

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีผลการศึกษา 5 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักลงทุนที่มาใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ส่วนที่ 4.2 พฤติกรรม การลงทุนของนักลงทุน

ส่วนที่ 4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการและความพึงพอใจที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทหลักทรัพย์

ส่วนที่ 4.4 การทดสอบสมมติฐาน ซึ่งได้แก่

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักลงทุน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกบริการของบริษัทหลักทรัพย์

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการลงทุน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์

ส่วนที่ 4.5 ข้อเสนอแนะและปัญหาที่ต้องการให้บริษัทหลักทรัพย์แก้ไข

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักลงทุนที่มาใช้บริการ

สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของนักลงทุน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	196	49
2. หญิง	204	51
รวม	400	100
อายุ		
1. ต่ำกว่า 30 ปี	124	31
2. 30 – 40 ปี	134	33.5
3. 41 – 50 ปี	77	19.3
4. 50 ปีขึ้นไป	65	16.2
รวม	400	100
สถานภาพการสมรส		
1. โสด	193	48.2
2. สมรส	175	43.8
3. หม้าย/หย่าร้าง	32	8
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	10.7
2. ปริญญาตรี	247	61.7
3. ปริญญาโท	103	25.8
4. สูงกว่าปริญญาโท	7	1.8
รวม	400	100

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
1. นิสิต/นักศึกษา/นักเรียน	18	4.5
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	10.3
3. พนักงานบริษัทเอกชน	198	49.5
4. ค้าขาย/เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	99	24.8
5. ข้าราชการบำนาญ	31	7.8
6. อื่น ๆ	13	3.3
รวม	400	100
รายได้ / เดือน		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	71	17.8
2. 10,001 – 30,000 บาท	171	42.8
3. 30,001- 50,000 บาท	81	20.3
4. 50,001 - 70,000 บาท	48	12
5. 70,001 - 100,000 บาท	14	3.5
6. สูงกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	15	3.8
รวม	400	100
ประสบการณ์		
1. น้อยกว่า 1 ปี	44	11
2. 1 – 3 ปี	147	36.8
3. มากกว่า 3 – 6 ปี	98	24.5
4. มากกว่า 6 ปี	111	27.8
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 จะพบว่า นักลงทุน เป็นเพศชาย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และ
เพศหญิง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51

อายุของนักลงทุน มากที่สุด คืออายุ 30-40 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา คือนักลงทุนที่มีอายุ ต่ำกว่า 30 ปีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ส่วนนักลงทุนที่มีอายุ 41 - 50 ปีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และอายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 65 คนคิดเป็นร้อยละ 16.2

สถานภาพของนักลงทุน มากที่สุดคือ โสด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมา สมรส จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และหม้ายหรือหย่าร้าง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ระดับการศึกษาของนักลงทุน มากที่สุดคือ การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมา คือการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

อาชีพของนักลงทุน มากที่สุด คือพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 198 คน คิดเป็น ร้อยละ 49.5 รองลงมา คือค้าขาย ธุรกิจส่วนตัวหรือเจ้าของกิจการ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ข้าราชการบำนาญ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และนิสิตหรือนักศึกษา/นักเรียน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อื่น ๆ เช่น เกษียณ อาจารย์พิเศษ รับเหมาก่อสร้าง พ่อค้าคนกลาง

รายได้ของนักลงทุนมากที่สุดคือ 10,001-30,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็น ร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 รายได้ 50,001 - 70,000 จำนวน 48 คิดเป็นร้อยละ 12 สูงกว่า 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และ รายได้ 70,001 - 100,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ประสบการณ์ของนักลงทุน มากที่สุด คือมีประสบการณ์ 1 - 3 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็น ร้อยละ 36.8 รองลงมา มีประสบการณ์ มากกว่า 6 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ประสบการณ์มากกว่า 3 - 6 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และประสบการณ์ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11

4.2 พฤติกรรม การลงทุนของนักลงทุน

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนด้านการซื้อขาย

พฤติกรรมการซื้อขาย	จำนวน	ร้อยละ
ด้านลักษณะการลงทุน		
ประเภทบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ ที่เปิดไว้กับบริษัทหลักทรัพย์*		
1. เงินสด	374	88
2. เงินกู้เพื่อซื้อหลักทรัพย์	6	1.41
3. อินเทอร์เน็ต	45	10.6
รวม	425	100
จำนวนครั้งที่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือนโดยเฉลี่ย		
1. น้อยกว่า 4 ครั้ง	86	21.5
2. 4 - 10 ครั้ง	145	36.3
3. 11- 20 ครั้ง	94	23.4
4. มากกว่า 20 ครั้ง	75	18.8
รวม	400	100
จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่ติดต่ออยู่ในปัจจุบัน		
1. 1 แห่ง	237	59.2
2. 2 แห่ง	111	27.7
3. 3 แห่ง	29	7.3
4. มากกว่า 3 แห่งขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100
วิธีการส่งคำสั่งซื้อขาย (order)*		
1. ส่งคำสั่งด้วยตนเองที่ห้องค้า	200	35.6
2. โทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่ตลาดฯ	284	50.5
3. มอบอำนาจให้ผู้อื่นกระทำการแทน	10	1.8
4. คีย์คำสั่งซื้อขายเองทางอินเทอร์เน็ต	68	12.1
รวม	562	100

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อขาย	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของนักลงทุน*		
1. เก็งกำไรวันต่อวัน (น้อยกว่า 1 เดือน)	279	43.7
2. นักลงทุนระยะสั้น (1 - 3 เดือน)	218	34.2
3. นักลงทุนระยะกลาง (4 - 12 เดือน)	97	15.2
4. นักลงทุนระยะยาว (มากกว่า 12 เดือน)	44	6.9
รวม	638	100
การลงทุนในต่างประเทศ		
1. ไม่ได้ลงทุน	396	99
2. ลงทุน	4	1
รวม	400	100

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : * คำถามเป็นแบบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ประเภทบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่นักลงทุนเปิดไว้กับบริษัทหลักทรัพย์ มากที่สุดเป็นเงินสด จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมาเป็นอินเตอร์เน็ต จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 และเป็นเงินกู้เพื่อซื้อหลักทรัพย์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.41

จำนวนครั้งที่นักลงทุนทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือนโดยเฉลี่ย มากที่สุดคือ 4-10 ครั้ง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา คือ 11-20 ครั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 น้อยกว่า 4 ครั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และมากกว่า 20 ครั้ง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8

จำนวนบริษัทหลักทรัพย์ที่นักลงทุนติดต่ออยู่ในปัจจุบัน มากที่สุด 1 แห่ง มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมา 2 แห่ง มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 เปิดไว้ 3 แห่ง มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และมากกว่า 3 แห่งขึ้นไป มีจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 5.8

วิธีการส่งคำสั่งซื้อขายของนักลงทุน มากที่สุดคือโทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่ตลาด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือการส่งคำสั่งด้วยตนเองที่ห้องค้า จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 คีย์คำสั่งซื้อขายเองทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และมอบอำนาจให้ผู้อื่นกระทำการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ประเภทของนักลงทุนส่วนใหญ่เป็นนักเก็งกำไร(น้อยกว่า 1 เดือน) จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมา เป็นนักลงทุนระยะสั้น (1 – 3 เดือน) จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 นักลงทุนระยะกลาง (4 – 12 เดือน) จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และนักลงทุนระยะยาว (มากกว่า 12 เดือน) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9

นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนตลาดในประเทศ จำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 99 และลงทุนในต่างประเทศเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ซึ่งได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา (DJIA) ประเทศฮ่องกง (HSKI) และ ประเทศสิงคโปร์ (SES009)

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนด้านเงินลงทุนและผลตอบแทน

พฤติกรรมด้านเงินลงทุนและผลตอบแทน	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณเงินในการสั่งซื้อขายแต่ละวัน		
1. น้อยกว่า 50,000 บาท	98	24.5
2. 50,001 – 100,000 บาท	153	38.3
3. 100,001 – 500,000 บาท	106	26.5
4. 500,001 – 1,000,000 บาท	34	8.5
5. มากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป	9	2.2
รวม	400	100
แหล่งที่มาของเงินลงทุน*		
1. เงินออม	367	83.0
2. เงินค่าใช้จ่ายประจำวัน	41	9.3
3. เงินกู้ยืม	24	5.4
4. แหล่งอื่นๆ	10	2.3
รวม	442	100
ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน*		
1. กำไรจากส่วนต่างราคา	388	62.2
2. เงินปันผล	227	36.4
3. สิทธิในการร่วมประชุมฐานะผู้ถือหุ้น	5	0.8
3. อื่น ๆ	4	0.6
รวม	624	100

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : *คำถามเป็นแบบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.3 จะพบว่า ปริมาณเงินในการสั่งซื้อขายแต่ละวันของนักลงทุน มากที่สุด เป็น 50,001- 100,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ 100,001-500,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 น้อยกว่า 50,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 500,001-1,000,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และมากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

แหล่งที่มาด้านเงินทุนของนักลงทุน มากที่สุด เป็นเงินออม จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 รองลงมา เป็นเงินค่าใช้จ่ายประจำวัน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 เป็นเงินกู้ยืม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และเป็นแหล่งอื่น ๆ เช่น มรดก เงินทุนหมุนเวียนจากธุรกิจ และจากโบนัส จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ผลตอบแทนที่นักลงทุนคาดว่าจะได้รับจากการลงทุน มากที่สุดเป็น กำไรจากส่วนต่างราคา จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมา เงินปันผล จำนวน 227 คน คิดเป็น ร้อยละ 36.4 และ สิทธิในการร่วมประชุมฐานะผู้ถือหุ้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 อื่น ๆคือ ต้องการเรียนรู้เพื่อประกอบการเรียน

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนด้านการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลที่ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจ*		
1. เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทหลักทรัพย์	286	22.7
2. เพื่อนนักลงทุนด้วยกัน	111	8.8
3. หนังสือพิมพ์ และวารสารต่าง ๆ	257	20.4
4. โทรทัศน์ และวิทยุ	184	14.6
5. ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต	203	16.1
6. บทวิเคราะห์จากบริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการและบริษัทอื่นๆ	206	16.4
รวมกัน		
7. อื่น ๆ	11	0.9
รวม	1258	100
ข้อมูลที่ต้องการใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์*		
1. ข้อมูลด้านเทคนิคของหุ้นในตลาดหลักทรัพย์	287	37.1
2. ข้อมูลด้านพื้นฐานของหุ้นในตลาดหลักทรัพย์	328	42.4
3. ข่าวสำคัญ ที่ยังไม่ได้นำออกเปิดเผยในตลาดหลักทรัพย์	151	19.5
4. อื่น ๆ	8	1.0
รวม	774	100

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : * คำถามเป็นแบบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.4 พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักลงทุนใช้เพื่อการประกอบการตัดสินใจ มากที่สุดคือข้อมูลจากเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์และวารสารต่าง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 บทวิเคราะห์จากบริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการและบริษัทอื่นๆรวมกัน จำนวน 206 คิดเป็นร้อยละ 16.4 ข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 ข้อมูลจากโทรทัศน์และวิทยุ จำนวน 184คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 ข้อมูลจากเพื่อนนักลงทุนด้วยกัน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอื่นๆ เองวิเคราะห์เอง จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 0.9

ข้อมูลที่นักลงทุนต้องการใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์ มากที่สุด เป็นข้อมูลพื้นฐานของหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา คือข้อมูลเทคนิคของหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และข่าวสำคัญที่ยังไม่ได้นำออกเปิดเผยในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อื่น ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมในประเทศและนอกประเทศ จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 0.9

4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการและความพึงพอใจด้านบริการ ที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัท หลักทรัพย์

นักลงทุนให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการและความพึงพอใจในบริการตาม
ตารางที่ 4.5 ถึงตารางที่ 4.7 ดังนี้

ตารางที่ 4.5 บริการที่ต้องการในการซื้อขาย

จำนวน (ร้อยละ) n=400

การบริการที่ต้องการ	ลำดับความสำคัญ					X	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ข้อมูลข่าวสาร	250 (62.5)	119 (29.8)	22 (5.5)	8 (2.0)	1 (0.3)	4.52	0.72	มากที่สุด
2. สถานที่จอดรถยนต์	71 (17.8)	150 (37.5)	110 (27.5)	38 (9.5)	31 (7.8)	3.48	1.12	มาก
3. ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อ-ขาย	215 (53.8)	145 (36.3)	33 (8.3)	5 (1.3)	2 (0.5)	4.42	0.74	มากที่สุด
4. คำปรึกษาแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาด	176 (44)	119 (29.8)	80 (20.0)	21 (5.3)	4 (1.0)	4.11	0.96	มาก
5. เครื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย	148 (37)	152 (38)	72 (18)	13 (3.3)	15 (3.8)	4.01	1.01	มาก
6. การบริการลูกค้าอย่างทั่วถึง	149 (37.3)	169 (42.3)	69 (17.3)	7 (1.8)	6 (1.5)	4.12	0.86	มาก

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า บริการที่นักลงทุนต้องการในการซื้อ ในระดับมากที่สุดคือข้อมูล
ข่าวสาร จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และความสะดวกรวดเร็วในการซื้อ-ขาย จำนวน 215
คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ในระดับมากคือ คำปรึกษาแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาด จำนวน 176 คน
คิดเป็นร้อยละ 44 การบริการลูกค้าอย่างทั่วถึงจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 เครื่อง
คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำนวน 148 คิดเป็นร้อยละ 37 สถานที่จอดรถยนต์ จำนวน 71
คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นสมาชิกอยู่ในขณะนี้

จำนวน (ร้อยละ) n=400

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ของบริษัทหลักทรัพย์	ลำดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. เพื่อนแนะนำ	66 (16.5)	99 (24.8)	150 (37.5)	67 (16.8)	18 (4.5)	3.32	1.07	ปานกลาง
2. ใช้บริการมานานแล้ว	88 (22.0)	153 (38.3)	107 (26.8)	36 (9.0)	8 (4.0)	3.65	1.04	มาก
3. อยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	100 (25.0)	139 (34.8)	102 (25.5)	31 (7.8)	28 (7.0)	3.63	1.14	มาก
4. มีห้อง วีไอพี	47 (11.8)	82 (20.5)	134 (33.5)	81 (20.3)	56 (14.0)	2.96	1.20	ปานกลาง
5. เจ้าหน้าที่การตลาด ของบริษัทมีคุณภาพ	155 (38.8)	158 (39.5)	71 (17.8)	11 (2.8)	5 (1.3)	4.12	0.88	มาก
6. ให้ข้อมูลข่าวสารที่มี คุณภาพ	185 (46.3)	165 (41.3)	45 (11.3)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.32	0.73	มากที่สุด
7. บริษัทมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงดี	106 (26.5)	177 (44.3)	104 (26.0)	11 (2.8)	2 (0.5)	3.94	0.82	มาก
8. มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย	110 (27.5)	186 (46.5)	73 (18.3)	18 (4.5)	13 (3.3)	3.91	0.96	มาก
9. มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	87 (21.8)	106 (26.5)	129 (32.3)	58 (14.5)	20 (5.0)	3.46	1.13	มาก
10. มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพ แม่นยำ และรวดเร็ว	170 (42.5)	146 (36.5)	66 (16.5)	16 (4.0)	2 (0.5)	4.17	0.87	มาก
11. มีสถานที่จอดรถมาก และสะดวกปลอดภัย	80 (20.0)	136 (34.0)	115 (28.8)	37 (9.3)	32 (8.0)	3.49	1.49	มาก

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 พบว่า เหตุูงใจที่นักลงทุนตัดสินใจใช้บริการของบริษัทที่เป็นสมาชิกมากที่สุดคือการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ ในระดับมากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือมีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำ และรวดเร็ว ในระดับมาก จำนวน 170 คน คิดเป็น

ร้อยละ 42.5 และเพื่อนแนะนำ ในระดับปานกลาง จำนวน 66 คิดเป็นร้อยละ 16.5 และการมีห้องวีไอพี ในระดับปานกลาง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ค่าเฉลี่ยของเหตุจูงใจให้ตัดสินใจใช้บริการของบริษัทที่เป็นสมาชิก คือการให้ข้อมูลข่าวสาร มากที่สุด คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งหมายความว่า เป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำ และรวดเร็ว คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ซึ่งหมายความว่า เป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการในระดับมากที่สุด ส่วนในระดับปานกลาง คือเพื่อนแนะนำ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และมีห้อง วีไอพี คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.20 ซึ่งหมายความว่า เป็นปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.7 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทที่เป็นสมาชิก

จำนวน (ร้อยละ) n=400

ความพึงพอใจที่มีต่อ เจ้าหน้าที่	ระดับความพึงพอใจ					X	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความต่อเนื่องในการ บริการสม่ำเสมอ	136 (34.0)	192 (48.0)	67 (16.8)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.14	0.74	มาก
2. ความประทับใจใน การให้คำแนะนำ	144 (36.0)	179 (44.8)	64 (16.0)	8 (2.0)	5 (1.3)	4.12	0.87	มาก
3. ความกระตือรือร้น และความรวดเร็ว	150 (37.5)	182 (45.5)	61 (15.3)	6 (1.5)	1 (0.3)	4.18	0.76	มาก
4. ความรับผิดชอบ/ เอาใจใส่ ของเจ้าหน้าที่	160 (40.0)	179 (44.8)	54 (13.5)	5 (1.3)	2 (0.5)	4.22	0.76	มากที่สุด
5. ความถูกต้องแม่นยำ ในการปฏิบัติงาน	171 (42.8)	166 (41.5)	55 (13.8)	8 (2.0)	-	4.25	0.76	มากที่สุด
6. มารยาทและท่าที สุภาพของเจ้าหน้าที่	161 (40.3)	184 (46.0)	50 (12.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.25	0.72	มากที่สุด
7. ความซื่อสัตย์ และน่า ไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	224 (56.0)	140 (35.0)	34 (8.5)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.46	0.68	มากที่สุด

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 พบว่านักลงทุนมีความพึงพอใจ ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่ จำนวนมากที่สุด โดยแปลผลได้ในระดับมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา ความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอในระดับมาก จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 และน้อยที่สุด เรื่องความกระตือรือร้นและความรวดเร็วของเจ้าหน้าที่ และจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 แปลผลได้ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการให้บริการ ด้านความซื่อสัตย์และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่ มากที่สุด (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.46) รองลงมา คือ ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการให้บริการ ด้านมารยาท และท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25) และความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงาน (คะแนนเฉลี่ย 4.25) ส่วนค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในการให้บริการน้อยที่สุด คือด้าน ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาด (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.12)

ซึ่งสาเหตุที่นักลงทุนมีความพึงพอใจ ด้านความซื่อสัตย์ และไว้วางใจเจ้าหน้าที่มากที่สุด น่าจะมีสาเหตุจากการที่ นักลงทุนต้องติดต่อซื้อขายหลักทรัพย์ ผ่านเจ้าหน้าที่ของบริษัททุกครั้งเป็นประจำ หากเจ้าหน้าที่มีความซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจ นักลงทุนก็อุ่นใจ มั่นใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทนั้น เพราะเชื่อว่าจะได้รับบริการที่ดี จริงใจ มีประโยชน์สูงสุด ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายใด ๆ ต่อนักลงทุนแน่นอน ตรงข้ามกับการแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจาก เจ้าหน้าที่ซึ่งนักลงทุนมีความพึงพอใจเป็นลำดับน้อยที่สุดนั้น น่าจะมีสาเหตุมาจาก การที่นักลงทุนส่วนใหญ่ที่เข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ล้วนแต่ต้องการข้อมูลข่าวสารเป็นสำคัญ จึงมักจะมีแหล่งข้อมูลข่าวสารมากมายหลายแห่งอยู่แล้ว ดังนั้นนักลงทุนจึงไม่คาดหวังที่จะได้รับจากตัว เจ้าหน้าที่ของบริษัทเป็นส่วนตัวอีก จึงไม่ให้ความสำคัญด้านนี้จากเจ้าหน้าที่นัก

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานมีผลต่อการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของนักลงทุนที่มาใช้บริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของบริษัทหลักทรัพย์ และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของนักลงทุนที่มาใช้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของบริษัทหลักทรัพย์ และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

สมมติฐานที่ 2

H_0 : พฤติกรรมการลงทุน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจที่เข้ามาใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์

H_1 : พฤติกรรมการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจที่เข้ามาใช้บริการของบริษัท

หลักทรัพย์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักลงทุนที่มาใช้บริการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของบริษัทหลักทรัพย์ และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ตารางที่ 4.8 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทหลักทรัพย์จำแนกตามอายุ

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย				รวม	F- Statistics	Sig.
	ต่ำกว่า 30 ปี	30-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป			
1. ความต่อเนื่องในการ บริการสม่ำเสมอ	4.15	4.02	4.29	4.22	4.14	2.368	0.070
2. ความประทับใจในการให้ คำแนะนำด้านข้อมูล ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ การตลาด	4.15	4.03	4.23	4.14	4.12	1.041	0.374
3. ความกระตือรือร้น และ ความรวดเร็วการปฏิบัติ งาน	4.31	4.04	4.27	4.15	4.18	3.174	0.024*
4. ความรับผิดชอบ /เอาใจ ใส่ของเจ้าหน้าที่	4.27	4.10	4.39	4.20	4.22	2.686	0.046*
5. ความถูกต้องแม่นยำใน การปฏิบัติงาน	4.34	4.15	4.32	4.20	4.25	1.680	0.171
6. มารยาท และท่าทีที่ สุภาพ ของเจ้าหน้าที่	4.30	4.17	4.32	4.23	4.25	0.987	0.399
7. ความซื่อสัตย์ และ น่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	4.48	4.45	4.53	4.38	4.46	0.588	0.623

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ * ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 4.8 จากการหาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F (F-Statistics) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่เท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทหลักทรัพย์จำแนกตามอายุพบว่า ความรับผิดชอบและการเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ มีความสัมพันธ์กับอายุโดยนักลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41- 50 ปี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.39 และความกระตือรือร้นและความรวดเร็วการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับอายุโดยนักลงทุนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.31

ส่วนด้านความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้าน ข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาด ความถูกต้อง แม่นยำในการปฏิบัติงาน มารยาท และท่าทีที่ สุภาพของเจ้าหน้าที่ ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้

ตารางที่ 4.9 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทจำแนกตามประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย				รวม	F- Statistics	Sig.
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	มากกว่า 3-6 ปี	มากกว่า 6 ปี			
1. ความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ	4.30	4.18	4.14	4.04	4.14	1.541	0.203
2. ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้าน ข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาด	4.27	4.20	4.07	4.01	4.12	1.677	0.171
3. ความกระตือรือร้น และความรวดเร็ว การปฏิบัติงาน	4.27	4.28	4.07	4.13	4.18	1.909	0.127
4. ความรับผิดชอบ/เอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่	4.32	4.31	4.10	4.19	4.22	1.716	0.163
5. ความถูกต้อง แม่นยำในการปฏิบัติงาน	4.32	4.37	4.06	4.23	4.25	3.507	0.015*
6. มารยาท และท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่	4.27	4.35	4.11	4.23	4.25	2.092	0.101
7. ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	4.55	4.55	4.36	4.41	4.46	2.100	0.100

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : * ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 4.9 จากการหาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F (F-Statistics) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่เท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ 1-3 ปี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.37

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เรื่องความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ ความประทับใจใน

การให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ตลาด ความกระตือรือร้นและความรวดเร็ว การปฏิบัติงาน ความรับผิดชอบ/เอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ มารยาท และท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่ ความซื่อสัตย์และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่ ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสพการณ์ซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้

จากตารางที่ 4.10 4.11 4.12 4.13 4.14 และ 4.15 ตามลำดับ สามารถหาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F (F - Statistics) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่เท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 พบว่า ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทหลักทรัพย์ จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะงานที่ทำ และรายได้ตามลำดับ ด้านความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ตลาด ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ความรับผิดชอบและเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ความถูกต้อง แม่นยำในการปฏิบัติงาน มารยาทและท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่ ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่ ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำแนกตามเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะงานที่ทำ และรายได้ ตามลำดับ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ ดังตารางที่แสดงในหน้าถัดไปนี้

ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทหลักทรัพย์จำแนกตามเพศ

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย			F-Statistics	Sig.
	ชาย	หญิง	รวม		
1. ความต่อเนื่องในการบริการ สม่ำเสมอ	4.11	4.18	4.11	1.001	0.318
2. ความประทับใจในการให้คำ แนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจาก เจ้าหน้าที่การตลาด	4.07	4.18	4.12	1.737	0.188
3. ความกระตือรือร้น และความ รวดเร็วการปฏิบัติงาน	4.18	4.19	4.18	0.27	0.868
4. ความรับผิดชอบ / เอาใจใส่ของ เจ้าหน้าที่	4.23	4.22	4.22	0.062	0.803
5. ความถูกต้อง แม่นยำในการ ปฏิบัติงาน	4.23	4.27	4.25	0.274	0.601
6. มารยาท และท่าทีที่สุภาพของ เจ้าหน้าที่	4.22	4.28	4.25	0.68	0.410
7. ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของ เจ้าหน้าที่	4.46	4.47	4.46	0.009	0.924

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 4.11 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทจำแนกตามสถานภาพ

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย				F-Statistics	Sig.
	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า ร้าง	รวม		
1. ความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ	4.12	4.16	4.22	4.14	0.310	0.734
2. ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้าน ข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาด	4.13	4.11	4.09	4.12	0.048	0.953
3. ความกระตือรือร้น และความรวดเร็ว การปฏิบัติงาน	4.22	4.16	4.09	4.18	0.563	0.570
4. ความรับผิดชอบ /เอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่	4.24	4.23	4.13	4.22	0.306	0.737
5. ความถูกต้อง แม่นยำในการปฏิบัติงาน	4.28	4.23	4.16	4.25	0.423	0.655
6. มารยาท และท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่	4.26	4.25	4.16	4.25	0.302	0.739
7. ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	4.49	4.45	4.38	4.46	0.411	0.664

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 4.12 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทจำแนกตามระดับการศึกษา

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย				รวม	F- Statistics	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาโท ขึ้นไป			
1. ความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ	4.16	4.15	4.11	4.29	4.14	0.194	0.901
2. ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้าน ข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาด	4.02	4.19	4.00	4.29	4.12	1.512	0.211
3. ความกระตือรือร้น และความรวดเร็ว การปฏิบัติงาน	3.95	4.23	4.17	4.29	4.18	1.634	0.181
4. ความรับผิดชอบ /เอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่	4.07	4.25	4.22	4.43	4.22	0.829	0.489
5. ความถูกต้อง แม่นยำในการปฏิบัติงาน	4.00	4.30	4.22	4.43	4.25	2.067	0.104
6. มารยาท และท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่	4.02	4.26	4.31	4.29	4.25	1.674	0.172
7. ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	4.26	4.49	4.49	4.43	4.46	1.501	0.214

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 4.13 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทจำแนกตามอาชีพ

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย						รวม	F- Statistics	Sig.
	นัก ศึกษา/ นักเรีย น	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาห กิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ/ กิจการ/ ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ บ้านอายุ	อาชีพ อื่นๆ			
1. ความต่อเนื่องในการ บริการสม่ำเสมอ	4.22	4.32	4.10	4.11	4.16	4.38	4.14	0.934	0.459
2. ความประทับใจในการให้ คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสาร จากเจ้าหน้าที่การตลาด	4.00	4.24	4.15	4.01	4.19	4.15	4.12	0.701	0.623
3. ความกระตือรือร้น และ ความรวดเร็วการปฏิบัติงาน	4.11	4.15	4.23	4.11	4.19	4.31	4.18	0.431	0.827
4. ความรับผิดชอบ เอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่	4.33	4.22	4.21	4.21	4.29	4.23	4.22	0.134	0.984
5. ความถูกต้อง แม่นยำในการปฏิบัติงาน	4.44	4.20	4.26	4.22	4.16	4.38	4.25	0.417	0.837
6. มารยาท และท่าทีที่ สุภาพของเจ้าหน้าที่	4.11	4.24	4.25	4.28	4.26	4.15	4.25	0.217	0.955
7. ความซื่อสัตย์ และ น่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	4.44	4.41	4.48	4.47	4.35	4.54	4.46	0.259	0.935

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 4.14 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทจำแนกตามลักษณะงานที่ทำงาน

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย						รวม	F- Statistics	Sig.
	งาน ด้าน บัญชี/ การเงิน	งานด้าน บริการ ทั่วไป	งานด้าน การตลาด ประชาสัมพันธ์	งานด้าน วิศวกร/ คอมพิวเตอร์	แม่บ้าน/ ไม่ได้ ทำงาน ประจำ	งานด้าน อื่นๆ			
1. ความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ	4.14	4.18	4.04	4.37	4.26	4.00	4.14	1.756	0.107
2. ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาด	4.13	4.17	4.13	4.26	4.25	3.85	4.12	1.787	0.100
3. ความกระตือรือร้น และความรวดเร็วการปฏิบัติงาน	4.21	4.15	4.19	4.26	4.34	3.98	4.18	1.470	0.187
4. ความรับผิดชอบเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่	4.22	4.25	4.15	4.31	4.40	4.10	4.22	1.163	0.326
5. ความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงาน	4.26	4.28	4.23	4.23	4.34	4.17	4.25	0.458	0.839
6. มารยาท และท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่	4.27	4.26	4.16	4.29	4.34	4.20	4.25	0.604	0.727
7. ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	4.49	4.51	4.27	4.63	4.58	4.41	4.46	1.956	0.071

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 4.15 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทจำแนกตามรายได้

การบริการของเจ้าหน้าที่	คะแนนเฉลี่ย						รวม	F- Statistics	Sig.
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 30,000 บาท	30,001 - 50,000 บาท	50,001 - 70,000 บาท	70,001 - 100,000 บาท	สูงกว่า 100,000 บาทขึ้นไป			
	1. ความต่อเนื่องในการบริการสม่ำเสมอ	4.11	4.14	4.25	4.06	3.86			
2. ความประทับใจในการให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาด	4.04	4.14	4.16	4.10	4.07	4.20	4.12	0.218	0.955
3. ความกระตือรือร้น และความรวดเร็วการปฏิบัติงาน	4.14	4.23	4.22	4.10	3.86	4.27	4.18	0.860	0.508
4. ความรับผิดชอบ เอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่	4.13	4.26	4.31	4.19	4.00	4.20	4.22	0.761	0.579
5. ความถูกต้องแม่นยำในการปฏิบัติงาน	4.18	4.29	4.26	4.25	3.86	4.40	4.25	1.073	0.375
6. มารยาท และท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่	4.11	4.28	4.33	4.23	4.07	4.33	4.25	0.996	0.420
7. ความซื่อสัตย์ และน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่	4.32	4.49	4.54	4.46	4.29	4.53	4.46	1.097	0.362

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการลงทุน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการของบริษัท
หลักทรัพย์ และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตามจำนวนครั้ง (ความถี่) ที่ทำการซื้อขาย
หลักทรัพย์ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของ บริษัทหลักทรัพย์	คะแนนเฉลี่ย				รวม	F- Statistics	Sig.
	น้อยกว่า 4 ครั้ง	4-10 ครั้ง	11-20 ครั้ง	มากกว่า 20 ครั้ง			
1. เพื่อนแนะนำ	3.29	3.37	3.37	3.20	3.32	0.492	0.688
2. ใช้บริการมานานแล้ว	3.48	3.64	3.68	3.84	3.65	1.656	0.176
3. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.31	3.62	3.79	3.81	3.63	3.482	0.016*
4. มีห้องวีไอพี	2.66	3.02	2.89	3.25	2.96	3.539	0.015*
5. เจ้าหน้าที่การตลาด ของบริษัทมีคุณภาพ	4.03	4.10	4.18	4.17	4.12	0.540	0.655
6. ให้ข้อมูลข่าวสารที่มี คุณภาพ	4.35	4.37	4.26	4.28	4.32	0.609	0.609
7. บริษัทมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงดี	3.94	3.97	3.90	3.89	3.94	0.208	0.891
8. มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.77	3.88	3.89	4.13	3.90	2.064	0.104
9. มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.37	3.39	3.56	3.53	3.45	0.709	0.549
10. มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพ แม่นยำ และรวดเร็ว	4.34	4.11	4.19	4.04	4.17	1.840	0.139
11. มีสถานที่จอดรถมาก และสะดวกปลอดภัย	3.21	3.48	3.62	3.62	3.49	2.731	0.044*

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : * ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 4.16 จากการหาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F (F-Statistics) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่เท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับจำนวนครั้ง (ความถี่) ที่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่

บริษัทอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง (ความถี่) ที่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือน โดยนักลงทุนส่วนใหญ่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือนมากกว่า 20 ครั้ง โดยให้ความสำคัญที่คะแนนเฉลี่ย 3.81 มีความสัมพันธ์กับมีห้องวีไอพีโดยนักลงทุนส่วนใหญ่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือนมากกว่า 20 ครั้ง โดยให้ความสำคัญที่คะแนนเฉลี่ย 3.25 และมีความสัมพันธ์กับการมีสถานที่จอดรถมากและสะดวกปลอดภัยโดยนักลงทุนส่วนใหญ่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือน 11 – 20 ครั้ง และมากกว่า 20 ครั้ง โดยให้ความสำคัญด้วยคะแนนเฉลี่ยที่เท่ากันคือ 3.62

ส่วนเพื่อนแนะนำ ใช้บริการมานาน เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทมีคุณภาพ ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคงดี มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอและเทคโนโลยีทันสมัย มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำและรวดเร็ว ไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับจำนวนครั้ง (ความถี่) ที่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์จำแนกตามประเภทบัญชีซื้อขาย
หลักทรัพย์ที่เปิดไว้กับบริษัทหลักทรัพย์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ของบริษัทหลักทรัพย์	คะแนนเฉลี่ย								
	เงินสด	F- Statistic	Sig.	เงินกู้	F- Statistics	Sig.	อินเทอร์เน็ต	F- Statistics	Sig.
1. เพื่อนแนะนำ	3.32	0.062	0.804	4.00	2.446	0.119	3.20	0.631	0.427
2. ใช้บริการมานานแล้ว	3.65	0.040	0.841	4.00	0.675	0.412	3.67	0.009	0.923
3. อยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	3.63	0.082	0.775	4.33	2.305	0.130	3.62	0.002	0.961
4. มีห้อง วีไอพี	2.96	0.023	0.880	4.17	6.270	0.013*	2.73	1.774	0.184
5. เจ้าหน้าที่การตลาด ของบริษัทที่มีคุณภาพ	4.16	12.363	0.000*	4.17	0.019	0.891	3.78	7.671	0.006*
6. ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ	4.32	0.200	0.665	4.33	0.001	0.971	3.44	1.411	0.236
7. บริษัทมีชื่อเสียง และมีความมั่นคงดี	3.95	1.128	0.289	4.17	0.481	0.488	3.89	0.159	0.690
8. มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.89	1.334	0.249	4.00	0.059	0.808	3.96	0.140	0.708
9. มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.45	0.001	0.976	4.00	1.419	0.234	3.38	0.236	0.627
10. มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำ และรวดเร็ว	4.13	8.802	0.003*	4.00	0.215	0.643	4.38	2.997	0.084
11. มีสถานที่จอดรถมาก และสะดวกปลอดภัย	3.51	1.842	0.175	4.00	1.214	0.271	3.07	6.913	0.009*

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : * ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

เนื่องจากแบบสอบถามมีลักษณะคำถามที่สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ ดังนั้น
ค่าสถิติ F (F-Statistics) จึงมีหลายค่า

จากตารางที่ 4.17 จากการหาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F (F-Statistics) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่เท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับประเภทบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่เปิดไว้กับบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่ เพื่อนแนะนำ ใช้บริการมานาน อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีห้องวีไอพี เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทที่มีคุณภาพ ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคงดี มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอและเทคโนโลยีทันสมัย มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำ และรวดเร็ว และมีสถานที่จอดรถมากและสะดวกปลอดภัย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดบัญชีประเภทเงินสดมากที่สุดเจ้าหน้าที่การตลาดมีคุณภาพ (คะแนนเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำและรวดเร็ว (คะแนนเฉลี่ย 4.13)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดบัญชีประเภทกู้ยืมเพื่อซื้อขายหลักทรัพย์คือ มีห้องวีไอพี (คะแนนเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดบัญชีประเภทอินเตอร์เน็ตมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทที่มีคุณภาพ (คะแนนเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถมาก และสะดวกปลอดภัย (คะแนนเฉลี่ย 3.50)

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับประเภทบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ที่เปิดไว้กับบริษัทหลักทรัพย์ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตาม วิธีการส่งคำสั่งซื้อขาย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์	คะแนนเฉลี่ย											
	ส่งคำสั่งใน			โทรศัพท์			มอบอำนาจ			ด้วยตนเอง		
ห้องค้า	F-Statistics	Sig.	แจ้งเจ้าหน้าที่	F-Statistics	Sig.	๑	F-Statistics	Sig.	ทางอินเตอร์เน็ต	F-Statistics	Sig.	
1.เพื่อนแนะนำ	3.20	5.035	0.025*	3.43	10.417	0.001*	3.70	1.283	0.258	3.25	0.347	0.556
2.ใช้บริการมานานแล้ว	3.75	3.158	0.076	3.68	0.658	0.418	3.60	0.026	0.872	3.78	1.212	0.272
3.อยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	3.78	6.966	0.009*	3.62	0.142	0.707	3.80	0.226	0.635	3.69	0.233	0.629
4.มีห้อง วีไอพี	3.04	1.896	0.169	3.02	2.467	0.117	3.60	2.956	0.086	2.84	0.809	0.369
5.เจ้าหน้าที่การตลาดมีคุณภาพ	4.04	3.114	0.078	4.24	18.488	0.000*	3.90	0.625	0.430	4.01	1.116	0.291
6.ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ	4.21	9.671	0.002*	4.41	13.967	0.000*	3.80	5.292	0.022*	4.41	1.221	0.270
7.บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง	3.92	0.059	0.808	3.98	3.265	0.072	3.90	0.019	0.892	3.94	0.005	0.946
8.มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย	4.03	6.869	0.009*	3.89	0.212	0.645	3.50	1.826	0.177	4.07	2.53	0.112
9.มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.54	2.011	0.157	3.51	2.084	0.150	2.90	2.485	0.116	3.53	0.355	0.552
10.มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพ	4.12	1.052	0.036	4.20	1.319	0.251	3.50	5.966	0.015*	4.31	2.208	0.138
11.มีสถานที่จอดรถปลอดภัย	3.66	9.216	0.003*	3.54	2.234	0.136	3.50	0.001	0.972	3.31	1.989	0.159

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : * ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

เนื่องจากแบบสอบถามมีลักษณะคำถามที่สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ ดังนั้นค่าสถิติ F (F-Statistics) จึงมีหลายค่า

จากตารางที่ 4.18 จากการหาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F (F-Statistics) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่เท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับวิธีการส่งคำสั่งซื้อขายซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการได้แก่ เพื่อนแนะนำ ใช้บริการมานาน อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีห้องวีไอพี เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทที่มีคุณภาพ ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคงดี มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอและเทคโนโลยีทันสมัย มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำและรวดเร็ว และมีสถานที่จอดรถมากและสะดวกปลอดภัย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับวิธีการส่งคำสั่งซื้อขายด้วยตนเองที่ห้องค้า มากที่สุดคือ ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ (คะแนนเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ มีคอมพิวเตอร์เพียงพอและเทคโนโลยีทันสมัย (คะแนนเฉลี่ย 4.03) เพื่อนแนะนำ (คะแนนเฉลี่ย 3.20) อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (คะแนนเฉลี่ย 3.78) และมีสถานที่จอดรถและสะดวกปลอดภัย (คะแนนเฉลี่ย 3.66) และเพื่อนแนะนำ (คะแนนเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับวิธีการส่งซื้อขายโดยโทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่การตลาด มากที่สุดคือ ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ (คะแนนเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่การตลาดที่มีคุณภาพ (คะแนนเฉลี่ย 4.24) และเพื่อนแนะนำ (คะแนนเฉลี่ย 3.43)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับวิธีการส่งคำสั่งซื้อขายโดยการมอบอำนาจให้ผู้อื่นกระทำแทนมากที่สุดคือ ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ (คะแนนเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำและรวดเร็ว (คะแนนเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับวิธีการส่งซื้อขายโดยคำสั่งซื้อขายเองทางอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับวิธีการส่งซื้อขายมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามประเภทของนักลงทุน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์	คะแนนเฉลี่ย											
	เก่ง กำไร	F- Statistics	Sig.	ระยะ สั้น	F- Statistics	Sig.	ระยะ กลาง	F- Statistics	Sig.	ระยะ ยาว	F- Statistics	Sig.
1. เพื่อนแนะนำ	3.38	2.880	0.090	3.39	2.032	0.155	3.37	0.298	0.551	3.23	0.367	0.545
2. ใช้บริการมานานแล้ว	3.68	0.871	0.351	3.74	3.635	0.057	3.82	3.509	0.062	3.75	0.431	0.512
3. อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.67	0.945	0.331	3.64	0.054	0.816	3.58	0.270	0.603	3.36	2.686	0.102
4. มีห้อง วีไอพี	3.04	3.962	0.047*	2.99	0.274	0.601	3.01	0.248	0.619	3.18	1.732	0.189
5. เจ้าหน้าที่การตลาดคุณภาพ	4.16	2.680	0.102	4.13	0.074	0.786	4.29	4.884	0.028*	4.11	0.001	0.975
6. ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ	4.32	0.000	0.997	4.38	2.558	0.108	4.43	2.937	0.087	4.20	1.287	0.257
7. บริษัทมีชื่อเสียง และมีความมั่นคง	3.91	0.601	0.439	3.97	0.765	0.382	4.08	4.143	0.042*	4.00	0.308	0.579
8. มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย	3.91	0.029	0.865	3.91	0.032	0.858	3.76	2.814	0.094	3.59	5.340	0.021*
9. มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง	3.48	0.340	0.560	3.55	3.118	0.078	3.41	0.182	0.670	3.20	2.439	0.119
10. มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพ	4.13	1.552	0.214	4.19	0.476	0.491	4.37	1.770	0.184	3.77	10.109	0.002*
11. มีสถานที่จอดรถปลอดภัย	3.58	6.149	0.014*	3.48	0.012	0.911	3.45	0.111	0.739	3.25	2.122	0.146

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

หมายเหตุ : * ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

เนื่องจากแบบสอบถามมีลักษณะคำถามที่สามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 ข้อ ดังนั้นค่าสถิติ F (F-Statistics) จึงมีหลายค่า

จากตารางที่ 4.19 จากการหาค่าความสัมพันธ์โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติ F (F-Statistics) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่เท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับประเภทของนักลงทุนซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการได้แก่ เพื่อนแนะนำ ใช้บริการมานาน อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีห้องวีไอพี เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทมีคุณภาพ ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอและเทคโนโลยีทันสมัย มีการกระจายหุ้น IPO ให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำและรวดเร็ว และมีสถานที่จอดรถมากและสะดวกปลอดภัย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับนักลงทุนประเภทเก็งกำไร (ถือครองหลักทรัพย์ไว้น้อยกว่า 1 เดือน) มากที่สุดคือ มีสถานที่จอดรถและสะดวกปลอดภัย (คะแนนเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ มีห้องวีไอพี (คะแนนเฉลี่ย 3.04)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับนักลงทุนประเภทนักลงทุนระยะกลาง (ถือครองหลักทรัพย์ไว้ประมาณ 1 - 3 เดือน) มากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทมีคุณภาพ (คะแนนเฉลี่ย 4.29) รองลงมาคือ บริษัทมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง (คะแนนเฉลี่ย 4.2)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประเภทนักลงทุนระยะยาว (ถือครองหลักทรัพย์ไว้มากกว่า 12 เดือน) มากที่สุดคือ มีบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพแม่นยำและรวดเร็ว (คะแนนเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ มีเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงพอและเทคโนโลยีทันสมัย (คะแนนเฉลี่ย 3.59)

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประเภทนักลงทุนระยะสั้น (ถือครองหลักทรัพย์ไว้ประมาณ 4 - 12 เดือน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกับประเภทของนักลงทุนมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้

4.5 ปัญหา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ด้านบริการ

1. ควรมีความต่อเนื่องในการบริการ
2. ให้มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่การตลาดที่สะดวกและรวดเร็วเพื่อให้ทันการซื้อขาย
3. เจ้าหน้าที่การตลาดควรมีความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีใจรักในการบริการมีการพูดคุยการลูกค้าดี
4. ควรจัดให้มีการส่งข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์มือถือโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
5. ควรให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเสมอภาคกัน และรายงานแก่ลูกค้าถึงประโยชน์ของลูกค้าที่ควรจะได้รับ

ด้านสถานที่

1. สถานที่ที่มีความสะดวกในการเดินทางไปมา
2. บริษัทหลักทรัพย์ควรตั้งอยู่ในที่ที่เป็นแหล่งชุมชน เช่น ศูนย์การค้า และเป็นสถานที่ที่ตั้งอยู่ให้เห็นเด่นชัด
3. ควรตั้งอยู่ใกล้ร้านอาหาร
4. มีที่จอดรถที่มีร่มกันแดดกันฝน และกว้างขวางมากพอ และไม่ต้องจ่ายค่าเช่าที่จอดรถ เพราะที่มีอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่เพียงพอ
5. ห้องค้าควรมีความกว้างขวาง มีการระบายอากาศที่ดี มีความเป็นส่วนตัว เงียบสงบเพื่อความมีสมาธิในการดูหุ้น
6. ควรปรับปรุงห้องค้าให้มีความสะอาด และสบาย
7. นักลงทุนและเจ้าหน้าที่ควนให้ความเคารพในสถานที่

ด้านข้อมูลข่าวสาร

1. ควรมีข้อมูลข่าวสารที่สามารถค้นหาทางอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง
2. การให้ข้อมูลข่าวสารควรมีให้มากและเพียงพอต่อความต้องการเพื่อประกอบการตัดสินใจ และมีความรวดเร็วมากกว่านี้ และต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ เพราะปัจจุบันข่าวสารที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่การตลาดล่าช้าไม่ทันเหตุการณ์
3. ในการให้ข่าวสารของเจ้าหน้าที่การตลาดควรให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเองเพียงอย่างเดียว แต่ไม่ควรตัดสินใจแทนลูกค้าหรือยุยงให้ลูกค้าซื้อขาย

4. ควรมีบทวิเคราะห์ที่แม่นยำและถูกต้องเกิน 80%ขึ้นไป
5. ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนต่าง ๆ ที่อ่านง่าย ชัดเจน และรายงานเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของบริษัทเรื่องฐานะและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน มีไว้ประจำที่บริษัทหลักทรัพย์เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการหาข้อมูลทั้งของนักลงทุนและเจ้าหน้าที่การตลาด
6. ควรมีข้อมูลภายในเชิงลึก (Inside) เพิ่มมากขึ้น
7. การให้ข้อมูลในแต่ละวันของหุ้นแต่ละตัวควรมีความรวดเร็วมากกว่านี้
8. บทวิเคราะห์ที่สำนักงานใหญ่ของแต่ละบริษัทควรมีความรวดเร็วโดยมีการเตือนนักลงทุนเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดขึ้นที่ส่งผลกระทบต่อตลาดหุ้น

ด้านอื่นๆ

1. ควรมีการจัดอบรมในการให้ความรู้แก่นักลงทุนและเจ้าหน้าที่การตลาดบ่อย ๆ อย่างน้อยไตรมาสละครั้งเพื่อให้ทราบภาพรวม และแนวโน้มของตลาด
2. ด้านของค่าธรรมเนียมการซื้อขายในปัจจุบันสูงเกินไป
3. ควรมีการอบรมให้ความรู้ด้าน ไอทีและนักลงทุนเพื่อความคล่องในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ
4. ควรมีอุปกรณ์การดูราคาหุ้นที่ทันสมัยในหลายแง่มุม