน โดยศิลปินที่เลือกนั้นจะต้องมีความเชี่ยวชาญในด้านการลงทุนระดับหนึ่ง จะมีความน่าเชื่อถือและดึงดูดให้ผู้ฟังคล้อยตามได้
- 2) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยของศิลปินที่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แยกตามประเภทนักลงทุน ซึ่งพฤติกรรมด้านการตัดสินใจลงทุนเป็นพฤติกรรมที่สำคัญในการริเริ่มการลงทุนของนักลงทุนทุกประเภท ดังนั้นผู้แนะนำการลงทุนหรือบริษัทต่างๆ ควรนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนแต่ละประเภท เพื่อสามารถเข้าใจรูปแบบและแนวโน้มการตัดสินใจของนักลงทุนได้ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยในการปรับกลยุทธ์การลงทุนให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของนักลงทุน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรเพิ่มวิธีการหรือเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น
- 2) ควรศึกษาปัจจัยอื่นของศิลปิน เช่น ความเคารพ ความไว้วางใจ ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการลงทุน เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่หลากหลายมากขึ้น
- 3) การวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการลงทุนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ซึ่งถือเป็นนักลงทุนที่มีประสบการณ์น้อย จึงควรมีการทำวิจัยในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและควรทำวิจัยในเชิงลึกเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของนักลงทุนต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- กุลริสา อากาศวิภาต. (2563). *พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการขึ้นชอบศิลปินเกาหลีของแฟนคลับชาวไทย*. สืบค้นจาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4907/3/kunrisa\\_arka.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4907/3/kunrisa_arka.pdf).
- ชนันธมา ศิวโมกษธรรม และ สรร พัวจันทร์. (2548). *การเงินเชิงพฤติกรรม: กรณีศึกษาของพฤติกรรมนักลงทุนไทย*. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 43 (หน้า 461-466). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลิตา บำรุง. (2565). *ปัจจัยความน่าเชื่อถือของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4201/1/621220023.pdf>.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). *ข้อมูลสถิติทางธุรกิจหลักทรัพย์*. สืบค้นจาก <https://www.set.or.th/th/market/statistics/market-statistics/trading-statistics?fbclid=IwAR2eF-ltpEVb6SFctyeQHWxNgZz-6PMBh7Zr4URb3NhmeGalshtxiPI17Ao>.
- บริษัทหลักทรัพย์ อินโนเวสต์ เอกซ์ จำกัด. (2566). *คนไทยนับล้านไม่รู้! การออมทรัพย์กับการลงทุนต่างกันอย่างไร?* สืบค้นจาก <https://www.innovestx.co.th/knowledge-hub/detail/start-investing-the-first-step/differences-of-saving-and-investment>.
- พัชรีมนต์ อ่อนละมัย. (2565). *พฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sat18/6314060060.pdf>.
- ัสสดี กำแพงดี. (2563). *หลักการลงทุน*. สืบค้นจาก [https://old.elearning.yru.ac.th/pluginfile.php/80264/mod\\_resource/content](https://old.elearning.yru.ac.th/pluginfile.php/80264/mod_resource/content).

- Hock, S. J., & Raithel, S. (2020). Managing negative celebrity endorser publicity: How announcements of firm (non) responses affect stock returns. *Management Science*, 66(3), 1473-1495.
- Ladner, R. (2012). The Influence of Celebrity Endorsements on stock prices. *Int. J Latest Trends Fin. Eco. Sc.*, 2(3), 238-243.
- Shiva, A., Arora, N., & Rishi, B. (2022). Do celebrity endorsements influence stock investment intentions?. *Marketing Intelligence & Planning*, 40(6), 804-819.
- ZORT. (2566). การตลาดแบบ Influencer marketing คืออะไร เวิร์กจริงหรือหลอก?. สืบค้นจาก <https://zortout.com/blog/what-is-influencer-marketing>.

**Data Availability Statement:** The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

**Conflicts of Interest:** The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

**Publisher's Note:** All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



**Copyright:** © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).