

ส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker)
ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

พงศภัทร นมะภัทร¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงคุณลักษณะ พฤติกรรมการลงทุน ทั่วไปของ นักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้น (2) ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7 P's กับ การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นของนัก ลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้บริ โภคที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มี อายุ 30 - 39 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 - 50,000 บาท มีแหล่งเงินทุนจากการเก็บออม (2) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7 P's กับ การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นของนักลงทุน เรียงจากมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านช่องทางการติดต่อ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ : บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker)

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, Email: namaphatt@gmail.com¹

²อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, Email: sinart@hotmail.com²

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีนโยบายการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อให้บริษัทสามารถระดมทุนจากประชาชนทั่วไปได้โดยตรง เพื่อนำไปเป็นเงินทุนหมุนเวียนหรือขยายธุรกิจของบริษัทได้โดยไม่ต้องไปกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพียงอย่างเดียว จึงมีบริษัทเข้าร่วมระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นจำนวนมาก และผลของการระดมทุนระยะยาวนั้น จะทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการบริหารเงินมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้น หรือนักลงทุนที่เข้ามาซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ด้วย

การที่นักลงทุนจะทำการซื้อขายหลักทรัพย์ได้นั้น จำเป็นจะต้องเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์หรือพอร์ตการลงทุนกับบริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ (Broker) เสียก่อนจึงจะทำการซื้อขายได้ ซึ่งบริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ คือบริษัทที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่ได้ผ่านการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แล้ว และเข้าเป็น “บริษัทสมาชิก” ของตลาดหลักทรัพย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทำให้สามารถส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์เข้าสู่ระบบซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์ได้โดยตรง บริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์จึงไม่ใช่เป็นแค่คนกลางในการซื้อขายหลักทรัพย์เท่านั้น แต่บริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์จะต้องรับผิดชอบและบริการต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าทุกชั้นตอนตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่เปิดบัญชี จนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้ายของการชำระราคาและส่งมอบหลักทรัพย์ รวมทั้งช่วยดูแลให้คำปรึกษาหรือแก้ไขปัญหาให้กับผู้ลงทุน จึงกล่าวได้ว่า บริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เป็นผู้ดูแลเรื่องสิทธิประโยชน์ของผู้ลงทุน มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้น การที่ผู้ลงทุนจะเลือกเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์กับบริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ได้นั้น หมายความว่า จะต้องผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว

ซึ่งในปัจจุบัน มีนักลงทุนหน้าใหม่หลังไหลเข้ามาในตลาดทุนมากมาย เนื่องจากการส่งเสริมการลงทุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำให้บริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์เกิดการแข่งขันกันอย่างสูง ต่างใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดให้นักลงทุนหน้าใหม่เข้ามาเปิดบัญชีกับตนรวมทั้งพยายามรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ให้เหนียวแน่นที่สุด เพื่อไม่ให้สูญเสียรายได้หรือส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ให้กับคู่แข่ง และจากข้อมูลล่าสุดเมื่อปี 2562 มี

บริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่เปิดบริการอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด 41บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). สถิติสำคัญเกี่ยวกับงานหลังการซื้อขายหลักทรัพย์.)

และจาก การเปิดเผยข้อมูลผ่าน SET NOTE ฉบับที่ 12/2563 เรื่อง “ส่องตลาดหุ้นไทย ผ่านโครงสร้างผู้ถือหุ้น” โดยระบุว่า ณ สิ้นเดือนกันยายน 2563 มีบัญชีที่เปิดเพื่อการซื้อขายหลักทรัพย์กว่า 3.32 ล้านบัญชีในตลาดหุ้นไทย เพิ่มขึ้นกว่า 554,000 บัญชี จากสิ้นปีผ่านมา ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นที่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ จากปกติเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 230,000 ถึง 330,000 บัญชี และมีนักลงทุนรวม 1.45 ล้านราย เพิ่มขึ้น 13.68% จากเดือนมกราคม 2563 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). ส่องตลาดหุ้นไทย ผ่านโครงสร้างผู้ถือหุ้น.) แสดงให้เห็นได้ว่าบุคคลทั่วไป มีความสนใจทางด้านการลงทุนเพิ่มขึ้น ทั้งนักลงทุนรายใหม่และนักลงทุนรายเดิมที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้น นักลงทุนสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะลงทุนหลากหลายประเภท อาทิ หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ ใบสำคัญแสดงสิทธิหน่วยลงทุน ใบแสดงสิทธิในผลประโยชน์ที่เกิดจากหลักทรัพย์อ้างอิงไทย ใบแสดงสิทธิในผลประโยชน์ที่เกิดจากหลักทรัพย์

การลงทุนในหุ้นสามัญ (Common Stock) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การซื้อขายหุ้นนั้น ถือเป็นการลงทุนที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ซึ่งหุ้นสามัญนี้เป็นตราสารที่ออกโดยบริษัทมหาชนจำกัด (บมจ.) ที่ต้องการระดมเงินทุนจากประชาชน โดยผู้ถือหุ้นสามัญจะมีสิทธิร่วมเป็นเจ้าของบริษัท มีสิทธิในการออกเสียงลงมติในที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามสัดส่วนของหุ้นที่ถือครองอยู่ เช่น การเพิ่มทุนการจ่ายเงินปันผล การควบรวมกิจการ และที่สำคัญนักลงทุนยังสามารถได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีสิทธิได้รับเงินปันผล เมื่อบริษัทมีผลกำไร และมีโอกาสได้รับกำไรจากส่วนต่างของราคา เมื่อราคาหุ้นปรับตัวสูงขึ้นตามศักยภาพของบริษัท รวมถึงมีโอกาสได้รับสิทธิในการจองซื้อหุ้นออกใหม่ เมื่อบริษัทเพิ่มทุนหรือจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิต่าง ๆ ให้แก่ผู้ถือหุ้น

โดยนักลงทุนที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นนักลงทุนประเภทบุคคลธรรมดาในประเทศไทย ซึ่งถือว่ามีความสำคัญที่สุดในตลาดหลักทรัพย์ โดยนักลงทุนประเภทบุคคลธรรมดามีมูลค่าการซื้อขายในสัดส่วนที่สูงกว่า นักลงทุนสถาบันในประเทศและนักลงทุนต่างประเทศ ซึ่งมีทั้งนักลงทุนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนเป็นอย่างดี อาทิ นักลงทุนเก็งกำไร (Speculator) และนักลงทุนที่เน้นคุณค่า (Value Investor) ซึ่งเป็นผู้ที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร และติดตามผล ตลอดจนเรียนรู้ถึงวิธีการและนำเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหุ้นสามัญ แต่มีนักลงทุนอีกเป็นจำนวนมากที่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์โดยไม่ได้ศึกษาและวิเคราะห์

ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ ด้านอุตสาหกรรม ด้านบริษัท รวมทั้งข้อมูลทางด้านงบการเงิน อัตราส่วนทางการเงินต่าง ๆ รวมถึงไม่ได้นำเครื่องมือทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องมาใช้ ก่อนการตัดสินใจลงทุน ทำให้มูลค่าของหุ้นที่อยู่ในบัญชีซื้อขาย (Portfolio) ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ประสิทธิภาพที่เรียกว่าขาดทุนในหุ้น ยอมรับความเสี่ยงได้น้อย จนต้องตัดสินใจออกจากตลาดหลักทรัพย์ไปในที่สุด

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง “ส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร” เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล และการวิเคราะห์ข้อเสนอ หรือ ผลตอบแทนต่าง ๆ ที่บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ตั้งขึ้นมาเพื่อให้นักลงทุนรายใหม่ตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อลงทุนซื้อขายหุ้น โดยผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้รอบแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ศึกษามาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่มีความสนใจที่จะลงทุนในหุ้น ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุนรายใหม่หรือนักลงทุนรายเดิม และเพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่จัดฝึกอบรม หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถที่จะนำมากำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมหรือสร้างวิธีการต่าง ๆ ที่สามารถนำมาปรับใช้เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับนักลงทุน เพื่อให้ตรงกับความต้องการและวัตถุประสงค์ของนักลงทุนมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ข้อ 1 เพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะ พฤติกรรมการลงทุน ทั่วไปของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้น

ข้อ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7 P's กับการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัย ศึกษากลุ่มนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

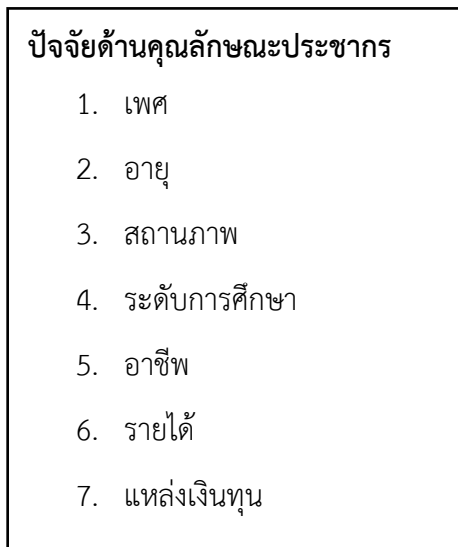
การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษารายละเอียดด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ได้ตัวแปร และกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

3. ขอบเขตด้านเวลา

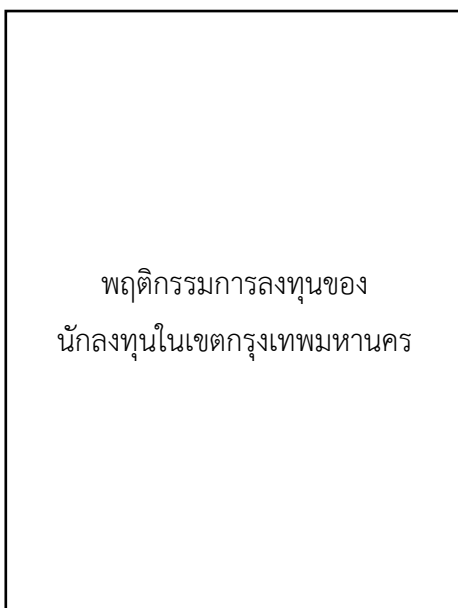
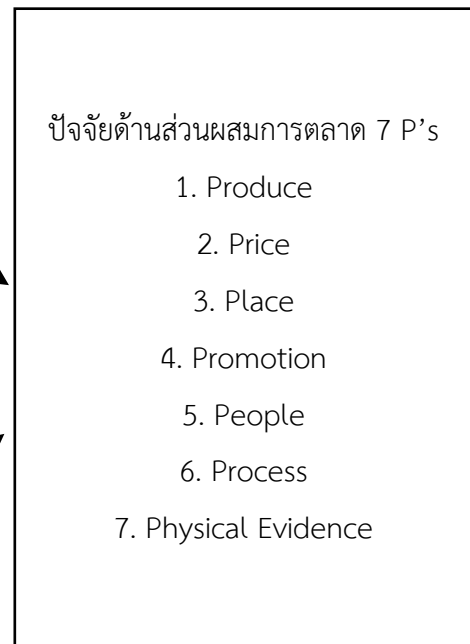
ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่การวิจัยเบื้องต้นการวิจัยตามกระบวนการขั้นตอนการวิจัย การเขียนรายงานการวิจัย การจัดทำรูปเล่ม และการเผยแพร่ผลงานวิจัย รวมทั้งสิ้น เดือน นับตั้งแต่ เป็นต้นไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษา กลุ่มประชากร (Population) เป้าหมายซึ่งเป็นนักลงทุนทั้งเก่าและใหม่ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีความสนใจที่จะซื้อขายหุ้นสามัญซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คำนวณจาก W.G. Cochran (1953) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย และเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามเพิ่มขึ้นอีก 15 ชุด รวมเป็น 400 ชุด

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดกับการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อกำหนดกลุ่มนักลงทุน โดยมีรูปแบบของคำถาม คือ คำถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทาง คำถามที่ผู้ตอบเลือกได้หลายคำตอบ และคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีรูปแบบของคำถาม คือคำถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทางและคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก

ส่วนที่ 3 การประเมินระดับความสำคัญของส่วนผสมทางการตลาด โดยมีรูปแบบคำถามคือคำถามที่แสดงถึงระดับความเห็นหรือความสำคัญ ซึ่งจะใช้เกณฑ์การวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) มีการแบ่งการวัดออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับจากความสำคัญน้อยที่สุด (ระดับ 1) ไปยังความสำคัญมากที่สุด (ระดับ 5)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนออื่น ๆ

ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามด้วยการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

(1) ทำการทดสอบในเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 ราย หรือคิดเป็น 10% ของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้เข้าใจง่าย และตรวจสอบว่ามีคำถามที่ไม่เข้าใจหรือไม่

(2) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง (Pilot Test) เพื่อดูค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดอยู่ระหว่าง 0.939

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 ส่วนใหญ่มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 มีสถานภาพโสด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 และ สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.30 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 มีรายได้ 20,000 - 50,000 บาท จำนวน 272 คน

5.1.2 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สามารถเลือกลงทุนได้หลากหลายแบบ (หุ้น พันธบัตร ทอง เงินอิเล็กทรอนิกส์ Forex) อยู่ในระดับมากที่สุดบริษัทมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด และ บทวิเคราะห์ที่แม่นยำน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ด้านราคา (Price) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคา (Price) โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าที่อื่น อยู่ในระดับมากที่สุด อัตราค่านายหน้าในการซื้อขายสมเหตุสมผล อยู่ในระดับมากที่สุด และ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าที่อื่น อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ด้านช่องทางการติดต่อ (Place) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านช่องทางการติดต่อ (Place) โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีสะดวก รวดเร็ว ในการติดต่อ อยู่ในระดับมากที่สุด ช่องทางการติดต่อหลากหลาย (สำนักงาน

Website Line Facebook อื่น ๆ) อยู่ระดับมาก และ สำนักงานตั้งอยู่ในที่ที่เดินทางสะดวกอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือ สิทธิประโยชน์อื่น ๆ โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ของขวัญหรือของชำร่วยตามโอกาสต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุน อยู่ในระดับมาก และ การสะสมคะแนนการลงทุนเพื่อแลกของรางวัล อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านพนักงานที่ให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญด้านพนักงานที่ให้บริการ (พนักงานประสานงาน พนักงานผู้แนะนำการลงทุน) (People) โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ พนักงานประสานงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจน่าฟังอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานประสานงานบริการรวดเร็ว แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานผู้แนะนำการลงทุนสามารถแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการลงทุนได้ดี อยู่ในระดับมาก และ พนักงานผู้แนะนำการลงทุน อัปเดตข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้นอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ (Process) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญด้านกระบวนการ (Process) โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก อยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ฝาก – ถอน ง่าย รวดเร็ว ทันสมัย อยู่ในระดับมาก ขั้นตอนการเปิดบัญชีง่าย ไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับมาก การอนุมัติวงเงินรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก และ สามารถซื้อ - ขาย หุ้นได้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านภาพลักษณ์ (Physical Evidence) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญด้านภาพลักษณ์ (Physical Evidence) โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก พิจารณาแต่ละด้านเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เว็บไซต์ / แอปพลิเคชัน มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ อยู่ระดับมาก เว็บไซต์ / แอปพลิเคชัน ดูทันสมัยโดดเด่น อยู่ในระดับมาก อาคารสำนักงานมีความมั่นคง แข็งแกร่ง อยู่ในระดับมาก และ บริเวณอาคารสำนักงานมีภูมิทัศน์ที่ดี สวยงาม ร่มรื่น อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศต่อปัจจัยที่ทำให้เกิด การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.791 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นปฏิเสธสมมติฐานหมายความว่า เพศที่ต่างกันมีผลทำให้ปัจจัยการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุต่อปัจจัยที่ทำให้การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.689 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหมายความว่า อายุที่ต่างกันมีผลทำให้การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่

กรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.322 ซึ่งมากกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลทำให้การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.199 ซึ่งมากกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลทำให้การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษาต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.199 ซึ่งมากกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐาน หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลทำให้การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้ต่อเดือนต่อการเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ยอมรับสมมติฐานหมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้การเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากร ในพื้นที่เท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมยิ่งขึ้น เช่น อาจสำรวจไปยังพื้นที่ครอบคลุมกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อให้ทราบความคิดเห็น ทักษะของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจมีความ แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการ บริษัทหลักทรัพย์ หรือ โบรกเกอร์ (Broker) ในการลงทุนซื้อขายหุ้นสามัญของนักลงทุน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านทัศนคติปัจจัย ด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านพฤติกรรมและนำข้อมูล ที่ได้รับไปใช้ในการ แก้ไขปรับปรุงต่อไป

เอกสารอ้างอิง

วิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์

นางสาวสุวิรา ท้าวทอง และ อ.ดร.นันทพร วงษ์เชษฐา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าน

การเลือกใช้บริการกับ บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย จำกัด (มหาชน).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

คณะ วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร

เกียรติศักดิ์ พัฒนดำรงเกียรติ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประเทศไทยของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร.

นางสาวสุวิรา ท้าวทอง และ อ.ดร.นันทพร วงษ์เชษฐา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้านการ

เลือกใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย จำกัด (มหาชน).

จิรฉิพา เรืองกุล. (2556). ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ของลูกค้า วิ ฟิต เนส โซ โซตี้ กรุงเทพมหานคร.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). สถิติสำคัญเกี่ยวกับงานหลังการซื้อขายหลักทรัพย์.

สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2564, จาก

<https://www.set.or.th/tsd/th/download/statistic.html>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). ส่องตลาดหุ้นไทย ผ่าน โครงสร้างผู้ถือหุ้น.

สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2564, จาก <https://www.infoquest.co.th/2020/51646>