



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป  
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นายธีระพล ศรีพฤษมาศ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป  
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นายธีระพล ศรีพฤษมาศ



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

FACTORS INFLUENCING INDIVIDUAL INVESTORS' SELECTION  
OF A SECURITIES COMPANY IN BANGKOK AND ITS VICINITY

BY

MR. THEERAPHOL SRIPRUGSAMATZ



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS

BUSINESS ECONOMICS

FACULTY OF ECONOMICS

THAMMASAT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2016

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายธีระพล ศรีพุทธษมาศ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2560

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร. ปราการ อาภาศิลป์)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ดร. จิตีเทพ สิทธิชัย)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. ชยันต์ ตันติวิศาการ)

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| หัวข้อการค้นคว้าอิสระ           | ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของ<br>นักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล |
| ชื่อผู้เขียน                    | นายธีระพล ศรีพุกษมาศ  |
| ชื่อปริญญา                      | เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)   |
| สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย        | เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ<br>เศรษฐศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์   |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร. ปราการ อาภาศิลป์   |
| ปีการศึกษา                      | 2559  |

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะ พฤติกรรม และความแตกต่างของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ โดยจำแนกนักลงทุนออกเป็น 4 กลุ่ม ตามเกณฑ์ระดับความพร้อมและระดับความเสี่ยงในการลงทุน ซึ่งใช้การเรียงลำดับความสำคัญกับการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์มากที่สุดของนักลงทุนทั่วไปทุกกลุ่ม คือ อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ และปัจจัยในลำดับรองลงมา แต่ละกลุ่มจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มที่ 1 ที่มีระดับความพร้อมและความเสี่ยงในการลงทุนน้อย จะให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์ ส่วนกลุ่มที่ 2 ที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อยแต่ความเสี่ยงสูง จะให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร ขณะเดียวกันกลุ่มที่ 3 ที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนสูงแต่ความเสี่ยงต่ำ จะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของบริษัท และกลุ่มที่ 4 ที่มีระดับความพร้อมและความเสี่ยงในการลงทุนสูง จะให้ความสำคัญกับโปรแกรมการซื้อขาย

แนวโน้มในอนาคตสัดส่วนประชากรของกลุ่มที่ 1 และ 2 จะค่อยๆ ลดลง ส่งผลให้กลุ่มที่ 3 และ 4 ซึ่งอายุยังน้อยและมีความพร้อมในการลงทุนสูงจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ขณะที่การแข่งขันทางราคาจะมีบทบาทลดลง และหันมาแข่งขันด้านบริการโดยเฉพาะโปรแกรมการซื้อขายกันมากขึ้น

**คำสำคัญ:** นักลงทุนทั่วไป, พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการ, ความพร้อมในการลงทุน, ความเสี่ยง

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Independent Study Title       | FACTORS INFLUENCING INDIVIDUAL INVESTOR'S SELECTION OF A SECURITIES COMPANY IN BANGKOK AND ITS VICINITY |
| Author                        | Mr. Theeraphol Sriprugsamatz  |
| Degree                        | Master of Arts (Business Economics)   |
| Department/Faculty/University | Business Economics<br>Economics<br>Thammasat University   |
| Independent Study Advisor     | Associate Professor Prakarn Arphasil, Ph.D.   |
| Academic Year                 | 2016  |

### ABSTRACT

Differences between the behavior and motivations of investors in the Bangkok Metropolitan Area (BMA), Thailand, were studied. Factors influencing choice of securities brokers were noted. Samples, all investors in the BMA, were divided into groups according to level of readiness and risk, using prioritization and factor analysis with data analysis.

Results were that low commission rate was most influential for all samples, followed by different factors for each group. Marketing officers and research were most significant for samples with low levels of readiness and risk; communications for those with low level of readiness and high level of risk; securities broker image for samples with high level of readiness and low level of risk; and trading programs for those with high level of readiness and risk.

These findings suggest that future trends may decrease the first two sample groups, as the last two, younger and with high investing readiness, grow. Price competition should play a role as well as service competition, especially in trading programs.

**Keywords:** Individual Investor, Services selection behavior, Investing readiness, Risk

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้เกิดจากการได้เข้าศึกษาที่คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จนได้เกิดพัฒนาการทางความคิด ข้าพเจ้าต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาทุกท่าน โดยเฉพาะ รองศาสตราจารย์ ดร. ปราการ อภาศิลป์ และ ดร. ฐิติเทพ สิทธิยศ ที่ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการงานวิจัยฉบับนี้ และให้คำปรึกษาและแนวทางในการจัดทำงานวิจัยเป็นอย่างดี นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ธุรกิจทุกท่านที่ได้ช่วยอำนวยความสะดวกจนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ข้าพเจ้ายังต้องขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องงานวิจัยฉบับนี้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว และสหายที่ได้ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอยกความดีของงานวิจัยฉบับนี้ให้แก่คณาจารย์ ครอบครัว และผู้มีพระคุณทุกท่าน ความผิดพลาดใดที่เกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ข้าพเจ้าขออภัยและน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

นายธีระพล ศรีพฤษมาศ

## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย   | (1)  |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                                      | (2)  |
| กิตติกรรมประกาศ   | (3)  |
| สารบัญตาราง   | (7)  |
| สารบัญภาพ   | (8)  |
| บทที่ 1 บทนำ  | 1    |
| 1.1 ความสำคัญของปัญหา                                   | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา                             | 7    |
| 1.3 ขอบเขตของการศึกษา                                   | 7    |
| 1.4 ประโยชน์ของการศึกษา                                 | 7    |
| บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และวรรณกรรมปริทัศน์ | 8    |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง                         | 8    |
| 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทางเศรษฐศาสตร์         | 8    |
| 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ                  | 10   |
| 2.2 วรรณกรรมปริทัศน์                                    | 11   |



|   |     |
|---|-----|
|   | (5) |
| บทที่ 3 วิธีการศึกษา  | 15  |
| 3.1 รูปแบบการศึกษา  | 15  |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา                                      | 15  |
| 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง   | 16  |
| 3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา  | 16  |
| 3.5 เกณฑ์ในการวัดค่าตัวแปร  | 18  |
| 3.6 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ                                     | 19  |
| 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล  | 19  |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา  | 21  |
| 4.1 การแบ่งกลุ่มของนักลงทุน   | 21  |
| 4.2 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง  | 25  |
| 4.2.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์                                       | 26  |
| 4.2.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรม  | 28  |
| 4.2.3 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการ     | 33  |
| 4.2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยหรือการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) | 34  |
| 4.3 วิเคราะห์กลุ่มนักลงทุน  | 40  |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ                                 | 42  |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา  | 42  |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ  | 46  |
| 5.3 ข้อจำกัด  | 47  |
| รายการอ้างอิง   | 49  |

## ภาคผนวก

|   |    |
|---|----|
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม   | 54 |
| ภาคผนวก ข การสัมภาษณ์เชิงลึก  | 60 |
| ภาคผนวก ค การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) | 65 |
| ภาคผนวก ง อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ปี พ.ศ. 2558                    | 73 |

## ประวัติผู้เขียน

76



## สารบัญตาราง

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 1.1 ส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก                                 | 4    |
| 3.1 การจัดกลุ่มตัวแปรอิสระ                                       | 20   |
| 4.1 ค่าเบต้าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม                                 | 24   |
| 4.2 ลักษณะนักลงทุนแบ่งตามความพร้อมในการลงทุนและระดับความเสี่ยง   | 25   |
| 4.3 ลักษณะนักลงทุนด้านประชากรศาสตร์                              | 27   |
| 4.4 ลักษณะนักลงทุนด้านพฤติกรรม                                   | 31   |
| 4.5 ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย | 34   |
| 4.6 ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ หลังการวิเคราะห์ปัจจัย | 35   |
| 5.1 ลักษณะของนักลงทุนแต่ละกลุ่ม                                  | 44   |
| ข.1 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก                                     | 64   |
| ค.1 การทดสอบ Cronbach's Alpha                                    | 65   |
| ค.2 KMO and Bartlett's Test                                      | 66   |
| ค.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย     | 66   |
| ค.4 ค่าสถิติสำหรับแต่ละ Factor ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัย      | 68   |
| ค.5 ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับปัจจัย ก่อนการหมุนแกน                | 69   |
| ค.6 ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับปัจจัย หลังการหมุนแกน                | 70   |
| ค.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ หลังการวิเคราะห์ปัจจัย     | 71   |
| ง.1 อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทปี พ.ศ. 2558   | 73   |
| ง.2 รายชื่อบริษัทหลักทรัพย์                                      | 74   |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่  | หน้า |
|---|------|
| 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดและมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ | 1    |
| 1.2 แนวโน้มของมูลค่าการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต                              | 2    |
| 1.3 สัดส่วนการซื้อขายของนักลงทุนแต่ละประเภท                                     | 2    |
| 1.4 ความสำคัญของรายได้ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์                               | 5    |
| 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา  | 17   |
| 4.1 แนวทางการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์หุ้นแต่ละประเภท                           | 23   |



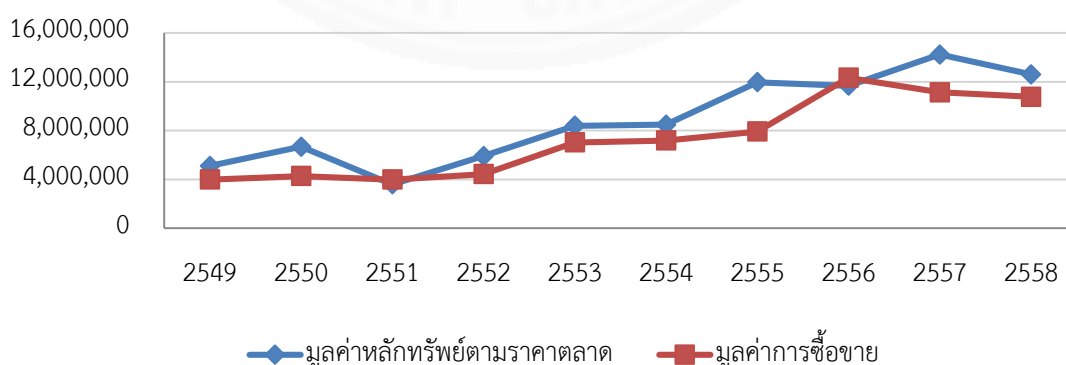
## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

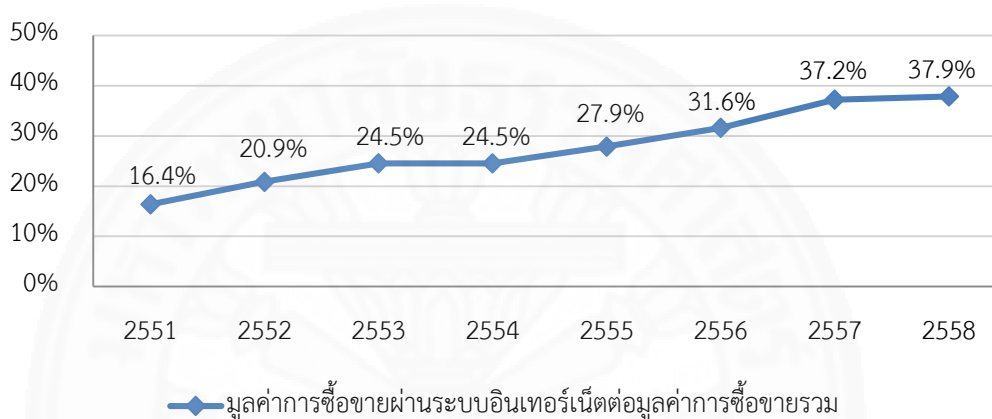
ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา บริษัทที่เข้ามาจดทะเบียนในตลาด SET และ mai มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในปี พ.ศ.2558 มีจำนวนบริษัทจดทะเบียนจำนวน 639 บริษัท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2549 ที่มี 513 บริษัท ถึงร้อยละ 24.6 โดยการเพิ่มขึ้นของบริษัทจดทะเบียนนี้ เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2556-2558 เป็นหลัก ซึ่งมีบริษัทจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 27 บริษัท จากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของบริษัทจดทะเบียนนี้ ส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงขึ้นตามไปด้วย จากปี พ.ศ.2549 ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดจำนวน 5,100,514 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 12,606,233 ล้านบาทในปี พ.ศ.2558 เมื่อมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นผลทำให้มูลค่าการซื้อขายเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ดังแสดงในภาพที่ 1.1 สถานะการซื้อขายหลักทรัพย์ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2558 นั้น มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและมีมูลค่าสูงที่สุดในปี พ.ศ.2556 แม้ว่าจะมีการชะลอตัวในปี พ.ศ.2557-2558 ก็ตาม โดยส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาด SET เนื่องจากมีจำนวนบริษัทจดทะเบียนมากกว่า ตลาด mai ถึง 4 เท่าตัว จึงสามารถกล่าวได้ว่า มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์

หน่วย : ล้านบาท

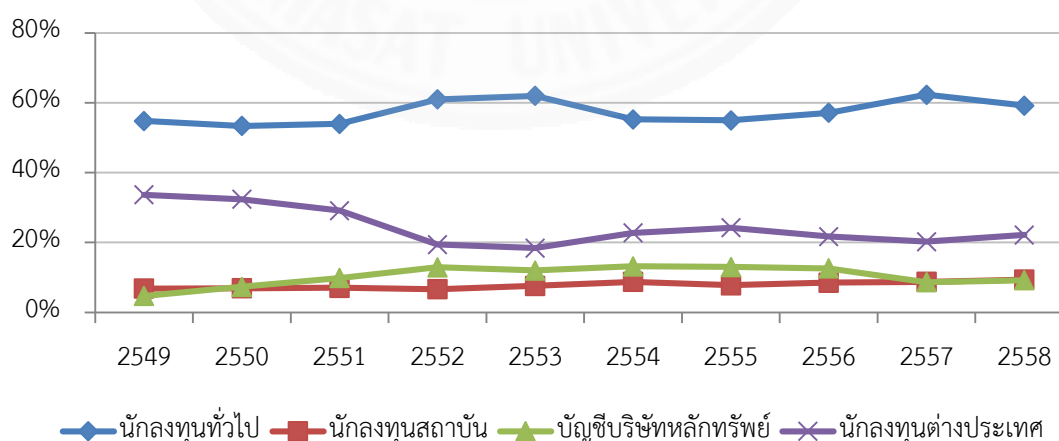


ภาพที่ 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดและมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์. โดย SETSMART, 2559.

โดยปกติแล้วนักลงทุน จะส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านสองช่องทาง คือ ส่งผ่านหรือเจ้าหน้าที่การตลาด หรือส่งด้วยตนเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทั้งสองช่องทางนี้มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แตกต่างกัน คือ ร้อยละ 0.25 และ ร้อยละ 0.15 ของมูลค่าการซื้อขาย ตามลำดับ ภาพที่ 1.2 แสดงแนวโน้มของมูลค่าการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญ นักลงทุนจึงส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านช่องทางนี้มากขึ้น ทำให้มูลค่าการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 1.2 แนวโน้มของมูลค่าการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต. โดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559.



ภาพที่ 1.3 สัดส่วนการซื้อขายของนักลงทุนแต่ละประเภท. โดย SETSMART, 2559.

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักลงทุน พบว่า จำนวนนักลงทุนที่เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 540,265 รายในปี พ.ศ.2551 เพิ่มขึ้นเป็น 1,244,907 รายในปี พ.ศ.2558 เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 ต่อปี และเมื่อพิจารณาถึงประเภทของนักลงทุน ที่แบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ นักลงทุนทั่วไปหรือนักลงทุนรายย่อย นักลงทุนสถาบัน บัญชีบริษัทหลักทรัพย์ และนักลงทุนต่างประเทศ พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2558 นักลงทุนทั่วไปมีมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 57.4 ของมูลค่าการซื้อขายรวม แสดงให้เห็นถึง นักลงทุนทั่วไปเป็นกลุ่มนักลงทุนที่มีสัดส่วนสูงที่สุดในตลาด ดังแสดงในภาพที่ 1.3

ตามที่ได้กล่าวข้างต้นว่า นักลงทุนจะต้องแต่งตั้งนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ หรือก็คือบริษัทหลักทรัพย์ซึ่งเป็นบริษัทสมาชิกก่อน ถึงจะสามารถทำการซื้อขายหลักทรัพย์ได้นั้น จำนวนบริษัทสมาชิกที่ให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากปี พ.ศ. 2555 ที่มีจำนวน 25 บริษัท เพิ่มขึ้นเป็น 31 บริษัทในปี พ.ศ.2558 แต่ในภาพรวมนั้น บริษัทที่เป็นสมาชิกมีจำนวนค่อนข้างคงที่มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 คือ มีจำนวน 38-39 บริษัท อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรายใหม่ได้ทยอยเข้ามาในธุรกิจนี้ หรืออาจเป็นผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในธุรกิจนี้อยู่แล้วแต่ต้องการจะเปิดบริษัทหลักทรัพย์ใหม่ ได้มีการซื้อหุ้นหรือใบอนุญาตการประกอบธุรกิจเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์จากผู้ที่ต้องการขาย และเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัทใหม่ จึงทำให้บริษัทสมาชิกที่วัดจำนวนจากใบอนุญาตประกอบธุรกิจมีจำนวนค่อนข้างคงที่ แต่ในความเป็นจริงบริษัทสมาชิกที่มีศักยภาพมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ.2556-2558 ได้มีบริษัทหลักทรัพย์เกิดใหม่ ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์เอเชีย เวลท์ จำกัด บริษัทหลักทรัพย์เออีซี จำกัด (มหาชน) บริษัทหลักทรัพย์ แอปเพิล เวลธ์ จำกัด บริษัทหลักทรัพย์ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด และบริษัทหลักทรัพย์เอสบีไอ ไทย ออนไลน์ จำกัด รวมไปถึง ในปี พ.ศ.2559 ยังมีบริษัทหลักทรัพย์เกิดใหม่ ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์ เอเอสแอล จำกัด และบริษัทหลักทรัพย์หยวนต้า (ประเทศไทย) จำกัด ข้อมูลจากกรุงเทพธุรกิจออนไลน์ วันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2559 ระบุว่า *“ในปี พ.ศ.2560 คาดว่าจะมีบริษัทหลักทรัพย์จากต่างประเทศ เข้ามาในอุตสาหกรรมอย่างน้อย 3 ราย จาก 3 ประเทศ มาจากญี่ปุ่น จีน และอังกฤษ”* ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนระหว่างมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อจำนวนบริษัทแล้ว พบว่ายังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้หากพิจารณาถึงจำนวนสาขาซึ่งเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายของบริษัทหลักทรัพย์ พบว่าเมื่อเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ.2559 บริษัทหลักทรัพย์มีสาขาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้งหมด 279 สาขา ขณะที่สาขาในต่างจังหวัด มีจำนวน 307 สาขา เมื่อเทียบจำนวนสาขาต่อพื้นที่สะท้อนให้เห็นว่า สาขาส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในเขตเมืองหลวง จากข้อเท็จจริงที่กล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เล็งเห็นการเติบโตจากธุรกิจนี้ จึงเข้ามาสู่ตลาดเพื่อแสวงหาโอกาสในการทำกำไรเกินปกติ

เมื่อมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาด ย่อมกระทบต่อผู้นำในตลาดหลายบริษัท ที่อาจตกเป็นเป้าหมายในการแย่งชิงบุคลากรและฐานลูกค้า นำมาซึ่งการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดไป ตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าผู้นำตลาดคือ บริษัทหลักทรัพย์เมย์แบงก์ กิมเอ็ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แม้ว่าจะครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับที่ 1 เป็นเวลานาน แต่ส่วนแบ่งการตลาดมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (รายชื่อบริษัทหลักทรัพย์เพิ่มเติมในภาคผนวก ง ตารางที่ ง.2)

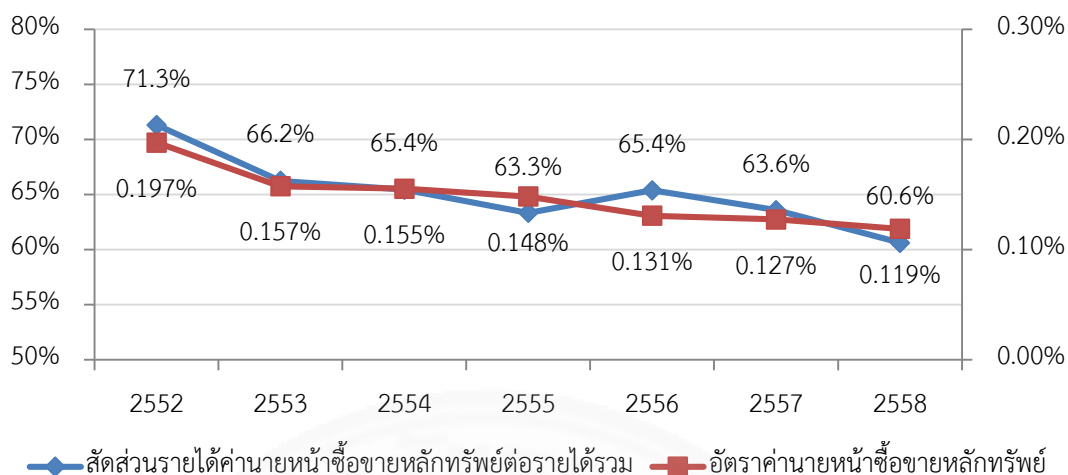
ตารางที่ 1.1 ส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก

| อันดับ | 2554   |       | 2555   |       | 2556   |       | 2557   |       | 2558   |      |
|--------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|------|
|        | ตัวย่อ | %     | ตัวย่อ | %     | ตัวย่อ | %     | ตัวย่อ | %     | ตัวย่อ | %    |
| 1      | MBKET  | 11.86 | MBKET  | 11.86 | MBKET  | 11.54 | MBKET  | 10.56 | MBKET  | 8.65 |
| 2      | FSS    | 5.17  | FSS    | 6.19  | KS     | 6.02  | KS     | 6.15  | CIMBS  | 5.96 |
| 3      | CGS    | 5.13  | KS     | 5.93  | FSS    | 5.88  | CIMBS  | 5.53  | FSS    | 5.72 |
| 4      | CS     | 4.93  | CGS    | 5.53  | CS     | 5.17  | FSS    | 5.24  | BLS    | 5.00 |
| 5      | ASP    | 4.83  | CS     | 5.41  | CGS    | 4.97  | BLS    | 4.96  | PHATRA | 4.69 |
| 6      | UBS    | 4.81  | UBS    | 5.02  | TNS    | 4.63  | TNS    | 4.51  | KS     | 4.40 |
| 7      | BLS    | 4.78  | TNS    | 4.82  | CIMBS  | 4.46  | KGI    | 4.28  | TNS    | 4.07 |
| 8      | PHATRA | 4.76  | BLS    | 4.80  | BLS    | 4.46  | PHATRA | 4.04  | SCBS   | 4.01 |
| 9      | KGI    | 4.54  | PHATRA | 4.25  | PHATRA | 4.39  | CS     | 3.87  | KGI    | 3.88 |
| 10     | TNS    | 4.43  | KTZ    | 4.14  | ASP    | 4.14  | ASP    | 3.82  | CS     | 3.63 |

ที่มา: SETSMART, 2559.

การเติบโตของธุรกิจหลักทรัพย์นี้ ทำให้มูลค่าการซื้อขายที่เพิ่มขึ้นของนักลงทุนได้เปลี่ยนไปเป็นรายได้ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์อันมหาศาลของบริษัทหลักทรัพย์ ภาพที่ 1.4 จะเห็นได้ว่า ธุรกิจหลักทรัพย์นั้นมีรายได้หลักมาจากค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552-2558 ธุรกิจหลักทรัพย์มีรายได้ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ย ร้อยละ 65.1 รายได้ที่มาจากส่วนนี้มีแนวโน้มลดลง สาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง บางบริษัทหลักทรัพย์จึงพยายามใช้กลยุทธ์ที่ไม่ใช่การแข่งขันทางราคา หรือมีการกระจายความเสี่ยงของรายได้ โดยการหารายได้จากผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นแทน เช่น การขายหน่วยลงทุน และกองทุน การเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน หรือการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ เป็นต้น





ภาพที่ 1.4 ความสำคัญของรายได้ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์. โดย สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย, 2559.

การที่บริษัทหลักทรัพย์พยายามสร้างสรรค์และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้แก่นักลงทุนนี้ นอกจากจะเป็นการกระจายความเสี่ยงของบริษัทตามที่ได้กล่าวข้างต้นแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้เห็นว่าบริษัทนั้นมีบริการที่ครบวงจรและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อรองรับต่อความต้องการของนักลงทุน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2559) พบว่า เดือนตุลาคม ปี พ.ศ.2559 จำนวนนักลงทุนมีเพียง 1.3 ล้านราย แต่จำนวนบัญชีของนักลงทุนมีถึง 1.9 ล้านบัญชี คิดเป็นอัตราส่วน 1 ต่อ 1.4 ซึ่งโดยปกติแล้ว นักลงทุน 1 ราย จะสามารถเปิดบัญชีหลักทรัพย์ได้เพียง 1 บัญชีต่อ 1 บริษัทเท่านั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า นักลงทุน 1 ราย อาจมีการเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์มากกว่า 1 แห่ง นั่นแสดงว่า บัญชีของนักลงทุนที่เปิดกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง อาจมิได้เกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการทั้งหมด จึงต้องหาทางเลือกและเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่นเพิ่มเติมด้วย นอกจากนี้ ข้อมูลจากประชาชาติธุรกิจออนไลน์ วันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ.2558 ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “จำนวนบัญชีของนักลงทุนในต่างจังหวัดมีสัดส่วนเพียง 10% ของบัญชีนักลงทุนทั้งหมด ขณะที่จำนวนบัญชีของนักลงทุนส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกว่า 90%” แสดงถึงการกระจุกตัวของนักลงทุนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงนั่นเอง

งานศึกษาในอดีตส่วนมากที่ศึกษาการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปนั้น มักจะใช้แบบสอบถามในการศึกษานักลงทุนในภาพกว้าง ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว นักลงทุนมีจำนวนมากและแต่ละรายมีลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้มีความ

ต้องการและการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักลงทุนรุ่นใหม่ที่ยังมีเงินลงทุนไม่มากนัก การกำหนดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ขั้นต่ำของบริษัทหลักทรัพย์ อาจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และหันไปเลือกบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่มีการกำหนดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ขั้นต่ำแทน ขณะที่นักลงทุนที่มีอาชีพหลักเป็นพนักงานประจำ ทำให้มีเวลาไม่เพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการซื้อขาย จึงต้องการบทวิเคราะห์ที่มีความถูกต้องและแม่นยำ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีความรู้ความสามารถคอยให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำ การเลือกบริษัทหลักทรัพย์ที่เน้นด้านการบริการจะตอบสนองต่อความต้องการได้ดีกว่าบริษัทหลักทรัพย์ที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำ เป็นต้น นอกจากนี้ความแตกต่างของนักลงทุนยังมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์และผลการดำเนินงานของบริษัทหลักทรัพย์อีกด้วย กล่าวคือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน บริษัทหลักทรัพย์ย่อมมีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า นั้นแตกต่างกัน ผลจากการใช้กลยุทธ์นั้นจะทำให้ผลการดำเนินงานมีความแตกต่างกันด้วย ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของประเด็นนี้ จึงสนใจที่จะศึกษานักลงทุนทั่วไปในเชิงลึก โดยการออกแบบสอบถามและจัดกลุ่มนักลงทุนทั่วไปที่มีจำนวนมากให้อยู่ในกลุ่มที่มีจำนวนน้อยลง ซึ่งมีการแบ่งกลุ่มที่แตกต่างจากงานศึกษาในอดีต เพื่อเพิ่มมุมมองนักลงทุนให้หลากหลายขึ้น หลังจากนั้นจึงจัดกลุ่มตัวแปรอิสระด้วยวิธี Factor Analysis ที่นอกจากจะช่วยให้จำนวนตัวแปรอิสระถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มที่มีจำนวนลดลงแล้ว ยังช่วยแก้ปัญหาการที่ตัวแปรอิสระของเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยมีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) และได้เพิ่มเติมคำถามการเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในแบบสอบถามที่งานศึกษาอื่นไม่ได้ให้ความสำคัญ เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจนมากขึ้นว่าปัจจัยใดที่นักลงทุนให้ความสำคัญมากหรือน้อยกว่ากัน หรือสามารถสรุปได้ว่านักลงทุนทั่วไปที่มีจำนวนมาก ถูกแบ่งประเภทให้มีจำนวนที่น้อยลงและสามารถวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลในการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปของแต่ละกลุ่มได้ง่ายและชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบกับข้อมูลจากแหล่งข่าวต่างๆ ในการพิจารณาว่าบริษัทหลักทรัพย์มีการใช้กลยุทธ์แบบใดที่ทำให้ให้นักลงทุนกลุ่มนั้นเลือกที่จะเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ของตน การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้เป็นเครื่องมือที่ทำให้เห็นว่า “ปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทหลักทรัพย์ ในการเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของนักลงทุนแต่ละกลุ่ม และนำไปกำหนดกลยุทธ์และแนวทางที่เหมาะสม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถรักษาสถานะลูกค้า และส่วนแบ่งการตลาด อันจะเป็นรายได้หลักขององค์กร

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาเชิงลึกถึงลักษณะ พฤติกรรม และความแตกต่างของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแต่ละกลุ่ม

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปแต่ละกลุ่มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจะนำนักลงทุนทั่วไปที่มีสัดส่วนการซื้อขายมากกว่านักลงทุนประเภทอื่นๆ มาจัดกลุ่มให้มีจำนวนที่น้อยลง และด้วยประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนสูงกว่าจังหวัดและภาคอื่นๆ ประกอบกับจำนวนสาขาของธุรกิจหลักทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีอัตราการเจริญเติบโตสูงกว่าสาขาในต่างจังหวัด ดังนั้นนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่น่าศึกษา อันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทหลักทรัพย์ในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

## 1.4 ประโยชน์ของการศึกษา

1.4.1 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อบริษัทหลักทรัพย์ ในการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางในการดำเนินงาน รวมไปถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.4.2 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุน ในการประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์ให้ตรงกับความต้องการของตนได้อย่างเหมาะสม

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และวรรณกรรมปริทัศน์

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทางเศรษฐศาสตร์

###### ทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์และธุรกิจหลักทรัพย์มีความเกี่ยวข้องกันโดยตรง โดยสามารถเขียนฟังก์ชันอุปสงค์ในการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ได้ดังนี้

$$D_i = f(P_i, P_x, Q_i, B_i)$$

กำหนดให้

$D_i$  = ความต้องการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์  $i$

$P_i$  = อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์  $i$

$P_x$  = อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่น

$Q_i$  = คุณภาพในการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์  $i$

$B_i$  = ผลประโยชน์อื่นที่จะได้รับจากบริษัทหลักทรัพย์  $i$

ฟังก์ชันอุปสงค์ข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า หากกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่แล้ว เมื่ออัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ รวมไปถึงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และค่าปรับของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งเพิ่มขึ้น จะทำให้นักลงทุนลดปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์แห่งนั้นลง ขณะเดียวกัน หากบริษัทหลักทรัพย์อื่นยังคงมีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้ราคาเปรียบเทียบของบริษัทหลักทรัพย์แห่งเดิมสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่น นักลงทุนจึงพยายามหาทางเลือกอื่นเพิ่มเติม โดยการเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่ที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำกว่า ทำให้ประหยัดต้นทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์ได้เท่ากับส่วนต่างอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ทั้งสองแห่ง นอกจากนี้ นักลงทุนควรเปรียบเทียบระหว่างราคาและผลประโยชน์อื่นที่จะได้รับด้วย เช่น หากใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งนี้แล้ว แม้ว่าจะต้องจ่ายอัตราค่านายหน้าหลักทรัพย์ที่สูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่น แต่จะได้รับการจัดสรรหุ้นจองไอพีโอที่เมื่อประเมินแล้วได้รับผลประโยชน์สุทธิมากกว่าการให้บริการ

บริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่นที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำกว่าแต่ไม่ได้รับการจัดสรรหุ้นจอง ไอพีโอ เป็นต้น สิ่งสำคัญที่จะต้องนำมาประกอบพิจารณาในการเลือกบริษัทหลักทรัพย์อีกปัจจัยหนึ่ง คือ คุณภาพในการให้บริการของแต่ละบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่า หากบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งมีคุณภาพในการให้บริการสูง ย่อมส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการบริหารและการจัดการเพิ่มขึ้น อันจะทำให้อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์นั้นสูงขึ้นด้วย แต่ถ้าบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่เน้นคุณภาพในการให้บริการหรือมีคุณภาพในการบริการที่ต่ำกว่า ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการจัดการย่อมต่ำกว่า จึงมีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่า ฉะนั้นแล้ว นักลงทุนที่อยู่ระหว่างการแสวงหาข้อมูล จึงต้องทำการเปรียบเทียบและชั่งน้ำหนัก ว่าตนเองต้องการคุณภาพในการบริการระดับใด อันจะเป็นผลที่สะท้อนต้นทุนในการซื้อขายหลักทรัพย์

อนึ่ง เทคโนโลยีที่ทันสมัย ประกอบกับการบริหารจัดการที่มีการพัฒนาและก้าวหน้าของธุรกิจหลักทรัพย์ ทำให้การเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่นั้นมีความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ ต้นทุนในการเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์นั้นมีเพียงค่าอากรแสตมป์ หรือหากต้องการโอนหลักทรัพย์จากบริษัทหลักทรัพย์แห่งเดิมไปยังบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่ ถึงแม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น แต่เป็นค่าใช้จ่ายที่ต่ำมากจนเรียกได้ว่าไม่มีนัยสำคัญ หรืออาจถือได้ว่าไม่มีต้นทุนในการเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่ ดังนั้นแล้ว นักลงทุนจึงสามารถเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์ได้มากกว่า 1 แห่ง ซึ่งข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์ได้เปิดเผยว่า เดือนตุลาคม ปี พ.ศ.2559 จำนวนนักลงทุนมีเพียง 1.3 ล้านราย แต่จำนวนบัญชีของนักลงทุนมีถึง 1.9 ล้านบัญชี ทำให้เห็นว่านักลงทุนหลายรายเลือกที่จะเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์มากกว่า 1 แห่ง โดยอาจพิจารณาและเลือกเฉพาะจุดเด่นของบริษัทหลักทรัพย์แต่ละแห่ง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนที่อาจเปลี่ยนไปในช่วงเวลาหนึ่งๆ

อย่างไรก็ตาม นักลงทุนทั่วไปมีจำนวนมากถึง 1.3 ล้านราย และแน่นอนว่านักลงทุนแต่ละรายย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกันไปไม่มากนักน้อย ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลหรือพฤติกรรมการลงทุน ดังนั้นแล้วการจัดกลุ่มนักลงทุน จะทำให้การวิเคราะห์มีความง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น อันจะทำให้เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของนักลงทุนแต่ละกลุ่มมากขึ้น และนำไปกำหนดแนวทางและกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการนี้ต่อไป

## 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

เมื่อพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องของแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและธุรกิจหลักทรัพย์ จะเห็นได้ว่ามีความเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน เพราะธุรกิจหลักทรัพย์เป็นธุรกิจการให้บริการลูกค้า หากบริการที่ลูกค้าได้รับจริง เช่น เจ้าหน้าที่การตลาดมีความรู้ความสามารถ ซื่อสัตย์ เอาใจใส่ และตอบสนองลูกค้าได้เป็นอย่างดีเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะยังคงใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งนั้นต่อไป เนื่องจากประทับใจในการบริการของเจ้าหน้าที่การตลาด แต่หากเจ้าหน้าที่การตลาดให้ข้อมูลที่ไม่เป็นประโยชน์และเร่งให้ลูกค้าทำการซื้อขาย หรือสิ่งอื่นใดที่อันจะทำให้ลูกค้าประเมินว่าบริการที่ลูกค้าได้รับจริงน้อยกว่าบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าก็จะยุติการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แห่งนั้นและหันไปหาบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่นที่คาดว่าจะมีการให้บริการที่ดีกว่าได้ ดังนั้น บริษัทหลักทรัพย์จึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของการบริการที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ

ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยมและมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้น คือ SERVQUAL ซึ่งจากเดิมที่ประกอบไปด้วยมิติหรือมุมมองต่างๆ ทั้งหมด 10 กลุ่ม ถูกปรับปรุงและพัฒนาจนเหลือเพียง 5 กลุ่มเท่านั้น ซึ่งเมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับบริษัทหลักทรัพย์แล้ว ทำให้บริษัทหลักทรัพย์ต้องมีสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้ในการให้บริการ

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) นั่นคือ ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีคุณภาพและแสดงถึงการดูแล ความตั้งใจ และการเอาใจใส่ลูกค้า เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้การทำงานของบริษัทหลักทรัพย์มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งสมัยก่อน การเปิดบัญชีจะเป็นการทำงานของเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ แต่ปัจจุบันลูกค้าคาดหวังว่าบริษัทหลักทรัพย์จะต้องมีระบบคอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพสูงในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีจำนวนมากๆ และสามารถค้นหาข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้ เป็นต้น

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) สิ่งที่บริษัทหลักทรัพย์จะต้องมี คือความสามารถในการส่งมอบบริการที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ตรงตามที่ได้ตกลงกันไว้ ในความเป็นจริง การให้บริการที่สามารถไว้วางใจได้นั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ เพราะนอกจากเจ้าหน้าที่การตลาดจะคอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการลงทุน เพื่อให้ลูกค้าทำการตัดสินใจแล้ว ยังเป็นผู้ดำเนินการตามกรอบกลยุทธ์และส่งคำสั่งซื้อขายให้แก่ลูกค้าอีกด้วย สิ่งที่ทำให้ลูกค้าเป็นกังวลคือ ความสม่ำเสมอที่บริษัทหลักทรัพย์จะสามารถรักษาระดับความไว้วางใจได้หรือไม่ เช่น การรายงานตัวเลขที่ถูกต้องหรือการยืนยันคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ของลูกค้า

3. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) แม้ว่าไม่มีเจ้าหน้าที่การตลาดที่จะยืนยันได้ว่าลูกค้าจะได้รับกำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์อย่างแน่นอน แต่

การตอบสนองต่อสิ่งที่ลูกค้าร้องขอหรือตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ จะทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มจะเลือกใช้บริการมากขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าบริษัทหลักทรัพย์จะต้องมีทีมงานที่คอยสนับสนุนและดูแลลูกค้าที่มีศักยภาพและแข็งแกร่งอยู่เบื้องหลัง

4. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะชอบให้เจ้าหน้าที่การตลาดคอยดูแลเอาใจใส่และติดตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างใกล้ชิด การซื้อขายหลักทรัพย์เป็นสิ่งที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาใดๆ ขึ้น ลูกค้าย่อมต้องการความเห็นอกเห็นใจและคำแนะนำที่มีความเป็นมืออาชีพจากเจ้าหน้าที่การตลาดในการแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

5. การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า (Assurance) เป็นการประเมินระดับความรู้และความสุภาพ รวมไปถึงความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการให้บริการของพนักงานบริษัทหลักทรัพย์ ในกรณีที่ลูกค้าใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์การซื้อขายหลักทรัพย์มาก่อน ย่อมที่จะเชื่อถือในเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีชื่อเสียงและมีประวัติที่ดี

## 2.2 วรรณกรรมปริทัศน์

ในธุรกิจหลักทรัพย์นั้น โดยภาพรวมแล้ว ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักลงทุน และมีการศึกษากันมากที่สุดประเด็นหนึ่ง คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ โดยส่วนใหญ่จะอ้างอิงทฤษฎีอุปสงค์ อรรถประโยชน์ และส่วนประสมทางการตลาดเป็นหลัก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ตัวอย่างการศึกษา เช่น วิมลลักษณ์ สันฐิติเจริญวงศ์ (2548) ภาระดี ภาระราช (2548) และ วชิรินทร์ เบ้าคำ (2550) พบว่า เจ้าหน้าที่การตลาดหรือที่เรียกว่าที่ปรึกษาการลงทุนในปัจจุบัน ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์มีความสำคัญที่สุด ขณะที่ ญัฐวุฒิ วงศ์เขาวรรักษ์ (2558) ทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ โดยใช้แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ASCI model) พบว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกบริษัทหลักทรัพย์ สอดคล้องกับ สุพรรณษา วรรณราชู (2549) ที่พบว่า รูปแบบการบริการและกระบวนการบริการมีผลต่อการเลือกมากที่สุด ด้าน อิทธิเชษฐ วงษ์สวัสดิ์ (2553) พบว่ากระบวนการให้บริการ เช่น การติดตามแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ข้อมูลการลงทุนที่หลากหลาย รวมไปถึง ระบบที่มีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักลงทุนใหม่ที่ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งก่อนหน้านั้น วัฒนพงศ์ ไชยวงศ์ (2552) พบว่า ความปลอดภัยในการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่นักลงทุนเลือกซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม อีสริย์ จุลจิราภรณ์ (2550) พบว่า แม้นักลงทุนจะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด แต่ให้ความสำคัญกับช่องทางในการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยเฉพาะการติดต่อทางโทรศัพท์ของลูกค้าที่รวดเร็วและสะดวก ถือเป็นหนึ่งปัจจัยช่องทางในการจัดจำหน่ายของงานศึกษานี้ ขณะที่ Robert

Chan et al. (1991, 1995) ได้ศึกษานักลงทุนในประเทศฮ่องกงและออสเตรเลีย โดยใช้ Factor Analysis ในการจัดกลุ่มนักลงทุนและบริษัทหลักทรัพย์ พบว่า นักลงทุนแต่ละกลุ่มมีทัศนคติในการเลือกบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกัน เช่น กลุ่มนักลงทุนที่มีประสบการณ์และความเชื่อมั่นในตัวเองสูง จะไม่ให้ความสำคัญกับการบริการหรือความเข้าใจลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์ เพราะตนเองมีความรู้และความสามารถในการลงทุนอยู่แล้ว ขณะที่กลุ่มนักลงทุนที่เน้นการบริการของบริษัทหลักทรัพย์ในประเทศฮ่องกง จะเลือกบริษัทหลักทรัพย์ที่ขนาดใหญ่และมีบริการที่พิเศษกว่าบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่นๆ แต่ในประเทศออสเตรเลีย พบว่านักลงทุนกลุ่มนี้ จะเลือกบริษัทหลักทรัพย์ที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสะท้อนในรูปอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ หากบริษัทหลักทรัพย์มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ นักลงทุนกลุ่มนี้ก็จะไม่เลือก

เมื่อประมวลงานศึกษาข้างต้นแล้ว ทำให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดของนักลงทุนในการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์หรือบริษัทหลักทรัพย์ คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่การตลาด อย่างไรก็ตาม งานศึกษาข้างต้นนั้น เป็นงานในอดีตที่ผ่านมานานแล้ว ปัจจุบันเจ้าหน้าที่การตลาดถูกลดบทบาทลง เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น มีระบบอินเทอร์เน็ตในการซื้อขายหลักทรัพย์มาแทนที่ ทำให้ผู้บริโภคมีการปรับตัวเพื่อความสะดวกสบายมากขึ้น ส่งผลให้ในปัจจุบันนี้มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นประเด็นนี้บริษัทหลักทรัพย์ควรพิจารณาและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

อีกประเด็นที่มีการศึกษากันมาก คือ ผลกระทบจากการเปิดเสรีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้ผลิตเป็นหลัก และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามและงบการเงินของบริษัทหลักทรัพย์ ตัวอย่างการศึกษา เช่น ชญาณี โปชน์เงิน (2544) พบว่าบริษัทหลักทรัพย์ไทยส่วนใหญ่ มีความสามารถในการแข่งขันลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทหลักทรัพย์ของต่างชาติ นอกจากนี้ การแข่งขันที่สูงขึ้นจากการเปิดเสรีค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ นำมาสู่การลดราคา เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด และตัวแปรที่มีความสำคัญในการอยู่รอดของบริษัทหลักทรัพย์ คือ รายได้ค่านายหน้า และค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนพนักงาน สอดคล้องกับ ลินดา ตรีทศายุธ (2550) บริษัทหลักทรัพย์ของต่างชาติ จะมีประสิทธิภาพสูงกว่าบริษัทหลักทรัพย์ท้องถิ่น ด้าน พรธณี เรืองแวมณี (2547) ใช้ SCP Model เพื่อศึกษาเชิงลึกถึงบริษัทหลักทรัพย์ โดยกลุ่มบริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้กลยุทธ์ด้านราคา จะสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้ และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ขณะที่กลุ่มบริษัทหลักทรัพย์ที่เน้นการบริการ จะสามารถทำกำไรได้สูงกว่า นอกจากนี้ ยังพบบริษัทหลักทรัพย์ที่มีพฤติกรรมตั้งราคาเพื่อขจัดคู่แข่ง (Predatory Pricing) อีกด้วย ขณะที่ ยุวดี อริยานนท์ (2552) ได้แบ่งนักลงทุนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ให้ความสำคัญและไม่ให้ความสำคัญกับอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ โดยกลุ่มแรกจะยอมเสียผลประโยชน์บางประการ เช่น ของขวัญตามเทศกาล ที่นั่งในห้องค้า เป็นต้น เพื่อหัน



ไปใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ถูกกว่า ขณะที่อีกกลุ่มจะยังคงใช้บริการที่เดิม เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่การตลาดเป็นอย่างดีอยู่แล้ว นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญที่สุด โดยเฉพาะความซื่อสัตย์ของเจ้าหน้าที่การตลาด

ผลการศึกษาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ก่อนการเปิดเสรีค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ธุรกิจหลักทรัพย์จะมีการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา หรือเน้นด้านบริการ หลังจากการเปลี่ยนแปลงโดยเปิดเสรีค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แล้ว พบว่าบริษัทหลักทรัพย์มีแนวโน้มที่จะลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ทำให้เกิดการแข่งกันอย่างรุนแรง เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด ส่งผลให้หลายบริษัทหลักทรัพย์ได้ขายใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการรายใหม่หรือต้องเลิกกิจการไปในที่สุด ดังนั้น บริษัทหลักทรัพย์ควรปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ และอยู่รอดต่อไปได้ในระยะยาว

นอกจากนี้ การศึกษานักลงทุนทั่วไปนั้น ปัญหาที่สำคัญ คือ นักลงทุนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนสูงกว่านักลงทุนประเภทอื่นๆ จึงควรแก้ปัญหาโดยการนำมาจัดกลุ่มเพื่อความสะดวกและง่ายต่อการวิเคราะห์ ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่เน้นมีการจัดกลุ่มนักลงทุนน้อยมาก อย่างไรก็ตาม ยังมีงานวิจัยบางฉบับที่ได้ให้ความสำคัญกับการแบ่งกลุ่มนักลงทุน เช่น สง่า บรรจงประเสริฐ และ กนิยะ อิศริยะประษา (2554) ได้สำรวจนักลงทุนทั่วไปเพื่อหาช่องทางในการเข้าถึงนักลงทุนแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งกลุ่มนักลงทุนออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ Risky Investor, Long term Investor, Conservative Investor และ Followers ซึ่งการจัดกลุ่มตามข้างต้นถือได้ว่าแต่ละกลุ่มมีความใกล้เคียงกันมาก จนสามารถแยกได้ยากและอาจทำให้นักลงทุนรายหนึ่งถูกจัดให้อยู่ได้ในหลายกลุ่ม และเมื่อได้ศึกษานักลงทุนในเชิงลึกพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ประเมินว่าตนเองมีความรู้ระดับปานกลาง ซึ่งระดับการศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ และมูลค่าการซื้อขาย จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระดับความรู้ ขณะที่ด้านความเสี่ยง ส่วนใหญ่จะยอมรับความเสี่ยงได้สูงขึ้น เพื่ออัตราผลตอบแทนสูงสุดในระยะยาว และเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานมากกว่าปัจจัยทางเทคนิค จึงชอบให้ราคาหุ้นขึ้นลงช้าๆ สอดคล้องกับ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2555) ที่ได้แบ่งกลุ่มนักลงทุนที่มีอายุ 20-29 ปี โดยใช้หลายเกณฑ์ในการแบ่ง ได้แก่ อายุและการศึกษา การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์และไม่ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และพฤติกรรมและความสนใจในการลงทุน พบว่า นักลงทุนที่อายุ 20-29 ปี ยอมรับความเสี่ยงได้ในระดับต่ำและคิดว่าตนเองยังมีความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในระดับน้อย จึงต้องการการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในการลงทุน ขณะที่สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2557) ได้แบ่งกลุ่มนักลงทุนต่างจังหวัดออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักลงทุนบุคคลธรรมดา และกลุ่มนักศึกษามีศักยภาพ พบว่า นักลงทุนบุคคลธรรมดาคิดว่าตนเองมีความรู้ด้านการลงทุนในตลาดหุ้นและยอมรับความเสี่ยงได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้มีศักยภาพในการลงทุน สาเหตุสำคัญที่ทำให้ให้นักลงทุนบุคคลธรรมดายอมรับความเสี่ยงได้มากกว่า เนื่องมาจากต้องการลงทุนเพื่อผลตอบแทนที่สูงกว่าการลงทุน

สินทรัพย์ประเภทอื่นๆ ขณะที่ผู้มีศักยภาพลงทุนเพียงเพื่อต้องการรายได้เสริมจากงานประจำ อย่างไรก็ตาม การแบ่งกลุ่มนักลงทุนนี้เพื่อให้มองเห็นปัญหาของนักลงทุนแต่ละกลุ่มและนำไปกำหนดเป็นนโยบายอันจะแก้ไขปัญหาและสามารถขยายฐานนักลงทุนได้ ดังนั้นจะต้องมีการเตรียมข้อมูลและศึกษาลักษณะเฉพาะและพฤติกรรมของนักลงทุนในแต่ละกลุ่มเป็นอย่างดี เพราะนักลงทุนแต่ละกลุ่มแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความแตกต่างกันออกไป

จะเห็นได้ว่าการจัดกลุ่มนักลงทุนทั่วไปมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทำให้สามารถวิเคราะห์สิ่งที่นักลงทุนแต่ละกลุ่มต้องการได้ง่ายขึ้น โดยการกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการของนักลงทุนแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน อันจะทำให้เกิดความจงรักภักดีของกลุ่มลูกค้าเดิม และการขยายฐานลูกค้าที่จะช่วยบรรเทาการแย่งชิงลูกค้าให้ทุเลาลงไปได้

ขณะเดียวกันการให้บริการนับเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่บริษัทหลักทรัพย์ให้ความสำคัญและจะต้องคอยควบคุมและส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าอยู่เสมอ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการ เช่น Eisingerich, A. B., & Bell, S. J. (2008) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจของลูกค้า โดยแบ่งคุณภาพการบริการเป็น 2 ประเภท คือ เชิงหน้าที่ (เช่น ความสุภาพและเอาใจใส่ในการให้บริการ) และเชิงเทคนิค (เช่น ผลประกอบการหรือพอร์ตการลงทุน) พบว่าระดับการศึกษาของลูกค้าจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับความไว้วางใจ และให้ผลที่มีนัยสำคัญในเชิงหน้าที่มากกว่าเชิงเทคนิค กล่าวคือ หากลูกค้ามีการศึกษาในระดับสูงจะทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในบริษัทเพิ่มขึ้น ซึ่งลูกค้าจะให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการในเชิงหน้าที่ที่เป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่การตลาดมากกว่าในเชิงเทคนิคที่เน้นในผลลัพธ์ที่ได้จากการลงทุน ขณะที่ Xiaohua Lin & Benjamin Wei (2012) ได้ใช้แบบจำลอง SERVQUAL เพื่อสำรวจการเลือกบริษัทหลักทรัพย์ พบว่าสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญที่สุดในการเลือกบริษัทหลักทรัพย์ คือ ความน่าไว้วางใจที่บริษัทหลักทรัพย์จะต้องสร้างขึ้น เช่น มีความเอาใจใส่และคอยดูแลเมื่อลูกค้ามีปัญหาเกิดขึ้น รองลงมาคือ แบรินด์หรือภาพลักษณ์ของบริษัทที่จะมาพร้อมกับชื่อเสียง ประสิทธิภาพ และผลการดำเนินงานในอดีตของบริษัท

จากการที่อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์จึงควรหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการมากขึ้น อันจะทำให้ธุรกิจหลักทรัพย์โดยภาพรวมมีการแข่งขันในเชิงสร้างสรรค์และเติบโตขึ้นอย่างยั่งยืน ขณะที่นักลงทุนที่ต้องการบริการจะได้รับการตอบสนองต่อความต้องการเช่นกัน เกิดเป็นความพึงพอใจและบอกต่อแก่คนรู้จัก ทำให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทเป็นที่เลื่องลือและได้รับการยอมรับ

## บทที่ 3

### วิธีการศึกษา

#### 3.1 รูปแบบการศึกษา

ผู้วิจัยได้มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในธุรกิจหลักทรัพย์ ขณะที่การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมินั้น จะรวบรวมข้อมูลจากบทความ บทสัมภาษณ์ ข่าวสาร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาถึงความต้องการของนักลงทุนทั่วไป จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Data) คือ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคมจนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2560 โดยแบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 4 ส่วน

**ส่วนที่ 1:** คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อกำหนดกลุ่มนักลงทุน โดยมีรูปแบบของคำถาม คือ คำถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทาง คำถามที่ผู้ตอบเลือกได้หลายคำตอบ และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก

**ส่วนที่ 2:** ข้อมูลทั่วไปและการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีรูปแบบของคำถาม คือ คำถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทางและคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก

**ส่วนที่ 3:** การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ โดยมีรูปแบบคำถาม คือ คำถามที่แสดงถึงระดับความเห็นหรือความสำคัญ ซึ่งจะใช้เกณฑ์การวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) มีการแบ่งการวัดออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับจากความสำคัญน้อยที่สุด (ระดับ 1) ไปยังความสำคัญมากที่สุด (ระดับ 5) การประเมินระดับความสำคัญปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

**ส่วนที่ 4:** การเรียงลำดับความสำคัญปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ โดยเรียงลำดับจากมีความสำคัญมากที่สุด (ลำดับที่ 1) ไปยังมีความสำคัญน้อยที่สุด (ลำดับที่ 6) จึงมีรูปแบบคำถามเป็นการเรียงลำดับ

ด้านการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้สัมภาษณ์จะกำหนดคำถามในประเด็นต่างๆ ให้ครอบคลุมกับเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ก่อนเริ่มสัมภาษณ์ ซึ่งคำถามจะประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด เพื่อกำหนดกรอบในการศึกษา และคำถามปลายเปิดหากเป็นคำถามที่ถามถึงมุมมองและทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยจะใช้เวลาประมาณ 60 นาที ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์

### 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

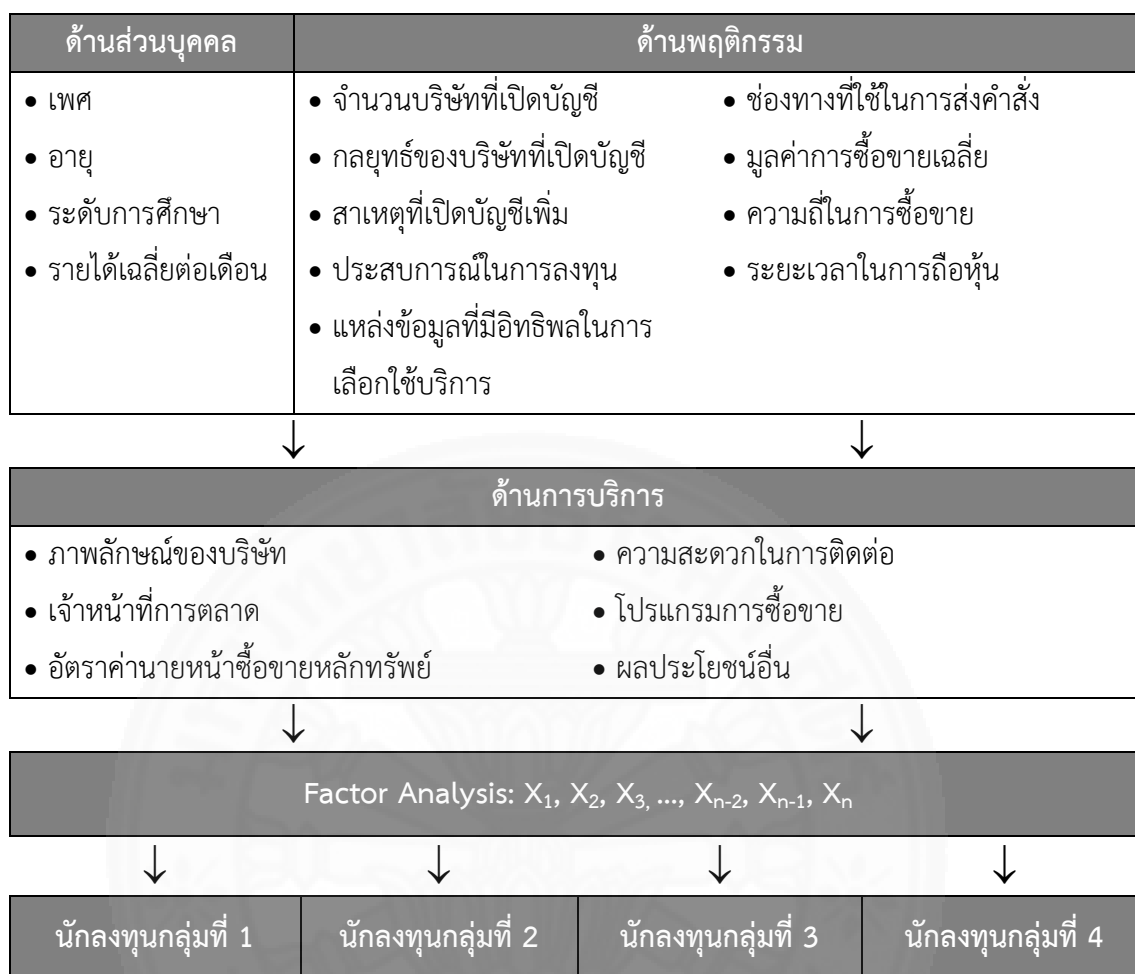
การใช้แบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเป้าหมาย คือ นักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีบัญชีหลักทรัพย์ ซึ่งอาจมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์เพียง 1 แห่ง หรือมากกว่า 1 แห่งก็ได้

ส่วนการกำหนดขนาดตัวอย่างนั้น สามารถพิจารณาจากจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ ซึ่งจะต้องกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557, น.120 อ้างถึงใน ญัฐวุฒิ วงศ์เยาวรักษ์, 2557, น.15) โดยงานศึกษานี้ มีจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 24 ตัวแปร ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 240 ราย สำหรับการสุ่มตัวอย่างจะเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มาจากบริษัทหลักทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 4 อันดับแรกในปี พ.ศ.2558 เนื่องจากเป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าเป็นนักลงทุนทั่วไปเป็นหลัก ทั้ง 4 บริษัทหลักทรัพย์นี้มีส่วนแบ่งการตลาดรวมแล้วคิดเป็นร้อยละ 25.33 จึงกำหนดให้จำนวนตัวอย่างมาจาก 4 บริษัทนี้ อย่างน้อยเท่ากับ 106 ราย ส่วนที่เหลือจะเป็นตัวอย่างจากบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ

ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น จะสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และอยู่ในธุรกิจหลักทรัพย์มาเป็นเวลาอย่างน้อย 5 ปี โดยจะสุ่มและเลือกสัมภาษณ์บริษัทหลักทรัพย์ที่มีความเป็นผู้นำในตลาดหรือมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

### 3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การสำรวจนักลงทุนทั่วไป จะทำการกำหนดแปรอิสระซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรแฝงจำนวน 24 ตัวแปร หลังจากนั้นจึงนำมาจัดกลุ่มด้วย Factor Analysis ทำให้จำนวนตัวแปรลดลงและแก้ปัญหาตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ดังตารางที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา. จากการกำหนดของผู้วิจัย.

สันติ กิระนันท์ (2553) ได้สำรวจพฤติกรรมของนักลงทุนบุคคล พบว่า ปัญหาในการลงทุนที่เกิดจากตัวบุคคลหรือนักลงทุนเอง คือ ความรู้ความเข้าใจในการลงทุนที่ยังไม่เพียงพอ กล่าวคือ ขาดความรู้ความเข้าใจในการลงทุน ไม่มีความรู้ทางด้านเทคนิค และไม่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการซื้อขาย สอดคล้องกับ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2555) ที่พบว่ากลุ่มคนอายุ 20-29 ปี ไม่ลงทุน เพราะยังขาดความรู้ในการลงทุนและความพร้อมทางการเงิน ดังนั้นจึงปฏิเสธไม่ได้ว่าความรู้หรือความพร้อมในการลงทุนเป็นสิ่งสำคัญที่นักลงทุนทุกรายพึงต้องมี ประกอบกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้มีนโยบายให้บริษัทหลักทรัพย์ดำเนินการให้ลูกค้าจัดทำแบบประเมินความเสี่ยง (Suitability Test) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ลงทุนประเมินความสามารถในการรับความเสี่ยงของผู้ลงทุน อันจะนำไปสู่การลงทุนที่เหมาะสมกับตนเอง ตลอดจนเพื่อให้ผู้ติดต่อกับผู้

ลงทุนได้นำข้อมูลไปใช้ประกอบการให้คำแนะนำที่เหมาะสม ดังนั้นผู้วิจัยจึงพิจารณาและจำแนกกลุ่มนักลงทุน ออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1: นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย และรับความเสี่ยงได้ต่ำ

กลุ่มที่ 2: นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย และรับความเสี่ยงได้สูง

กลุ่มที่ 3: นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนสูง และรับความเสี่ยงได้ต่ำ

กลุ่มที่ 4: นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนสูง และรับความเสี่ยงได้สูง

เมื่อวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า นักลงทุนกลุ่มที่ 1 เป็นมือใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์และไม่มี ความมั่นใจในการลงทุนนัก จึงยอมรับความเสี่ยงได้ต่ำ ขณะที่นักลงทุนกลุ่มที่ 2 เป็นมือใหม่เช่นกันแต่ สามารถยอมรับความเสี่ยงได้สูงกว่า จึงต้องการผลตอบแทนที่สูงตามไปด้วย ส่วนนักลงทุนกลุ่มที่ 3 เป็นผู้เชี่ยวชาญแต่มีมุมมองหรือทัศนคติต่อความเสี่ยงเป็นลบ จึงยอมรับความเสี่ยงได้ต่ำ แตกต่างจาก นักลงทุนกลุ่มที่ 4 ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญแต่ชอบความผันผวน จึงยอมรับความเสี่ยงได้สูง ดังนั้นกลุ่มนัก ลงทุนที่ต่างกัันเหล่านี้ จึงนำไปสู่การเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ที่ต่างกััน

ขณะที่การสัมภาษณ์เชิงลึก จะสัมภาษณ์ถึงประเด็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันเป็นหลัก เพื่อทราบถึงกลยุทธ์เด่นของแต่ละกลุ่มบริษัทหลักทรัพย์ ว่ามีการเน้นการแข่งขันทางราคาหรือไม่ใช่ ราคา รวมไปถึงวิธีการในการแย่งชิงหรือขยายฐานลูกค้า และการดึงดูดผู้เชี่ยวชาญหรือบุคลากรที่มีความสามารถในธุรกิจให้ย้ายมาเข้าร่วมกับบริษัทหลักทรัพย์ตน นอกจากนี้ จะสัมภาษณ์ถึงมุมมองที่มี ต่อธุรกิจหลักทรัพย์และสถานะเศรษฐกิจในอนาคต เพื่อให้ทราบว่าบริษัทหลักทรัพย์มีการตอบสนอง ต่อความต้องการของลูกค้าอย่างไร

### 3.5 เกณฑ์ในการวัดค่าตัวแปร

คำถามในแบบสอบถามที่เป็นการวัดระดับความเห็นหรือความสำคัญ จะมีการกำหนด ความกว้างของแต่ละชั้นและแปลผล รวมไปถึงการตีความหมายข้อมูล ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของแต่ละชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เราจะคำนวณและใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยเลขคณิตในการแปลผลและตีความหมายข้อมูล โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

|                      |         |                 |
|----------------------|---------|-----------------|
| ระดับคะแนน 4.21-5.00 | หมายถึง | สำคัญมากที่สุด  |
| ระดับคะแนน 3.41-4.20 | หมายถึง | สำคัญมาก        |
| ระดับคะแนน 2.61-3.40 | หมายถึง | สำคัญปานกลาง    |
| ระดับคะแนน 1.81-2.60 | หมายถึง | สำคัญน้อย       |
| ระดับคะแนน 1.00-1.80 | หมายถึง | สำคัญน้อยที่สุด |

### 3.6 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะทำการทดสอบในเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 ราย โดยจะทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา (IOC: Index of Item Objective Congruence) จำนวน 5 ท่าน หากคำถามใดที่วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ จะให้ 1 คะแนน ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ จะให้ 0 คะแนน และถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ จะถูกหัก 1 คะแนน ซึ่งหากค่าดัชนีมีค่ามากกว่า 0.60 จะถือว่ามีความเที่ยงตรง ส่วนการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จะใช้การทดสอบสัมประสิทธิ์ครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha) ซึ่งจะได้ค่าดังกล่าวจากการนำแบบสอบถามไปประมวลผลด้วยโปรแกรม IBM SPSS Statistics 23 โดยมีเกณฑ์คือ หากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคแอลฟามีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมและน่าเชื่อถือสามารถนำไปเก็บข้อมูลต่อได้

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทดสอบเครื่องมือแล้วพบว่ามีความคุณภาพ จึงจะทำการเก็บข้อมูลจริง จำนวน 240 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 3 มาประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรม IBM SPSS Statistics 23 ด้วยวิธี Factor Analysis เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กัน และนำไปหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มนักลงทุนประเภทต่างๆ รวมไปถึง ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลกับการเรียงลำดับความสำคัญในแบบสอบถามส่วนที่ 4 สุดท้ายจะนำมาเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะใช้การวิเคราะห์ของผู้วิจัยในการตีความหมายข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

### การจำแนกกลุ่มตัวแปรด้วยเทคนิค (Factor Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยหรือการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) เป็นเทคนิคในการจับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกัน ตัวแปรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือทิศทางตรงกันข้ามก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่คนละกลุ่ม จะไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

การนำเทคนิค Factor Analysis ไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดกลุ่ม หรือจำแนกกลุ่มตัวแปรสามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยการใช้สถิติ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's test of sphericity
2. สกัดปัจจัยด้วยวิธี PCA (Principal Component Analysis) คือ การหาจำนวนกลุ่มที่สามารถใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดทุกตัวได้
3. หมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Orthogonal Rotation แบบ Varimax ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จะดำเนินการแยกตัวแปรอิสระให้เห็นเด่นชัดว่าตัวแปรอิสระหนึ่งๆ ควรจะจัดอยู่ในกลุ่มใด
4. คำนวณค่า Factor Score ว่ากลุ่มนั้นๆ ประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระใดบ้าง สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 การจัดกลุ่มตัวแปรอิสระ

| ตัวแปร    | คำอธิบาย           |
|-----------|--------------------|
| $X_1$     | กลุ่มตัวแปรที่ 1   |
| $X_2$     | กลุ่มตัวแปรที่ 2   |
| $X_3$     | กลุ่มตัวแปรที่ 3   |
| $X_{n-2}$ | กลุ่มตัวแปรที่ n-2 |
| $X_{n-1}$ | กลุ่มตัวแปรที่ n-1 |
| $X_n$     | กลุ่มตัวแปรที่ n   |

ที่มา: จากการกำหนดของผู้วิจัย

เมื่อจัดกลุ่มตัวแปรอิสระโดยใช้ Factor Analysis แล้ว จึงนำมาวิเคราะห์ว่ากลุ่มนักลงทุนแต่ละประเภท มีการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ที่แตกต่างกันอย่างไร และปัจจัยใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนแต่ละกลุ่ม



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีรูปแบบการศึกษา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณจากการใช้แบบสอบถาม ในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 240 ราย นอกจากนี้ ยังใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบกับข่าวสาร เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 4.1 การแบ่งกลุ่มของนักลงทุน
- 4.2 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 วิเคราะห์กลุ่มนักลงทุน

#### 4.1 การแบ่งกลุ่มของนักลงทุน

การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 รายที่มีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์และอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเลือก 4 ประเภท ได้แก่ หุ้นที่มีการจ่ายเงินปันผลสูง หุ้นขนาดใหญ่ที่มีฐานะการเงินแข็งแกร่ง หุ้นขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการเติบโตและหุ้นที่มีข่าวลือ ราคาขึ้นลงแรง มีการซื้อขายสูง ซึ่งแต่ละประเภทจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไป

หุ้นที่มีการจ่ายปันผลสูง หรือ Dividend Stock ส่วนใหญ่จะมีการเคลื่อนไหวของราคาราคาขึ้นและได้รับผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลเป็นหลัก การวิเคราะห์หุ้นจึงควรใช้ปัจจัยพื้นฐาน เช่น งบการเงิน เป็นเครื่องมือหลักในการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการทำกำไรของบริษัทเพื่อนำมาจ่ายปันผลให้กับผู้ถือหุ้น ส่วนปัจจัยเทคนิค เช่น กราฟ เป็นเครื่องมือที่ใช้ประโยชน์ได้น้อยกับหุ้นประเภทนี้ เพราะมีการเคลื่อนไหวราคาค่อนข้างต่ำแล้วข้างต้น

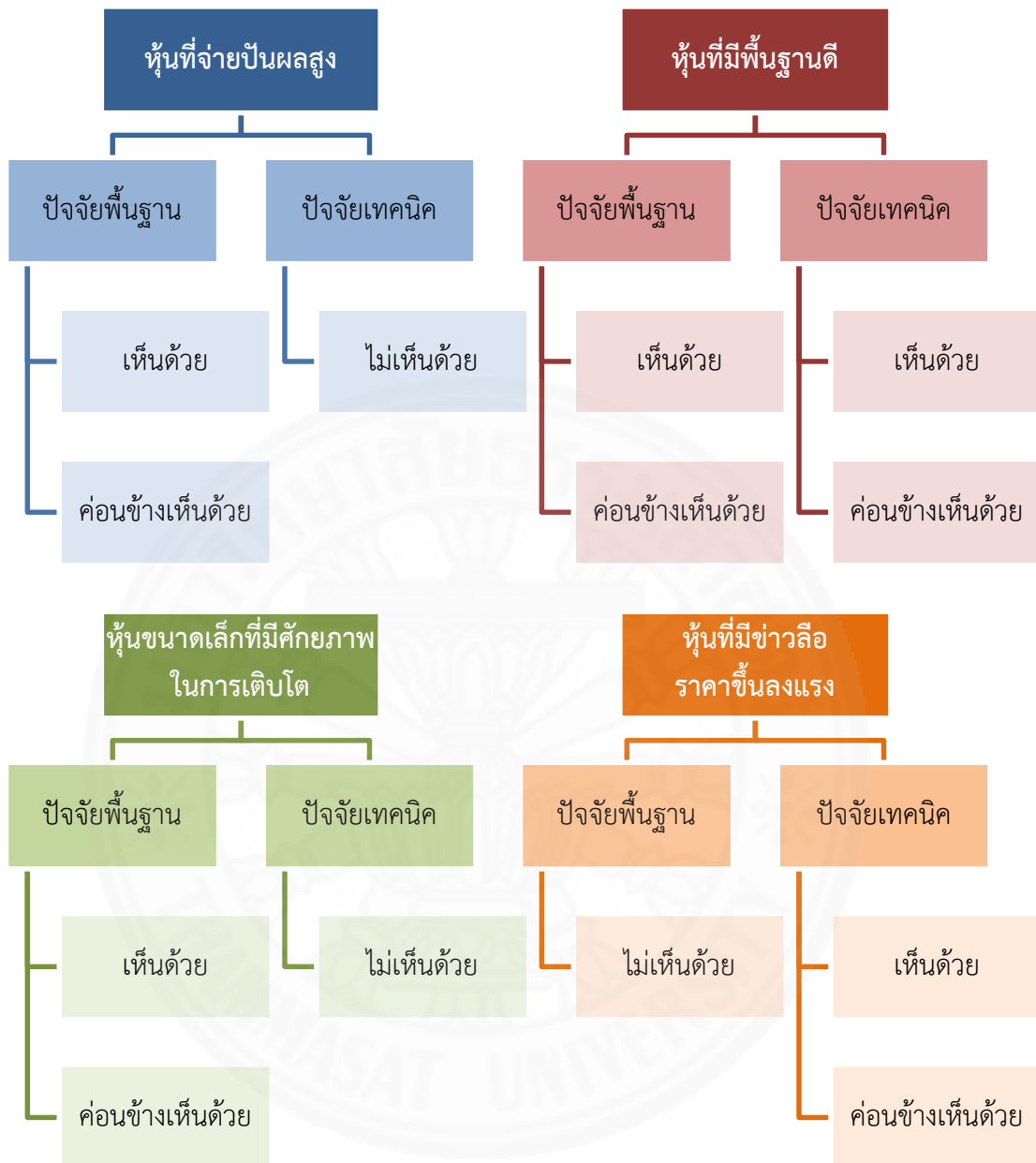
หุ้นที่มีฐานะทางการเงินแข็งแกร่ง หรือเรียกได้ว่าเป็นหุ้น Blue Chip เป็นหุ้นขนาดใหญ่ที่มีการจ่ายปันผลและการเคลื่อนไหวของราคาในระดับหนึ่ง ดังนั้น เครื่องมือในการวิเคราะห์หุ้น นักลงทุนสามารถใช้ได้ทั้งปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยเทคนิคประกอบกัน โดยอาจใช้ปัจจัยพื้นฐานหากต้องการถือระยะยาว และใช้ปัจจัยเทคนิคควบคุมจังหวะการซื้อขายในระยะสั้น

หุ้นขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง หรือ Growth Stock เป็นหุ้นที่มีผลการดำเนินงานเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของตลาด การวิเคราะห์ถึงความสามารถในการเจริญเติบโตของ

บริษัทในอนาคตโดยใช้ปัจจัยพื้นฐานและข้อมูลทางการเงินมารองรับจะเป็นสิ่งที่เหมาะสมกว่าการใช้ปัจจัยเทคนิค

หุ้นที่มีข่าวลือ ราคาขึ้นลงแรง มีการซื้อขายสูง หรือ Speculative Stock เป็นหุ้นที่มีราคาผันผวนมาก โดยการขึ้นลงของราคานี้เกิดจากข่าวลือที่ยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าจริงหรือเท็จมากนักน้อยเพียงใด ทำให้มีนักลงทุนจำนวนมากเข้าไปเก็งกำไรก่อนราคาจะเปลี่ยนแปลงไป จนกลายเป็นหุ้นที่มีปริมาณการซื้อขายสูงในช่วงเวลานั้นๆ ดังนั้นหุ้นประเภทนี้จึงควรใช้ปัจจัยทางเทคนิคที่สามารถวิเคราะห์ได้ในระยะสั้นๆ มากกว่าที่จะใช้ปัจจัยพื้นฐานหรือข้อมูลทางการเงินมาสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงของราคา

จากหุ้นทั้ง 4 ประเภทที่ควรเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์แตกต่างกัน หากตัวอย่างใดมีการเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ได้สอดคล้องกับประเภทของหุ้นดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะถือว่าตัวอย่างนั้นมีระดับความพร้อมในการลงทุนสูง แต่หากมีการเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ที่ไม่สอดคล้องแล้ว จะถือว่าตัวอย่างนั้นมีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย ดังภาพที่ 4.1 ที่แสดงให้เห็นว่าหุ้นแต่ละประเภทควรใช้ปัจจัยใดในการวิเคราะห์



ภาพที่ 4.1 แนวทางการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์หุ้แต่ละประเภท. จากการกำหนดของผู้วิจัย.

ส่วนการพิจารณาระดับความเสี่ยงนั้น ผู้วิจัยได้คำนวณค่าเบต้าของแต่ละอุตสาหกรรมจำนวน 8 อุตสาหกรรม ซึ่งค่าเบตตานี้จะสะท้อนถึงระดับความเสี่ยงของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยการเก็บข้อมูลดัชนีของตลาด SET และดัชนีของแต่ละอุตสาหกรรมจาก SETSMART ย้อนหลัง 10 ปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2559 มาคำนวณอัตราผลตอบแทนเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Characteristic line) ซึ่งค่าความชันของเส้นตรงนี้ คือ ค่าเบตตานั่นเอง หลังจากนั้นจะนำค่าเบต้าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมาหาค่าเบต้าเฉลี่ย หากกลุ่มอุตสาหกรรมใดมีค่าเบต้ามากกว่าค่าเบต้าเฉลี่ย จะถือว่าเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงสูง แต่หากอุตสาหกรรมใดที่มีค่าเบตตาน้อยกว่าค่าเบต้าเฉลี่ยแล้ว จะถือว่าเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำ ซึ่งผู้วิจัยพบว่ากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มบริการ และกลุ่มเทคโนโลยี เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงระดับต่ำ ขณะที่กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มทรัพยากร กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงระดับสูง หลังจากนั้นจะพิจารณาว่าตัวอย่างใดที่เลือกลงทุนในหุ้นที่มีค่าเบต้าต่ำกว่าค่าเบต้าเฉลี่ย จะถือว่าเป็นตัวอย่างนั้นมีระดับความเสี่ยงที่ต่ำ แต่หากตัวอย่างใดเลือกลงทุนในหุ้นที่มีค่าเบต้าสูงกว่าค่าเบต้าเฉลี่ยแล้ว จะถือว่าเป็นตัวอย่างนั้นมีระดับความเสี่ยงที่สูง ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ค่าเบต้าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

| กลุ่มอุตสาหกรรม                 | ค่าเบต้า    | ระดับความเสี่ยง |
|---------------------------------|-------------|-----------------|
| กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค         | 0.41        | ต่ำ             |
| กลุ่มเทคโนโลยี                  | 0.74        | ต่ำ             |
| กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร    | 0.75        | ต่ำ             |
| กลุ่มบริการ                     | 0.89        | ต่ำ             |
| กลุ่มธุรกิจการเงิน              | 0.99        | สูง             |
| กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง | 1.10        | สูง             |
| กลุ่มทรัพยากร                   | 1.10        | สูง             |
| กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม           | 1.25        | สูง             |
| <b>ค่าเฉลี่ย</b>                | <b>0.90</b> | -               |

ที่มา: จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

จากการพิจารณาระดับความพร้อมและความเสี่ยงเป็นเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มนักลงทุน ได้ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมน้อยและรับความเสี่ยงได้ต่ำ  
มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0
- กลุ่มที่ 2 นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมน้อยและรับความเสี่ยงได้สูง  
มีจำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.4
- กลุ่มที่ 3 นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมสูงและรับความเสี่ยงได้ต่ำ  
มีจำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5
- กลุ่มที่ 4 นักลงทุนที่มีระดับความพร้อมสูงและรับความเสี่ยงได้สูง  
มีจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตารางที่ 4.2 ลักษณะนักลงทุนแบ่งตามความพร้อมในการลงทุนและระดับความเสี่ยง

| กลุ่ม | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|-------|-------------|--------|
| 1     | 36          | 15.0   |
| 2     | 85          | 35.4   |
| 3     | 66          | 27.5   |
| 4     | 53          | 22.1   |

ที่มา: จากการสรุปข้อมูลของผู้วิจัย

#### 4.2 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ผู้วิจัยจะแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่อมาส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลด้านพฤติกรรม ได้แก่ จำนวนบริษัทที่เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี สาเหตุที่อาจทำให้เปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่น ประสบการณ์ในการลงทุน แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ ช่องทางที่ใช้ในการส่งคำสั่งซื้อขาย มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้งและความถี่ในการซื้อขาย ขณะที่ส่วนที่ 3 คือ การเรียงลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ ซึ่งมีทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่ ภาพลักษณ์ของบริษัท เจ้าหน้าที่การตลาด อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ การติดต่อสื่อสาร โปรแกรมการซื้อขาย และผลประโยชน์อื่น สุดท้ายส่วนที่ 4 คือ การ

ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ โดยจะนำตัวแปรอิสระทั้ง 24 ตัว มาวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) หลังจากนั้นจะนำจำนวนปัจจัยที่ได้ดังกล่าว มาวิเคราะห์ นักลงทุนแต่ละกลุ่ม

#### 4.2.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนกลุ่มที่ 2 ผู้วิจัยเห็นว่าหากใช้ร้อยละหรือให้ฐานเท่ากับ 100 ในการวิเคราะห์ตามแนวนอน จะทำให้นักลงทุนกลุ่มที่ 2 มีจุดเด่นในด้านนั้นๆ มากกว่านักลงทุนกลุ่มอื่นโดยเปรียบเทียบ ทำให้ยากแก่การวิเคราะห์ ผู้วิจัยจึงใช้ร้อยละหรือให้ฐานเท่ากับ 100 ในการวิเคราะห์ตามแนวตั้ง เพื่อแสดงถึงจุดเด่นของนักลงทุนกลุ่มนั้นๆ และนำมาเปรียบเทียบกับนักลงทุนกลุ่มอื่นในภายหลังแทน

##### 1. เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 133 ราย และเป็นเพศหญิง 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.4 และ 44.6 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า เพศชายจะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 4 ขณะที่เพศหญิงจะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3

##### 2. อายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี ซึ่งมีจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 ขณะที่อายุ 30-39 ปี มีจำนวน 70 ราย ส่วนอายุ 40-54 ปี มีจำนวน 26 ราย และอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 10.8 และ 1.7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า ช่วงอายุ 20-29 ปี ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ 3 และ กลุ่มที่ 4 ส่วนช่วงอายุ 30-39 ปี ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่ 2 ขณะที่ช่วงอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป จะเป็นกลุ่มที่ 1 ข้อมูลข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนสูง มักอายุน้อย ขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากกว่า จะมีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย

##### 3. ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.2 ขณะที่การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 6 ราย และการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5 และ 38.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและเทียบเท่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 4 ขณะที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3

##### 4. เงินเดือนหรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเงินเดือนหรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-50,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.4 ขณะที่เงินเดือนหรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-

100,000 บาท มีจำนวน 49 ราย ส่วนเงินเดือนหรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 32 ราย และเงินเดือนหรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 100,000 บาท มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 13.3 และ 7.9 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า กลุ่มที่ 1 ส่วนใหญ่จะมีรายได้มากกว่า 100,000 บาท ขณะที่กลุ่มที่ 2 จะมีรายได้ตั้งแต่ 50,001-100,000 บาท ส่วนกลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 ส่วนใหญ่จะมีรายได้ 20,000-50,000 บาท ข้อมูลข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง จะเป็นกลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย อาจเพราะมีรายได้จากงานประจำที่ทำอยู่แล้ว จึงทำให้ไม่ได้ให้ความสนใจกับการลงทุนมากนัก ขณะที่กลุ่มที่มีรายได้น้อย จะเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการลงทุนสูง อาจเกิดจากมีอาชีพหลักเป็นนักลงทุน หรืองานประจำที่ยังไม่มีความมั่นคง มีรายได้ที่ยังไม่แน่นอน จึงต้องศึกษาหาความรู้ในการลงทุนเพิ่มเติม เพื่อเป็นรายได้เสริมอีกทางหนึ่ง

#### ตารางที่ 4.3 ลักษณะนักลงทุนด้านประชากรศาสตร์

(หน่วย : ร้อยละ)

| รายการ                         | กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่ 3 | กลุ่มที่ 4 |
|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>1. เพศ</b>                  |            |            |            |            |
| • ชาย                          | 61.1       | 52.9       | 47.0       | 66.0       |
| • หญิง                         | 38.9       | 47.1       | 53.0       | 34.0       |
| <b>2. อายุ</b>                 |            |            |            |            |
| • 20-29                        | 50.0       | 52.9       | 62.1       | 67.9       |
| • 30-39                        | 30.5       | 36.5       | 24.3       | 22.6       |
| • 40-54                        | 16.7       | 8.2        | 13.6       | 7.6        |
| • ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป          | 2.8        | 2.4        | 0.0        | 1.9        |
| <b>3. ระดับการศึกษา</b>        |            |            |            |            |
| • ต่ำกว่าปริญญาตรี             | 5.6        | 2.4        | 0.0        | 3.8        |
| • ปริญญาตรี                    | 63.9       | 57.6       | 59.1       | 58.5       |
| • สูงกว่าปริญญาตรี             | 30.5       | 40.0       | 40.9       | 37.7       |
| <b>4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b> |            |            |            |            |
| • น้อยกว่า 20,000 บาท          | 16.7       | 14.1       | 12.1       | 11.3       |
| • 20,000-50,000 บาท            | 44.4       | 55.3       | 63.6       | 66.0       |
| • 50,001-100,000 บาท           | 27.8       | 23.5       | 16.7       | 15.1       |
| • มากกว่า 100,000 บาท          | 11.1       | 7.1        | 7.6        | 7.6        |

ที่มา: จากการสรุปข้อมูลของผู้วิจัย

### วิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์

- กลุ่มที่ 1 : เพศชายที่มีอายุ 40 ขึ้นไป ถือว่าค่อนข้างสูงอายุ ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง แสดงให้เห็นถึงหน้าที่การงานที่สร้างรายได้ในปัจจุบันมีความมั่นคง
- กลุ่มที่ 2 : เพศหญิงที่มีอายุช่วง 30-39 ปี ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง แสดงให้เห็นถึงหน้าที่การงานที่สร้างรายได้ในปัจจุบันค่อนข้างมีความมั่นคง
- กลุ่มที่ 3 : เพศหญิงอายุน้อย ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยังมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงนัก เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งจบการศึกษาในระดับสูงเพื่อนำไปต่อยอดในการทำงานให้มีรายได้ที่สูงขึ้น
- กลุ่มที่ 4 : เพศชายอายุน้อย ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงนัก ถือว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งเรียนจบในระดับไม่เกินปริญญาตรี จึงยังมีรายได้ที่ค่อนข้างน้อยอยู่

#### 4.2.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรม

ผู้วิจัยได้ใช้ร้อยละตามแนวดิ่งเช่นเดียวกับหัวข้อ 4.2.1 ในการวิเคราะห์ถึงจุดเด่นของนักลงทุนแต่ละกลุ่ม

##### 1. จำนวนบริษัทที่เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์ เพียง 1 บริษัท ซึ่งมีจำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.2 ขณะที่เปิดบัญชีกับ 2 บริษัท มีจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.6 และเปิดบัญชีมากกว่า 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.2 เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า เปิดบัญชีจำนวน 1 บริษัท จะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 ส่วนเปิดบัญชีจำนวน 2 บริษัท กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มที่ 2 และเปิดบัญชีมากกว่า 2 บริษัท กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มที่ 1 ข้อมูลข้างต้นนี้สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย จะเลือกเปิดมากกว่า 1 บัญชี เพราะยังไม่สามารถเลือกบริษัทหลักทรัพย์ให้ตรงกับความต้องการของตนได้ หรืออาจต้องการบริการที่มีความหลากหลายเพิ่มเติม แต่กลุ่มที่มีความพร้อมในการลงทุนสูงจะเลือกเปิดเพียง 1 บัญชีเท่านั้น

##### 2. กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี

ผู้วิจัยได้ใช้อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ยในปี พ.ศ. 2558 (ภาคผนวก ง) เป็นเกณฑ์ในการแบ่งบริษัทหลักทรัพย์ออกเป็นบริษัทที่เน้นการแข่งขันทางราคาและบริษัทที่ไม่แข่งขันทางราคา โดยหากบริษัทหลักทรัพย์นั้นมีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำกว่าอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ย จะถูกกำหนดให้เป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่แข่งขันทางราคาในทางตรงข้าม หากบริษัทหลักทรัพย์นั้นมีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์สูงกว่าอัตราค่านายหน้า



ซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ย จะถูกกำหนดให้เป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่แข่งขันทางราคา ซึ่งจากผลสำรวจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่แข่งขันทางราคาหรือเน้นด้านการบริการ ซึ่งมีจำนวน 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.2 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่ง จะเลือกเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์ที่แข่งขันทางราคา มีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 สาเหตุที่มีจำนวนผู้เปิดบัญชีหลักทรัพย์ที่แข่งขันทางราคาน้อย เนื่องจากบริษัทหลักทรัพย์เกิดใหม่ที่แข่งขันทางราคายังมีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยอยู่ ขณะที่บริษัทหลักทรัพย์ที่แข่งขันด้านบริการมีจำนวนและส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า ผลลัพธ์ที่ได้ข้างต้นนี้ จึงมีความแตกต่างกันอย่างมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 ส่วนใหญ่จะมีบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่แข่งขันทางด้านราคา ขณะที่กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 4 ส่วนใหญ่จะมีบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์ที่แข่งขันทางราคา

### 3. สาเหตุที่อาจทำให้เปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ที่หลากหลาย ซึ่งมีจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทแห่งใหม่ถูกกว่า มีจำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.1 และครอบครัวหรือบุคคลสนิทชักชวนให้เปิดบัญชีแห่งใหม่เพิ่ม จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า กลุ่มที่ 1 จะต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ที่หลากหลาย ขณะที่กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 4 อาจหันไปเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่หากมีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ถูกกว่า ส่วนกลุ่มที่ 3 จะให้ความสำคัญกับครอบครัวหรือบุคคลสนิทที่ชักชวนให้เปิดบัญชีแห่งใหม่เพิ่ม ข้อมูลข้างต้นนี้ สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงสูง จะให้ความสำคัญกับอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ เพราะบัญชีที่ใช้บริการอยู่ยังไม่ตอบสนองในด้านอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์

### 4. ประสบการณ์ในการลงทุน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการลงทุน 1-5 ปี ซึ่งมีจำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 ขณะที่ประสบการณ์มากกว่า 5 ปี มีจำนวน 54 ราย และ ประสบการณ์ไม่ถึง 1 ปี มีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 10.8 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า กลุ่มที่ 3 จะมีประสบการณ์ในการลงทุนไม่ถึง 1 ปี ขณะที่กลุ่มที่ 1 จะมีสัดส่วนประสบการณ์ในการลงทุน 1-5 ปี มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ขณะที่กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 4 จะมีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี ข้อมูลข้างต้นนี้ สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงสูง จะมีประสบการณ์ในการลงทุนมาก แต่กลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงต่ำ จะมีประสบการณ์ในการลงทุนน้อย แสดงให้เห็นว่า หากใช้เวลาอยู่ในแวดวงการลงทุนมากเท่าไร จะทำให้มีประสบการณ์มากขึ้น และส่งผลให้แบกรับความเสี่ยงในระดับที่สูงขึ้นได้

## 5. แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการที่สุด ซึ่งมีจำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ เพื่อนหรือคนสนิท มีจำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.3 เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า อินเทอร์เน็ตจะมีอิทธิพลกับกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ขณะที่เพื่อนหรือคนสนิทจะมีอิทธิพลกับกลุ่มที่ 4 มากที่สุด ส่วนกลุ่มที่ 3 ครอบครัวหรือญาติมีอิทธิพลมากที่สุด ข้อมูลข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย จะใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นศูนย์รวมของข้อมูล ซึ่งอาจมีข้อมูลทั้งจริงและเท็จปะปนกัน หรือข้อมูลหนึ่งอาจเหมาะสมสำหรับคนกลุ่มหนึ่ง แต่ไม่เหมาะสมกับคนอีกกลุ่มหนึ่ง หากผู้ได้รับข้อมูล นำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้กลั่นกรองก่อน จะส่งผลให้การตัดสินใจเลือกผิดพลาดได้ ขณะที่กลุ่มที่มีความพร้อมในการลงทุนสูง จะเลือกเชื่อบุคคลรอบข้างที่เป็นบุคคลสนิทและเชื่อถือได้ เช่น ครอบครัว ญาติ หรือเพื่อนสนิท มากกว่าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่แฝงไปด้วยข้อมูลเท็จ

## 6. ช่องทางที่ใช้ในการส่งคำสั่งซื้อขาย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่งคำสั่งซื้อขายผ่าน Streaming จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมาจะส่งคำสั่งผ่านโปรแกรมเฉพาะของบริษัท จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.6 ขณะที่การส่งคำสั่งผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.9 เท่านั้น เมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 4 จะส่งคำสั่งผ่าน Streaming ขณะที่กลุ่มที่ 3 มีสัดส่วนการส่งคำสั่งผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนกลุ่มที่ 1 จะเน้นการส่งคำสั่งผ่านโปรแกรมเฉพาะของบริษัท ข้อมูลข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย มีการส่งคำสั่งซื้อขายผ่านโปรแกรมเฉพาะของบริษัทที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำกว่าการส่งคำสั่งผ่านช่องทางอื่น แสดงว่ากลุ่มที่ 1 นี้ เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางราคาสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ นั่นเอง

## 7. มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 100,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.6 และจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะยิ่งน้อยลง หากมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้งเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่า กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 มีมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 100,000 บาท ขณะที่กลุ่มที่ 2 จะมีมูลค่าการซื้อขาย 100,001-1,000,000 และกลุ่มที่ 4 จะมีมูลค่าการซื้อขายตั้งแต่ 1,000,001-5,000,000 บาท ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงต่ำ จะมีมูลค่าการซื้อขายที่น้อย ขณะที่กลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงสูง จะมีมูลค่าการซื้อขายที่สูง แสดงให้เห็นถึงความกล้าได้กล้าเสียและความคาดหวังในอัตราผลตอบแทนของนักลงทุนแต่ละกลุ่ม

### 8. ความถี่ในการซื้อขาย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการซื้อขายอย่างน้อย 1 ครั้งใน 6 เดือน ซึ่งมีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.8 และยังมีความถี่ในการซื้อขายมาก จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะยิ่งลดลง เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่ากลุ่มที่ 4 จะมีการซื้อขายอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ส่วนกลุ่มที่ 1 จะมีการซื้อขายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ขณะที่กลุ่มที่ 2 จะมีการซื้อขายอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และกลุ่มที่ 3 จะมีการซื้อขายอย่างน้อย 1 ครั้งใน 6 เดือนมากกว่าสัดส่วนของกลุ่มอื่นๆ

### 9. ระยะเวลาในการถือหุ้น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะถือหุ้นระยะยาว โดยเฉพาะมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.1 เมื่อพิจารณาจากกลุ่มนักลงทุน พบว่ากลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงต่ำ จะถือหุ้นระยะยาว ขณะที่กลุ่มที่ 2 และ 4 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงสูง จะถือหุ้นระยะสั้น สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของระดับความเสี่ยงกับระยะเวลาการถือหุ้น

ตารางที่ 4.4 ลักษณะนักลงทุนด้านพฤติกรรม

(หน่วย : ร้อยละ)

| รายการ  | กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่ 3 | กลุ่มที่ 4 |
|---|------------|------------|------------|------------|
| <b>1. จำนวนบริษัทที่เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์</b>              |            |            |            |            |
| • 1 บริษัท  | 47.2       | 50.6       | 59.1       | 58.5       |
| • 2 บริษัท  | 22.2       | 29.4       | 21.2       | 22.6       |
| • มากกว่า 2 บริษัท  | 30.6       | 20.0       | 19.7       | 18.9       |
| <b>2. กลยุทธ์ของบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดบัญชี</b>                |            |            |            |            |
| • บริการ  | 88.9       | 90.6       | 90.9       | 84.9       |
| • ราคา  | 11.1       | 9.4        | 9.1        | 15.1       |
| <b>3. สาเหตุที่อาจทำให้เปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่น</b> |            |            |            |            |
| • ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน              | 8.3        | 9.4        | 12.1       | 9.4        |
| • ต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ที่หลากหลาย                       | 38.9       | 30.6       | 33.3       | 34.0       |
| • เจ้าหน้าที่การตลาดย้ายสถานที่ทำงาน                            | 2.8        | 8.2        | 9.1        | 1.9        |
| • อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทแห่งใหม่ถูกกว่า      | 25.0       | 28.2       | 24.2       | 30.2       |
| • ครอบครัวหรือบุคคลสนิทชักชวนให้เปิดบัญชีแห่งใหม่เพิ่ม          | 8.3        | 11.8       | 15.2       | 11.3       |
| • ระบบการซื้อขายของบริษัทแห่งใหม่มีคุณภาพกว่า                   | 16.7       | 10.6       | 6.1        | 13.2       |
| • มีอบรมฟรี จากนักวิเคราะห์เก่งๆ                                | 0.0        | 1.2        | 0.0        | 0.0        |
| <b>4. ประสบการณ์ในการลงทุน</b>                                  |            |            |            |            |
| •ไม่ถึง 1 ปี  | 5.6        | 9.4        | 13.6       | 13.2       |

## ตารางที่ 4.4 ลักษณะนักลงทุนด้านพฤติกรรม (ต่อ)

(หน่วย : ร้อยละ)

| รายการ   | กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่ 3 | กลุ่มที่ 4 |
|--|------------|------------|------------|------------|
| • 1-5 ปี   | 72.2       | 67.1       | 71.2       | 56.6       |
| • มากกว่า 5 ปี                                       | 22.2       | 23.5       | 15.2       | 30.2       |
| <b>5. แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ</b> |            |            |            |            |
| • ครอบครัว/ญาติ                                      | 5.6        | 8.2        | 10.6       | 0.0        |
| • เพื่อน/คนสนิท                                      | 30.6       | 35.3       | 33.3       | 45.3       |
| • เจ้าหน้าที่การตลาด                                 | 8.2        | 5.9        | 12.1       | 13.2       |
| • อินเทอร์เน็ต                                       | 52.8       | 49.4       | 44.0       | 39.6       |
| • อื่นๆ  | 2.8        | 1.2        | 0.0        | 1.9        |
| <b>6. ช่องทางที่ใช้ในการส่งคำสั่งซื้อขาย</b>         |            |            |            |            |
| • Streaming  | 69.4       | 78.8       | 74.3       | 79.3       |
| • i2Trade/ eFinTrade+                                | 5.6        | 3.6        | 3.0        | 11.3       |
| • iFIS   | 0.0        | 1.2        | 1.5        | 0.0        |
| • โปรแกรมเฉพาะของบริษัท                              | 16.7       | 8.2        | 9.1        | 7.5        |
| • เจ้าหน้าที่การตลาด                                 | 8.3        | 8.2        | 12.1       | 1.9        |
| <b>7. มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้ง</b>             |            |            |            |            |
| • ต่ำกว่า 100,000 บาท                                | 75.0       | 67.1       | 72.7       | 66.1       |
| • 100,001-1,000,000 บาท                              | 22.2       | 29.4       | 25.8       | 24.5       |
| • 1,000,001-5,000,000 บาท                            | 0.0        | 3.5        | 1.5        | 7.5        |
| • มากกว่า 5,000,000 บาท                              | 2.8        | 0.0        | 0.0        | 1.9        |
| <b>8. ความถี่ในการซื้อขาย</b>                        |            |            |            |            |
| • อย่างน้อยวันละครั้ง                                | 2.8        | 4.7        | 6.1        | 11.3       |
| • อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง                            | 30.6       | 18.8       | 13.6       | 24.5       |
| • อย่างน้อยเดือนละครั้ง                              | 19.4       | 43.5       | 25.8       | 41.5       |
| • 6 เดือนอย่างน้อย 1 ครั้ง                           | 47.2       | 33.0       | 54.5       | 22.7       |
| <b>9. ระยะเวลาในการถือหุ้น</b>                       |            |            |            |            |
| • น้อยกว่า 1 เดือน                                   | 19.4       | 11.8       | 6.0        | 22.6       |
| • มากกว่า 1 เดือน แต่น้อยกว่า 6 เดือน                | 19.4       | 28.2       | 27.3       | 39.6       |
| • มากกว่า 6 เดือน แต่น้อยกว่า 1 ปี                   | 25.0       | 25.9       | 28.8       | 18.9       |
| • ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป                                 | 36.2       | 34.1       | 37.9       | 18.9       |

ที่มา: จากการสรุปข้อมูลของผู้วิจัย

### วิเคราะห์ด้านพฤติกรรม

- กลุ่มที่ 1 : มีประสบการณ์ลงทุนน้อย จึงไม่กล้าซื้อขายในมูลค่าที่สูงมากนัก มักถือหุ้นในช่วงระยะเวลาสั้นๆ และมีการซื้อขายบ่อย แสดงให้เห็นถึงมีเวลาพอสมควรในการติดตามความเคลื่อนไหวของราคา อาจเรียกได้ว่า เป็นนักเก็งกำไรระยะสั้น มีการเปิดบัญชีกับหลายบริษัทหลักทรัพย์ เพื่อต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ประกอบกันในการลงทุน และจะใช้โปรแกรมเฉพาะของบริษัทในการซื้อขาย เนื่องจากเป็นช่องทางการส่งคำสั่งที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางราคาสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ
- กลุ่มที่ 2 : มีประสบการณ์ลงทุนสูง จึงซื้อขายในมูลค่าที่สูงด้วย แต่ซื้อขายไม่บ่อยนัก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการถือหุ้นค่อนข้างนาน จะเปิดบัญชีกับ 2 บริษัทหลักทรัพย์ เพื่อนำข้อมูลจากบริษัทที่เน้นด้านบริการมาซื้อขายกับบริษัทที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำ โดยใช้โปรแกรม Streaming ในการส่งคำสั่งซื้อขายเป็นหลัก
- กลุ่มที่ 3 : เปิดบัญชีเพียงบัญชีเดียวเท่านั้น มีประสบการณ์ลงทุนน้อย จึงซื้อขายในมูลค่าที่น้อยด้วย เป็นกลุ่มที่มีการถือหุ้นนาน จึงไม่ค่อยทำการซื้อขายนัก โดยจะส่งคำสั่งผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด แสดงให้เห็นว่า ไม่ค่อยมีเวลาในการติดตามความเคลื่อนไหวของราคา หรืออาจไม่ได้ให้ความสนใจกับการลงทุน
- กลุ่มที่ 4 : มีประสบการณ์ลงทุนและซื้อขายในมูลค่าที่สูง ซื้อขายบ่อยมากแสดงถึงการถือหุ้นเพียงระยะเวลาสั้นๆ เพื่อเร่งรอบในการทำกำไร สะท้อนให้เห็นว่ามีการใช้เวลาในการติดตามความเคลื่อนไหวของราคาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เรียกได้ว่า มีอาชีพหลักเป็นนักลงทุน โดยเป็นนักลงทุนประเภท Day Trade

#### 4.2.3 การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการ

การเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการของนักลงทุนทั่วไปนั้น ผู้วิจัยพบว่า ในภาพรวมนักลงทุนจะให้ความสำคัญกับอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำมากที่สุด รองลงมาคือ โปรแกรมการซื้อขายและภาพลักษณ์ของบริษัท ขณะเดียวกัน สิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ผลประโยชน์อื่น เจ้าหน้าที่การตลาด และการติดต่อสื่อสาร อย่างไรก็ตาม นักลงทุนได้ให้ความสำคัญกับอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เป็นลำดับแรกเหมือนกันทุกกลุ่ม เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่านักลงทุนทั่วไปนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยทางราคาสูง นี่จึงเป็นสาเหตุว่าทำไม

ผู้ประกอบการรายใหม่ จึงใช้กลยุทธ์การแข่งขันทางราคา โดยการลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อดึงดูดนักลงทุนทั่วไป แทนที่จะเป็นการแข่งขันทางด้านบริการ

ตารางที่ 4.5 ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย

| ลำดับ | กลุ่มที่ 1                          | กลุ่มที่ 2                          | กลุ่มที่ 3                          | กลุ่มที่ 4                          |
|-------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| 1     | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำ | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำ | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำ | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำ |
| 2     | เจ้าหน้าที่การตลาด                  | การติดต่อสื่อสาร                    | ภาพลักษณ์ของบริษัท                  | โปรแกรมการซื้อขาย                   |
| 3     | ภาพลักษณ์ของบริษัท                  | โปรแกรมการซื้อขาย                   | โปรแกรมการซื้อขาย                   | ภาพลักษณ์ของบริษัท                  |
| 4     | โปรแกรมการซื้อขาย                   | ภาพลักษณ์ของบริษัท                  | การติดต่อสื่อสาร                    | ผลประโยชน์อื่น                      |
| 5     | การติดต่อสื่อสาร                    | เจ้าหน้าที่การตลาด                  | เจ้าหน้าที่การตลาด                  | เจ้าหน้าที่การตลาด                  |
| 6     | ผลประโยชน์อื่น                      | ผลประโยชน์อื่น                      | ผลประโยชน์อื่น                      | การติดต่อสื่อสาร                    |

ที่มา: จากการสรุปข้อมูลของผู้วิจัย

#### 4.2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยหรือการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis)

การใช้ Factor Analysis พบว่า ตัวแปรอิสระจำนวน 24 ตัวแปร สามารถนำมาจัดกลุ่มได้ใหม่ ทั้งหมด 7 ปัจจัยด้วยกัน โดยเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้แก่

1. โปรแกรมการซื้อขาย
  - ใช้งานง่าย
  - ปลอดภัยและไม่ล่ม
  - ส่งคำสั่งได้รวดเร็ว
  - มีฟังก์ชันให้เลือกหลากหลาย
2. เจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์
  - มีความสุภาพและเอาใจใส่
  - ให้บริการเท่าเทียมกัน
  - มีการติดต่อสม่ำเสมอ
  - มีความรู้ความสามารถ
  - บทวิเคราะห์แม่นยำและน่าเชื่อถือ
  - มีข้อมูลลงในอยู่เสมอๆ

3. ผลประโยชน์อื่น
  - ของขวัญและของชำร่วยตามโอกาสต่างๆ
  - โพรโมชัน
  - การจัดสรรหุ้นจองหรือหุ้นไอพีโอ
  - การจัดอบรมและสัมมนา
4. สิ่งอำนวยความสะดวก
  - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้
  - อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก
  - ที่ตั้งสำนักงานและสาขา
5. ความสามารถในการติดต่อ
  - ความรวดเร็ว
  - ช่องทางที่หลากหลาย
6. อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์
  - มีความสมเหตุสมผล
  - ไม่มีการกำหนดขั้นต่ำต่อวัน
7. ภาพลักษณ์ของบริษัท
  - มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
  - มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ
  - ความรวดเร็วในการบริการ

จากปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยข้างต้นนี้ เมื่อนำมาวิเคราะห์กับกลุ่มนักลงทุน พบว่าแต่ละกลุ่มได้ให้ความสำคัญที่แตกต่างกันออกไป

ตารางที่ 4.6 ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ หลังการวิเคราะห์ปัจจัย

| ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ           | ระดับความสำคัญ |            |            |            |
|-------------------------------------|----------------|------------|------------|------------|
|                                     | มากที่สุด      | มาก        | น้อย       | น้อยที่สุด |
| 1. โปรแกรมการซื้อขาย                | กลุ่มที่ 4     | กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่ 3 |
| 2. เจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์ | กลุ่มที่ 1     | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่ 3 | กลุ่มที่ 4 |
| 3. ผลประโยชน์อื่น                   | กลุ่มที่ 4     | กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 3 | กลุ่มที่ 2 |
| 4. สิ่งอำนวยความสะดวก               | กลุ่มที่ 4     | กลุ่มที่ 3 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่ 1 |

ตารางที่ 4.6 ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกใช้บริการ หลังการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

| ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ           | ระดับความสำคัญ |            |            |            |
|-------------------------------------|----------------|------------|------------|------------|
|                                     | มากที่สุด      | มาก        | น้อย       | น้อยที่สุด |
| 5. ความสามารถในการติดต่อ            | กลุ่มที่ 2     | กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 4 | กลุ่มที่ 3 |
| 6. อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ | กลุ่มที่ 1     | กลุ่มที่ 3 | กลุ่มที่ 4 | กลุ่มที่ 2 |
| 7. ภาพลักษณ์ของบริษัท               | กลุ่มที่ 3     | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 4 |

ที่มา: จากการสรุปข้อมูลของผู้วิจัย

ประเด็นที่น่าสนใจคือ อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์กลายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในตารางที่ 4.5 ซึ่งขัดแย้งกับตารางที่ 4.6 ที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 6 สาเหตุเนื่องมาจากการให้นักลงทุนเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการในตารางที่ 4.5 นั้น ผู้วิจัยได้ใช้อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ ขณะที่การให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการในตารางที่ 4.6 ผู้วิจัยได้ใช้อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่สมเหตุสมผล จากคำจำกัดความที่แตกต่างกันนี้ ทำให้ความสำคัญของอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของตารางทั้งสองแตกต่างกันนั่นเอง ด้วยสาเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ คือ ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการของนักลงทุนทั่วไปมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่านักลงทุนทั่วไปให้ความสำคัญกับปัจจัยทางราคาสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักลงทุนกลุ่มที่ 1 ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการในลำดับรองลงมา จะเห็นได้ว่าทั้งสองตารางนั้นให้ผลลัพธ์ที่สอดคล้อง เพียงแต่แต่ละกลุ่มจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มที่ 1 จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์ ส่วนกลุ่มที่ 2 จะให้ความสำคัญกับความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ขณะที่กลุ่มที่ 3 จะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของบริษัท และกลุ่มที่ 4 จะให้ความสำคัญกับโปรแกรมการซื้อขาย

อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ ภาพลักษณ์บริษัทที่การเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการในตารางที่ 4.5 นั้น ในภาพรวมจะมีความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 แต่เมื่อถูกนำมาจัดกลุ่มใหม่ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย กลายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด สาเหตุเกิดจากการเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการในตารางที่ 4.5 นั้น บทวิเคราะห์ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของปัจจัยนี้ แต่เมื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยในตารางที่ 4.6 บทวิเคราะห์ถูกนำมาจัดกลุ่มให้อยู่ในปัจจัยเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์แทน แสดงให้เห็นว่าในภาพรวม บทวิเคราะห์ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญ สอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่ได้อยู่ใน 5 ลำดับแรกของอุตสาหกรรมที่ระบุว่า “บทวิเคราะห์แม้จะมีค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่คุ้มค่ากับการลงทุน เพราะ



เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้ารายย่อยซื้อขายเพิ่มขึ้น” เช่นเดียวกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของบริษัทที่อยู่ใน 5 ลำดับแรกของอุตสาหกรรมที่ระบุว่า “บทวิเคราะห์เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยให้ข้อมูลลูกค้า นอกเหนือจากเจ้าหน้าที่การตลาด ถ้าบทวิเคราะห์ของเราเชื่อถือและมีความแม่นยำ ลูกค้าซื้อขายตามบทวิเคราะห์แล้วได้รับกำไรเพิ่มขึ้น ลูกค้าก็จะกลับมาตามบทวิเคราะห์ซ้ำ ทำให้ลูกค้าอยู่กับเรานาน”

ต่อจากนี้ผู้วิจัยจะนำปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัย มาวิเคราะห์ประกอบกับกลุ่มนักลงทุนทั้ง 4 กลุ่ม ว่านักลงทุนกลุ่มใดให้ความสำคัญกับปัจจัยใดบ้าง และให้ความสำคัญในระดับใด ซึ่งจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

อัตรานายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยเฉพาะนักลงทุนกลุ่มที่ 1 จะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอื่น สิ่งที่ยืนยันได้ว่านักลงทุนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับอัตรานายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์มากกว่ากลุ่มอื่นๆ คือ การใช้โปรแกรมเฉพาะของบริษัทในการส่งคำสั่งซื้อขาย เนื่องจากช่องทางการส่งคำสั่งต่างๆ เช่น โปรแกรม Streaming หรือเจ้าหน้าที่การตลาด ล้วนแล้วแต่มีต้นทุนสูงกว่าโปรแกรมเฉพาะของบริษัททั้งสิ้น ประกอบกับแนวโน้มการส่งคำสั่งซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทดแทนการส่งคำสั่งซื้อขายผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด จึงเป็นสาเหตุให้หลายบริษัทหลักทรัพย์ได้หันมาร่วมมือพัฒนาโปรแกรมการซื้อขายกับบริษัทหลักทรัพย์ต่างชาติ เพื่อลดต้นทุนจากส่วนนี้ลงนั่นเอง ข้อมูลจากพันหุ้นออนไลน์ วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2560 ระบุว่า “บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส ได้ร่วมมือกับบริษัทหลักทรัพย์ Kiwoom ของเกาหลีใต้ ในการพัฒนาระบบการซื้อขายหลักทรัพย์ออนไลน์” เช่นเดียวกับข้อมูลจากผู้จัดการออนไลน์ วันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2560 ที่ระบุว่า “บริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง ได้ร่วมพัฒนาเทคโนโลยีระบบการซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ โคชิน จากเกาหลีใต้” อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการบริการด้านอื่นของบริษัทหลักทรัพย์ได้ตอบสนองความต้องการของนักลงทุนกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 4 แล้ว มีเพียงอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ปัจจุบันถูกเรียกเก็บในอัตราที่ยังสูงอยู่ ดังนั้นหากมีบริษัทหลักทรัพย์ใดที่เรียกเก็บในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราปัจจุบัน อาจทำให้นักลงทุนสองกลุ่มนี้ย้ายไปเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งนั้นได้ แต่การเปิดบัญชีใหม่เพิ่มนี้อาจเกิดขึ้นได้ยาก เพราะทั้งสองกลุ่มมีการส่งคำสั่งผ่านโปรแกรม Streaming ซึ่งมีการเรียกเก็บอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำอยู่แล้ว จึงทำให้การไปเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ไม่แตกต่างจากบริษัทหลักทรัพย์เดิมนัก ส่วนกลุ่มที่ 3 ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้รองลงมาจากกลุ่มที่ 1 เพราะเป็นกลุ่มที่เปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์เพียงแห่งเดียว ประกอบกับการใช้บริการเจ้าหน้าที่การตลาดในการส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งมีการเรียกเก็บอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่สูง แสดงให้เห็นว่าอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ถูกเรียกเก็บในปัจจุบันสูงกว่าอัตราที่ตนต้องการ และอาจเป็นสาเหตุให้มีการเปิดบัญชีกับหลายบริษัทมากขึ้นหาก

ได้รับคำแนะนำจากครอบครัวหรือคนสนิทว่ามีบริษัทหลักทรัพย์อื่นที่ส่งคำสั่งผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดแล้ว ได้รับอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่า

สำหรับโปรแกรมการซื้อขายนั้น เป็นปัจจัยที่นักลงทุนทั่วไปให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 รองจากอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ โดยเฉพาะนักลงทุนกลุ่มที่ 4 ได้ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอื่น เพราะโดยพื้นฐานเป็นกลุ่มที่ซื้อขายบ่อยและส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านโปรแกรม Streaming ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการส่งคำสั่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สะท้อนให้เห็นว่าโปรแกรมดังกล่าว ยังมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่เสมอ โดยเฉพาะระบบล่ม ข้อมูลจากข่าวหุ้นธุรกิจออนไลน์ วันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2559 ระบุว่า “ระบบ Streaming ชัดข้อง ทำให้ไม่สามารถใช้งานได้ ส่งผลให้นักลงทุนไม่สามารถทำรายการซื้อขายหลักทรัพย์ได้ ซึ่งก่อนหน้านี้ได้เกิดปัญหามาแล้วหลายครั้ง” การพัฒนาโปรแกรมการซื้อขายให้ตอบสนองต่อความต้องการ จึงเป็นสิ่งที่นักลงทุนกลุ่มที่ 4 ให้ความสำคัญนั่นเอง ส่วนกลุ่มที่ 1 จะให้ความสำคัญในลำดับรองลงมา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ซื้อขายบ่อยเช่นเดียวกับกลุ่มที่ 4 และมีการส่งคำสั่งผ่านโปรแกรมเฉพาะของบริษัท สะท้อนให้เห็นถึงโปรแกรมการซื้อขายที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการนัก ขณะที่กลุ่มที่ 3 ให้ความสำคัญน้อยที่สุด เพราะจะใช้บริการเจ้าหน้าที่การตลาดในการส่งคำสั่งซื้อขาย สุดท้ายกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้น้อยเช่นกัน เพราะมีการซื้อขายที่ไม่บ่อยเช่นเดียวกับกลุ่มที่ 3 โปรแกรมการซื้อขายจึงไม่มีความสำคัญเท่าไรนัก

เจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์ เปรียบเสมือนเป็นข้อมูลของนักลงทุน ซึ่งกลุ่มที่ 1 ได้ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากกลุ่มนี้มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย และเป็นสิ่งที่อาจทำให้นักลงทุนกลุ่มนี้หันไปเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นเพิ่มเติม เพื่อต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ที่หลากหลายขึ้น จะเห็นได้จากกลุ่มที่ 1 นี้ มีการเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์มากกว่า 2 บริษัท เพื่อต้องการข้อมูลเหล่านี้ ขณะที่กลุ่มที่ 2 แม้ว่าจะเป็นกลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อยเช่นกัน และมีการเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ถึง 2 แห่งด้วยกัน แต่สาเหตุที่มีการเปิดบัญชีเพิ่มนั้น เกิดจากอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทแห่งใหม่ถูกกว่า ดังนั้นเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์จึงเป็นสิ่งที่นักลงทุนกลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยพบว่า แม้ว่ากลุ่มที่ 1 จะให้ความสำคัญกับบทวิเคราะห์ด้วย จนกลายเป็นปัจจัยเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์ที่กลุ่มนี้ให้ความสำคัญที่สุด แต่หากพิจารณาเพียงบทวิเคราะห์ปัจจัยเดียว นักลงทุนกลุ่มที่ 2 จะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มที่ 1 ส่วนกลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 นั้นเป็นกลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนสูง จึงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเจ้าหน้าที่การตลาดในการหาข้อมูลและบทวิเคราะห์ เพราะสามารถค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตัวเองได้ดีอยู่แล้ว เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มที่พึ่งพาตนเองสูง

ผลประโยชน์อื่น เช่น การจัดสรรหุ้นจองไอพีโอ ของขวัญตามเทศกาล การอบรมและสัมมนานั้น เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กลุ่มที่ 4 ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอื่น เป็นเพราะเป็นกลุ่มนักลงทุน

ที่ซื้อขายในมูลค่าที่สูงและบ่อยกว่ากลุ่มอื่นๆ จึงควรได้รับสิทธิพิเศษเหล่านี้ ผลจากการซื้อขายของนักลงทุนกลุ่มนี้ ทำให้บริษัทได้รับส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น หากบริษัทไม่มีปัจจัยนี้ตอบสนองนักลงทุนกลุ่มนี้ อาจทำให้เกิดการย้ายบริษัทหลักทรัพย์ และบริษัทจะสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดไปในที่สุด

สิ่งอำนวยความสะดวก อันได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ รวมไปถึงสาขาของบริษัท เป็นปัจจัยที่กลุ่มที่ 4 ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงสูง จึงเป็นไปได้ว่ามีการกู้ยืมเงินของบริษัทเพื่อมาลงทุนก่อน สะท้อนให้เห็นชัดเจนในรูปของมูลค่าการซื้อขายที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ นั่นเอง ดังนั้นการมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำ จึงเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของนักลงทุนกลุ่มนี้ ส่วนสาขาที่มีความสำคัญอาจเนื่องมาจากการขอกู้ยืมเงินมาลงทุน จำเป็นต้องเดินทางเข้ามาที่บริษัทด้วยตนเอง ความสะดวกในการเดินทางจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง

ความสามารถในการติดต่อทั้งช่องทางที่หลากหลายและมีความรวดเร็ว เป็นสิ่งที่กลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งโดยพื้นฐานเป็นกลุ่มที่เปิดบัญชีกับ 2 บริษัท โดยเน้นบริษัทหลักทรัพย์ที่ให้บริการ แต่หากทราบว่าบริษัทหลักทรัพย์ที่เรียกเก็บอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่า ก็พร้อมที่จะย้ายและหันไปเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งนั้น สะท้อนให้เห็นว่า หากได้รับการบริการด้านข้อมูล เช่น บทวิเคราะห์จากบริษัทหลักทรัพย์ที่เน้นการบริการ จะนำข้อมูลที่ได้ไปซื้อขายกับบริษัทหลักทรัพย์ที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่า ในปัจจุบันจึงได้มีบริษัทหลักทรัพย์หลายแห่งจำกัดข้อมูลหรือบทวิเคราะห์เฉพาะลูกค้าของบริษัทตนเท่านั้น ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ วันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2558 ระบุว่า “บริษัทหลักทรัพย์ เอเชียพลัส เดิมที่เคยเผยแพร่บทวิเคราะห์ต่อสาธารณชน แต่ในช่วงหลังมีนโยบายจำกัดการเผยแพร่เฉพาะลูกค้าของบริษัทตนเท่านั้น ขณะที่บริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงก์ กิมเอ็ง ได้สงวนสิทธิการเผยแพร่บทวิเคราะห์ให้กับลูกค้าของตนเช่นเดียวกัน”

ภาพลักษณ์ของบริษัท กลุ่มที่ 3 จะให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท ซึ่งนักลงทุนกลุ่มนี้จะมีลักษณะคือ จะเปิดเพียงบัญชีเพียง 1 บริษัทเท่านั้น ทำให้มีก่อนเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ มีการหาข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ประกอบกับเป็นกลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงต่ำ จึงอาจเกิดความกังวลในการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ข้อมูลจากกรุงเทพธุรกิจออนไลน์ วันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2559 ระบุว่า “ก่อนหน้านี้มีผู้บริหารและเจ้าหน้าที่การตลาดที่ถูกสำนักงาน ก.ล.ต. ลงโทษ เนื่องจากละเลยการตรวจสอบดูแลระบบงานทำความเข้าใจลูกค้าและตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า รวมถึงการกำกับดูแลการทำธุรกรรมลูกค้า ซึ่งเป็นระบบงานหลักที่สำคัญและมีผลต่อความเชื่อมั่นในตลาดทุน” เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ มักเกิดขึ้นอยู่เสมอๆ ทำให้บริษัทหลักทรัพย์ที่ถูกลงโทษเสื่อมเสียชื่อเสียง นักลงทุนกลุ่มนี้จึงกลัวว่าเหตุการณ์ดังกล่าวอาจเกิดขึ้นกับตน จึงได้ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของ

บริษัทนั่นเอง แม้ว่าความสำคัญของภาพลักษณ์บริษัทในตารางที่ 4.4 และ 4.5 จะมีความขัดแย้งกัน อันเกิดจากการจัดกลุ่มใหม่ในตารางที่ 4.5 โดยบทวิเคราะห์เป็นตัวแปรที่ถูกนำมาจัดกลุ่มให้อยู่ใน ปัจจัยเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์แทน อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่ 3 ยังให้ความสำคัญกับ ภาพลักษณ์เช่นเดิม สะท้อนให้เห็นว่าบทวิเคราะห์เป็นสิ่งกลุ่มที่ 3 ไม่ได้ให้ความสำคัญเลย เนื่องจาก เป็นกลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนสูงอยู่แล้วนั่นเอง

### 4.3 วิเคราะห์กลุ่มนักลงทุน

เมื่อแบ่งนักลงทุนออกเป็น 4 กลุ่ม ตามเกณฑ์ระดับความพร้อมในการลงทุนและระดับ ความเสี่ยง สามารถบรรยายลักษณะของนักลงทุนแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

**กลุ่มที่ 1** เป็นกลุ่มคนสูงอายุที่มีประสบการณ์ลงทุนน้อย ประกอบกับระดับความเสี่ยงที่ ต่ำ จึงมักเลือกลงทุนในหุ้นขนาดใหญ่ที่มีพื้นฐานแข็งแกร่ง เพราะเชื่อมั่นในตัวบริษัทที่ลงทุนมีโอกาสที่ จะล้มละลายเกิดขึ้นได้น้อย โดยจะเปิดบัญชีกับหลายบริษัทหลักทรัพย์เพื่อต้องการข้อมูลในการลงทุน จากเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์มาคาดการณ์ทิศทางของราคาหุ้นก่อนจะลงทุน ซึ่งหุ้นที่เลือก ลงทุน ราคามักอยู่ในกรอบแคบๆ ไม่ผันผวนมากนัก ประกอบกับมีการซื้อขายที่บ่อย นักลงทุนกลุ่มนี้ จึงเปรียบเสมือนนักเก็งกำไรที่คอยติดตามความเคลื่อนไหวของราคาอย่างสม่ำเสมอ การบริการของ บริษัทหลักทรัพย์ที่จะดึงดูดนักลงทุนกลุ่มนี้ได้ คือ การพัฒนาโปรแกรมการซื้อขายให้ตอบสนองต่อ การใช้งาน ซึ่งจะมีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่าการส่งคำสั่งซื้อขายผ่านช่องทางอื่นอยู่ แล้ว นอกจากนี้ ข้อมูลการลงทุนทั้งเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์เป็นสิ่งจำเป็นที่บริษัท หลักทรัพย์ต้องให้บริการ เพราะถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการลงทุนของนักลงทุนกลุ่มนี้

**กลุ่มที่ 2** เป็นกลุ่มคนมีอายุที่ประสบการณ์สูง มักเลือกลงทุนหุ้นขนาดเล็ก ที่มีศักยภาพ การเติบโตสูง ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการถือหุ้่นค่อนข้างนาน จึงซื้อขายไม่บ่อยเพื่อรอจนกว่าราคาหุ้น จะสูงขึ้น ประกอบกับเป็นกลุ่มที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย ต้องพึ่งพาบทวิเคราะห์ของ บริษัทหลักทรัพย์ที่มีความแม่นยำและน่าเชื่อถือ แต่ด้วยลักษณะเฉพาะตัวที่เปิดบัญชีสองบริษัท เพื่อนำบทวิเคราะห์จากบริษัทหนึ่งเป็นข้อมูลไว้ไปซื้อขายกับบริษัทหลักทรัพย์อีกแห่งหนึ่งที่มีอัตราค่า นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่า จึงทำให้มีการจำกัดบทวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ที่จัดทำ เนื่องจากบริษัทหลักทรัพย์ที่จัดทำบทวิเคราะห์ มีต้นทุนในการจัดทำสูงมาก แต่กลับไม่สามารถสร้าง รายได้จากผลิตภัณฑ์นี้ แม่นักลงทุนกลุ่มนี้จะซื้อขายไม่บ่อยนัก แต่ด้วยมูลค่าการซื้อขายที่สูง ประกอบกับบทวิเคราะห์ที่เปรียบเสมือนต้นทุนคงที่ จะนำมาซึ่งส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไร ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกบริษัทหลักทรัพย์แสวงหา บริษัทหลักทรัพย์จึงควรหาวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการโน้มน้าวและ

ชักจูงให้นักลงทุนกลุ่มนี้หันมาซื้อขายกับบริษัทหลักทรัพย์ของตน เช่น จำกัดบววิเคราะห์ โดยจะลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์หากมูลค่าการซื้อขายเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด เป็นต้น

**กลุ่มที่ 3** เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์การลงทุนน้อย จึงต้องเน้นการพึ่งพาเจ้าหน้าที่การตลาดในการหาข้อมูลก่อนการซื้อขาย มักเลือกหุ้นที่มีการจ่ายเงินปันผลสูง จึงมีการซื้อขายที่ไม่บ่อยนัก โดยเฉลี่ย 6 เดือนต่อครั้ง แสดงถึงเป็นกลุ่มที่มีระดับความเสี่ยงที่ต่ำ และไม่ค่อยมีเวลาในการติดตามความเคลื่อนไหวของราคามากนัก อาจด้วยมีอาชีพหลักเป็นงานประจำประเภทอื่นอยู่แล้ว การจะลงทุนแต่ละครั้งจึงต้องพินิจพิเคราะห์เป็นอย่างดีก่อน เช่นเดียวกับการเลือกบริษัทหลักทรัพย์ เพราะมักพบเจอข่าวผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่การตลาดที่ทำผิดและได้รับบทลงโทษจากสำนักงาน ก.ล.ต. ตามหนังสือพิมพ์อยู่เสมอ การจะนำเงินเปลี่ยนเป็นหุ้น และฝากไว้ให้บริษัทหลักทรัพย์ดูแล ในมุมมองของนักลงทุนกลุ่มนี้ถือเป็นความเสี่ยงเช่นกัน ภาพลักษณ์ของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญของนักลงทุนกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตามด้วยลักษณะเฉพาะที่มีการซื้อขายไม่บ่อยและมูลค่าการซื้อขายน้อย จึงเป็นกลุ่มที่บริษัทหลักทรัพย์ไม่ค่อยให้ความสนใจสักเท่าไร เนื่องจากไม่ได้เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดหรือผลกำไรให้กับบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

**กลุ่มที่ 4** เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์การลงทุนสูง โดยการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก มีรายได้น้อย แต่มูลค่าการซื้อขายสูง อันเกิดจากการกู้ยืมเงินจากบริษัทหลักทรัพย์มาลงทุน ประกอบกับการถือหุ้นระยะสั้นๆ และซื้อขายอย่างน้อยวันละครั้ง ชอบเลือกหุ้นที่มีข่าวลือ ราคาผันผวนในการเก็งกำไร ซึ่งต้องมีเวลาในการติดตามความเคลื่อนไหวของราคา สะท้อนให้เห็นว่าเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงมาก เรียกได้ว่า มีอาชีพนักลงทุนเป็นอาชีพหลัก โดยเป็นนักลงทุนประเภท Day Trade ดังนั้น อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการลดต้นทุน เพื่อเพิ่มผลกำไร เช่นเดียวกับโปรแกรมการซื้อขายที่ต้องเสถียรและไม่ล่ม สามารถส่งคำสั่งได้รวดเร็ว ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ที่ต้องการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดควรเลือกนักลงทุนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยตอบสนองอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์และโปรแกรมการซื้อขายเป็นหลัก โดยมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และผลประโยชน์อื่น เช่น หุ้นจองไอพีโอหรือโปรโมชั่นต่างๆ เป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักลงทุนกลุ่มนี้

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเชิงลึกถึงลักษณะ พฤติกรรม และความแตกต่างของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแต่ละกลุ่ม และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีอุปสงค์ และแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ เป็นกรอบในการศึกษา

รูปแบบการศึกษาได้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 240 ราย และการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในธุรกิจหลักทรัพย์ ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมินั้น จะรวบรวมข้อมูลจากบทความ บทสัมภาษณ์ ข่าวสาร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือจากกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย โดยทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา (IOC: Index of item Objective Congruence) จำนวน 5 ท่าน ค่าดัชนีดังกล่าวมากกว่า 0.60 ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ยกเว้นแบบสอบถามในส่วนที่ 4 แต่ผู้วิจัยยังคงหาผลลัพธ์เพื่อนำมาพิจารณาและเปรียบเทียบความสมเหตุสมผลของข้อมูลต่อไป ส่วนการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ใช้การทดสอบสัมประสิทธิ์ครอนบักแอลฟา (Cronbach's alpha) ซึ่งได้ค่าดังกล่าวเท่ากับ 0.881 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือมากกว่า 0.70 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมและน่าเชื่อถือ สามารถนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics 23 โดยใช้ Factor Analysis ในการจัดกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อนำไปหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มนักลงทุนที่แบ่งประเภทไว้ตามเกณฑ์ระดับความพร้อมในการลงทุนและระดับความเสี่ยง และนำมาเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจะใช้การวิเคราะห์ของผู้วิจัยในการตีความหมายข้อมูล

ผลการศึกษาจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 พบว่า ตัวแปรทั้งหมด 24 ตัวแปร นำมาจัดกลุ่มได้ทั้งหมด 7 ปัจจัย โดยปัจจัยด้านโปรแกรมการซื้อขายมีความสำคัญมากที่สุด ขณะที่ปัจจัยด้านภาพลักษณ์บริษัทมีความสำคัญน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นๆ อันได้แก่ ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดและ

บทวิเคราะห์ ปัจจัยด้านผลประโยชน์อื่น ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านความสามารถในการติดต่อ และปัจจัยด้านอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ มีความสำคัญจากมากไปน้อยตามลำดับ

ขณะเดียวกัน ผลการศึกษาการเรียงลำดับความสำคัญจากแบบสอบถามส่วนที่ 4 พบว่า ปัจจัยอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาก่อนหน้านี้ สาเหตุเกิดจากคำจำกัดความที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดให้ปัจจัยอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ เป็นการแข่งขันด้านราคามีความสำคัญมากที่สุด และจะใช้ปัจจัยที่มีความสำคัญในลำดับรองลงมาในการวิเคราะห์ถึงการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งผลการศึกษาจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ได้ผลลัพธ์ที่มีความสอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณาถึงการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์แล้ว พบว่านักลงทุนแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยที่แตกต่างกัน โดยนักลงทุนกลุ่มที่ 1 จะให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์ เพราะเป็นกลุ่มที่มีระดับความพร้อมน้อยและรับความเสี่ยงได้น้อย จึงต้องการข้อมูลในการลงทุนและความเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่การตลาด สอดคล้องกับงานศึกษาของ วิมลลักษณ์ สันฐิติเจริญวงศ์ (2548) ภาระดี ภาระราช (2548) และ วชิรินทร์ เบ้าคำ (2550) รวมไปถึงงานศึกษาของ Xiaohua Lin & Benjamin Wei (2012) ส่วนกลุ่มที่ 2 จะให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร เพราะต้องการการติดต่อที่หลากหลายและรวดเร็ว เพื่อนำข้อมูลไปซื้อขายกับบริษัทหลักทรัพย์ที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำกว่า สอดคล้องกับงานศึกษาของ อิศริย์ จุลจิราภรณ์ (2550) ขณะที่กลุ่มที่ 3 จะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของบริษัท เป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการลงทุน แต่ยอมรับความเสี่ยงได้น้อย จึงต้องการเลือกบริษัทหลักทรัพย์ที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ เพราะปรากฏให้เห็นอยู่บนหนังสือพิมพ์อยู่บ่อยครั้ง ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ ก.ล.ต. ลงโทษบริษัทหลักทรัพย์และเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของบริษัทโดยตรง สอดคล้องกับงานศึกษาของ อธิเชษฐ์ วงษ์สวัสดิ์ (2553) และกลุ่มที่ 4 จะให้ความสำคัญกับโปรแกรมการซื้อขาย เพราะเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการลงทุนสูง สามารถดูแลตัวเองได้ นอกจากนี้ สามารถแบกรับความเสี่ยงได้สูง จึงมีมูลค่าการซื้อขายที่สูง ดังนั้นจึงต้องการระบบการซื้อขายที่มีความปลอดภัย เสถียร ไม่ล่ม เพราะตนเองไม่สามารถควบคุมปัจจัยเหล่านี้ได้ สอดคล้องกับงานศึกษาของ วัฒนพงศ์ ไชยวงศ์ (2552) อย่างไรก็ตาม พบว่าในภาพรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าปัจจัยการให้บริการ โดยเฉพาะอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ จึงทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ใช้กลยุทธ์นี้ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด แม้ว่าจะสามารถทำกำไรได้ต่ำกว่าก็ตาม สอดคล้องกับงานศึกษาของ พรณี เรืองแววมณี (2547)

ผลการศึกษาทั้งด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลในการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ลักษณะของนักลงทุนแต่ละกลุ่ม

| ตัวแปร  | กลุ่มที่ 1                              | กลุ่มที่ 2                                      | กลุ่มที่ 3                   | กลุ่มที่ 4                                      |
|---|---|---|------------------------------|---|
| ระดับความพร้อม                                | น้อย                                    | น้อย  | มาก                          | มาก   |
| ระดับความเสี่ยง                               | ต่ำ                                     | สูง   | ต่ำ                          | สูง   |
| เพศ   | ชาย                                     | หญิง  | หญิง                         | ชาย   |
| อายุ  | มาก<br>(ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป)            | ค่อนข้างมาก<br>(30-39 ปี)                       | น้อย<br>(20-29 ปี)           | น้อย<br>(20-29 ปี)                              |
| ระดับการศึกษา                                 | ไม่เกินปริญญาตรี                        | สูงกว่าปริญญาตรี                                | สูงกว่าปริญญาตรี             | ไม่เกินปริญญาตรี                                |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน                          | สูง<br>(50,000 บาทขึ้นไป)               | สูง<br>(50,000 บาทขึ้นไป)                       | ต่ำ<br>(ไม่ถึง 50,000 บาท)   | ต่ำ<br>(ไม่ถึง 50,000 บาท)                      |
| จำนวนบริษัทที่เปิดบัญชีซื้อขาย                | มากกว่า 2 บริษัท                        | 2 บริษัท  | 1 บริษัท                     | 1 บริษัท  |
| กลยุทธ์ของบริษัทที่เปิดบัญชีซื้อขาย           | ราคา                                    | บริการ  | บริการ                       | ราคา  |
| สาเหตุที่เปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่น | ต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ที่หลากหลาย | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แห่งใหม่ถูกกว่า | ครอบครัวหรือบุคคลชักชวน      | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แห่งใหม่ถูกกว่า |
| ประสบการณ์ในการลงทุน                          | น้อย<br>(ไม่เกิน 5 ปี)                  | มาก<br>(มากกว่า 5 ปี)                           | น้อย<br>(ไม่เกิน 5 ปี)       | มาก<br>(มากกว่า 5 ปี)                           |
| แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการ         | อินเทอร์เน็ต                            | อินเทอร์เน็ต                                    | ครอบครัว/ญาติ                | เพื่อน/คนสนิท                                   |
| ช่องทางการส่งคำสั่ง                           | โปรแกรมเฉพาะ                            | Streaming                                       | เจ้าหน้าที่การตลาด           | Streaming                                       |
| มูลค่าการซื้อขาย                              | น้อย<br>(ต่ำกว่า 1 ล้านบาท)             | มาก<br>(สูงกว่า 1 ล้านบาท)                      | น้อย<br>(ต่ำกว่า 1 ล้านบาท)  | มาก<br>(สูงกว่า 1 ล้านบาท)                      |
| ความถี่ในการซื้อขาย                           | สัปดาห์ละครั้ง<br>(บ่อย)                | เดือนละครั้ง<br>(ไม่บ่อย)                       | 6 เดือน 1 ครั้ง<br>(ไม่บ่อย) | วันละครั้ง<br>(บ่อย)                            |
| ระยะเวลาในการถือหุ้น                          | สั้น<br>(น้อยกว่า 6 เดือน)              | ยาว<br>(มากกว่า 6 เดือน)                        | ยาว<br>(มากกว่า 6 เดือน)     | สั้น<br>(น้อยกว่า 6 เดือน)                      |



ตารางที่ 5.1 ลักษณะของนักลงทุนแต่ละกลุ่ม (ต่อ)

| ตัวแปร                                    | กลุ่มที่ 1                             | กลุ่มที่ 2                             | กลุ่มที่ 3                             | กลุ่มที่ 4                             |
|---|--|--|--|--|
| ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ | อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ |
| ปัจจัยด้านบริการที่ให้ความสำคัญ           | เจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์       | ความสามารถในการติดต่อ                  | ภาพลักษณ์ของบริษัท                     | โปรแกรมการซื้อขาย                      |

ที่มา: จากการวิเคราะห์และสรุปผลของผู้วิจัย

ผลการศึกษาข้างต้น มีความสอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ นักลงทุนแต่ละรายจะประเมินและเปรียบเทียบผลประโยชน์ทั้งหมดที่จะได้รับจากบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่ที่ต้องการจะย้ายกับบริษัทหลักทรัพย์เดิม หากได้รับผลประโยชน์มากกว่าก็จะย้ายไปเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่ แต่หากได้รับผลประโยชน์น้อยกว่า ก็จะยังคงใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์แห่งเดิมต่อไป จะเห็นได้จากนักลงทุนทุกกลุ่มล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ แสดงว่านักลงทุนทั่วไปให้ความสำคัญกับปัจจัยทางราคาสูง หากอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ไม่เป็นไปในอัตราตามที่ต้องการ ก็อาจทำให้มีการย้ายไปเปิดบัญชีที่บริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่ได้เช่นกัน ซึ่งผลการศึกษาพบว่าอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เป็นปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด เช่นเดียวกับแนวคิดคุณภาพการให้บริการที่นักลงทุนหรือลูกค้าจะประเมินบริการที่ลูกค้าได้รับจริงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวัง หากลูกค้าประทับใจในการบริการมากกว่าที่คาดหวัง ก็ยังคงใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์เดิม แต่หากบริการที่คาดหวังไว้สูงกว่าบริการที่ได้รับจริง ลูกค้าก็จะหันไปใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์อื่น ดังเช่น นักลงทุนกลุ่มที่ 1 ที่มักเปิดบัญชีมากกว่า 2 บริษัท เพราะต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ที่หลากหลาย อาจเกิดจากบทวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์แห่งนี้ มีจำนวนน้อยและไม่ครอบคลุมหุ้นที่ตนสนใจลงทุน จึงเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้มาซึ่งบทวิเคราะห์ของหุ้นที่ตนต้องการ

อย่างไรก็ตาม การที่ปัจจัยด้านบริการปัจจัยใดจะมีผลต่อการเลือกบริษัทหลักทรัพย์มากหรือน้อยแตกต่างกันนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวและรสนิยมของนักลงทุนด้วย เพราะนักลงทุนแต่ละรายย่อมมีลักษณะและรสนิยมที่แตกต่างกัน อันจะส่งผลให้ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งนั้นมีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ที่แตกต่างกัน นำมาซึ่งการเลือกจุดแข็งของบริษัทหลักทรัพย์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยทางเศรษฐกิจทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศเป็นสิ่งที่บริษัทหลักทรัพย์ต้องคำนึง เพราะจะส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน หากนักลงทุนขาดความ

เชื่อมั่นและชะลอการซื้อขายแล้ว บริษัทต้องมีแผนการดำเนินงานที่ยืดหยุ่น สามารถหารายได้จาก ส่วนงานอื่นเข้ามาชดเชยรายได้ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แทนได้

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการแบ่งกลุ่มตามเกณฑ์ระดับความพร้อมในการลงทุนและระดับความเสี่ยงนั้น ในอนาคตแนวโน้มของประชากรจะมีจำนวนนักลงทุนที่มีระดับความพร้อมสูงเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยังน้อย และขึ้นมาทดแทนกลุ่มคนอายุมากที่มีระดับความพร้อมในการลงทุนน้อย แต่ในประเด็นเรื่องระดับความเสี่ยงนั้น ขึ้นอยู่กับนักลงทุนว่ามีประสบการณ์และอยู่ในแวดวงการลงทุนมากน้อยเพียงใด จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จะค่อยๆ หายไปจากตลาดเนื่องจากอายุที่มากขึ้น ขณะเดียวกัน กลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 จะมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ขึ้นมาแทนที่กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญกับนักลงทุนรุ่นใหม่สองกลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่ 4 เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการซื้อขายบ่อยและซื้อขายในมูลค่าที่สูง นำมาซึ่งรายได้ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์และส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งนักลงทุนกลุ่มที่ 4 นี้ จะให้ความสำคัญกับโปรแกรมการซื้อขายเป็นหลัก แม้ว่าจะจะเป็นกลุ่มที่ใช้โปรแกรม Streaming ในการซื้อขาย อย่างไรก็ตาม บริษัทหลักทรัพย์ควรเปลี่ยนพฤติกรรมให้นักลงทุนกลุ่มนี้ให้หันมาใช้โปรแกรมเฉพาะของบริษัทที่ได้พัฒนาขึ้น เพราะมีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำกว่า และอาจเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกและผลประโยชน์ต่างๆ เพื่อชักจูงและโน้มน้าวให้นักลงทุนกลุ่มนี้ เช่น การจัดสรรหุ้นจองไอพีโอ หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำ เป็นต้น ขณะที่กลุ่มที่ 3 แม้ว่าจะซื้อขายมูลค่าที่น้อยและซื้อขายไม่บ่อย แต่การส่งคำสั่งผ่านเจ้าหน้าที่การตลาด ทำให้บริษัทหลักทรัพย์มีเจ้าหน้าที่การตลาดเป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักลงทุนกลุ่มนี้ ซึ่งถ้าหากปรับเปลี่ยนให้ซื้อขายมูลค่าที่สูงและซื้อขายบ่อยครั้งได้ จะทำให้มีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น นำมาซึ่งรายได้และกำไรต่อไป

แม้ผลการศึกษาจะชี้ให้เห็นว่าอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของนักลงทุนทั่วไปมากที่สุด ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญกับปัจจัยทางราคาที่สูงของนักลงทุนทั่วไป แต่การที่บริษัทหลักทรัพย์จะตอบสนองความต้องการโดยลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เพื่อแย่งชิงลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาดนั้น จะนำมาซึ่งการแบกรับค่าใช้จ่ายที่สูงมาก อาจทำให้มีผลขาดทุนต่อเนื่องเป็นระยะเวลาสั้นจนกว่าจะสามารถเป็นผู้ผูกขาดในตลาดได้ ซึ่งในความเป็นจริง ธุรกิจหลักทรัพย์มีจำนวนบริษัทหลักทรัพย์ค่อนข้างมาก ประกอบกับมีหน่วยงานของทางการ เช่น สำนักงาน ก.ล.ต. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือสมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย คอยกำกับดูแลอยู่ ดังนั้นจึงเป็นไปได้ยากที่จะแข่งขันทางราคาจนสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้ผูกขาดได้ หรือกล่าวได้ว่า อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์อาจไม่ใช่กลยุทธ์การแข่งขันที่ดีนัก

แม้ว่าจะเป็นการกลยุทธิ์ที่หลายบริษัทให้ความสำคัญและจะยังคงมีอยู่ต่อไปก็ตาม ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า แนวโน้มของธุรกิจหลักทรัพย์ที่สร้างสรรค์น่าจะเป็นการแข่งขันกันด้านบริการมากกว่า โดยเฉพาะโปรแกรมการซื้อขายที่จะมีบทบาทมากขึ้น จากการนำระบบอัตโนมัติทันสมัยที่ร่วมพัฒนากับบริษัทหลักทรัพย์ต่างชาติ เช่น มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายและแปลกใหม่ มีปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยเทคนิคในการวิเคราะห์หุ้นอย่างครบถ้วน เป็นต้น ทำให้ผู้ให้ข้อมูลอย่างเจ้าหน้าที่การตลาด รวมไปถึงบทวิเคราะห์อาจกลายเป็นสิ่งที่ไม่สำคัญอีกต่อไป เนื่องจากจำนวนนักลงทุนที่มีระดับความพร้อมสูงเพิ่มขึ้น สามารถค้นหาข้อมูลและพึ่งพาตัวเองได้ ดังนั้นบทบาทการใช้งานบุคลากรในธุรกิจนี้จะมีแนวโน้มที่ลดลงและเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจแทน

การพัฒนาโปรแกรมการซื้อขายในปัจจุบันนี้ได้พัฒนาไปจนถึงขั้นที่ระบบสามารถส่งคำสั่งซื้อขายอัตโนมัติเองได้ โดยผู้พัฒนาจะกำหนดเงื่อนไขในการซื้อ การขาย การทำกำไร หรือการจำกัดผลขาดทุน ซึ่งปัจจุบันนี้เริ่มมีหลายบริษัทหลักทรัพย์ที่เห็นความสำคัญในจุดนี้ และได้พัฒนาระบบจนสามารถให้บริการได้แล้วในบางแห่ง ทำให้นักลงทุนไม่จำเป็นต้องติดตามข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวของราคา เพราะระบบจะเป็นผู้ดำเนินการแทนทั้งหมด ช่วยให้นักลงทุนมีเวลาว่างมากขึ้น ส่งคำสั่งได้เร็วกว่าดำเนินการเอง ไม่มีเรื่องของอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องในการซื้อขาย แต่ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นคือ เงื่อนไขที่ผู้พัฒนากำหนดจะต้องมีการทดสอบก่อนใช้งานจริงเพื่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด และในกรณีที่ระบบนี้ถูกพัฒนาไปมากจนกระทั่งทุกบริษัทหลักทรัพย์จำเป็นต้องมีการให้บริการนี้ หากเงื่อนไขที่ผู้พัฒนาออกแบบระบบไว้มีความใกล้เคียงกัน อาจเกิดภาวะ panic sell จากระบบที่พัฒนาไว้ก็เป็นได้

### 5.3 ข้อจำกัด

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ความพร้อมและความเสี่ยงในการแบ่งกลุ่มนักลงทุน เพื่อศึกษานักลงทุนในแต่ละกลุ่ม ซึ่งยังมีเกณฑ์ในการจำแนกอีกมากมาย รวมไปถึงการนำตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์นั้น อาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่ผู้วิจัยคาดไม่ถึง และไม่ได้นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยฉบับนี้ด้วย ขณะเดียวกันการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แม้ว่าจะมีการเก็บในงานมหกรรมการลงทุนครบวงจรแห่งปี หรือ SET in the City ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 แต่ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาและการเลือกตัวอย่างอาจยังไม่สะท้อนถึงการกระจายตัวของประชากรที่แท้จริง เนื่องจากผู้วิจัยสังเกตได้ว่าส่วนใหญ่กลุ่มคนที่เข้าร่วมงานนี้ มีอายุไม่มากนัก ส่วนมากจะมีอายุไม่เกิน 40 ปี แสดงให้เห็นว่า นักลงทุนกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุมากที่สุด ไม่ได้เข้าร่วมงานมากนัก อาจเนื่องมาจากได้เปิดหลายบัญชีที่อาจจะตอบสนองต่อความต้องการของตนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องเดินทางมาร่วมงานเพื่อเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์เพิ่มเติม

นอกจากนี้ แม้ว่าการสัมภาษณ์เชิงลึกจะทำให้ได้ข้อมูลตามที่ต้องการ แต่เป็นเรื่องที่ยากลำบากในการติดต่อขอสัมภาษณ์บริษัทหลักทรัพย์ เนื่องจากข้อมูลทุกอย่างล้วนแล้วแต่เป็นความลับทางธุรกิจขององค์กรทั้งสิ้น และด้วยการแข่งขันที่รุนแรง การเปิดเผยข้อมูลบางอย่างอาจส่งผลกระทบต่อผู้ให้สัมภาษณ์เอง ผู้วิจัยจึงได้ข้อมูลมาเพียง 2 บริษัทเท่านั้น ซึ่งข้อมูลอาจยังไม่สะท้อนธุรกิจหลักทรัพย์ตามที่ควรจะเป็นนัก โดยเฉพาะข้อมูลของบริษัทหลักทรัพย์ที่เน้นการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด



## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2558). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: บริษัท  
ธรรมสาร จำกัด.
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2556). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิชัย ธีญญาพาณิชย์. (2554). *การพัฒนาคุณภาพบริการ*. ขอนแก่น: พิมพ์ลักษณ์.

### วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์

- ชญานี โปชน์เงิน. (2544). *ธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ภายหลังการเปิดเสรีค่านายหน้าซื้อขาย  
หลักทรัพย์*. (งานวิจัยเฉพาะเรื่องเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะ  
เศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- ณัฐวุฒิ วงศ์เขารักษ์. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์*. (การ  
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และ  
การบัญชี.
- พรรณี เรืองแวมณี. (2547). *พฤติกรรมการแข่งขันของบริษัทหลักทรัพย์ในช่วงก่อนและหลังการเปิด  
เสรีค่าธรรมเนียมการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์.
- ภาระดี ภาระราช. (2548). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนัก  
ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จังหวัดขอนแก่น*. (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตร์  
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- ยุวดี อริยานนท์. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน  
ทั่วไป กรณีเปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น*. (งานวิจัยเฉพาะเรื่องเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต).  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- ลินดา ตรีทศายุธ. (2550). *ความมีประสิทธิภาพของบริษัทหลักทรัพย์ในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์.

- วัชรินทร์ เป้าคำ. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- วัฒนพงศ์ ไชยวงศ์. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์
- วิมลลักษณ์ สันฐิติเจริญวงศ์. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนไทยปี 2547*. (สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะเศรษฐศาสตร์.
- สุพรรณษา วรรณราชู. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- อิทธิเชษฐ์ วงษ์สวัสดิ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนใหม่ที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์*. (งานวิจัยเฉพาะเรื่องเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- อิสริย์ จุลจิราภรณ์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). *รายชื่อบริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2560, จาก <https://www.set.or.th/set/memberlist.do>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). *สรุปสถิติสำคัญของตลาดหลักทรัพย์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2559, จาก [http://www.set.or.th/th/market/securities\\_company\\_statistics59.html](http://www.set.or.th/th/market/securities_company_statistics59.html)
- ตลท.ผนักสาขาบล.ลุยปั่น"นักลงทุนภูธร"ติดอาวุธเล่นหุ้น. (21 สิงหาคม 2558). *ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2559, จาก [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1439970648](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1439970648)

- โบรคนอกเตรียมบุกตลาดหุ้นไทยหวั่นเพิ่มเสี่ยงผู้ประกอบการไทย. (19 กันยายน 2559).  
*กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2559, จาก  
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/718478>
- ‘ย้อนรอย’ บทลงโทษบล.. (16 กันยายน 2559). *กรุงเทพธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/718184>
- ระบบข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ฉบับออนไลน์. (2559). *SETSMART*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.setsmart.com/>
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2555). *ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมและการลงทุน: กลุ่มคนช่วงอายุ 20-29 ปี*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2559, จาก  
[http://www.set.or.th/setresearch/files/microstructure/forum201201\\_presentation.pdf](http://www.set.or.th/setresearch/files/microstructure/forum201201_presentation.pdf)
- สงครามโบรกเกอร์ หั่นค่าคอมฯ เขย่าตลาดหุ้นไทย. (26 ตุลาคม 2558). *มติชนออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2559, จาก  
[http://www.matichon.co.th/news\\_detail.php?newsid=1445826659](http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1445826659)
- สง่า บรรจงประเสริฐ และกนิยะ อีสริยะ. (2554). *ผลการวิจัยโครงการวิจัยผู้ลงทุน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2559, จาก  
[http://www.set.or.th/setresearch/files/microstructure/forum201101\\_Presentation\\_InvestorSurvey.pdf](http://www.set.or.th/setresearch/files/microstructure/forum201101_Presentation_InvestorSurvey.pdf)
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2557). *โครงการวิจัยผู้มีศักยภาพลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ (Potential retail Investors) และนักลงทุนบุคคล (Current retail Investors) ในต่างจังหวัด*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2559, จาก  
[http://www.set.or.th/setresearch/files/microstructure/Presentation\\_potential.pdf](http://www.set.or.th/setresearch/files/microstructure/Presentation_potential.pdf)
- สมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย. (2559). *ภาวะธุรกิจหลักทรัพย์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2559, จาก <http://www.asco.or.th/datacenter1.php>
- สันติ กิระนันท์. (2553). *การสำรวจพฤติกรรมของนักลงทุนบุคคลที่เน้นการลงทุนระยะสั้นในตลาดหุ้นไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2559, จาก  
[http://www.set.or.th/setresearch/files/symposium/2553\\_paper2\\_presentation.pdf](http://www.set.or.th/setresearch/files/symposium/2553_paper2_presentation.pdf)

หลักทรัพย์บัวหลวง คาดรายได้และกำไรในปี 2560 ดีกว่าปีก่อนหน้า. (27 เมษายน 2560).

*ผู้จัดการออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2560, จาก

<http://www.manager.co.th/Around/ViewNews.aspx?NewsID=9600000042626>

อีกแล้ว! Streaming ล่ม เว้น 3 โบรกฯ ต่อท่อตรงไร้ปัญหา. (3 มิถุนายน 2559).

*ข่าวหุ้นธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2559, จาก

<http://www.kaphoon.com/content/93175>

FSS ลงนามพันธมิตรเกาหลีใต้ ลุยระบบซื้อขายออนไลน์. (25 มกราคม 2560). *ทันหุ้นออนไลน์*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2560, จาก <https://www.thunhoon.com/fss-27/>

## หนังสือพิมพ์

จับตาศึกสายเลือด บุญพร-มนตรี. (24 พฤศจิกายน 2559). *ฐานเศรษฐกิจ*. น. 16.

ทิสโก้ผู้นำดิจิทัลโบรก. (18 กุมภาพันธ์ 2559). *ไทยรัฐ*. น. 9.

เมย์แบงก์กิมเอ็งป็น IP เพิ่มคุณภาพบริการนักลงทุน. (6 พฤศจิกายน 2558). *แนวหน้า*. น. 12.

เมย์แบงก์จ้อหลุดแชมป์ หุ่นดึงรายย่อยหยุดเทรด. (18 มกราคม 2559). *กรุงเทพธุรกิจ*. น. 17, 21.

วอลุ่มลดกระทบค่าคอม ซีแอลเอสเอ สวนซื้อโบรก. (4 มิถุนายน 2558). *กรุงเทพธุรกิจ*. น. 17, 19.

หุ้นโบรกฯ ขาลง ภาวะยังผันผวน แข่งขันรุนแรง. (24 ธันวาคม 2558). *ข่าวหุ้น*. น. 30.

ASP งดแจกวิจัยหุ้น. (4 กันยายน 2558). *โพสต์ทูเดย์*. น. B1, B5.

## Articles

Chan, R., Chan, Y., & Yau, O. H. (1991). Selecting a broker or a brokerage firm: segmentation of investors in the Hong Kong stock market. *European Journal Of Marketing*, (10), p 17.

Eisingerich, A. B., & Bell, S. J. (2008). Perceived Service Quality and Customer Trust: Does Enhancing Customers' Service Knowledge Matter?. *Journal Of Service Research*, 10(3), p 256-268.

Xiaohua, L., & Wei, B. (1999). Service Quality Dimensions of Securities Brokerage Firms: What Customers Consider as Important. *Journal Of Professional Services Marketing*, 20(1), p 135.



Yau, O. M., Ip, Y. K., & Chan, D. K. (1995). Selecting a Broker or Brokerage Firm: Segmenting Investors in the Australian Stock Market. *Journal Of Professional Services Marketing*, 12(1), p 19.





ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

#### เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

##### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ในการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แบบสอบถามจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: ข้อมูลทั่วไปและการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3: การประเมินระดับความสำคัญ

ส่วนที่ 4: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ จึงใคร่รบกวนขอความร่วมมือจาก ผู้ตอบแบบสอบถามในการตอบคำถามทุกข้อและตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษา ทั้งนี้ ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หากตัวเลือกนั้นตรงกับคุณมากที่สุดเพียง 1 ตัวเลือกเท่านั้น

### ส่วนที่ 1: คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

1. คุณมีบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์และอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่  
 ใช่       ไม่ใช่
2. คุณได้เปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทหลักทรัพย์ทั้งหมดกี่บริษัท  
 1 บริษัท       2 บริษัท       มากกว่า 2 บริษัท
3. บัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่คุณใช้บริการบ่อยที่สุด เป็นบัญชีของบริษัทหลักทรัพย์ใด  

|  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> บัวหลวง (BLS)         | <input type="checkbox"/> ไทยพาณิชย์ (SCBS)         | <input type="checkbox"/> กสิกรไทย (KS)         |
| <input type="checkbox"/> กิมเอ็ง (MBKET)       | <input type="checkbox"/> ซีไอเอ็มบี (CIMBS)        | <input type="checkbox"/> ทิสโก้ (TISCO)        |
| <input type="checkbox"/> ธนชาติ (TNS)          | <input type="checkbox"/> เคทีซีมิโก้ (KTZ)         | <input type="checkbox"/> ภัทร (PHATRA)         |
| <input type="checkbox"/> กรุงศรี (KSS)         | <input type="checkbox"/> ยูโอบีเคย์เฮียน (UOBKHST) | <input type="checkbox"/> เครดิต สวิส (CS)      |
| <input type="checkbox"/> เคทีบี (KTBST)        | <input type="checkbox"/> ดีบีเอส วิกเคอร์ (DBSV)   | <input type="checkbox"/> ฟิลลิป (PST)          |
| <input type="checkbox"/> โนมูระ พัฒนสิน (CNS)  | <input type="checkbox"/> ฟินันเซีย ไซรัส (FSS)     | <input type="checkbox"/> ไอรา (AIRA)           |
| <input type="checkbox"/> เคจีไอ (KGI)          | <input type="checkbox"/> คันทรี กรุ๊ป (CGS)        | <input type="checkbox"/> โกลเบล็ก (GBX)        |
| <input type="checkbox"/> แอปเปิล เวลธ์ (APPLE) | <input type="checkbox"/> ทริनिตี (TRINITY)         | <input type="checkbox"/> เออีซี (AEC)          |
| <input type="checkbox"/> เอเชีย เวลธ์ (AWS)    | <input type="checkbox"/> แมคควอรี (MACQ)           | <input type="checkbox"/> ยูบีเอส (UBS)         |
| <input type="checkbox"/> เอเชียแอล (ASL)       | <input type="checkbox"/> ซีแอลเอสเอ (CLSA)         | <input type="checkbox"/> เอเชีย พลัส (ASP)     |
| <input type="checkbox"/> แลนด์แอนด์แฮส (LHS)   | <input type="checkbox"/> หยวนต้า (YUANTA)          | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |
4. สาเหตุใดที่ทำให้คุณอาจเปิดบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์แห่งอื่นด้วย  
 ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน  
 ต้องการข้อมูลหรือบทวิเคราะห์ที่หลากหลาย  
 เจ้าหน้าที่การตลาดย้ายสถานที่ทำงาน จึงย้ายพอร์ตตาม  
 อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทแห่งใหม่ถูกกว่า  
 ครอบครัวหรือบุคคลสนิทชักชวนให้เปิดบัญชีแห่งใหม่เพิ่ม  
 ระบบการซื้อขายของบริษัทแห่งใหม่มีคุณภาพกว่า  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. เงินลงทุนส่วนใหญ่ของคุณกระจุกตัวอยู่ในหุ้นประเภทใด

- หุ้นที่มีการจ่ายเงินปันผลสูง
- หุ้นขนาดใหญ่ที่มีฐานะการเงินแข็งแกร่ง
- หุ้นขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการเติบโต
- หุ้นที่มีข่าวลือ ราคาขึ้นลงแรง มีการซื้อขายคึกคัก

6. เงินลงทุนของคุณโดยเฉลี่ยมีการถือครองในหุ้นนานเท่าใด

- น้อยกว่า 1 เดือน
- มากกว่า 1 เดือน แต่น้อยกว่า 6 เดือน
- มากกว่า 6 เดือน แต่น้อยกว่า 1 ปี
- ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป

7. ข้อใดบรรยายความเป็นตัวตนของคุณได้ถูกต้องที่สุด

- อุดหนุนรอยยิ้มเพื่ออนาคตที่ดีกว่า
- ชอบความยิ่งใหญ่และมั่นคง
- ชอบสิ่งที่ตื่นเต้นและเร้าใจ
- มีความสม่ำเสมอ

8. การวิเคราะห์หุ้นโดยส่วนใหญ่ คุณใช้ปัจจัยพื้นฐาน เช่น งบการเงิน

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ค่อนข้างเห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วย

9. การวิเคราะห์หุ้นโดยส่วนใหญ่ คุณใช้ปัจจัยเทคนิค เช่น กราฟ

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ค่อนข้างเห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วย

10. เงินลงทุนส่วนใหญ่ของคุณกระจุกตัวอยู่ในหุ้นอุตสาหกรรมกลุ่มใด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กลุ่มธุรกิจการเงิน              | <input type="checkbox"/> กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม           | <input type="checkbox"/> กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค      |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง | <input type="checkbox"/> กลุ่มบริการ                  |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มทรัพยากร                   | <input type="checkbox"/> กลุ่มเทคโนโลยี               |

## ส่วนที่ 2: ข้อมูลทั่วไปและการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย       หญิง

2. อายุ

20-29       30-39       40-54       ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี       ปริญญาตรี       สูงกว่าปริญญาตรี

4. เงินเดือนหรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 20,000 บาท       20,000-50,000 บาท  
 50,001-100,000 บาท       มากกว่า 100,000 บาท

5. ประสบการณ์ในการลงทุน

ไม่ถึง 1 ปี       1-5 ปี       มากกว่า 5 ปี

6. แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด

ครอบครัว/ญาติ       เพื่อน/คนสนิท       เจ้าหน้าที่การตลาด  
 อินเทอร์เน็ต       อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ช่องทางที่ใช้ในการส่งคำสั่งซื้อขายหุ้นมากที่สุด

Streaming       i2Trade/ eFin Trade+       โปรแกรมเฉพาะของบริษัท  
 iFIS       เจ้าหน้าที่การตลาด       อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. คุณมีมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อครั้งโดยส่วนใหญ่ ตรงกับข้อใด

ต่ำกว่า 100,000 บาท       100,001-1,000,000 บาท  
 1,000,001-5,000,000 บาท       มากกว่า 5,000,000 บาท

9. คุณมีการซื้อขายส่วนใหญ่เป็นอย่างไร

6 เดือน ซื้อขายอย่างน้อย 1 ครั้ง       อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง  
 อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง       อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง

ส่วนที่ 3: การประเมินระดับความสำคัญปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | ระดับความสำคัญ |     |         |      |            |
|---|----------------|-----|---------|------|------------|
|   | มากที่สุด      | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|   | (5)            | (4) | (3)     | (2)  | (1)        |
| <b>ภาพลักษณ์ของบริษัท</b>   |                |     |         |      |            |
| 1. มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ  |                |     |         |      |            |
| 2. มีผลิตภัณฑ์การลงทุนที่หลากหลาย   |                |     |         |      |            |
| 3. บทวิเคราะห์ที่แม่นยำและน่าเชื่อถือ   |                |     |         |      |            |
| 4. ความรวดเร็วในการให้บริการ (เช่น ระยะเวลาในการเปิดบัญชี การอนุมัติวงเงิน การแก้ไขปัญหา) |                |     |         |      |            |
| <b>เจ้าหน้าที่การตลาด</b>   |                |     |         |      |            |
| 5. มีความรู้ความสามารถ  |                |     |         |      |            |
| 6. มีการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ   |                |     |         |      |            |
| 7. มีความสุภาพ และเอาใจใส่  |                |     |         |      |            |
| 8. มีความเท่าเทียมในการให้บริการ  |                |     |         |      |            |
| 9. มีข้อมูลลงในอยู่เสมอๆ  |                |     |         |      |            |
| <b>โปรแกรมการซื้อขาย</b>  |                |     |         |      |            |
| 10. มีความปลอดภัยและไม่ล่ม  |                |     |         |      |            |
| 11. ใช้งานง่าย  |                |     |         |      |            |
| 12. ส่งคำสั่งได้รวดเร็ว   |                |     |         |      |            |
| 13. มีฟังก์ชันให้เลือกหลากหลาย  |                |     |         |      |            |
| <b>การกำหนดราคา</b>   |                |     |         |      |            |
| 14. อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่สมเหตุสมผล   |                |     |         |      |            |
| 15. อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ขั้นต่ำต่อวัน   |                |     |         |      |            |
| 16. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่สูงกว่าที่อื่นๆ  |                |     |         |      |            |
| 17. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าที่อื่นๆ  |                |     |         |      |            |
| <b>ความสามารถในการติดต่อ</b>  |                |     |         |      |            |
| 18. สำนักงาน/สาขา ตั้งอยู่ในที่เดินทางสะดวก   |                |     |         |      |            |
| 19. ช่องทางในการติดต่อหลากหลาย  |                |     |         |      |            |
| 20. ความรวดเร็วในการติดต่อ  |                |     |         |      |            |
| <b>ผลประโยชน์อื่น</b>   |                |     |         |      |            |
| 21. การจัดอบรม และสัมมนา และกิจกรรมอื่นๆ  |                |     |         |      |            |
| 22. ของขวัญหรือของชำร่วยตามโอกาสต่างๆ   |                |     |         |      |            |
| 23. การจัดสรรหุ้นจองหรือหุ้นไอพีโอ  |                |     |         |      |            |

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | ระดับความสำคัญ |     |         |      |            |
|--|----------------|-----|---------|------|------------|
|  | มากที่สุด      | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|  | (5)            | (4) | (3)     | (2)  | (1)        |
| 24. โปรแกรมชั้นต่างๆ เช่น เปิดบัญชีรับสิทธิพิเศษ<br>ระดมยอดการซื้อขายแลกเปลี่ยนของรางวัล |                |     |         |      |            |

#### ส่วนที่ 4: การเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

โปรดเติมตัวเลขหลังข้อความโดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย (ลำดับที่ 1 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด และลำดับที่ 6 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ                                 | ลำดับ |
|---|-------|
| ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท   |       |
| เจ้าหน้าที่การตลาดที่มีประสิทธิภาพ                                |       |
| อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ต่ำ                            |       |
| ความสามารถในการติดต่อ เช่น สาขาที่เดินทางสะดวก ช่องทางที่หลากหลาย |       |
| โปรแกรมการซื้อขายที่มีคุณภาพ                                      |       |
| ผลประโยชน์อื่น เช่น การจัดสรรหุ้นจองไอพีโอ ของขวัญในโอกาสต่างๆ    |       |

\*\*\* ขอขอบคุณที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม \*\*\*



## ภาคผนวก ข

### การสัมภาษณ์เชิงลึก

#### คำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

- กรณีอยู่ใน Top5: มีวิธีการอย่างไรในการรักษาอันดับส่วนแบ่งการตลาด
- กรณีที่ไม่อยู่ใน Top5: มีแผนที่จะก้าวขึ้นมาติด 5 อันดับแรกหรือไม่ ถ้ามี จะมีวิธีการอย่างไรบ้าง และถ้าไม่มี จะมีวิธีการรักษาฐานเดิมอย่างไร
- ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เน้นกลุ่มรายย่อย เขาใช้วิธีการอย่างไรในการดึงดูดลูกค้า
- การแย่งชิงลูกค้ารายย่อยด้วยการลดค่าคอมมิชชั่น เป็นวิธีที่ได้ผลหรือไม่ มีวิธีการรับมือกับการถูกแย่งชิงอย่างไร และมีวิธีการดึงดูดหรือขยายฐานลูกค้าวิธีอื่นที่ดีกว่าการลดค่าคอมมิชชั่นหรือไม่ โปรดยกตัวอย่างประกอบ
- มีความคิดเห็นอย่างไรกับการลดค่าคอมมิชชั่น ที่สมาคมบริษัทหลักทรัพย์มองว่าเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่นักลงทุน และตลาดหลักทรัพย์ก็ไม่ได้เข้ามาดำเนินการอะไร
- ลูกค้ารายย่อยมีความประทับใจอะไรในบริษัท ทำไมเขาถึงเลือกเปิดบัญชีกับบริษัทนี้
- เจ้าหน้าที่การตลาดยังมีบทบาทกับลูกค้ารายย่อยหรือไม่ มีการส่งไปอบรมเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร และการย้ายงานของเจ้าหน้าที่การตลาด มีผลให้ลูกค้าย้ายมาเปิดบัญชีด้วยหรือไม่
- แนวโน้มการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความสำคัญมากขึ้น บริษัทมีการปรับตัวอย่างไร มีการพัฒนาระบบการซื้อขายเองหรือไม่
- ปัจจุบันที่มีการเปิดบัญชีออนไลน์ได้นั้น การมีสาขาช่วยให้ออกถึงรายย่อยได้มากขึ้นหรือไม่ และมีโครงการที่จะเปิดเพิ่มหรือปิดหรือไม่
- มีค่าใช้จ่ายกับการออกบทวิเคราะห์เพียงใด และเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้ารายย่อยซื้อขายเพิ่มขึ้นหรือไม่ คุ่มค่าที่จะลงทุนกับทีมงานวิเคราะห์หรือไม่
- มีหลายบริษัทที่เพิ่มทางเลือกให้นักลงทุนโดยการเปิดให้ลงทุนต่างประเทศได้ มีมุมมองอย่างไรกับผลิตภัณฑ์นี้ ช่วยให้ลูกค้ารายย่อยหันมาเปิดบัญชีเพิ่มหรือไม่
- มีมุมมองกับการแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้ารายย่อยในอนาคตอย่างไร

## ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

บริษัทหลักทรัพย์หนึ่งที่ถูกวิจัยได้มีโอกาสไปสัมภาษณ์ เป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่ไม่อยู่ใน 5 ลำดับแรกที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด โดยบริษัทหลักทรัพย์นี้มีเป้าหมายหลัก คือการรักษาส่วนแบ่งการตลาดเดิม ยังไม่ได้มีเป้าหมายที่จะก้าวขึ้นมาติด 5 ลำดับแรก อย่างไรก็ตาม ได้แสดงความเห็นว่าวิธีที่จะก้าวขึ้นมาติด 1 ใน 5 ลำดับแรกในตอนี้ มีเพียงการควบรวมกิจการกับบริษัทหลักทรัพย์ขนาดเล็ก เพราะจะทำให้ได้ฐานลูกค้าส่วนหนึ่งมาเสริมส่วนแบ่งการตลาดให้เพิ่มขึ้นในทันที และยังทำให้ต้นทุนในการบริหารจัดการโดยรวมลดลงด้วย แต่ต้องรอจังหวะที่เหมาะสม ทั้งนี้ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับผู้ประกอบการรายใหม่ที่เน้นกลุ่มลูกค้ารายย่อย ว่าได้ใช้กลยุทธ์แข่งขันทางราคา หรือการลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อดึงดูดลูกค้าจากบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ ให้มาใช้บริการกับตน ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดไป กระทบตอบริษัทหลักทรัพย์ที่เน้นการให้บริการโดยทั่ว และได้รับมือโดยการดูแลและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างใกล้ชิด รวมไปถึงการจัดอบรมและสัมมนาโดยนักวิเคราะห์ของบริษัทที่มีชื่อเสียงนั้น จะช่วยให้ลูกค้ายังมั่นใจในคุณภาพของบริษัทตน ดังนั้นการดูแลเจ้าหน้าที่การตลาดจึงถือเป็นสิ่งที่สำคัญ เริ่มต้นจากการให้คำปรึกษาและตอบข้อสงสัยแก่ลูกค้า เพราะคนไทยยังมีลักษณะนิสัยชอบการพูดคุยและได้รับการดูแลอยู่ ซึ่งหากเจ้าหน้าที่การตลาดที่คอยดูแลเอาใจใส่และมีความสามารถ ก็จะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในเจ้าหน้าที่รายนั้น และหากบริษัทดูแลเจ้าหน้าที่การตลาดไม่ดี จนทำให้เจ้าหน้าที่การตลาดย้ายไปบริษัทหลักทรัพย์อื่น อาจทำให้ลูกค้าย้ายตามเจ้าหน้าที่การตลาดไปเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่บริษัทหลักทรัพย์แห่งใหม่ได้ ดังเช่น กรณี นางบุญพร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงก์ กิมเอ็ง ที่ได้ลาออกและย้ายไปร่วมงานกับ บริษัทหลักทรัพย์ หยวนต้า แทน มีการคาดการณ์ว่าส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงก์ กิมเอ็งนั้นจะลดลงกว่าครึ่ง เนื่องจาก นางบุญพร ได้ดูแลสายงานกลุ่มลูกค้ารายย่อย จึงทำให้เชื่อว่า เจ้าหน้าที่การตลาดของเมย์แบงก์ กิมเอ็ง จะย้ายตามนางบุญพร ไปที่บริษัทหลักทรัพย์ หยวนต้า ด้วย สุดท้ายลูกค้าก็จะย้ายตามเจ้าหน้าที่การตลาดไปด้วยเช่นกัน ปัจจัยที่สำคัญในการรักษาลูกค้าอีกประการหนึ่งคือ บทวิเคราะห์ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่คุ้มค่างกับการลงทุน เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้ารายย่อยมีการซื้อขายที่เพิ่มขึ้น อุปสรรคที่สำคัญของบทวิเคราะห์ในขณะนี้คือ บทวิเคราะห์ของบริษัทหลักทรัพย์ที่เน้นการให้บริการถูกเผยแพร่ไปสู่ลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์อื่นด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงและรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทผู้ออกบทวิเคราะห์เสียประโยชน์ไป อย่างไรก็ตาม บริษัทตนได้จำกัดบทวิเคราะห์ไว้แต่เพียงลูกค้าของตนเท่านั้น ทำให้ลูกค้าจากบริษัทอื่นหันมาเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทตนบ้างจำนวนหนึ่ง เนื่องจากบริษัทตนมีจำนวนบทวิเคราะห์กว่า 100 บริษัท และมีแผนที่จะขยายจำนวนมากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมหุ้นที่ลูกค้าแต่ละรายสนใจ นอกจากบทวิเคราะห์แล้ว บริษัทตนยังได้ให้

ความสำคัญกับโปรแกรมการซื้อขายที่นับวันยังมีความสำคัญ เพราะลูกค้ารุ่นใหม่ส่วนใหญ่หันมาซื้อขายด้วยตนเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในสัดส่วนที่สูงจากเดิมมาก อุตสาหกรรมในอนาคตจึงจะมีการลงทุนและการแข่งขันด้านนี้กันสูงมากอย่างแน่นอน เพราะถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการลงทุนชนิดหนึ่ง ส่วนการเปิดสาขานั้น แม้ว่าจะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ารายย่อยได้มากขึ้น แต่บริษัทจะเน้นเป็นการเปิดศูนย์การเรียนรู้แทนการเปิดสาขา เพื่อให้ความรู้ อันเป็นสิ่งสำคัญที่สุดได้แก่ลูกค้าแทน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้มีโอกาสสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในบริษัทหลักทรัพย์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดติดลำดับ 1 ใน 5 ของอุตสาหกรรม ซึ่งช่วงที่มีบริษัทหลักทรัพย์เกิดใหม่และมีนโยบายแข่งขันทางราคา เพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างฐานลูกค้ารายย่อยในขั้นต้นนั้น บริษัทนี้ได้ปรับตัวโดยการลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ เพื่อให้อยู่ในสถานการณ์ที่สามารถแข่งขันได้ เพราะบริษัทหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ปรับตัวโดยการลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ด้วยเช่นกัน แต่ปัจจุบันได้เปลี่ยนกลยุทธ์เป็นการเน้นเครื่องมือในการลงทุนเพื่อตอบสนองนักลงทุน ไม่ว่าจะเป็โปรแกรมการซื้อขาย หรือให้ความรู้ลูกค้าเพิ่มเติม รวมไปถึงการซื้อกิจการถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจและจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดด้วย บริษัทมองว่าการลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์นี้ เป็นวิธีที่ได้ผลในระดับหนึ่งก็จริง แต่จะสามารถใช้ได้เพียงช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น จะเห็นได้จากบริษัทหลักทรัพย์ที่เพิ่งเปิดใหม่และมีนโยบายแข่งขันทางราคาเพื่อดึงดูดลูกค้านี้ มีผลประกอบการขาดทุนมาโดยตลอด แม้ว่าสุดท้ายจะได้ลูกค้าตามเป้าหมายที่ต้องการ แต่ผลขาดทุนที่เกิดขึ้น บริษัทต้องมีเงินทุนมารองรับผลขาดทุนนี้ ซึ่งถ้าผลขาดทุนต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน คำถามคือบริษัทจะอยู่ได้นานแค่ไหน ส่วนใหญ่เน้นการดึงเจ้าหน้าที่การตลาดและพนักงานที่มีประสบการณ์ไปพัฒนาบริษัทของเขา ย่อมให้ผลตอบแทนที่สูงขึ้นเป็นธรรมดา จึงสามารถดึงดูดบุคลากรจากหลายบริษัทไปได้จำนวนมาก จนบางบริษัทเรียกได้ว่าเป็นสาขาที่สองของอีกบริษัทหนึ่ง ซึ่งบริษัทไม่ได้มีนโยบายในการรักษาลูกค้าและพนักงานมากนัก เพราะมองว่า ลูกค้าและพนักงานย่อมรู้ดีว่าหากย้ายไปบริษัทแห่งอื่นแทนแล้ว เขาจะสูญเสียโอกาสอะไรไปจากบริษัทบ้าง นอกจากนี้การลดค่าคอมหรือเพิ่มค่าตอบแทนให้ ไม่ใช่วิธีที่ได้ผลดีในระยะยาวแน่นอน แนวทางที่ดีควรจะสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเข้าใจพนักงานและลูกค้าให้มากที่สุด เขาจึงจะอยู่กับเราเหมือนครอบครัว บริษัทได้คำนึงและตระหนักถึงสิ่งนี้ จึงอยู่ในอุตสาหกรรมมาได้ยาวนานและรักษาส่วนแบ่งการตลาดได้ต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเวลาหลายปี ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ว่า ทำให้อุตสาหกรรมปั่นป่วนอย่างมาก เพราะทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง หลายบริษัทต่างดิ้นรนเพื่อให้ตัวเองอยู่รอด บริษัทเราก็จำเป็นต้องลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ลงบ้างเช่นเดียวกัน แม้ว่ากำไรจากส่วนงานนี้จะลดลง แต่ก็เพื่อรักษาลูกค้ารายสำคัญของบริษัทไว้ สิ่งที่ลูกค้าประทับใจบริษัทเราคือความเชื่อมั่นในตัวบริษัทที่ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือก และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้ามีความมั่งคั่งเพิ่มขึ้น ลูกค้าหลายๆ รายยังขาดความรู้

ในการลงทุน จึงต้องการที่พึงพิง ต้องการคำแนะนำ เพื่อสร้างความมั่นคงให้ตนเอง ถ้ามีเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีความสามารถ ย่อมสร้างความมั่นคงให้ลูกค้าได้ หากมีการแข่งขันรุนแรง แย่งชิงบุคลากรตามที่เกิดขึ้น ลูกค้าย่อมย้ายตามเจ้าหน้าที่การตลาด บริษัทก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน จึงพยายามรักษาเจ้าหน้าที่การตลาดเท่าที่สามารถรักษาไว้ได้ และมีการสนับสนุนโดยการส่งไปอบรมตามโอกาส และศักยภาพของแต่ละคน ปัจจุบันนี้การซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญมากขึ้น ประเทศไทยยังขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนี้ บริษัทจึงได้มองบริษัทต่างชาติที่มีประสบการณ์พอที่จะสามารถพัฒนาระบบและตอบสนองลูกค้าได้ จะได้เห็นจากข่าวในปัจจุบันที่มีการร่วมมือกับบริษัทต่างชาติอย่างแพร่หลาย ซึ่งทุกวันนี้โลกอินเทอร์เน็ตสามารถตอบโจทย์ได้ทุกอย่าง ผู้คนสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย การเปิดสาขาเพิ่มนั้นจึงไม่ใช่สิ่งจำเป็นสำหรับคุณนี้แล้ว สาขามีไว้เพียงเพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าบางรายเท่านั้น ส่วนบทวิเคราะห์ก็เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยให้ข้อมูลลูกค้า นอกเหนือจากเจ้าหน้าที่การตลาด แน่แน่นอนว่าถ้าบทวิเคราะห์ของเราน่าเชื่อถือและมีความแม่นยำ ลูกค้าซื้อขายตามบทวิเคราะห์แล้วได้รับกำไรเพิ่มขึ้น ลูกค้าก็จะกลับมาตามบทวิเคราะห์ซ้ำ ทำให้ลูกค้าอยู่กับเราได้นาน นักวิเคราะห์ที่มีชื่อเสียงก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน เห็นจากการออกสื่อและการติดตามทางโลกโซเชียลต่างๆ แน่แน่นอนว่าถ้านักวิเคราะห์มีชื่อเสียงและบทวิเคราะห์น่าเชื่อถือมาก ย่อมมีค่าใช้จ่ายสูงอยู่แล้ว สุดท้ายในอนาคตต้องมองว่าบริษัทที่ลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์จะอยู่ได้นานเพียงใดโดยที่ไม่ขึ้นอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ถ้าลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แล้วสามารถอยู่ได้ ก็อยู่รอด แต่คงเป็นไปได้ยาก เพราะตัวเลขผลขาดทุนแต่ละปีของแต่ละบริษัทชี้ให้เห็นชัดเจน แต่ถ้าลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์แล้วสุดท้ายปรับขึ้น ลูกค้าก็จะย้ายหนีไปบริษัทแห่งอื่น การลดอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ผ่านมาก็จะไม่เกิดประโยชน์อันใด การแข่งขันและห้ามนั้นทางด้านราคาจะต้องยุติลงไปในที่สุดและหันมาแข่งขันการให้บริการแทน

ตารางที่ ข.1 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

| ประเด็น   | ไม่อยู่ใน 5 ลำดับแรก   | อยู่ใน 5 ลำดับแรก   |
|---|--|---|
| เป้าหมายองค์กร  | รักษาส่วนแบ่งการตลาด   | รักษาอันดับในอุตสาหกรรม   |
| ผลกระทบจากอัตราค่านายหน้าซื้อ<br>ขายหลักทรัพย์ที่ลดลง | สูญเสียส่วนแบ่งการตลาด   | ผลกำไรลดลง  |
| วิธีการปรับตัว  | ดูแลและรักษาความสัมพันธ์กับ<br>ลูกค้าอย่างใกล้ชิด  | ลดอัตราค่านายหน้าซื้อขาย<br>หลักทรัพย์ตาม เพื่อให้สามารถ<br>แข่งขันได้ และเปลี่ยนเป็นเน้น<br>เครื่องมือการลงทุนในภายหลัง                      |
| ปัจจัยที่ให้ความสำคัญ                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์</li> <li>• โปรแกรมการซื้อขาย</li> <li>• เปิดสาขา (ศูนย์การเรียนรู้)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• โปรแกรมการซื้อขาย</li> <li>• ให้ความรู้ลูกค้า</li> <li>• เจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์</li> </ul> |
| สิ่งที่ดึงดูดลูกค้าทั่วไป                             | เจ้าหน้าที่การตลาดและบท<br>วิเคราะห์   | ภาพลักษณ์ของบริษัท  |
| แนวโน้มอุตสาหกรรม                                     | โปรแกรมการซื้อขาย  | การให้บริการ  |

ที่มา: จากการวิเคราะห์และสรุปผลของผู้วิจัย

## ภาคผนวก ค

### การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

เริ่มแรกผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจหลักทรัพย์ 5 ท่าน พิจารณาถึงความเหมาะสมของคำถาม พบว่าไม่มีข้อใดที่ค่าดัชนีต่ำกว่า 0.60 มีเพียงส่วนที่ 4 เรื่องการเรียงลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ที่มีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.60 เมื่อผู้วิจัยได้สอบถามเพิ่มเติม ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นว่า การใช้ Factor Analysis เป็นการจัดกลุ่มตัวแปรอิสระ การให้เรียงลำดับเพิ่มเติมจะทำให้เกิดความซ้ำซ้อน และอาจเกิดความขัดแย้งของข้อมูลได้ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยยังคงหาผลลัพธ์จากแบบสอบถามส่วนนี้ เพื่อนำมาพิจารณาและเปรียบเทียบความสมเหตุสมผลกับปัจจัยที่จะได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่อไป

ต่อจากนั้นได้ทำการทดสอบในเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 ราย โดยการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ซึ่งมีค่า Cronbach's Alpha เป็นตัวชี้วัดถึงความเหมาะสมและน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ได้ผลดังตารางที่ ค.1

ตารางที่ ค.1 การทดสอบ Cronbach's Alpha

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .881                   | 24         |

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของผู้วิจัย

จากตารางที่ ค.1 พบว่าการนำตัวแปรอิสระจำนวน 24 ตัวแปรมาทดสอบความเชื่อมั่นได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.881 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.70 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมและน่าเชื่อถือ สามารถนำไปเก็บข้อมูลต่อได้ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมจนครบ 240 ราย และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยหรือการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis)

## ตารางที่ ค.2 KMO and Bartlett's Test

| KMO and Bartlett's Test                          |                    |          |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |                    | .788     |
| Bartlett's Test of Sphericity                    | Approx. Chi-Square | 2924.011 |
|  | df                 | 276      |
|  | Sig.               | .000     |

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของผู้วิจัย

Kaiser-Meyer-Olkin ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูล ในการใช้เทคนิค Factor Analysis ซึ่งจากตารางที่ ค.2 พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.788 ซึ่งมากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1.0 จึงสามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลที่มีอยู่มีความเหมาะสม สามารถใช้เทคนิค Factor Analysis ได้

Bartlett's Test of Sphericity จะใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

$H_0$ : ตัวแปรอิสระต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_1$ : ตัวแปรอิสระต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน

สถิติทดสอบ มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 2,924.011 ได้ค่า Significance เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และสรุปว่าตัวแปรอิสระต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน จึงสามารถใช้ Factor Analysis ในการวิเคราะห์ต่อไปได้

ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อใช้จัดกลุ่มตัวแปรอิสระ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระเป็นรหัสก่อนที่จะดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัย ดังตารางที่ ค.3

## ตารางที่ ค.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | รหัสที่ใช้ในตาราง |
|--|-------------------|
| <b>1. ภาพลักษณ์ของบริษัท</b>   |                   |
| มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ  | 11                |
| มีผลิตภัณฑ์การลงทุนที่หลากหลาย   | 12                |
| บทวิเคราะห์ที่แม่นยำและน่าเชื่อถือ   | 13                |
| ความรวดเร็วในการให้บริการ (เช่น ระยะเวลาในการเปิดบัญชี การอนุมัติวงเงิน การแก้ไขปัญหา) | 14                |

ตารางที่ ค.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | รหัสที่ใช้ในตาราง |
|---|-------------------|
| <b>2. เจ้าหน้าที่การตลาด</b>  |                   |
| มีความรู้ความสามารถ   | M1                |
| มีการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ  | M2                |
| มีความสุภาพ และเอาใจใส่   | M3                |
| มีความเท่าเทียมในการให้บริการ   | M4                |
| มีข้อมูลลงในอยู่เสมอๆ   | M5                |
| <b>3. โปรแกรมการซื้อขาย</b>   |                   |
| มีความปลอดภัยและไม่ล่ม  | T1                |
| ใช้งานง่าย  | T2                |
| ส่งคำสั่งได้รวดเร็ว   | T3                |
| มีฟังก์ชันให้เลือกหลากหลาย  | T4                |
| <b>4. การกำหนดราคา</b>  |                   |
| อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่สมเหตุสมผล                             | P1                |
| อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ขั้นต่ำต่อวัน                             | P2                |
| อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่สูงกว่าที่อื่นๆ                                    | P3                |
| อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าที่อื่นๆ                                    | P4                |
| <b>5. ความสามารถในการติดต่อ</b>   |                   |
| สำนักงาน/สาขา ตั้งอยู่ในที่เดินทางสะดวก                                   | C1                |
| ช่องทางในการติดต่อหลากหลาย  | C2                |
| ความรวดเร็วในการติดต่อ  | C3                |
| <b>6. ผลประโยชน์อื่น</b>  |                   |
| การจัดอบรม และสัมมนา และกิจกรรมอื่นๆ                                      | B1                |
| ของขวัญหรือของชำร่วยตามโอกาสต่างๆ   | B2                |
| การจัดสรรหุ้นจองหรือหุ้นไอพีโอ  | B3                |
| โปรโมชั่นต่างๆ เช่น เปิดบัญชีรับสิทธิพิเศษ สะสมยอดการซื้อขาย แลกของรางวัล | B4                |

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของผู้วิจัย



ตารางที่ ค.4 ค่าสถิติสำหรับแต่ละ Factor ทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัย

| Component | Total Variance Explained |               |              |                                     |               |              |                                   |               |              |
|-----------|--------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
|           | Initial Eigenvalues      |               |              | Extraction Sums of Squared Loadings |               |              | Rotation Sums of Squared Loadings |               |              |
|           | Total                    | % of Variance | Cumulative % | Total                               | % of Variance | Cumulative % | Total                             | % of Variance | Cumulative % |
| 1         | 6.402                    | 26.676        | 26.676       | 6.402                               | 26.676        | 26.676       | 3.354                             | 13.977        | 13.977       |
| 2         | 3.314                    | 13.807        | 40.483       | 3.314                               | 13.807        | 40.483       | 3.201                             | 13.338        | 27.315       |
| 3         | 1.910                    | 7.957         | 48.440       | 1.910                               | 7.957         | 48.440       | 2.584                             | 10.767        | 38.083       |
| 4         | 1.475                    | 6.145         | 54.586       | 1.475                               | 6.145         | 54.586       | 2.018                             | 8.410         | 46.492       |
| 5         | 1.395                    | 5.813         | 60.399       | 1.395                               | 5.813         | 60.399       | 1.925                             | 8.020         | 54.512       |
| 6         | 1.121                    | 4.672         | 65.071       | 1.121                               | 4.672         | 65.071       | 1.870                             | 7.793         | 62.304       |
| 7         | 1.036                    | 4.318         | 69.389       | 1.036                               | 4.318         | 69.389       | 1.700                             | 7.084         | 69.389       |
| 8         | .957                     | 3.986         | 73.374       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 9         | .807                     | 3.362         | 76.736       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 10        | .750                     | 3.124         | 79.860       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 11        | .608                     | 2.532         | 82.392       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 12        | .582                     | 2.425         | 84.817       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 13        | .518                     | 2.158         | 86.975       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 14        | .467                     | 1.947         | 88.922       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 15        | .417                     | 1.738         | 90.660       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 16        | .393                     | 1.637         | 92.297       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 17        | .353                     | 1.472         | 93.770       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 18        | .322                     | 1.342         | 95.111       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 19        | .315                     | 1.312         | 96.423       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 20        | .257                     | 1.072         | 97.495       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 21        | .199                     | .829          | 98.324       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 22        | .170                     | .710          | 99.034       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 23        | .149                     | .619          | 99.653       |                                     |               |              |                                   |               |              |
| 24        | .083                     | .347          | 100.000      |                                     |               |              |                                   |               |              |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของผู้วิจัย

จากตารางที่ ค.4 พบว่า Eigenvalue ที่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรเดิม และมีค่ามากกว่า 1.0 มีทั้งหมด 7 ปัจจัย ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรทั้งหมด 24 ตัว ได้ร้อยละ 69.389 โดยปัจจัยที่ 1 มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากมี Eigenvalue สูงที่สุด

ตารางที่ ค.5 ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับปัจจัย ก่อนการหมุนแกน

**Component Matrix<sup>a</sup>**

|    | Component |       |       |       |       |       |       |
|----|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    | 1         | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     |
| M4 | .633      | -.284 | .418  | .184  | -.278 | .063  | -.048 |
| C1 | .619      | -.209 | -.135 | -.281 | .163  | -.257 | .011  |
| M1 | .609      | -.402 | .125  | .219  | -.167 | .084  | -.129 |
| P3 | .597      | .020  | -.143 | -.116 | -.106 | -.392 | -.335 |
| P4 | .580      | -.161 | -.237 | -.136 | -.147 | -.472 | -.291 |
| B4 | .566      | .068  | -.564 | .126  | .000  | .229  | -.054 |
| M3 | .554      | -.332 | .424  | .398  | -.144 | .098  | .098  |
| B1 | .554      | -.048 | -.437 | -.151 | -.014 | .057  | .074  |
| P2 | .550      | .231  | .097  | -.491 | -.250 | .058  | .335  |
| M2 | .544      | -.431 | .040  | .339  | -.226 | .003  | .039  |
| I3 | .527      | -.161 | .345  | -.036 | .029  | .158  | -.060 |
| M5 | .520      | -.137 | -.064 | .195  | -.176 | -.252 | .303  |
| I2 | .504      | .016  | .055  | -.302 | .179  | .427  | -.416 |
| I4 | .487      | .036  | .207  | -.123 | .052  | .086  | -.364 |
| I1 | .472      | -.130 | .196  | -.289 | .304  | .356  | .101  |
| T2 | .302      | .852  | .108  | .242  | .037  | -.020 | .017  |
| T3 | .336      | .848  | .085  | .130  | -.056 | .006  | -.065 |
| T1 | .361      | .800  | .189  | .216  | .009  | -.030 | -.082 |
| T4 | .397      | .656  | .089  | .010  | -.037 | -.094 | -.011 |
| B2 | .518      | -.019 | -.619 | .141  | -.079 | .260  | .013  |
| B3 | .429      | .151  | -.464 | .234  | .045  | .202  | .236  |
| P1 | .491      | .146  | .190  | -.508 | -.311 | -.023 | .382  |
| C3 | .475      | -.119 | .086  | .211  | .664  | -.157 | .235  |
| C2 | .593      | -.092 | .115  | -.012 | .621  | -.224 | .096  |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของผู้วิจัย

ตารางที่ ค.6 ความสัมพันธ์ของตัวแปรกับปัจจัย หลังการหมุนแกน

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

|    | Component |       |       |       |       |       |       |
|----|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    | 1         | 2     | 3     | 4     | 5     | 6     | 7     |
| T2 | .932      | -.036 | .100  | -.048 | .072  | .039  | -.012 |
| T1 | .920      | .044  | .037  | .025  | .053  | .033  | .078  |
| T3 | .911      | -.050 | .112  | .033  | -.036 | .102  | .075  |
| T4 | .728      | -.010 | .081  | .144  | .057  | .206  | .066  |
| M3 | .037      | .867  | .015  | -.038 | .182  | .049  | .070  |
| M4 | .062      | .819  | -.016 | .153  | .038  | .177  | .203  |
| M2 | -.132     | .724  | .262  | .180  | .079  | .006  | -.031 |
| M1 | -.096     | .704  | .204  | .225  | .074  | .009  | .210  |
| I3 | .055      | .475  | -.015 | .064  | .196  | .190  | .382  |
| M5 | .062      | .448  | .263  | .246  | .208  | .240  | -.288 |
| B2 | .030      | .130  | .836  | .148  | -.012 | .015  | .091  |
| B4 | .134      | .103  | .787  | .190  | .050  | -.005 | .162  |
| B3 | .196      | .087  | .705  | -.045 | .152  | .055  | -.070 |
| B1 | -.020     | .058  | .586  | .292  | .130  | .257  | .126  |
| P4 | -.004     | .199  | .197  | .819  | .076  | .096  | .043  |
| P3 | .183      | .177  | .158  | .739  | .073  | .084  | .137  |
| C1 | -.100     | .134  | .220  | .513  | .400  | .297  | .169  |
| C3 | .075      | .202  | .131  | .031  | .862  | -.056 | .037  |
| C2 | .095      | .160  | .075  | .239  | .823  | .070  | .196  |
| P1 | .153      | .152  | .025  | .135  | .007  | .853  | .081  |
| P2 | .229      | .101  | .150  | .125  | .023  | .811  | .159  |
| I2 | .086      | .091  | .201  | .129  | .061  | .087  | .807  |
| I1 | -.061     | .171  | .123  | -.118 | .372  | .332  | .528  |
| I4 | .198      | .245  | -.005 | .272  | .077  | .050  | .507  |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของผู้วิจัย

หลังจากที่สกัดปัจจัยด้วยวิธี PCA (Principal Component Analysis) เพื่อหาจำนวนกลุ่มที่สามารถใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดทุกตัวได้แล้ว จะได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ ค.5 ต่อจากนั้นจึงหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธี Orthogonal Rotation แบบ Varimax ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จะดำเนินการแยกตัวแปร

อิสระให้เห็นเด่นชัดว่าตัวแปรอิสระหนึ่งๆ ควรจะจัดอยู่ในกลุ่มใด จะเห็นได้ว่าตารางที่ ค.6 มีการจัดกลุ่มตัวแปรอิสระเพื่อรวมเป็นปัจจัยดังนี้ ปัจจัยที่ 1 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร, ปัจจัยที่ 2 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร, ปัจจัยที่ 3 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร, ปัจจัยที่ 4 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร, ปัจจัยที่ 5 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร, ปัจจัยที่ 6 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร และปัจจัยที่ 7 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร

ผลจากการใช้ Factor Analysis ในการจัดกลุ่มตัวแปรอิสระเชิงปริมาณ สามารถจัดกลุ่มใหม่และกำหนดปัจจัยใหม่เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้ดังตารางที่ ค.7

ตารางที่ ค.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ หลังการวิเคราะห์ปัจจัย

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ   | รหัสที่ใช้ในตาราง          | Factor Loading |
|---|----------------------------|----------------|
| <b>1. โปรแกรมการซื้อขาย</b>   | <b>Eigenvalues = 3.354</b> |                |
| ใช้งานง่าย  | T2                         | 0.932          |
| มีความปลอดภัยและไม่ล่ม  | T1                         | 0.920          |
| ส่งคำสั่งได้รวดเร็ว   | T3                         | 0.911          |
| มีฟังก์ชันให้เลือกหลากหลาย  | T4                         | 0.728          |
| <b>2. เจ้าหน้าที่การตลาดและบทวิเคราะห์</b>                                  | <b>Eigenvalues = 3.201</b> |                |
| มีความสุภาพ และเอาใจใส่   | M3                         | 0.867          |
| มีความเท่าเทียมในการให้บริการ   | M4                         | 0.819          |
| มีการติดต่ออย่างสม่ำเสมอ  | M2                         | 0.724          |
| มีความรู้ความสามารถ   | M1                         | 0.714          |
| บทวิเคราะห์ที่แม่นยำและน่าเชื่อถือ  | I3                         | 0.475          |
| มีข้อมูลวางในอยู่เสมอๆ  | M5                         | 0.448          |
| <b>3. ผลประโยชน์อื่น</b>  | <b>Eigenvalues = 2.584</b> |                |
| ของขวัญหรือของชำร่วยตามโอกาสต่างๆ   | B2                         | 0.836          |
| โปรโมชั่นต่างๆ เช่น เปิดบัญชีรับสิทธิพิเศษ<br>สะสมยอดการซื้อขายแลกของรางวัล | B4                         | 0.787          |
| การจัดสรรหุ้นจองหรือหุ้นไอพีโอ  | B3                         | 0.705          |
| การจัดอบรม และสัมมนา และกิจกรรมอื่นๆ  | B1                         | 0.586          |

ตารางที่ ค.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ หลังการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ  | รหัสที่ใช้ในตาราง          | Factor Loading |
|--|----------------------------|----------------|
| <b>4. สิ่งอำนวยความสะดวก</b>   | <b>Eigenvalues = 2.018</b> |                |
| อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าที่อื่นๆ   | P4                         | 0.819          |
| อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่สูงกว่าที่อื่นๆ   | P3                         | 0.739          |
| สำนักงาน/สาขา ตั้งอยู่ในที่เดินทางสะดวก  | C1                         | 0.513          |
| <b>5. ความสามารถในการติดต่อ</b>  | <b>Eigenvalues = 1.925</b> |                |
| ความรวดเร็วในการติดต่อ   | C3                         | 0.862          |
| ช่องทางในการติดต่อหลากหลาย   | C2                         | 0.823          |
| <b>6. อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์</b>   | <b>Eigenvalues = 1.870</b> |                |
| อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่สมเหตุสมผล  | P1                         | 0.853          |
| อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ขั้นต่ำต่อวัน  | P2                         | 0.811          |
| <b>7. ภาพลักษณ์บริษัท</b>  | <b>Eigenvalues = 1.700</b> |                |
| มีผลิตภัณฑ์การลงทุนที่หลากหลาย   | I2                         | 0.807          |
| มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ  | I1                         | 0.528          |
| ความรวดเร็วในการให้บริการ (เช่น ระยะเวลาในการเปิดบัญชี การอนุมัติวงเงิน การแก้ไขปัญหา) | I4                         | 0.507          |

ที่มา: จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของผู้วิจัย

## ภาคผนวก ง

## อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ปี พ.ศ. 2558

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลรายได้ค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์จากงบการเงินของแต่ละบริษัท และมูลค่าการซื้อขายจาก SETSMART เพื่อคำนวณอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทในปี พ.ศ. 2558 โดยอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ยจะอ้างอิงข้อมูลจากสมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย หากบริษัทหลักทรัพย์ใด ที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์สูงกว่าอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ย จะถูกกำหนดให้มีกลยุทธ์ที่เน้นการแข่งขันด้านบริการ แต่หากบริษัทหลักทรัพย์ใด ที่มีอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ต่ำกว่าอัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ย จะถูกกำหนดให้มีกลยุทธ์ที่เน้นการแข่งขันทางราคา

ตารางที่ ง.1 อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทปี พ.ศ. 2558

| ตัวย่อบริษัท<br>หลักทรัพย์ | ส่วนแบ่ง<br>การตลาด | มูลค่าการซื้อขาย<br>(ล้านบาท) | รายได้ค่านายหน้า<br>ซื้อขายหลักทรัพย์<br>(ล้านบาท) | อัตราค่านายหน้า<br>ซื้อขาย<br>หลักทรัพย์ | กลยุทธ์ |
|----------------------------|---------------------|-------------------------------|--|--|---------|
| MBKET                      | 8.65%               | 1,690,303                     | 2,453  | 0.1451%                                  | บริการ  |
| CIMBS                      | 5.96%               | 1,164,846                     | 999  | 0.0858%                                  | ราคา    |
| FSS                        | 5.72%               | 1,117,453                     | 1,334  | 0.1193%                                  | บริการ  |
| BLS                        | 5.00%               | 977,064                       | 1,710  | 0.1750%                                  | บริการ  |
| PHATRA                     | 4.69%               | 916,325                       | 1,066  | 0.1163%                                  | ราคา    |
| KS                         | 4.40%               | 859,940                       | 1,548  | 0.1800%                                  | บริการ  |
| TNS                        | 4.07%               | 795,731                       | 1,371  | 0.1723%                                  | บริการ  |
| SCBS                       | 4.01%               | 783,369                       | 1,174  | 0.1498%                                  | บริการ  |
| KGI                        | 3.88%               | 757,668                       | 772  | 0.1019%                                  | ราคา    |
| AWS                        | 3.47%               | 679,071                       | 465  | 0.0685%                                  | ราคา    |
| ASPS                       | 3.25%               | 636,330                       | 726  | 0.1140%                                  | ราคา    |
| AEC                        | 3.18%               | 621,458                       | 491  | 0.0790%                                  | ราคา    |
| CNS                        | 2.98%               | 582,313                       | 823  | 0.1414%                                  | บริการ  |
| KTZ                        | 2.80%               | 546,712                       | 978  | 0.1790%                                  | บริการ  |
| CGS                        | 2.76%               | 539,076                       | 839  | 0.1556%                                  | บริการ  |
| GLOBLEX                    | 2.64%               | 516,578                       | 448  | 0.0866%                                  | ราคา    |

ตารางที่ ง.1 อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทปี พ.ศ. 2558 (ต่อ)

| ตัวย่อบริษัท<br>หลักทรัพย์             | ส่วนแบ่ง<br>การตลาด | มูลค่าการซื้อขาย<br>(ล้านบาท) | รายได้ค่านายหน้า<br>ซื้อขายหลักทรัพย์<br>(ล้านบาท) | อัตราค่านายหน้า<br>ซื้อขาย<br>หลักทรัพย์ | กลยุทธ์ |
|--|---------------------|-------------------------------|--|--|---------|
| TISCO                                  | 2.63%               | 513,800                       | 787  | 0.1531%                                  | บริการ  |
| DBSV                                   | 2.56%               | 499,755                       | 486  | 0.0972%                                  | ราคา    |
| UBS                                    | 2.56%               | 500,701                       | 973  | 0.1944%                                  | บริการ  |
| APPLE                                  | 2.55%               | 497,870                       | 501  | 0.1007%                                  | ราคา    |
| UOBKHST                                | 2.22%               | 434,186                       | 647  | 0.1491%                                  | บริการ  |
| CLSA                                   | 2.05%               | 400,676                       | 580  | 0.1447%                                  | บริการ  |
| TNITY                                  | 1.95%               | 381,526                       | 376  | 0.0985%                                  | ราคา    |
| KSS                                    | 1.63%               | 318,207                       | 389  | 0.1221%                                  | บริการ  |
| RHBS                                   | 1.34%               | 261,129                       | 296  | 0.1134%                                  | ราคา    |
| JPM                                    | 1.19%               | 233,152                       | 238  | 0.1021%                                  | ราคา    |
| AIRA                                   | 1.17%               | 228,959                       | 348  | 0.1521%                                  | บริการ  |
| KTBST                                  | 1.02%               | 198,654                       | 235  | 0.1183%                                  | ราคา    |
| KKTRADE                                | 0.81%               | 157,379                       | 315  | 0.2004%                                  | บริการ  |
| IVG                                    | 0.28%               | 54,403                        | 81   | 0.1493%                                  | บริการ  |
| อัตราค่านายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ย |                     |                               |  | 0.1188%                                  | -       |

ที่มา: จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

ตารางที่ ง.2 รายชื่อบริษัทหลักทรัพย์

| ตัวย่อบริษัทหลักทรัพย์ | ชื่อบริษัทหลักทรัพย์   |
|------------------------|--|
| MBKET                  | บริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงก์ กิมเอ็ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) |
| CIMBS                  | บริษัทหลักทรัพย์ ซีไอเอ็มบี (ประเทศไทย) จำกัด                |
| FSS                    | บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)               |
| BLS                    | บริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน)                       |
| PHATRA                 | บริษัทหลักทรัพย์ ภัทร จำกัด (มหาชน)                          |
| KS                     | บริษัทหลักทรัพย์ กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)                      |
| TNS                    | บริษัทหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด (มหาชน)                         |

ตารางที่ ง.2 รายชื่อบริษัทหลักทรัพย์ (ต่อ)

| ตัวย่อบริษัทหลักทรัพย์ | ชื่อบริษัทหลักทรัพย์  |
|------------------------|---|
| SCBS                   | บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด                           |
| KGI                    | บริษัทหลักทรัพย์ เคจีไอ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)           |
| AWS                    | บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย เวลท์ จำกัด                         |
| ASPS                   | บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด                          |
| AEC                    | บริษัทหลักทรัพย์ เออีซี จำกัด (มหาชน)                       |
| CNS                    | บริษัทหลักทรัพย์ โนมูระ พัฒนสิน จำกัด (มหาชน)               |
| KTZ                    | บริษัทหลักทรัพย์ เคที ซีมิโก้ จำกัด                         |
| CGS                    | บริษัทหลักทรัพย์ คันทริกซ์ จำกัด (มหาชน)                    |
| GLOBLEX                | บริษัทหลักทรัพย์ โกลเบล็กซ์ จำกัด                           |
| TISCO                  | บริษัทหลักทรัพย์ ทิสโก้ จำกัด                               |
| DBSV                   | บริษัทหลักทรัพย์ ดีบีเอส วิคเคอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด        |
| UBS                    | บริษัทหลักทรัพย์ ยูบีเอส (ประเทศไทย) จำกัด                  |
| APPLE                  | บริษัทหลักทรัพย์ แอปเพิล เวลธ์ จำกัด (มหาชน)                |
| UOBKHST                | บริษัทหลักทรัพย์ ยูโอบี เคย์เฮียน (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) |
| CLSA                   | บริษัทหลักทรัพย์ ซี แอล เอส เอ (ประเทศไทย) จำกัด            |
| TRINITY                | บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด                             |
| KSS                    | บริษัทหลักทรัพย์ กรุงศรี จำกัด (มหาชน)                      |
| RHBS                   | บริษัทหลักทรัพย์ อาร์เอชบี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)        |
| JPM                    | บริษัทหลักทรัพย์ เจพีมอร์แกน (ประเทศไทย) จำกัด              |
| AIRA                   | บริษัทหลักทรัพย์ ไอร่า จำกัด (มหาชน)                        |
| KTBST                  | บริษัทหลักทรัพย์ เคทีบี (ประเทศไทย) จำกัด                   |
| KKTRADE*               | บริษัทหลักทรัพย์ เคเคเทรด จำกัด                             |
| IVG                    | บริษัทหลักทรัพย์ ไอ วี โกลบอล จำกัด (มหาชน)                 |

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559.

หมายเหตุ: \*บริษัทหลักทรัพย์ เคเคเทรด จำกัด ถูกเข้าซื้อกิจการและเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัทหลักทรัพย์ หยวนต้า (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2559



## ประวัติผู้เขียน

|                 |  |
|-----------------|--|
| ชื่อ            | นายธีระพล ศรีพฤษมาศ  |
| วันเดือนปีเกิด  | 26 กันยายน 2532  |
| วุฒิการศึกษา    | ปีการศึกษา 2554: บริหารธุรกิจบัณฑิต<br>(การเงิน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                           |
| ตำแหน่ง         | ผู้จัดการ ฝ่ายวางแผนเชิงกลยุทธ์<br>บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)                |
| ประสบการณ์ทำงาน | 2555-ปัจจุบัน: ผู้จัดการ ฝ่ายวางแผนเชิงกลยุทธ์<br>บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) |

