

**ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ** พฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกใช้บริการสาขาของบริษัท  
หลักทรัพย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นางสาวรุ่งรัชรินทร์ จินณะแก้ว

**ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ**

รศ.ดร.ศศิเพ็ญ	พวงสายใจ	ประธานกรรมการ
รศ.พรทิพย์	เชียรธีรวิทย์	กรรมการ
อ.กนต์ลีณี	กัณฑ์วงษ์วาร	กรรมการ

### บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างมากซึ่งการลงทุนสามารถทำได้ โดยผ่านทางบริษัทหลักทรัพย์ ทำให้การแข่งขันเพื่อเพิ่มยอดนักลงทุนซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์มีความเข้มข้นขึ้น วิธีการหนึ่งที่บริษัทหลักทรัพย์ทำการเปิดสาขาให้บริการ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักลงทุนและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาได้เลือกบริษัทหลักทรัพย์ที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีสาขาให้บริการ 4 สาขา คือนักลงทุนจากสาขาแต่ละแห่งสาขาละ 100 คนรวมจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

ข้อมูลทั่วไปของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 41ถึง50 ปี สมรสแล้ว จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 30,001 ถึง50,000 บาทต่อเดือน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสาขาของนักลงทุนพบว่าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสาขาที่อยู่ใกล้บ้านใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 15 นาที มักเลือกเดินทางมาคนเดียวและไม่เข้าร่วมกิจกรรมหรือสัมมนาที่สาขาจัดเท่าใดนัก นักลงทุนในแต่ละสาขาเกือบทั้งหมดเคยได้รับของที่ระลึกและรู้จักกับเจ้าหน้าที่การตลาดก่อนมาใช้บริการสาขานั้นๆ

ในส่วนของพฤติกรรมการลงทุนพบว่า นักลงทุนมักมีประสบการณ์การลงทุนมาก่อนแล้ว 3 ถึง 6 ปี โดยเปิดบัญชีประเภทเงินสดไว้ใช้เพื่อซื้อขายหลักทรัพย์ทั้งนี้นักลงทุนสามารถเปิดบัญชี

ซื้อขายได้มากกว่า 1 ประเภทซึ่งนักลงทุนมักจะเปิดบัญชีอินเทอร์เน็ตควบคู่ไปด้วย มีการสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ 40 ถึง 20 ครั้งต่อเดือน ใช้วิธีการสั่งซื้อขายหลักทรัพย์โดยการโทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่การตลาดให้ทำการส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์ให้มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนที่มีลักษณะการลงทุนแบบระยะสั้น ปริมาณเงินที่ใช้ในการซื้อขายต่อครั้งประมาณ 50,001 ถึง 100,000 บาท โดยใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการซื้อขายหลักทรัพย์จากโทรทัศน์ วิทยุ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสาขาของนักลงทุน ประกอบด้วยปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่สาขา ปัจจัยด้านการให้บริการของแต่ละสาขา ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกของสาขาและปัจจัยด้านสถานที่ของสาขา ผลการศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่สาขา พบว่านักลงทุนได้ให้ความสำคัญต่อความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาด ในการวิเคราะห์หลักทรัพย์เป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 86.25 รองลงมาคือความซื่อสัตย์และความน่าไว้วางใจของเจ้าหน้าที่คิดเป็นร้อยละ 85.75 การให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่การตลาดคิดเป็นร้อยละ 80.50

สำหรับปัจจัยด้านการให้บริการของสาขาแก่นักลงทุนพบว่า มารยาทและท่าทีที่สุภาพของเจ้าหน้าที่การตลาดเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 83.75 รองลงมาคือคุณภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่คิดเป็นร้อยละ 81.75 การให้ของขวัญและที่ระลึกในโอกาสพิเศษคิดเป็นร้อยละ 74.75 ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกของสาขาแก่นักลงทุนพบว่า การที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 85.25 รองลงมาคือ การมีข้อมูลที่มีคุณภาพเพียงพอต่อการตัดสินใจในการลงทุนคิดเป็นร้อยละ 77.50 การที่สาขามีห้องวีไอพีไว้รับรองนักลงทุนอย่างเพียงพอคิดเป็นร้อยละ 75.50 ส่วนปัจจัยทางด้านสถานที่ของสาขาพบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญต่อสถานที่จอดรถที่เพียงพอ สะดวกสบายและปลอดภัยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาได้แก่การที่สาขามีทำเลที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงานคิดเป็นร้อยละ 52.75

**Independent Study Title**      The Behavior of Investors in Using the Branch of One  
Security Company in Chiang Mai Province

**Author**                              Miss Rungratcharin Jinnakaew

**Degree**                              Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai      Chairperson

Assoc.Prof.Pornthip Thiantheerawit      Member

Lect.Kansinee Kantawongworn      Member

**ABSTRACT**

In light of significant economic role of stock market in capital mobilization through stock brokers or stock exchange or asset management companies and the intense competition in the stock brokers market which led to the strategical increase in branch establishment by various stock companies, this study seeks to examine the investors' behavior and the factors affecting their choice of using services of branches of a renowned stock exchange company in Chiang Mai Province. The company had four branches to facilitate services for investors. This study collected information by questionnaire interview from 100 samples of investors who used services of each branch totaling 400 observations. The analysis was based on descriptive statistics including percentage and arithmetic mean.

The majority of the sampled investors could be characterized as male, 41-50 years old, married, bachelor's degree graduate, self-employed in private business, and having 30,000-50,000 baht monthly income. On behavioral patterns, most investors often chose the branch in their residential neighborhood taking about 15 minutes' trip, came alone, rarely participated in the activities or seminars organized at the branch, and virtually all of them used to get souvenirs from

the company's marketing officers they already knew before using the services of the branch of their choice.

On investment behavior generally the investors had 3 to 6 years investment making experiences and opened a cash account for stock trading purpose. However, investors could have more than one type of banking account and often have internet account as additional option. Their stock trading orders ranged between 4 - 20 per month. They most often telephone the marketing officers to give stock trading orders and generally for short-run investment involved about 50,001-100,000 baht each transaction, and made their decision upon information from television and radio.

Factors considered to have effect on the investors' choice of stock exchange company's branch included performance of the branch's workers, service quality, facilities, and location. This study found that for the performance factor, investors placed prior importance on the element of analytical capability of marketing staff (86.25%) followed by the honesty and accountability of the staff (85.75%) and advice and information provided by the marketing officers (80.50%)

For service quality of the branch investors assigned primary importance to the polite manner of marketing staff (83.75%) followed by service quality of the staff (81.75%) and provision of gifts and souvenirs in special occasions (74.75%). In terms of facilities, investors considered availability of modern computer machines and technologies most important (85.25%) followed by the possession of information with satisfactory quality and adequate availability to assist investment decision (77.50%) and the adequate VIP rooms to accommodate the visiting investors. For the factor of place or location of the branch, investors under study viewed adequate, convenient, and safe parking space the most desirable (72.50%) and their next most preferred element was the proximity of the branch to their residence or office (52.75%).