

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์
ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ

**FACTORS INFLUENCING THE DECISION MAKING TO CHOOSE
SECURITIES COMPANIES' INTERNET SECURITIES CHANNEL
OF RETAIL INVESTORS**

รัสรินทร์ เลิศลัทธภรณ์, เอก ชูณหัชชาชัย

¹
Russarin Lerdlutthaphorn, Ake Choonhachatrachai²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ โดยศึกษาลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน การให้บริการด้านต่างๆ ของบริษัทหลักทรัพย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ

การดำเนินการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักลงทุนทั่วไปภายในประเทศที่ลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 439 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ

ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36-55 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ย 30,001-50,000 บาท/เดือน มีประสบการณ์การลงทุน 1-5 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็งกำไรส่วนต่างราคา ลงทุนระยะสั้น มูลค่าพอร์ตการลงทุนต่ำกว่า 500,000 บาท ใช้โปรแกรม Streaming ในการซื้อขาย และซื้อขายผ่านมือถือ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการปัจจัยด้านผู้แนะนำการลงทุน ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก ด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการบริษัทหลักทรัพย์มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ($\beta = 0.348$) ปัจจัยด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก ($\beta = 0.342$) ปัจจัยด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ($\beta = 0.309$) ปัจจัยข่าวสารและบทวิเคราะห์ ($\beta = 0.268$) ปัจจัยผู้แนะนำการลงทุน ($\beta = 0.261$) และปัจจัยสุดท้ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย ($\beta = 0.192$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: บริษัทหลักทรัพย์ นักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

Abstract

The purpose of this research was to study factors influencing the decision making to choose securities companies' internet securities channel of retail investors. The study includes demographic data,

¹ Master of Business Administration, Stamford International University, Corresponding Author, E-mail Address: mintierussarin@gmail.com

² DBA Associate Dean, Graduate School, Stamford International University, E-mail Address: ake.choonhachatrachai@stamford.edu

investment behavior of retail investor, various services providing of securities companies that influence the decision making to choose securities companies via internet channels of retail investors.

Research Methodology: The sample consisted of 439 retail investors who used to invest through the internet channel and research conducted quantitative to collect the data by the online questionnaire. The statistics used for data analysis were includes frequency, percentage, mean and standard deviation. The statistics for hypothesis testing were t-test, One-Way analysis of variance and Multiple Regression Analysis.

Research findings were as follows: Most of retail investors are male, aged 36-55 years old, the status of retail investors was single, the educational background of the retail investors was Bachelor's degree, employed as a private company employee, the average income 30,001-50,000 baht / month. The investment behaviors have the experience 1-5 years, purposing to speculate, short-term investment, the value trading portfolio is less than 500,000 baht, using the Streaming program for trading and mobile as trading tool. The results of hypothesis testing at the statistical significance level of 0.05 showed that the opinion of Investment Consultant, The reputation and reliability of securities companies, Trading fees, The systematic application supported for trading, The initial public offering allocation, News and analysis are positive influencing toward the decision making to choose services securities companies through Internet Channel of retail Investors. The most influential factors the decision making to choose securities companies' internet securities channel of retail investors is The reputation and reliability of securities companies (beta= 0.348), IPO allotment(beta= 0.342), the systematic application supported for trading (beta= 0.309), News and analysis (beta= 0.268), Investment Consultant (beta= 0.261) And, Trading fees (beta= 0.192) respectively.

Keywords: Securities Companies, Retail Investors, Internet Channel Trading

บทนำ

บทบาทของตลาดหุ้นไทยต่อระบบเศรษฐกิจไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ได้เสนอให้มีการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์ที่มีระบบระเบียบขึ้นเป็นครั้งแรก โดยเน้นให้มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งระดมเงินทุน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ จึงมีการจัดตั้ง "ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย" ขึ้นเป็นครั้งแรกตามพระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517 เพื่อให้มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกและมาตรการสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ที่เหมาะสม โดยเริ่มซื้อขายหลักทรัพย์เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2518 ปัจจุบันดำเนินงานภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2551 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า นอกจากตลาดหุ้นจะเป็นแหล่งระดมทุนที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อบริษัทจดทะเบียนแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนอีกด้วย เนื่องจากการลงทุนผ่านตลาดหุ้นเป็นการเพิ่มทางเลือกให้นักลงทุนที่นอกเหนือจากการฝากเงิน ยังสามารถสร้างโอกาสในการการเพิ่มผลตอบแทนให้ชนะเงินเฟ้อ ซึ่งหนึ่งการลงทุนในตลาดหุ้นที่น่าสนใจและยังได้รับการยกเว้นภาษีในกำไรที่มาจากส่วนต่างของราคา ก็คือ การลงทุนในตลาดหุ้น ที่นอกจากกำไรในส่วนต่างราคาแล้ว บางบริษัทยังมีอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผลที่สูงกว่าการลงทุนในตลาดเงินด้วย ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้นักลงทุนหันมาลงทุนในตลาดหุ้นมากยิ่งขึ้น ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ส่งผลให้แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยยังคงอยู่ในระดับต่ำและมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้นักลงทุนหันมาสนใจลงทุนในตลาดหุ้นมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ตลาดหุ้นมีมูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อวันเพิ่มมากขึ้นถึง 64,339 ล้านบาทต่อวัน ซึ่งเป็นระดับสูงสุดใหม่ในรอบ 3 ปี 3 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2556 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559) โดยมีมูลค่าซื้อขายเฉลี่ยต่อวัน แบ่งตามกลุ่มนักลงทุนมี 4 ประเภท คือ นักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ นักลงทุนต่างชาติ นักลงทุนสถาบัน และมีบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ จากการจำแนกกลุ่มนักลงทุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะเห็นว่าในระหว่างปี พ.ศ. 2558-ปัจจุบัน มีสัดส่วนมูลค่าการซื้อขายจากนักลงทุนต่างชาติเพิ่มขึ้น

ขณะที่สัดส่วนมูลค่าการซื้อขายมากที่สุดยังคงเป็นกลุ่มนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ซึ่งนักลงทุนกลุ่มนี้ยังมีผลต่อตลาดที่สำคัญมากที่สุดอีกด้วย

เมื่อการลงทุนในตลาดหุ้นเป็นการลงทุนที่น่าสนใจของนักลงทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เราจึงจำเป็นต้องมีตัวแทนซื้อขายหลักทรัพย์ ทำหน้าที่ดูแลและอำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนในการลงทุนที่สำคัญ คือ บริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ สามารถเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ได้โดยตรง เพื่อรองรับจำนวนนักลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นในตลาดหุ้น การเติบโตนี้ทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรงของบริษัทหลักทรัพย์ในประเทศไทย ส่งผลให้บริษัทหลักทรัพย์แต่ละแห่งต้องพยายามสร้างจุดเด่นและความแตกต่างในแต่ละด้านที่เลือกทำธุรกิจหรือบริการ เช่น กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย การแข่งขันลดค่าคอมมิชชั่น การปรับรูปแบบของการให้บริการ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อการบริหารทางการเงิน การพัฒนาระบบการซื้อขาย โปรแกรมการซื้อขาย เพราะการส่งคำสั่งทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้การซื้อขายผ่านทางโทรศัพท์ลดลง เนื่องจากลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจในการลงทุนมากขึ้น หรือการมีบริการหลังการขายที่ต่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุนแต่ละประเภทที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อสามารถดำเนินธุรกิจหลักทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถประกอบกิจการธุรกิจหลักทรัพย์ได้อย่างยั่งยืน

เนื่องมาจากในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนปัจจัยที่ 5 ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันผู้ใช้บริการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2559) เพราะมีประโยชน์มากมาย เช่น การหาข้อมูล การประชาสัมพันธ์ อ่านข่าวสาร สั่งอาหาร หรือแม้กระทั่งการลงทุนที่มีความสำคัญสำหรับนักลงทุนอย่างมาก จึงทำให้เกิดการลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่เติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสามารถลดต้นทุนผู้ประกอบการได้ด้วย จึงก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงในอุตสาหกรรมบริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้การซื้อขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปพัฒนาปรับใช้ในบริษัทหลักทรัพย์เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและเกิดประโยชน์สูงสุดกับนักลงทุนและบริษัทหลักทรัพย์เองด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ประสบการณ์ วัตถุประสงค์ ระยะเวลาลงทุน มูลค่าพอร์ตโปรแกรมสำหรับบริการซื้อขาย และเครื่องมือซื้อขาย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ

3. เพื่อศึกษาการให้บริการด้านต่างๆ ของบริษัทหลักทรัพย์ ได้แก่ ด้านผู้แนะนำการลงทุน ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก และด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 พฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ประสบการณ์ วัตถุประสงค์ ระยะเวลาลงทุน มูลค่าพอร์ตโปรแกรมสำหรับซื้อขาย และเครื่องมือซื้อขาย

1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการปัจจัยด้านต่างๆ ของบริษัทหลักทรัพย์ ได้แก่ ด้านผู้แนะนำการลงทุน ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก และด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ

สมมติฐานการวิจัย มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

2. พฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ประสบการณ์ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ระยะเวลาการลงทุน มูลค่าพอร์ตโปรแกรมสำหรับซื้อขาย และเครื่องมือสำหรับซื้อขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการปัจจัยด้านต่างๆ ของบริษัทหลักทรัพย์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีการลงทุน

บุญรุ่ง จันทรินาค (2554) กล่าวถึง การลงทุน หมายถึง การนำเงินออมมาแปรสภาพเป็นเงินลงทุนเพื่อให้เกิดผลตอบแทนหรือความพึงพอใจตามความคาดหวัง หรือการนำหลักทรัพย์ที่ซื้อไว้ ออกไปแสวงหาผลประโยชน์ เพื่อให้เกิดกำไรในอนาคต ซึ่งการลงทุน มี 2 รูปแบบ คือ การลงทุนที่ทำให้เกิดรายได้ประจำ เช่น การซื้อพันธบัตร ได้รับผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย การซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ หรือ ซื้อหน่วยลงทุนจากกองทุนรวม และการลงทุนที่ทำให้เกิดรายได้ผันแปร เช่น การซื้อหุ้นสามัญ ได้รับเงินปันผลตามผลกำไร การซื้ออสังหาริมทรัพย์ บ้าน ที่ดิน ที่มีโอกาสได้กำไรจากการขายที่ดินต่อ

ไพบุญย์ เสรีวิวัฒนา (2549, น. 6) กล่าวถึงการศึกษาทฤษฎีการลงทุนกับพฤติกรรมการลงทุนหุ้นในประเทศไทย เพื่อให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าจากการนำทฤษฎีทางการเงินพื้นฐานมาพัฒนาและประยุกต์สำหรับบริหารการลงทุนในหุ้น บริหาร Portfolio ประกอบด้วย Concept ของ Mean-Variance เชื่อว่า การตัดสินใจทางการเงินอยู่บนพื้นฐาน 2 ประการคือ ผลตอบแทนและความเสี่ยง ไม่นับรวมปัจจัยอื่นๆ เช่น ผลจากจิตวิทยา Concept ของ Diversification แนวคิดของ Markowitz ที่เน้นการกระจาย ด้วยการนำสินทรัพย์ที่มีความสัมพันธ์ของผลตอบแทนที่ต่ำมารวมกันในพอร์ต Portfolio และ Concept ของ Market Efficiency เชื่อว่าตลาดการเงินมีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงควรกระจายการลงทุน เพื่อหาระดับผลตอบแทนที่เหมาะสม และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และใช้กลยุทธ์ซื้อและถือยาวเพื่อลดค่าใช้จ่าย

Charles (1988) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการลงทุนของนักลงทุน เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์การลงทุน โดยเรียกว่า “ทฤษฎีดาว” ซึ่งทฤษฎีนี้เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการพัฒนาแนวทางการวิเคราะห์ทางเทคนิคของนักลงทุน สามารถจับการเคลื่อนไหวของแนวโน้มตลาดครั้งใหญ่ได้ เพราะตลาดถูกขับเคลื่อนโดยอารมณ์ของตลาด โดยทฤษฎีดาวอธิบายถึงพฤติกรรมของตลาดหุ้นที่ยังคงเหมือนเดิม เกิดขึ้นซ้ำๆ เจกเช่นเดียวกับอดีตเมื่อ 100 ปีที่แล้วที่จะช่วยให้ให้นักลงทุนเรียนรู้ข้อเท็จจริง ไม่ใช่ตั้งข้อสมมติฐานและคาดการณ์ล่วงหน้า เพราะการคาดเดาของตลาดเป็นเรื่องยาก กฎของดาวมีความเชื่อว่าความสำเร็จเกิดจากการศึกษาที่จริงจังและการวิเคราะห์ที่มีทั้งความสำเร็จและความผิดพลาด

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น การลงทุน หมายถึง การนำเงินออมและรายได้มาซื้อขายสินทรัพย์เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนตามคาดหวัง ซึ่งได้แก่ ลงทุนหุ้นหรือหลักทรัพย์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการลงทุนหรือได้รับเงินปันผลและกำไรส่วนต่างราคา หรือ ขายหุ้นจากส่วนต่างราคา ซึ่งจะมากหรือน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงของหลักทรัพย์นั้น การลงทุนมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนจึงควรศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจลงทุน

ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกเชิงเหตุผล

ยูวดี อริยานนท์ (2552, หน้า 16) กล่าวถึง พฤติกรรมเลือกเชิงเหตุผล สามารถอธิบายได้ว่า มนุษย์มีพฤติกรรมที่จะเลือกวิถีทางที่ดีที่สุด เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีที่สุด บรรลุเป้าหมายสุดท้าย โดยมีเหตุผลเป็นบรรทัดฐานของ

ความคิดดังกล่าวสนับสนุน การเลือกเชิงเหตุผลนั้นเป็นการกระทำอันมาจากแรงจูงใจ จากผลประโยชน์ของตนเอง โดยเลือกท่ามกลางตัวเลือกมากมาย แต่จะเลือกอยู่บนพื้นฐานของความพึงพอใจและโอกาส ความพึงพอใจเหล่านี้จะได้รับการตอบแทนในแง่ของอรรถประโยชน์สูงสุด

จากการศึกษาทฤษฎีการตัดสินใจเลือกเชิงเหตุผลดังกล่าว การตัดสินใจลงทุนและเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จะนำทฤษฎีการตัดสินใจเลือกเชิงเหตุผลมาประกอบการพิจารณาอย่างรอบคอบในตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์สูงสุด

แนวคิดการให้บริการ

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคกุล (2549, น. 29) กล่าวว่า การให้บริการอย่างมีคุณภาพเป็นการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในเวลาที่เขาต้องการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

Kotler (2003) ได้กล่าวไว้ว่า บริการเป็นกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง กิจกรรมดังกล่าวไม่มีตัวตนและไม่มีใครเป็นเจ้าของ และบริการมีความสำคัญในแง่ของการจัดการทางการตลาด

สุนันทา ทวีผล (2550, น. 13) กล่าวถึงการให้บริการ ต้องสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ บริการจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกัน ทั้งนี้การบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการข้างต้น การบริการ หมายถึง การดำเนินกิจกรรม โดยคำนึงถึงความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ เพื่อประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการของนักลงทุนอย่างดียิ่งเยี่ยม โดยยึดหลักความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง ปลอดภัย โปร่งใส และเป็นธรรมชาติอย่างสม่ำเสมอ นำพาซึ่งความประทับใจแก่ผู้รับบริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท ทั้งนี้การบริการเป็นหัวใจหลักที่สำคัญ ผู้แนะนำการลงทุนควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมให้บริการ อีกทั้งบริษัทหลักทรัพย์ใส่ใจในการบริการแต่ละด้านอย่างเท่าเทียม สะดวกรวดเร็ว นำพาความประทับใจและเลือกรับบริการบริษัทหลักทรัพย์นั้น ๆ

บทบาทและคุณสมบัติของบริษัทหลักทรัพย์ที่ดี

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2558, น. 2) ได้กล่าวไว้ว่า บทบาทและคุณสมบัติของบริษัทหลักทรัพย์ที่ดี ต้องประกอบไปด้วย ต้องได้รับใบอนุญาตการเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) บริษัทหลักทรัพย์ต้องมีฐานะการเงินมั่นคงและน่าเชื่อถือ โดยมีทุนชำระตามเกณฑ์ที่กำหนดประกาศของสำนักงาน ก.ล.ต. (500 ล้านบาท) และทุกสิ้นวัน บริษัทหลักทรัพย์ต้องมีฐานะทางการเงิน และมีเงินกองทุนสภาพคล่องสุทธิ(Net Capital: NC) ตามเกณฑ์ที่กำหนดประกาศของสำนักงาน ก.ล.ต. และเป็นสมาชิกของสมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ ได้แก่ การชำระค่าเข้าเป็นนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ ค่าบำรุง และค่าบริการต่าง ๆ ให้แก่ตลาดหลักทรัพย์ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ นอกเหนือจากนั้น ต้องมีระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว และถูกต้อง ทันเหตุการณ์ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจหลักทรัพย์ในจำนวนที่เพียงพอต่อการประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ได้อย่างเหมาะสม มีนักวิเคราะห์การลงทุนและผู้แนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. คอยอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ และสนองคำสั่งซื้อขายให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และปลอดภัย ทั้งการจัดการเอกสาร การจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและเก็บข้อมูลของลูกค้าอย่างปลอดภัย เป็นความลับ และมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่ง สงสกุล (2559) ทำการศึกษาความแตกต่างทางด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมบริการธนาคารออนไลน์ธนาคารไทยพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาพิวเจอร์พาร์ครังสิต จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31-41 ปี โสตรระดับการศึกษาปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท เป็นพนักงานบริษัท ส่วนปัจจัยคุณภาพและการให้บริการพบว่า ความปลอดภัย มีความสัมพันธ์ต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมบริการธนาคารออนไลน์

ธนาคารไทยพาณิชย์ และปัจจัยอื่นๆ พบว่า ความภักดี มีความสัมพันธ์ต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมบริการธนาคารออนไลน์ธนาคารไทยพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

พงษ์ศักดิ์ โชติสิริกุลมนตรี (2558) ทำการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อยจังหวัดขอนแก่น การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถามนักลงทุนจากที่เคยลงทุนและที่ยังไม่เคยลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 385 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ลงทุนออมเงินเพื่อลงทุนด้วยตนเอง มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี ซื้อขายผ่านบัญชีเงินสด ติดต่อบริษัทหลักทรัพย์ประจำ 1 แห่ง ส่งคำสั่งซื้อขายเองที่ห้องค้า โดยถือครองหลักทรัพย์ 3-12 เดือน เป็นนักลงทุนระยะปานกลาง และลงทุนในหลักทรัพย์กลุ่มพลังงานมากเป็นอันดับหนึ่ง มีความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานเล็กน้อย ใช้เครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมน้อยและไม่วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทเลย มีความเข้าใจในหลักการหรือทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยทางเทคนิคเล็กน้อย เพราะใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ทางเทคนิคน้อย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ต่างประเทศ ปริมาณการซื้อขายจากต่างประเทศ ปริมาณการซื้อขายจากกองทุนรวมในประเทศ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในประเทศและต่างประเทศ ข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจต่างๆ ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์/ทีวี/วิทยุ ข่าวสารในห้องค้า คำแนะนำจากเพื่อน และจากนักวิเคราะห์ เจ้าหน้าที่ ชาวสื่อในตลาดและหมอดูหุ้นมีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ส่วนทัศนคติของนักลงทุนที่มีต่อกฎระเบียบของตลาดหลักทรัพย์พบว่า นักลงทุนเห็นด้วยกับการนำระบบ Net Settlement ระบบกำหนดค่าธรรมเนียมการซื้อขายเสรีและเห็นว่าค่าธรรมเนียมการซื้อขายมีความเหมาะสมดี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในงานวิจัย คือ นักลงทุนทั่วไปภายในประเทศที่ลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักลงทุนที่เคยใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์จาก บริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทราบแต่เพียงว่ามีจำนวนมาก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2559) ผู้วิจัยจึงใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะหลากหลาย โดยมีขอบเขตการเลือกกลุ่มนักลงทุนแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ การเลือกกลุ่มนักลงทุนของ 4 บริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งเลือกจากบริษัทสมาชิกที่ให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และจากอันดับส่วนแบ่งทางการตลาดของสายงานธุรกิจบริษัทหลักทรัพย์ ได้แก่ กลุ่มนักลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงก์กิมเอ็ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซียไชน์ จำกัด (มหาชน) เพราะเป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่ใหญ่และติดอันดับส่วนแบ่งทางการตลาด 1 ใน 5 ของบริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ในประเทศไทยที่ไม่มีธนาคารใหญ่ๆ ถือหุ้น (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2559) และเลือกกลุ่มนักลงทุนของบริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และบริษัทหลักทรัพย์ กลีกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือธนาคารกลีกรไทย จำกัด (มหาชน) เพราะเป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่ใหญ่และติดอันดับส่วนแบ่งทางการตลาด 1 ใน 10 ของบริษัทหลักทรัพย์นายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ในประเทศไทยที่มีธนาคารใหญ่ๆ ถือหุ้น (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2559) มีวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ในการแจกแบบสอบถามออนไลน์แก่กลุ่มนักลงทุนได้รับผลตอบกลับข้อมูลจำนวน 439 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากไม่สามารถควบคุมจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่าที่ผลตอบรับกลับมาภายในเวลาที่กำหนด ดังต่อไปนี้

- | | | |
|---|-----|----------|
| • บริษัทหลักทรัพย์ เมย์แบงก์กิมเอ็ง จำกัด (มหาชน) | 101 | ตัวอย่าง |
| • บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซียไชน์ จำกัด (มหาชน) | 111 | ตัวอย่าง |
| • บริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน) | 120 | ตัวอย่าง |
| • บริษัทหลักทรัพย์ กลีกรไทย จำกัด (มหาชน) | 107 | ตัวอย่าง |

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ ในรูปของ Google Spreadsheet โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากข้อมูลที่ศึกษางานเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์เพื่อสร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน คำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) ให้ผู้ตอบเลือกตอบตรงกับข้อเท็จจริงเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามปลายปิด ใช้การวัดระดับข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) และประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมกรรมการลงทุนของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต โดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ที่มีหลายคำตอบให้เลือกตอบให้ตรงกับพฤติกรรมกรรมการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ ประสบการณ์ในการลงทุน วัตถุประสงค์การลงทุน ระยะเวลาการลงทุน มูลค่าพอร์ต โปรแกรมสำหรับซื้อขาย เครื่องมือซื้อขายหลักทรัพย์ทางอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ เป็นคำถามที่ไขว้วัดปัจจัยทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านผู้นำการลงทุน ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก และด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ ประกอบด้วยข้อคำถาม 32 คำถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Likert scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งอภิปรายผลตามหลักอันตรภาคชั้น อาศัยสูตรคำนวณช่วงกว้างระหว่างอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \text{พิสัย (Range)} / \text{จำนวนชั้น (Class)} \\ &= (5-1) / 5 = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น การอภิปรายผลการวิจัย จึงมีเกณฑ์เฉลี่ย ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับน้อย และคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ประกอบด้วยข้อคำถามวัดการตัดสินใจ 6 คำถาม เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าคะแนน (Likert Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งอภิปรายผลตามสูตรคำนวณช่วงกว้างระหว่างอันตรภาคชั้น ซึ่งมีเกณฑ์เฉลี่ย ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในระดับน้อย และคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรง ความสมบูรณ์ของเนื้อหาในแบบสอบถามและข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามครอบคลุมเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ โดยตรวจสอบค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) จากดุลพินิจของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 5 ท่าน ประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถาบันการเงิน 3 ท่านและผู้เชี่ยวชาญภาควิชาการ 2 ท่าน โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้ คะแนน +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และคะแนน -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยเมื่อนำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทุกท่านมารวมและหารด้วยจำนวนของผู้เชี่ยวชาญ ผลสรุป คือ ผ่านเกณฑ์เสียงส่วนใหญ่ คือ 3 ท่าน หรือ ค่า IOC

ตั้งแต่ 0.60 (สรายุทธ กันหลง, 2555) มีค่าความเที่ยงตรง เหมาะสมใช้ได้ จึงสามารถนำแบบสอบถามดังกล่าวไปให้กลุ่มตัวอย่างลงความคิดเห็นต่อไป

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ว่าแต่ละข้อคำถามสอดคล้องกันหรือไม่ โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach, 1990, p.204) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับความน่าเชื่อถือที่ค่ามากกว่า 0.7 ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.959 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ จึงนำเอาแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) เพื่อหาข้อสรุปของสมมุติฐานงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน ประกอบด้วย สถิติการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ พบว่า นักลงทุนทั่วไปภายในประเทศที่ลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 244 คน มีอายุ 36-55 ปี มีจำนวน 222 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 272 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 227 คน มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด 202 คน มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท/เดือน มีจำนวน 124 คน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 439 ชุด พบว่า นักลงทุนทั่วไปภายในประเทศที่ลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต นักลงทุนส่วนใหญ่มีประสบการณ์การลงทุน 1-5 ปี มีจำนวน 259 คน เพื่อวัตถุประสงค์เก็งกำไรส่วนต่างราคา มีจำนวน 337 คน ส่วนใหญ่มีลักษณะการลงทุนระยะสั้น (ระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน) มีจำนวน 243 คน มีมูลค่าพอร์ตการลงทุนต่ำกว่า 500,000 บาท มีจำนวน 177 คน นักลงทุนส่วนใหญ่ใช้ Streaming มากที่สุดในการซื้อขายหลักทรัพย์ มีจำนวน 383 คน โดยเครื่องมือซื้อขายผ่านมือถือ มีจำนวน 239 คน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่างๆ ของบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

นักลงทุนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการปัจจัยด้านผู้แนะนำการลงทุนโดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ผู้แนะนำการลงทุนมีความซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผู้แนะนำการลงทุนมีความคุ้นเคย สนับสนุนกับลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 3.54

นักลงทุนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการปัจจัยด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือโดยรวมของบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์ต้องมีคุณสมบัติตรงตามการเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ บริษัทหลักทรัพย์มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีมีค่าเฉลี่ย 3.71

นักลงทุนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขายโดยรวมของบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ มีค่าธรรมเนียมการซื้อขายที่ระบุไว้ชัดเจน ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมของบริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการมีความยืดหยุ่นสามารถต่อรองได้ มีค่าเฉลี่ย 3.68

นักลงทุนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการปัจจัยด้านโปรแกรมที่ใช้บริการโดยรวมของบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ มีระบบโปรแกรม Streaming ที่ให้บริการง่าย สะดวก รวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีโปรแกรมเสริม ช่วยเทรด ช่วยหยุดขาดทุน มีค่าเฉลี่ย 4.05

นักลงทุนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการปัจจัยด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก (IPO) โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การจัดสรรหุ้นไอพีโอจากบริษัทหลักทรัพย์ที่เป็นที่ปรึกษาและจัดจำหน่ายโดยตรงมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการจัดสรรหุ้นไอพีโอให้แก่ลูกค้าอย่างโดดเด่นมาตลอด มีค่าเฉลี่ย 3.62

นักลงทุนมีความคิดเห็นต่อการให้บริการปัจจัยด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์โดยรวมของบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการอัปเดตบทวิเคราะห์ที่สม่ำเสมอ ทั้งรายปี รายเดือน รายวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีข้อมูลข่าวสารด้านการลงทุนที่ครบวงจร หลากหลายตรงตามความต้องการของนักลงทุน มีค่าเฉลี่ย 4.12

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต
ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 439 ชุด พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศโดยรวมตัดสินใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีการตัดสินใจในระดับมาก โดยการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเกิดจากระบบโปรแกรมที่ใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านค่าธรรมเนียม ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ ด้านคำแนะนำการลงทุน ตามลำดับ และการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การตัดสินใจเกิดจากการจัดสรรหุ้นไอพีโอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศโดยรวมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2: พฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ประสบการณ์ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ระยะเวลาการลงทุน มูลค่าพอร์ต โปรแกรมสำหรับซื้อขาย และเครื่องมือสำหรับซื้อขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ประสบการณ์ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ลักษณะการลงทุน มูลค่าพอร์ต โปรแกรมสำหรับซื้อขาย และเครื่องมือสำหรับซื้อขาย ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศโดยรวมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่าง ๆ ของบริษัทหลักทรัพย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่าง ๆ ของบริษัทหลักทรัพย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในภาพรวมแสดงให้เห็นว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการด้านคำแนะนำการลงทุน ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก และด้านข่าวสาร

และบทวิเคราะห์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Significance ที่ 0.000 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

การตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต	B	Beta	t	Sig.
- ด้านผู้แนะนำด้านการลงทุน	.202	.261	7.753	.000
- ด้านชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	.269	.348	10.347	.000
- ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย	.148	.192	5.694	.000
- ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ	.239	.309	9.189	.000
- ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก (IPO)	.265	.342	10.160	.000
- ด้านข่าวสาร และบทวิเคราะห์	.207	.268	7.952	.000

หมายเหตุ *อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

R Square = .510 , F = 75.084 , P < 0.05

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ (beta= 0.348) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก (beta= 0.342) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ (beta= 0.309) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในระดับน้อย ได้แก่ ด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ (beta= 0.268) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านผู้แนะนำการลงทุน (beta= 0.261) และด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย (beta= 0.192) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = .510) พบว่า ด้านผู้แนะนำการลงทุน ด้านชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก และด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 51 ส่วนที่เหลือมาจากปัจจัยด้านอื่นๆ ปัจจัยด้านผู้แนะนำการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ $t = 7.753$, ปัจจัยด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ $t = 10.347$, ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ $t = 5.694$, ปัจจัยด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ $t = 9.189$, ปัจจัยด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ $t = 10.160$ และปัจจัยด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ $t = 7.952$ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ $F = 75.084$ ค่า Sig. ของตัวแปรทั้งหมด มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีผลต่อตัวแปรตาม

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนุชนลิน ต้นสุวรรณรัตน์ (2556) ทำการศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ โดยในรายละเอียดย่อยพบว่า อายุมีผลต่อการตัดสินใจเลือกในด้านราคา ซึ่งอายุ 20 - 29 ปี ให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์มากกว่าคนที่มียุมากกว่า และในรายละเอียดย่อย รายได้มีผลต่อการตัดสินใจในด้านราคาและบริการเสริมอื่นๆ โดยกลุ่มที่มีรายได้น้อย คือ ประมาณ 12,501 - 25,000 บาท ให้ความสำคัญในการตัดสินใจด้านราคาและบริการเสริมอื่นๆ ประกอบการตัดสินใจเลือกมากที่สุด และในรายละเอียดย่อยอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจในด้านราคา ซึ่งกลุ่มอาชีพราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญในด้านนี้มากที่สุด

2. จากการศึกษาพฤติกรรมการลงทุน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนุชนลิน ต้นสุวรรณรัตน์ (2556) ทำการศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ประสบการณ์ในการลงทุน วัตถุประสงค์ และมูลค่าพอร์ตการลงทุน โดยในรายละเอียดย่อยพบว่า ประสบการณ์ในการลงทุนที่แตกต่างกัน มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านบริการเสริมอื่นๆ และในรายละเอียดมูลค่าพอร์ตการลงทุนมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในปัจจัยด้านราคา โดยพอร์ตใหญ่ที่มีมูลค่ามากกว่า 5 ล้านบาทขึ้นไปให้ความสำคัญในปัจจุบันเรื่องราคามากกว่าพอร์ตเล็ก

3. จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่าง ๆ ของบริษัทหลักทรัพย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ จากข้อมูลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\beta = 0.348$) ซึ่งหมายความว่า บริษัทหลักทรัพย์ที่ดีควรจะต้องมีคุณสมบัติตรงตามการเป็นสมาชิกของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญที่ทำให้บริษัทหลักทรัพย์มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉิมา รักสถาพรพันธ์ (2557) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของนักลงทุน พบว่า ปัจจัยด้านชื่อเสียงและความโปร่งใสของบริษัทหลักทรัพย์มีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ เนื่องจากในการทำธุรกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์นั้น นักลงทุนจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมเป็นหลัก การมีบริษัทหลักทรัพย์ที่เชื่อถือได้ จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและภักดีในการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธัชพล โยบัวแก้ว (2556) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการส่งผลกระทบต่อทัศนคติของบริษัทหลักทรัพย์ในด้านทัศนคติ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการและความปลอดภัยจากการใช้บริการกับบริษัทหลักทรัพย์ที่ใช้บริการอยู่ ดังนั้นชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ จึงเป็นปัจจัยที่ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ด้านการจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก จากข้อมูลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจจริงลงมา ($\beta = 0.342$) ซึ่งหมายความว่า การจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรกต่อให้นักลงทุน จะทำให้ให้นักลงทุนมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่นอกเหนือจากกำไรส่วนต่างในการลงทุน ซึ่งถือเป็นสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมในการทำการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาจากงานวิจัย อิศริย์ จุลจิราภรณ์ (2550) พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ใน

ระดับมาก โดยให้ความสำคัญระดับกลางกับการจัดสรรหุ้นจองเพื่อจูงใจ นอกเหนือจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉิมา รักสถาพรพันธ์ (2557) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของนักลงทุน พบว่า และการจัดสรรหุ้นที่มีการเสนอขายเป็นครั้งแรก (IPO) นั้นเป็นการให้สิทธิประโยชน์กับนักลงทุนมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ด้านระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ จากข้อมูลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ ($\beta = 0.309$) ซึ่งหมายความว่า นักลงทุนจะมีความรู้ ความเข้าใจในการลงทุนและตัดสินใจลงทุนได้ดีมากยิ่งขึ้น ถ้านักลงทุนมีระบบโปรแกรมที่ใช้บริการในด้านต่าง ๆ ที่ช่วยสนับสนุนการวิเคราะห์มากยิ่งขึ้น จึงเป็นผลดีต่อนักลงทุนที่แต่ละบริษัทหลักทรัพย์สนับสนุนแตกต่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง ที่สามารถเพิ่มโอกาสในการวิเคราะห์และวางแผนการลงทุนได้ดีมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ถ้ามีโปรแกรมการซื้อขายที่มีมาตรฐาน มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ ยิ่งเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธัชพล โยบัวเทศ (2556) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก เรื่องการมีโปรแกรมการซื้อขายหลักทรัพย์ที่เป็นไปตามมาตรฐาน มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัยสูง อีกทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์มีความทันสมัย พร้อมให้บริการที่มีความสำคัญในการลงทุน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ จากข้อมูลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ ($\beta = 0.268$) เพราะหากข้อมูลข่าวสารและบทวิเคราะห์ที่อัปเดตอย่างสม่ำเสมอ ทันเหตุการณ์ ถูกต้องแม่นยำ จะเป็นประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจให้นักลงทุน ช่วยให้ตัดสินใจได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉิมา รักสถาพรพันธ์ (2557) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของนักลงทุน พบว่า ปัจจัยด้านบทวิเคราะห์ที่มีความถูกต้องและส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลทางบวกในการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งนักลงทุนให้ความสำคัญบทวิเคราะห์ที่ถูกต้อง แม่นยำ ทันต่อเหตุการณ์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ นอกจากนี้เพื่อความสะดวกของลูกค้าในการได้รับข้อมูลข่าวสารได้ทันเหตุการณ์ บริษัทหลักทรัพย์อาจจัดส่งข้อมูลข่าวสารหลากหลายช่องทางเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นุชนลิน ดันสุวรรณ์รัตน์ (2556) พบว่า ปัจจัยย่อยในการบริการจัดส่งบทวิเคราะห์ที่หลากหลายช่องทาง ทั้งเว็บไซต์และอีเมล เป็นปัจจัยรองที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการหลักทรัพย์ ซึ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบทวิเคราะห์และสามารถตัดสินใจลงทุนได้ทันทันที

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ด้านคำแนะนำการลงทุน จากข้อมูลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ ($\beta = 0.261$) ซึ่งผู้แนะนำการลงทุนควรมีความซื่อสัตย์ มีประสบการณ์ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการดูแลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ดีต่อการเป็นผู้แนะนำการลงทุน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉิมา รักสถาพรพันธ์ (2557) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของนักลงทุน พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ในด้านความรู้ ความซื่อสัตย์มีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของนักลงทุน เพราะอาชีพผู้แนะนำการลงทุนต้องมีความเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของลูกค้า ดังนั้นความซื่อสัตย์สุจริตจึงเป็นสิ่งสำคัญมากในการเป็นผู้แนะนำการลงทุน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ด้านค่าธรรมเนียมการซื้อขาย จากข้อมูลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ ($\beta = 0.192$) เพราะเนื่องจากค่าธรรมเนียม เป็นต้นทุนในการลงทุนของลูกค้า ถ้าลูกค้าได้รับทางเลือกในการใช้บริการที่มีค่าธรรมเนียมที่ถูกลง ลูกค้าก็มีต้นทุนที่ถูกลง และมีโอกาสทำกำไรหรือกำไรส่วนต่างราคาได้มากยิ่งขึ้น บริษัทหลักทรัพย์จึงหันมาแข่งขันทางด้านราคา เพื่อปรับลดต้นทุนเป็นสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อิศริย์ จุลจิราภรณ์ (2550) และอลิสรา ว่องจริงใจ (2552) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยย่อยที่นักลงทุนให้

ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียม นอกเหนือจากนั้นสอดคล้องของ นุชนลินต้นสุวรรณรัตน์ (2556) พบว่า นักลงทุนที่มีมูลค่าพอร์ตการลงทุนที่ใหญ่ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยค่าธรรมเนียมนี้ในการเลือกรับบริการบริษัทหลักทรัพย์เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการทำวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ อีกทั้งพฤติกรรมการลงทุนไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าการลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเข้าถึงคนทุกกลุ่ม ทุกพฤติกรรมการลงทุนได้ง่ายมากยิ่งขึ้น (รินใจ ชารคพิพัฒน์, 2560) ดังนั้นการวางแผนการตลาดสำหรับขยายธุรกิจ ควรทำการตลาดโดยรวม และมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทางด้านอื่น ๆ แทน ดังเช่นการสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์

2. สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ ในสายงานบริษัทหลักทรัพย์ เพื่อให้เข้าใจและสามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศที่ลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตในการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางให้แก่บริษัทหลักทรัพย์นำไปใช้ประกอบการพิจารณาในการวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการและพัฒนาธุรกิจบริษัทหลักทรัพย์ในด้านต่าง ๆ อาทิ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ การจัดสรรหุ้นแก่ประชาชนครั้งแรก ระบบโปรแกรมที่ใช้บริการ ข่าวสาร และบทวิเคราะห์ ผู้แนะนำการตลอดจนค่าธรรมเนียมการซื้อขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. สำหรับบุคลากรในสายงานหลักทรัพย์ โดยเฉพาะผู้แนะนำการลงทุนควรได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถและจรรยาบรรณวิชาชีพในการให้บริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจสูงสุด ส่งผลให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกรับบริการมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศที่ลงทุนผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ซึ่งศึกษานักลงทุนที่ตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์เฉพาะเพียงแค่สี่บริษัทหลักทรัพย์ที่น่าสนใจ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งต่อไป นักวิจัยควรทำการศึกษากลุ่มประชากรตัวอย่างอื่น ๆ เพิ่มเติม เพราะเนื่องจากในภาคธุรกิจบริษัทหลักทรัพย์ที่เปิดให้บริการด้านการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมีถึง 31 บริษัทหลักทรัพย์ที่น่าศึกษา

2. ควรทำการวิจัยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ในกลุ่มจำกัดที่เล็กกว่าในประเทศไทย เช่น นักลงทุนทั่วไปในภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มเติม ซึ่งจะช่วยให้รู้ถึงความต้องการที่แท้จริงได้ครบถ้วน เพื่อจะได้นำผลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ขยายฐานลูกค้าในแต่ละภาค แต่ละสาขาของบริษัทหลักทรัพย์มากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป หรือ วิจัยในระดับสูงต่อไปเพื่อเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ ผู้ที่สนใจศึกษาอาจจะนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศไปใช้เพิ่มเติม แก้ไข หรือ อาจจะนำทฤษฎีบุคคลอื่น ๆ มาเป็นแบบจำลองในการศึกษา เพื่อให้ทราบ และเป็นประโยชน์ต่อไป

4. ควรศึกษาวิจัยกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาดเพิ่มเติม เพื่อทำให้นักลงทุนรายย่อยภายในประเทศตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความอนุเคราะห์ของ รศ.ดร.เนตรพัฒนา ยาวีราช ประธานคณะกรรมการสอบ ดร.บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย ดร.กิตติโชค นิธิเสถียร คณะกรรมการตรวจสอบ และ ดร.เอกชุนหัชชาชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษาและคำแนะนำที่มีคุณค่า ตลอดจนตรวจ

แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ขอกราบขอบพระคุณ ดร.อภิเทพ แซ่ไคว้ ดร.พุมิธร จิรายุส ดร.ทิพย์รัตน์ แสงเรืองรอบ ดร.จตุรวัฒน์ ธนินฐนันท์ และวิลาวัลย์ ขันศิริ ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเนื้อหา เครื่องมือด้านสถิติที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้ งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณอาจารย์และเจ้าของงานวิชาการต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้เข้าถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวก อันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างงานวิจัยชิ้นนี้ คุณค่าและประโยชน์ อันพึงมีจากการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตา ของท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). บทบาทและคุณสมบัติของนายหน้าหลักทรัพย์ที่ดี. ค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2560, จาก https://www.set.or.th/education/th/begin/stock_content10.pdf
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). สรุปภาวะตลาดหลักทรัพย์ เดือนพฤษภาคม 2559. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2559, จาก <https://www.set.or.th/dat/media/P1465817237754.pdf>
- รัชพล ไบบัวเทศ. (2556). ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์ใน เขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นุชนลิน ดันสุวรรณรัตน์. (2556). ทศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร. โครงการพิเศษ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญรุ่ง จันทร์นาค. (2554). การลงทุน. กรุงเทพฯ: โรงเรียนตั้งตรงจิตพาณิชยการ.
- พงษ์ศักดิ์ โชติศิริกุลมนตรี. (2558). การตัดสินใจลงทุนซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดขอนแก่น. การประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติ.การจัดการการเงินการ ลงทุน การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ประจำปี 2558. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกลกุล. (2549). เทคนิคการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ไพบุลย์ เสรีวิวัฒนา. (2549). ทฤษฎีการลงทุนกับพฤติกรรมการลงทุนหุ้นในประเทศไทย . วารสารบริหารธุรกิจ นิต้า. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ยุวดี อริยานนท์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป กรณีเปิดเสรี ค่าคอมมิชชั่น. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง, เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รินใจ ชารคพิพัฒน์. (2560). พัฒนาการเทคโนโลยีกับการลงทุน. ค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2560, จาก <http://portal.settrade.com/blog/rinjai/2017/03/01/1878>
- รุ่ง สงสกุล. (2559). ปัจจัยความไว้วางใจในการทำธุรกรรมบริการธนาคารออนไลน์ธนาคารไทยพาณิชย์. วารสาร การวิจัยทางธุรกิจและการบริหาร. 4(1), (มกราคม –มิถุนายน 2559).
- สรายุทธ กั้นหลง. (2555). ความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ (IOC). ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2560, จาก <http://www.ipernity.com/blog/248956/424224>
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2559). โปรกเกอร์มาร์เก็ตแชรส์ 10 อันดับสูงสุดประจำวันที่ 30 มิถุนายน 2559. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.ryt9.com/s/iq05/2454881>
- สุนันทา ทวีผล. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านให้คำปรึกษา แนะนำปัญหาด้าน กฎหมายของสำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายช่วยเหลือทางกฎหมาย. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2559). *Internet Users and Statistics in Thailand*. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser.iir?Sec=internetuser>
- อลิษา ว่องจรงใจ. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ภายหลังเปิดค่าคอมมิชชั่นเสรี*. โครงการพิเศษ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉิมา รักสถาพรพันธ์. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของนักลงทุน*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสริย์ จุลจิราภรณ์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Charles H. Dow.(1988). *Dow Theory: Using Dow Theory to Trade and Determine Trends in Today's Markets*. New York: *The Wall Street Journal*
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley, & Sons. Inc.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- Kotler Phillip. (2003). *Marketing Management An Asia Perspective (3rd ed.)*. Pearson Education Asia Pte.