

ส่วนประสมทางการตลาดการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุน
ในจังหวัดอุบลราชธานี

ยศกฤต เชียร์รัมย์

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ

MARKETING MIX THE DECISION OF SERVICES USER CAPITAL SECURITY
COMPANIES IN UBONRATCHATANI

Yossakit Siarum

School of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology, Thailand

E-mail: aa_joynaja2@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัว อย่าง คือ นักลงทุนทั่วไปที่มามีใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 311 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวม กลุ่มตัว อย่างมีความคิดเห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญมากต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพ รวม นักลงทุนที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ประสบการณ์ในการซื้อหลักทรัพย์ และมีเหตุ ผลที่เข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิต ภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า นักลงทุนที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบล ราชธานี ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด บริษัทหลักทรัพย์ การเลือกใช้บริการ

Abstract

The main objective of this research is aimed to study the marketing mix factors, which affecting the selection of securities companies in Ubon Ratchathani province. The sample groups are 311 general investors who utilize the service of securities companies in Ubon

Ratchathani province. Questionnaires were used as the measuring instrument. The outcome were found that confidence-values are equal to .885. The statistics data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test and one-way analysis of variance. By determining the statistical.

The results of this study illustrated that the sample groups' opinions to the marketing mix is very important for the selection of securities companies in Ubon Ratchathani province. In addition, the hypothesis test showed that in the overall, the investors with gender, age, status, occupation, experience in buying securities and with different reasons to invest in securities have opinions on marketing mix of securities companies in Ubon Ratchathani province was no significant difference at the level of .05 In consideration with each aspect, the investors with different educational levels have different opinions on marketing mix in the aspect of product of securities companies in Ubon Ratchathani province with statistical significance at the level of .05 and also found different opinions on the marketing mix of securities companies in Ubon Ratchathani Province in marketing promotion and personnel aspects with statistical significance at the level of .05.

Keywords: Marketing Mix Capital, Security Companies, Decision of Services

บทนำ

ตลาดการเงินของไทยทั้งตลาดเงิน และตลาดทุนเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มีความหลากหลาย และมีการพัฒนาระบบการซื้อขายหลักทรัพย์เพื่อตอบสนองโอกาสในการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นให้เหมาะกับนักลงทุน เนื่องจากตลาดการเงินนับเป็นกลไกที่สำคัญของประเทศเป็นแหล่งของการจัดสรรทรัพยากรทางการเงินหรือเงินทุนระหว่างผู้ต้องการใช้ และผู้ที่ขาดแคลนเงินทุนเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรเงินทุนเกิดประโยชน์สูงสุดจึงต้องมีบุคคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน บทบาท และโครงสร้างของตลาดการเงิน รวมถึงมีความชำนาญในการวิเคราะห์ผลตอบแทนและความเสี่ยงของการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างๆ เพื่อให้การบริหารกลุ่มหลักทรัพย์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เงินลงทุนจึงเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจจึงเป็นเครื่องชี้วัดความมั่นคงและความมีเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561)

การลงทุนในหลักทรัพย์เป็นการรักษามูลค่าที่แท้จริงของเงินลงทุนและให้ผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล กำไรส่วนทุน และสิทธิการจองซื้อหุ้นใหม่ในราคาต่ำแก่ผู้ลงทุน หากผู้ลงทุนมีความรอบรู้ค่อนข้างมาก ก็จะสามารถเลือกซื้อเลือกขายหลักทรัพย์ต่างๆ ในระดับราคาและจังหวะเวลาที่ทำให้ผลตอบแทนสูงกว่า ฉะนั้น

การลงทุนในหลักทรัพย์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่มีความน่าสนใจ โดยผู้ลงทุนสามารถที่จะบริหารเงินของตน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ และมีผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนสนใจ และเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกันมากขึ้น ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นตลาดรองของตลาดทุน โดยมีหน้าที่หลักเป็นศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์จดทะเบียนให้กับผู้ซื้อขาย การที่กฎหมายกำหนดให้บริษัทหลักทรัพย์สามารถส่งคำสั่งซื้อขายหลักทรัพย์เข้าสู่ระบบซื้อขายของตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้โดยตรงนั้น เป็นเพราะกฎหมายบังคับไว้ชัดเจนว่า ผู้ลงทุนจะไม่สามารถซื้อขายหลักทรัพย์ได้เองโดยตรง เพราะอาจทำให้เกิดปัญหาและความเสียหายในทางปฏิบัติ ตลอดจนการชำระราคาและส่งมอบหลักทรัพย์ได้ เนื่องจากการซื้อขายหลักทรัพย์นั้นก็ต้องมีกติกาและกฎระเบียบมากมายพอสมควรที่จะต้องให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ จึงจำเป็น ต้องมีบุคลากรที่ผ่านการอบรมฝึกฝนมาโดยเฉพาะเท่านั้นจึงจะเข้าใจและไม่ทำให้เกิดความผิดพลาด อีกทั้งยังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการซื้อขายหลักทรัพย์ให้กับผู้ลงทุนมากกว่าการทำการซื้อขายกันเอง และผู้ลงทุนยังได้รับประโยชน์จากการให้บริการด้านต่างๆ ของทางบริษัทหลักทรัพย์ อาทิ มีเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีคุณภาพเป็นผู้คอยให้คำปรึกษา มีบริการบทวิเคราะห์ที่มีคุณภาพเพื่อช่วยในการซื้อขายหลักทรัพย์แก่ผู้ลงทุน เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2559) จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพ

ในการเติบโตด้านเศรษฐกิจของภาคตะวันออก เนื่องจากความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และการมีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งลาวและเขมร จึงสามารถที่จะเป็นศูนย์กลางด้านการค้า การท่องเที่ยวและการลงทุนได้ ประกอบกับในจังหวัดอุบลราชธานีมีผู้ที่มีศักยภาพในการลงทุนจำนวนมาก และยังมีการผลักดันโครงการต่างๆ ที่จะช่วยสร้างงานและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยมีมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์รวมถึง 3,277.75 ล้านบาท ซึ่งถือว่าเป็นจังหวัดที่มีมูลค่าการลงทุนในหลักทรัพย์ สูงเป็นอันดับที่ 4 ของภาคตะวันออก เฉียงเหนือ (ภัทธีรา ดิลกรุ่งธีระภพ, 2560) และปัจจุบันในจังหวัดอุบลราชธานี มีนักลงทุน จำนวน 1,379 คน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ณ 31 ธันวาคม 2559) มีบริษัทหลักทรัพย์เปิดให้บริการรวมทั้งสิ้น 9 บริษัทหลักทรัพย์ ได้แก่ 1) บริษัทหลักทรัพย์กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) 2) บริษัทหลักทรัพย์โกลเบล็ก จำกัด 3) บริษัทหลักทรัพย์ คันทรีกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) 4) บริษัทหลักทรัพย์ เคทีบี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) 5) บริษัทหลักทรัพย์ ดีบีเอสวิเคเคอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด 6) บริษัทหลักทรัพย์ ธนชาติจำกัด (มหาชน) 7) บริษัทหลักทรัพย์โนมูระพัฒนสิน จำกัด (มหาชน) 8) บริษัทหลักทรัพย์เมย์แบงก์ กิมเอ็ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ 9) บริษัทหลักทรัพย์หยวนต้า (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี มีผลการดำเนินงานมีกำไรที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีนักลงทุนใหม่ๆ เข้ามาในตลาดในรูปแบบการใช้ภาวะตลาดหลักทรัพย์ และพอร์ตการลงทุนได้ทันที ส่งผลให้บริษัทหลักทรัพย์มีต้นทุนต่ำลง แต่ในขณะเดียวกันก็เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นด้วย (ประภา ปุณณโชติ, 2560: 5) บริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานีจึงต้องปรับตัวและพัฒนาคุณภาพเพื่อปรับปรุงแก้ไขการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อ

ให้บริการของตัวเองแตกต่างจากคู่แข่งทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ เป็นต้น ในการแข่งขันนักลงทุนใหม่และขยายฐานผู้ลงทุนให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งอาจส่งผลต่อการเลือก ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการหาแนวทางแก่บริษัทหลักทรัพย์ในการรักษาลูกค้าเดิมและสามารถขยายฐานลูกค้าของบริษัทหลักทรัพย์ได้มากขึ้น จึงเป็นที่มาของการวิจัยในครั้งนี้

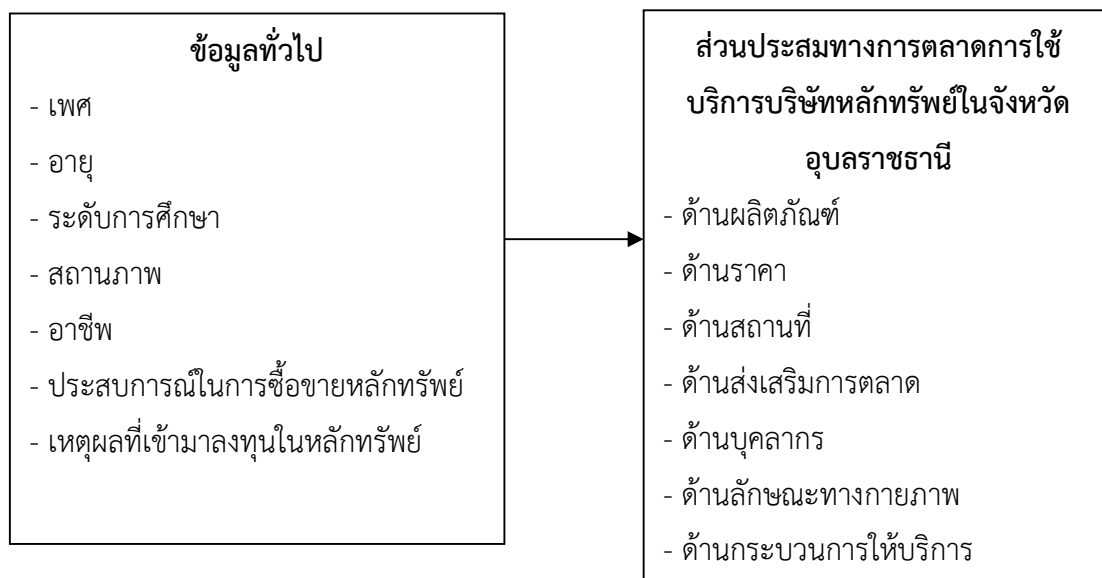
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักลงทุนต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลัก ทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลัก ทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนที่ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ประชากรทั้งสิ้น 1,379 คน และกำหนดขนาดตัวอย่างจากการใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) กรณียุทธาประชากร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 311 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ซึ่งแบ่งออก เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 7 ข้อประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ประสบการณ์ในการซื้อขายหลักทรัพย์และเหตุผลที่ท่านเข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นแบบมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่ง เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด มีความเชื่อมั่นของแบบ สอบถามของภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.885

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้ในการอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี
3. t-test และ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน สำหรับเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.41) มีอายุ 30 - 40 ปี (ร้อยละ 34.41) มีการศึกษาระดับปริญญาโท (ร้อยละ 30.55) มีสถานภาพแต่งงาน (ร้อยละ 29.90) ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา (ร้อยละ 24.76) มีประสบการณ์ในการซื้อขายหลักทรัพย์มากกว่า 6 ปี (ร้อยละ 53.05) และมีเหตุผลที่เข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์ คือ ต้องการได้รับประโยชน์จากภาษี (ร้อยละ 64.31)

2. ความคิดเห็นของนักลงทุนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านราคา ตามลำดับ (แสดงดังตารางที่ 1) ซึ่งในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีโปรแกรมวิเคราะห์ราคาหุ้นที่หลากหลายรองรับความต้องการของนักลงทุน ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีบริการด้านหลักทรัพย์ที่หลากหลายครบวงจร

2.2 ด้านราคา พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการแสดงอัตราค่าธรรมเนียมที่ชัดเจน ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีอัตราค่าธรรมเนียมถูกกว่าอัตราโดยเฉลี่ยรวมของบริษัทอื่น

2.3 ด้านสถานที่ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สถานที่ตั้งของบริษัทหลักทรัพย์มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ บริเวณที่ตั้งของบริษัทหลักทรัพย์มีความปลอดภัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านบุคลากร	3.797	0.61	มาก
2.ด้านส่งเสริมการตลาด	3.673	0.691	มาก
3.ด้านกระบวนการให้บริการ	3.633	0.716	มาก
4.ด้านสถานที่	3.612	0.667	มาก
5.ด้านผลิตภัณฑ์	3.591	0.571	มาก
6.ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.526	0.667	มาก
7.ด้านราคา	3.477	0.631	มาก
รวม	3.615	.423	มาก

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการจัดสรรหุ้นจองเพื่อจูงใจลูกค้า ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อ 2. มีการลดหย่อนค่าธรรมเนียมกรณีพิเศษ

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่การตลาดมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ติดตามการลงทุนของลูกค้า ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อ 3. มีการให้คำปรึกษาที่มีคุณภาพ ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจและเกิดความเชื่อมั่นที่จะลงทุน

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีพื้นที่ภายในห้องค้ามีขนาดเหมาะสม มีการตกแต่งห้องค้าให้มีความทันสมัย ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข้อ 2. มีการให้บริการข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การส่งข้อความทางโทรศัพท์ และทางสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ Line, website เป็นต้น

2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับ โดยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีแอปพลิเคชันที่ใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์มีความสะดวกรวดเร็วถูกต้องและปลอดภัย ส่วนข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (แสดงดังตารางที่ 2)

3.1 นักลงทุนที่มีเพศ อายุ อาชีพ ประ สภากรณในการซื้อหลักทรัพย์ เหตุผลที่เข้ามาลงทุนในหลักทรัพย์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานีในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งภาพรวมและรายด้าน 7 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3.2 นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาแตก ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบล ราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

3.3 นักลงทุนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรแตก ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลทั่วไป	ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี						
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้าน ราคา	ด้าน สถานที่	ด้าน ส่งเสริม การตลาด	ด้าน บุคลากร	ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ด้าน ลักษณะ ทาง กายภาพ
1. เพศ	×	×	×	×	×	×	×
2. อายุ	×	×	×	×	×	×	×
3. ระดับการศึกษา	✓	×	×	×	×	×	×
4. สถานภาพ	×	×	×	✓	✓	×	×
5. อาชีพ	×	×	×	×	×	×	×
6. ประสบการณ์ในการ ซื้อขายหลักทรัพย์	×	×	×	×	×	×	×
7. เหตุผลที่เข้ามาลงทุน ในหลักทรัพย์	×	×	×	×	×	×	×

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ✓ หมายถึง แตกต่างหรือสอดคล้องกับสมมติฐาน,

เครื่องหมาย × หมายถึง ไม่แตกต่างหรือไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในจังหวัดอุบลราชธานีสามารถสรุปอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นของนักลงทุนที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทหลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของบริษัทหลักทรัพย์บรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์อย่างเหมาะสมของปัจจัยส่วนประสมการตลาด อันจะทำให้ผู้ใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์มีความเชื่อมั่นไว้วางใจในการใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้อง กับผลงานวิจัยของ จุลพัฒน์ ศรีโกมลศิลป์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund : LTF) ของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ

กองทุนรวม ประเภท LTF โดยรวมในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานแนะนำ การลงทุนที่เกี่ยวข้อง ด้านบริการการขาย ส่วนด้านด้านราคาและค่าธรรมเนียม เป็นอันดับรองสุดท้าย และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัสรินทร์ เลิศภัทรภรณ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลัก ทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านข่าวสารและบทวิเคราะห์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ อรรถเดช เทพชัยชนะวงศ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ค่าธรรมเนียมในการซื้อ-ขายกองทุนมีความเหมาะสม และ อัตราค่าธรรมเนียมในการบริหารกองทุนมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญกับ สถานที่ที่มีความทันสมัย และใช้งานง่าย มีมุมบริการการให้คำปรึกษาและทราจกรรมการลงทุนที่แยกชัดเจน ง่ายต่อการติดต่อ ในระดับมาก

2. หลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน เนื่องจากการมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ล้วนต้องการในส่วนของการโปรแกรมวิเคราะห์ราคาหุ้นที่หลากหลายรองรับความต้องการของนักลงทุนที่มีการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน เพื่อที่นักลงทุนจะได้เห็นถึงกำไรและความเสี่ยงที่ตัวเองจะได้รับจากการตัดสินใจลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของ จุลพัฒน์ ศรีโกมลศิลป์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) ของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาที่มีผลทำให้ส่วนประสมทางการ ตลาดที่ใช้ในการเลือกซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) แตกต่างกัน

3. นักลงทุนที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท หลักทรัพย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการที่นักลงทุนมีสถานภาพต่างกัน บุคลากรควรจะต้องมีการบริการที่แตกต่างกัน ด้วยการที่มีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ติดตามการลงทุนของลูกค้า เช่น การให้คำแนะนำในการลงทุนในทุกเรื่อง และสามารถอธิบายถึงผลประโยชน์ ผลตอบแทนที่จะได้รับ เพราะนักลงทุนต้องการกำไรจากการลงทุนต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทราวลัย ทับทอง (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด มหาชน ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุลพัฒน์ ศรีโกมลศิลป์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund : LTF) ของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพฯ ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพมีผลทำให้ส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการเลือกซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. บริษัทหลักทรัพย์ควรจะมีการจัดการฝึกอบรมของทางบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการให้บริการแก่บุคลากร ทำให้เกิดการส่งเสริมและสร้างแรง จูงใจในให้บริการแก่ลูกค้า
2. ด้านส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัด สรรหุ้่นจูงเพื่อจูงใจลูกค้า และควรจัดการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์และการให้บริการต่าง ๆ ของบริษัทหลักทรัพย์ให้แก่ลูกค้า รวมไปถึงมีการจัดสรรหุ้่นจูงให้ทั่วถึง เพื่อเหมาะ สมกับลูกค้าในแต่ละกลุ่มและตรงตามความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งการแนะนำเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมการซื้อขายหลักทรัพย์ด้านต่างๆแก่นักลงทุน เช่น มีการจัดกิจกรรมพบ ปะพุดคุยหรือกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์เพื่อให้ความรู้ทางการเงินแก่ลูกค้า ทำให้ให้นักลงทุนมีความเข้าใจที่ถูกต้องในการลงทุนและเป็นการกระตุ้นให้นักลงทุนตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น
3. ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีแอป พลิกชั่นที่ใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์ที่สะดวกรวดเร็ว ถูกต้องและปลอดภัย นอกจากนี้ควรแสดงรายการดำเนินการจัดการของบริษัทหลักทรัพย์ให้นักลงทุนได้รับทราบอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการส่งเสริมและสร้างเข้าใจด้านต่างๆ เช่น รายละเอียด วิธีการลงทุน รวมไปถึงอัตราผลตอบแทนต่างๆ
4. ด้านสถานที่ การเลือกสถานที่ตั้งในการให้บริการของสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทหลักทรัพย์ควรมีสาขาครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีการเดินทางที่สะดวกสบาย รวมไปถึงจำนวนช่องให้บริการที่เพียงพอต่อปริมาณนักลงทุน
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับพื้นที่ภายในห้องค้าที่มีขนาดเหมาะสม สม มีการตกแต่งที่ทันสมัย ไม่เกิดความแออัด ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจให้กับนักลงทุนผู้ใช้บริการที่อยากหรือตัดสินใจ ที่จะใช้เข้ามาใช้บริการ พร้อมทั้งมีช่วงเวลาเปิด-ปิดของสาขามีความเหมาะสม เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ประสงค์จะใช้บริการในช่วงที่ใช้ชีวิตประจำวัน
6. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีโปรแกรมวิเคราะห์ราคาหุ้่นที่หลากหลายรองรับความต้องการของนักลงทุน เนื่องจากการลงทุนในหลักทรัพย์มีหลากหลายประเภท ส่งเสริมการให้ความรู้แก่นักลงทุน เพื่อให้ นักลงทุนมีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะของหลักทรัพย์แต่ละประเภท รวมถึงความเสี่ยง และผลตอบแทนที่ นักลงทุนจะได้รับในแต่ละระยะการลงทุน นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับรูปแบบ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ โดยควรมีกระบวนการจัดการขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน ทำให้เกิดการเข้าใจที่ง่ายขึ้นเกี่ยวกับความหลากหลายของราคาหุ้่นในแต่ละประเภท
7. ด้านราคา ควรมีการแสดงอัตราราคากองทุนและค่าธรรมเนียมที่ชัดเจน มีการให้บริการโปรแกรมวิเคราะห์ทางเทคนิคแก่นักลงทุน ดูกราฟหุ้่น ซื้อขายหุ้่น โดยสามารถเลือกแสดงกราฟ ราคา พร้อมข้อมูลทางเทคนิคที่สำคัญแก่นักลงทุนเพิ่มเติม ซึ่งการให้ข้อมูลนั้น ข้อมูลด้านราคาจะต้องครอบคลุมในกลุ่มที่เป็นนักลงทุนระยะสั้นและนักลงทุนระยะยาว ทำให้กลุ่มนักลงทุนได้มองเห็นถึงรายได้ที่ชัดเจนและอัตราค่าคอมมิชชั่นที่ต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อขายหุ้่นของนักลงทุนง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรจะมีการศึกษาถึงเรื่องของพฤติกรรมการใช้งาน และการเลือกบริการการใช้งานที่มีความถี่สูง คือนักลงทุนมีการเลือกใช้บริการด้านใดบ่อยที่สุดและเพราะเหตุใด โดยทำการวิจัยโดยใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นหรือการใช้งานซ้ำของผู้ใช้งานเพื่อจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งต่อไป

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบถึงความคาดหวังของก่อนและหลังการใช้บริการ โดยเจาะ ลึกแต่ละสาขา หรือแต่ละภาค เพื่อให้ทราบข้อมูลและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ซึ่งอาจทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงพฤติกรรมหรือปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เพื่อการนำไปพัฒนาระบบของการให้บริการที่ถูกต้องและตรงจุด ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดการยอมรับในการใช้บริการครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนกดล สิริวัฒนชัย. (2557). “การตัดสินใจลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 48 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร”, *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*. 4(1), 521-543.
- จุลพัฒน์ ศรีโกมลศิลป์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund : LTF) ของพนักงานบริษัท ในเขตกรุงเทพฯ. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). ประวัติและบทบาทของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2561. จาก https://www.set.or.th/th/about/overview/history_p1.html
- ประภา ปุณณโชติ. (2560). บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน). สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2560. จาก <https://www.mfcfund.com/web/mfcnewsdisplay page.aspx?id=4035>
- เพชร ชุมทรัพย์. (2544) . *หลักการลงทุน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- รัสรินทร์ เลิศภัทรภรณ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการจากบริษัทหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนทั่วไปภายในประเทศ. (วิทยานิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2559). สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2561. จาก [http://www.sec.or.th/TH/MarketProfessionals/Intermediaries/Pages/link-laws-regulations/ link-regulated-entities/Brokerage/pagelink% 20 brokerage /regulatory.aspx](http://www.sec.or.th/TH/MarketProfessionals/Intermediaries/Pages/link-laws-regulations/ link-regulated-entities/Brokerage/pagelink%20brokerage /regulatory.aspx)
- อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์ (2558) . *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์).
- Kotler P. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Yamane, Taro. (1976). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.