

## บทที่ 5

### ผลการศึกษา

#### 5.1 ข้อมูลทั่วไปของนักลงทุน

##### 5.1.1 นักลงทุนมีบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2

จากตาราง 5.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของบริษัท และไม่ใช่ลูกค้าของบริษัท ที่สำรวจจำนวน 400 คน ปรากฏว่าเป็นลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 จำนวน 206 คน (ร้อยละ) ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 มากกว่าบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ

ตาราง 5.1 นักลงทุนมีบัญชีของนักลงทุนที่มีบัญชีกับบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่

นักลงทุนมีบัญชี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ	149	51.50
บริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็ง	251	48.50
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

##### 5.1.2 เพศ

จากตาราง 5.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่สำรวจมา 400 คนประกอบด้วยนักลงทุนที่เป็นเพศชาย 206 คน (ร้อยละ51.50) และเป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน (ร้อยละ48.50) ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่านักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ตาราง 5.2 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	206	51.50
หญิง	194	48.50
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

##### 5.1.3 อายุ

จากตาราง 5.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่สำรวจมา 400 คน ประกอบด้วยนักลงทุนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 11 คน (ร้อยละ2.75) มีอายุระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 230 คน (ร้อยละ57.50) ส่วนอายุ 41-61 ปี มีจำนวน 131 คน (ร้อยละ32.75) และมีอายุตั้งแต่ 62 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน (ร้อยละ7) ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มนักลงทุนที่มีอายุมากคือช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปี

ตาราง 5.3 อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	11	2.75
20 – 40 ปี	230	57.5
41 – 61 ปี	131	32.75
ต่ำกว่า 62 ปี	28	7
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 5.1.4 สถานภาพ

จากตาราง 5.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน ที่สำรวจจำนวน 400 คน ประกอบด้วยนักลงทุนที่มีสถานภาพโสด จำนวน 151 คน (ร้อยละ37.75) มีสถานภาพแต่งงานจำนวน 211 คน (ร้อยละ52.75) มีสถานภาพหย่าหรือแยกกันอยู่ จำนวน 22 คน (ร้อยละ5.5) และเป็นหม้าย 16 คน (ร้อยละ4) จะเห็นได้ว่า กลุ่มนักลงทุนมีสถานภาพแต่งงานมากที่สุด

ตาราง 5.4 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	151	37.75
แต่งงาน	211	52.75
หย่าหรือแยกกันอยู่	22	5.5
หม้าย	16	4.
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 5.1.5 ภูมิลำเนา

จากตาราง 5.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน ที่สำรวจจำนวน 400 คน ประกอบด้วย นักลงทุนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 260 คน (ร้อยละ 65) มีนักลงทุนที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ (ซึ่งไม่รวมเชียงใหม่) จำนวน 64 คน (ร้อยละ 16) มีนักลงทุนที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 62 คน (ร้อยละ 15.5) มีนักลงทุนที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคอีสานจำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5) มีนักลงทุนที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1) จะเห็นว่านักลงทุนส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือมากที่สุด

ตาราง 5.5 ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จังหวัดเชียงใหม่	260	65
ภาคเหนือ	64	16
ภาคกลาง	62	15.5
ภาคอีสาน	10	2.5
ภาคใต้	1	1
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.1.6 อาชีพ

จากตาราง 5.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน ที่สำรวจจำนวน 400 คนพบว่า มีนักลงทุนประกอบอาชีพข้าราชการรัฐวิสาหกิจจำนวน 49 คน (ร้อยละ 12.25) มีนักลงทุนประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 86 คน (ร้อยละ 21.50) มีนักลงทุนที่ประกอบอาชีพส่วนตัวจำนวน 199 คน (ร้อยละ 49.75) มีนักลงทุนที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษาจำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.25) มีนักลงทุนที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 38 จำนวน (ร้อยละ 9.5) มีนักลงทุนที่ว่างงานจำนวน 14 (ร้อยละ 3.5) นักลงทุนที่ประกอบอาชีพเกษตรกร 2 จำนวนคน (ร้อยละ 0.5) และอาชีพอื่นๆ 3 คน (ร้อยละ 0.75)

ตาราง 5.6 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	12.25
รับจ้างทั่วไป	86	21.5
ธุรกิจส่วนตัว	199	49.75
นักเรียน/นักศึกษา	9	2.25
พนักงานบริษัทเอกชน	38	9.50
ว่างงาน	14	3.50
เกษตร	2	0.50
อื่นๆ	3	0.75
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.1.7 การศึกษา

จากตาราง 5.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน ที่สำรวจจำนวน 400 คนมีกลุ่มตัวอย่างนัก  
ลงทุนจำนวน 233 (ร้อยละ58.25) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมานักลงทุนจำนวน 95  
คน (ร้อยละ23.75) มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีนักลงทุนมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี  
จำนวน 68 คน (ร้อยละ17) และสุดท้ายมีจำนวน 4 คน (ร้อยละ1) ที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก  
ตาราง 5.7 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	68	17
ปริญญาตรี	233	58.25
ปริญญาโท	95	23.75
ปริญญาเอก	4	1
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.1.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากตาราง 5.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน ที่สำรวจจำนวน 400 คนมีกลุ่มตัวอย่าง นักลงทุน ส่วนใหญ่จำนวน 235 คน (ร้อยละ58.75) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 50,000 บาท รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาทจำนวน 81 คน (ร้อยละ20.25) มีนักลงทุน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 56 คน (ร้อยละ14) และสุดท้ายมีจำนวน 28 คน (ร้อยละ7) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,000 บาทขึ้นไป

ตาราง 5.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	56	14
10,001 – 50,000 บาท	235	58.75
50,001 – 100,000 บาท	81	20.25
100,000 บาทขึ้นไป	28	7
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.1.9 ประเภทบัญชี

จากตาราง 5.9 พบว่า ไม่ระบุประเภทบัญชีมีจำนวน 3 คน (ร้อยละ0.75) มีบัญชีเงินสด มีจำนวน 359 คน ( ร้อยละ89.75 ) มีบัญชี Credit Balance จำนวน 16 คน (ร้อยละ4) มี Internet จำนวน 19 คน (ร้อยละ4.75) และสุดท้ายมีบัญชีทั้ง 3 ประเภท จำนวน 3 คน (ร้อยละ0.75)

ตาราง 5.9 ประเภทบัญชี

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ระบุ	3	0.75
บัญชีเงินสด	359	89.75
Credit Balance	16	4
Internet	19	4.75
ทั้ง 3 ประเภท	3	0.75
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.1.10 การเลือกใช้บริการ

จากตาราง 5.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน ที่สำรวจจำนวน 400 คนมีกลุ่มตัวอย่าง นักลงทุนที่มีการใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งมากที่สุด จำนวน 250 คน (ร้อยละ62.5) รองลงมาใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แอ็คคินชันจำนวน 53 คน (ร้อยละ13.25) และอันดับสุดท้ายใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ทีเอสไอซี จำนวน 11 คน (ร้อยละ2.75) ตามลำดับ

ตาราง 5.10 การเลือกใช้บริการ

บริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็ง	250	62.5
บริษัทหลักทรัพย์แอ็คคินชัน	53	13.25
บริษัทหลักทรัพย์ธนชาติ	38	9.5
บริษัทหลักทรัพย์ทีเอสไอ	42	10.50
บริษัทหลักทรัพย์เคจีไอ	47	11.75
บริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์	15	3.75
บริษัทหลักทรัพย์โกลเบล็ก	44	11
บริษัทหลักทรัพย์ยูโอบี เคย์เฮียน	14	3.5
บริษัทหลักทรัพย์ทีรินดี	30	7.5
บริษัทหลักทรัพย์เกียรตินาคิน	17	4.25
บริษัทหลักทรัพย์ทีเอสไอซี	11	2.75
บริษัทหลักทรัพย์เอเพกซ์	16	4
บริษัทหลักทรัพย์เอเชียพลัส	22	5.5
บริษัทหลักทรัพย์ซิกโก้	18	4.5
บริษัทหลักทรัพย์บัวหลวง	20	5
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

## 5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทเบรกเกอร์ ของนักลงทุน

### 5.2.1 ปัจจัยทำเลที่ตั้ง

จากตาราง 5.11 พบว่า สถานที่ตั้งบริษัทโกโก้บ้านมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.94 รองลงมาคือสถานที่ตั้งบริษัทที่มีจอครดสะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.835 และอันดับสามบรรยากาศในห้องค้ำรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ คือ 3.6925 ตามลำดับ

ตาราง 5.11 ปัจจัยทำเลที่ตั้ง

ปัจจัยทำเลที่ตั้ง	ค่าเฉลี่ย
สถานที่ตั้งบริษัทโกโก้บ้าน	3.94
สถานที่ตั้งบริษัทที่มีจอครดสะดวก	3.835
บรรยากาศในห้องค้ำรวม	3.6925
การบริการในห้องค้ำรวม	3.7425

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.2.2 ปัจจัยชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์ที่ลงทุน

จากตาราง 5.12 พบว่าปัจจัยบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและมั่นคงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.8925 และปัจจัยบริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดที่สูงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 3.185

ตาราง 5.12 ปัจจัยชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์ที่ลงทุน

ปัจจัยชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์ที่ลงทุน	ค่าเฉลี่ย
บริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและมั่นคง	3.8925
บริษัทที่มีส่วนแบ่งตลาดที่สูง	3.185

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.2.3 ปัจจัยความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาด

จากตาราง 5.13 พบว่าปัจจัยเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและเอาใจใส่และดูแลดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.305 รองลงมาปัจจัยเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีค่าเฉลี่ย 4.2075 และสุดท้ายเจ้าหน้าที่ช่วยให้ท่านมีกำไร สม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ย 4.1575

ตาราง 5.13 ปัจจัยความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาด

ปัจจัยความสามารถของเจ้าหน้าที่	ค่าเฉลี่ย
การตลาด	
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลและเอาใจใส่และดูแลดี	4.305
เจ้าหน้าที่มีช่วยให้ท่านมีกำไรสม่ำเสมอ	4.1575
เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.2075

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 5.2.4 ปัจจัยเทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูล

จากตาราง 5.14 พบว่าปัจจัยสามารถเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.8 รองลงมา คือปัจจัยเว็บไซต์มีการใช้งานง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8 และสุดท้าย ปัจจัยสามารถเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.785

ตาราง 5.14 ปัจจัยเทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูล

ปัจจัยเทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูล	ค่าเฉลี่ย
เว็บไซต์มีการใช้งานง่าย	3.8
ข้อมูลในเว็บไซต์มีการปรับให้ทันต่อเหตุการณ์ทุกวัน	3.785
สามารถเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็ว	3.8517

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 5.2.5 ปัจจัยบทวิเคราะห์



จากตาราง 5.15 พบว่าปัจจัยให้ข้อมูลที่ดีน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.242  
รองลงมา คือปัจจัยช่วยทำกำไรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1175 และสุดท้าย ปัจจัยอ่านเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.1175

ตาราง 5.15 ปัจจัยบทวิเคราะห์

ปัจจัยบทวิเคราะห์	ค่าเฉลี่ย
ให้ข้อมูลที่ดีน่าเชื่อถือ	4.2424
ช่วยทำกำไร	4.1175
อ่านเข้าใจง่าย	4.05

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.3 การลงทุนของนักลงทุน

#### 5.3.1 เหตุผลที่เข้ามาลงทุน

จากตาราง 5.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุน ที่สำรวจจำนวน 400 คนมีกลุ่มตัวอย่าง  
นักลงทุนเหตุผลที่เข้ามาลงทุนที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือเหตุผลด้านกำไร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21  
รองลงมาเหตุผลด้านเงินปันผลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.8575 และอันดับสุดท้ายเหตุผลของการใช้เวลา  
ว่างให้เป็นประโยชน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.115

ตาราง 5.16 เหตุผลที่เข้ามาลงทุน

เหตุผลที่เข้ามาลงทุน	ค่าเฉลี่ย
กำไร	4.21
ผลตอบแทนที่มากกว่าดอกเบี้ย	2.63
เงินปันผล	2.8575
ผลประโยชน์ทางภาษี	1.155
มีสิทธิ์ในหุ้นเพิ่มขึ้น	1.11
ใช้เวลว่างให้เป็นประโยชน์	0.115

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 5.3.2 ระยะเวลาที่เข้ามาลงทุน

จากตาราง 5.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุนที่สำรวจจำนวน 400 คนพบว่าระยะเวลาที่นักลงทุนเข้ามาลงทุนตั้งแต่ช่วง 1-3 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือ 158 คน(ร้อยละ39.50 ) รองลงมา ระยะเวลามากกว่า 5 ปีมีจำนวน 124 คน (ร้อยละ31) และสุดท้ายมีระยะเวลาดำกว่าปีจำนวน 91 คน ( ร้อยละ 22.75 )

ตาราง 5.17ระยะเวลาที่เข้ามาลงทุน

ระยะเวลาเข้ามาลงทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	91	22.7
1-3 ปี	158	39.50
4-5 ปี	27	6.75
มากกว่า 5 ปี	124	31
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.3.3 จำนวนเงินที่ซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน

จากตาราง 5.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุนที่สำรวจจำนวน 400 คนพบว่าจำนวนเงินที่นักลงทุนส่วนใหญ่ ซื้อขายเฉลี่ยต่อวันที่มีจำนวนเงินสูงที่สุดได้แก่ 100,000 - 300,000 บาท จำนวน 152 คน ( ร้อยละ38 ) รองลงมาได้แก่ต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 141 คน ( ร้อยละ 35.25 ) และสุดท้าย300,001 – 500,000 บาทจำนวน 42คน ( ร้อยละ10.5 )

ตาราง 5.18 จำนวนเงินที่ซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน

จำนวนเงินที่ซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	141	35.25
100,000 - 300,000 บาท	152	38
300,001 – 500,000 บาท	42	10.5
500,000 บาทขึ้นไป	65	16.25
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.3.5 ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์

จากตาราง 5.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุนที่สำรวจจำนวน 400 คนพบว่าจำนวนเงินที่นักลงทุนส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์ 1 สัปดาห์มากที่สุดจำนวน 194 คน (ร้อยละ48.5) รองลงมา 4 สัปดาห์ขึ้นไปจำนวน 101 คน (ร้อยละ25.25) และสุดท้ายต่ำกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 15 คน(ร้อยละ3.75)

ตาราง 5.19 ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์

ระยะเวลาในการถือครองหลักทรัพย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 สัปดาห์	15	3.75
1 สัปดาห์	194	48.50
2 สัปดาห์	63	15.75
3 สัปดาห์	27	6.75
4 สัปดาห์ขึ้นไป	101	25.25
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.3.6 แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหุ้น

จากตาราง 5.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุนที่สำรวจจำนวน 400 คน พบว่าจำนวนเงินที่นักลงทุนส่วนใหญ่ใช้หนังสือพิมพ์ในการตัดสินใจซื้อขายหุ้นมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.535 รองลงมาคือทีวีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.065 และอันดับสุดท้ายวิทยุโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.9125

ตาราง 5.20 แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหุ้น

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขายหุ้น	ค่าเฉลี่ย
ทีวี	3.065
วิทยุ	0.9125
หนังสือพิมพ์	3.535
โบรกเกอร์	2.955
อินเทอร์เน็ต	2.1511

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.3.7 แหล่งที่มาของเงินทุน

จากตาราง 5.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุนที่สำรวจจำนวน 400 คนพบว่า แหล่งที่มาของเงินทุนที่มาจากเงินออมของตนเองมากที่สุดเท่ากับจำนวน 298 คน(ร้อยละ74.50) รองลงมาทั้งเงินออมของตนเองและเงินกู้จากสถาบันการเงินต่าง ๆ จำนวน 90 คน(ร้อยละ22.5) และอันดับสุดท้าย เงินกู้จากสถาบันการเงินต่าง ๆ จำนวน 12 คน( ร้อยละ3 )

ตาราง 5.21 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินออมของตนเอง	298	74.50
เงินกู้จากสถาบันการเงินต่าง ๆ	12	3
ทั้งสองประเภท	90	22.5
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.3.8 ลักษณะการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน

จากตาราง 5.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุนที่สำรวจจำนวน 400 คน พบว่า ลงทุนทั้งในระยะสั้นและระยะยาวมากที่สุดเท่ากับจำนวน 211 คน (ร้อยละ52.75) รองลงมาลงทุนระยะสั้นเพื่อการเก็งกำไรจำนวน 159 คน(ร้อยละ39.75) และอันดับสุดท้าย ลงทุนระยะยาวเพื่อการลงทุนจำนวน 30 คน (ร้อยละ7.5)

ตาราง 5.22 ลักษณะการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุน

ลักษณะการซื้อขายหลักทรัพย์ของนัก ลงทุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลงทุนระยะสั้นเพื่อการเก็งกำไร	159	39.75
ลงทุนระยะยาวเพื่อการลงทุน	30	7.5
ลงทุนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	211	52.75
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

### 5.3.9 ผลตอบแทนจากการลงทุน

จากตาราง 5.23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักลงทุนที่สำรวจจำนวน 400 คน พบว่าลงทุนมีผลตอบแทนกำลังกันมากที่สุดเท่ากับจำนวน 212 คน (ร้อยละ 53) รองลงมาผลตอบแทนกำไร จำนวน 117 คน (ร้อยละ 29.25) และอันดับสุดท้าย ผลตอบแทนขาดทุนจำนวน 71 คน (ร้อยละ 17.75)

ตาราง 5.23 ผลตอบแทนจากการลงทุน

ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน อย่างไร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กำไร	117	29.25
ขาดทุน	71	17.75
กำลังกัน	212	53
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 5.4 ผลการศึกษาแบบจำลองโลจิส (Logit Model) และแบบจำลองโพรบิต (Probit Model)

##### 5.4.1 จากแบบจำลองโลจิส และแบบจำลองโพรบิต กำหนดให้ตัวแปรมีดังต่อไปนี้ ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรตาม (dependent Variable: Y) คือการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็ง สาขาเชียงใหม่ 2 ของนักลงทุนรายย่อย
2. ตัวแปรอิสระ (independent Variable: D) คือปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 ของนักลงทุนรายย่อย โดยกำหนดให้

$D_1$  = สถานที่ตั้งของบริษัทใกล้บ้าน

$D_2$  = ชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็ง

$D_3$  = ความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาด

$D_4$  = เทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูล

$D_5$  = บทวิเคราะห์

##### 5.4.2 สมมติฐานในการศึกษาคือ

สมมติฐานจากแบบจำลองโลจิสต์ และแบบจำลองโพรบิต

$L$  = ความน่าจะเป็นที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขา  
เชียงใหม่ 2

$y_i$  =  $f(D_{1i}, D_{2i}, D_{3i}, D_{4i}, D_{5i})$

เมื่อ  $y_i$  = 1 เมื่อนักลงทุนการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็ง สาขา  
เชียงใหม่ 2

0 เมื่อนักลงทุนไม่ตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็ง สาขา  
เชียงใหม่ 2

$D_1$  = 1 เมื่อสถานที่ตั้งของบริษัทใกล้บ้าน

0 เมื่อสถานที่ตั้งของบริษัทไกลบ้าน

$D_2$  = 1 เมื่อบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งมีชื่อเสียง

0 เมื่อบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งไม่มีชื่อเสียง

$D_3$  = 1 เมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดมีความสามารถ

0 เมื่อเจ้าหน้าที่การตลาดไม่มีความสามารถ

$D_4$  = 1 เมื่อเทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูลทันสมัย

= 0 เมื่อเทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูลไม่ทันสมัย

$D_5$  = 1 เมื่อบทวิเคราะห์เที่ยงตรง

= 0 เมื่อบทวิเคราะห์ไม่เที่ยงตรง

1. สถานที่ตั้งของบริษัท  $D_1$  เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกลงทุนของนักลงทุน เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องการเสียต้นทุนค่าเดินทางมาหองค้า ซึ่งถ้าหากที่ตั้งของบริษัทใกล้กับบ้านของนักลงทุน นักลงทุนก็จะเลือกลงทุนกับบริษัท ดังนั้นการที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกลงทุนกับบริษัท สถานที่ตั้งของบริษัทก็มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน

2. ชื่อเสียงของบริษัท  $D_2$  เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเลือกลงทุนของนักลงทุน เพราะหากชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่รู้จักของนักลงทุนอย่างดี เช่นบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 จะทำให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกลงทุนกับบริษัท ดังนั้นการที่บริษัทมีชื่อเสียงก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน

3. ความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาด  $D_3$  ซึ่งหากเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถที่ดีก็จะมีผลทำให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกบริษัทเป็นที่ปรึกษาในการลงทุน ซึ่งปัจจัยในเรื่องความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาดก็เป็น อีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน

4. เทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูล  $D_4$  โดยหากมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักลงทุนอยู่เป็นประจำ จะทำให้นักลงทุนสามารถสามารถได้รับข่าวสารรวดเร็วต่อเหตุการณ์และไม่มีปัญหาในการซื้อขายหลักทรัพย์ ดังนั้นปัจจัยเรื่องเทคโนโลยีในการให้ข่าวสารข้อมูลก็เป็น อีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน

5. บทวิเคราะห์  $D_5$  ซึ่งบทวิเคราะห์ที่ดีจะช่วยให้ผลตอบแทนที่ดีแก่นักลงทุนตามไปด้วย โดยนักวิเคราะห์นั้นทางบริษัทต้องมีนักวิเคราะห์ที่มีความสามารถ บทวิเคราะห์จึงจะออกมามีความแม่นยำนั้นแสดงว่าตัวแปรบทวิเคราะห์เป็น อีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน

#### 5.4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขา เชียงใหม่ 2 ของนักลงทุนรายย่อย

จากการศึกษาแบบจำลองโลจิส พบว่ามีเพียง 3 ปัจจัยเท่านั้น ที่มีผลกระทบต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 ของนักลงทุนรายย่อยอย่างน้อยมีนัยสำคัญ ณ ระดับต่างๆ กันดังแสดงตารางที่ 5.3.0

ตารางที่ 5.2.4 ผลการศึกษาแบบจำลองโลจิส

ชื่อตัวแปร	สัญลักษณ์	Regression Coeff	Standard Error	Coeff./s.e (t-ratio)
สถานที่ตั้งบริษัท	D1	-0.42789	0.20720	-2.065**
ชื่อเสียงบริษัท	D2	0.12937	0.81908	1.579*
ความสามารถ เจ้าหน้าที่การตลาด	D3	0.35284	0.21371	0.165
เทคโนโลยีในข้อมูล ข่าวสาร	D4	0.28748	0.10080	2.852***
บทวิเคราะห์	D5	-0.57960	0.56530	-0.103
Chi Square = 18.461 DF 5 Sample size 400				

หมายเหตุ : \*\*\*, \*\*, \* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ \*\*\*=0.005, \*\*=0.025, \*= 0.10 ตามลำดับ

### ปัจจัยที่เกี่ยวกับที่ตั้งของบริษัท (D1)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.025$  ค่า t - ratio ที่คำนวณได้  $= -2.065$  มีค่ามากกว่าค่า t - ratio ที่จุดวิกฤต 1.960 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักลงทุนรายย่อยในทิศทางตรงกันข้ามกันเนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีค่าเป็นลบ กล่าวคือ สถานที่ตั้งของบริษัทใกล้บ้าน แต่ที่จอดรถไม่มีหลังคากันแดด นักลงทุนก็จะไม่ตัดสินใจเลือกบริษัท ดังนั้น หากสถานที่ตั้งใกล้บ้านนักลงทุนแล้ว สถานที่จอดรถต้องมีที่กันแดดด้วย นักลงทุนถึงจะตัดสินใจเลือกบริษัท

### ปัจจัยเกี่ยวกับชื่อเสียงของบริษัท (D2)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.10$  ค่า t - ratio ที่คำนวณได้ 1.579 มีค่ามากกว่า t - ratio ที่จุดวิกฤต 1.282 แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริษัท เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ บริษัทที่มีชื่อเสียงที่ดีก็มีโอกาสที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกบริษัท อธิบายได้ว่าหากบริษัทมีชื่อเสียงเนื่องมาจากด้านต่างๆ เช่น ผลประกอบที่ดี, การโฆษณา เป็นต้น โดยจะทำให้เป็นที่รู้จักของนักลงทุนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นหากบริษัทมีชื่อเสียงดี ก็มีโอกาสนักลงทุนจะตัดสินใจเลือกบริษัท

### ปัจจัยความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาด (D3)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

### ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสาร (D4)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.005$  ค่า t - ratio ที่คำนวณได้ 2.852 มีค่ามากกว่า t - ratio ที่จุดวิกฤต 2.576 แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริษัทในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก กล่าวคือ หากเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสารมีประสิทธิภาพ นักลงทุนก็มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกบริษัท อธิบายได้ว่าเทคโนโลยีในการลงทุนของนักลงทุนนั้นมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนด้วย หากเทคโนโลยีดีกว่าบริษัทคู่แข่งซึ่งทำให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกบริษัทที่มีเทคโนโลยีดีกว่า ดังนั้นหากเทคโนโลยีดีมีประสิทธิภาพก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนต่อบริษัทด้วย



### ปัจจัยทางด้านบทวิเคราะห์ (D5)

จากตารางทดสอบสมมติฐานพบว่าค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติสำหรับ

แบบจำลองสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอธิบายที่เข้ามาในสมการทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกบริษัทได้ 3 ตัว โดย

ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.025$  ได้แก่ D1 = ปัจจัยสถานที่ตั้งบริษัท

ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.10$  ได้แก่ D2 = ปัจจัยชื่อเสียงของบริษัท

ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.005$  ได้แก่ D4 = ปัจจัยเทคโนโลยีให้ข้อมูลข่าวสาร

สามารถอธิบายได้ดังนี้ การที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 จะพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ที่ตั้งของบริษัท ชื่อเสียงของบริษัทปัจจัยเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสาร

จากการศึกษาแบบจำลองโลจิท (Logit model) พบว่ามีเพียง 3 ปัจจัยเท่านั้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2

จากการศึกษาแบบจำลองโพรบิท (probit model) พบว่ามีเพียง 3 ปัจจัยเช่นกันที่มีผลกระทบต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 ของนักลงทุนรายย่อยอย่างน้อยมีนัยสำคัญ ณ ระดับต่างๆ กันดังแสดงตารางที่ 5.3.1

ตาราง 5.2.5 ผลการศึกษาแบบจำลองโพรบิท (probit model)

ชื่อตัวแปร	สัญลักษณ์	Regression Coeff	Standard Error	Coeff./s.e (t-ratio)
สถานที่ตั้งบริษัท	D1	-0.33785	0.15939	-2.120**
ชื่อเสียงบริษัท	D2	0.13056	0.80630	1.619*
ความสามารถ เจ้าหน้าที่การตลาด	D3	-0.78942	0.19601	-0.040
เทคโนโลยีในข้อมูล ข่าวสาร	D4	0.27391	0.98355	2.785***
บทวิเคราะห์	D5	-0.11249	0.57528	-0.196
Chi Square = 17.728 Sample size 400				

หมายเหตุ : \*\*\*, \*\*, \* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ \*\*\*=0.005, \*\*=0.025, \*= 0.10 ตามลำดับ

### ปัจจัยที่เกี่ยวกับที่ตั้งของบริษัท (D1)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.025$  ค่า t - ratio ที่คำนวณได้ = -2.120 มีค่ามากกว่าค่า t - ratio ที่จุดวิกฤต 1.960 มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักลงทุนรายย่อยในทิศทางตรงกันข้ามกันเนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีค่าเป็นลบ กล่าวคือ สถานที่ตั้งของบริษัทใกล้บ้าน แต่ที่จอดรถไม่มีหลังคากันแดด นักลงทุนก็จะไม่ตัดสินใจเลือกบริษัท ดังนั้น หากสถานที่ตั้งใกล้บ้านนักลงทุนแล้ว สถานที่จอดรถต้องมีที่กันแดดด้วย นักลงทุนถึงจะตัดสินใจเลือกบริษัท

### ปัจจัยเกี่ยวกับชื่อเสียงของบริษัท (D2)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.10$  ค่า t - ratio ที่คำนวณได้ 1.619 มีค่ามากกว่า t - ratio ที่จุดวิกฤต 1.282 แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริษัท เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ บริษัทที่มีชื่อเสียงที่ดีก็มีโอกาสที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกบริษัท อธิบายได้ว่าหากบริษัทมีชื่อเสียงเนื่องมาจากด้านต่างๆ เช่น ผลประกอบที่ดี, การโฆษณา เป็นต้น โดยจะทำให้เป็นที่รู้จักของนักลงทุนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นหากบริษัทมีชื่อเสียงดี ก็มีโอกาสที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกบริษัท

### ปัจจัยความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาด (D3)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

### ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสาร (D4)

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.005$  ค่า t - ratio ที่คำนวณได้ 2.785 มีค่ามากกว่า t - ratio ที่จุดวิกฤต 2.576 แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริษัทในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก กล่าวคือ หากเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสารดีมีประสิทธิภาพ นักลงทุนก็มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกบริษัท อธิบายได้ว่าเทคโนโลยีในการลงทุนของนักลงทุนนั้นมีส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนด้วย หากเทคโนโลยีดีกว่าบริษัทคู่แข่งซึ่งทำให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกบริษัทที่มีเทคโนโลยีดีกว่า ดังนั้นหากเทคโนโลยีดีมีประสิทธิภาพก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนต่อบริษัทด้วย

### ปัจจัยทางด้านทวิเคราะห์ (D5)

จากตารางทดสอบสมมติฐานพบว่าค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบและไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับแบบจำลองสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอธิบายที่เข้ามาในสมการทั้ง 5 ตัว สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกบริษัทได้ 3 ตัว โดย

ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.025$  ได้แก่ D1 = ปัจจัยสถานที่ตั้งบริษัท

ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.10$  ได้แก่ D2 = ปัจจัยชื่อเสียงของบริษัท

ที่ระดับนัยสำคัญ  $\alpha = 0.005$  ได้แก่ D4 = ปัจจัยเทคโนโลยีให้ข้อมูลข่าวสาร

สามารถอธิบายได้ดังนี้ การที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขา เชียงใหม่ 2 จะพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ที่ตั้งของบริษัท ชื่อเสียงของบริษัทปัจจัยเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสาร

จากการศึกษาแบบจำลองบริษัท (probit model) พบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาทเชียงใหม่ 2

## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 บทสรุป

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขา เชียงใหม่ 2 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักลงทุนรายย่อยในห้วงค่า 19 บริษัททั่วจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล นั้นใช้วิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลโดยออกแบบสอบถาม (Questionnaire) และในการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 ของนักลงทุนรายย่อย โดยได้ใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) และแบบจำลองโพรบิท (Probit Model)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 ของนักลงทุนรายย่อย พบว่านักลงทุนรายย่อยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.50 นักลงทุนรายย่อยมีอายุส่วนมากระหว่าง 20-40 ปี ร้อยละ 57.50 สถานภาพของนักลงทุนรายย่อยมีสถานภาพแต่งงานร้อยละ 52.75 ภูมิลำเนาของนักลงทุนรายย่อยส่วนมากมีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 65 การศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.25 โดยอาชีพของนักลงทุนรายย่อยส่วนมากเป็นธุรกิจร้อยละ 49.75 รายได้ของนักลงทุนส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10001-50000 บาทร้อยละ 58.75 ส่วนประเภทบัญชีมีบัญชีเงินสดร้อยละ 89.75

จากการศึกษาแบบจำลองโลจิท (Logit model) และแบบจำลองโพรบิท (Probit Model) พบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ ได้แก่ที่ตั้งของบริษัท ชื่อเสียงของบริษัทและปัจจัยเทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยทั้ง 3 ปัจจัยเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญเชิงสถิติทุกตัว

#### 6.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทและผลที่ได้จากการศึกษานี้ ควรนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทหลักทรัพย์กิมเอ็งสาขาเชียงใหม่ 2 ดังข้อเสนอแนะที่พอสรุปได้ดังต่อไปนี้คือ

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านสถานที่ตั้งของบริษัทเป็นปัจจัยที่นักลงทุนรายย่อยให้ความสนใจต่อการลงทุน โดยเฉพาะที่จอตระกามีที่จอตระกามีหลังคาป้องกันแดดจะทำให้ นักลงทุนตัดสินใจเลือกลงทุนมากขึ้น
2. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีการให้ข่าวสารข้อมูล ผลการศึกษาก็พบว่า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ นักลงทุนให้ความสำคัญเช่นกัน โดยหากบริษัทมีการพัฒนาปัจจัยทางด้านนี้ยิ่งขึ้น นักลงทุนก็จะตัดสินใจเลือกลงทุนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย
3. ปัจจัยทางด้านชื่อเสียงของบริษัทพบว่าหากชื่อเสียงที่ดีก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือก ลงทุนได้เช่นกัน โดยหากชื่อเสียงดี ซึ่งอาจมาจากผลประกอบการการโฆษณา ก็ยิ่งจะทำได้ นักลงทุน รู้จักมากขึ้น ซึ่งก็จะมีผลต่อการเลือกลงทุนไว้เพิ่มขึ้น