

ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจในการบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทหลักทรัพย์ลำดับแรก คือ เรื่องความซื่อสัตย์และความน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่การตลาด รองลงมาเป็นเรื่องของความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงาน และลำดับสุดท้ายคือ ความมีมารยาทและท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่การตลาด ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์จึงควรรักษามาตรฐานที่ดีของเจ้าหน้าที่การตลาดของตน เพื่อรักษาชื่อเสียง ภาพพจน์ที่ดีของบริษัท อันเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิม ไม่ให้เปลี่ยนไปใช้บริการบริษัทอื่น และยังสามารถเพิ่มลูกค้ากลุ่มใหม่จากการแนะนำของลูกค้าเดิมต่อ ๆ กันมาด้วย ทั้งนี้บริษัทหลักทรัพย์ยังต้องพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ และทันต่อเหตุการณ์ไว้รองรับนักลงทุนให้มากขึ้น รวมถึงการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีให้ทันสมัยก้าวหน้าเหนือบริษัทหลักทรัพย์อื่นอยู่เสมอจึงจะมุ่งใจให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการของบริษัท

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. There are also floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Affecting the Investors' Choice of Using Securities Companies in Chiang Mai Province

Author Miss. Watcharin Bao-kham

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst.Prof.Dr. Nisit Panthamit Chairperson

Dr. Prapatchun Jariyapan Member

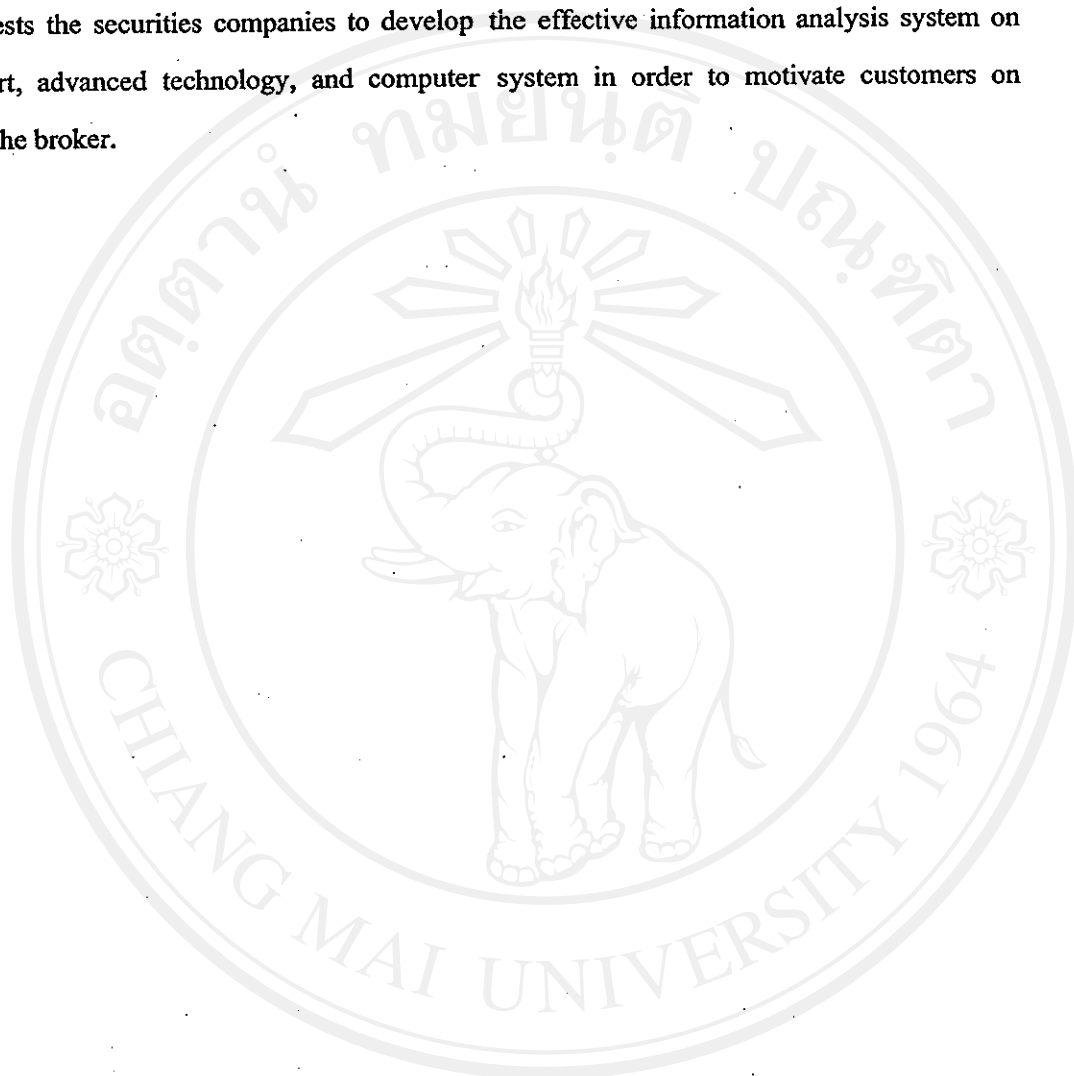
Dr. Pairut Kamjanakaroon Member

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate opinions and factors affecting the investors' choice of using securities companies in Chiang Mai province, and to study behaviors of investors who utilize the securities companies, The sampling group is from 400 investors in the 16 securities companies Chiang Mai province. The study uses formatted questionnaires to collect data and uses statistic tools, including mean, and ANOVA with F – test at the 5% significant level.

The result appears that the personal factors of investors such as age, and experiences have effect on choosing the securities companies. On the other hand, investment behaviors such as types of account, frequencies of buying and selling, ordering method, and types of investment, do effect the decision making process. The other motivation factors are the honesty of marketing officers, high quality research, and high quality information. In conclusion, the study suggests securities companies to maintain the quality of their marketing officers in order to keep their

existing customers and at the same time, correcting in working of officers, with the introducing of the existing customer, the securities companies can increase the number of customer. The study also suggests the securities companies to develop the effective information analysis system on time report, advanced technology, and computer system in order to motivate customers on choosing the broker.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved