

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกใช้บริการสาขาของบริษัทหลักทรัพย์
แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักลงทุนในการเลือกใช้บริการสาขา
ของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง โดยการสำรวจพฤติกรรมของนักลงทุนสาขาใดสาขาหนึ่ง โดยมี
กรอบ ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

1.ด้านประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่สาขา

- ความสามารถในการวิเคราะห์หลักทรัพย์
ของเจ้าหน้าที่การตลาด
- การบริหารงานของผู้จัดการสาขา

2.ด้านการให้บริการของแต่ละสาขา

- การจัดสัมมนา
- การเลี้ยงรับรองลูกค้า
- ของขวัญและของที่ระลึก
- คุณภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่

3.ด้านการอำนวยความสะดวกของสาขา

- มีห้องวีไอพี
- มีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ

4.ด้านสถานที่ของสาขา

- สถานที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (ระยะเวลา)
- สถานที่จอดรถเพียงพอ และความสะอาด
ปลอดภัย

การเลือกใช้
บริการ
ในแต่ละสาขา

จากกรอบแนวคิดดังกล่าวข้างต้น การที่นักลงทุนจะเลือกใช้บริการสาขาใดสาขาหนึ่งนั้น อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 4 ประการ คือประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่สาขา การบริการของแต่ละสาขา การอำนวยความสะดวกของสาขา และสถานที่ของสาขา โดยที่ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ จะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาของบริษัทดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่สาขา ประกอบด้วย

ความสามารถในการวิเคราะห์หลักทรัพย์ของเจ้าหน้าที่การตลาด ว่ามีความรู้ความเข้าใจในด้านหลักทรัพย์อย่างไร เพราะสิ่งนี้เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากสำหรับการสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุน ถ้าหากมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้มากย่อมจะส่งผลประโยชน์ทั้งลูกค้าเองและบริษัทฯ ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในสาขาใดสาขาหนึ่ง

การบริหารงานของผู้จัดการสาขา มีผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาของนักลงทุนเช่นกัน เพราะหากมีการบริหารงานไม่ดีแล้วอาจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของนักลงทุนได้ เช่น การบริหารคนหรือการจัดสรรคนให้เหมาะสมกับงาน หากสามารถจัดสรรได้เหมาะสม เป็นเหตุให้ลูกค้าพอใจในบริการของเจ้าหน้าที่การตลาดคนนั้น ลูกค้าย่อมกลับมาใช้บริการที่สาขาในครั้งต่อไป เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านการบริการของแต่ละสาขา ประกอบด้วย

การจัดสัมมนา หากสาขาที่มีการจัดการสัมมนาให้ข้อมูลทางด้านหลักทรัพย์ โดยผู้เชี่ยวชาญที่รู้จริงแล้ว นักลงทุนย่อมปรารถนาจะลงทุนในสาขานั้นมากกว่าในสาขาที่จัดสัมมนาได้ไม่ดีพอ

การเลี้ยงรับรองลูกค้า แสดงถึงความเอาใจใส่นักลงทุน หากสาขาใดมีการปฏิบัติต่อนักลงทุนอย่างดี เช่น ในช่วงเวลาช้อปปิ้ง มีการเสิร์ฟ ชา กาแฟ โอวัลติน พร้อมชุดขนมเล็กๆ เพียงเท่านั้น นักลงทุนก็สามารถเห็นความแตกต่างของสาขาได้ หรือแม้กระทั่ง การจัดเลี้ยงรับรองลูกค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นการเลี้ยงขอบคุณลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวน่าจะส่งผลที่ดีต่อสาขานั้นๆ ของบริษัทและย่อมส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในสาขาใดสาขาหนึ่งอีกด้วย

ของขวัญและของที่ระลึก ถือเป็นยุทธวิธีทางการตลาดที่ได้ผลอย่างยิ่งที่บริษัทห้างร้านต่าง ๆ นำมาใช้ รวมทั้งบริษัทหลักทรัพย์ด้วย ซึ่งการมอบของขวัญให้กับลูกค้าหรือนักลงทุนในช่วงวันพิเศษ หรือเทศกาลต่างๆ เช่น วันคล้ายวันเกิด วันขึ้นบ้านใหม่ วันขึ้นปีใหม่ วันครบรอบวันก่อตั้งบริษัท เป็นต้น ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้จัดการสาขา ดังนั้น ย่อมส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาใดสาขาหนึ่ง

คุณภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เป็นการวัดความพึงพอใจของนักลงทุนสำหรับบริการแต่ละด้านที่สาขาจัดให้ หากนักลงทุนมีความพึงพอใจในบริการด้านต่างๆที่สาขาจัดให้ย่อมส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในสาขานั้นๆอีกด้วย

3. ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกของสาขา ประกอบด้วย

ห้องวีไอพี การมีห้องวีไอพีเป็นการอำนวยความสะดวกอย่างมากแก่นักลงทุน โดยที่ห้องวีไอพี เป็นห้องที่มีความเป็นส่วนตัวและมีเครื่องอำนวยความสะดวกมากมาย เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ ตู้เย็น เป็นต้น การที่สาขาในแต่ละสาขามีห้องวีไอพีที่เพียงพอต่อความต้องการของนักลงทุนย่อมเป็นปัจจัยบวกส่งผลโดยตรงต่อการเลือกใช้บริการของสาขาใดสาขาหนึ่ง เพราะหากสาขาใดไม่มีห้องวีไอพีรับรองลูกค้าเพียงพอ อาจทำให้เกิดการเปรียบเทียบของลูกค้าเองในการเลือกใช้บริการสาขาใดสาขาหนึ่ง

คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ในการซื้อขายหลักทรัพย์นั้นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องอาศัยความรวดเร็ว และความถูกต้องในการส่งข้อมูล นักลงทุนมักพึงพอใจต่อสาขาที่มีเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยไว้คอยบริการ มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีคอมพิวเตอร์ที่สามารถอ่านข้อมูลด้วยความเร็ว ไม่ต้องมานั่งรอการดึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพราะนักลงทุนต้องการข้อมูลอย่างทันใจ หากสามารถบริการได้รวดเร็วด้วยเทคโนโลยีแล้ว นักลงทุนย่อมเห็นถึงความแตกต่างของสาขา ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาใดสาขาหนึ่งของนักลงทุนแน่นอน

ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ นอกจากข้อมูลที่มีปริมาณเพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนแล้วนั้น ข้อมูลที่มีคุณภาพ มีการกรองข้อมูลก่อนนำมาให้ลูกค้า มีข้อมูลที่เจาะลึกจากข่าววงใน ข้อมูลเหล่านี้มักเป็นข้อมูลที่มีมูลค่า สาขาที่นำเสนอข้อมูลคุณภาพเหล่านี้ให้แก่แก่นักลงทุนย่อมมีข้อได้เปรียบในการเลือกใช้บริการสาขาใดสาขาหนึ่งของนักลงทุน

4. ปัจจัยด้านสถานที่ของสาขา ประกอบด้วย

สถานที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (ระยะเวลา) หากสาขาใดสาขาหนึ่งมีทำเลที่ตั้งใกล้กับบ้านหรือที่อยู่อาศัยของนักลงทุน มักเป็นเหตุผลแรกๆที่นักลงทุนจะตัดสินใจเลือกมาใช้บริการ เพราะสามารถเดินทางได้สะดวก และประหยัดเวลา มากกว่าสาขาที่ไกลออกไป หรือสาขาที่มีปัญหาด้านการจราจร

สถานที่จอดรถ และความสะดวกปลอดภัย ดังจะเห็นได้จากร้านค้าขนาดใหญ่ ร้านค้าขนาดเล็ก ไปจนถึง กิจการค้าขนาดใหญ่ ต่างใช้งบประมาณไปอย่างมากในการจัดสรรที่จอดรถให้เพียงพอแก่ลูกค้า เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการต่างใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทาง

ดังนั้นหากสาขาใดมีการจัดสรรสถานที่จอดรถให้เพียงพอ สะดวก และปลอดภัย ให้แก่นักลงทุน ย่อมดึงดูดให้นักลงทุนมาใช้บริการที่สาขานั้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาใดสาขาหนึ่งนั้น โดยแท้จริงแล้วถูกกำหนดโดย ลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และ ประสบการณ์การลงทุน องค์กรประกอบที่จะกำหนดความคิด รสนิยม ความมีเหตุมีผลต่อเรื่องใดเรื่อง หนึ่งแตกต่างกันออกไป โดยรวมก็คือ จะกำหนดความเป็นปัจเจกบุคคล ซึ่งจะทำให้สนองต่อปัจจัย ที่มีผลในการเลือกใช้บริการในสาขาใดสาขาหนึ่งแตกต่างกันออกไป

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. ข้อมูลของนักลงทุน ได้จากการสุ่มตัวอย่างนักลงทุนที่เป็นบุคคลธรรมดา ซึ่งเป็นลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง จำนวน 4 สาขา สาขาละ 100 ราย รวมทั้งสิ้น 400 ราย
2. ข้อมูลของเจ้าหน้าที่การตลาด ได้จากการสุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่การตลาดของแต่ละสาขา สาขาละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 40 ราย

3.3 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสาขาของนักลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์แห่ง หนึ่ง ประกอบด้วย

รูปแบบการเดินทางของนักลงทุน

ระยะเวลาที่มาใช้บริการในสาขา

ลักษณะการเดินทางมายังสาขาของนักลงทุน

พฤติกรรมในการลงทุน โดยพิจารณาจากลักษณะการลงทุนว่าเป็นนักลงทุนแบบใด แบบ ใ้แก่กำไร ลงทุนระยะสั้น ระยะกลาง หรือระยะยาวซึ่งทำให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการลงทุน, แหล่งที่มาของเงินลงทุน. จำนวนครั้งในการสั่งซื้อขายหลักทรัพย์, แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการลงทุน และปริมาณเงินในการซื้อขายหลักทรัพย์ต่อเดือน

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านต่างๆที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาของ นักลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง ได้แก่

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่สาขา

ปัจจัยด้านการให้บริการของแต่ละสาขา

ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวกของสาขา

ปัจจัยด้านสถานที่ของสาขา

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสาขาของนักลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์แห่งหนึ่ง โดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ว่าปัจจัยแต่ละตัว มี ผลต่อการเลือกใช้บริการสาขา ใช่ หรือ ไม่ใช่ โดยให้คะแนนเป็น 1 และ 0

3. การศึกษาประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่การตลาดในแต่ละสาขา จะทำโดยการวัดความรู้ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่การตลาดในการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านหลักทรัพย์ โดยการกำหนดคำถามเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปของการลงทุนในหลักทรัพย์ โดยให้เจ้าหน้าที่การตลาดตอบแบบสอบถามแล้วให้คะแนน และหาค่าเฉลี่ยคะแนนของแต่ละสาขา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved